



Rheinische Post Mediengruppe

Nachhaltigkeitsbericht der Rheinische Post
Mediengruppe für das Geschäftsjahr 2025

Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

wir als Rheinische Post Mediengruppe sind ein über die Jahrzehnte verwurzelter Familienunternehmen und mit unseren Medienaktivitäten ein wichtiger Akteur in unseren Verbreitungsgebieten. Das gilt auch für das Thema Nachhaltigkeit – wir kennen unsere besondere Verantwortung für nachhaltiges Handeln als Medienhaus. Wir wissen, dass **heutzutage unternehmerische Tätigkeit und Nachhaltigkeit nicht mehr voneinander zu trennen** sind. Somit freuen wir uns sehr, Sie über unsere Aktivitäten hinsichtlich Nachhaltigkeit zu informieren und den **Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2025** zu veröffentlichen.

Das vergangene Jahr war ereignisreich und für uns als Mediengruppe herausfordernd. Umso stolzer sind wir, dass wir die Ende 2022 verabschiedete Nachhaltigkeitsstrategie und die damit einhergehenden Projekte sowie Investitionen erfolgreich vorangetrieben und umgesetzt haben.

Der große Stein, er rollt – und er soll möglichst lange und möglichst weit rollen.

Wir laden Sie ein, uns auf unserem Weg hin zu einem nachhaltigeren Unternehmen zu begleiten. Lesen Sie im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, wo wir als Mediengruppe stehen, welche Themen uns beschäftigen, welche Maßnahmen wir bereits durchgeführt haben, aber auch welche Ziele wir uns noch für die Zukunft gesetzt haben.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre des Berichts!



Johannes Werle
Vorsitzender der Geschäftsführung
Rheinische Post Mediengruppe



Felica Eisenbeis
Leitung Unternehmenskommunikation & Nachhaltigkeit
Rheinische Post Mediengruppe

In diesem Nachhaltigkeitsbericht werden weitestgehend geschlechterneutrale Personenbezeichnungen genutzt. In Fällen, in denen dies nicht möglich ist, wird das generische Maskulinum zur besseren Lesbarkeit verwendet. Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.



Sie haben Fragen, Wünsche
oder Anregungen zum Thema
Nachhaltigkeit?

Schreiben Sie mir gerne:
felica.eisenbeis@rheinische-post.de

Ich freue mich auf
den Austausch.

Vorwort

Inhalt**01**

Allgemeine Informationen

02CO₂-Fußabdruck**03**

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Inhalt

Vorwort	2
Inhalt	3

01 Allgemeine Informationen 4

1.1. Rheinische Post Mediengruppe.....	5
1.2. Unternehmensportrait.....	6
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie	9
1.4. Nachhaltigkeitsteam.....	12
1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen	14
1.6. Wertschöpfungskette	15
1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse.....	17
1.8. Stakeholder-Analyse.....	22
1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO ₂ -Fußabdruck	26
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen	36

02 CO₂-Fußabdruck..... 37

2.1. RPM gesamt.....	39
2.2. Geschäftsbereiche	45
2.2.1. Geschäftsbereich Druck.....	46
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung.....	51
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik	57
2.2.4. Geschäftsbereich Digital.....	60

03 Umwelt..... 63

3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM.....	65
3.2. Anpassung an den Klimawandel.....	66
3.3. Klimaschutz.....	69
3.4. Energieverbrauch/Energiemix	71
3.5. Wasserverbrauch	75
3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen	78
3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung	79

04 Soziales 82

4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM....	83
4.2. Arbeitskräfte der RPM	84
4.2.1. Arbeitsbedingungen	86
4.2.2. Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle	93
4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte ...	98
4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften	99
4.4. Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer	100

05 Governance 101

5.1. Wesentliche Governance-Themen für die RPM.....	102
5.2. Überparteiliche Berichterstattung und journalistische Integrität.....	103
5.3. Künstliche Intelligenz.....	104
5.4. Unternehmenskultur	105
5.5. Unternehmensethik – Schutz von Hinweisgebern	108

Impressum..... 109

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post

Mediengruppe

- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

01 Allgemeine Informationen



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post Mediengruppe

- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

1.1. Rheinische Post Mediengruppe

Seit ihrer Gründung 1946 ist die Rheinische Post Mediengruppe (RPM) ein Familienunternehmen mit klaren Werte- und Zielvorstellungen. „**Nachhaltigkeit**“ stellt einen der **fünf Unternehmenswerte der Mediengruppe** dar:

Wir sind uns als Medienhaus unserer besonderen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst. Der schonende Umgang mit allen Ressourcen ist ein wichtiger Bestandteil unserer unternehmerischen Entscheidungen und unserer täglichen Arbeit.

Die Nachhaltigkeitsstrategie wurde, als Resultat eines konzernweiten Projektes, Ende 2022 verabschiedet und zeichnet sich durch **realistisch-ambitionierte Ziele** und konkrete **Maßnahmen** für die gesamte Mediengruppe aus. Der Aufbau eines Berichtswesens und einer verlässlichen Datenbasis zur Bilanzierung und Analyse der klimaschädlichen Emissionen der wirtschaftlichen Tätigkeiten gemäß der zukünftigen Berichtspflichten bildet eine der Hauptsäulen der Nachhaltigkeitsstrategie.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist **der dritte, extern veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht der Mediengruppe**. Die Berichtsstruktur orientiert sich weitestgehend an den von der European Financial

Reporting Advisory Group (EFRAG) verabschiedeten European Sustainability Reporting Standards (ESRS) mit Stand Dezember 2023. **Ziele des Berichts** sind:



1. Transparenz schaffen



2. Ziele, Maßnahmen, Ergebnisse und Entwicklungen vorstellen



3. Nachhaltigkeit bei der Rheinische Post Mediengruppe greifbar machen



4. Grundlagen für den internen und externen Nachhaltigkeits-Dialog bilden

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts wurde auf EU-Ebene eine überarbeitete CSRD-Richtlinie erlassen. Auf Basis dieser neuen Richtlinien sind nun die Mitgliedstaaten zur Umsetzung in nationales Recht aufgefordert. Darüber hinaus werden auch flankierende Standards, wie die ESRS, auf Basis der neuen Richtlinie überarbeitet. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht wurde freiwillig auf Basis der bisher gültigen CSRD-Richtlinie (Stand 2023 ergänzt durch Stop-the-clock aus 2025) und den damit verbundenen gültigen ESRS (Stand Dezember 2023) erstellt.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post
Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

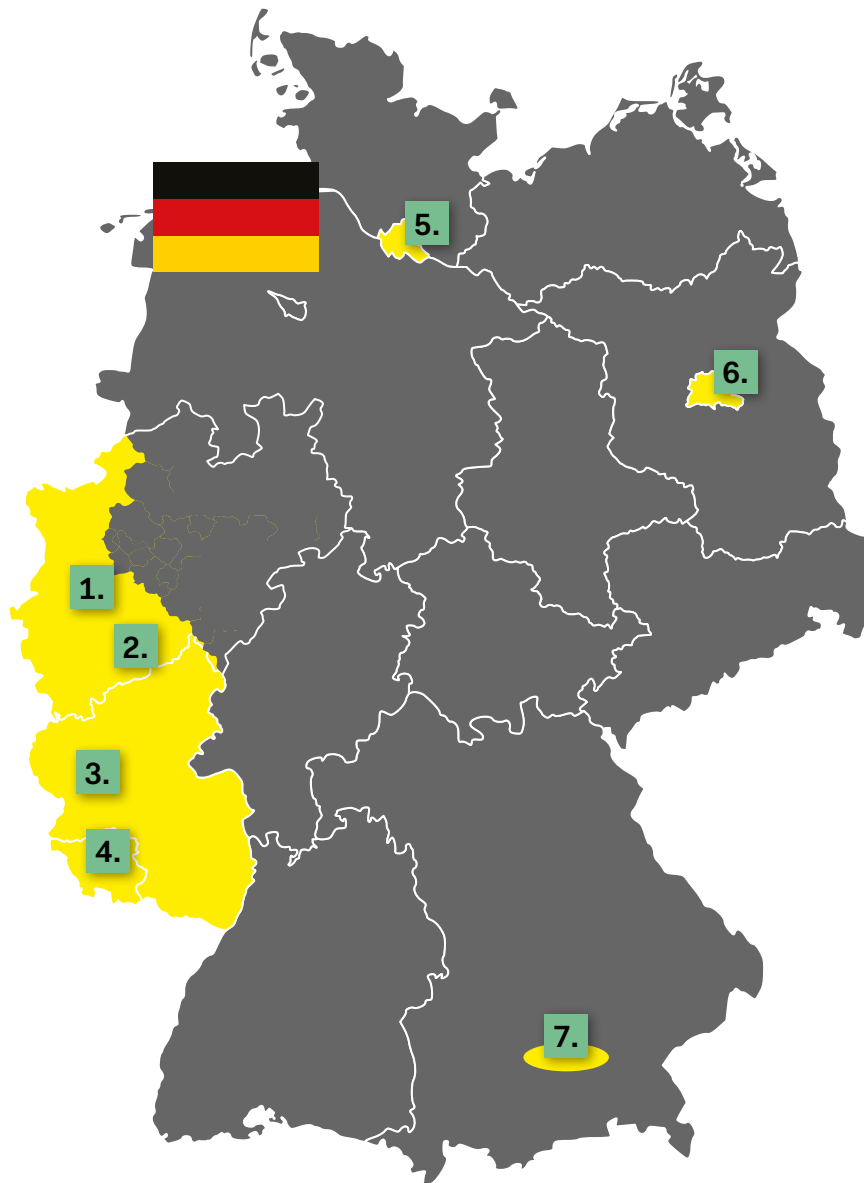
Soziales

05

Governance

Impressum

1.2. Unternehmensportrait



1. Düsseldorf & Niederrhein

2. Bonn

3. Trier

4. Saarbrücken

5. Hamburg

6. Berlin

7. München

9.386 Mitarbeitende
(inkl. Zustellende)

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum



Die Rheinische Post Mediengruppe
befindet sich unter den **TOP 5** der
regionalen deutschen Zeitungsverleger

1 Familienunternehmen mit
5 Tageszeitungen und
5 Anzeigenblattverlagen

2 eigene
Druckereien

8,25 Mio.
monatliche Unique User*

6.847
Zustellende

554
journalistisch tätige
Personen

Nationale Konvergenz-
reichweite von **4,86 Mio.**
Lesenden/Nutzenden pro Woche**

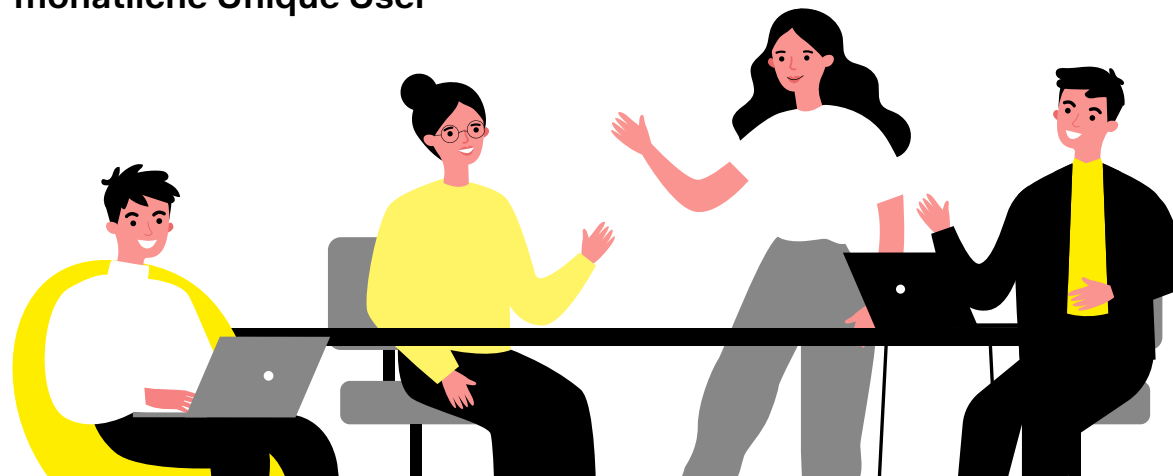
50+
Fachzeitschriften, -zeit-
schriften und -bücher
rund um Logistik, Trans-
port und Schifffahrt

Beteiligungen an **20**
Hörfunksendern

Außerdem:
Fachveranstaltungen und
Branchenevents, Immobilien
und Erlebniswelten

*Quelle: agma DNA Februar 2025; monatliche Unique User der On-
line-Portale der Tageszeitungen. Gebiet: Deutschland. 69,41 Millio-
nen deutschsprachige Personen im Alter ab 16 Jahren. Der Unique
User drückt aus, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum
Kontakt mit einem digitalen Medium hatten. Er berücksichtigt die
Nutzung mehrerer Endgeräte durch eine Person.

**Quelle: agma Konvergenzdatei 2025. Gebiet: Deutschland. 71 Milli-
onen deutschsprachige Personen im Alter ab 14 Jahren. Die Konver-
genzdatei der agma ermöglicht die Ermittlung der crossmedialen
Reichweiten („Markenreichweiten“), also der Anzahl an Menschen,
die durchschnittlich pro Tag, Woche oder Monat mit der Tageszeitung
und dem Digital-Angebot einer Marke erreicht werden.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post
Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Weitere Informationen zu Produktgruppen, Dienstleistungen, Märkten und Kundengruppen der RPM sind im Kapitel 1. Grundlagen des Konzerns im Konzernabschluss (S. 1, Anlage II) vermerkt.

Im Gegensatz zum Konzernabschluss führt dieser Nachhaltigkeitsbericht nicht die durchschnittliche Anzahl an Mitarbeitenden (9.810 - davon 7.200 Zustellende, Anlage 1, S. 19) auf, sondern die zum Stichtag 31.12.2025 gemeldeten Mitarbeitenden, inklusive Volontäre, Auszubildende, Werkstudenten, Praktikanten und geringfügig Angestellte (9.386 – davon 6.847 Zustellende).

Nähere Informationen zu den Konzernumsatzerlösen sind im Kapitel VII. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung unter 1. Umsatzerlöse (Seite 16, Anlage I) des Konzernabschlusses aufgeführt. Die RPM erwirtschaftete im Jahr 2025 keinen Umsatz in signifikanten ESRS-Sektoren (Landwirtschaft, Ackerbau und Fischerei, Lebensmittel- und Getränkeindustrie, Bergbau, Kohle- und Steinbruchindustrie, Kraftfahrzeuge, Öl und Gas, Stromerzeugung und Energieversorgung, Straßenverkehr, Textilien, Accessoires, Schuhe und Schmuck).

Die **Nachhaltigkeitsstrategie der RPM umfasst insgesamt vier Ziele**, die aktuell weitestgehend auf die Reduktion der Umweltwirkungen der Geschäftstätigkeiten einzahlen sowie Klima und Ressourcen bestmöglich schonen sollen.



1. CO₂-Reduktion



2. Grüne Logistik



3. Daten & Berichtswesen



4. Nachhaltigkeits-Dialog

Das **historische Kerngeschäft der RPM ist die Produktion und die Verteilung von Zeitungsprodukten**. Die zwei eigenen Druckereien sowie die nachgelagerte Logistik generieren Emissionen, verbrauchen Ressourcen und wirken sich auf das Klima aus. Hinzu kommen die Emissionen der Akteure der vor- und nachgelagerten RPM-Wertschöpfungskette. Ein etabliertes Berichtswesen ermöglicht Transparenz und die Ableitung von Maßnahmen sowie (Reduktions-) Zielen.

Außerdem sieht sich die RPM in der Verantwortung, ihre Leser, Nutzer, Mitarbeitenden und Partner durch einen transparenten Dialog für nachhaltiges Handeln zu begeistern.

Details zur RPM-Nachhaltigkeitsstrategie sind im Kapitel [1.3. Nachhaltigkeitsstrategie](#) zu finden.

Nähere Informationen zum Business-Modell der RPM sind im Kapitel „1. Grundlagen des Konzerns“ im Konzernabschluss (S. 1, Anlage II) vermerkt. Die **Wertschöpfungskette** ist im Kapitel [1.6. Wertschöpfungskette](#) des Nachhaltigkeitsberichts dargestellt.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post
Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

Die Leitlinien der RPM-Unternehmensstrategie sind:

1. Erhalt und Weiterentwicklung als unabhängiges, selbständiges Medienunternehmen im Eigentum mehrerer Familien-Gesellschaftergruppen, bei aktueller Trennung von Management und Kapital
2. Sicherung von Gewinn, Investitions- und Ausschüttungsfähigkeit sowie Unternehmenswert (v.a. durch Effizienzsteigerung, konsequente Anpassung der Geschäftsmodelle an die Kundenbedürfnisse und neue technologische Möglichkeiten sowie interne und externe Wachstumsschritte)
3. „Local Hero“ in den regionalen Medienmärkten (Düsseldorf/Niederrhein, Bonn, Saarland, Trier) durch starke Tageszeitungsmarken und die mit diesen verbundenen Digital-Angebote sowie durch reichweitenstarke Anzeigenblätter und Radio-Aktivitäten
4. Verantwortung für die bestmögliche Marktausschöpfung bei den regional präsenten und verankerten Marktbereichen (Redaktion, Vertrieb und Anzeigen)
5. Systematische Nutzung von gruppeninternen Synergiepotenzialen bei den nicht marktbezogenen Aktivitäten und bei den IT-Systemen, die der Marktbearbeitung zugrunde liegen
6. Beschleunigung der digitalen Transformation im regionalen Mediengeschäft durch Nutzung zentraler Kompetenzbereiche (Experten-Know-how, Technologie, Vermarktung etc.)
7. Neben der digitalen Transformation der regionalen Mediengeschäfte hat der Ausbau der digitalen Rubrikengeschäfte (v.a. markt.gruppe) hohe Priorität
8. Entscheidung zum Umfang der Revitalisierung der Shadow Arkaden abhängig von der Erzielbarkeit auskömmlicher Renditen, der Einschätzung des Immobilienmarktes in der Düsseldorfer Innenstadt und persönlichen Zielsetzungen der Gesellschafter
9. Bei den Fachmedien stehen die bestmögliche Anpassung an die neuen Marktgegebenheiten sowie ein kontrollierter Ausbau im Fokus
10. Einsatz der vorhandenen liquiden Mittel und Nutzung der Investitionsspielräume für interne und externe Wachstumsschritte
11. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie**
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

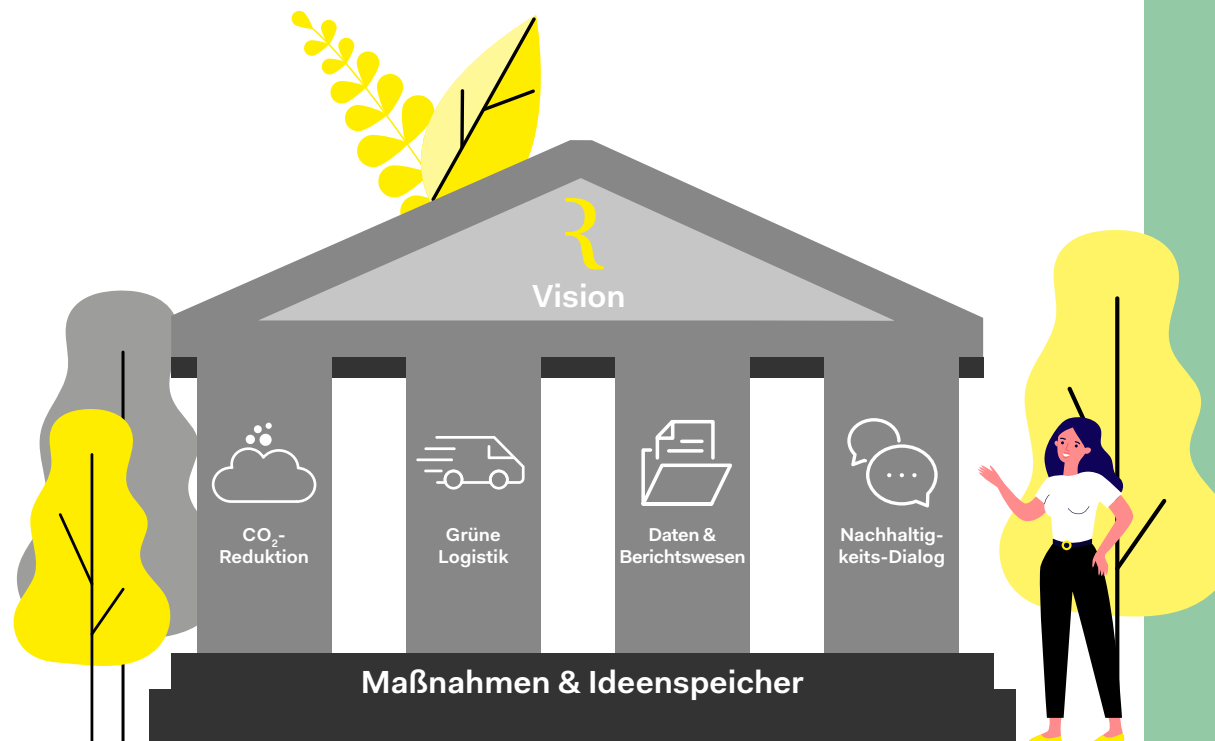
05

Governance

Impressum

Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie erstreckte sich über einen Zeitraum von sieben Monaten (Mai bis November 2022). Der Prozess war (1) standortübergreifend und (2) partizipativ gestaltet, indem knapp 30 Personen aus verschiedenen Fachbereichen, Standorten und Hierarchieebenen (Druckereien, Energie, Logistik/Zustellung, Einkauf, Innen- und Immobilienverwaltung, Controlling, Vermarktung, Kommunikation sowie die Holding-Geschäftsführung) in digitalen TEAMS-Meetings sowie zwei mehrtägigen Präsenz-Workshops in Düsseldorf-Heerdt zusammenkamen.

In Anlehnung an die von den Vereinten Nationen definierten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung setzt die Mediengruppe vorerst den **Fokus auf umweltbezogene Themen**. Die entwickelte Nachhaltigkeitsvision der Mediengruppe stützt sich auf insgesamt vier Säulen, welche die vier strategischen Nachhaltigkeitsziele für die priorisierten Bereiche (Druckereien, Energie, Logistik/Zustellung, Einkauf, Innen- und Immobilienverwaltung, Controlling sowie Kommunikation) abbilden. Das Fundament der Nachhaltigkeitsstrategie bilden zehn ausformulierte und umsetzungsbereite Maßnahmen sowie ein Ideenspeicher mit über 30 weiteren Maßnahmen.



Nachhaltigkeitsvision der Rheinische Post Mediengruppe:

”

Als regional verwurzelte Mediengruppe leisten wir einen wertvollen Beitrag zur Bewahrung einer lebenswerten Heimat. In unseren Regionen verstehen wir uns als lokalen Vorreiter und innovativen Antrieber für Nachhaltigkeit. Wir reduzieren die Umweltwirkungen unserer Tätigkeiten und achten auf die bestmögliche Schonung von Klima und Ressourcen. Ebenso sehen wir uns in der Verantwortung, unsere Leser, Nutzer, Mitarbeiter und Partner durch einen transparenten Dialog für nachhaltiges Handeln zu begeistern – heute und in Zukunft.

“

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Im Januar 2023 startete die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Besonders viel Aufwand wurde seitdem in die Bearbeitung der ersten, dritten und vierten Säule („CO₂-Reduktion“, „Daten & Berichtswesen“ und „Nachhaltigkeits-Dialog“) investiert. Umgesetzte Maßnahmen, wichtige Entwicklungen und Projekte werden im vorliegenden Bericht detailliert beschrieben.

Ziel	Zielbeschreibung	Maßnahmen
CO₂-Reduktion	Wir nutzen aktiv jede sich bietende wirtschaftlich sinnvolle Möglichkeit zur maximalen Reduzierung unserer CO ₂ -Emissionen. Dazu ermitteln wir systematisch die Ressourcenverbräuche und untersuchen unsere gesamten Wertschöpfungsketten. Zielführende Maßnahmen zur Realisierung von Einsparpotenzialen in unseren Gebäuden, Produktionsstätten und Logistikketten sowie zur Stärkung der Unabhängigkeit von Energielieferungen setzen wir zeitnah und konsequent um.	• Umstellung auf Ökostrom/ Eigenerzeugung • Gebäude-Optimierung
Grüne Logistik	Wir reduzieren den CO ₂ -Ausstoß bei Transport und Zustellung unserer Produkte durch optimale Planung, Beschaffung und Einsatz aller Ressourcen unter Berücksichtigung nachhaltiger Innovationen. Wir fokussieren uns dabei auf die sukzessive Umstellung der Fahrzeuge unserer Logistikkette auf emissionsarme Antriebe sowie auf die Vermeidung von umweltschädlichen Verpackungsmaterialien.	• Reduktion Verpackungsmaterialien – Folienfreie Auslieferung • Analyse Umsetzungsmöglichkeiten im Fuhrpark • Reduktion Verpackungsmaterialien – Alternative Umreifung Pakete
Daten & Berichtswesen	Daten sind die Grundlage jeder Entscheidung. Wir setzen uns daher zum Ziel, einen umfassenden Corporate Carbon Footprint (CCF) der Mediengruppe zu ermitteln und wesentliche Daten transparent zu kommunizieren. Durch die kontinuierliche Verbesserung und Erweiterung der Datenbasis werden wir in der Lage sein, zukünftige Berichtsanforderungen vollständig zu erfüllen.	• Verantwortliche für Standorte und Bereiche festlegen • Tool, Prozesse plus Kennzahlen in Betrieb nehmen • Berichtswesen
Nachhaltigkeits-Dialog	Wir verpflichten uns zu einem kontinuierlichen und transparenten Nachhaltigkeits-Dialog. Wir werden, nach Fertigstellung und interner Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie, im Laufe des Jahres 2023 die externe Kommunikation beginnen und dabei alle verfügbaren Medien zur aktiven, glaubwürdigen, nachvollziehbaren und konkreten Information nutzen.	• Kommunikation mit den Mitarbeitenden • Externe Kommunikation



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam**
- 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

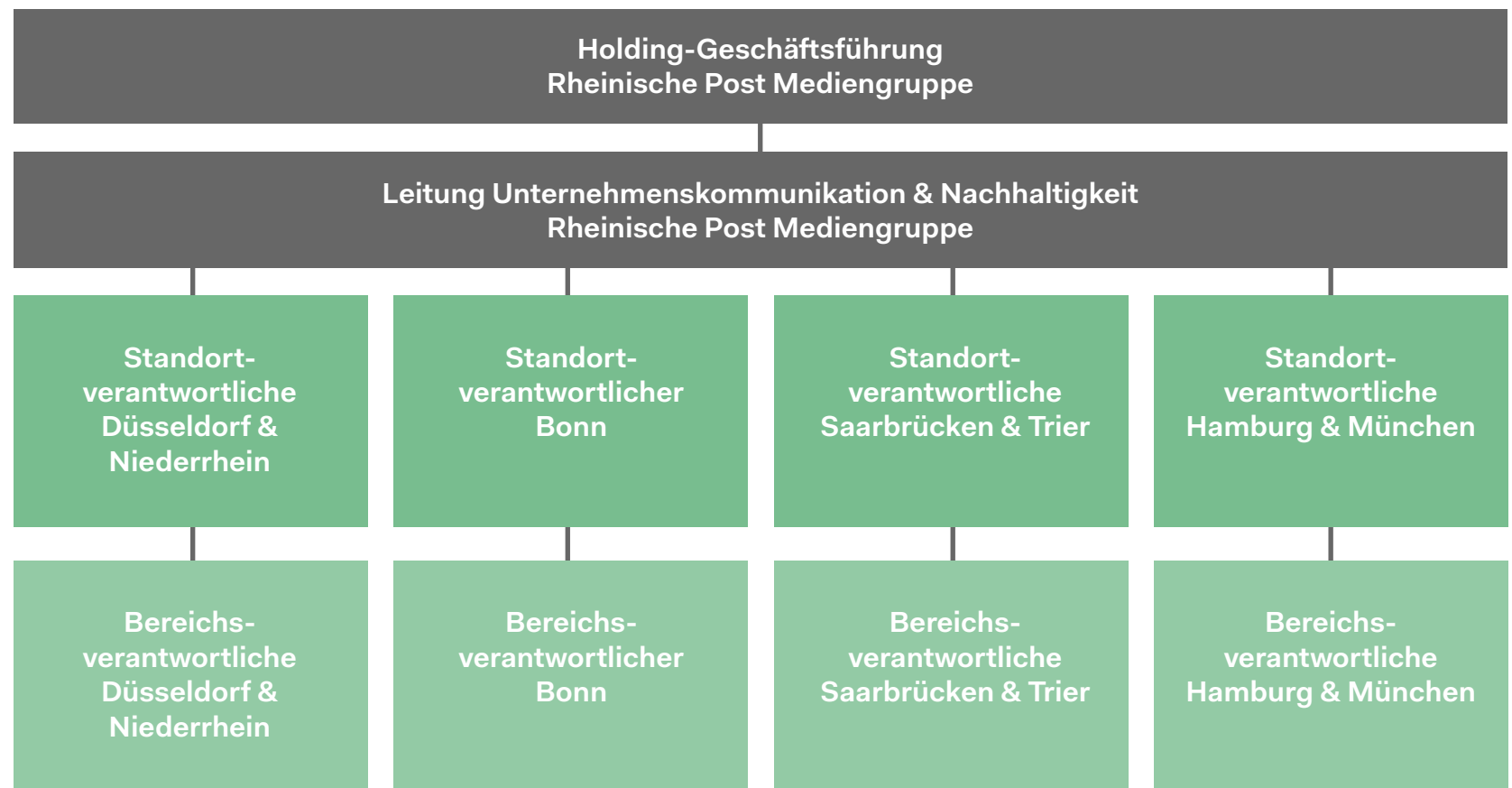
Governance

Impressum

1.4. Nachhaltigkeitsteam

Die operative Führungsspitze der Rheinische Post Mediengruppe GmbH, der Holdinggesellschaft des Unternehmens, besteht aus zwei Geschäftsführern: Johannes Werle und Hans Peter Bork.

Die Vielzahl an Einzelprojekten und Aktivitäten, die aus dem initialen Nachhaltigkeitsprojekt entstanden sind, erforderten die Verankerung einer organisatorischen Struktur in Form einer **Stabsstelle auf Holding-Ebene** sowie eines **standort- und bereichsübergreifenden Nachhaltigkeitsteams** in der Mediengruppe. Diese nach Standorten und Bereichen gegliederte Struktur stellt sich wie folgt dar:



Vorwort Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam**
- 1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Feliça Eisenbeis verantwortet seit Februar 2023 die Stabstelle Nachhaltigkeit, die im Zuge einer Neuausrichtung im August 2025 mit der Abteilung „Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit“ verschmolzen wurde. Sie ist u.a. für die Erstellung des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts sowie die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks zuständig. In enger Zusammenarbeit mit den Fachbereichen der RPM-Standorte werden die nötigen Daten und Informationen für diesen Bericht und den CO₂-Fußabdruck gesammelt, ausgewertet und analysiert.

Die **Standortverantwortlichen** sind die direkten Ansprechpartner der Leitung Nachhaltigkeit. Sie bündeln ganzjährig alle Informationen, Projekte und Standort-spezifischen Themen. Im Rahmen der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts arbeitet die Leitung Nachhaltigkeit außerdem eng mit den Bereichsverantwortlichen zusammen, um die Datenbasis für den CO₂-Fußabdruck zu aktualisieren.

Je nach Größe und Ausrichtung des RPM-Standorts ist die Anzahl der **Bereichsverantwortlichen** sehr unterschiedlich (Beispiel: Die Standorte Düsseldorf und Saarbrücken verfügen über eine eigene Druckerei).

Generell sind, im Hinblick auf den Umwelt-Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie, die folgenden Bereiche mit direkten Ansprechpartnern im Nachhaltigkeitsteam vertreten: Druckereien, Logistik, Energie, Einkauf, Innen- und Immobilienverwaltung, Controlling und Kommunikation. Andere Bereiche (u.a. Personal, Redaktion, Vermarktung) sind (noch) nicht offiziell Bestandteil des Nachhaltigkeitsteams, stellen aber bei Bedarf Informationen und Daten zur Verfügung.

Die Etablierung des Nachhaltigkeitsteams sichert einen **stetigen (Ideen-) Austausch zu Nachhaltigkeits-relevanten Themen sowie einer gemeinschaftlichen, gesamteinheitlichen und strategischen Herangehensweise**. Die direkte Anbindung der Stabsstelle Nachhaltigkeit an die Holding-Geschäftsführung ermöglicht kurze Kommunikations- und Entscheidungswege. Sowohl die Mitarbeitenden im Nachhaltigkeitsteam als auch die Geschäftsführung sind durchgängig mit berufserfahrenen Fachexperten besetzt. In der konkreten und gesetzlich festgelegten Vorgehensweise zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sammeln alle Beteiligten ihre Erfahrungen in der Umsetzung des Prozesses. Die vorhandene Berufserfahrung und Fachexpertise sind unverzichtbare Kompetenzen im Rahmen der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie der RPM.

Der Männeranteil im 21-köpfigen Nachhaltigkeitsteam ist mit 71,4% sehr hoch. Ebenfalls hoch ist der Anteil an Führungskräften im Team (47,6%).

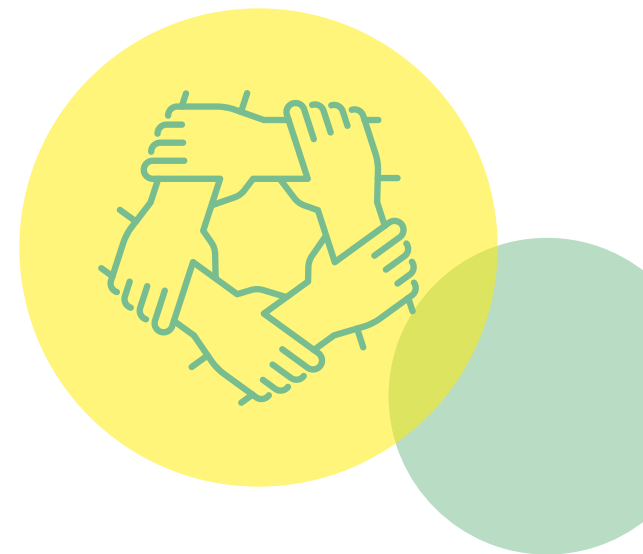
Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die Mechanismen zur Einbindung der gesetzten Ziele in die Unternehmensstrategie sind:

- die Verankerung auf Holding-Ebene durch die Besetzung einer eigenen Stabstelle für das Thema Nachhaltigkeit
- das Einbinden des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts als festen Bestandteil der Aufsichtsratssitzung im Sommer eines jeden Jahres
- die Konzentration in den ersten Jahren auf die Etablierung des Berichtswesens und die Schaffung

von Transparenz, um im zweiten Schritt weitere, konkrete Maßnahmen zu entwickeln und anhand von KPIs zu messen

Die RPM **kommuniziert offen, transparent, Standort-übergreifend und regelmäßig** über Themen der Nachhaltigkeit sowie laufende und zukünftige Projekte im Intranet. Mitarbeitende können jederzeit Ideen oder Anregungen einreichen, die in einem Ideenspeicher gesammelt werden. Der Ideenspeicher wurde im Rahmen des initialen Nachhaltigkeitsprojekts zur Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie aufgesetzt. Damals wurden alle Mitarbeitenden über das Intranet aufgerufen, Vorschläge einzureichen.

Zum jetzigen Zeitpunkt sind Nachhaltigkeitsziele nicht fester Bestandteil von etwaigen Anreizmechanismen (Zielvereinbarungen, Vergütungen, etc.) der RPM-Mitarbeitenden und Führungskräfte.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post
Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im

Rahmen der gesetzlichen Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist ein Resultat der dritten Säule des Nachhaltigkeitsstrategiehauses „Daten & Berichtswesen“ und ein Meilenstein für die weitere Entwicklung und Ausführung der Nachhaltigkeitsstrategie: **Daten sind die Grundlage jeder Entscheidung.**

Die **Grenzen dieses Nachhaltigkeitsberichts entsprechen größtenteils dem Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses** (siehe Kapitel „II. Konsolidierungskreis“; S. 6, Anlage I). Jegliche Beteiligungen unter 50,0 % (einschließlich der Anteile an Venture Capital Fonds) sowie assoziierte Unternehmen (z.B. markt.gruppe Holding GmbH & Co. KG) werden nicht in die CO₂-Bilanzierung einbezogen. Grund hierfür sind insbesondere mangelnde Durchgriffsrechte, v.a. bezogen auf die Datenerfassung sowie die künftig umzusetzenden Maßnahmen. So wird beispielsweise für den Bonner Verlag in den Geschäftsbereichen Druck und Logistik nur die Tageszeitung, jedoch nicht das Anzeigenblatt (die Rheinische Post Mediengruppe GmbH hält nur 33,3 % an der Bonner Anzeigenblatt GmbH & Co. KG) betrachtet.

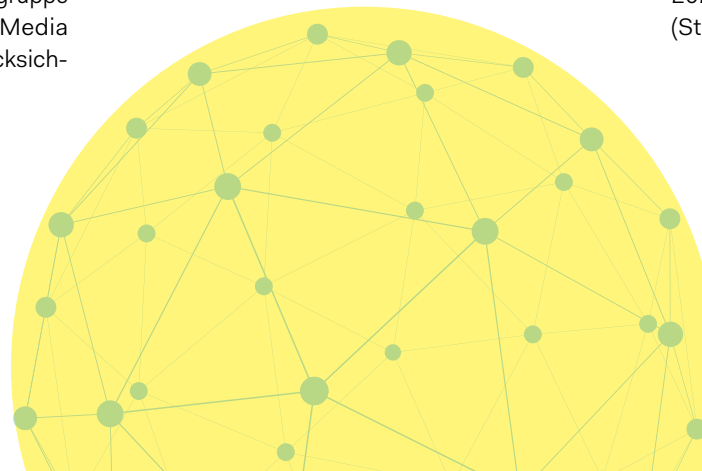
Die internationalen Aktivitäten des zur Mediengruppe zugehörigen Fachmedien-Anbieters DVV Media Group sind in dieser Bilanzierung nicht berücksich-

tigt, da sie Ende Dezember 2025 veräußert wurden und somit für die zukünftigen Berichtspflichten irrelevant sind. Die Emissionen für extern vergebene Druckaufträge (Fachmedien im deutschsprachigen Raum, Magazine der Tageszeitungen und Anzeigenblätter) sind im CO₂-Fußabdruck der Mediengruppe erfasst, um ein ganzheitliches Bild der Emissionen zu erhalten.

Neben dem Konsolidierungskreis ist die Betrachtung der **RPM-Wertschöpfungskette** eine entscheidende Basis für diesen Nachhaltigkeitsbericht (siehe Kapitel [1.6. Wertschöpfungskette](#)). Ohne die Kenntnis darüber, wie viele Emissionen die Mediengruppe pro Jahr verursacht und welche Bereiche oder Tätigkeitsfelder die Emissionstreiber sind, können künftig keine realistischen Ziele gesteckt und messbaren Maßnahmen im Bereich Ökologie (momentaner Fokus) angestoßen werden. Neben den Bestrebungen, mithilfe der Datenbasis interne Prozesse sowie die Wertschöpfungsketten klimafreundlicher und nachhaltiger zu gestalten, bereitet sich die Mediengruppe gleichzeitig auf die **ab 2028 gültigen Berichtspflichten der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** für Unternehmen mit

entsprechender Größe (mehr als 1.000 Mitarbeitende und mehr als 450 Mio. EUR Umsatz) für das Jahr 2027 vor. Die CSRD sieht vor, dass Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß den **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** aufsetzen. Die ESRS konkretisieren die Inhalte, über die berichtet werden muss, um Verständlichkeit, Relevanz, Überprüfbarkeit und Vergleichbarkeit zu etablieren.

Im zweiten Quartal 2026 wurde auf EU-Ebene eine überarbeitete CSRD-Richtlinie erlassen, die von den Mitgliedstaaten bis März 2027 in nationales Recht umgesetzt werden muss. Deutschland strebt eine 1:1-Umsetzung der EU-Vorgaben an. Der Gesetzgebungsprozess soll im Sommer 2026 abgeschlossen werden. Viele Konkretisierungen der Richtlinie werden über einzelne, delegierte Rechtsakte im laufenden und kommenden Jahr erwartet, z.B. vereinfachte ESRS, freiwillige Standards etc.. Die vereinfachten ESRS werden voraussichtlich im September 2026 von der Kommission genehmigt. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht wurde freiwillig auf Basis der bisher gültigen CSRD-Richtlinie (Stand 2023 ergänzt durch Stop-the-clock aus 2025) und den damit verbundenen gültigen ESRS (Stand Dezember 2023) erstellt.



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
 - 1.2. Unternehmensportrait
 - 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
 - 1.4. Nachhaltigkeitsteam
 - 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
 - 1.6. Wertschöpfungskette**
 - 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
 - 1.8. Stakeholder-Analyse
 - 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
 - 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

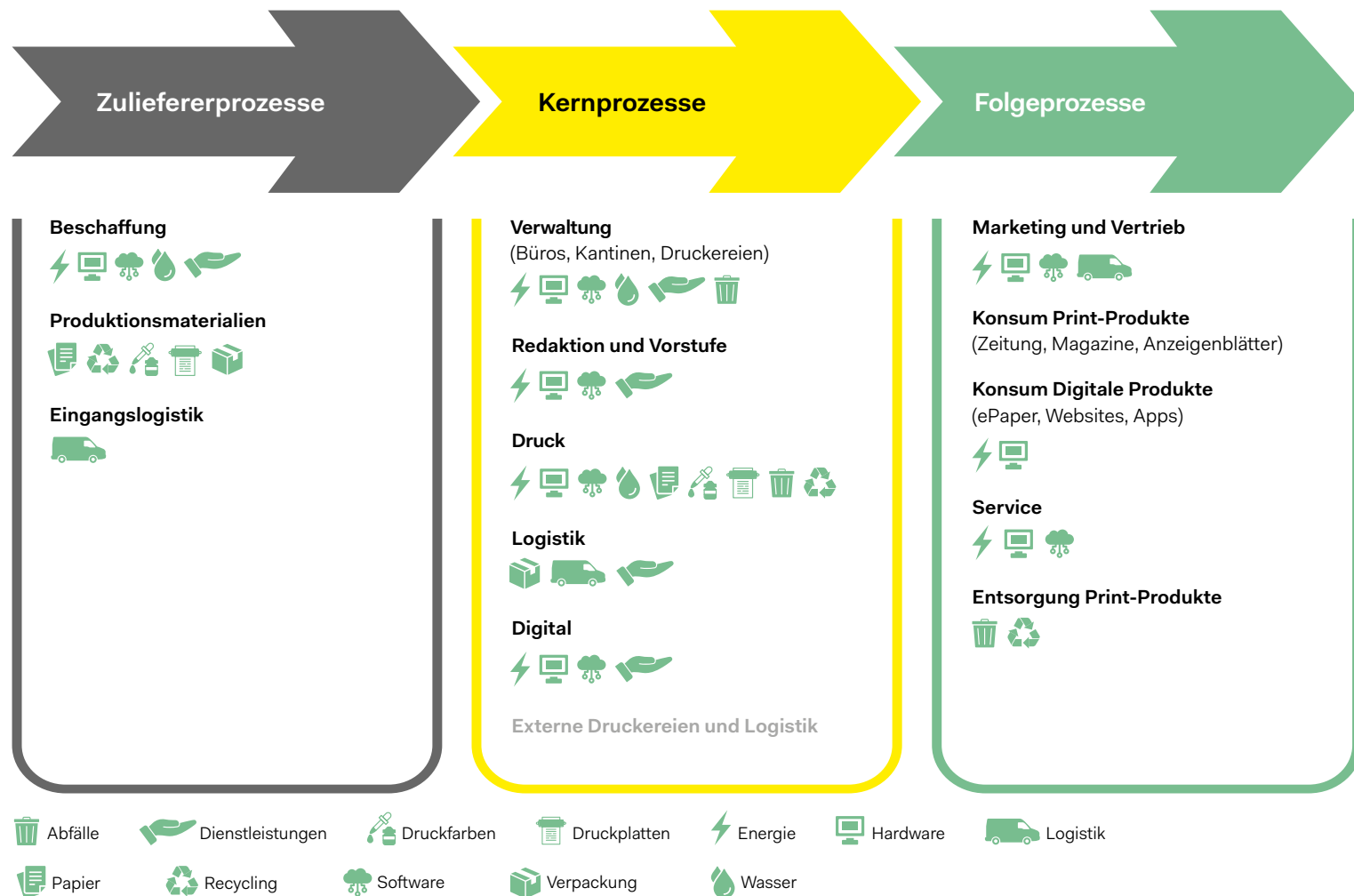
05

Governance

Impressum

1.6. Wertschöpfungskette

Die nachfolgende Wertschöpfungskette zeigt die – im Sinne der Nachhaltigkeit – **für die RPM und ihr Kerngeschäft relevanten Tätigkeiten inklusive vor- und nachgelagerter Prozesse**. Andere Unternehmensaktivitäten sind in diesem Bericht (und auch zur besseren Lesbarkeit in der Darstellung) nicht berücksichtigt. Diese Wertschöpfungskette ist ebenfalls Basis der durchgeführten Doppelten Wesentlichkeitsanalyse.



Vorwort Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post

Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im

Rahmen der gesetzlichen

Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits- analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Die **Zuliefererprozesse** der Wertschöpfungskette beinhalten:

1. die Beschaffung von Energie (Gas, Fernwärme, Strom), Hardware und Software sowie Wasser und verschiedene Arten von Dienstleistungen für den Betrieb der Kernprozesse

2. die vorgelagerte Produktion sowie den Einkauf und auch die Eingangslogistik (nur für Papier) der Produktionsmaterialien des Druckprozesses

Die **Folgeprozesse** der RPM-Wertschöpfungskette beziehen sich auf die **direkte und indirekte Interaktion mit den Konsumenten**: Tätigkeiten wie Marketing, Vertrieb und Service (Call Center) sind größtenteils durch Stromverbrauch sowie den Einsatz von Hardware und Software geprägt. Der Konsum digitaler RPM-Medienprodukte benötigt Hardware und Software, wohingegen die Printmedien nach der Lektüre durch den Konsumenten dem Altpapierkreislauf zugeführt werden.

Insbesondere in den Zulieferer- und den Kernprozessen können Maßnahmen und Ziele auf die Wertschöpfungskette einwirken. Beispiele hierfür sind der Bezug von Ökostrom für die Gebäude und Produktionsstätten der RPM, die Inbetriebnahme von Photovoltaikanlagen sowie die sorgfältige Auswahl von Lieferanten und

Dienstleistern. Eine nachhaltige Papiereinkaufsstrategie (z.B. gesteigerter Bezug von 100% Recyclingpapier, Reduzierung der Anzahl der Lieferungen), die Umstellung auf mineralölfreie Farben sowie die weitere Reduzierung von Folien- und Verpackungsmaterialien können die Auswirkungen der vorgelagerten Wertschöpfungskette positiv beeinflussen.

In den Kernprozessen werden Auswirkungen durch RPM-Mitarbeitende (Dienstreisen, Pendlerverhalten, Abfallmanagement, etc.) durch stetige Sensibilisierung und gewisse Anreize oder Handlungsanweisungen (z.B. Bezuschussung Deutschlandticket, Reiserichtlinie) reduziert. Prozessoptimierungsmaßnahmen in der Logistik (z.B. Routen-Optimierungssoftware) und den Druckprozessen bewirken in großem Ausmaß Verbesserungen.

Für die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks sind Daten der kompletten Wertschöpfungskette verarbeitet worden. Neben Einkaufsmengen- und Verbrauchsdaten, die den RPM-Fachbereichen in Form von Lieferscheinen und Rechnungen vorliegen, sind auch Primärdaten (Ablesen von Zählerständen) sowie Daten aus Digital-Reportings Bestandteil dieses Berichts. Lieferantenspezifische Emissionsfaktoren (Papier, z.T. auch Druckfarbe, Druckplatten und IT-Hardware) sind, sofern durch den Lieferanten übermittelt, berücksichtigt, ebenso wie externe Druck- und Logistikdienstleistungen.



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse**
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

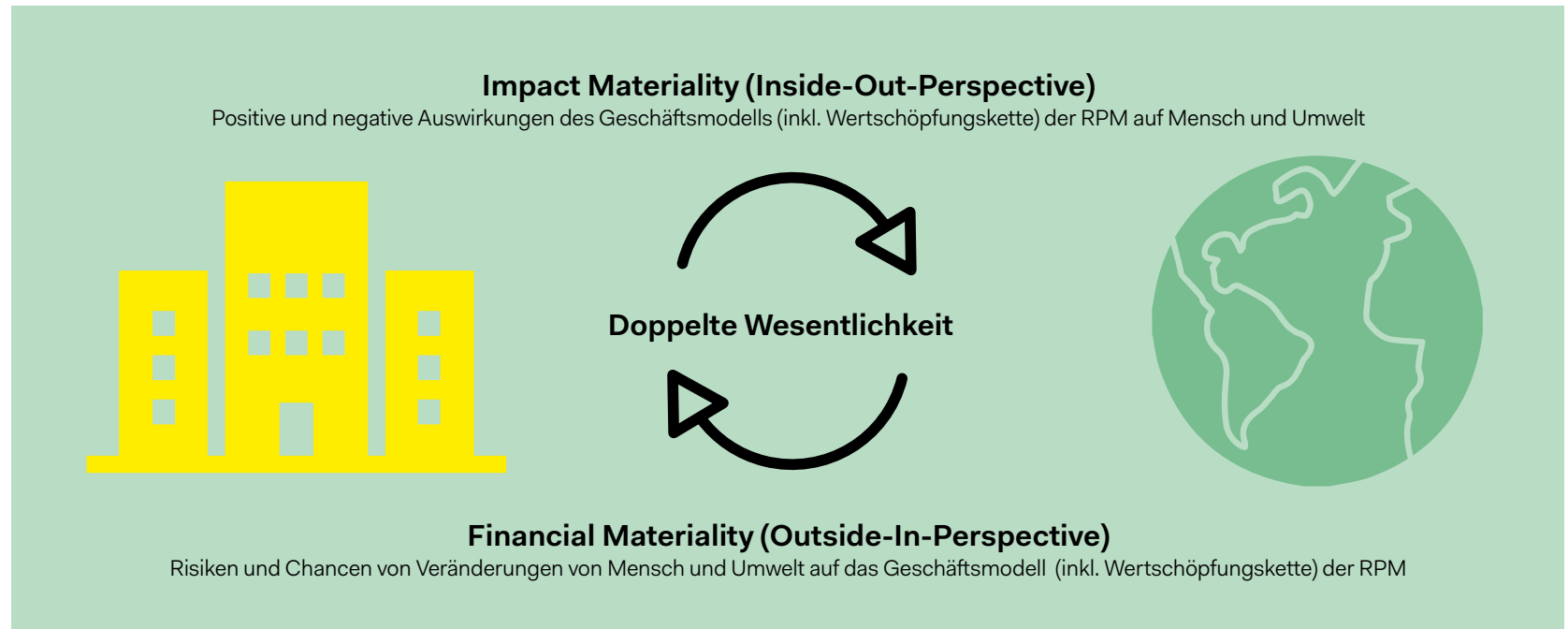
Impressum

1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse

Im Juli 2024 hat die Geschäftsführung der Rheinische Post Mediengruppe die Leitung Unternehmenskommunikation & Nachhaltigkeit mit der konkreten Vorbereitung der CSRD-konformen Nachhaltigkeitsberichterstattung beauftragt. Bestandteil dieser Vorbereitung ist die Durchführung einer Doppelten Wesentlichkeitsanalyse (DWA), die sich in folgende Prozessschritte unterteilt:

- 1. Anforderungen verstehen, ESRS-Dokumente sichten, Überblick verschaffen, internes und externes Fachwissen einholen**
- 2. Eine Long-List zu allen ESRS-Themen, Unterthemen und Unter-Unterthemen erstellen**

Auf Basis der Nachhaltigkeitsthemen nach den Vorgaben der ESRS hat die Leitung Nachhaltigkeit mithilfe der entsprechenden Fachabteilungen eine Long-List zu allen ESRS-Themen, Unterthemen und Unter-Unterthemen erstellt. Detaillierte Austauschrunden (in Form von TEAMS-Meetings, persönlichen Durchsprachen, E-Mails, Telefonaten) haben stattgefunden, um die Auswirkungen, Chancen und Risiken jedes ESRS-Themas, Unterthemas oder Unter-Unterthemas festzulegen, zu beschreiben und einzuordnen. Dabei sind alle Themen anhand von zwei Dimensionen, „Impact Materiality“ und „Financial Materiality“ bewertet und kategorisiert worden:



Vorwort Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post

Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im

Rahmen der gesetzlichen Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits- analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Die Formulierung von **eindeutigen, nachvollziehbaren, bewertbaren und differenzierten Beschreibungstexten für die IRO's** (Impacts, Risks, Opportunities) im Sparring mit den Fachbereichen bildet die Grundlage für die Wesentlichkeitsbewertung. Zur Klärung offener Fragen und spezifischer Details in den IRO-Beschreibungen wurden externe Stakeholder einbezogen. Einige Beispiele sind:

- **Papierlieferanten** der RPM wurden gebeten, produktionsspezifische Daten offenzulegen (Wasserverbrauch pro Tonne Zeitungspapier, genutzte Energieträger, Einsatz besorgniserregender Stoffe)

- **Skandinavische Papierlieferanten** der RPM wurden hinsichtlich der Achtung der Rechte indigener Völker (in diesem Fall: Samen) befragt. Nachweise zur Holzherkunft wurden eingereicht

- Austausch mit den **Druckfarbenlieferanten** der RPM zur Thematik „Vorkommen von Mikroplastik in Druckfarben“

Die **Bewertungsschemata für die Impact Materiality (Inside-Out-Perspective) und die Financial Materiality (Outside-In-Perspective)** sind in Zusammenarbeit mit anderen Verlagen in der Projektgruppe zur Doppelten Wesentlichkeitsanalyse des Arbeitskreises Nachhaltigkeit des BDZV entwickelt worden.

Identifizierte, wesentliche Risiken (Outside-In-Perspective) sind entweder **physischen Risiken** oder **Übergangsrisiken** zuzuordnen. Per Definition ergeben sich physische Risiken als direkte Risiken durch

den Klimawandel: Hochwasser, extreme Hitze, Waldbrände etc. Übergangsrisiken sind Risiken im Zusammenhang mit der Umstellung auf eine kohlenstoffarme Welt. Dies sind beispielsweise hohe Rohstoffpreise oder Steuern auf fossile Brennstoffe. In den Kapiteln [3. Umwelt](#), [4. Soziales](#) und [5. Governance](#) werden die wesentlichen physischen und Übergangsrisiken beschrieben.

Die RPM definiert auf einer Skala von 1 – 5 eine **Wesentlichkeitsgrenze von 3,5**. Sofern der errechnete Wert der Wesentlichkeit gleich oder oberhalb des von der RPM definierten Schwellenwerts von 3,5 liegt, ist das Thema wesentlich und wird im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts gemäß den entsprechenden Angabepflichten betrachtet. Liegt der Durchschnittswert unter dem Schwellenwert von 3,5, ist das IRO nicht wesentlich, sprich nicht relevant für die RPM und ihre Wertschöpfungskette (Ausnahme: IRO mit Menschenrechtsbezug, direkt verursacht durch die RPM).

3. Detaillierte **Prüfung der erstellten Long-List** und des Bewertungsschemas

4. **Erstellung einer Short-List**
Die Short-List ist die Version der Long-List ohne die „Null-IROs“, sprich Themen, die mit Null bewertet sind und somit überhaupt keine Wesentlichkeit für die RPM haben

5. Erstellung der **Liste aller für die RPM wesentlichen Themen** und Überführung in die **Wesentlichkeitsmatrix**

Auf die in der **Short-List** aufgeführten IROs wird zur Erstellung der Liste aller für die RPM wesentlichen Themen das **Maximalwertprinzip** ange-

wendet. Das bedeutet, dass jedes Unterthema (Ebene E1-1 etc.) hinsichtlich der ermittelten Wesentlichkeiten der darunterfallenden IROs geprüft wird. Beinhaltet das Unterthema einen Impact oder eine Chance/ ein Risiko, welches als wesentlich bewertet wird, dann ist das gesamte Unterthema als wesentlich einzustufen. Die Höhe der Wesentlichkeit orientiert sich an dem höchstbewerteten IRO des jeweiligen Unterthemas. Unterthemen können doppelt wesentlich, nur finanziell oder nur Impact-wesentlich sein. Lediglich Unterthemen, die keinen wesentlichen IRO enthalten, werden als unwesentlich aus dem Berichtsumfang genommen.

Basierend auf dem vorgestellten Maximalwertprinzip und der gewählten Wesentlichkeitsgrenze von 3,5 sind **insgesamt 14 Unterthemen aus ESRs-Themen wesentlich für die RPM: acht doppelt wesentlich und jeweils drei Unterthemen einfach wesentlich** (siehe Tabelle auf der nächsten Seite).

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
**1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse**
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Inside-Out >= 3,5 Outside-In >= 3,5 Beide

ESRS-U	Unterthema	Inside-Out	Outside-In
E1-1	Anpassungen an den Klimawandel	3,3	5,0
E1-2	Klimaschutz	4,0	4,0
E1-3	Energieverbrauch / Energiemix	4,3	4,0
E3-1	Wasser	4,7	3,0
E4-1	Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen	4,0	3,0
E5-1	Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung	4,0	4,0
G1-1	Unternehmenskultur	3,0	4,0
G1-2	Unternehmensethik	3,5	4,0
G1-4	Politisches Engagement	3,5	4,5
S1-1	Arbeitsbedingungen	3,5	4,5
S1-2	Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle	3,3	4,0
S1-3	Sonstige arbeitsbezogene Rechte	3,5	4,0
S3-2	Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften	4,0	0,0
S4-1	Informationsbezogene Auswirkungen für Verbraucher und/oder Endnutzer	4,0	4,0



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
**1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse**
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

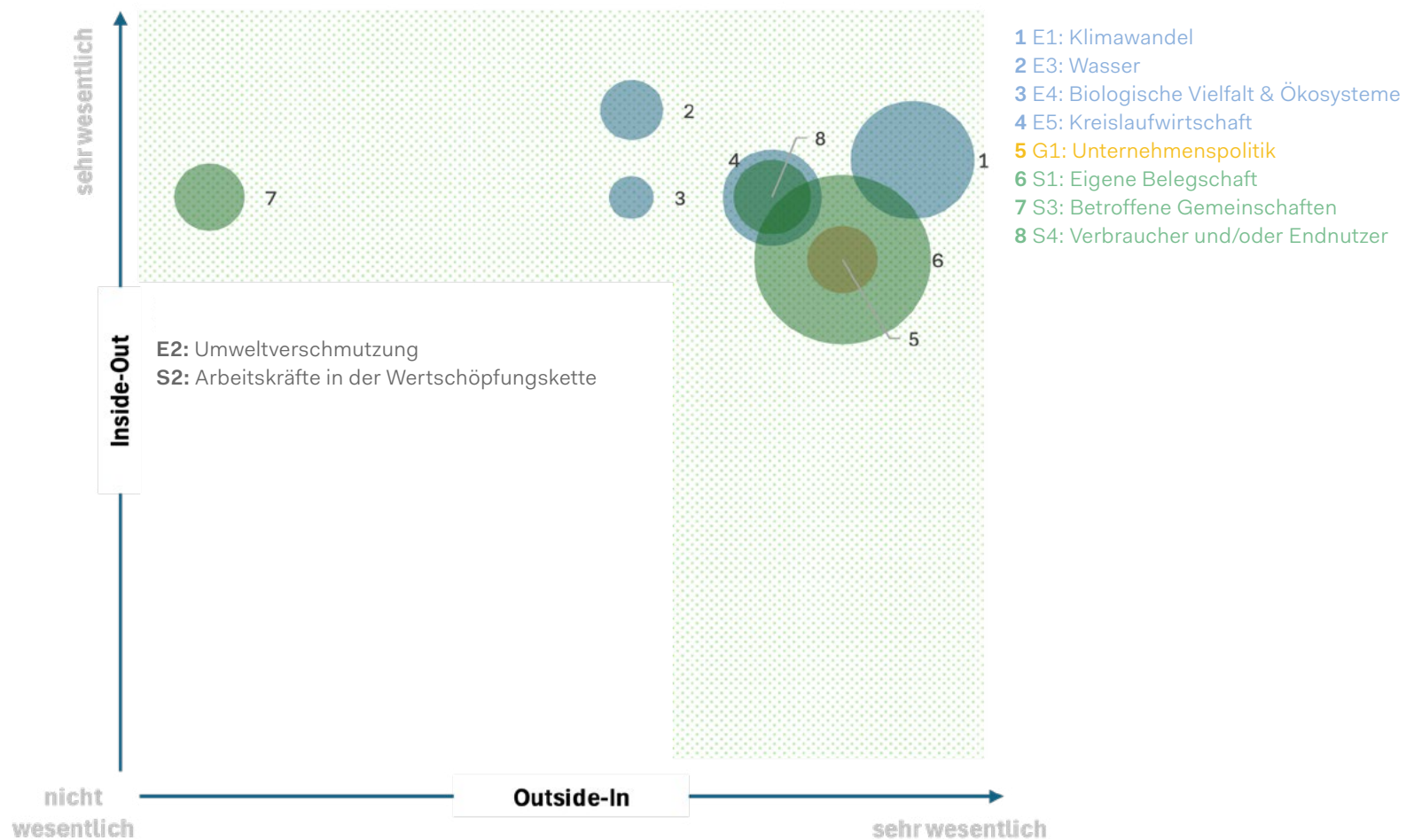
Soziales

05

Governance

Impressum

Die nachfolgende Grafik zeigt die **Einordnung der acht wesentlichen ESRS-Themen für die RPM**, basierend auf der oben erläuterten Bewertungsmethode. In den Kapiteln zu den drei Bereichen des Nachhaltigkeitsberichts E, S und G werden die wesentlichen Themen auf Ebene der Unterthemen, also in einem höheren Detaillierungsgrad, dargestellt. Zur Wahrung der Übersichtlichkeit spiegelt die grafische Darstellung hier die acht wesentlichen ESRS-Themen wider.



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
 - 1.2. Unternehmensportrait
 - 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
 - 1.4. Nachhaltigkeitsteam
 - 1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
 - 1.6. Wertschöpfungskette
 - 1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse**
 - 1.8. Stakeholder-Analyse
 - 1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
 - 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

6. Vorerst **keine Einbindung (weiterer)** **externer Stakeholdergruppen**

Die **Stakeholderbeteiligung** (siehe Kapitel [1.8. Stakeholder-Analyse](#)) wurde indirekt über die enge Einbindung der Organisationseinheiten der RPM (Energie, Einkauf, Druck, Logistik, Personal, Rechtsabteilung, Finanzen, etc.) an den verschiedenen Standorten abgebildet. Die Fachexperten dieser Bereiche wurden wiederholt in den Analyseprozess eingebunden und die Einschätzungen und Interessen der Stakeholder so in den Prozess eingebracht.

7. Freigabe der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse

Die finalisierte DWA, geprüft durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft der RPM, wurde durch die Leitung Nachhaltigkeit der Holding-Geschäftsführung zur Freigabe vorgestellt. Sowohl Gesellschafterversammlung als auch Aufsichtsrat der RPM nahmen in deren Juni-Sitzung 2025 den Projektstatus der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse – präsentiert durch die Holding-Geschäftsführung – zur Kenntnis.

8. Nachhaltigkeitsberichterstattung über wesentliche Themen der RPM

- Datenmapping
- Berücksichtigung der EU-Omnibus-Verordnung
- Ziele und Maßnahmen werden entwickelt
- Zusammenführen und formulieren

Die **Ergebnisse der DWA bilden die Grundlage für die jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung**. Insbesondere in die erstmalige Analyse ist besondere Mühe und Sorgfalt geflossen, da auf Basis der Ergebnisse Strategien und Ziele formuliert werden, an denen sich die RPM in den Folgejahren messen lassen wird. Die Ergebnisse werden kontinuierlich Jahr für Jahr auf Richtigkeit und Aktualität geprüft, um mögliche Anpassungen bei Bedarf vorzunehmen.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post

Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

1.8. Stakeholder-Analyse

Die RPM ist als Mediengruppe in einem **dynamischen und vielschichtigen Umfeld** tätig, das von technischen Innovationen, politischen Rahmenbedingungen und gesellschaftlichen Entwicklungen geprägt ist. Die RPM-Stakeholder – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens – haben teils **unterschiedliche Erwartungen, Anforderungen und Einflussmöglichkeiten**.

Identifikation und Analyse der RPM-Stakeholdergruppen

Ziel dieser Stakeholder-Analyse ist es, die für die RPM relevanten Anspruchsgruppen zu identifizieren.

Die Analyse unterscheidet zwischen **internen** und **externen Stakeholdern**. Zur Bewertung werden die Kriterien Interessen/ Erwartungen sowie Einfluss herangezogen:

Kategorie	Stakeholder	Interessen/ Erwartungen	Einfluss auf die RPM	Einfluss der RPM
Intern	Mitarbeitende	Sicherer Arbeitsplatz, gute Arbeitsbedingungen	Hoch	Hoch
	Management, Geschäftsführung	Wirtschaftlicher Erfolg, Effizienz, strategische Steuerung	Hoch	Hoch
	Gesellschafter, Aufsichtsrat, Herausgeber	Rendite, Einhaltung von Unternehmenszielen, Reputation	Hoch	Mittel
Extern	Konsumenten (Lesende, User, Hörende)	Unabhängige, interessante, Mehrwert-bringende Inhalte	Hoch	Hoch
	Anzeigenkunden (national, lokal, privat)	Reichweite, Zielgruppenaffinität, positive Darstellung, Umsatz	Mittel bis hoch	Mittel
	Beilagenkunden	Reichweite, Zielgruppenaffinität, Umsatz	Mittel bis hoch	Mittel
	Druckkunden	Zuverlässigkeit, Qualität, Preis-Leistung	Mittel bis hoch	Mittel
	Lieferanten, Dienstleister	Langfristige Zusammenarbeit, faire Vertragsbedingungen	Hoch	Mittel

Tabelle wird auf der nächsten Seite fortgesetzt.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

1.1. Rheinische Post

Mediengruppe

1.2. Unternehmensportrait

1.3. Nachhaltigkeitsstrategie

1.4. Nachhaltigkeitsteam

1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen

1.6. Wertschöpfungskette

1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse

1.8. Stakeholder-Analyse

1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Kategorie	Stakeholder	Interessen/ Erwartungen	Einfluss auf die RPM	Einfluss der RPM
Extern	Grossisten, Verkaufsstellen	Langfristige Zusammenarbeit, faire Vertragsbedingungen	Niedrig bis mittel	Niedrig
	Politik (bundespolitisch, landespolitisch, kommunal)	Gesetzestreue Berichterstattung, konstruktiver gesellschaftlicher Diskurs	Mittel bis hoch	Mittel bis hoch
	Landesmedienanstalten	Sicherung Medien- und Anbietervielfalt, Schutz Meinungs- und Medienfreiheit	Hoch	Niedrig
	NGOs, Verbände	Relevante, faire Berichterstattung zu Themen wie Umwelt, Soziales, etc.	Niedrig bis mittel	Niedrig bis mittel
	Kapitalgeber, Banken, Versicherungen	Solide Geschäftsentwicklung, Kreditwürdigkeit	Mittel	Niedrig bis mittel
	Gewerkschaften	Tarifbindung, Mitbestimmung, faire Arbeitsbedingungen	Mittel	Niedrig bis mittel
	Wettbewerber	Marktverhalten, Preisgestaltung, journalistische Standards	Niedrig bis mittel	Niedrig bis mittel
	Betroffene Gemeinschaften	Achtung wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Rechte von Gemeinschaften	Niedrig	Niedrig
	Erläuterung: Einfluss auf die RPM: Inwieweit die Stakeholdergruppe das Handeln und die Ausrichtung der Mediengruppe beeinflusst. Einfluss der RPM: Inwieweit die Mediengruppe Einfluss auf die jeweilige Stakeholdergruppe nimmt.			



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

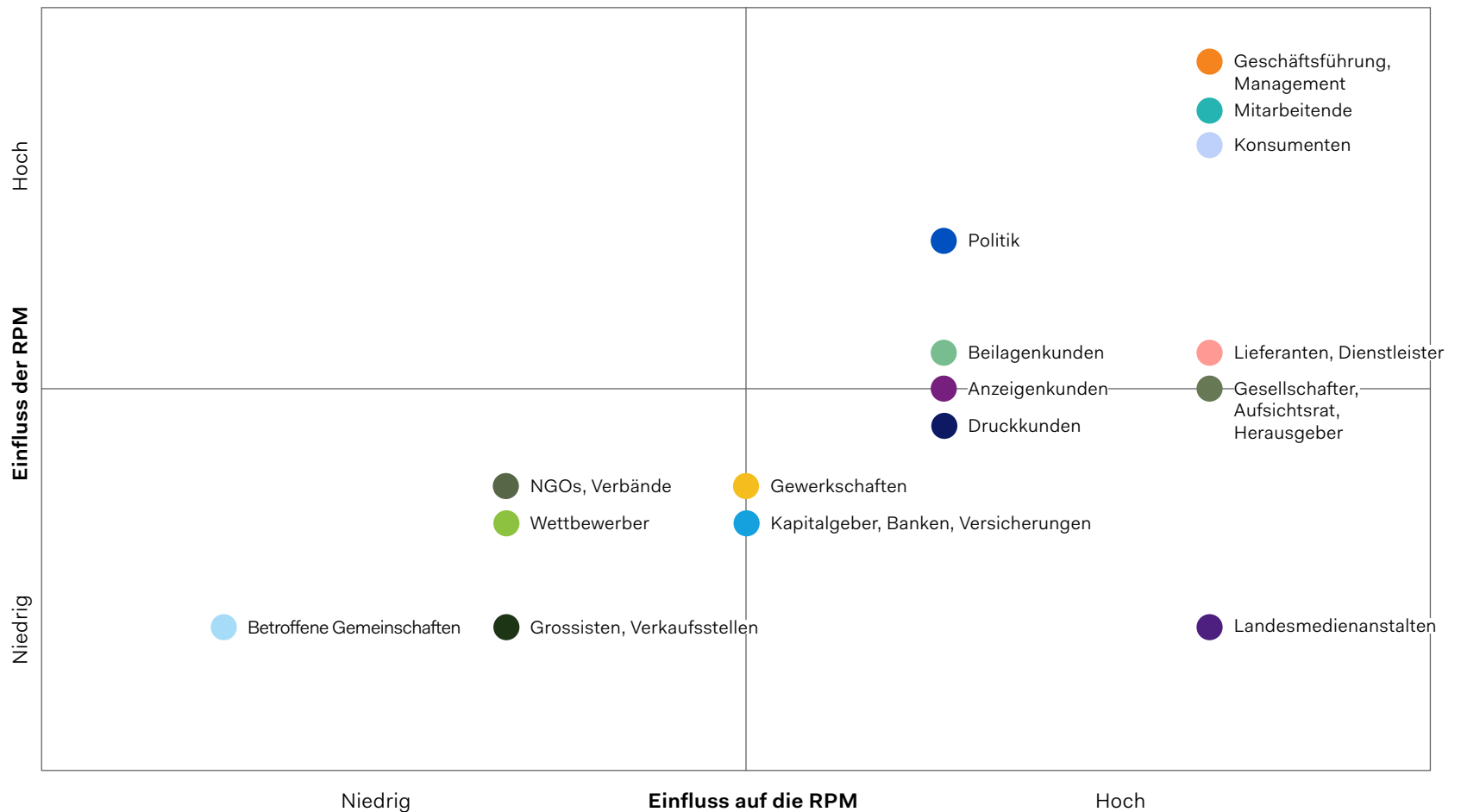
05

Governance

Impressum

Alle internen Stakeholdergruppen sowie Konsumenten, Lieferanten und Dienstleister haben einen hohen Einfluss auf die Geschäftstätigkeiten der RPM. Die Mediengruppe übt einen hohen Einfluss auf die Mitarbeitenden, das Management und die Geschäftsführung sowie ihre Konsumenten (Lesende, User, Hörende) aus.

Stakeholder-Analyse



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Einbeziehen der Stakeholdergruppen in die Doppelte Wesentlichkeitsanalyse

In den bisherigen Prozess der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse (siehe Kapitel [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#)) wurden mit Ausnahme weniger Lieferantengruppen **keine internen oder externen Stakeholder direkt einbezogen**.

Da die nötigen Organisationseinheiten der RPM (Personal, Rechtsabteilung, Energie, Einkauf, Druck, Logistik, Finanzen, etc.) an den verschiedenen Standorten eng und wiederholt in den Analyseprozess eingebunden wurden und die Einschätzungen und Interessen der zu vertretenden Stakeholdergruppen so in den Prozess einbringen konnten, ist der **Nicht-Einbezug der Stakeholder zum jetzigen Zeitpunkt vertretbar**. Insbesondere die Interessen und Erwartungen der mit „hohem Einfluss“ bewerteten Stakeholdergruppen sind durch RPM-Fachbereiche vertreten. Beispiele sind:

- **Mitarbeitende:** vertreten durch Personalbereiche der RPM-Standorte sowie die Rechtsabteilung
- **Lieferanten und Dienstleister:** vertreten durch Einkaufsabteilungen der RPM-Standorte, Energiemanager, Abteilungen für die Innen- und Immobilienverwaltung, etc.

Zukünftig ist vorgesehen, die Stakeholder Schritt für Schritt direkt einzubinden. Derzeit werden in enger Abstimmung mit den Fachabteilungen und Branchenverbänden Ansätze dafür entwickelt, wie pro Stakeholdergruppe individuelle und sinnvolle Analyseintegrationen aussehen können.

Vertretung der Stakeholdergruppen durch die RPM-Fachbereiche

Kurze Kommunikationswege, hohe Fachkompetenzen in den Organisationseinheiten und die Bereitschaft, schnell Informationen bereitzustellen, begünstigen den Analyseprozess. Externe Informationsquellen (Internetrecherche, Nachhaltigkeitsberichte anderer Unternehmen und Verlage, Webinare, Austausch mit anderen Verlagen innerhalb oder außerhalb der Verbandstreffen) bieten zusätzlichen Input, der durch die RPM-Organisationseinheiten ebenfalls analysiert und bewertet wird. Die jahrelange, enge und auch vertraute Zusammenarbeit der jeweiligen RPM-Fachbereiche mit internen und externen Stakeholdern ermöglicht es, dass die **RPM-Fachbereiche die Meinungen und Ansichten der Stakeholdergruppen qualifiziert wiedergeben** können. Ein gutes Beispiel sind hier die Einkaufsabteilungen der RPM-Standorte. Insbesondere mit den Kernlieferanten (Papier, Farbe und Platten) stehen die Einkäufer in regelmäßigem und intensiven Austausch.

Im Falle von fehlenden, kritischen Detailinformationen sind die RPM-Fachbereiche direkt auf die externen Stakeholder zugegangen und haben um „offizielle“ Unterstützung gebeten.

Die Redaktionen (Print und Digital) sowie die Digital- und Vertriebseinheiten der RPM-Standorte führen regelmäßig **Marktforschungen** durch, um die inhaltlichen Interessen und Präferenzen der Konsumenten besser zu verstehen und in die Produktgestaltung einzubeziehen.

Engagement der Verlegerverbände BDZV und BVDA

Die Verlegerverbände BDZV und BVDA sind bemüht, die Mitgliedsverlage bestmöglich in den CSRD-Vorbereitungen zu unterstützen. Anfang 2025 wurde deshalb angedacht, eine Befragung bestimmter externer Stakeholder vorzubereiten, von der die Mitgliedsverlage profitieren, indem die Ergebnisse der Befragung für die unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsberichte genutzt werden können. Insbesondere sollte diese Befragung NGOs (WWF, Deutsche Umwelthilfe, Naturschutzbund Deutschland) und Mitglieder der Bundesregierung umfassen, da die Verbände hier über bestehende Kontakte Zugang zu diesen Personen erhalten könnten. Einschränkend ist zu sagen, dass diese Stakeholderbefragung durch die Verbände nur allgemeine, branchenspezifische Themen adressieren könnte und nicht auf unternehmensspezifische Besonderheiten einzelner Verlage Rücksicht genommen würde. Die CSRD-Omnibus-Pakete und die damit verbundenen substantiellen Erleichterungen der Berichterstattungspflichten für die Mitgliedsverlage hat zur Folge, dass das Vorhaben der Stakeholderbefragung aktuell pausiert und das weitere Vorgehen im Laufe des Jahres 2026 definiert werden muss.

Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck

Der „digitale Zwilling“ stellt die Datenerfassungsstruktur dar, welche die Grundlage der CO₂-Bilanzierung und auch dieses Berichts ist. Die Tätigkeiten und die daraus resultierenden Emissionen der Mediengruppe werden in vier **Geschäftsbereiche (Verwaltung, Druck, Logistik und Digital)** eingeteilt. Pro Geschäftsbereich wird zusätzlich zwischen den einzelnen Hauptstandorten der Mediengruppe (**Düsseldorf & Niederrhein, Saarbrücken & Trier, Bonn, Hamburg & München**) unterschieden.

	Rheinische Post Mediengruppe			
Geschäftsbereich	Verwaltung	Druck	Logistik	Digital
Standort	Düsseldorf & Niederrhein	Düsseldorf & Niederrhein	Düsseldorf & Niederrhein	Düsseldorf & Niederrhein
	Saarbrücken & Trier	Saarbrücken & Trier	Saarbrücken & Trier	Saarbrücken & Trier
	Bonn	Bonn	Bonn	Bonn
	Hamburg & München	Hamburg & München	Hamburg & München	Hamburg & München



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

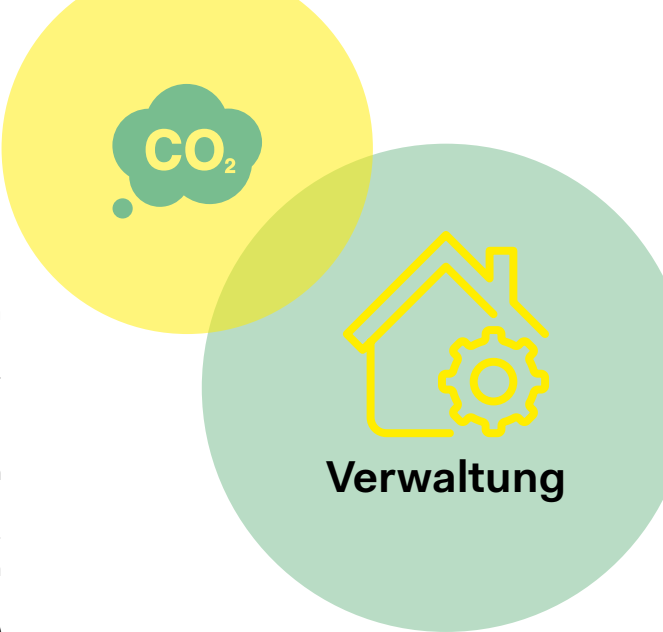
Im **Geschäftsbereich Verwaltung** werden alle Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften entstehen, dokumentiert. Neben den Hauptbürogebäuden und Außenstellen wird beispielsweise auch der Stromverbrauch für (externe) Rechenzentren, Logistik-Mietwohnungen sowie Logistik-Depots einbezogen.

Die Emissionen der **Shadow Arkaden** sind ebenfalls im Geschäftsbereich Verwaltung inkludiert (Standort Düsseldorf & Niederrhein), wobei nur die öffentlichen Gemeinschaftsflächen (Treppenhäuser, Flure, Toilet-

ten, Parkhaus) und die selbstgenutzten Büroflächen bilanziert werden müssen (Mieter der Shadow Arkaden müssen selbst einen Corporate Carbon Footprint für die angemieteten Flächen erstellen).

Neben den aus dem Gebäudebetrieb entstehenden Emissionen (Energie, Abfall, Wasser, etc.), sind zudem auch die Emissionen für Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten, bezogene Dienstleistungen (z.B. Rechts-, Prüf- und Beratungsleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen für Gebäude, etc.) sowie Büroausstattung aufgeführt.

Emissionskategorien Geschäftsbereich Verwaltung	
Firmenfahrzeuge	Bilanzierung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs (in l oder kWh) der Dienstwagen. Ermittlung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs findet über die eingesetzten Tankkarten statt. Annahme: Für Hybridfahrzeuge wird eine 50/50-Aufteilung zwischen Benzin und Strom angenommen.
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	Erdgasverbrauch für Heizungen in Büros (in kWh). Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen. Der Bonner Standort bezieht grünes Gas. Annahmen: • Die Bonner Liegenschaft wurde zum 31.08.2024 veräußert. In der Zeit nach dem Verkauf (01.09.2024 bis 31.05.2025) wurden die bisherigen Flächen weiter angemietet. Aufgrund fehlender Unterzähler ist es nicht möglich, den Gasverbrauch den einzelnen Mietparteien eindeutig zuzuordnen. Die Heizverbräuche für den Zeitraum 01.01. – 31.05.2025 wurden anhand von Vorjahresgesamtverbräuchen geschätzt. Seit dem 01.06.2025 mietet der Bonner Verlag neue Büroflächen an, die mit Fernwärme geheizt werden. • Die Gasverbräuche für die Bonner Außenstellen basieren auf Hochrechnungen, da die Nebenkostenabrechnung zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht vorlag. • Der Gasverbrauch für das Gebäude der IT-Tochter circ IT auf dem Düsseldorfer Campus liegt per Rechnung für den Zeitraum 01.01. – 26.09.2025 vor, danach sind die Verbrauchswerte auf Basis der Jahresdaten 2024 für das letzte Quartal 2025 geschätzt.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10.ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Verwaltung

Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	Fernwärmeverbrauch für Heizungen in Büros (in kWh). Emissionskategorie betrifft das Krefelder Bürogebäude, die Shadow Arkaden, das Pressehaus und einige Außenstellen in Saarbrücken sowie die Bürostandorte der DVV in Hamburg und München. Annahmen: • Der Fernwärmeverbrauch für die angemieteten Bonner Büroflächen wurde anhand der Verbräuche älterer Jahre geschätzt. Der Vermieter lieferte die Schätzungen, eine erste Nebenkostenabrechnung mit Istzahlen folgt erst im Laufe des 2026. • Aufgrund fehlender Informationen durch ista, den Heizkostenverteiler der Shadow Arkaden, wird die bezogene Fernwärme für die Shadow Arkaden anhand der m²-Flächen für die Büros sowie die öffentlichen Bereiche berechnet und entspricht somit nicht dem genauen Fernwärmeverbrauch. Die Verbräuche der Mieter sind exkludiert und müssen von diesen selbst berichtet werden. • Für die angemieteten Büroflächen in Hamburg und München ist der Fernwärmeverbrauch ebenfalls geschätzt.
Gasaustritt aus Anlagen	Bilanzierung der verbrauchten Kühlmittelmenge in mittelgroßen oder kleinen stationären Klimageräten (Gasleckage in kg). Außenstellen werden in dieser Emissionskategorie exkludiert (keine oder selten Klimaanlage vorhanden).
Eingekaufter Strom	Bilanzierung des Stromverbrauchs (Graustrom, grüner Strom sowie erneuerbarer Strom aus Photovoltaik) in kWh. Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen. Der schrittweise Rückbau des Bonner Rechenzentrums hat bis Mai 2025 angedauert. Der Stromverbrauch ist im Gebäudestrom enthalten. Diese Kategorie umfasst auch die Bilanzierung des Stromverbrauchs für die Trierer Logistik-Depots, die Logistik-Mietwohnungen sowie das Saarbrücker Wohnhaus. Annahmen: • Für die Shadow Arkaden wird der Stromverbrauch für die Verkehrsflächen, das Parkhaus sowie die selbstgenutzten Büros bilanziert. Die Stromverbräuche der Mieter sind exkludiert. • Die Bonner Liegenschaft wurde zum 31.08.2024 veräußert. In der Zeit nach dem Verkauf (01.09.2024 bis 31.05.2025) wurden die bisherigen Flächen weiter angemietet. Aufgrund fehlender Unterzähler ist es nicht möglich, den Stromverbrauch den einzelnen Mietparteien eindeutig zuzuordnen. Für den Zeitraum 01.01. – 31.05.2025 wurden die Verbräuche auf Basis der Gesamtverbräuche der Vorjahre geschätzt. Seit dem 01.06.2025 mietet der Bonner Verlag neue Büroflächen an und die Stromverbräuche sind ab diesem Zeitpunkt abgelesene Istwerte. • Der Stromverbrauch für die angemieteten Büroflächen in Hamburg basiert auf der Summe des selbst verbrauchten Stroms und einer Schätzung für eine Vermieterumlage (für die allgemeine Gebäudeumlage).



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10.ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Verwaltung

Wasserverbrauch und Abwasser	Bilanzierung der verbrauchten Wasser- und Abwassermenge (in m³). Annahmen: • Der Wasserverbrauch für das Gebäude der circ IT auf dem Düsseldorfer Campus liegt per Rechnung für den Zeitraum 26.09.2024 – 25.09.2025 vor. Der Jahresverbrauch 2025 ist geschätzt. Die Abwassermenge ist auf Basis des Vorjahreswerts berechnet. • Die Wasserverbräuche sowie Abwassermengen für die angemieteten Büroflächen in Hamburg und München sind geschätzt, da nur die Nebenkostenabrechnungen der Vorjahre vorliegen.
Betriebliche Abfälle	Bilanzierung verschiedener Büroabfälle (in t): Bauwesen, Restmüll/gemischte Abfälle, Papier, Plastik sowie organische Abfälle (gemischte Speisereste/ Gartenabfälle). Annahmen: • Größtenteils basieren die Werte auf groben Schätzungen, da eine Erhebung (je nach Abfalltyp) schwierig ist. • Außenstellen und der Standort München werden in dieser Emissionskategorie exkludiert, da in den angemieteten Gebäuden keine eigenen Mülltonnen pro Mieter zur Verfügung stehen. • Für die Shadow Arkaden wird die Gesamtmenge je Abfalltyp auf Basis der betrachteten Flächen zugeordnet.
Pendelfahrten	Bilanzierung der Pendlerfahrten (Wohnort - Arbeitsplatz) und der Home-Office-Emissionen der Mitarbeitenden. Daten stammen aus einer Umfrage, an der 435 Mitarbeitenden der Mediengruppe im Frühjahr 2025 anonym teilnahmen. Zustellende sind exkludiert (kein Zugang zum Intranet). Nicht teilgenommen haben Mitarbeitende des Standorts Sibiu. Themen der Umfrage: Büro- vs. Home-Office-Tage, Länge des Arbeitsweges, genutzte Verkehrsmittel für Arbeitsweg und Außentermine sowie die Attraktivität des Deutschlandtickets. Annahmen: • Die Umfrage ist repräsentativ (14,0% der Mitarbeitenden haben teilgenommen). • Basierend auf der Anzahl Mitarbeitende (2.539, berichtete MA-Zahl minus der Mitarbeitenden der Standorte, die nicht teilgenommen haben) wurden die Umfrageergebnisse entsprechend hochgerechnet. Die Bilanzierung erfolgt in km (Strecke pro Verkehrsmittel) oder Tagen (Büro- vs. Home-Office-Tage).



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Verwaltung

Dienstreisen	Bilanzierung der Dienstreisen anhand von Reisekategorien (Auto, Bahn, Flug, Taxi und Hotelaufenthalt) (in EUR) im Reisekostentool Viatos für die Standorte Düsseldorf & Niederrhein, Bonn und Hamburg. Zusätzlich werden die eingereichten Fahrtkosten von Redakteuren und Zustellern (Kilometergelder) berücksichtigt. Das Reisekostentool Viatos ist am Standort Saarbrücken & Trier noch nicht im Einsatz. Die Bilanzierung basiert dort auf den verbuchten Reisekosten in SAP.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung der verschiedenen bezogenen Dienstleistungen (in EUR): Bildungsdienstleistungen, Dienstleistungen für Gebäude und Wohnungen, Versicherungen, Unterhaltung und Events, Rechts-, Prüf- und Beratungsleistungen, Sicherheits- und Ermittlungsdienstleistungen, Werbung, Postversand, Telefonie sowie Fahrzeugreparatur und -wartung.
Büroausstattung	Bilanzierung der eingekauften Büroausstattung (in EUR) sowie Bilanzierung der eingesetzten Lebensmittel in den Kantinen (in EUR).



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
1.10.ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

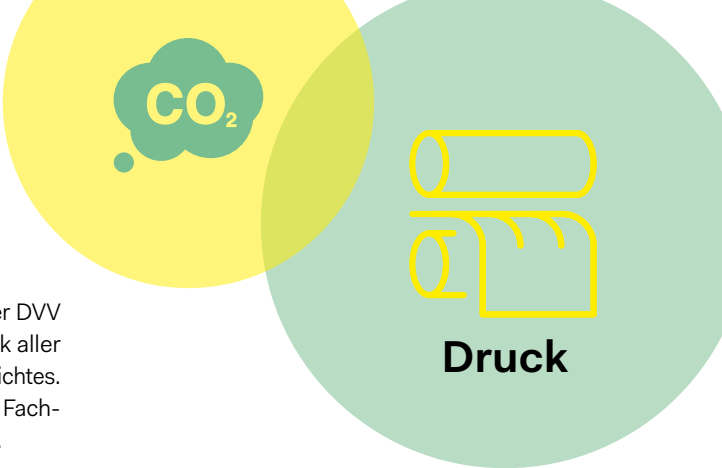
05
Governance

Impressum



Im **Geschäftsbereich Druck** werden alle für den Druckprozess nötigen Aktivitäten und Prozesse betrachtet und ausgewiesen. Seit Januar 2025 werden die Bonner Tageszeitung und ein Bonner Anzeigenblatt in Düsseldorf-Heerdt gedruckt. Sofern möglich, ist der

externe Druck der deutschen Publikationen der DVV Media Group sowie der externe Magazindruck aller RPM-Standorte ebenfalls Bestandteil dieses Berichtes. Insgesamt sind fünf externe Druckereien für die Fachmedien und Magazine der RPM berücksichtigt.



Emissionskategorien Geschäftsbereich Druck	
Produktionsmaterialien	Eigene Druckereien: Bilanzierung der im Geschäftsjahr eingekauften (nicht: verbrauchten) Menge aller Produktionsmaterialien (z.B. Papier, Druckplatten, Druckfarbe, Feuchtmittel, versch. Folienarten in t oder kg). Externe Druckereien: Bilanzierung der im Geschäftsjahr verbrauchten (nicht: eingekauften) Menge aller Produktionsmaterialien (z.B. Papier, Druckplatten, Druckfarbe, Feuchtmittel, versch. Folienarten in t oder kg). Lieferantenspezifische Emissionsfaktoren sind, sofern vorhanden, berücksichtigt. Annahme: Externe Druckereien: Die Menge der anteilig verbrauchten Produktionsmaterialien für die RPM-Produkte basieren auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	Erdgasverbrauch für Druckereigebäude (in kWh). Annahme: Externe Druckereien: Der anteilige Gasverbrauch für die RPM-Produkte basiert auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	Fernwärmeverbrauch für Druckereigebäude (in kWh).
Gasaustritt aus Anlagen	Bilanzierung der verbrauchten Kühlmittelmenge in mittelgroßen stationären Klimageräten (Gasleckage in kg). Annahme: Externe Druckereien: Der anteilige Kühlmittelverbrauch für die RPM-Produkte basiert auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).
Eingekaufter Strom	Bilanzierung des Stromverbrauchs (Graustrom sowie erneuerbarer Strom aus Photovoltaik in kWh). Annahme: Externe Druckereien: Der anteilige Stromverbrauch für die RPM-Produkte basiert auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
1.8. Stakeholder-Analyse
**1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Druck

Wasserverbrauch und Abwasser	Bilanzierung der verbrauchten Wasser- und Abwassermenge (in m³). Annahme: Externe Druckereien: Der anteilige Wasserverbrauch und die anteilige Abwassermenge für die RPM – Produkte basiert auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).
Betriebliche Abfälle	Bilanzierung verschiedener Abfälle (in t): Restmüll/gemischte Abfälle, Kunststoff sowie Kartonage
Entsorgung von verkauften Produkten	Bilanzierung der Menge ausgelieferter Zeitungen und Anzeigenblätter an Leser, die im offenen Recycling-Kreislauf der Haushalte entsorgt wird (in kg). Bilanzierung des an ein Entsorgungsunternehmen verkauften Altpapiers (in kg) sowie Bilanzierung der Menge verbrauchter Druckplatten an ein Entsorgungsunternehmen (in kg). Annahmen: - Die Entsorgung der Leser-Exemplare basiert auf den Auflagenmeldungen der Zeitungsprodukte. Ein Durchschnittsgewicht von 0,116 kg pro Exemplar wird angenommen. - Externe Druckereien: Die anteilige Menge an Altpapier und Druckplatten für die RPM-Produkte, die an Entsorgungsunternehmen verkauft werden, basiert auf Hochrechnungen (gedruckte Seiten RPM vs. gedruckte Seiten insgesamt in der externen Druckerei).
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	Transport-Emissionen des eingekauften Papiers (in tkm) werden bilanziert und als separat eingekaufte Logistikdienstleistung ausgewiesen. Die Transport-Emissionen anderer Produktionsmaterialien (Druckplatten, Druckfarbe, Folien, etc.) werden in den kommenden Jahren ebenfalls bilanziert. Annahme: Die zurückzulegende Entfernung pro Transportmittel (LKW, Containerschiff, Güterzug) von der Papierfabrik zum Druckereistandort ist mit Google Maps errechnet worden.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung angefallener Wartungsreparaturen an den Druckmaschinen (in EUR).



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck**
- 1.10.ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Im **Geschäftsbereich Logistik** werden die Emissionen für den Transport sowie die Zustellung von Tageszeitungen, Anzeigenblättern und Fachmedien angegeben und analysiert.

Emissionskategorien Geschäftsbereich Logistik	
Firmenfahrzeuge	Bilanzierung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs (in l oder kWh) der Logistikflotte in Saarbrücken & Trier. Annahme: • Für Hybridfahrzeuge wird eine 50/50-Aufteilung zwischen Benzin und Strom angenommen.
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	Bilanzierung der eingekauften Speditionsdienstleistungen für Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Fachmedien. Bilanzierung der Zustellerfahrzeuge (in km; private PKW). Annahmen: • Der Transport über die eingekauften Speditionsdienstleistungen erfolgt zu 100% mit dieselbetriebenen Lieferfahrzeugen. • Lediglich 20% aller genutzten Zustellerfahrzeuge sind mit Diesel betrieben, die restlichen sind PKW-Benziner.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung der Fahrzeugreparaturen und -wartungen für Zustellerfahrzeuge in Saarbrücken & Trier (in EUR). Briefgeschäft Saarbrücken: Der Versand von Briefen über die DPAG gilt als klimaneutral (HIER zur Pressemitteilung vom 03.01.2022 „CO₂-Emissionen bei Briefbeförderung ab 2022 automatisch ausgeglichen“). Die Bilanzierung erfolgt dennoch anhand der Kosten, um den Effekt besser auszuweisen. Die Fachmedien des Standorts Hamburg werden über die DPAG ausgeliefert (Portokosten in EUR).



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen
1.1. Rheinische Post Mediengruppe
1.2. Unternehmensportrait
1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
1.4. Nachhaltigkeitsteam
1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
1.6. Wertschöpfungskette
1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
1.8. Stakeholder-Analyse
1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck
1.10.ESG-Ziele und Maßnahmen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

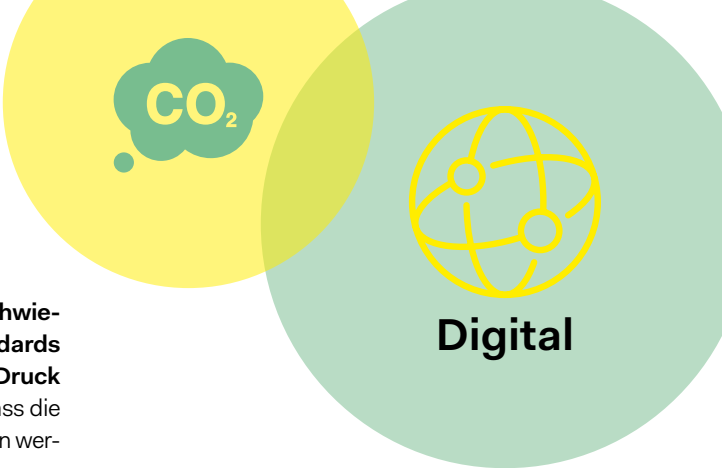
05
Governance

Impressum

Im **Geschäftsbereich Digital** werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien (Webseiten, ePaper) der Mediengruppe gelesen werden. Zudem werden die Emissionen für Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware bilanziert. Die **Erfassung der Emis-**

sionen im Bereich Digital ist aktuell am schwierigsten, da es noch deutlich weniger Standards und Transparenz als im Geschäftsbereich Druck gibt. Es muss davon ausgegangen werden, dass die ausgewiesenen Emissionen im Digitalen steigen werden, sobald die Datenqualität zunimmt.

Emissionskategorien Geschäftsbereich Digital	
Nutzung verkaufter Produkte	Bilanzierung der Emissionen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien (Webseiten, ePaper) der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) gelesen werden (in Produktgröße, Aufrufe und Gesamtbetrachtungsdauer). Annahmen: • Die Größen der ePaper (in MB, pro Ausgabe) sind geschätzt (pro Tag pro Verlag). • Die Größen der Webseiten (in MB) werden für die Endgeräte Desktop und Tablet als identisch angenommen, da das ausgelieferte HTML-Format deckungsgleich ist und sich auch die Werbeplatzierungen wenig bis gar nicht unterscheiden. Da auf dem Smartphone gewisse Werbeformate nicht ausgespielt werden können (und auf Alternativen zurückgegriffen wird), ist davon auszugehen, dass die Datenmenge um 25 % geringer ist.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung bezogener Dienstleistungen: Software-Lizenzen und Softwarepflege, Datenverarbeitung sowie Hosting/Serverleistungen (in EUR).
Büroausstattung	Bilanzierung der eingekauften Netzwerk- und Server-Hardware (in kg) sowie Hardware für die Mitarbeitenden (in EUR).



Vorwort Inhalt

01

Allgemeine Informationen

- 1.1. Rheinische Post
Mediengruppe
- 1.2. Unternehmensportrait
- 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
- 1.4. Nachhaltigkeitsteam
- 1.5. Berichterstattung im
Rahmen der gesetzlichen
Anforderungen
- 1.6. Wertschöpfungskette
- 1.7. Doppelte Wesentlichkeits-
analyse
- 1.8. Stakeholder-Analyse
- 1.9. Datenerfassungsstruktur
für den CO₂-Fußabdruck**
- 1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Die **Bilanzierungslösung Cozero** stellt sicher, dass Emissionsfaktoren korrekt und aktuell bleiben – durch eine Kombination aus automatisierten Integrationen und regelmäßigen Datenbank-Updates. Die meisten in Cozero verwendeten Emissionsfaktoren werden über Climatiq bezogen – eine führende, regelmäßig gepflegte Emissionsfaktor-Datenbank mit wissenschaftlich geprüften Faktoren aus verschiedenen Quellen. Durch diese Integration erhält Cozero automatisch die neuesten Emissionsfaktoren, sobald Climatiq seine angebundenen Datenquellen aktualisiert.

Cozero bezieht außerdem Daten aus großen Emissionsfaktor-Datenbanken wie AIB, DEFRA, Ecoinvent und IEA. Mehr Informationen können [HIER](#) abgerufen werden. Sofern keine lieferantenspezifischen Emissionsfaktoren vorliegen, wird standardmäßig auf die Emissionsfaktoren in Cozero zurückgegriffen. Die Aktualisierung der Emissionsfaktoren nimmt Einfluss auf die Höhe des CO₂-Fußabdrucks, sodass trotz möglicher geringerer Einkaufsmengen oder umweltfreundlicherer Materialien ein Anstieg der Gesamtemissionen zu vermerken ist.



Vorwort
Inhalt

01

- Allgemeine Informationen
- 1.1. Rheinische Post Mediengruppe
 - 1.2. Unternehmensportrait
 - 1.3. Nachhaltigkeitsstrategie
 - 1.4. Nachhaltigkeitsteam
 - 1.5. Berichterstattung im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen
 - 1.6. Wertschöpfungskette
 - 1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
 - 1.8. Stakeholder-Analyse
 - 1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck

110. ESG-Ziele und Maßnahmen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

1.10. ESG-Ziele und Maßnahmen

In Anlehnung an das Vorgehen zur Formulierung der Unternehmenswerte und Führungsleitlinien sowie der Verabschiedung der Nachhaltigkeitsstrategie, strebt die RPM einen **mitarbeiternahen Prozess zur Definition von ESG-Zielen und Maßnahmen** an. Die Datenbasis muss die nötige Transparenz und Verlässlichkeit bieten, um realistisch-ambitionierte Ziele zu setzen und konkrete Maßnahmen abzuleiten. Dieser Prozess nimmt sehr viel Zeit in Anspruch.

Die Einhaltung von mediengruppeneigenen Unternehmensregeln und -zielen stellt ein zentrales Element des Handelns des Unternehmens und der Mitarbeitenden dar. **Verschiedene Richt- und Leitlinien** sowie das **Wertesystem** der Mediengruppe sind im [Code of Conduct](#) und weiteren Unternehmensrichtlinien (z.B. Informationssicherheitsrichtlinie, Informations- und Datenschutzleitlinie, Richtlinie Einkauf und Beschaffung, Konzernrichtlinie Freie Mitarbeitende, Compliance-Richtlinie, Reiserichtlinie etc.) festgelegt. Der Code of Conduct gibt als Leitfaden grundsätzliche Regeln vor, wie sich Mitarbeitende im geschäftlichen Alltag verhalten sollen. Die Unternehmensrichtlinien konkretisieren die Inhalte des Code of Conduct und geben zusätzliche interne Regeln für weitere Bereiche.

Die **Mediengruppe verpflichtet wesentliche Lieferanten zur Einhaltung menschen- und umweltrechtlicher Vorgaben in ihren Einkaufsbedingungen**. Mit Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (kurz: LkSG) hat die Rheinische Post Mediengruppe das Management der Beziehungen zu Lieferanten neu aufgesetzt und intensiviert. Die [Grundsatzerklärung](#) der Rheinische Post Mediengruppe zu umwelt- und menschenrechtsbezogenen

Risiken gemäß LkSG ist auf der Unternehmenswebseite veröffentlicht.

Trotz der kürzlich erfolgten Abschaffung des LkSG setzt die RPM das aufgesetzte Risikomanagement zur Einhaltung der Menschen- und Umweltrechte fort, sodass Maßnahmen definiert und anlassbezogene Risikoanalysen durchgeführt werden. Innerhalb der Liefer- und Wertschöpfungsketten werden als besonders sensible Bereiche die **Beschäftigung Minderjähriger, die Einhaltung von Arbeitszeiten** und die **Zahlung eines angemessenen Lohns** ausgemacht. Hinweise auf mögliches Fehlverhalten können über unterschiedliche Meldewege und auch anonym eingehen (siehe Kapitel [5.5. Schutz von Hinweisgebern](#)). Beschäftigte, aber auch Dritte, können sich an die sogenannte Compliance-Ombudsperson wenden, die für die gesamte Mediengruppe zuständig ist. Zugleich steht den Beschäftigten das Hinweisgebersystem www.safewhistle.info zur Verfügung, um Meldungen abzugeben.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

02 CO₂-Fußabdruck



02 CO₂-Fußabdruck

Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

In diesem Kapitel wird auf den CO₂-Fußabdruck der gesamten Mediengruppe und der vier zuvor beschriebenen Geschäftsbereiche (Druck, Verwaltung, Logistik und Digital) eingegangen. Die entstandenen **Emissionen sind nach Standorten, Geschäftsbereichen, Emissionskategorien sowie Scope-Klassifizierung (1–3) aufgeschlüsselt**. Die Scope 3-Emissionen werden zusätzlich nach Emissionskategorien klassifiziert.

Aufgrund der stattgefundenen (und höchstwahrscheinlich noch nicht abgeschlossenen) Überarbeitung der Emissionskategorien im CO₂-Bilanzierungstool Cozero sowie der anhaltenden Verbesserung der Datenqualität sind aus Sicht der Mediengruppe derzeit noch keine verbindlichen Aussagen zu erwarteten oder erreichten Treibhausgas-Reduktionen (aufgeteilt nach Standorten, Geschäftsbereichen und Scopes) möglich. Die Mediengruppe arbeitet laufend daran, für Folgeberichte die geforderten Daten darstellbar zu machen.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

2.1. RPM gesamt

Der **Corporate Carbon Footprint (CCF) 2025** der Rheinische Post Mediengruppe beträgt bei einem Nettoumsatz von 451,4 Mio. EUR (siehe S. 7 des Konzernabschlusses) **51.003,9 tCO₂e**. Die CO₂-Intensität, d.h. die CO₂-Emissionsäquivalente pro umgesetztem Euro, beträgt dementsprechend 0,00011 tCO₂e bzw. 0,11 kgCO₂e. Auf den Standort Düsseldorf & Nieder-

rhein entfällt mit 30.308,4 tCO₂e (entspricht 59,4%) der größte Anteil der CO₂-Äquivalente. Der Standort Saarbrücken & Trier verursacht 32,3% des CCF (16.467,4 tCO₂e), für rund acht Prozent der CO₂-Äquivalente (4.228,1 tCO₂e) sind die beiden übrigen Standorte verantwortlich.

Emissionen der Mediengruppe nach Standorten (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	62.595,4	100,0 %	51.003,9	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	32.683,3	52,2 %	30.308,4	59,4 %
Saarbrücken & Trier	18.080,8	28,9 %	16.467,4	32,3 %
Bonn	4.503,9	7,2 %	3.029,2	5,9 %
Hamburg & München	7.327,4	11,7 %	1.198,8	2,4 %



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
 2.2.1. Geschäftsbereich Druck
 2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung
 2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
 2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Mit **zwei eigenen Druckereistandorten** (Düsseldorf und Saarbrücken) sowie der Einbeziehung der **Leistungen der externen Druckereien** (Tageszeitung Bonn, Magazine, Fachmedien in Deutschland) ist gut nachvollziehbar, dass der **Geschäftsbereich Druck mit 49,4% (25.191,0 tCO₂e) das emissionsstärkste Tätigkeitsfeld** darstellt.

Der **Geschäftsbereich Verwaltung** ist, aufgrund der Vielzahl an betrachteten Emissionskategorien (Firmenfahrzeuge, Brennstoffe für Heizungen und Anlagen (Gas), Bezug von Fernwärme, Kühlmittel, eingekaufter Strom, Wasserverbrauch und Abwasser, betriebliche Abfälle, Pendelfahrten, Dienstreisen, bezogene Dienstleistungen und Büroausstattung), mit 36,1 % (18.392,3tCO₂e) nach dem Geschäftsbereich Druck der **zweite große Emissionstreiber**.

Mit 5.599,5 tCO₂e entfallen elf Prozent des Corporate Carbon Footprints auf die Logistiktätigkeiten der Mediengruppe. Die weitere Analyse dieses Geschäftsbereichs zeigt, dass, je nach Logistikmodell (eingekaufte Logistikdienstleistungen im Vergleich zu einer eigenen Logistikflotte), die durch die **Logistik** verursachten Emissionen zwischen 3,1 und 23,6 % des jeweiligen Standort-CO₂-Fußabdrucks ausmachen.

Die Emissionen im **Geschäftsbereich Digital** bilden den kleinsten Anteil des CCFs ab und belaufen sich auf insgesamt 1.821,0 tCO₂e (3,6%).

Emissionen der Mediengruppe nach Geschäftsbereichen (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	62.595,4	100,0 %	51.003,9	100,0 %
Druck	34.173,2	54,6 %	25.191,0	49,4 %
Verwaltung	20.316,7	32,5 %	18.392,3	36,1 %
Logistik	6.324,0	10,1 %	5.599,5	11,0 %
Digital	1.781,5	2,8 %	1.821,0	3,6 %



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02CO₂-Fußabdruck**2.1. RPM gesamt**

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Emissionen der Mediengruppe nach Standorten und Geschäftsbereichen (in tCO₂e)

	2024		2025	
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	62.595,4	100,0 %	51.003,9	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	32.683,3	52,2 %	30.308,4	59,4 %
davon Druck	17.848,9	54,6 %	15.468,4	51,0 %
davon Verwaltung	11.804,5	36,1 %	11.817,4	39,0 %
davon Logistik	1.781,9	5,5 %	1.612,2	5,3 %
davon Digital	1.248,1	3,8 %	1.410,5	4,7 %
Saarbrücken & Trier	18.080,8	28,9 %	16.464,4	32,3 %
davon Druck	8.888,0	49,2 %	7.767,0	47,2 %
davon Verwaltung	5.134,3	28,4 %	5.158,4	31,3 %
davon Logistik	3.740,0	20,7 %	3.233,6	19,6 %
davon Digital	318,4	1,8 %	308,5	1,9 %
Bonn	4.503,9	7,2 %	3.029,2	5,9 %
davon Druck	2.349,9	52,2 %	1.729,9	57,1 %
davon Verwaltung	1.301,3	28,9 %	496,0	16,4 %
davon Logistik	763,4	16,9 %	716,2	23,6 %
davon Digital	89,2	2,0 %	87,1	2,9 %
Hamburg & München	7.327,4	11,7 %	1.198,8	2,4 %
davon Druck	5.086,4	69,4 %	225,8	18,8 %
davon Verwaltung	2.076,5	28,3 %	920,6	76,8 %
davon Logistik	38,7	0,5 %	37,6	3,1 %
davon Digital	125,8	1,7 %	14,9	1,2 %

Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
 2.2.1. Geschäftsbereich Druck
 2.2.2. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
 2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Eine weitere Möglichkeit, die Emissionen des CCF der Mediengruppe einzuteilen, ist die Kategorisierung nach Scope 1, Scope 2 und Scope 3. Diese Unterteilung der Emissionen stammt aus dem Greenhouse Gas Protocol und lässt erkennen, dass die Mediengruppe den **Großteil der zu berichtenden Treibhausgasemissionen (33.487,9 tCO₂) nicht direkt verursacht**, sondern dass diese in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette durch Lieferanten, Geschäftspartner und Kunden (**Scope 3-Emissionen**) entstehen. Beispiele hierfür sind die energieintensive Papierherstellung oder die eingekauften Logistikdienstleistungen der Speditionen zum Transport der Zeitungsprodukte zu den Abladestellen.

Im Gegensatz dazu stehen die **Scope 1-Emissionen**, die Treibhausgasemissionen aus Quellen umfassen, für die die Mediengruppe direkt verantwortlich ist oder die sie kontrolliert. Dazu gehören Emissionen aus standorteigenen Energieträgern, wie Erdgas und Brennstoffe, Kühlmittel sowie Emissionen aus dem Betrieb von Heizkesseln und Öfen. Auch Emissionen aus dem unternehmenseigenen Fuhrpark (z.B. Dienstwagen, Logistikflotte) werden hier berücksichtigt.

Scope 2-Emissionen umfassen indirekte Treibhausgasemissionen aus zugekaufter Energie (wie Strom und Fernwärme), die außerhalb der unternehmenseigenen Systemgrenzen erzeugt, aber von der Rheinische Post Mediengruppe verbraucht wird.

Emissionen der Mediengruppe nach Scope 1 – 3 (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	62.595,4	100,0 %	51.003,9	100,0 %
Scope 1	6.541,7	10,5 %	5.636,2	11,1 %
Scope 2	13.650,1	21,8 %	11.879,5	23,3 %
Scope 3	42.403,6	67,7 %	33.487,9	65,7 %



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
 2.2.1. Geschäftsbereich Druck
 2.2.2. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
 2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Für das Geschäftsjahr 2025 wurden wie im Vorjahr fünf **externe Druckereien miteinbezogen**. Die für die externen Druckprozesse angefallenen Emissionen, fließen in die Scope 2- und 3-Emissionen ein.

Emissionen der Mediengruppe nach Emissionskategorien für Scope 3 (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	42.403,6	100 %	33.487,9	100 %
Produktionsmaterialien	15.693,5	37,0 %	13.541,0	40,4 %
Bezogene Dienstleistungen	8.150,9	19,2 %	7.597,1	22,7 %
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	4.085,4	9,6 %	3.960,2	11,8 %
Pendlerfahrten	1.802,5	4,3 %	2.003,4	6,0 %
Betriebliche Abfälle	5.627,8	13,3 %	1.675,7	5,0 %
Eingekaufter Strom	1.599,9	8,8 %	1.257,6	3,8 %
Dienstreisen	787,1	1,9 %	790,5	2,4 %
Büroausstattung	597,6	1,4 %	681,4	2,0 %
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	1.277,4	3,0 %	610,6	1,8 %
Nutzung verkaufter Produkte	724,8	1,7 %	560,5	1,7 %

Tabelle wird auf der nächsten Seite fortgesetzt.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen der Mediengruppe nach Emissionskategorien für Scope 3 (in tCO₂e)

	2024		2025	
Firmenfahrzeuge	–	–	488,5	1,5 %
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	–	–	180,9	0,5 %
Entsorgung von verkauften Produkten	1.991,8	4,7 %	124,9	0,4 %
Wasserverbrauch und Abwasser	15,7	0,0 %	15,5	0,0 %
Produktauslieferung	49,3	0,1 %	–	–



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

2.2. Geschäftsbereiche

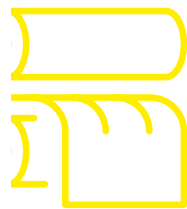
Die Tätigkeitsfelder der Mediengruppe werden in vier Geschäftsbereiche eingeteilt: Druck, Verwaltung, Logistik und Digital.

Der **Geschäftsbereich Druck** umfasst die Emissionen, die durch den Betrieb der eigenen Druckereien in Düsseldorf und Saarbrücken sowie durch die Herstellung der verwendeten Produktionsmaterialien entstehen. Die Entsorgung des Altpapiers und der gebrauchten Druckplatten in den Druckereien sowie die Entsorgung der ausgelieferten Zeitungsprodukte in den Recycling-Kreislauf der Haushalte sind ebenso Bestandteil der Bilanzierung. Neben den genannten eigenen Druckerei-Aktivitäten sind auch die externen Druckleistungen (sowie die damit verbundenen vor- oder nachgelagerten Emissionen) Bestandteil des Geschäftsbereichs Druck. Viele (Hochglanz-) Magazine der Mediengruppe und auch die Fachmedien werden in externen Druckereien gedruckt. In diesem Bericht sind die Druckleistungen von insgesamt fünf externen Druckereien inkludiert. Rund 40 % der gedruckten Fachmedien, 93,3 % der gedruckten (Hochglanz-) Magazine und 100 % der Regionalmedien (Tageszeitungen und Anzeigenblätter), gemessen an der Anzahl der gedruckten Seiten, sind in diesem Bericht abgebildet.

Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften anfallen, sind im **Geschäftsbereich Verwaltung** aufgeführt. In diesen Geschäftsbereich gehören auch Emissionen, die mit der direkten Bürotätigkeit einhergehen, d.h. durch bezogene Dienstleistungen, Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten und Büroausstattung verursacht werden.

Der **Geschäftsbereich Logistik** beinhaltet die Emissionen, die durch den Transport (Strecke Druckerei bis Abladestelle Zustellende) und die Zustellung (Strecke Abladestelle Zustellende bis Haushalt) der Zeitungsprodukte und Fachmedien verursacht werden.

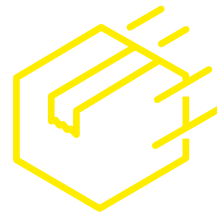
Im **Geschäftsbereich Digital** werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (PC, Tablet, Smartphone) gelesen werden. In diesem Bericht werden die Hauptwebseiten, die ca. 90 % des gesamten Webseiten-Traffics der Mediengruppe-Angebote ausmachen, sowie die ePaper bilanziert. Apps sind nicht Bestandteil des Berichts. Zudem werden die Emissionen für Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware bilanziert.



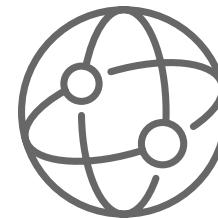
Druck



Verwaltung



Logistik



Digital

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

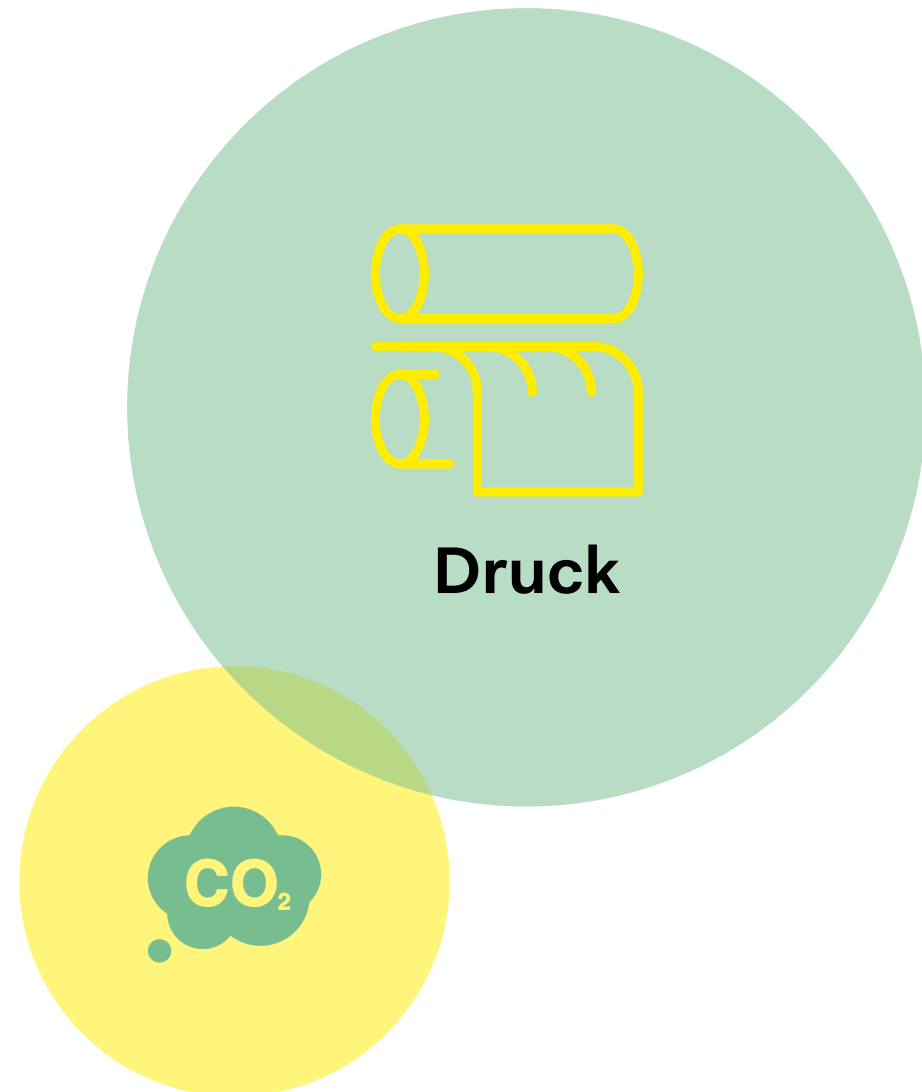
Governance

Impressum

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

Im Geschäftsbereich Druck werden **alle für den Druckprozess nötigen Aktivitäten und Prozesse** betrachtet und ausgewiesen. Die **Bilanzierung der externen Druckdienstleistungen** erfolgt ebenso wie die Bilanzierung der Mediengruppen-internen Druckbetriebe in Düsseldorf und Saarbrücken (identische Analyse- und Berechnungsmethodik), sodass eine Vergleichbarkeit sichergestellt ist. Auf Basis der gedruckten Seiten werden die Verbräuche in den entsprechenden Emissionskategorien für die extern gedruckten Produkte ((Hochglanz-) Magazine, Fachmedien) anteilig aufgeführt. Die **Druckleistungen von insgesamt fünf externen Druckereien** sind in diesem Bericht inkludiert. Rund 40 % der gedruckten Fachmedien, 93,3 % der gedruckten (Hochglanz-) Magazine und 100 % der Regionalmedien (Tageszeitungen und Anzeigenblätter), gemessen an der Anzahl der gedruckten Seiten, sind in diesem Bericht abgebildet. Der Rückgang in den Druckemissionen für den Standort Hamburg und München im Berichtszeitraum ist bedingt durch den Verkauf der internationalen Aktivitäten.

Die eigenen Flurförderzeuge (Elektrostapler, Hubameisen) in Düsseldorf und Saarbrücken werden nicht über die Emissionskategorie „Firmenfahrzeuge“ bilanziert, da sie alle batteriebetrieben sind und der Stromverbrauch bereits im Druckereigebäudestrom bilanziert wird.



Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Druck pro Standort (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
DRUCK GESAMT	34.173,2	100,0 %	25.191,0	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	17.848,9	52,2 %	15.468,4	61,4 %
Saarbrücken & Trier	8.888,0	26,0 %	7.767,0	30,8 %
Bonn	2.349,9	6,9 %	1.729,9	6,9 %
Hamburg & München	5.086,4	14,9 %	225,8	0,9 %

Emissionen Geschäftsbereich Druck nach Scope 1 – 3 (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
DRUCK GESAMT	34.173,2	100,0 %	25.191,0	100,0 %
Scope 1	2.730,8	8,0 %	2.531,2	10,0 %
Scope 2	6.986,3	20,4 %	6.131,4	24,3 %
Scope 3	24.456,1	71,6 %	16.528,2	65,6 %

Im Geschäftsbereich Druck entfallen 65,6% aller Emissionen (16.528,2 tCO₂e) auf die **Scope 3-Kategorie**. Die eingesetzten Produktionsmaterialien (Papier, Druckfarbe, Druckplatten, etc.), der Transport dieser Materialien in die Druckereien, die betrieblichen Abfälle sowie die Entsorgung der verkauften Produkte werden der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette zugewiesen.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Druck nach Emissionskategorie (in tCO₂e)

	2024		2025	
DRUCK GESAMT	34.173,2	100,0 %	25.191,0	100,0 %
Produktionsmaterialien <i>davon Papier*</i>	15.693,4 11.408,3	45,9 % 72,7 %	13.541,0 10.017,6	53,8 % 74,0 %
Eingekaufter Strom	7.109,1	20,8 %	6.219,0	24,7 %
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	3.179,7	9,3 %	2.916,2	11,6 %
Eingekaufte Logistikdienstleistungen <i>davon Papier*</i>	764,5 755,9	2,2 % 98,9 %	800,0 800,0	3,2 % 100,0 %
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	672,1	2,0 %	670,7	2,7 %
Betriebliche Abfälle	4.387,2	12,8 %	496,1	2,0 %
Bezogene Dienstleistungen	365,9	1,1 %	384,5	1,5 %
Entsorgung von verkauften Produkten <i>davon Papier*</i>	1.991,8 1.964,1	5,8 % 98,6 %	124,9 124,1	0,5 % 99,4 %
Gasaustritt aus Anlagen	1,9	0,0 %	28,2	0,1 %
Wasserverbrauch und Abwasser	7,7	0,0 %	10,3	0,0 %

*Spezifizierung der Emissionen, die in den verschiedenen Emissionskategorien durch das Produktionsmaterial Papier verursacht werden.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

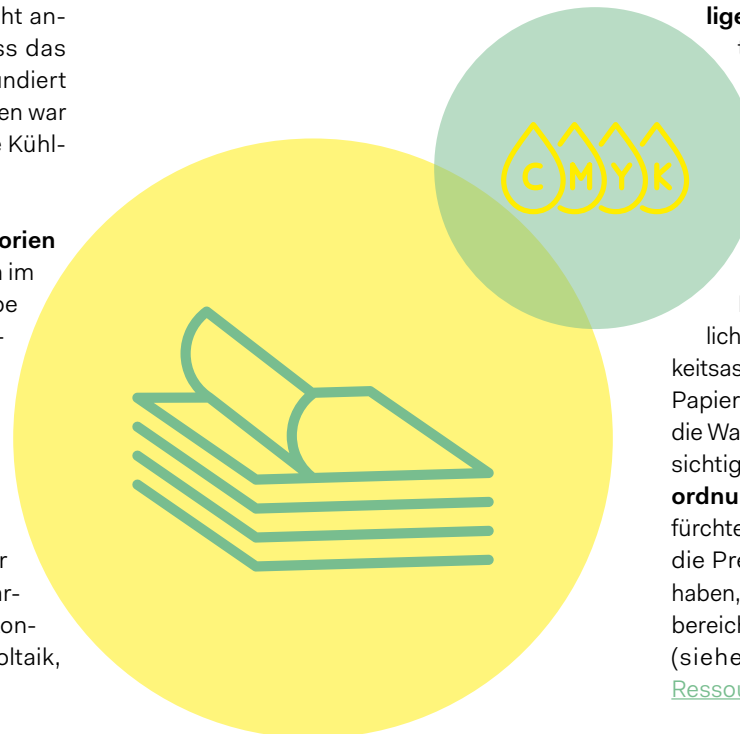
Der Rückgang in den Emissionskategorien „Betriebliche Abfälle“ und „Entsorgung von verkauften Produkten“ ist, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, auffallend. Die Abweichung in den Daten der „Betrieblichen Abfälle“ lässt sich durch einen Übertragungsfehler in 2024 erklären, wohingegen die Emissionsfaktoren für die Emissionskategorie „Entsorgung von verkauften Produkten“ in den Datenbanken angepasst wurden (die gemeldete Menge der RPM hat sich nicht verändert). Des Weiteren fällt der Anstieg im Bereich „Gasaustritt aus Anlagen“ auf: Bei einer Wartung in der Düsseldorfer Druckerei wurden 66 kg Kühlmittel abgepumpt und 79 kg wieder aufgefüllt. Ein expliziter Grund wurde in dem Wartungsbericht nicht angegeben. Es wird davon ausgegangen, dass das Kühlmittel durch Dichtungen jahrelang diffundiert ist, ohne dass eine direkte Leckage vorhanden war (im Falle einer Leckage wäre das komplette Kühlmittel entwichen).

Emissionen aus energiebezogenen Kategorien entsprechen 38,9 % aller Gesamtemissionen im Geschäftsbereich Druck. Die Mediengruppe hat im Winter 2022/2023 angesichts der Gasmangellage eine Vielzahl an Maßnahmen zur Reduzierung des Energiebedarfs eingeleitet, die bis heute größtenteils weitergeführt wurden und somit auch weiterhin einen positiven Effekt auf die Reduzierung der Emissionen haben. Zudem wurde in 2022 ein Beratungsunternehmen beauftragt, für die Druckereistandorte Düsseldorf und Saarbrücken das optimale Energieversorgungskonzept (auch unter Einbeziehung von Photovoltaik, Erdwärme, etc.) zu entwickeln.

Die Bilanzierung der Produktionsmaterialien basiert entweder auf Lieferanten-spezifischen Emissionsfaktoren oder auf Standard-Emissionsfaktoren des CO₂-Bilanzierungstools Cozero. Die Nutzung von Standard-Emissionsfaktoren führt in den meisten Fällen zu einer Überbilanzierung, so dass die Rheinische Post Mediengruppe versucht, individuelle Emissionsfaktoren von ihren Lieferanten zu erhalten. Dieser Umstand lässt vermuten, dass die ausgewiesenen Emissionen für die Produktionsmaterialien in den nächsten Jahren mit steigender Datenqualität sinken werden.

Papier ist der größte Emissionstreiber im Geschäftsbereich Druck. Die für 2025 eingekaufte Papiermenge wird in der Emissionskategorie „Produktionsmaterialien“ bilanziert. Neben Papier werden ebenfalls die eingekauften Mengen an Druckfarben, Druckplatten, Feuchtmitteln, Waschmitteln sowie die verschiedenen Arten von Plastikfolien und Thermo-papieren aufgeführt. Das Produktionsmaterial **Papier verursacht 74,0% der Emissionen in der Emissionskategorie „Produktionsmaterialien“** (10.017,6 tCO₂e von insgesamt 13.541,0 tCO₂e). Um die gesamte Wertschöpfungskette des Papiers zu betrachten, müssen allerdings noch der **Recycling-/ Entsorgungsprozess** (124,1 tCO₂e) sowie die **Transportwege vom jeweiligen Papierwerk zu den Druckereien** (800,0 tCO₂e) in die Rechnung aufgenommen werden. Somit verursacht die Wertschöpfungskette des Produktionsmaterials Papier für die Mediengruppe **insgesamt 10.941,6 tCO₂e (43,4% der Emissionen im Geschäftsbereich Druck und 21,5% der Gesamtemissionen der Mediengruppe)**.

Eine umfassende Papierstrategie muss folglich neben Einkaufspreisen ebenfalls Nachhaltigkeitsaspekte wie den Grad der Energieintensität der Papierproduktion, den Standort des Werks sowie die Wahl der eingesetzten Transportmittel berücksichtigen. Die ab Ende 2026 geltende **EUDR-Verordnung** wird höchstwahrscheinlich nicht die befürchteten Auswirkungen auf die Verfügbarkeit und die Preisgestaltung von 100 %-Recyclingpapier haben, da Druckerzeugnisse aus dem Anwendungsbereich der Verordnung herausgenommen wurden (siehe Kapitel [3.7.Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung](#)).



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Auch wenn die Emissionen, die der **Druckfarbe** zu-
zuschreiben sind, im Vergleich zu denen des Papiers
sehr viel geringer sind (1.997,3 tCO₂e), ist die Druck-
farbe trotzdem ein viel diskutiertes Produktionsma-
terial in Deutschland und Europa. So hat sich die
AGRAPA (Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere,
deren Mitglied die Mediengruppe ist) in einer Selbst-
verpflichtung darauf verständigt, bis 2028 von mi-
neralölhaltigen auf **mineralölfreie Farben in der
Druckproduktion umzusteigen**.

Ein Ziel, das in Saarbrücken bereits in diesem Jahr
erfüllt wurde. Zunächst wurden die Buntfarben um-
gestellt, im Verlauf des Jahres 2025 folgte die
schwarze Druckfarbe. Seit Juli wird zu 100% mineral-
ölfrei gedruckt.

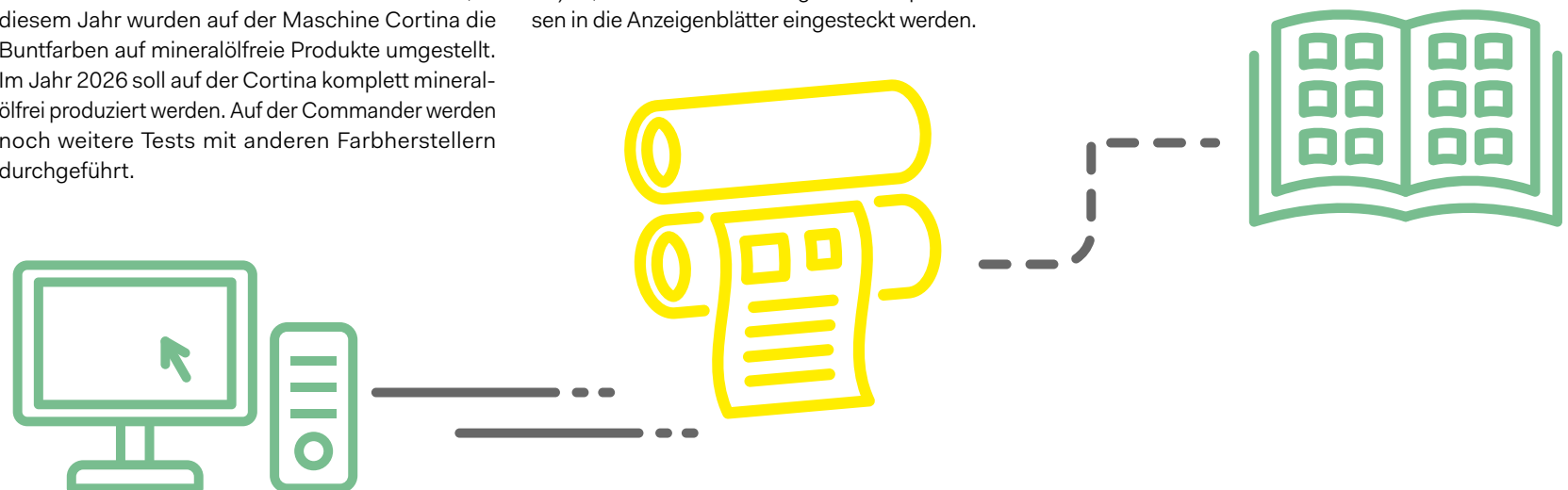
Am Standort Düsseldorf läuft der Druck noch geteilt.
Bereits 2024 stellte man die Druckmaschine Com-
mander auf schwarze mineralölfreie Farben um, in
diesem Jahr wurden auf der Maschine Cortina die
Buntfarben auf mineralölfreie Produkte umgestellt.
Im Jahr 2026 soll auf der Cortina komplett mineral-
ölfrei produziert werden. Auf der Commander werden
noch weitere Tests mit anderen Farbherstellern
durchgeführt.

Die bis 2028 deutschlandweit angestrebte Umstel-
lung auf mineralölfreie Druckfarben wird sich positiv
auf die CO₂-Bilanz der Printprodukte auswirken, aber
aus heutiger Sicht geschätzte Mehrkosten in einer
mittleren sechsstelligen Größenordnung pro Jahr
verursachen.

Die kostenbedingte **Einstellung von „Einkauf Ak-
tuell“ zum April 2024** wird als „**Game-Changer**“ für
**die Anzeigenblattverlage der Mediengruppe in
NRW** beschrieben. Denn auch im Jahr 2025 bleibt
der gedruckte Prospekt ein sehr beliebtes Medium
der Angebotskommunikation und somit ein unver-
zichtbarer Bestandteil des Mediamixes der Handels-
unternehmen. Gerade in wirtschaftlich unsicheren
Zeiten ständig steigenden Lebenshaltungskosten,
wächst die Preissensibilität und die Vergleichsberei-
tschaft der Verbraucher. In der Düsseldorfer Druckerei
fallen Belastungsspitzen (vor allem zum Monatswech-
sel) an, die zusätzlichen Mengen an Prospekten müs-
sen in die Anzeigenblätter eingesteckt werden.

Seit Januar 2025 werden die vorher noch extern ge-
druckte Bonner Tageszeitung sowie ein Bonner An-
zeigenblatt in der Düsseldorfer Druckerei gedruckt.

Der Mehraufwand durch die Einstellung von Einkauf
Aktuell sowie der Druck der Bonner Tageszeitung in
Düsseldorf-Heerdt bedeutet auch eine Sicherung
der Perspektiven für die Druckerei.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

**2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung**

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

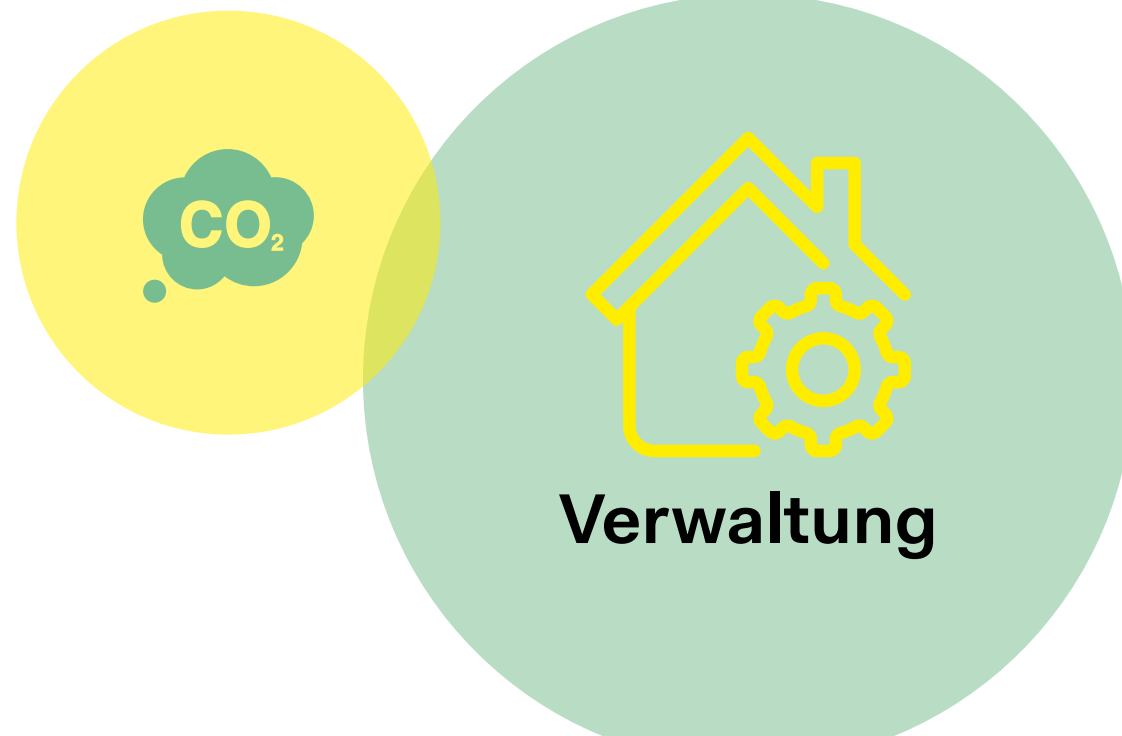
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung

Im Geschäftsbereich Verwaltung werden alle **Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften** entstehen, dokumentiert (exkludiert sind die Druckereigebäude, da diese Bestandteile des Geschäftsbereichs Druck sind). Neben den Hauptbürogebäuden und Außenstellen wird beispielsweise auch der Stromverbrauch für (externe) Rechenzentren, Logistik-Mietwohnungen sowie für Logistik-Depots einbezogen.

Die Emissionen der **Shadow Arkaden** sind ebenfalls im Geschäftsbereich Verwaltung inkludiert (Standort Düsseldorf & Niederrhein), wobei nur die öffentlichen Gemeinschaftsflächen (Treppenhäuser, Flure, Toiletten, Parkhaus) und die selbstgenutzten Büroflächen bilanziert werden müssen (Mieter müssen selbst einen Corporate Carbon Footprint erstellen).

Neben den aus dem Gebäudebetrieb entstehenden Emissionen (Energie, Abfall, Wasser, etc.) sind zudem auch die **Emissionen für Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten, bezogene Dienstleistungen sowie Büroausstattung** aufgeführt.

Der Geschäftsbereich Verwaltung ist aufgrund der Vielzahl an betrachteten Emissionskategorien mit 36,1 % (18.392,3 tCO₂e) nach dem Geschäftsbereich Druck **der zweite große Emissionstreiber der Mediengruppe**.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
**2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung**
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung pro Standort (in tCO₂e)

	2024		2025	
VERWALTUNG GESAMT	20.316,7	100,0 %	18.392,3	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein davon Shadow Arkaden	11.804,5 1.699,2	58,1 % 14,4 %	11.817,4 2.023,9	64,3 % 17,1 %
Saarbrücken & Trier	5.134,3	25,3 %	5.158,4	28,0 %
Bonn	1.301,3	6,4 %	496,0	2,7 %
Hamburg & München	2.076,53	10,2 %	920,6	5,0 %

Der Standort Düsseldorf & Niederrhein hat mit rund 1.500 Mitarbeitenden und über 30 Außenstellen mit Abstand den größten Anteil (64,3 %) an den Emissionen im Geschäftsbereich Verwaltung zu verzeichnen. Es muss jedoch bedacht werden, dass 2.023,9 tCO₂e der 11.817,4 tCO₂e den **Shadow Arkaden** zuzurechnen sind (17,1 %).

Durch den Umzug des Bonner General-Anzeigers im Juni 2025 fallen deutlich weniger Emissionen im Geschäftsbereich Verwaltung an. Ebenfalls einen positiven Effekt auf die Emissionen hat die Veräußerung der internationalen Geschäftsaktivitäten der DVV Media Group. In den Vorjahreswerten ist noch der Standort London inkludiert.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
**2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung**
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

	2024		2025	
VERWALTUNG GESAMT	20.316,7	100,0 %	18.392,3	100,0 %
Scope 1	2.011,7	9,9 %	1.765,8	9,6 %
Scope 2	6.528,5	32,1 %	5.575,2	30,3 %
Scope 3	11.776,5	58,0 %	11.051,3	60,1 %

Wie im Geschäftsbereich Druck entfällt auch im Geschäftsbereich Verwaltung der Großteil der Emissionen auf die Scope 3-Klassifizierung: Bezogene Dienstleistungen, Pendelfahrten, Dienstreisen, Büroausstattung, Wasser und Wasserverbrauch sowie betriebliche Abfälle verursachen 60,1 % der Gesamtemissionen in diesem Geschäftsbereich. Eingekaufter Strom und der Bezug von Fernwärme bilden die Scope 2-Emissionen (30,3 %). Die restlichen 9,6 % finden sich in den Scope 1-Emissionen, die auf Firmenfahrzeuge, Brennstoffe für Heizungen und Anlagen (Gas) sowie Gasaustritt aus Anlagen (Kühlmittel) zurückzuführen sind.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
**2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung**
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung nach Emissionskategorie (in tCO₂e)

	2024		2025	
VERWALTUNG GESAMT	20.316,7	100,0 %	18.392,3	100,0 %
Bezogene Dienstleistungen	6.346,9	31,2 %	5.660,1	30,8 %
Eingekaufter Strom	6.795,3	33,4 %	5.717,3	31,1 %
Pendelfahrten	1.802,5	8,9 %	2.003,4	10,9 %
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	1.832,5	9,0 %	1.393,3	7,6 %
Betriebliche Abfälle	1.240,6	6,1 %	1.179,6	6,4 %
Dienstreisen	787,1	3,9 %	790,5	4,3 %
Firmenfahrzeuge	609,2	3,0 %	751,0	4,1 %
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	478,6	2,4 %	446,6	2,4 %
Büroausstattung	415,8	2,0 %	387,5	2,1 %
Gasaustritt aus Anlagen	0,1	0,0 %	57,1	0,3 %
Wasserverbrauch und Abwasser	8,0	0,0 %	5,3	0,0 %



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
 2.2.1. Geschäftsbereich Druck
 2.2.2. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
 2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Die **Emissionskategorie „Bezogene Dienstleistungen“** umfasst viele Arten von externen Services und Dienstleistungen, die in unterschiedlichen Unternehmensbereichen bezogen werden:

Bildungsdienstleistungen, Dienstleistungen für Gebäude und Wohnungen, Versicherungen, Unterhaltung und Events, Rechts-, Prüf- und Beratungsleistungen, Sicherheits- und Ermittlungsdienstleistungen, Werbung, Postversand, Telefonie sowie Fahrzeugreparaturen und -wartungen. Im Gegensatz zur zweitgrößten Emissionskategorie (eingekaufter Strom) basiert die Bilanzierung der bezogenen Dienstleistungen nicht auf dem Mengen-, sondern auf dem **Kostenprinzip** (Bilanzierung in EUR). Diese Form der Bilanzierung ist in der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks eher ungenau und kann tendenziell zu einer Überbilanzierung führen. Ziel ist es deshalb, im Laufe der kommenden Jahre nur noch in Ausnahmefällen nach dem Kosten-

prinzip zu bilanzieren und vielmehr konkrete CO₂-Werte von den Dienstleistern der Mediengruppe zu erhalten. Ein Beispiel hierfür ist der CO₂-Fußabdruck pro Manntag einer Unternehmensberatung, den die Mediengruppe dann mit den insgesamt abgerechneten Manntagen pro Geschäftsjahr hochrechnen kann.

Emissionen aus energiebezogenen Kategorien ((1) eingekaufter Strom, (2) Brennstoffe für Heizungen und Anlagen und (3) Bezug von Wärme, Dampf und Kälte) **entsprechen 43,5% aller Gesamtemissionen im Geschäftsbereich Verwaltung.**

Ein weiterer Aspekt ist die **Mobilität der Mitarbeitenden**. Im Geschäftsjahr 2025 wurden durch Pendlerfahrten und Home-Office-Tätigkeiten insgesamt 2.003,4 tCO₂e emittiert. Berücksichtigt werden die Relation von Büro- vs. Home-Office-Tagen, die Länge des Arbeitsweges, die genutzten Verkehrsmittel für

den Arbeitsweg und mögliche Außentermine. Außerdem wird die Attraktivität des Deutschlandtickets abgefragt. Insgesamt 435 Mitarbeitende haben an der Umfrage anonym teilgenommen. Basierend auf den Gesamt-Mitarbeiterzahlen konnten die Umfrageergebnisse entsprechend hochgerechnet werden. Die Bilanzierung erfolgt in km (Strecke pro Verkehrsmittel) oder Tagen (Büro- vs. Home-Office-Tage).

Wie in den vergangenen Jahren lassen die Ergebnisse der Pendelfahrten-Umfrage **leichte Unterschiede in den genutzten Verkehrsmitteln an den Standorten** erkennen.

Fast überall dominiert das Auto als Verkehrsmittel der Wahl. Lediglich bei der DVV in Hamburg nutzen 53,3% der Mitarbeitenden den ÖPNV für die Fahrt zum Arbeitsplatz.

	ÖPNV		Dienstwagen/eigener PKW/ Motorrad (Benzin/ Diesel)		Dienstwagen/ eigener PKW (Hybrid, E)		Fahrrad/E-Bike/ zu Fuß		Sonstige Verkehrsmittel	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Düsseldorf & Niederrhein	23,5 %	20,3 %	56,8 %	58,6 %	9,3 %	8,9 %	9,3 %	12,2 %	1,1 %	0,0 %
Saarbrücken & Trier	25,0 %	13,9 %	50,0 %	61,6 %	14,3 %	11,5 %	10,7 %	12,4 %	0,0 %	0,6 %
Bonn	19,4 %	20,3 %	51,5 %	47,8 %	16,8 %	11,7 %	9,6 %	18,6 %	2,7 %	1,7 %
Hamburg	58,6 %	53,3 %	13,3 %	16,5 %	3,1 %	0,5 %	22,7 %	24,8 %	2,3 %	5,0 %



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
 2.2.1. Geschäftsbereich Druck
 2.2.2. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
 2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Generell ist die Entwicklung des ÖPNV aber an den anderen Standorten der Mediengruppe positiv zu bewerten, **auch wenn die Nutzung des ÖPNV prozentual über die Umfragejahre leicht variiert.** Seit Mai 2023 unterstützt die Mediengruppe an drei von vier Standorten (Düsseldorf & Niederrhein, Bonn und Hamburg) in Kooperation mit den jeweiligen Verkehrsbetrieben die Nutzung des Deutschlandtickets durch eine Bezuschussung von insgesamt 30% (25% Arbeitgeber, 5% Verkehrsbetrieb). Die Standorte Saarbrücken & Trier haben das Ticket im Dezember 2023 ebenfalls eingeführt. **Die positiven Auswirkungen spiegeln sich in den Prozentzahlen seit Rollout der Maßnahme wider.**

An den Standorten Düsseldorf & Niederrhein, Bonn, Saarbrücken und Trier ist die Nutzung des ÖPNV im Vergleich zum Jahr 2022 um bis zu 5,7 Prozentpunkte

gestiegen. Lediglich Hamburg hat Prozentpunkte verloren, hat aber dennoch mit 53,3% den höchsten Anteil ÖPNV-Nutzern in der Mediengruppe.

Als weitere Mobilitätsalternative bietet die Mediengruppe in Kooperation mit Company-Bike ein **Fahrradleasing** an.

Die Reiserichtlinie der Mediengruppe verpflichtet Mitarbeitende, die Notwendigkeit sowie die Frequenz der Reise oder mögliche Alternativen (z.B. Telefon- oder Videokonferenzen) unter Betrachtung des Umweltschutzes zu prüfen. Für alle innerdeutschen Dienstreisen gelten die Deutsche Bahn und der ÖPNV grundsätzlich als präferierte Beförderungsmittel. Die durchgeführten **Dienstreisen** in der Mediengruppe verursachen in 2025 4,3% der Emissionen im Geschäftsbereich Verwaltung.

	ÖPNV			
	2022	2023	2024	2025
Düsseldorf & Niederrhein	16,6%	21,9%	23,5%	20,3% +3,7%
Saarbrücken & Trier	9,3%	22,8%	25,0%	61,6% +4,6%
Bonn	14,6%	16,0%	19,4%	47,8% +5,7%
Hamburg	56,2%	62,1%	58,6%	16,5% -2,9%



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung
**2.2.3. Geschäftsbereich
Logistik**
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

2.2.3 Geschäftsbereich Logistik

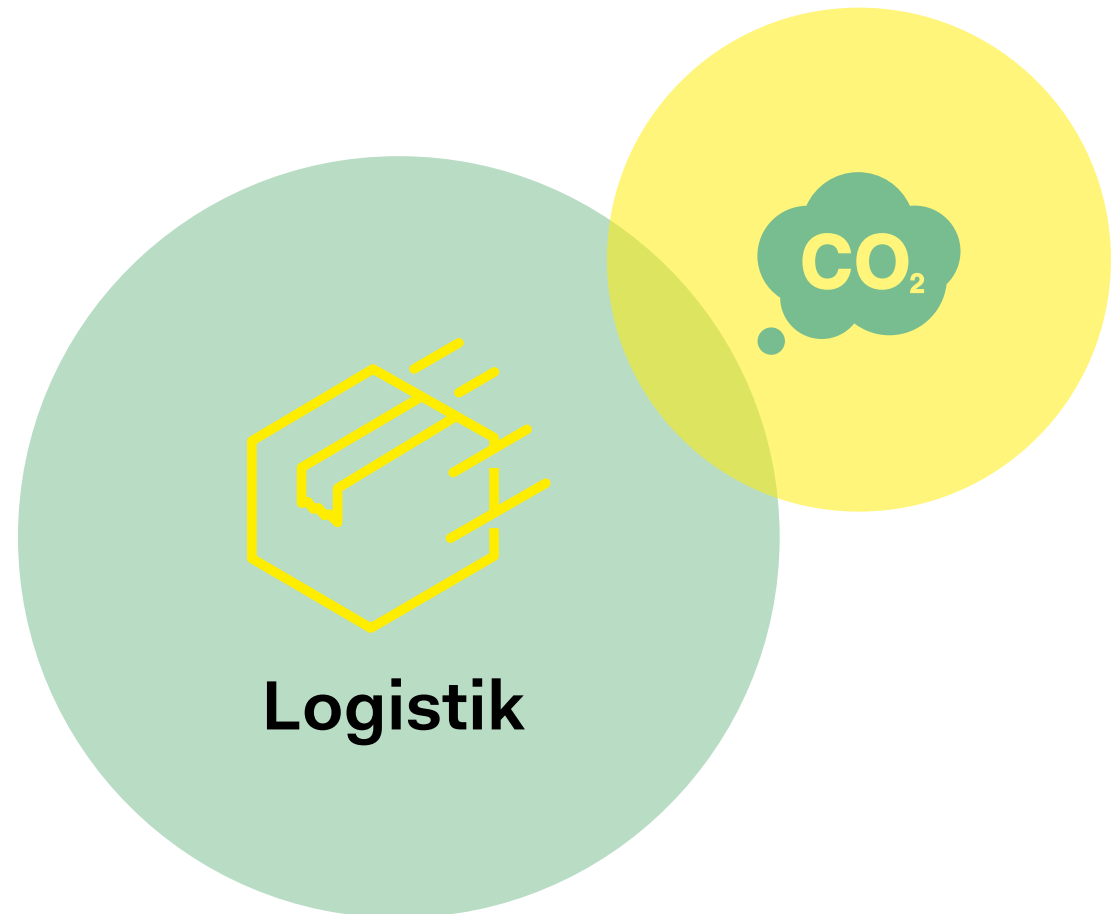
Im Geschäftsbereich Logistik werden die **Emissionen für den Transport sowie die Zustellung der Zeitungsprodukte** über vier Emissionskategorien ausgewiesen. Obwohl die Rheinische Post Mediengruppe nur 49% der Anteile an den beiden Zustellgesellschaften hält, die die Bonner Tageszeitung austragen, werden die von diesen Gesellschaften emittierten Treibhausgase in diesem Bericht ausgewiesen, um die Emissionen des Hauptproduktes des Bonner Zeitungsverlags vollumfänglich abzubilden.

Die **Zustellgesellschaften** der Rheinische Post Mediengruppe sorgen täglich dafür, dass eine Vielzahl verschiedener Druckprodukte zuverlässig und pünktlich zugestellt wird. Die Logistikexperten setzen auf eine **Routen-Optimierungssoftware**, um den komplexen Logistikprozess möglichst ressourcen- und umweltschonend durchzuführen sowie permanent zu verbessern.

Die Anzeigenblätter haben durch die Prospekte mehr Gewicht (bedingt durch die Einstellung "Einkauf Aktuell" im April 2024) und müssen anders gebündelt werden. Zudem muss das gestiegene Gewicht in der Zustellung berücksichtigt werden, da die Zustellen nicht unendlich viel Zusatzgewicht stemmen können. Mehrere Zustellbezirke mussten neu aufgeteilt werden, um diese Volumina bewältigen zu können. In der Zustellung der Anzeigenblätter am Standort Düsseldorf & Niederrhein werden Anzeigenblätter zu Fuß ausgetragen, sodass nur eine Steigerung der Emissionen für den Transport (Strecke Druckerei – Abladestelle Zustellung) zu verzeichnen ist.

Der Standort Trier (und in Teilen auch der Standort Saarbrücken) verfügt über einen **eigenen Logistik-**

fuhrpark, welcher schrittweise auf Fahrzeuge mit emissionsarmen Antrieben umgerüstet wird. Der Trierer Fuhrpark umfasst im Jahr 2025 insgesamt 43 E-Fahrzeuge, Saarbrücken sieben. Alle anderen Standorte beziehen **Logistikdienstleistungen über Transportunternehmen und Zusteller.**



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Logistik pro Standort (in tCO₂e)

	2024		2025	
LOGISTIK GESAMT	6.324,0	100,0 %	5.599,5	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein davon Transport externe Produkte	1.781,9 115,0	28,2 % 6,5 %	1.612,2 116,8	28,8 % 7,2 %
Saarbrücken & Trier davon Briefgeschäft davon Fahrzeugreparaturen/-wartungen	3.740,0 424,3 104,3	59,1 % 14,6 % 2,7 %	3.233,6 449,4 103,1	57,7 % 13,9 % 3,2 %
Bonn	763,4	12,1 %	716,2	12,8 %
Hamburg & München	38,7	0,6 %	37,6	0,7 %

Die CO₂-Äquivalente für den Standort Saarbrücken & Trier sind deutlich höher als die am Standort Düsseldorf & Niederrhein. Da nur am Standort Saarbrücken & Trier Emissionen für das saarländische Briefgeschäft und für die Fahrzeugreparaturen/-wartungen der eigenen Logistikflotte anfallen, müssen diese für den Vergleich mit dem Standort Düsseldorf & Niederrhein herausgerechnet werden. Der vergleichbare Wert beträgt somit 2.681,1tCO₂e (und nicht 3.233,6 tCO₂e). Am Standort Düsseldorf & Niederrhein werden hingegen Emissionen durch den Transport externer Produkte verursacht (116,8 tCO₂e), die ebenfalls für einen Vergleich zwischen den Standorten in Bezug auf Transport- und Zustellungsmissionen exkludiert werden sollten.

Angesichts der Auflagen der Tageszeitungstitel erscheinen die CO₂-Emissionen für Transport und Zustellung am Standort Saarbrücken und Trier verhältnismäßig hoch. Die Gründe dafür liegen in der Zustellungsart und -methodik je Standort:

- Die Zustellung des Anzeigenblatts am Standort Düsseldorf & Niederrhein erfolgt durch Fußgänger. Zu Fuß zurückgelegte Kilometer müssen nicht bilanziert werden. Die Zustellung der Tageszeitung ist nicht zu 100 % via PKW organisiert – die Tageszeitung wird teils zu Fuß oder mit dem Fahrrad ausgetragen. Auch hier müssen die Kilometer via Fahrrad und zu Fuß nicht angesetzt werden.
- Die Auflage der Saarbrücker Tageszeitung entspricht ca. 45 % der Auflage der Rheinische Post. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2022 wurden in den Jahren 2023, 2024 und 2025 keine externen Speditionen für den Transport der Tageszeitung eingesetzt. Die haushaltsabdeckende Zustellung des Anzeigenblatts erfolgt tendenziell eher mit dem PKW und die geringere Zustelldichte erfordert das Zurücklegen längerer Wege.
- Am Standort Trier ist eine Depotstruktur mit Firmenfahrzeugen vorhanden. Das bedeutet, dass Zustellende (aufgrund des ländlicheren Gebiets teils weite) Strecken vom Depot zum Bezirk fahren und am Ende wieder zurück ins Depot kommen müssen. Ähnlich wie in Saarbrücken erfolgt die Anzeigenblatt-Zustellung eher mit dem PKW. Die Auflage der Trierer Tageszeitung ist wesentlich geringer ist als die der Tageszeitung Rheinische Post (knapp 30 %), trotzdem werden – unter anderem aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte – in Bezug auf die Zustellung deutlich mehr Emissionen verursacht.

Die Standorte Düsseldorf & Niederrhein, Bonn sowie Hamburg beziehen Logistikdienstleistungen (Speditionen), welche in Scope 3 ausgewiesen werden. Die eigene Logistikflotte in Saarbrücken & Trier wird in Scope 1 (und kaum merklich in Scope 2) bilanziert.

Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich
Verwaltung
**2.2.3. Geschäftsbereich
Logistik**
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Logistik nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

	2024		2025	
LOGISTIK GESAMT	6.324,0	100,0%	5.599,5	100,0%
Scope 1	1.799,1	28,4%	1.339,3	23,9%
Scope 2	134,4	2,1%	172,9	3,1%
Scope 3	4.389,5	69,4%	4.087,4	73,0%

Der relative Anstieg in den Scope 2-Emissionen ist durch die **Anschaffung weiterer E-Fahrzeuge** am Standort Saarbrücken & Trier zu erklären. Dieser korrespondiert auch mit den sinkenden Scope 1-Emissionen, da mehr Strom und weniger fossiler Brennstoff für die Fahrzeuge benötigt wird.

Emissionen Geschäftsbereich Logistik nach Emissionskategorie (in tCO₂e)

	2024		2025	
LOGISTIK GESAMT	6.324,0	100,0%	5.599,5	100,0%
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	3.320,9	52,5%	3.160,2	56,4%
Firmenfahrzeuge	1.934,5	30,6%	1.853,4	33,1%
Bezogene Dienstleistungen	563,1	8,9%	585,9	10,5%



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

2.1. RPM gesamt

2.2. Geschäftsbereiche

2.2.1. Geschäftsbereich Druck

2.2.2. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.2.3. Geschäftsbereich Logistik

2.2.4. Geschäftsbereich

Digital

03

Umwelt

04

Soziales

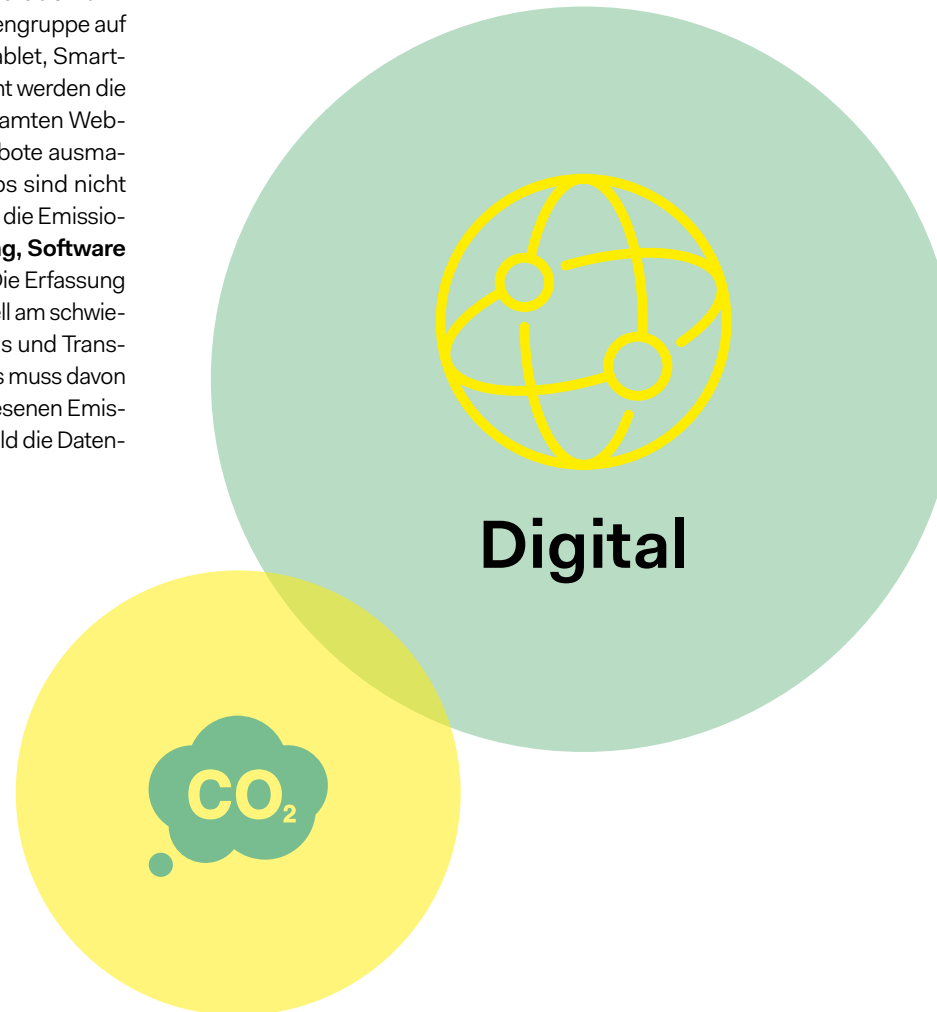
05

Governance

Impressum

2.2.4. Geschäftsbereich Digital

Im Geschäftsbereich Digital werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den **Stromverbrauch** entstehen, wenn **Online-Medien** der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) gelesen werden. In diesem Bericht werden die **Hauptwebseiten**, die ca. 90 % des gesamten Webseiten-Traffics der Mediengruppe-Angebote ausmachen, sowie die **ePaper** bilanziert. Apps sind nicht Bestandteil des Berichts. Zudem werden die Emissionen für **Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware** bilanziert. Die Erfassung der Emissionen im Bereich Digital ist aktuell am schwierigsten (noch deutlich weniger Standards und Transparenz als im Geschäftsbereich Druck). Es muss davon ausgegangen werden, dass die ausgewiesenen Emissionen im Digitalen steigen werden, sobald die Datenqualität zunimmt.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Digital pro Standort (in tCO₂e)

	2024		2025	
DIGITAL GESAMT	1.781,5	100,0%	1.821,0	100,0%
Düsseldorf & Niederrhein	1.248,1	70,1%	1.410,5	77,5%
Saarbrücken & Trier	318,4	17,9%	306,5	16,9%
Bonn	89,2	5,0%	87,1	4,8%
Hamburg & München	125,8	7,1%	14,9	0,8%

Hundert Prozent der anfallenden Emissionen im Geschäftsbereich Digital sind Scope 3-Emissionen:

Emissionen Geschäftsbereich Digital nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

	2024		2025	
DIGITAL GESAMT	1.781,5	100,0%	1.821,0	100,0%
Scope 1	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Scope 2	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Scope 3	1.781,5	100,0%	1.821,0	100,0%



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck
2.1. RPM gesamt
2.2. Geschäftsbereiche
2.2.1. Geschäftsbereich Druck
2.2.2. Geschäftsbereich Verwaltung
2.2.3. Geschäftsbereich Logistik
2.2.4. Geschäftsbereich Digital

03
Umwelt

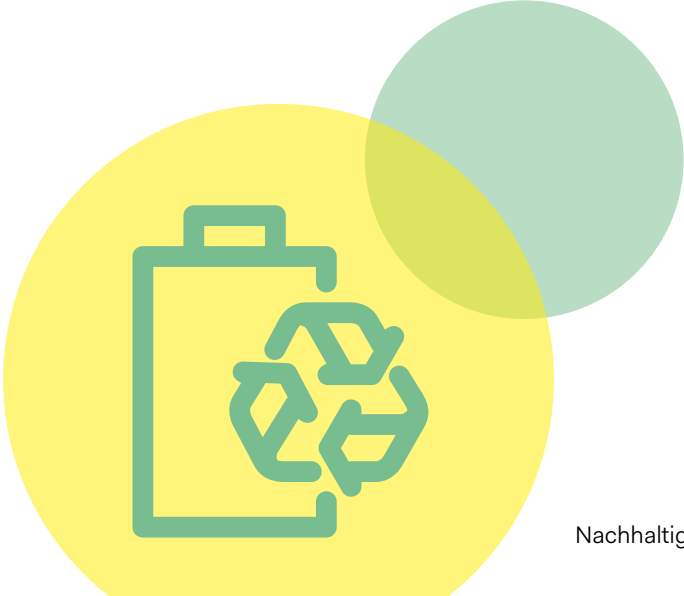
04
Soziales

05
Governance

Impressum

Im Düsseldorfer Zentraleinkauf sind mehrere Maßnahmen umgesetzt worden, um den CO₂-Fußabdruck der eingekauften Hardware zu senken. Zwei Beispiele hierfür sind der Bezug von: (1) energieeffizienten Elektrogeräten und (2) Notebooks, bei denen recycelte oder erneuerbare Materialien bei der Produktion verbraucht wurden. Der Verkauf von IT-Hardware an Wiederverwerter rundet das Maßnahmenpaket ab. Außerdem wurden im Januar 2025 10 gebrauchte iPhones SE als preisgünstige Alternative zum iPhone 15 für die RPM-Mitarbeitenden bestellt.

Emissionen Geschäftsbereich Digital nach Emissionskategorie (in tCO ₂ e)				
	2024		2025	
DIGITAL GESAMT	1.781,5	100,0 %	1.821,0	100,0 %
Bezogene Dienstleistungen	875,0	49,1 %	966,6	53,1 %
Nutzung verkaufter Produkte	724,8	40,7 %	560,5	30,8 %
Büroausstattung	181,7	10,2 %	293,9	16,1 %



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

- 3.1. Wesentliche Umweltthemen für die Mediengruppe
- 3.2. Anpassung an den Klimawandel
- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen
- 3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

03 Umwelt



03 Umwelt

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

- 3.1. Wesentliche Umweltthemen für die Mediengruppe
- 3.2. Anpassung an den Klimawandel
- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen
- 3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Als produzierendes Unternehmen fokussiert sich die Mediengruppe aktuell in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie (siehe Kapitel [1.3. Nachhaltigkeitsstrategie](#)) mit drei von vier Zielen auf umweltbezogene Themen (CO₂-Reduktion, Grüne Logistik, Berichtswesen). Da praktisch jede wirtschaftliche Tätigkeit mit dem Ausstoß von Treibhausgasen einhergeht, lag der Fokus im Jahr 2025 auf dem Aufbau des Berichtswesens inklusive der Finalisierung der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse, der Montage einer Photovoltaikanlage in Saarbrücken sowie der Messung und Dokumentation der emittierten Treibhausgase. Zudem wurden im Rahmen der Vorbereitungen auf die Herausforderungen der EUDR Prozesse in der Papierbeschaffung, Lagerung und Verarbeitung in den hauseigenen Druckereien analysiert und angepasst.

Auf Basis der sich seit 2022 stetig verbessernden Datenlage erhält die Rheinische Post Mediengruppe zunehmend **Transparenz über ihren CO₂-Fußabdruck und die größten Emissionstreiber**. Durch die Einführung des CO₂-Bilanzierungstools Cozero Ende 2022 sowie die Etablierung der Prozesse zur Bilanzierung von Treibhausgasen konnte das Unternehmen bei der dritten Erhebung der Werte für das Geschäftsjahr 2025 die Datenqualität deutlich verbessern und weiter vervollständigen (siehe Kapitel [2. CO₂-Fußabdruck](#)).



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM

- 3.2. Anpassung an den Klimawandel
- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen
- 3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

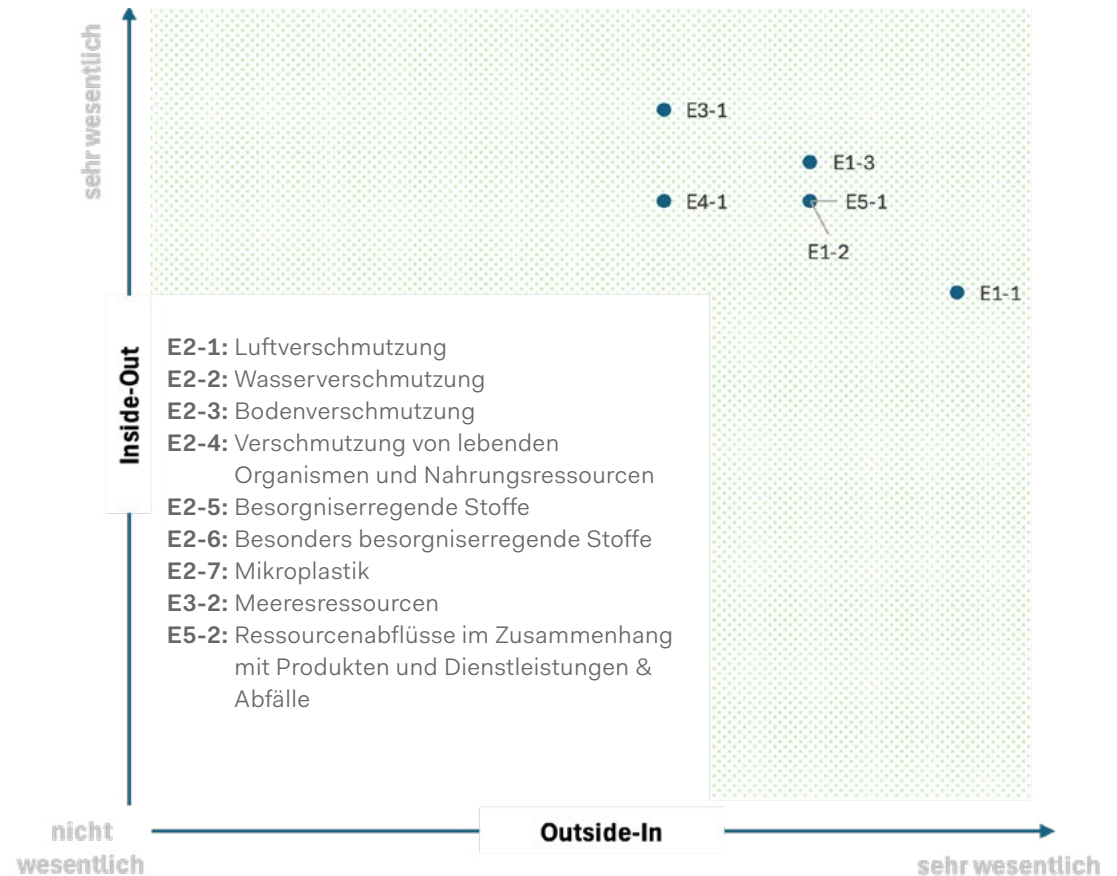
3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM

Die ESRS geben für die drei maßgeblichen Bereiche Umwelt, Soziales und Governance (ESG) beispielhafte Themen vor, welche durch weitere Unterthemen konkretisiert werden. **Für den Bereich Umwelt werden fünf Themen spezifiziert.** Die RPM hat im Vorfeld der Wesentlichkeitsanalyse geprüft, ob die in den ESRS beschriebenen Themen und Unterthemen die Realität der RPM abbilden. Auf Themenebene waren keine Ergänzungen nötig. **Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse hat die RPM vier der fünf Themen als wesentlich eingestuft:**

- Klimawandel (Anpassung an den Klimawandel, Klimaschutz, Energieverbrauch/ Energiemix)
- Wasser- und Meeresressourcen (Wasserverbrauch)
- Biologische Vielfalt und Ökosysteme (Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen)
- Kreislaufwirtschaft (Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung)

Die Abbildung rechts zeigt, wie die verschiedenen Unterthemen des Themenbereichs Umwelt (E – Environment) im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse bewertet wurden.

Die nachfolgenden Kapitel dienen der Erläuterung der wesentlichen Themen auf Basis der definierten Unterthemen. Die präsentierten Daten orientieren sich an den Vorgaben des ESRS-Set 1.



- E1-1: Anpassung an den Klimawandel
- E1-2: Klimaschutz
- E1-3: Energieverbrauch/Energiemix
- E3-1: Wasser
- E4-1: Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen
- E5-2: Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

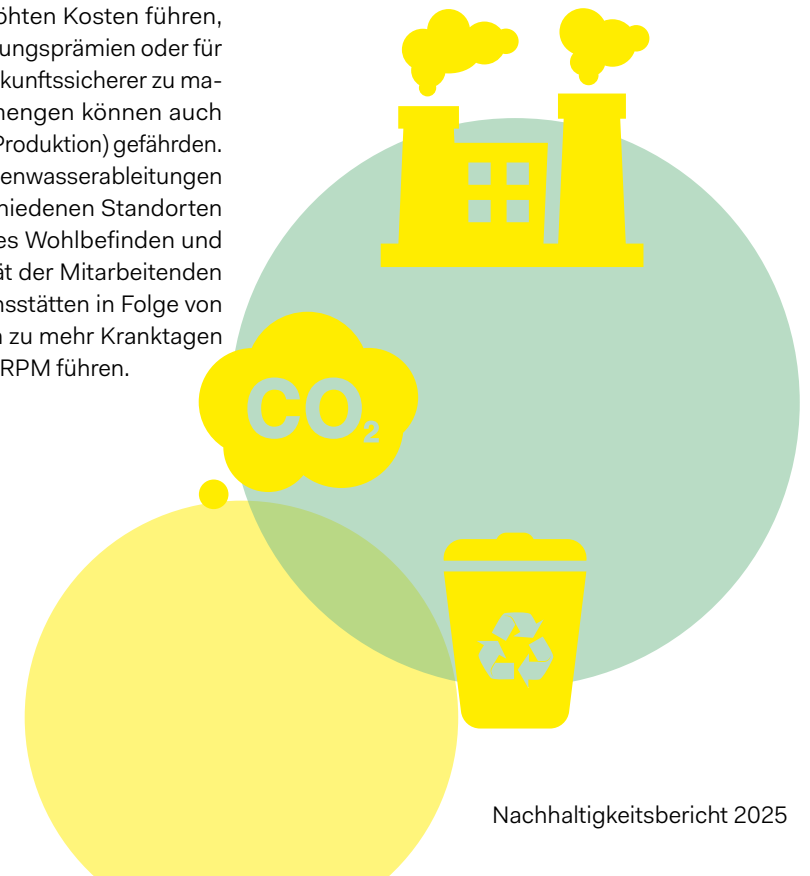
3.2. Anpassung an den Klimawandel

Die Mediengruppe ist ein produzierendes Unternehmen mit zwei eigenen Druckereien, einer Auslieferungs- und Zustelllogistik und entsprechenden Verbräuchen fossiler Inputfaktoren und damit einhergehenden CO₂-Emissionen (siehe Kapitel [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#), Kapitel [1.9. Datenerfassungsstruktur für den CO₂-Fußabdruck](#) und Kapitel [2. CO₂-Fußabdruck](#)). Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts ist noch kein Klimawendeplan (Aktionsplan zur Erreichung von Netto-Null-Emissionen bis 2050) entwickelt, Klimaszenarien werden derzeit den Überlegungen nicht zu Grunde gelegt. Die RPM sieht vor, den Übergangsplan bis zu ihren offiziellen Berichtspflichten im Jahr 2028 vorzulegen.

Eine der Hauptressourcen der RPM, das **Papier**, ist **geprägt durch eine energie- und wasserintensive Produktion** (insbesondere Zeitungspapier aus Frischfasern). Nach Auskunft der Papierlieferanten werden im Schnitt 17.000l Wasser für die Herstellung einer Tonne Papier benötigt. Der größte Teil des Wassers wird mehrmals wiederverwendet, bevor es der Abwasseraufbereitungsanlage zugeführt wird. Verluste gibt es durch den bei der Papierproduktion entweichenden Wasserdampf. **64,8% des im Jahr 2025 von der RPM bezogenen Papiers bestand zu 100% aus Altpapier.** Die restlichen 35,2% des bezogenen Papiers beinhalteten Frischfasern. Ende Dezember 2025 wurde bekannt, dass Druckerzeugnisse aus dem Anwendungsbereich der EUDR auszunehmen sind. Außerdem ist das Inkrafttreten der EUDR auf Ende Dezember 2026 verschoben. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts ist noch unklar, ob die haus-eigenen Druckereien Dokumentationspflichten nachkommen müssen oder nicht (siehe Kapitel [3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung](#)).

Die in 2025 von den beiden RPM-Druckereien eingesetzte **Druckfarbe enthält teilweise (noch) Mineralöl**. Im Verlauf des Jahres ist die Saarbrücker Druckerei auf 100 % mineralölfreie Farben umgestiegen (siehe Kapitel [3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung](#)). Auch das digitale Medienangebot generiert durch die Produktion, Bereitstellung und den Konsum Emissionen für Software, Datenverarbeitung und Hosting.

Die Mediengruppe muss sich intensiver mit der Anpassung an Klimaveränderungen wie Erwärmung, Starkregen und Hochwasser befassen, da sie im Bereich der Verwaltung zu erhöhten Kosten führen, bspw. für steigende Versicherungsprämien oder für Maßnahmen, um Gebäude zukunftssicherer zu machen. Hohe Niederschlagsmengen können auch Geschäftsaktivitäten (z.B. die Produktion) gefährden. Frühzeitige Lösungen für Regenwasserableitungen wurden bereits an den verschiedenen Standorten der RPM ergriffen. Schlechtes Wohlbefinden und geringere Arbeitsproduktivität der Mitarbeitenden in den Büros oder Produktionsstätten in Folge von heißen Temperaturen können zu mehr Kranktagen und Umsatzeinbußen bei der RPM führen.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt
3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den Klimawandel

- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/
Energemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen
- 3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Die **Zustellung der Printmedien** wird ebenfalls durch Extremwetterverhältnisse beeinflusst und erschwert. Die RPM identifiziert dieses Risiko als ein wesentliches, physisches Risiko (zur Vorgehensweise der RPM bei der Identifizierung der Risiken siehe Kapitel [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#)):

1. Sicherheitsrisiken: Starkregen und Überschwemmungen können das Durchqueren von Straßen und Gehwegen gefährlich machen. Zustellende könnten gezwungen sein, Umwege zu nehmen. Dies verlängert die Arbeitszeiten und verringert die Produktivität. Stürme und starke Winde stellen eine Gefährdung durch herabfallende Äste oder herumfliegende Gegenstände dar, was das Verletzungsrisiko erhöht.

2. Verlängerte Arbeitszeiten: Wetterereignisse wie Starkregen, Überschwemmungen und vereiste Straßen können die Auslieferung/ Zustellung verlangsamen. Zustellende müssen sich vorsichtiger bewegen und alternative Routen wählen, was die Effizienz verringert. Bei Hitzewellen müssen Pausen häufiger eingelegt werden, um Erschöpfung zu vermeiden. Dies verlängert ebenfalls die Zustellzeiten.

3. Erhöhte körperliche Belastung: Hitzewellen belasten die Zustellenden körperlich stark, insbesondere bei langen Laufwegen. Dies kann zu Hitzestress führen und beeinträchtigt die Gesundheit und Leistungsfähigkeit. Auch bei extremen Kältebedingungen ist die Belastung hoch, da Schutzkleidung und kalte Temperaturen die Beweglichkeit einschränken und zusätzliche Anstrengung erfordern.

4. Beeinträchtigung der Infrastruktur: Straßen, die durch Starkregen oder Überschwemmungen unpassierbar sind, behindern die Zustellung erheblich. Auch beschädigte Straßen durch Extremwetter verzögern die Lieferung oder machen sie an bestimmten Orten unmöglich. Im Winter führen extreme Schneefälle und Glatteis oft zu Verzögerungen und zu einem erhöhten Unfallrisiko.

5. Erhöhte Kosten und Anforderungen an die Logistik: Die RPM muss zusätzliche Ressourcen bereitstellen, um auf wetterbedingte Zwischenfälle zu reagieren (z. B. Ersatzpersonal, Schutzkleidung und Ausrüstung für extremes Wetter). Die Wartung von Fahrzeugen wird teurer, da Extremwetterereignisse zu schnellerem Verschleiß führen können.

6. Planungsunsicherheit und Flexibilität: Extremwetterereignisse erfordern eine flexible Planung. Die RPM muss in der Lage sein, kurzfristige Änderungen der Prozesse umzusetzen, um Sicherheitsrisiken zu minimieren und die Auslieferung/Zustellung dennoch zu gewährleisten.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den Klimawandel

- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/
Energienmix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen
- 3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Neben den eigenen Unternehmensprozessen können durch Extremwetterverhältnisse auch die **Produktionsabläufe der Wertschöpfungskette** (siehe Kapitel [1.6. Wertschöpfungskette](#)) gestört, Infrastruktur beschädigt und Lieferketten unterbrochen und somit auch die Zeitungsproduktion der RPM beeinträchtigt werden. Dies kann zu Zusatzkosten führen, da Inputfaktoren ersatzweise zu höheren Preisen beschafft werden müssen, und zu Lieferengpässen, die mit finanziellen Einbußen einhergehen. Seit der Corona-Pandemie wird daher immer ein größerer Sicherheitsbestand an Papier, Druckfarbe und Druckplatten eingelagert. Dieser Zustand bindet mehr Kapital, bietet der RPM aber Produktionssicherheit.

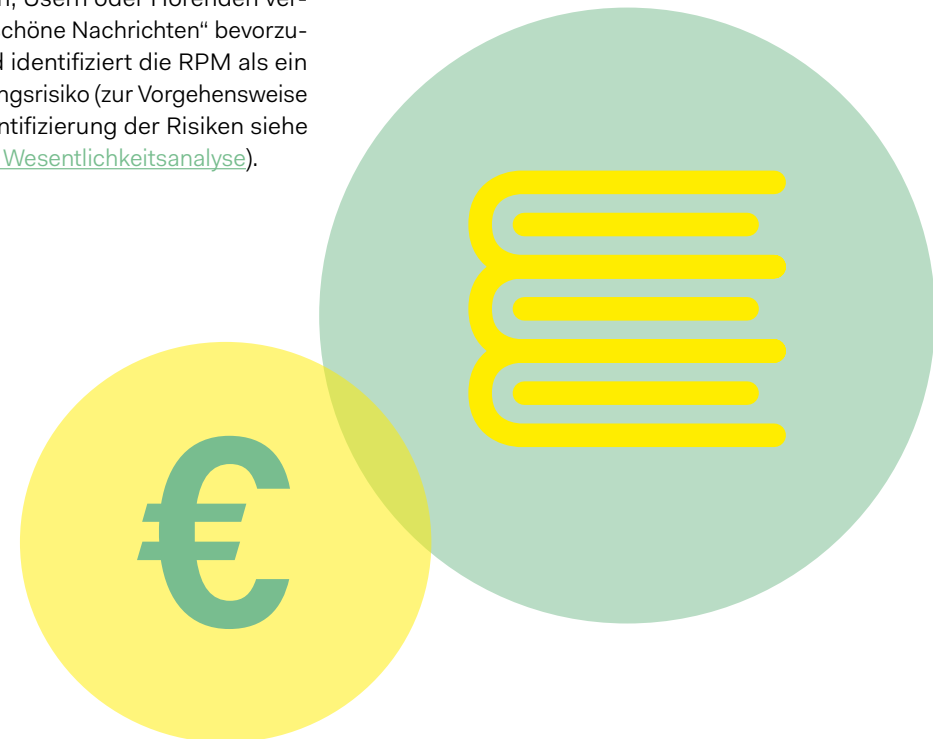
Unternehmen in der EU werden durch die CSRD in die Verantwortung genommen, transparent über nachhaltigkeitsbezogene Themen zu berichten, die gesamte Wertschöpfungskette zu prüfen und nachhaltig zu verbessern. Die Implementierung der nötigen Strukturen bindet Personal und verursacht Kosten. Sofern Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel veröffentlicht, diese jedoch nicht nachhaltig, umfassend und langfristig ausgebaut werden, droht der Mediengruppe ein Reputations- und Image-Risiko.

Durch die Veränderung des Anwendungsbereiches der EUDR ab Ende 2026 (Druckerzeugnisse sind aus dem Anwendungsbereich ausgenommen) verringert sich das Risiko, dass die Hauptressource Papier, zumindest bei den 100%-Altpapier-Lieferanten, in Folge der EUDR-Verordnung aufgrund höherer Nachfrage knapp und somit auch teurer werden könnte.

Es wird deutlich, dass die Mediengruppe den beschleunigten Ausbau des Digitalgeschäfts und das Ausschöpfen von Diversifizierungsmöglichkeiten als

Chance sehen muss, um neue Zielgruppen zu erschließen, den Umsatz zu steigern und somit (neben den rückläufigen Print-Abos) mit den unvermeidlichen Folgen des Klimawandels für das Geschäftsmodell umzugehen.

RPM ist als regionales Medienhaus ein **wichtiger und unverzichtbarer Partner zur Informationsübermittlung und Aufklärung**. In Zeiten von Fake-News steigt die Nachfrage nach **Qualitätsmedien**. Dennoch kann die Berichterstattung über den Klimawandel und dessen Auswirkungen dazu führen, dass der Konsum von RPM-Medienprodukten von manchen RPM-Lesenden, Usern oder Hörenden verringert wird, da sie „schöne Nachrichten“ bevorzugen. Diesen Zustand identifiziert die RPM als ein wesentliches Übergangsrisiko (zur Vorgehensweise der RPM bei der Identifizierung der Risiken siehe Kapitel [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#)).



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

3.3. Klimaschutz

Die strengeren Vorgaben durch die europäische und deutsche Gesetzgebung (z.B. EUDR, Energieeffizienzgesetz, Selbstverpflichtung zum Einsatz mineralölfreier Farben, etc.) führen zu höheren Kosten und höherem Aufwand im Unternehmen. Sie stellen ein wesentliches Übergangsrisiko für die RPM dar (zur Vorgehensweise der RPM bei der Identifizierung der Risiken siehe Kapitel [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#)).

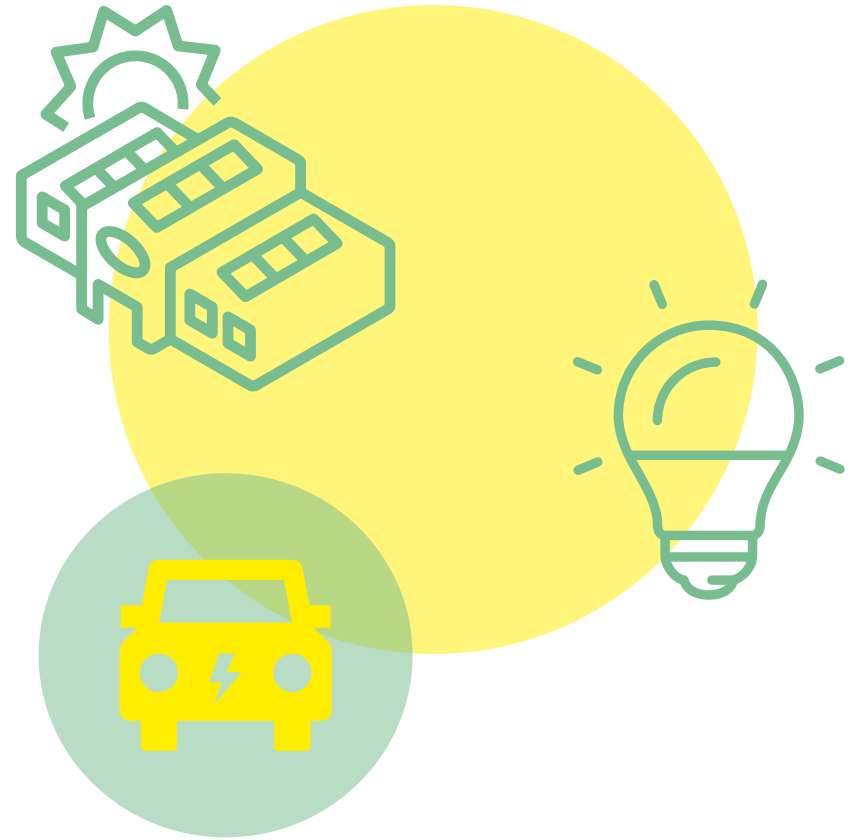
Im Zuge dessen hat die Rheinische Post Mediengruppe mit der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks sowie verschiedenen Beratungsprojekten mit den Schwerpunkten Energie und Dekarbonisierung einen Meilenstein für die zukünftige Klimaschutzstrategie erreicht. Die erlangte Daten- und Informationsbasis ermöglicht,

1. einen **Überblick über die Emissionstreiber** sowie das **Einflussvermögen** der Mediengruppe auf diese Emissionstreiber zu erlangen,
2. die **Reduktion direkt beeinflussbarer Treibhausgasemissionen zu priorisieren** und nötige Maßnahmen zu ergreifen (z.B. Beauftragung von Fachplanern zur Ausarbeitung der Dekarbonisierungsmaßnahmen),
3. **konkrete CO₂-Reduktionsziele** für die nächsten Jahre zu **definieren** und zu **verfolgen**.

Wirksamer Klimaschutz ist leider nicht von heute auf morgen umzusetzen. Die sehr hohe technische Komplexität bei der Implementierung von Klimaschutzmaßnahmen und auch die hohen Investitionen erschweren und verlangsamen die Möglichkeiten, klimaschonender zu produzieren. Die Mediengruppe identifiziert diesen Sachverhalt als ein wesentliches Übergangsrisiko, hat nun aber den Grundstein für

die Umsetzung größerer Maßnahmen gelegt. Die Nachhaltigkeitsvision der Rheinische Post Mediengruppe beschreibt, dass sie es sich zum Ziel gesetzt hat, einen **wertvollen Beitrag zur Bewahrung einer lebenswerten Heimat zu leisten**, indem die Umweltwirkungen ihrer Tätigkeiten reduziert werden und auf die bestmögliche Schonung von Klima und Ressourcen geachtet wird. Aus diesem Grund wurden beispielsweise die im Winter 2022/2023 umgesetzten Energiesparmaßnahmen im Rahmen der Gasmangellage bis zum heutigen Tag nur teilweise zurückgenommen. Für alle Standorte gibt es einen **ausgearbeiteten Energie- und Dekarbonisierungs-Maßnahmenkatalog** (siehe Kapitel [3.4. Energieverbrauch/Energemix](#)). Tatsächlich könnte

die Mediengruppe in ein paar Jahren einen Wettbewerbsvorteil in der Produktion durch nachhaltige Prozesse, mögliche Auszeichnungen, Label oder Siegel erlangen. Durch die gesteigerte nachhaltige Produktivität (Stichwort: Dekarbonisierung) könnten Kosten gesenkt werden. Im Zuge der fortschreitenden **Elektrifizierung der Dienstwagenflotte** wurde die Erweiterung der Ladeinfrastruktur am Düsseldorfer Campus vorangetrieben, indem drei weitere Doppelladesäulen in Betrieb genommen wurden. Am Trierer Standort konnte die **Elektro-Logistikflotte** im Vorjahr um weitere 24 Fahrzeuge ausgebaut werden, in Saarbrücken wurden sieben Elektrofahrzeuge in 2024 angeschafft sowie fünf Doppelladesäulen installiert.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Die **kontinuierliche Reduktion der Emissionen**, die innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette entstehen (Scope 1 – 3), und der damit verbundene Prozess zu einer nachhaltigeren vor- und nachgelagerten Lieferkette ist lang. Abhängig von der Größe des Lieferanten ist der Einfluss der RPM begrenzt. Die Anpassung der Prozesse ist generell komplex und kostenintensiv, sodass Veränderungen nicht allzu schnell vollzogen werden können. Da das eingekaufte Papier der größte Emissionstreiber der RPM ist, liegt es nahe, möglicherweise durch eine angepasste Papiereinkaufsstrategie Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette zu reduzieren (z.B. Fokus auf Papierlieferanten, die weniger Wasser für Papierproduktion benötigen und/oder mit erneuerbaren Energiequellen produzieren).

Die **Kommunikation mit den eigenen Mitarbeitenden**, deren **Sensibilisierung** sowie das **Schaffen von Anreizen zu klimaschonendem Verhalten** (z.B. Bezuschussung des Deutschlandtickets) spielen durchgehend eine wichtige Rolle, um gemeinschaftlich an den formulierten Nachhaltigkeitszielen zu arbeiten. Außerdem versteht die Mediengruppe Klimaschutz als Chance, um ihre Arbeitgeberattraktivität zu steigern: Sie kann bestehende Mitarbeitende binden, die sich mit nachhaltig geführten Unternehmen identifizieren, und auch neue Mitarbeitende gewinnen. Dies stellt einen essenziellen Hebel dar, auch um den Fachkräftebedarf in Zukunft besser abzusichern.

Ihrer **gesellschaftlichen Verantwortung** kommt die Mediengruppe als wichtiger und unverzichtbarer Partner zur Informationsübermittlung durch die **regelmäßige Berichterstattung über gesellschaftliche Themen und Initiativen** im Rahmen der Nachhaltigkeit nach. Die stetige Sen-

sibilisierung, Aufklärung und Möglichkeit zur Meinungsbildung und auch Diskussion sind Bestandteil der journalistischen Qualitätsarbeit der Redaktionen. Im Jahr 2025 wurden in den Tageszeitungen verschiedene Schwerpunktausgaben zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlicht – beispielsweise „Nachhaltigkeit leben“ der Rheinische Post und „Umweltbewusstsein“ des Trierischen Volksfreunds. Seit 2015 erscheint jährlich im Anzeigenblatt des Saarländischen Wochenblattverlags die Sonderbeilage „Nachhaltigkeit“. Diese wurde im Jahr 2020 vom Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (BVDA) in der Kategorie „Innovation – die beste Idee des Jahres“ ausgezeichnet. Die Newsletter „Thema: Klima – für die Zukunft im Saarland“ und „Sauer leben“ bündeln im Vier- bzw. Zweiwochentakt spannende Informationen rund um die Themen Klima, Umwelt, Naturschutz und Nachhaltigkeit in den Regio-

nen und runden so das Produktportfolio an den Standorten Saarbrücken und Trier ab. Auf der Indexseite „nachhaltig leben“ der Rheinische Post werden digital laufend spannende Inhalte zum Thema gesammelt und veröffentlicht.

Die Hamburger Fachmedien betreuen ZERO, eine digitale Informationsplattform mit dem Themenfokus Nachhaltigkeit in der Transport- und Logistikwelt. Die Inhalte kommen direkt aus der Redaktion der DVZ Deutsche Verkehrs-Zeitung oder werden von Unternehmen unter dem Label „Corporate Content“ zur Verfügung gestellt.

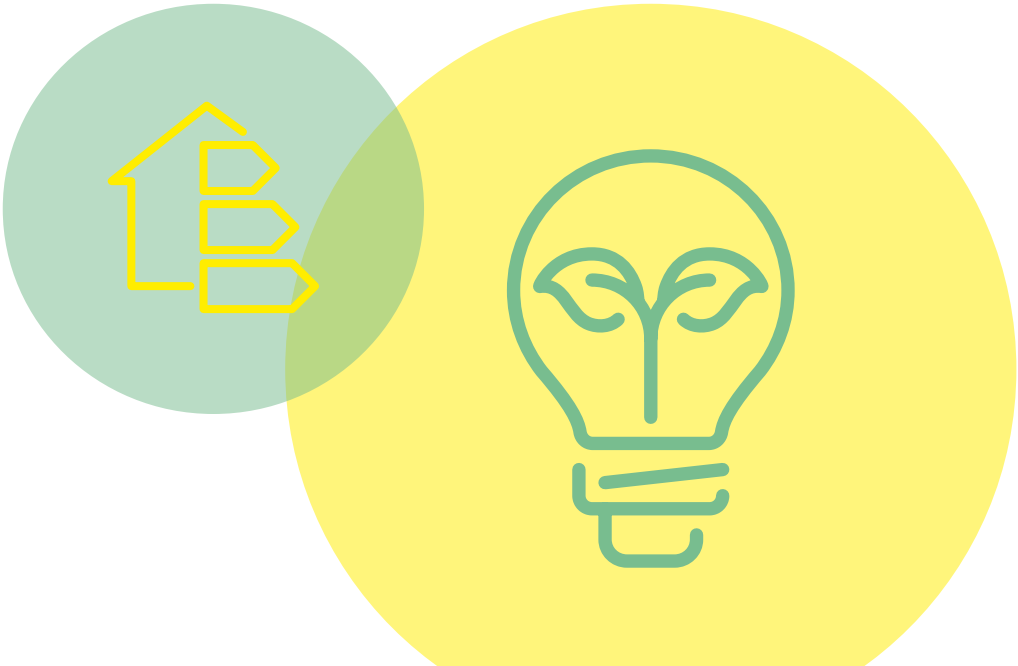
Zwei Risiken, die potenziell eintreten und die Umsätze schmälern könnten, heute aber noch keine wesentliche Rolle spielen, sind eine steigende Anzahl an Zeitungsabo-Kündigungen aus Nachhaltigkeitsgründen sowie Zeitungsabo-Kündigungen aus „Spargründen“ (Klimaschutzmaßnahmen in Deutschland und Europa erhöhen die Kosten für Luxusgüter für Verbraucher (Reisen, Produkte und Dienstleistungen), sodass RPM-Lesende, User und Hörende an ihren Abos sparen müssen).



3.4. Energieverbrauch/Energiemix

Alle wesentlichen Produktions- und Arbeitsprozesse der RPM (und ihrer Wertschöpfungskette) erfordern die Zuführung von (aktuell überwiegend fossiler) Energie.

Energieverbrauch Gesamt (in kWh) und Emissionen (in tCO ₂ e)					
Energieverbrauch		Verbrauch in kWh		Emissionen in tCO ₂ e	
RPM GESAMT		38.837.417,0	100,0 %	17.363,2	100,0 %
	Gesamtenergieverbrauch aus fossilen Quellen	38.470.675,0	99,1 %	17.351,1	99,9 %
	Gesamtverbrauch aus erneuerbaren Quellen	366.742,0	0,9 %	12,0	0,1 %
	davon erneuerbarer Strom	54.721,0	14,9 %	0,9	7,7 %
	davon selbst erzeugte erneuerbare Energie	312.021,0	85,1 %	11,1	92,3 %



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

**3.4. Energieverbrauch/
Energiemix**

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Energieverbrauch nach Geschäftsbereichen (in kWh) und Emissionskategorien (in tCO₂e)

Energieverbrauch		Verbrauch in kWh		Emissionen in tCO ₂ e	
RPM GESAMT		38.837.417,0	100,0 %	17.363,2	100,0 %
Geschäftsbe- reich Druck	Brennstoff für Heizungen und Anlagen (fossile Quellen)	13.677.577,0	32,2 %	2.728,9	13,3 %
	Eingekaufter Strom (nationaler Strommix)	7.686.441,0	19,8 %	6.314,2	30,7 %
	Bezug von Wärme, Dampf und Kälte (fossile Quellen)	2.113.230,0	5,4 %	672,1	3,3 %
Geschäftsbe- reich Verwaltung	Eingekaufter Strom (nationaler Strommix)	7.051.706,0	18,2 %	6.007,3	29,2 %
	Brennstoff für Heizungen und Anlagen (fossile Quellen)	6.534.902,0	16,8 %	1.444,9	7,0 %
	Bezug von Wärme, Dampf und Kälte (fossile Quellen)	1.406.819,0	3,6 %	478,6	2,3 %
	Photovoltaik (selbst erzeugt)	312.021,0	0,8 %	20,7	0,1 %
	Grüner Strom	54.721,0	0,1 %	288,7	1,4 %



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

**3.4. Energieverbrauch/
Energiemix**

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Rund 34,0% aller Emissionen der Mediengruppe fallen in die Kategorie „Energie“ ((1) eingekaufter Strom, (2) Brennstoffe für Heizungen und Anlagen, (3) Bezug von Wärme, Dampf und Kälte, (4) Erneuerbare Energien)). Auf die beiden eigenen Druckereien entfallen davon allein 56,5% (9.805,9 tCO₂e). Der Fußabdruck der Druckereien beinhaltet die Emissionen der beschafften Produktionsmaterialien, u.a. der Hauptressource „Papier“. Diese ist durch einen hohen Energieverbrauch geprägt. Die Hauptursache für den **hohen Energieverbrauch bei der Papierproduktion ist die Zellstoffproduktion aus Holz**. Wenn Papierprodukte nicht aus Altpapier hergestellt werden, müssen erst sogenannte Primärfasern produziert werden. Dafür werden in einem aufwändigen chemischen Verfahren die einzelnen Fasern aus dem Holz herausgelöst. Die so gewonnenen Primärfasern sind der sogenannte Zellstoff, der dann zu Papier weiterverarbeitet wird. Das Herauslösen der einzelnen Fasern aus dem Holz ist der energie- und wasserintensivste Schritt der Papierherstellung.

Die **Produktion der Druckplatten**, bestehend aus Aluminium, ist **ebenfalls energieintensiv**. Das Mineralerz Bauxit bildet das Ausgangsmaterial für die Aluminiumproduktion. Daraus wird zunächst Tonerde gewonnen, die in der Aluminiumschmelze zu metallischem Aluminium weiterverarbeitet wird. Besonders die Aluminiumschmelze ist extrem energieaufwändig. Die Wiederverwertung verbraucht im Vergleich zur primären Herstellung nur fünf Prozent der Energie. Daher ist Aluminium für das Recycling besonders attraktiv (siehe Kapitel [3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung](#)).

Der branchenweite Rückgang der Printauflagen wirkt sich „mildernd“ auf den Energieverbrauch der Druckereien aus.

Generell sinkt der Gesamtenergieverbrauch um rund fünf bis zehn Prozent pro Jahr. In 2025 ist durch die Übernahme des Druckauftrages des Bonner General-Anzeigers der Stromverbrauch des eingekauften Stroms im Vergleich zum Vorjahr um 3,1% gestiegen. Parallel hierzu ist allerdings der Energieverbrauch in der bisherigen Fremddruckerei entfallen. Für das Jahr 2026 wird davon ausgegangen, dass die neue PV-Anlage auf dem Druckereidach in Heerdt die zu kaufende Strommenge reduziert.

Neben den Druckereien wird Energie auch für **Hardware und Software im Büroalltag** sowie den **Betrieb der Kantine und des Rechenzentrums** in Heerdt benötigt. Auch das digitale Medienangebot generiert durch die Produktion, Bereitstellung und den Konsum Emissionen für die Software, Datenverarbeitung und das Hosting.

Durch die Möglichkeit des mobilen Arbeitens erhöht sich der Energieverbrauch (z.B. Strom) bei den Mitarbeitenden zu Hause (Scope 3).

Maßnahmen im Bereich Energie mit den Zielen einer

optimierten Nutzung und generellen Reduzierung werden bereits seit einigen Jahren an den Standorten der Mediengruppe, insbesondere in den Druckereien, umgesetzt. In der Düsseldorfer Druckerei verfügen alle Kompressoren bereits seit Jahren über eine Wärmerückgewinnung, deren erzeugte Mengen in das Heizungsnetz der Druckerei eingespeist werden. Die Wärmemenge wird erfasst und ist erheblich. Gemäß dem EnEFG (Energieeffizienzgesetz) wurden nach § 17 Abs. 2 alle Abwärmequellen am Düsseldorfer Campus auf weitere Nutzungsmöglichkeiten untersucht. Das Temperaturniveau liegt allerdings für eine effektive Nutzung zu niedrig oder die nutzbare Energie steht nur temporär zur Verfügung. Eine Ausnahme bilden die Blockheizkraftwerke (BHKW), deren Abwärme von der Druckerei bereits verwendet wird und bei denen dennoch ein höheres Resttemperaturniveau bei relativ konstanter Erzeugung gegeben ist. Diese Abwärme wurde fristgerecht in die Plattform für Abwärme eingetragen.

In Saarbrücken wird mit Fernwärme geheizt. Die Heizungen in den Produktionshallen werden mit Umluft betrieben, d.h. bereits erwärmte Luft wird abgesaugt und wieder in den Kreislauf eingeführt, um die zugeführte Luft vorzutemperieren und Temperaturdifferenzen zwischen Innen- und Außenluft zu reduzieren. So muss die Außenluft nur um zwei bis fünf Grad erhitzt werden.

Die Mediengruppe hat im Winter 2022/2023 eine Vielzahl an Maßnahmen im Zuge der Gasmangellage zur Reduzierung des Energiebedarfs umgesetzt. Diese wurden nur teilweise ab Herbst 2023 wieder zurückgenommen und haben somit auch einen posi-



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/ Energiemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

tiven Effekt auf die Reduzierung der Emissionen. Zudem wurde ein Beratungsunternehmen beauftragt, für die Druckereistandorte Düsseldorf und Saarbrücken das **optimale, alternative Energieversorgungskonzept** (unter Berücksichtigung von Photovoltaik, Erdwärme, etc.) zu entwickeln. Ferner wurde eine Energieberatung im Jahr 2023 mit der Ermittlung des energetischen Status der Liegenschaften beauftragt. Die detaillierte Analyse identifizierte neben dem Status Quo auch Optimierungspotenziale. Die Fachbereiche je Standort (Innen- und Immobilienverwaltung, Energie, Bau, etc.) haben die Ergebnisse geprüft, bewertet und auf Basis ihrer Dringlichkeit sowie Wirtschaftlichkeit über die nächsten Jahre priorisiert. Die Beauftragung von Fachplanern zur Konkretisierung der Maßnahmen erfolgte im Laufe des Jahres 2025.

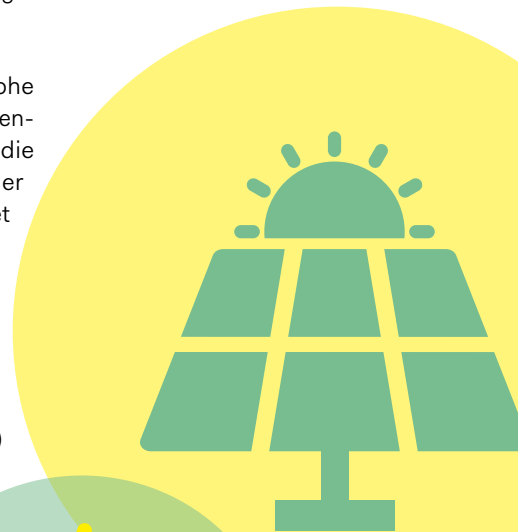
Der **Dekarbonisierungsprozess** erfordert hohe finanzielle und personelle Aufwendungen, ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko für die RPM. Spezifische Gegebenheiten, z.B. dass der Zeitungsdruck überwiegend nachts stattfindet und die Speicher für erneuerbare Energien (z.B. für PV-Strom) in der benötigten Größendimension noch kein Standard und somit sehr teuer sind, erschweren die Ausgangslage (ebenfalls ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko). Anpassungen der Produktions- und Arbeitsprozesse (z.B. Systemanpassungen) werden zusätzlich notwendig sein, um Energiesparmaßnahmen umzusetzen. Dies erfordert ebenfalls finanzielle Mittel.

Bis zur finalen Umsetzung der Dekarbonisierungsmaßnahmen muss die Mediengruppe mit steigenden Energiekosten, bedingt durch die CO₂-Bepreisung für fossile Energien (z.B. Gas), rechnen. Das Erlangen einer Energie-Unabhängigkeit (mithilfe der Steigerung von selbstproduzierter Energie) durch die geplanten Dekarbonisierungsprojekte ist eine Chance für die Mediengruppe. Das Bewusstsein dafür wurde insbesondere während der Gasmangellage geschärft.

Die Lieferkette betrachtend, könnte eine Verschiebung t zu Papierproduzenten, die weniger energieintensiv produzieren, zu Preissteigerungen und Lieferengpässen, bei (auch von anderen Verlagen)

bevorzugten Lieferanten führen, aber die Energieemissionen der Druckerei senken. Der Druck durch externe Druckkunden, die ihre eigene Wertschöpfungskette nachhaltiger gestalten möchten und somit grüne Energie in der Produktion bevorzugen, könnte in den kommenden Jahren für die beiden RPM-Druckereien zunehmen. Der Anteil externer Druckaufträge in Düsseldorf liegt bei rund 25,3%. Die geplanten Dekarbonisierungsmaßnahmen könnten somit ein Wettbewerbsvorteil sein.

Die circ IT GmbH & Co KG (der IT-Dienstleister der Mediengruppe) hat in den Bereichen **Kühlung und Technik des Rechenzentrums** im Frühjahr 2023 in eine Modernisierung investiert und spart dadurch rund 60 Prozent des bisher verbrauchten Stroms pro Jahr ein. Die neue Klimaanlage nutzt dabei mit der sogenannten „freien Kühlung“ ein innovatives Prinzip, da diese Art der Kühlung größtenteils ohne den Betrieb einer Kältemaschine auskommt. Lediglich bei sommerlichen Temperaturen ab 25 Grad muss eine zusätzliche Kälteerzeugung stattfinden, da im Rechenzentrum Tag und Nacht eine konstante Temperatur von 24 Grad herrschen muss. Notwendig wird eine permanente Kühlung des Rechenzentrums durch die warme Abluft der Systeme, die etwa Server während ihres Dauerbetriebes abgeben. Besonders der Betrieb von Servern und weiterer IT-Technik erfordert einen gewissen Strombezug. Daher wurde auch an einer weiteren Stelle modernisiert: Durch den Einsatz neuer und effizienterer Technik im Rechenzentrum können dort zusätzliche Stromsparungsmaßnahmen umgesetzt werden.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt
3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM
3.2. Anpassung an den Klimawandel
3.3. Klimaschutz
3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
3.5. Wasserverbrauch
3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen
3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

04
Soziales

05
Governance

Impressum

3.5. Wasserverbrauch

Die Bürogebäude der Mediengruppe (eigene Liegenschaften und angemietete Gebäude) und die Druckerei- gebäude **verbrauchen und verarbeiten Wasser**. Insgesamt hat die Mediengruppe im Jahr 2025 über alle Standorte und Geschäftsbereiche hinweg 49.066,4m³ Wasser verbraucht. Wird dieser Verbrauch ins Ver- hältnis zu dem Nettoumsatz von 451,4 Mio. EUR (Konzernabschluss, S. 7) gesetzt, dann ergibt sich eine Wasserintensität von 0,0001 m³ Wasser pro Euro Nettoumsatz.

Wasserverbrauch (in m ³) und Emissionen (in tCO ₂ e)					
Wasserverbrauch		Verbrauch in m ³		Emissionen in tCO ₂ e	
RPM GESAMT		84.971,4	100,0 %	15,5	100,0 %
Geschäftsbereich Druck	Wasserverbrauch	34.305,4	40,4 %	6,6	42,3 %
	Abwasser	21.709,0	25,5 %	3,7	23,9 %
Geschäftsbereich Verwaltung	Wasserverbrauch	14.761,0	17,4 %	2,8	18,2 %
	Abwasser	14.196,0	16,7 %	2,4	15,7 %



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Am Düsseldorfer Campus ist die zu bezahlende Abwassermenge wesentlich niedriger als die eingekaufte Frischwassermenge, da Trinkwasser nicht wieder in die Kanalisation gelangt, sondern für die Gartenbewässerung, die Luftbefeuchtung der Papierlagerhallen und die Kühltürme genutzt wird. Ähnlich ist es in der Saarbrücker Druckerei, in der ebenfalls Vernebler im Papierlager, in der Plattenherstellung sowie in der Weiterverarbeitung genutzt werden. Die adiabatische Kühlung der Rotationsanlage wird nur als Unterstützung bei Temperaturen über 30 Grad Celsius eingeschaltet, um den Wasser- und Stromverbrauch gering zu halten.

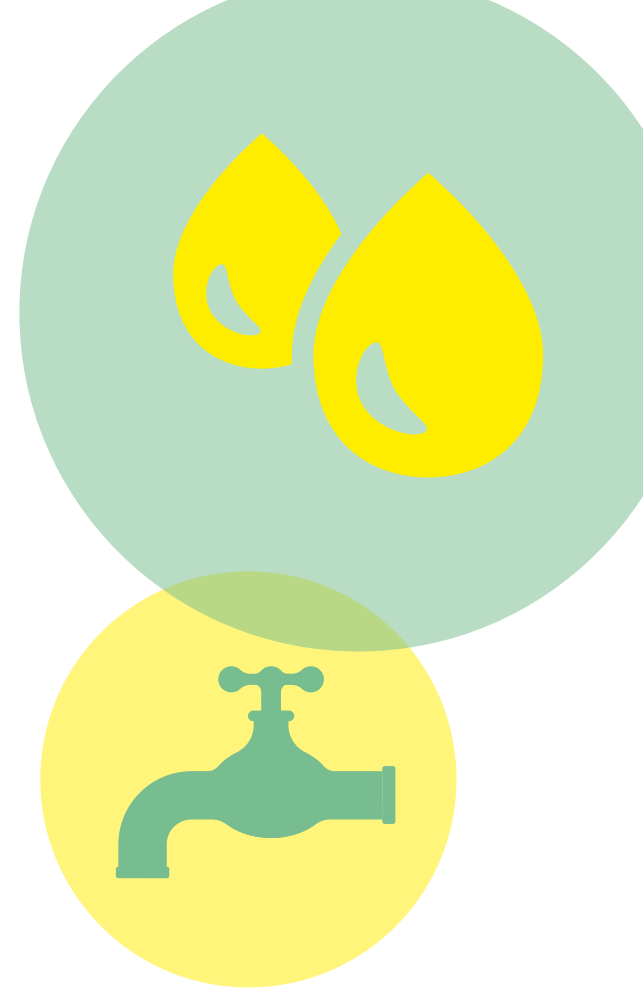
In Düsseldorf und Saarbrücken werden unterschiedliche Druckmaschinen eingesetzt - je nach Maschinentyp wird mehr oder weniger Wasser benötigt. In Düsseldorf wird zur Herstellung des Raumklimas viel Wasser benötigt, so unter anderem für die Kühltürme. Der eigentliche **Druckprozess verbraucht vergleichsweise wenig Wasser:**

1. Wassereinsatz zum Übertragen der Farbe auf Papier: Wasser vermischt sich mit der Farbe und emulgiert. Es wird eine stabile Emulsion erzeugt, die über das Papier abtransportiert wird. Zudem wird das Wasser zum Freihalten von nicht-druckenden Flächen auf der Druckplatte verwendet. Hiermit wird die Abstoßung der Farbe auf der Druckplatte erreicht.

2. Wassereinsatz zur Erstellung und Reinigung der Druckplatten: Bei der Erstellung der Druckplatten wird Wasser zum Abspülen der Entwicklungsschemie der Druckplatte benötigt. Die Druckplatte wird mittels Chemie entwickelt. Zum Abspülen der Chemie wird Wasser benötigt. Hier kommt es zu einem ständigen Wasserverbrauch. Die Entwicklungsmaschinen sind so angelegt, dass ein Großteil des Wassers zirkuliert. Allerdings muss immer wieder frisches Wasser aufgefüllt werden. Seit Februar 2024 hat die Druckerei in Saarbrücken neue Entwicklungsmaschinen, die deutlich weniger Wasser benötigen als die alten Anlagen.

3. Vernebler/Luftbefeuchtung der Papierlagerhallen: In den Raumbefeuchtern wird bedarfsorientiert Wasser zur Luftbefeuchtung benötigt. Dabei wird ein Normklima von 20 – 22°C mit relativer Raumfeuchte von 50 – 55 % angestrebt.

4. Kühltürme: Das zu kühlende Medium (z.B. Kühlwasser für verschiedene Verbraucher: Druckmaschinen, Rotationsanlagen, etc.) befindet sich in einem geschlossenen Kreislauf. Der Kühlturm selbst hat einen massiven Wasserverbrauch, da das Wasser als Kältemittel eingesetzt wird, d.h. das Wasser wird verdampft, um Kälte für den Kältekreislauf zu gewinnen.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum



Die Hauptressource für die Produktion von Tageszeitungen und Anzeigenblättern, das **Papier**, ist geprägt durch eine **wasserintensive Produktion**, sodass in der vorgelagerten Wertschöpfungskette der Mediengruppe der Wasserverbrauch hoch ist. Laut der Angaben der RPM-Papierlieferanten werden durchschnittlich 17.000l Wasser pro Tonne Papier benötigt (ein großer Anteil wird dann wieder ausgeleitet). Insbesondere bei der Herstellung von Frischfaserpapier ist der Wasserverbrauch hoch. Laut Angaben des [Umweltbundesamts](#) wird für die Produktion von Recyclingpapier nur rund 33% der für die Frischfaser-Produktion benötigten Wassermenge verbraucht.

Der Bezug von vorwiegend **Recyclingpapier** könnte aufgrund der **wassersparsameren Papierproduktion** eine signifikante Reduzierung der Emissionen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette für die Mediengruppe bedeuten. Gleichzeitig birgt ein solcher Schritt, den auch andere Verlage anstreben werden, das Risiko von Lieferengpässen und Preissteigerungen.

Der Recyclingprozess des Papiers benötigt ebenfalls große Mengen an Wasser. Über das sogenannte „De-inking-Verfahren“ wird die Druckerfarbe entfernt: In einer Wanne wird das zerstückelte Papier mit Wasser vermennt. Dadurch löst es sich in seine Fasern auf und es entsteht ein Brei. Mit Natronlaugen und Tensiden wird dieser mehrfach gereinigt, die Farbteilchen werden herausgefiltert. Zum Schluss werden diese mit dem Schaum abgetragen¹.

Für die **Herstellung bzw. zur Benetzung einer weiteren Hauptressource, den Druckplatten** im konventionellen Druckprozess, **wird ebenfalls Wasser benötigt**. Das Wasser wird mittels feiner Düsen auf Walzen aufgesprüht. Der größte Teil des Wassers wird über die Vermischung mit Farbe und Aufbringung auf das Papier abtransportiert. Es gibt kleine Mengen an Reflexwasser. Dieses wird in einer eigenen Filtration mittels Keramikmembranen gefiltert und dem Druckprozess erneut zugeführt. Somit wird im Regelfall kein Wasser entsorgt.

Außerdem ist in der vorgelagerten Wertschöpfungskette auch der **Wassereinsatz für die Produktion von Hardware** aufzuführen². Dieser ist ebenfalls nicht zu unterschätzen, und da der Großteil der RPM-Mitarbeitenden (= Angestellte, nicht Zustellende) mit Laptops und Smartphones ausgestattet wird, auch relevant. Während ein Blatt Papier rund zehn Liter virtuelles Wasser verbraucht, kommt ein einziger Mikrochip auf 32 Liter. Für die Produktion eines Smartphones müssen rund 1.000 Liter virtuelles Wasser aufgewendet werden, eine ganze Platine benötigt 4.165 Liter. Spitzenreiter der Technikprodukte ist jedoch der Computer. Der Herstellungsaufwand in virtuellem Wasser beträgt 20.000 Liter. Wasser wird für den gesamten Herstellungsprozess benötigt. Bei Smartphones bedeutet das, dass vom Backen der Mikrochips, über das Formen und Fertigen der Metalle und anderer Rohstoffe über die Herstellung der Batterien bis zum Polieren des Touchscreens Wasser fließt.

¹https://utopia.de/ratgeber/papier-recycling-wie-es-funktioniert-und-was-aus-dem-papier-wird_91257/

²<https://www.innov.energy/de/salz-blog/virtuelles-wasser-produktion;> [https://klassewasser.de/content/language1/html/9255.php;](https://klassewasser.de/content/language1/html/9255.php) <https://www.afb-group.de/aktuelles/beitraege/detailansicht/weltwassertag-wie-reduziert-it-refurb>

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

**3.6. Auswirkungen auf den
Umfang und den Zustand
von Ökosystemen**

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen

Wälder sind sehr wichtige Ökosysteme. Monokulturen und Kahlschläge vernichten Waldbiodiversität und begünstigen beispielsweise Bodenerosion, Trockenheit, Schädlingsbefall und Sturmschäden. Die Fähigkeit gesunder Wälder, Kohlenstoff ober- und unterirdisch zu speichern, wird durch Monokulturen und Kahlschlag negativ beeinträchtigt.

Eine stark steigende Nachfrage nach Holz (insb. Nadelholz) steht in direkter Konkurrenz zur Verbesserung des Naturzustandes und der Erhaltung der Biodiversität im (deutschen) Wald. Generell stellt jede Holzentnahme für Primärfasern einen Eingriff in das Waldökosystem dar und birgt daher ein gewisses Schadenspotenzial für die Biodiversität der Wälder¹.

Die Abholzung von Wäldern weltweit ist direkt mit dem Papierverbrauch in Deutschland verbunden. 75% des hier zu Papier verarbeiteten Zellstoffs (Primärfasern) stammt aus Importen².

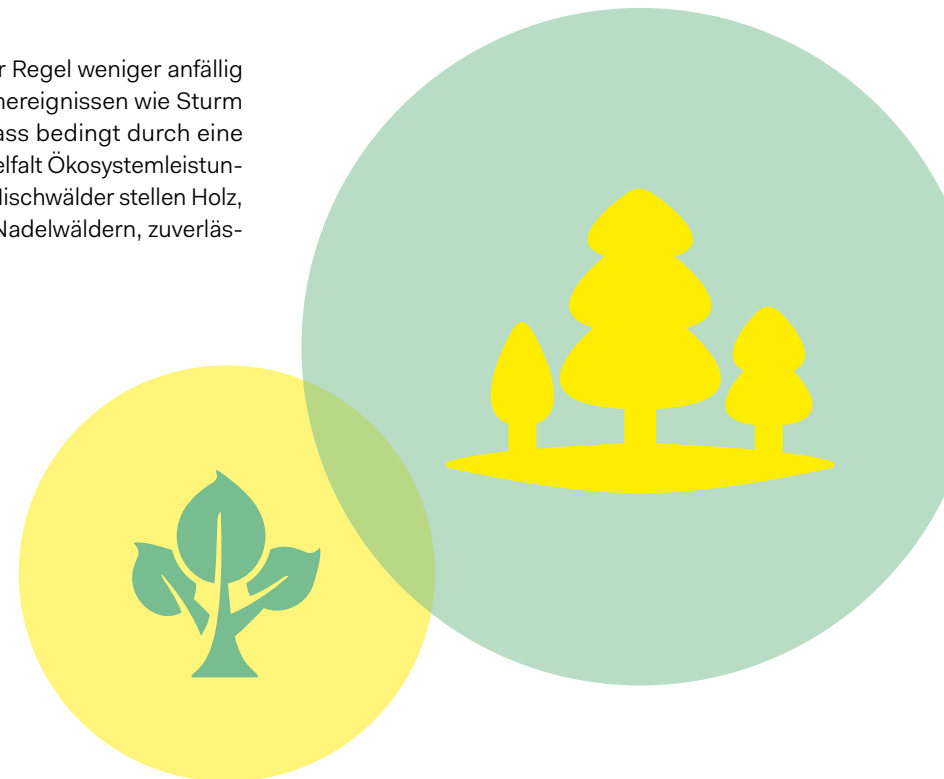
35,2% des von der RPM eingekauften Papiers im Jahr 2025 bestand nicht aus 100%-Recyclingpapier.

Neben Papier haben auch die Nutzung von überwiegend mineralölhaltiger Druckfarbe sowie Aluminium-Druckplatten (der Rohstoff Bauxit wird unter landschaftsverändernden Umständen gewonnen) **negative Auswirkungen auf die Biodiversität** (siehe Kapitel [3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung](#))³. Die Ziele der RPM im Zusammenhang mit verantwortungsvoller und reduzierter Wald- und

Rohstoffnutzung sind die **Erhöhung des Recyclingpapieranteils** sowie die **schrittweise Umstellung auf mineralölfreie Druckfarben**.

Durch Rohstoffabbau, Flächenverbrauch und Flächenversiegelung können Ökosysteme geschwächt oder zerstört werden. Ein Beispiel hierfür wäre, dass Holzimporte neben Biodiversitätsverlusten auch Landnutzungsänderungen hervorrufen können.

Mischwälder sind in der Regel weniger anfällig für Schäden bei Extremereignissen wie Sturm oder Trockenheit, sodass bedingt durch eine leidende biologische Vielfalt Ökosystemleistungen ausfallen können. Mischwälder stellen Holz, im Vergleich zu reinen Nadelwäldern, zuverlässiger bereit⁴.



¹<https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/ressourcenschonung/papier/30384.html>

²<https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/ressourcenschonung/papier/30384.html>

³<https://www.fespa.com/de/nachrichten-medien/kreislaufwirtschaft>; <https://www.planet-wissen.de/technik/werkstoffe/metallrohstoffe/metallrohstoffe-alumin>

⁴<https://www.lfu.bayern.de/natur/oekosystemeleistungen/index.htm#:~:text=%C3%96kosystemeleistungen%20werden%20von%20der%20Europ%C3%A4ischen,Kulturelle%20Leistungen>

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

- 3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM
- 3.2. Anpassung an den Klimawandel
- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl. Ressourcennutzung

Papier

Im Jahr 2025 hat die Mediengruppe insgesamt **25.810,6 Tonnen Papier eingekauft**, gedruckt wurden 24.105 Tonnen. **16.731,3 Tonnen des eingekauften Papiers waren reines (100%) Recyclingpapier**. Auch wenn der überwiegende Teil des eingekauften Papiers der RPM aus Altpapier besteht (64,8%), verfügt rund 35,2 % der Papiermenge über Frischfaseranteile.

Die Zellstoffproduktion (Primärfasern/Frischfasern), also das Herauslösen der einzelnen Fasern aus dem Holz, ist der energie- und wasserintensivste Schritt der Papierherstellung. Im Gegensatz zur Zellstoffproduktion braucht das Verfahren, um aus Altpapier sogenannte Sekundärfasern herzustellen, sehr viel weniger Energie (es wird kein neues Holz benötigt). Im Hinblick auf die Aspekte Ressourcenverbrauch, Abwasserbelastung, Wasser und Energieverbrauch schneidet Recyclingpapier im Gegensatz zu Frischfaserpapier wesentlich günstiger ab¹. Allerdings können Papiere nicht unendlich im Kreislauf geführt werden, und auch der Papierrecyclingprozess benötigt Energie².

Die Verfügbarkeit der Ressource Recyclingfaser aus Altpapier steht im Risiko, da die Verpackungsindustrie ein großer Beschaffungswettbewerber ist. Sie kann durch den Einsatz von Recyclingfaser zunehmend Kunststoff in Verpackungen ersetzen. Ressourcenknappheit und Preissteigerungen bei Papierlieferanten für reines Recyclingpapier sind die Folgen

bzw. ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko, mit dem die Mediengruppe rechnen muss.

Erfreulicherweise muss seit Ende 2025 die überarbeitete EUDR-Verordnung nicht mehr als identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko betrachtet werden. Druckerzeugnisse fallen nicht mehr in den Anwendungsbereich der anstehenden EUDR-Verordnung und Verlage müssen somit keine Sorgfaltspflichten erfüllen.

Farbe

Im Jahr 2025 haben die beiden Druckereien der Rheinische Post Mediengruppe knapp **460 Tonnen Druckfarbe verbraucht** (182,2 Tonnen davon mineralölfrei). Gemäß der Zielsetzung der verabschiedeten Selbstverpflichtung der AGRAPA (Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere) arbeiten die beiden Druckereien mit Hochdruck an den Vorbereitungen für einen vollständigen **Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben** (in Saarbrücken ist der vollständige Umstieg bereits in 2025 erfolgt). Hintergrund der Selbstverpflichtung ist, dass der Einsatz der in Deutschland aktuell noch hauptsächlich mineralöhlhaltigen Druckfarbe den Recyclingprozess des Papiers beeinflusst. Die Mineralöle verbleiben im Papier, da sie im Recyclingprozess nicht entfernt werden können und so in den Kreislauf gelangen. Direkte und indirekte Lebensmittelverpackungen können und werden zum Großteil aus Altpapier her-

gestellt. Mineralöle, die unter anderem aus dem Altpapier stammen, können von Verpackungen auf Lebensmittel übergehen und diese kontaminieren³. Mineralölfreie Zeitungsdruckfarben verbessern somit das Recycling. Dennoch ist die Komplexität des Aufwands für den Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben nicht zu unterschätzen:

1. Die Kosten für mineralölfreie Druckfarben liegen rohstoffbedingt **deutlich über den Kosten für mineralöhlhaltige Druckfarben**. Die Mediengruppe geht, bei einem 100%igen Umstieg, von Mehrkosten in Höhe von rund 350.000 EUR pro Jahr aus. Diese stellen ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko dar.



¹<https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/ressourcenschonung/papier/30384.html>; <https://www.umweltbundesamt.de/papier-druckerzeugnisse#vorteile-von-recyclingpapieren>

²<https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/ressourcenschonung/papier/30384.html>

³<https://www.vdmno.de/info-center/detail/mineraloelfreie-zeitungsdruckfarben-verbessern-das-recycling>; https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/4031/publikationen/artikel_02_dnk1b.pdf

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

3.1. Wesentliche Umweltthemen
für die RPM

3.2. Anpassung an den
Klimawandel

3.3. Klimaschutz

3.4. Energieverbrauch/
Energemix

3.5. Wasserverbrauch

3.6. Auswirkungen auf den Umfang
und den Zustand von
Ökosystemen

**3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.
Ressourcennutzung**

04

Soziales

05

Governance

Impressum

2. Die Umstellung auf mineralölfreie Farben kann Anpassungen aufgrund technischer Probleme nach sich ziehen:

- 2.1.** Durch die Mischung von konventionellen Farben mit MÖF (z.B. bei der Farbumstellung) kann es zu Verklumpungen der Farbe kommen. Es setzen sich Farbleitungen zu.
- 2.2.** Ebenfalls sind noch keine Erfahrungen bezüglich der Auswirkungen auf Farbpumpen vorhanden.
- 2.3.** Es gibt keine Langzeittests zu Auswirkungen der pflanzlichen Öle auf Gummiprodukte in der Maschine (Gummituch, Dichtungen etc.) Auch wenn Quelltests und andere labor-technische Untersuchungen Hoffnung machen, fehlt bisher der Praxisbeweis.
- 2.4.** Nach einer einjährigen Testphase in Düsseldorf sind einige Probleme mit Farbleitungen und Farbpumpen entstanden. Der konkrete Nachweis, dass dies durch die andere Farbe bedingt wurde, ist schwer zu erbringen. Dies muss in weiteren Tests bestätigt oder ausgeschlossen werden.
- 2.5.** Qualitätsschwankungen der einzelnen Farbachargen und -lieferungen sind aufgrund noch geringer Mengen, die die einzelnen Farbhersteller produzieren, zu erwarten.

Für das Jahr 2025 meldeten die RPM-Druckereien 52,0% (Düsseldorf) bzw. 64,6% (Saarbrücken) weniger Mineralöleintrag im Vergleich zum Referenzjahr. Der tatsächliche Einsatz von mineralölfreien Farben lag bei 26,9% (Düsseldorf) bzw. 63,0% (Saarbrücken).

Der Umstieg bedeutet, dass die **deutsche Kreislaufwirtschaft gestärkt und ausgebaut** wird. Die grafische Papierkette und die Unternehmen



der Druckfarbenbranche übernehmen **Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft**. Sofern die Selbstverpflichtung der AGRAPA scheitern sollte, drohen gesetzliche Verbote wie in den Nachbarländern (z.B. Frankreich), welche ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko für die RPM bedeuten würden.

Der ausschließliche Einsatz mineralölfreier Farben ab 2028 wird die Produktion für die Farblieferanten (aktuell werden beide Farbtypen produziert und die Maschinen müssen bei Produktionswechsel umfangreich gesäubert werden) vereinfachen.

Druckplatten

Neben Papier und Farbe gehören Druckplatten ebenfalls zu den Hauptressourcen der Mediengruppe. Druckplatten bestehen aus Aluminium. Im Jahr 2025 wurden **189.607,0 kg Druckplatten** verbraucht. Die Düsseldorfer Druckerei beschäftigt sich mit der Einführung von „chemiefreien Druck-

platten“, die keine Entwicklungschemie zur Ausbelichtung benötigen. Tests laufen seit dem Geschäftsjahr 2024. Investiert wurde in den Jahren 2024 und 2025, um Anpassungen für den Einsatz „chemiefreier Druckplatten“ vorzunehmen. Im Jahr 2026 wäre eine finale Einführung denkbar, sofern alle Tests positiv verlaufen. Chemiefreie Druckplatten sind nicht günstiger in der Anschaffung, jedoch entfallen die Kosten für die Entwicklungschemie, Störquellen werden reduziert und der Plattenherstellungsprozess vereinfacht.

Wasser

Die Bürogebäude (eigene Liegenschaften und angemietete Gebäude) verbrauchen und verarbeiten Wasser (Teeküchen, Sanitäranlagen, Kantinen, etc.). Im Druckereibetrieb kommt ebenfalls Wasser zum Einsatz. In Düsseldorf und Saarbrücken werden unterschiedliche Druckmaschinen eingesetzt – je nach Maschinentyp wird mehr Wasser benötigt (siehe Kapitel [3.5. Wasserverbrauch](#)).

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

- 3.1. Wesentliche Umweltthemen für die RPM
- 3.2. Anpassung an den Klimawandel
- 3.3. Klimaschutz
- 3.4. Energieverbrauch/ Energiemix
- 3.5. Wasserverbrauch
- 3.6. Auswirkungen auf den Umfang und den Zustand von Ökosystemen

3.7. Ressourcenzuflüsse inkl.

Ressourcennutzung

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Folien

Die Printprodukte (Tageszeitung, Anzeigenblätter, Fachmedien) der Mediengruppe werden generell folienfrei an die Leser ausgeliefert. Ausnahmen bilden langanhaltende Schlechtwetterperioden. Pakete werden mit einem Kunststoffband umreift. Die Mediengruppe ist bemüht, Kunststoffe zu ersetzen, und würde gerne Verpackungsmaterialien auf Basis von biobasiertem Kunststoff einführen. Herausforderung ist das Gewicht der Zeitungspakete, welches bis jetzt noch zu hoch für die alternativen Kunststoffoptionen war. Im Jahr 2025 wurden insgesamt 46.370,0 kg Verpackungsmaterialien (Stretchfolien, Einschlag-/ Flach-/ Umschlagfolien, Halbschlauchfolien und Umreifungsband/Verpackungsband) eingekauft (131,6 tCO₂e).

IT-Hardware

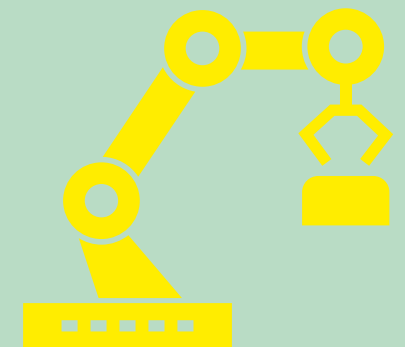
Jedes Jahr kauft die RPM IT-Hardware ein. Im Zuge der Umstellung auf Windows 11 gab es im Geschäftsjahr 2025 einen großen Rollout über alle Buchungskreise mit Notebooks, sodass sich die Kosten auf 1 Mio. EUR (Mitarbeiter-Hardware, Server- und Netzwerk-Hardware) beliefen. Zu den wichtigsten Rohstoffen für IT-Geräte gehören Mineralien wie Zinn, Tantal, Wolfram, Kassiterit, Coltan, Wolframit und ihre Konzentrate sowie Gold und seltene Erden. Diese Rohstoffe werden häufig unter gefährlichen Bedingungen in Ländern ohne geeignete Sozial- und Umweltschutz-Standards abgebaut. In vielen Minen und Schmelzhütten herrschen miserabler Arbeitsschutz und Ausbeutung; häufig halten die Zulieferer die Ar-

beits- und Menschenrechte nicht ein und setzen skrupellos auf Zwangsarbeit, Gefängnisarbeit oder Kinderarbeit.

Zinn, Tantal, Wolfram und Gold gelten auch als sogenannte Konfliktmineralien, da die Einnahmen aus dem Handel mit diesen Mineralien verwendet werden, um den bewaffneten Konflikt in der Demokratischen Republik Kongo und den angrenzenden Staaten zu finanzieren.

Auch bei der Produktion der IT-Geräte selbst herrschen oft schlechte Arbeitsbedingungen mit Löhnen unter dem Existenzminimum und Arbeitszeiten von mehr als 60 Stunden⁴.

Hersteller wie beispielsweise Apple oder Dell streben an, die Menge der eingesetzten seltenen Erden in ihren Produkten zu reduzieren oder vollständig zu ersetzen. Dies geschieht durch eine ständige Weiterentwicklung der Technik zu umweltfreundlicheren und nachhaltigeren Produktionsmethoden. Die RPM verfolgt diese Entwicklungen, um eine möglichst ressourcenschonende Beschaffung der Produkte zu ermöglichen.



⁴<https://www.greenit-solution.de/blog/rohstoffe-fuer-it-produkte-nicht-immer-sauber/>

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

- 4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM
- 4.2. Arbeitskräfte der RPM
 - 4.2.1. Arbeitsbedingungen
 - 4.2.2. Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle
 - 4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte
- 4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften
- 4.4. Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer

05

Governance

Impressum

04 Soziales



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und

Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene

Auswirkungen auf

Verbraucher und/oder

Endnutzer

05

Governance

Impressum

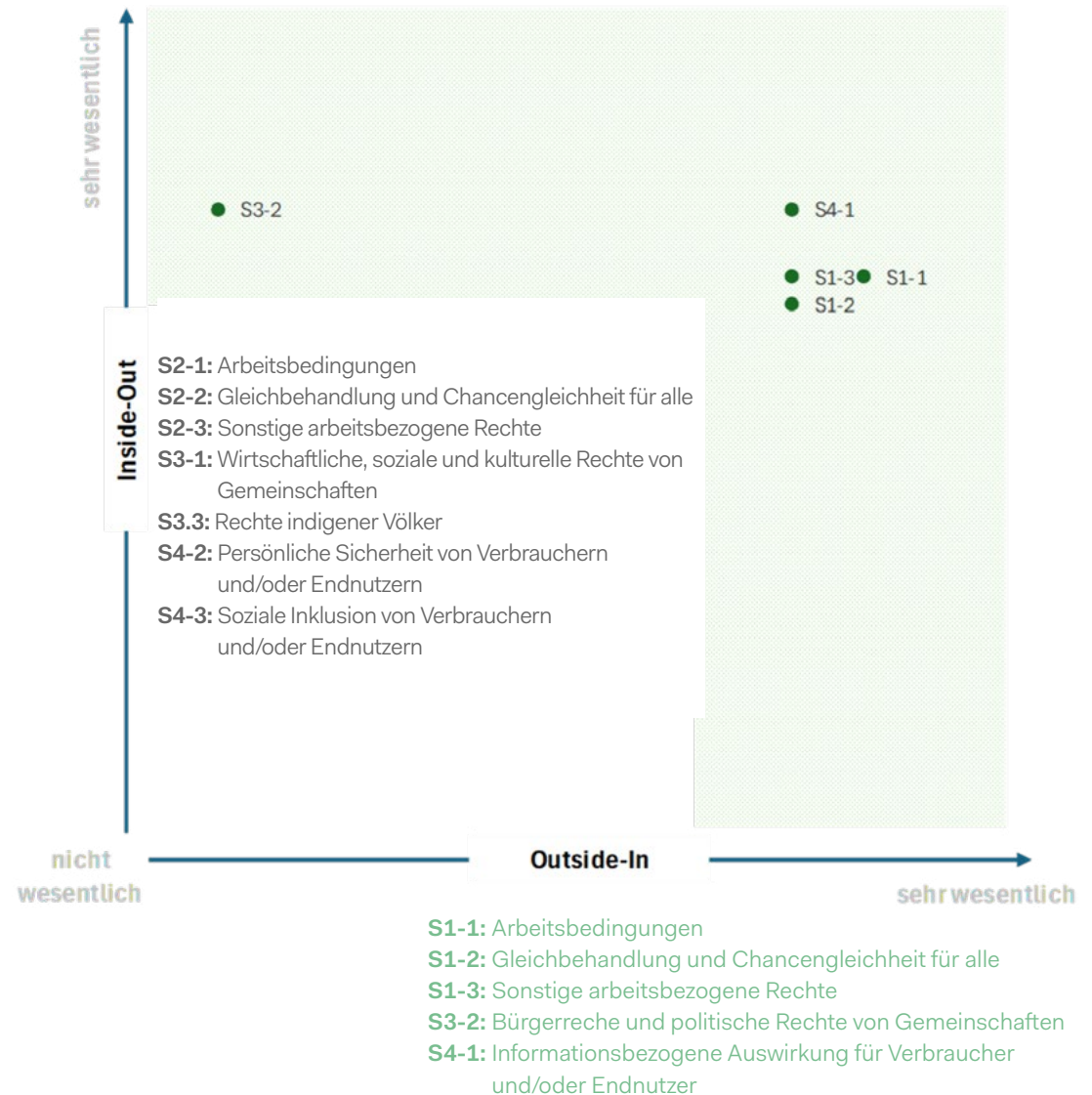
4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM

Die ESRS geben für die drei maßgeblichen Bereiche Umwelt, Soziales und Governance (ESG) beispielhafte Themen vor, welche durch weitere Unterthemen konkretisiert werden. **Für den Bereich Soziales werden vier Themen spezifiziert.** Die RPM hat im Vorfeld der Wesentlichkeitsanalyse geprüft, ob die in den ESRS beschriebenen Themen und Unterthemen die Realität der RPM abbilden. Auf Themen-ebene waren keine Ergänzungen nötig. **Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse hat die RPM drei der vier Themen als wesentlich eingestuft:**

- Arbeitskräfte der RPM (Arbeitsbedingungen, Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle, Sonstige arbeitsbezogene Rechte)
- Betroffene Gemeinschaften (Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften)
- Verbraucher und Endnutzer (Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer)

Die Abbildung rechts zeigt, wie die verschiedenen Unterthemen des Themenbereichs Soziales (S – Social) im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse bewertet wurden.

Die nachfolgenden Kapitel dienen der Erläuterung der wesentlichen Themen auf Basis der definierten Unterthemen. Die präsentierten Daten orientieren sich an den Vorgaben des ESRS-Set 1.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene

Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.2. Arbeitskräfte der RPM

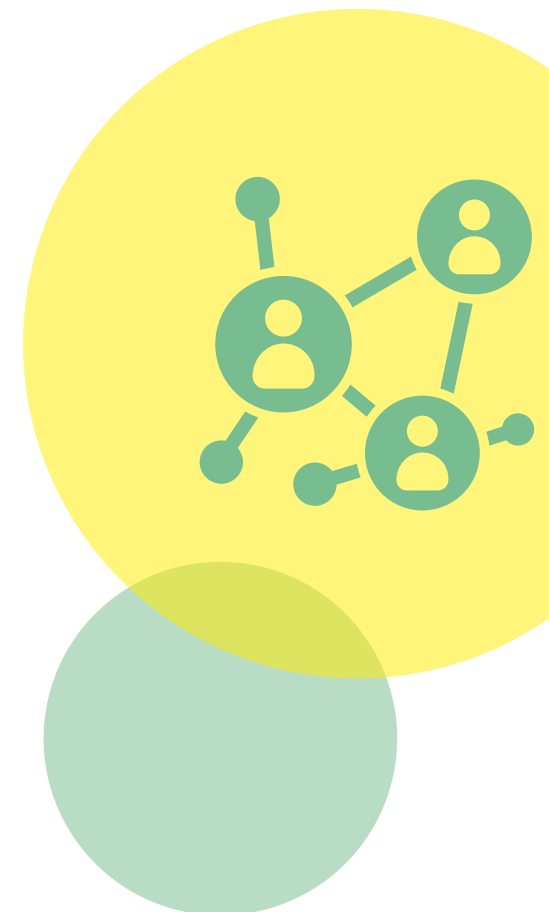
Die Rheinische Post Mediengruppe beschäftigt zum Stichtag 31.12.2025 an ihren Standorten in Nordrhein-Westfalen, im Saarland und in Rheinland-Pfalz sowie in Berlin, Hamburg und München insgesamt **9.386 Personen**, darunter **6.847 Zustellende**. Die Zahl der 2.539 Mitarbeitenden (ohne Zustellende) setzt sich aus 2.308 Angestellten sowie 231 Volontären, Auszubildenden, Werkstudenten, Praktikanten und Aushilfen zusammen.

66,8% der Mitarbeitenden (1.696) befinden sich in einer Vollzeit-Beschäftigung. 52,8% der Mitarbeitenden sind männlich (1.340), 47,2% weiblich (1.198) und 0,04% ohne Angabe (1).

Gesamtzahl der Mitarbeitenden		
Mitarbeitende	2.539	davon 2.308 Angestellte
		davon 60 Auszubildende
		davon 47 Volontäre
		davon 21 Werkstudenten
		davon 7 Praktikanten
		davon 96 Aushilfen/geringfügige Beschäftigte
Zustellende	6.847	
GESAMT	9.386	

Die **Altersstruktur** der Mitarbeitenden der Mediengruppe ist **sehr heterogen, tendenziell überwiegen jedoch ältere Mitarbeitende**. 48,8% der Personen (1.238) sind unter 50 Jahre alt, davon 11,7% unter 30 Jahre (298). 1.301 Personen sind 50 Jahre und älter (51,2%).

Das Produkt „Zeitung“ kann für die Arbeitgeberattraktivität ein Risiko darstellen, da die „Zeitung“ als Medium und somit auch die RPM als Arbeitgeber für die jüngere Generation weniger ansprechend ist als für ältere Generationen. Dies kann im schlimmsten Fall zu Personalmangel führen. Auf Basis der derzeitigen Altersstruktur ist in den nächsten zehn Jahren ein **Generationenwechsel in der Belegschaft zu begleiten**. Dieser könnte „frischen“ Wind mit sich bringen und die Chance, „Zeitung“ neu bzw. moderner zu denken. Die Ansprüche jüngerer Generationen sind jedoch anders als die der vorhergegangenen Generationen und bedeuten neue (bzw. auch andere) Herausforderungen für die RPM als Arbeitgeber (ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko, zur Vorgehensweise der RPM bei der Identifizierung der Risiken, siehe [1.7. Doppelte Wesentlichkeitsanalyse](#)).



Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer

05

Governance

Impressum

Altersstruktur in Jahren (Anzahl Mitarbeitende, Anteil in Prozent)

unter 30	30 – 39	40 – 49	50 – 59	über 60
298 (11,7 %)	434 (17,1 %)	506 (19,9 %)	680 (26,8 %)	621 (24,5 %)

56,0% aller Mitarbeitenden (1.423) sind 10 Jahre und länger bei der Mediengruppe angestellt. 16,1 % (408) arbeiten seit fünf bis neun Jahren für das Unternehmen. Die relativ hohe Quote an Personen, die über eine **Betriebszugehörigkeit** von unter fünf Jahren verfügen (27,9 %), ist auf die verstärkte Ausrichtung auf das Digitalgeschäft (verbunden mit entsprechenden Neueinstellungen) und die intensivierte Ausbildungstätigkeit, auch im journalistischen Bereich, zurückzuführen.

Betriebszugehörigkeit in Jahren (Anzahl Mitarbeitende, Anteil in Prozent)

unter 4	5 – 9	10 – 19	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59
708 (27,9 %)	408 (16,1 %)	527 (20,8 %)	478 (18,8 %)	293 (11,5 %)	98 (3,9 %)	27 (1,1 %)

Im Jahr 2025 haben insgesamt 58 Mitarbeitende (2,3%), davon 41 Frauen, **Elternzeit** in Anspruch genommen.

In der RPM gibt es verschiedene Arten von Arbeitsverhältnissen wie etwa das **befristete und das unbefristete Arbeitsverhältnis**. 88,3% der Mitarbeitenden verfügen über einen unbefristeten Arbeitsvertrag.

Beschäftigungsform (Anzahl Mitarbeitende, Anteil in Prozent)

	männlich	weiblich	keine Angabe	GESAMT
Unbefristete Beschäftigte	1.178 (46,4 %)	1.017 (40,1 %)	1 (0,0 %)	2.196 (86,5 %)
Befristete Beschäftigte	162 (6,4 %)	181 (7,1 %)	0 (0,0 %)	343 (13,5 %)

Zusätzlich zu den Mitarbeitenden gibt es insbesondere in den Redaktionen viele Personen, die als **Freelancer** tätig sind (1.207, davon 66,4 % Männer und 33,6 % Frauen).

Im Berichtsjahr 2025 haben insgesamt 390 Personen die Mediengruppe verlassen. Die Kündigungsrate (die Abgänge erfolgen häufig nicht durch Kündigung, sondern durch Verrentung) liegt je nach RPM-Standort zwischen 8,1 % und 16,0 %.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.2.1. Arbeitsbedingungen

Die Mediengruppe steht für ein **wirtschaftlich solides, lang bestehendes, etabliertes und in den Regionen tief verwurzeltes Unternehmen**. Die Krisen der letzten Jahre (Corona-Pandemie, Papierkrise, Ukraine-Krieg, Energiekrise) haben bewiesen, dass die Mediengruppe auf neue Herausforderungen gut und schnell reagieren kann und ihren Mitarbeitenden eine **sichere Beschäftigung** bietet. 98,0% der Mitarbeitenden sind über das deutsche Sozialversicherungssystem abgesichert (2,0% der Mitarbeitenden sind außerhalb von Deutschland angestellt). Das in Deutschland bestehende Sozialsystem ist eines der umfassendsten Sozialsysteme weltweit.

Arbeitsbedingungen zu schaffen, unter denen Mitarbeitende gerne arbeiten, ist Ziel der Rheinische Post Mediengruppe. Die lange Betriebszugehörigkeit (46,6% der Mitarbeitenden haben eine Betriebszugehörigkeit von 10 Jahren und länger) zeigt, dass die Mediengruppe diesen Ansprüchen regelmäßig gerecht wird.

Die Rheinische Post Mediengruppe stellt sicher, dass das **körperliche Wohlbefinden** und die **Sicherheit am Arbeitsplatz** für alle Mitarbeitenden gewährleistet sind. Viele Initiativen und **Mitarbeiter-Services** fördern einen abwechslungsreichen Büroalltag sowie ein kollegiales Miteinander. An den Verlagsstandorten Düsseldorf und Saarbrücken bieten Kantinen Mitarbeitenden die Möglichkeit, gemeinsam die Mittagspause zu verbringen. Im Sommer bieten außerdem die zur Kantine gehörende Terrasse sowie der Mitarbeitergarten am Campus Düsseldorf die Gelegenheit, das Essen oder auch ein Meeting an der frischen Luft zu genießen bzw. abzuhalten. Am Bonner Standort können Mitarbeitende einen Pausenraum zum gemeinsamen Mittagessen nutzen. In den Sommermonaten kann der Innenhof zum Verweilen genutzt

werden. Am Hamburger Standort können öffentliche Kantinen von den Mitarbeitenden genutzt werden.

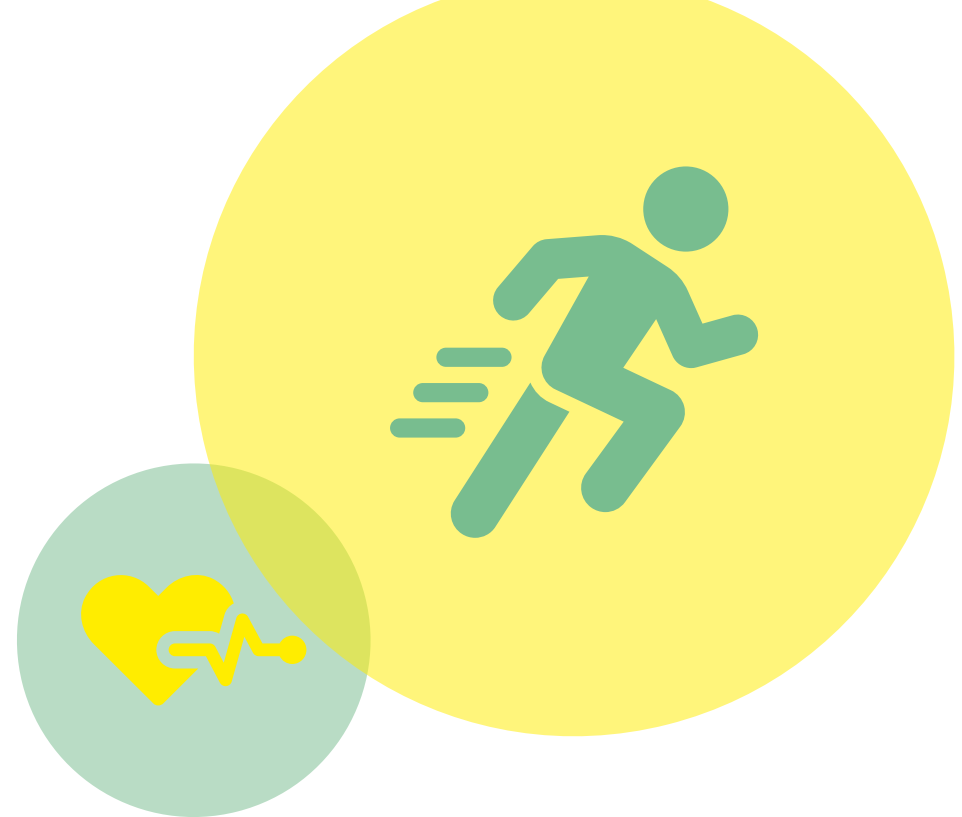
Mitarbeitende, die **musikalisch aktiv** sein möchten, können sich dem sogenannten „Werkschor“, der Band oder einer Tanzgruppe anschließen. Die Angebote richten sich an Mitarbeitende aller Standorte, Altersklassen und Hierarchiestufen. Auftritte finden zweimal jährlich im Rahmen der Mitarbeiterfeste (Sommerfest, Weihnachtsfeier) statt.

Mit Kollegen **gemeinsam Sport treiben**, etwas für die Gesundheit tun, Muskeln und Kondition aufbauen – für die „Sportzeit“, das Sportangebot für Mitarbeitende der Rheinische Post Mediengruppe, sprechen viele Gründe. Alle Angebote sind kostenlos: Boxen, Funktionales Training, Fußball, Rudern, Tischtennis und Yoga. Am Standort Saarbrücken gibt es außerdem ein Fitnessstudio-Angebot.

Ergänzend zur regulären Sportzeit nehmen die Mitarbeitenden der Rheinische Post Mediengruppe alljährlich auch an Firmenläufen in verschiedenen Städten teil: **B2Run** in Düsseldorf und Dillingen sowie die Firmenläufe in Trier und Saarbrücken.

Im Jahr 2025 ist das Unternehmen außerdem mit vier Booten bei der **Benefiz-Ruder-Regatta „Düsseldorf am Ruder – für Menschen mit Krebs“** gestartet. Mitmachen konnte auch hier wieder jeder – egal ob Anfänger oder fortgeschrittenerer Ruderer.

In 2025 veranstaltete die Rheinische Post Mediengruppe verschiedene, kleinere Events und spendete die Einnahmen an wohltätige Zwecke. Beispiele hierfür sind der Bücherbasar in Düsseldorf-Heerdt, der Volksfreund-Kinderflohmart in Trier oder die Baumpflanz-Aktion in Hamburg.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum



Der **Trierische Volksfreund** konnte in seinem 150. Jubiläumsjahr dank der Unterstützung seiner Leserinnen und Leser die erfolgreiche Spendenaktion für ein neues Trierer Kinderhospiz fortsetzen. Bereits im Vorjahr waren zwei Millionen Euro zusammengekommen; Ende 2025 lag der Spendenstand bei 3,5 Millionen Euro. Die Mittel werden ausschließlich für die Ausstattung sowie die geplante Eröffnung im Frühsommer 2026 eingesetzt. Das Hospiz soll schwerkranken Kindern und Jugendlichen sowie ihren Familien einen Rückzugsort zum Krafttanken bieten.

Die „Hilf-Mit!“-Aktion der **Saarbrücker Zeitung** setzte 2025 einen Schwerpunkt in der Kinder- und Jugendhilfe und ermöglichte ein Leseförderprojekt an mehreren saarländischen Grundschulen sowie ein durchgängiges Sommerferienprogramm mit Kulturwochenende in einem Saarbrücker Jugendzentrum. Zudem unterstützte „Hilf-Mit!“ erneut die regionalen Tafeln (50.000 Euro; rund 30 Prozent der Abnehmenden sind Kinder und Jugendliche) und leistete weiter Einzelfallhilfe in Zusammenarbeit mit Wohlfahrtsverbänden. Vor Weihnachten gingen außerdem höhere Beträge an gemeinnützige Initiativen wie Wärmestuben, Kältehilfe und Kältebus.

Zum gesellschaftlichen Engagement gehörte 2025 außerdem ein Weihnachtsmarkt im Innenhof des Medienhauses der **Saarbrücker Zeitung**. Familien mit krebserkrankten Angehörigen sollten so einen privaten und ganz besonderen Abend erleben. Die Aktion fand erneut in Zusammenarbeit mit der Saarländischen Krebsgesellschaft e. V. statt. Schirmherrin war die saarländische Ministerpräsidentin Anke Rehlinger.

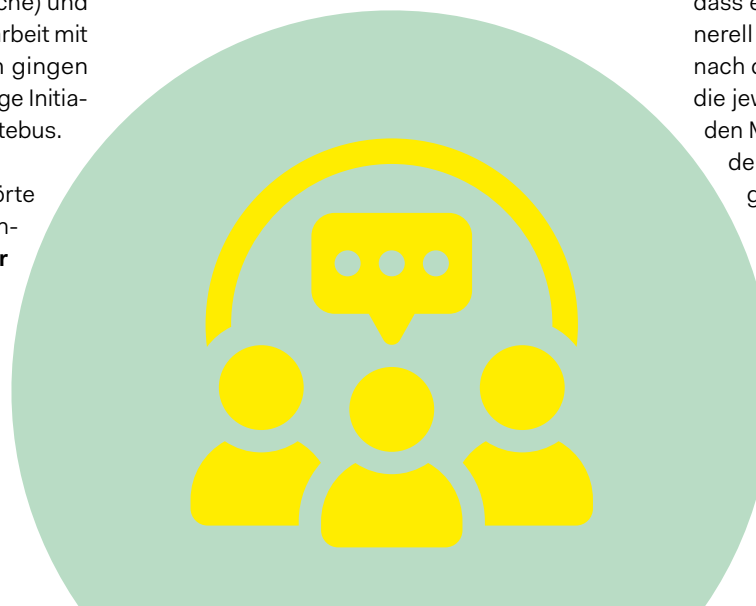
Die **Anton-Betz-Stiftung** der Rheinischen Post e.V. wurde im Jahr 1970 gegründet. Vorstand und Mitglieder werden seitdem ausschließlich durch derzeitige und ehemalige RPM-Gesellschafter und RPM-Mitarbeitende gestellt. Die Stiftung fördert Wissenschaft und Forschung im Rheinland und hat seit ihrer Gründung mehr als 5 Mio. Euro für Projekte und Anschaffungen für Wissenschaft, Forschung und Soziales bereitgestellt. Die Rheinische Post Mediengruppe unterstützt die Stiftung seit mehr als 50 Jahren mit einer jährlichen finanziellen Zuwendung und umfangreichen Sachleistungen.

Losgelöst vom Hochwasser, bietet die **Stiftung Saarbrücker Zeitung** aktuellen oder ehemaligen Mitarbeitenden schnelle und unbürokratische Hilfe in unverschuldeten Notsituationen an (z.B. in Form eines zinslosen Kredits).

Vergünstigte Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements, die Bezuschussung des Deutschlandtickets, Fahrrad-Leasing über Company-Bike, ein Paketservice und Vergünstigungen über das Portal Corporate Benefits runden in Form von **Mitarbeiter-Services** das Angebot ab.

Eine regelmäßig stattfindende, gruppenweite **Mitarbeiterbefragung** dient als Gradmesser für die Zufriedenheit im Arbeitsalltag, die nächste wird im Winter 2026 stattfinden. Fragen und Themen der Befragung sind beispielsweise: Wie steht die Mediengruppe in puncto Mitarbeiterzufriedenheit da? Was läuft gut? Welche Nachholbedarfe bestehen? Welche Themen sind für Mitarbeitende besonders wichtig? Die Ergebnisse zeigten, dass sich einige Trends der vergangenen Befragungen fortsetzen: Zum einen wächst die Teilnahme an der Befragung von Mal zu Mal, ein Indiz für den wachsenden Stellenwert von Themen wie Mitsprache und Feedback unter den Mitarbeitenden. Zum anderen zeigt sich, dass eine große Mehrheit der Mitarbeitenden generell zufrieden ist. In den Wochen und Monaten nach der Befragung wurden die Ergebnisse durch die jeweiligen Führungskräfte aufbereitet und mit den Mitarbeitenden besprochen. Zusammen wurden Maßnahmen erarbeitet, wie mögliche negative Aspekte beseitigt und positive noch weiter verstärkt werden können.

Eine weitere Möglichkeit der Anhörung und Mitbestimmung durch die Mitarbeitenden bilden die verschiedenen **Betriebsräte** an den Standorten der Mediengruppe. Insgesamt sind 59,8% der Mitarbeitenden durch einen Betriebsrat vertreten. Diverse **Betriebsvereinbarungen** spezifizieren die Art



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

und Weise, wie gearbeitet wird - Beispiele sind: Mobiles Arbeiten, Betriebliches Eingliederungsmanagement und Digitalisierung (Einsatz von IT-Systemen).

Fest etabliert sind seit der Corona-Pandemie regelmäßige Videobotschaften der Holding-Geschäftsführung zur wirtschaftlichen Entwicklung der Mediengruppe sowie Beiträge zu allen relevanten und aktuellen Themen im Intranet.

Ein **neues Intranet** ist eingeführt, in dem erstmals die Standorte Düsseldorf und Umgebung, Bonn, Saarbrücken und Trier sowie Hamburg gleichermaßen und gleichberechtigt in einem System zusammengeführt und dort abgebildet werden. Die Plattform bringt alle Standorte näher zusammen, dient als zentrale Nachrichtenquelle und ist ein Ort für Austausch und Zusammenarbeit.

Um den Ansprüchen an ein modernes Arbeiten in einer modernen und mitarbeiterorientierten Umgebung noch besser gerecht zu werden, wurden die **Arbeitsbereiche** der RP Digital, der zentralen Digital-Unit der Mediengruppe, sowie der Mitarbeitenden des Shared Service Center Data der Rheinische Post Medien GmbH im Jahr 2023 **renoviert, modernisiert und umgestaltet**. Das neue Flächenkonzept soll die unterschiedlichen Formen von Meetings sowie Arbeitsweisen der Teams bestmöglich abbilden: Viele Kollaborationsflächen und -räume, in denen kreativ, multimedial und gemeinsam gearbeitet werden kann, wurden geschaffen. Ein Faktor, dem das neue Flächen- und Raumkonzept besonders Rechnung trägt, denn auch die Anzahl an Gemeinschaftszonen und Meeting- sowie Rückzugsmöglichkeiten mit entsprechender technischer Ausstattung wurde erhöht. Einzelarbeitsplätze auf der Fläche ermöglichen dabei auch weiterhin das Arbeiten in einer

ruhigen Atmosphäre, sensible Gespräche können in sogenannte „Phone Booths“, geführt werden, die besonders schallgeschützt sind. Die sogenannte Bibliothek lädt mit ihrer unkonventionellen, dunkel gehaltenen Einrichtung zum fokussierten Arbeiten ein, während der offene Townhall-Bereich für den teamübergreifenden Austausch genutzt werden kann. Zahlreiche Pflanzen tragen zu der Wohlfühl-Atmosphäre bei. Individuelle, abschließbare Fächer (Locker) ermöglichen es, persönliche Gegenstände während und auch nach der Arbeitszeit sicher zu verstauen.

Zusätzlich wurden in weiteren Unternehmensbereichen der Mediengruppe (z.B. Bereich Finanzen) kleinere Umgestaltungsmaßnahmen durchgeführt, um die Voraussetzung für ein Desk-Sharing-Modell zu schaffen und - trotz der nach Corona erhöhten Home-Office-Quote in diesen Bereichen - eine angenehme Arbeitsatmosphäre (ohne zu viel Leerstand) zu garantieren.

Nach vielen Jahren am alten Standort ist das Team des Bonner General-Anzeigers im Frühsommer 2025 in neue, moderne Büroräumlichkeiten im Bonner Regierungsviertel gezogen.

In der zweiten Jahreshälfte 2025 wurde in Düsseldorf-Heerdt eine nötige Baumaßnahme genutzt, um den bestehenden Perimeterschutz zu verlegen, sodass in den Frühlingsmonaten 2026 eine große zusätzliche Fläche innerhalb des bewachten Geländes liegt und für die Erhöhung der Aufenthaltsqualität von Mitarbeitenden und Gästen genutzt wird. Die Pflasterflächen sind entsiegelt, größere Grünflächen eingerichtet, und der Außenbereich der Kantine vergrößert, sodass neben einer **Eventfläche eine neue Aufenthalts- und Workzone im Außenbereich** entsteht.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

Arbeitszeit und Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben

Eine Vielzahl an Arbeitszeitmodellen, um den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeitenden nachzukommen sowie die betrieblichen Produktionsabläufe sicherzustellen, bildet eine weitere Komponente bestmöglicher Arbeitsbedingungen. Neben Vertrauensarbeitszeit gibt es Mitarbeitende, die sich Arbeitsplätze teilen, Schicht-, Wochenend- und Nachtarbeit in den Druckereien und der Vorstufe. Außerdem werden sämtliche Teilzeitmodelle angeboten, um beispielsweise Eltern den Wiedereinstieg in die Berufswelt oder Mitarbeitenden Fortbildungsmaßnahmen (z.B. ein berufsbegleitendes (Fern-) Studium) zu ermöglichen.

Vertrauensarbeitszeit ermöglicht den Mitarbeitenden, ihre Arbeitszeiten in Eigenverantwortung zu planen, und sorgt tendenziell für eine deutlich höhere Zufriedenheit bei Mitarbeitenden. Es besteht jedoch die Gefahr, dass die gesetzliche Anforderung von einer Arbeitszeit von 40 Stunden pro Woche über- oder unterschritten wird. Eine gesunde Work-Life-Balance ist wichtig und wäre im Fall einer Überschreitung der 40h-Woche, sofern von Dauer, gefährdet. Eine ständige Überarbeitung gefährdet neben der Gesundheit der Mitarbeitenden auch die Arbeitsergebnisse. Eine Unterschreitung der gesetzlichen Arbeitszeit wäre wiederum ein finanzielles Risiko für die RPM und die generelle Produktivität des Mitarbeitenden.

Unter Berücksichtigung der Arbeitsaufgaben und nach Rücksprache mit der Führungskraft können Mitarbeitende die Möglichkeit des mobilen Arbeitens nutzen. **Mobiles Arbeiten** lässt das Familien- und Arbeitsleben ebenfalls wesentlich leichter in Einklang

bringen, die Fahrt zur Arbeit, der dadurch bedingte Verkehrsstress sowie eine verstärkte Umweltbelastung entfallen an den Home-Office-Tagen. Durch die zeitliche und räumliche Flexibilisierung der Arbeitsorganisation soll darüber hinaus, im Interesse der Mediengruppe und ihrer Mitarbeitenden, die Arbeitsqualität und Produktivität verbessert sowie durch mehr Selbstverantwortung der Mitarbeitenden bei der Gestaltung und Durchführung der Arbeit eine höhere Arbeits- und Ergebniszufriedenheit erreicht werden, um insgesamt die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Die Förderung der Work-Life-Balance der Mitarbeitenden kann die Mitarbeiterbindung stärken und auch die Arbeitgeberattraktivität für potenzielle Talente erhöhen. Ein weiterer, sehr erstrebenswerter Aspekt ist, dass der Anteil an Frauen in Führungspositionen regelmäßig steigt, sofern sich Berufs- und Privatleben gut vereinbaren lassen.

Die für die Mitarbeitenden geltende Arbeitszeit und alle für sie bisher geltenden Arbeitszeitregelungen (z.B. Vertrauensarbeitszeit) gelten auch für das mobile Arbeiten. Die Lage der Arbeitszeit, die die Mitarbeitenden an der häuslichen oder mobilen Arbeitsstätte erbringen, bestimmt sich nach den jeweiligen für sie geltenden Arbeitszeitvereinbarungen und nach dem Arbeitszeitgesetz.

Die Rheinische Post Mediengruppe unterstützt Mitarbeitende mit **flexiblen Arbeitszeitmodellen**.

Im Jahr 2025 haben 58 Mitarbeitende (2,3%), davon 41 Frauen und 17 Männer, Elternzeit in Anspruch genommen. Bis auf eine Person kehrten alle nach der Elternzeit zurück an ihren Arbeitsplatz.

Eltern mit Betreuungsgengpässen können am Düsseldorfer Campus **Eltern-Kind-Büros** nutzen. Diese bieten Eltern die Möglichkeit, im Büro zu arbeiten, während der Nachwuchs in eingerichteten Spiel-ecken spielen kann. Die Eltern-Kind-Büros sind mit Spielzeug für unterschiedliche Altersklassen (null bis elf Jahre) ausgestattet. Des Weiteren besteht eine jahrelange Kooperation mit der **AWO Kindertagesstätte Buschmäuse**.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

Angemessene Entlohnung

Die **Vergütung** der Angestellten ist angemessen und fair. Die Gehälter stehen in einem fairen Verhältnis zur Leistung, Verantwortung und den Anforderungen der jeweiligen Position. Das bedeutet, dass komplexere Aufgaben, bspw. mit Führungsverantwortung, höher entlohnt werden.

Die Gehaltsstrukturen spiegeln nicht nur wirtschaftlichen Wert wider, sondern fördern z.T. auch die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, bspw. über flexible Arbeitszeitmodelle oder Teilzeitoptionen. Zusätzliche Benefits, die auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen (bspw. Unterstützung bei Kinderbetreuungskosten), sind ebenfalls Teil einer fairen Vergütungspolitik.

Rund ein Fünftel (23,6%) der Angestellten (über alle RPM-Standorte verteilt) unterliegen den Regelungen eines **Tarifvertrags**. Der Großteil der Mitarbeitenden und auch die RPM als Arbeitgeber profitieren von einer gewissen **Flexibilität bei der individuellen Gestaltung von Arbeitsbedingungen und Gehältern**. Dies ermöglicht es, schneller und flexibler auf Marktveränderungen und individuelle Bedürfnisse der Mitarbeitenden einzugehen. Andererseits kann die mangelnde Transparenz bei Gehältern dazu führen, dass Mitarbeitende zum einen die Fairness ihrer Bezahlung in Frage stellen und zum anderen unzufrieden werden und die RPM verlassen.

Jährliche Mitarbeitergespräche geben die Möglichkeit, das Gehalt und die Angemessenheit mit dem Vorgesetzten zu prüfen und zu besprechen. Sie geben Mitarbeitenden Möglichkeiten zur Mitgestaltung. Das Machtgefälle zwischen Arbeitgeber und

Arbeitnehmer wird verringert, positive Effekte auf das allgemeine Lohnniveau und die Verhandlungsposition der Angestellten entstehen.

Die 6.847 Zustellenden erhalten an den Standorten Düsseldorf, Saarbrücken und Bonn mindestens den gesetzlichen Mindestlohn als Vergütung (Ausnahme U18-Zustellende). In manchen Gebieten ist der Lohn etwas höher als der in Deutschland geltende Mindestlohn. Die „teuren“ Gebiete sind oft durch Besonderheiten im Bezirk (Topografie) gekennzeichnet oder es wird etwas mehr gezahlt, da der Zustellende nicht im Bezirk wohnt oder die Wohnadresse im Bezirk von der mathematisch zugrundeliegenden Adresse abweicht. In Trier sind die Zustellenden fest angestellt.

Gute und wettbewerbsfähige Gehälter ziehen Talente an und binden sie. Verschiedene Modelle von Zielvereinbarungen können als Vergütungsvariable für besondere Leistungen eingesetzt werden und weitere Anreize schaffen. Es ist davon auszugehen, dass eine unzureichende Entlohnung zu einer gesteigerten Fluktuation führen würde (ein solcher Zusammenhang konnte aufgrund nicht ausreichender Daten bisher nicht hergestellt werden).



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

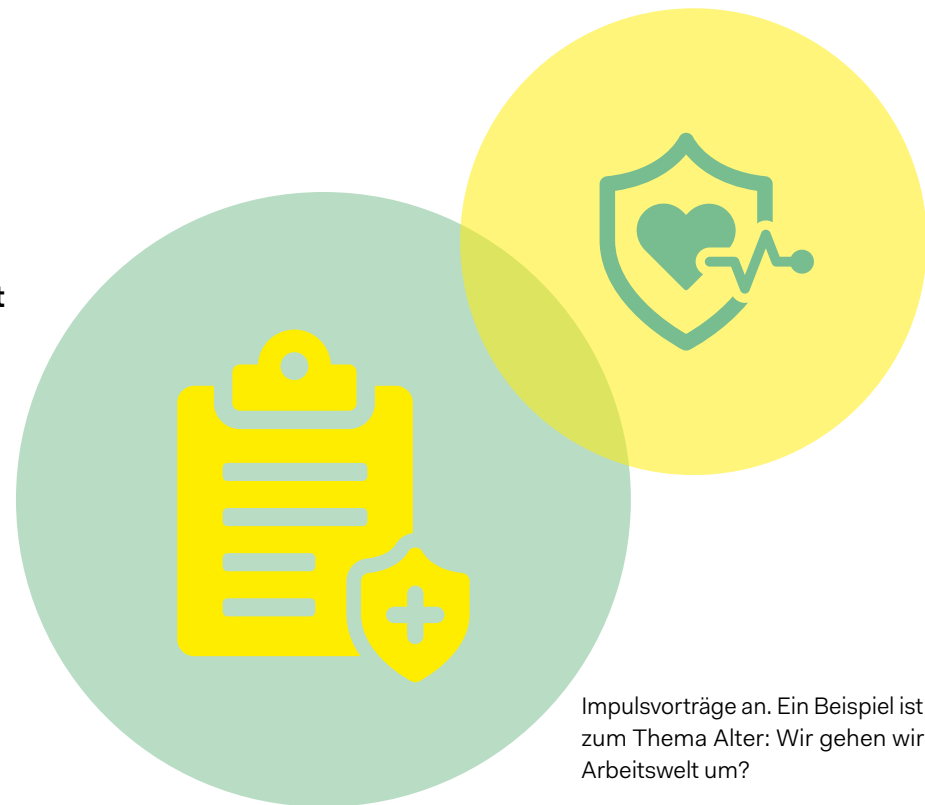
Impressum

Gesundheitsschutz und Sicherheit

Arbeitsschutz im Betrieb wird als Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ganzheitlich verstanden. Die Abteilung Arbeitsschutz ist dafür verantwortlich, dass die betriebsinternen Regelungen und Anforderungen des Arbeitsschutzes und der Unfallverhütung eingehalten werden. Arbeitsplätze bzw. die Arbeitsumgebung werden passend gestaltet und Mitarbeitende werden ihrer Tätigkeit entsprechend mit Arbeitsmitteln (z.T. auch Körperschuttmitteln) ausgestattet. Sie können so unter angemessenen Arbeitsbedingungen ihre Aufgaben erledigen.

Insbesondere die Arbeit am Schreibtisch kann bei Mitarbeitenden durch das überwiegende Sitzen Rücken- und Nackenprobleme verursachen. Die Mediengruppe stellt auf Wunsch höhenverstellbare Schreibtische zur Verfügung, um rückschonendes Arbeiten (durch den dynamischen Wechsel der Körperhaltung) zu gewährleisten. Um die Augen der Mitarbeitenden zu schonen, beteiligt sich die Mediengruppe an den Kosten für eine Bildschirm-Arbeitsplatzbrille.

Die Mediengruppe bietet **regelmäßige betriebsärztliche Pflichtvorsorgen, Angebotsvorsorgen und Wunschvorsorgen** an, die sich positiv auf die Gesundheit der Mitarbeitenden auswirken. In der arbeitsmedizinischen Vorsorge werden Beschäftigte zu den Wechselwirkungen zwischen ihrer Arbeit und ihrer Gesundheit informiert, individuell beraten und tätigkeitsbezogen untersucht. Die **betriebsärztlichen Sprechstunden** bieten eine gute Möglichkeit, arbeitsplatznah in einen vertrauensvollen, präventionsorientierten Dialog mit den Beschäftigten zu treten.



Impulsvorträge an. Ein Beispiel ist der Impulsvortrag zum Thema Alter: Wir gehen wir mit „Alter“ in der Arbeitswelt um?

Massagen an mehreren Standorten der Mediengruppe sowie eine **Kooperation mit Company-Bike für Fahrradleasing** als gesunde Mobilitätsalternative runden das Angebot ab.

Im **betrieblichen Eingliederungsmanagement** kann in enger Zusammenarbeit mit anderen internen und externen Stellen betriebsärztlich daran mitgewirkt werden, die Beschäftigungsfähigkeit etwa bei chronischen Erkrankungen zu sichern. Weitere Beispiele für die arbeitsmedizinische Präventionsarbeit sind die **Angebote zur Influenza-Schutzimpfung, reisemedizinische Beratungen** und die **Beteiligung an Gesundheitstagen mit Schwerpunktaktionen** (Ergonomie am Arbeitsplatz, Sehtest und Augeninnendruckmessung sowie Netzhautscan, Blutspende, monatliche Online-Termine rund um die Themen Ernährung und Bewegung, etc.). Das durch die Initiativen des Gesundheitsschutzes verbesserte Wohlbefinden der Mitarbeitenden wirkt sich positiv auf ihre Produktivität aus. Weniger Kranktage und reduzierte gesundheitliche Einschränkungen sind ein weiterer positiver Effekt. Im Bereich „seelische Gesundheit“ bietet die Mediengruppe verschiedene

Die Sicherheit der Mitarbeitenden hat höchste Priorität in der Rheinische Post Mediengruppe. Die Teilnahme an einer **regelmäßigen Online-Schulung „Arbeitsschutz im Büro“ ist für alle Mitarbeitenden verpflichtend** und Teil der Arbeitszeit. Die stetige Sensibilisierung führt zu mehr Vorsicht und generell zu verantwortungsvollem Handeln (für sich selbst und andere). In regelmäßigen Abständen wird ein kostenfreier **Erste-Hilfe-Kurs** zur Aus- und Fortbildung der Ersthelfer in Zusammenarbeit mit dem Malteser Hilfsdienst e.V. angeboten. Die Kurse bieten Mitarbeitenden die Möglichkeit, ihre Ersthelfer-Kenntnisse aufzufrischen, um in Notfallsituationen richtig und schnell zu reagieren. Seminare zur theoretischen und praktischen Ausbildung von Brandschutzhelfern werden jährlich angeboten.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung und
Chancengleichheit für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

Die **Abteilung Arbeitsschutz** der Rheinische Post Mediengruppe hat die Aufgabe, gemeinsam mit den Betriebsärzten, den Arbeitgeber, die Geschäftsführungen, Abteilungsleiter, sonstige Führungskräfte, Betriebsräte und alle Mitarbeitenden in allen relevanten Fragen der Arbeitssicherheit einschließlich der menschengerechten Gestaltung der Arbeit zu unterstützen.

Besonderer Fokus liegt dabei auf:

- der Planung, Ausführung und Unterhaltung von Betriebsanlagen sowie von sozialen und sanitären Einrichtungen
- der Beschaffung von technischen Arbeitsmitteln und der Einführung von Arbeitsverfahren und Arbeitsstoffen
- der Auswahl und Erprobung von Körperschuttmitteln
- dem körpergerechten Heben und Tragen sowie dem Ziehen und Schieben von Lasten
- der Gestaltung der Arbeitsplätze, des Arbeitsablaufs, der Arbeitsumgebung und der sonstigen Fragen der Ergonomie
- der Beurteilung der Arbeitsbedingungen

Die Einhaltung der betriebsinternen Regelungen und Anforderungen des Arbeitsschutzes und der Unfallverhütung stellen weitere Abteilungsschwerpunkte dar.

In manchen Unternehmen der Mediengruppe greifen zusätzliche spezielle Arbeitsschutzmaßnahmen. Beispielsweise werden im Folgenden die Maßnahmen bezüglich der Druckereien, der IT und der Zustellung näher erläutert.

Druckerei-spezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Arbeitsschutzbezogene Risiken werden, über die gesetzlich geforderten und regelmäßig zu überprüfenden und zu überarbeitenden Gefährdungsbeurteilungen für alle Arbeitsbereiche und Tätigkeiten hinaus, durch die Führungskräfte und die Sicherheitsfachkraft ermittelt und durch entsprechende Maßnahmen minimiert und beseitigt.

Die Überprüfung dieser Gefährdungsbeurteilungen erfolgt z.B. durch regelmäßige Arbeitsschutzausschuss-Sitzungen, Begehungen und zum Teil auch durch externe Zertifizierungen / Auditierung (Arbeitsschutz-Managementsystem, DIN ISO 45001).

Es finden regelmäßige Unterweisungen statt; interne wie externe Schulungen werden durchgeführt. Den Druckereimitarbeitenden wird eine persönliche Schutzausrüstung bereitgestellt (bestehend aus: Sicherheitsschuhen, angepasstem Gehörschutz, chemiebeständigen Handschuhen, Schnittschutzhandschuhen und Schutzbrillen). Zudem werden verpflichtende und freiwillige medizinische Vorsorgeuntersuchungen (z.B. aufgrund von Lärmbelastung) durchgeführt.

IT-spezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Die Berufsgenossenschaft stuft die arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren im IT-Betrieb, im Vergleich zu „normalen“ Bürotätigkeiten, höher ein, sodass es spezifische Arbeitsschutzmaßnahmen gibt:

- Mitarbeitende, die mehrere Stunden allein im Rechenzentrum arbeiten, müssen einen sogenannten

„Totmannmelder“ am Gürtel tragen, der im Notfall ein Signal abgibt.

- Die Löschanlagen in den Rechenzentren fluten die Räumlichkeiten mit Gas. Mitarbeitende erhalten nötige Unterweisungen, um zu wissen, dass die Rechenzentren im Falle eines Feuers schnell verlassen werden müssen.

Zustellungsspezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Die Mitarbeitenden werden bei ihrer Einstellung und mindestens jährlich wiederkehrend unterwiesen. Schwerpunkte der Unterweisung sind die zuständige Berufsgenossenschaft, verkehrssicheres Verhalten im Straßenverkehr, sichtbare Kleidung, Gefährdungen durch Tiere oder Menschen, richtiges Heben und Tragen von Lasten, richtiges Schieben und Ziehen von Lasten, Verhaltensweise bei widrigen Wetterverhältnissen wie Regen, Schnee und Glätte. Persönliche Schutzausrüstung wie Warnwesten und Wetterschutzjacken sowie Hilfsmittel wie Kopflampen, Taschenlampen, Trilleralarm, Tragelassen, Elektro-Lastenroller und (Elektro)-Lastenfahrzeuge werden durch die Zustellgesellschaften gestellt, gewartet und auf einen verkehrssicheren Zustand hin geprüft.

Außerdem wird die Teilnahme an Seminaren zur Gewaltprävention in Zusammenarbeit mit der zuständigen Berufsgenossenschaft BGHW angeboten.

Potenzielle Gefährdungen auf dem Zustellweg können systematisch an die Führungskraft gemeldet werden.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

**4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle**

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.2.2. Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle

Respektvoller Umgang miteinander ist ein wesentliches Element der Unternehmenskultur. Wir sorgen für ein angenehmes Arbeitsklima, in dem Chancengleichheit herrscht. Mobbing, Einschüchterung und Belästigungen werden in unserem Arbeitsumfeld nicht geduldet und sind konsequent zu verhindern. Die Führungskräfte der Mediengruppe wirken auf ein solches respektvolles Verhalten aktiv hin. Zur **Förderung eines positiven Arbeitsumfelds** werden Mitarbeitende ermutigt, selbst gestaltend tätig zu werden. Kritische Sachverhalte sollen offen angesprochen und in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten in fairer Weise geklärt werden. Niemand darf insbesondere wegen seiner Rasse oder ethnischen Herkunft, seiner Hautfarbe, seiner Nationalität, seines Glaubens, seiner Weltanschauung, seines Geschlechts, seines Alters, seiner körperlichen Konstitution, seines Aussehens oder seiner sexuellen Identität unsachlich behandelt, benachteiligt, begünstigt, belästigt oder ausgegrenzt werden. Personalentscheidungen wie Einstellungen, Beförderungen und disziplinarische Maßnahmen sind frei von

jeder Diskriminierung zu treffen. Insbesondere sind Erwägungen unzulässig, die im Gegensatz zu den vorgenannten Grundsätzen stehen. Fühlen sich Mitarbeitende entgegen den genannten Wertvorstellungen schlecht behandelt, stehen die jeweiligen Vorgesetzten, der Betriebsrat, die Personalabteilung, die Rechtsabteilung sowie der externe Compliance-Officer für ein klärendes und vertrauliches Gespräch zur Verfügung.



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

**4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle**

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

Gleichstellung der Geschlechter und gleicher Lohn für gleiche Arbeit

In Europa war nur rund jede dritte Führungskraft (35,2%) 2024 weiblich. In Deutschland waren 29% der Führungspositionen von Frauen besetzt. Im Vergleich zu den anderen EU-Mitgliedstaaten lag Deutschland damit nur im unteren Drittel.

Der Frauen- und Männeranteil in der Mediengruppe ist nahezu ausgeglichen (47,2% Frauen und 52,8% Männer). Der Anteil an **Frauen in Führungspositionen** (Führungskreis und/oder Mitarbeiterverantwortung) ist derzeit mit 28,8% noch relativ niedrig im Vergleich zur allgemeinen Frauenquote in der Mediengruppe (ein identifiziertes, wesentliches Übergangsrisiko). **Ein ausgeglicheneres Geschlechterverhältnis auch in Führungspositionen ist erstrebenswert.** Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass die Mediengruppe auf dem richtigen Weg ist, jedoch weiterhin mit Hochdruck daran arbeiten muss, Frauen entsprechend zu fördern. Ziel ist es, langfristig eine diverse Führungsstruktur und mehr Chancengleichheit zu schaffen. In der digitalen Lernplattform der Mediengruppe, in Kooperation mit der Haufe Akademie, sind viele E-Learnings und Lernfilme zu den Themen „Frauen in Führung“ und „Empowerment für Frauen“ vorhanden.

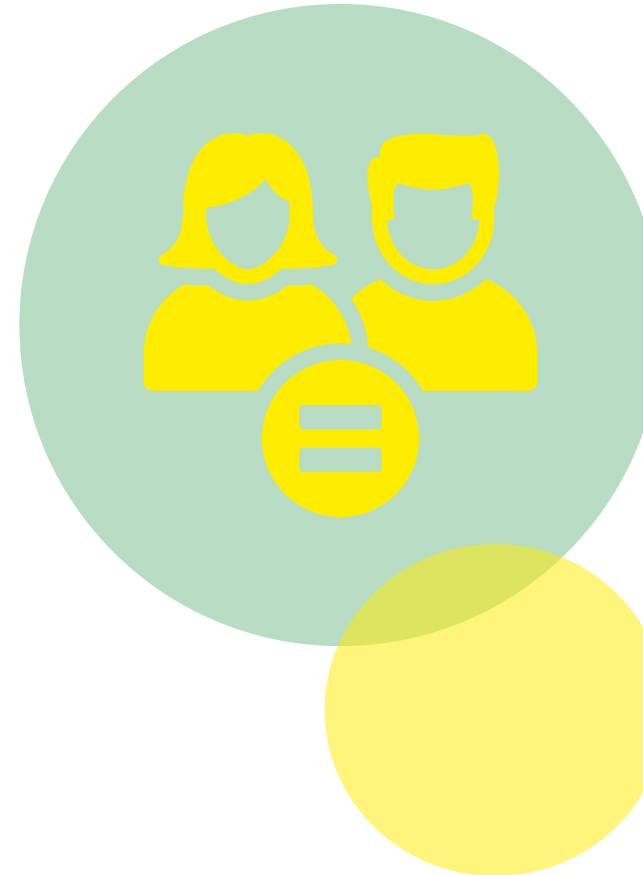
Die Mediengruppe verfolgt mehrere Verfahren und Kontrollmechanismen, um ein Gender-Pay-Gap zu vermeiden:

- Im Rahmen der Personalkostenplanung erhalten alle Führungskräfte Bruttolohnlisten, die neben der Erstellung der Planung auch dazu dienen, die Gehälter zu überprüfen (Stichwort Gerechtigkeit).

- Zur Gehaltsfindung gibt es ebenfalls Bruttolohnlisten auf Kostenstellenebene, so dass Führungskräfte nachvollziehen können, wer wie viel bei gleicher Tätigkeit verdient. Es wird das durchschnittliche Monatsgehalt pro Jahr auf Vollzeit hochgerechnet. Die Angabe des Geschlechts ist in SAP hinterlegt

- Im Personalcontrolling werden Auswertungen zum Gender-Pay-Gap gemacht

Ein klares Bekenntnis zu Gleichstellung und Lohn-gerechtigkeit wird die Arbeitgebermarke und die Reputation der Mediengruppe nachhaltig verbessern. Wenn Frauen und Männer die gleichen Chancen auf Beförderungen, Projekte und Gehalt haben, fühlen sich alle Mitarbeitenden wertgeschätzt und fair behandelt. Dies führt zu einer höheren Motivation, Zufriedenheit und Loyalität gegenüber der Mediengruppe und steigert gleichzeitig die Produktivität. Mitarbeitende, die Gleichbehandlung erleben, sind zufriedener und bleiben der RPM länger treu. Dies reduziert die Kosten für Neueinstellungen und steigert die Kontinuität im Unternehmen. Talente, vor allem junge Menschen und Frauen, legen großen Wert auf solche Werte und bevorzugen Unternehmen, die sich dafür einsetzen. Dies erleichtert das Anwerben von qualifizierten Mitarbeitenden.



¹https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TQOE1C2_custom_6862785/bookmark/table?lang=de&bookmarkId=aadc1ede-76ba-473c-8d69-d205ca03982f

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

**4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle**

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

Schulungen und Kompetenzentwicklung

Die Förderung und Entwicklung der Mitarbeitenden ist von höchster Priorität und fest in den Unternehmensführungsleitlinien verankert: „Wir entwickeln unsere Mitarbeiter und uns selbst im Team kontinuierlich weiter. Wir fordern und fördern individuell, fachlich und persönlich. Wir sind uns unserer Vorbildfunktion bewusst und gehen mit positivem Beispiel voran.“ Das Wissen und Können der Mitarbeitenden ist wesentlich verantwortlich dafür, wie erfolgreich die Mediengruppe die aktuellen und künftigen Anforderungen meistert.

Alle Mitarbeitenden haben Zugriff auf eine **digitale Lernplattform**. Bis Ende Mai 2025 lief diese über eine Kooperation mit der Haufe Akademie. Im Juni wurde die Lernplattform der Haufe Akademie abgelöst und in das Learning Management Modul in SAP SuccessFactors integriert. Es werden rund 180 E-Learnings und Lernfilme bereitgestellt.

Im März 2024 startete das neue **18-monatige Entwicklungsprogramm „RISE“** der Mediengruppe. Ziel des Programms ist es, die Teilnehmenden für weiterführende Fach- und Führungsaufgaben innerhalb der Rheinische Post Mediengruppe vorzubereiten. Insbesondere die Persönlichkeitsentwicklung steht im Vordergrund, zudem die Vermittlung von Basiswissen über Führung und soziale Systeme. Begleitet wird das Programm von **Mentoren**, die die Teilnehmenden des Entwicklungsprogramms unterstützen und ihnen wertvolle Einblicke vermitteln. In einer vertrauensvollen und geschützten Gesprächsatmosphäre soll der Perspektivwechsel gefördert werden und ein Raum entstehen, in dem die eigenen Erfahrungen reflektiert

werden können. Die Mentoren teilen ihre Erfahrungen, ihr Wissen und ihre Netzwerke mit ihren Mentees und unterstützen sie dabei, sich ihrer eigenen Fähigkeiten bewusster zu werden.

Im Rahmen des Programms wird in mehreren Gruppen an konkreten Projekten gearbeitet, bei denen sowohl individuelle Stärken als auch kreative Ideen eingebracht werden können. Nach dem ersten erfolgreichen Durchlauf ist das Programm im Frühjahr 2026 mit 15 Teilnehmenden in die zweite Runde gestartet.

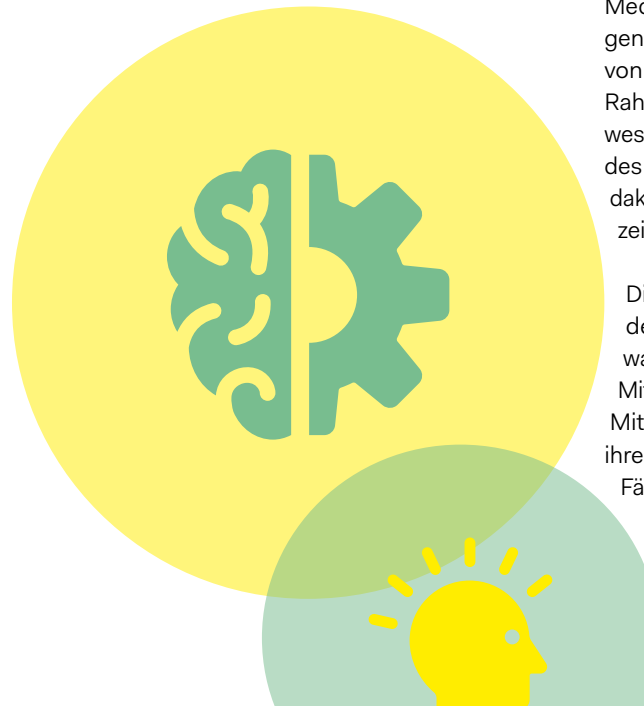
Die sogenannten **„Discovery Days“**, ein Workshop-Konzept, mit dem bewusst neue Wege bei der Personalentwicklung gegangen werden sollen, werden

standortübergreifend durchgeführt. Die Teilnehmenden haben sich zwei Tage lang mit den Themen Selbsterfahrung sowie Selbst- und Fremdwahrnehmung beschäftigt. Zielgruppe dieses Formats sind Mitarbeitende, die sich noch nicht in Führungsverantwortung befinden, aber durchaus Entwicklungsambitionen und -fähigkeiten haben.

Neben der digitalen Lernplattform, dem Entwicklungsprogramm RISE und dem Format Discovery Days werden außerdem **diverse Impulsvorträge, Workshops und Trainings für Mitarbeitende und Führungskräfte** angeboten.

Für neue Mitarbeitende, aber auch Personen, die grundsätzlich daran interessiert sind, mehr über die Mediengruppe zu erfahren, werden regelmäßig sogenannte **„Welcome Days“** angeboten. Innerhalb von zwei Tagen lernen die Teilnehmenden u.a. im Rahmen von Vorträgen und kleinen Workshops die wesentlichen Geschäftsbereiche kennen. Highlights des Programms bilden die Besichtigungen der Redaktion und Druckerei, um die Produktion der Tageszeitung vor Ort mitzuerleben.

Die RPM, die in die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden investiert, wird als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Die Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung werden gesteigert. Bestehende Mitarbeitende fühlen sich wertgeschätzt, wenn in ihre Entwicklung investiert wird. Die Aussicht, neue Fähigkeiten zu erlernen und Karrieremöglichkeiten zu erschließen, fördert das Engagement und die Bindung an das Unternehmen. Durch eine regelmäßige Weiterbildung bleiben Mitarbei-



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

**4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle**

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

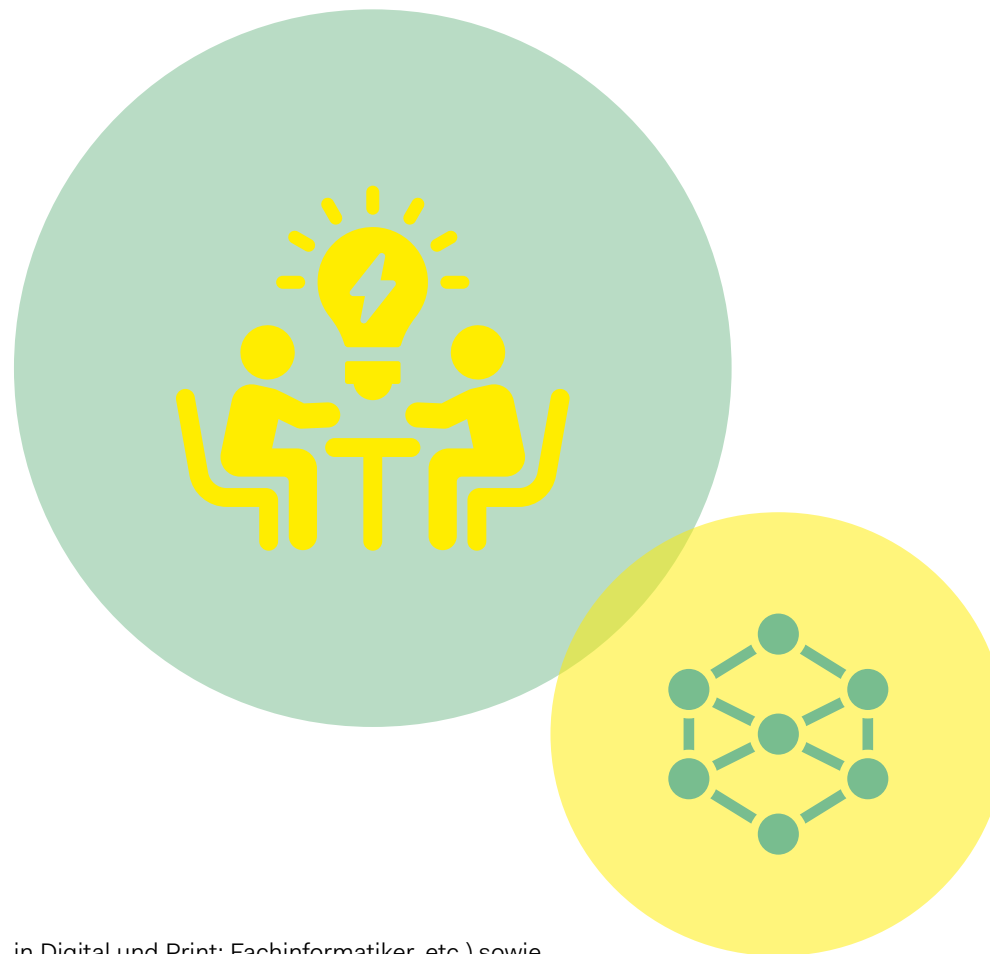
Impressum

tende auf dem Arbeitsmarkt wettbewerbsfähig. Sie erwerben wertvolle Fähigkeiten, die auch außerhalb des Unternehmens gefragt sind, was ihre langfristige Beschäftigungssicherheit erhöht. Auch das Interesse neuer Talente wird geweckt, die RPM wird als innovatives und sozial verantwortliches Unternehmen wahrgenommen.

Schulungsprogramme und -maßnahmen sind mit Kosten verbunden, insbesondere wenn sie – wie beispielsweise das SAP-Modul der Lernplattform – für die gesamte Belegschaft angeboten werden. Schulungen beanspruchen auch Zeit, die von der regulären Arbeitszeit abgeht. Die Mediengruppe vertraut ihren Mitarbeitenden, dass Schulungen in angemessenem Rahmen besucht, die Produktivität nicht beeinträchtigt und wichtige Projekte nicht verzögert werden.

In der Medienbranche, die sich durch rasche technologische und inhaltliche Veränderungen auszeichnet, sind gut geschulte Mitarbeitende besser in der Lage, sich an neue Herausforderungen anzupassen (z.B. den Einsatz von Künstlicher Intelligenz). Die Mediengruppe ist wettbewerbsfähiger und kann dadurch besser auf Veränderungen im Markt reagieren, Innovationen schneller und effektiver umsetzen sowie neue Chancen nutzen. **Gut geschulte Journalisten und sonstige Medienschaffende sind in der Lage, Informationen verantwortungsvoll und korrekt zu verbreiten. Dies trägt zu einer informierten und gut aufgeklärten Gesellschaft bei und reduziert das Risiko von Fehlinformationen und Manipulation.**

Die **berufliche Ausbildung** bei der Mediengruppe hat bereits eine lange Tradition und einen hohen Stellenwert. Verschiedene Ausbildungsberufe (Medienkaufmann/-frau Digital und Print; Mediengestalter/



in Digital und Print; Fachinformatiker, etc.) sowie duale Studiengänge (Marketing und Digitale Medien) werden angeboten. Im Jahr 2025 haben **13 Personen ihre Ausbildung, zwei Personen ihr duales Studium und zwei Personen ihr Traineeprogramm bei der Mediengruppe begonnen.**

Zudem starteten im Jahr 2025 **vier Volontärinnen und Volontäre sowie 19 Journalistenschülerinnen und -schüler** ihre Laufbahn bei der Rheinische Post Mediengruppe. Die Qualifizierung der Journalistenschüler dauert 24 Monate, in denen sie in verschiedenen (Lokal-) Redaktionen eingesetzt sind und journalistische Seminare sowie hausinterne Workshops besuchen.

Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales
4.1. Wesentliche Sozialthemen für die RPM
4.2. Arbeitskräfte der RPM
4.2.1. Arbeitsbedingungen
4.2.2. Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle
4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte
4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften
4.4. Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer

05
Governance

Impressum

Vielfalt

Die Mediengruppe beschäftigt Mitarbeitende unterschiedlicher Herkünfte und Altersgruppen (mit Tendenz zu einer älteren Belegschaft) und fördert somit kreative Lösungen sowie vielfältige Ideen im Arbeitsalltag dank eines **bunten Mixes aus Sichtweisen, Meinungen, Erfahrungen, Wissen und Stärken**. Die Produktivität, aber auch die Arbeitgeberattraktivität, steigt für bestehende und potenzielle Mitarbeitende.

Gelebte Vielfalt kann ebenfalls die Marktstellung der Mediengruppe und die Kundenbindung verbessern, da sich unterschiedliche Zielgruppen besser repräsentiert fühlen können. Gesellschaftlich wichtige Themen können besser bearbeitet werden, wenn die Gesellschaft im Unternehmen repräsentiert ist. Optimal wäre, wenn die RPM-Belegschaft in ihrer Zusammensetzung ungefähr die Gesellschaft spiegeln würde (Frauen- und Migrationsanteil, LGBTQ, Handicap etc.). Andererseits kann es auch zu gesellschaftlichem Druck kommen, Diversitätsquoten zu erfüllen. Dies kann dazu führen, dass unter Umständen Qualifikationen weniger stark berücksichtigt werden.

Die Mediengruppe bemüht sich um einen offenen Austausch. Im Mai 2024 lud die Digital-Unit der Mediengruppe rund 30 Studentinnen des Instituts für Infor-

matik der Universität Bonn ein. Das Event richtete sich speziell an FLINTA* Personen. Das Akronym FLINTA* steht für Frauen, Lesben, inter, nichtbinäre, trans und agender Personen, wobei das Sternchen am Ende zusätzlich weitere Variationen der Geschlechtervielfalt miteinbeziehen soll. Es wurde Raum für einen offenen, ungefilterten Austausch gegeben, um Themen ansprechen zu können, die oftmals im Alltag eher untergehen oder nur wenig thematisiert werden: Diversität, Queerness, Vereinbarkeit von Mutterschaft im Arbeitsleben und viele weitere Themen.

Als Climate Angel hat die Mediengruppe in 2024 das zweitägige Düsseldorfer Festival „Ehrenhof Open“, welches für Nachhaltigkeit, Diversität und Female Empowerment steht, unterstützt. Neben einem paritätischen, interkulturellen und diversen Line-Up stand das Thema Nachhaltigkeit – mit einem klaren Ziel im Mittelpunkt des Ehrenhof Open: so wenig Müll und CO₂ wie möglich produzieren. Durch den Verzicht auf Einwegplastik und den Einsatz umweltfreundlicher Materialien konnte ein positiver Beitrag geleistet werden. Besonders beliebt waren die klimaneutrale Anreise und die regionale, vegetarische Verpflegung vor Ort. Besucher informierten sich im Zukunftswald über verschiedene Stiftungen und Initiativen – darunter Blocks-

Blocks Cleanup, profamilia, ProVeg, Greenpeace, Caritas und Barney's Druckmacher¹.

Gleichstellung und Nicht-Diskriminierung betrifft ebenfalls das RPM-Produktportfolio. Im April 2024 hat die Mediengruppe Audio-Avatare (Artikelvorlesefunktionen) eingeführt, sodass Zeitungsartikel von allen, unabhängig von Augenlicht und Alphabetisierungsgrad, konsumiert werden können. Im Rahmen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes wurden die definierten Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen (Bestellprozesse, Ticketverkäufe, Reservierungen, etc.) bis Juni 2025 umgesetzt.

	Staatsbürgerschaften/Nationalitäten	Herkunfts-/Geburtsländer
Angestellte	51	76
Zustellende	116	107

¹<https://ehrenhof-open.de/>



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbe- zogene Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte

Kinderarbeit

Die Rheinische Post Mediengruppe beschäftigt minderjährige Personen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren als **Auszubildende, Praktikanten und Zustellende** (nur Anzeigenblätter). Die Anstellung von Kindern und Jugendlichen findet unter strikter Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben statt.

Insbesondere im Bereich der **Logistik/Zustellung** wird darauf geachtet, dass das Einverständnis der Erziehungsberechtigten vorliegt, die Beschäftigung maximal zwei Stunden pro Tag beträgt, das zugelassene Lastgewicht nicht überschritten wird und auch keine Sonntagsarbeit stattfindet. Negative Auswirkungen für minderjährige Zusteller werden so konsequent vermieden. Kinder und Jugendliche profitieren von der Chance, frühzeitig ins Berufsleben zu starten und sich in der Zustellung Taschengeld dazu zu verdienen. Das Austragen von Anzeigenblättern vermittelt Schülern wichtige Fähigkeiten wie Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und Eigenverantwortung. Diese Tätigkeiten können dazu beitragen, eine positive Arbeitseinstellung und grundlegende Berufserfahrungen zu entwickeln, die ihnen in ihrem späteren Berufsleben zugutekommen. Hinzukommt, dass es eine körperlich aktive Tätigkeit ist, die Schülern Bewegung und frische Luft verschafft. Dies hat positive Effekte auf die Gesundheit. Andererseits sind die Schüler auch potenziellen Gefahren ausgesetzt, wie z. B. Verkehrsrisiken oder schwierigen Witterungsbedingungen.

Zeitungen sind eine wichtige Informationsquelle. Schüler, die Zeitungen austragen, tragen dazu bei, dass diese Informationen verlässlich in die Haushalte gelangen. Schüler, die bereits während ihrer

Schulzeit für das Unternehmen arbeiten, können später, für ihre Ausbildung, ein duales Studium oder als festangestellte Mitarbeiter, zur Mediengruppe zurückkehren.

Schulische Leistungen sollen möglichst nicht negativ beeinträchtigt werden. Aufgrund der zeitlichen Begrenzung von zwei Stunden pro Tag kann die Mediengruppe aber davon ausgehen, dass die Beeinträchtigung nicht sehr wahrscheinlich ist. Während der Schulferien oder in Prüfungszeiten kann die Mediengruppe Personalengpässe erleben, da Schüler im Urlaub sind oder lernen müssen und somit keine Zeit haben, Anzeigenblätter auszutragen. Die Beschäftigung von Schülern bietet eine kosteneffiziente Möglichkeit, die Verteilung von Anzeigenblättern sicherzustellen. Da Schüler im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften niedriger entlohnt werden als erwachsene Arbeitskräfte, sinken die Zustellkosten der Mediengruppe, während eine flexible Einsatzplanung ermöglicht wird. Unzureichend geschulte oder unerfahrene Schüler könnten die Qualität der Zustellung beeinträchtigen, z. B. durch verspätete Zustellungen oder ungenaue Verteilung. Dies könnte die Leserzufriedenheit verringern und das Image der Mediengruppe beeinträchtigen.

Datenschutz

Eine frühzeitige Anpassung an strikte Datenschutzvorgaben, wie die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), hat rechtliche Risiken und potenzielle Bußgelder für die Mediengruppe minimiert. Ein **proaktiver Umgang mit Datenschutz** schützt die RPM vor Rechtsstreitigkeiten und möglichen Rufschädigungen.

Für den Betrieb des **Datenschutzmanagement-systems** müssen personelle und technische Kapazitäten bereitgestellt werden. Zudem sind mit Blick auf die Entwicklung, Qualifizierung und Sensibilisierung der Beschäftigten Investitionen in regelmäßige Schulungsmaßnahmen zu tätigen. Bei speziellen datenschutzrechtlichen Fragestellungen können darüber hinaus Kosten für externe Rechtsberatung anfallen. Zusätzlich bedeutet die Einhaltung der Datenschutzrichtlinie administrativen Aufwand, der die betrieblichen Abläufe komplexer gestalten kann.

Trotz größter Sorgfalt können Datenschutzverletzungen auftreten, sei es durch menschliches Versagen oder technische Probleme (identifizierte, wesentliche Übergangsrisiken). Es kann ein Datenleck oder ein Missbrauch von Beschäftigtendaten eintreten, dies führt potenziell zu negativer Berichterstattung und Reputationsschäden. Solche Vorfälle können zudem schwerwiegende rechtliche Folgen nach sich ziehen und erhebliche Bußgelder verursachen.

Trotz der stringenten Sicherheitsstandards wurde das Unternehmen im **Juni 2023 Opfer eines Cyberangriffs**. Dies verdeutlicht, dass die ständig wachsende Bedrohungslage und die Absichten hochqualifizierter Angreifer Herausforderungen darstellen, denen die Mediengruppe aktiv begegnen muss. Als Konsequenz aus dem Cyberangriff wurden das existierende Sicherheitsniveau weiter verstärkt sowie zusätzliche Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen etabliert. Alle Maßnahmen werden fortlaufend auf Wirksamkeit hin überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene
Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.3. Bürgerrechte und politische Rechte von Gemeinschaften

In den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) werden „Betroffene Gemeinschaften“ definiert als Personen oder Gruppen, die in demselben Gebiet leben oder arbeiten, das von den Tätigkeiten der RPM oder ihrer Wertschöpfungskette betroffen ist oder sein könnte. Die Interessenträger gehen somit über die Konsumenten der RPM-Medien hinaus.

Versammlungs- und Meinungsfreiheit

Die RPM-Medien haben einen erheblichen, positiven Einfluss auf die Versammlungsfreiheit, indem sie das Bewusstsein für dieses Recht stärken und Menschen unterstützen, es zu nutzen und zu schützen. Ihre Rolle in diesem Kontext ist vielfältig:

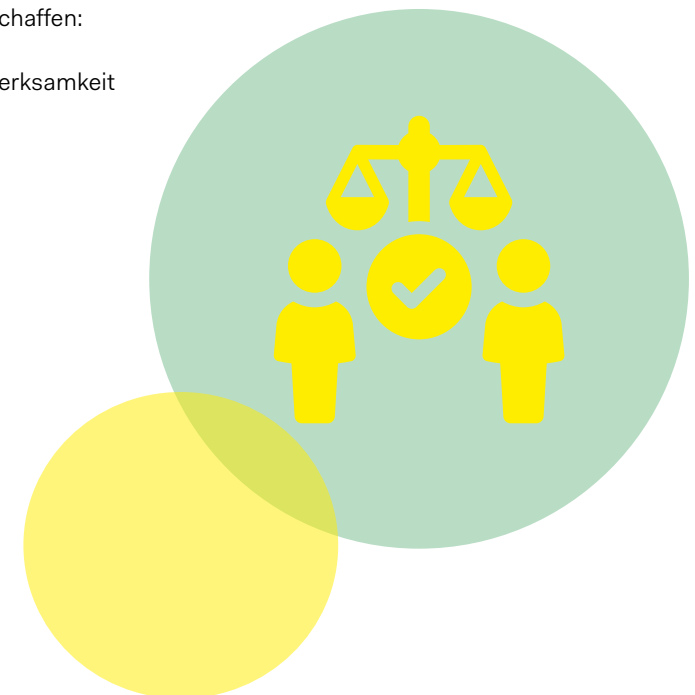
- Aufklärung und Information über geplante Demonstrationen und Veranstaltungen
- Berichterstattung über Versammlungen und Demonstrationen (Anliegen und Forderungen erreichen ein breites Publikum)
- Dokumentation von Missständen (Kontrollfunktion, um rechtswidrige Eingriffe in das Versammlungsrecht aufzudecken)
- Förderung des öffentlichen Diskurses (bieten eine Plattform für Meinungen und Analysen)

Die RPM berichtet in der Regel nicht nur „über“ Vorfälle oder Themen, die bestimmte Gemeinschaften bewegen, sondern verfolgt das Ziel, Mitglieder betroffener Gemeinschaften zu Wort kommen zu lassen.

Auswirkungen auf Menschenrechtsverteidiger

Zeitungen tragen entscheidend dazu bei, Menschenrechtsverteidiger zu schützen, ihnen eine Stimme zu geben und ihre Arbeit zu fördern. Indem sie die Geschichten erzählen, die Anliegen publik machen und die gesellschaftliche Aufmerksamkeit auf sie lenken, stärken sie das Bewusstsein für Menschenrechtsfragen und helfen, eine Atmosphäre der Unterstützung und Solidarität zu schaffen:

- Sichtbarkeit und Schutz durch Aufmerksamkeit
- Dokumentation von Menschenrechtsverletzungen
- Aufklärung und Sensibilisierung
- Glaubwürdigkeit und Vernetzung



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

4.1. Wesentliche Sozialthemen
für die RPM

4.2. Arbeitskräfte der RPM

4.2.1. Arbeitsbedingungen

4.2.2. Gleichbehandlung
und Chancengleichheit
für alle

4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene
Rechte

4.3. Bürgerrechte und politische
Rechte von Gemeinschaften

4.4. Informationsbezogene

Auswirkungen auf
Verbraucher und/oder
Endnutzer

05

Governance

Impressum

4.4. Informationsbezogene Auswirkungen auf Verbraucher und/oder Endnutzer

Datenschutz

Die RPM sieht es als ihre Pflicht, Kunden- und Verbraucherdaten zu schützen und sicherzustellen, dass sie vor unbefugtem Zugriff und Missbrauch geschützt sind. Unternehmensinterne Datenschutzpraktiken und Informationssicherheitsmaßnahmen zielen darauf ab, die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der Daten zu gewährleisten. Bemühungen in diesen Bereichen umfassen eine ganzheitliche Herangehensweise, die sowohl technische Lösungen als auch Schulungen und Sensibilisierung umfasst. Die Mediengruppe ist bestrebt, die Risiken im Zusammenhang mit Datenverlust, Datenschutzverletzungen und Cyberangriffen proaktiv zu identifizieren und zu minimieren.

Der bereits in Kapitel [4.2.3. Sonstige arbeitsbezogene Rechte](#) erläuterte Cyberangriff wurde seitens der RPM transparent an die Endverbraucher kommuniziert. Auch die neuen Sicherheitsmaßnahmen können einen weiteren Angriff nicht vollständig verhindern. Das Bewusstsein für mögliche Datenverluste ist jedoch vermutlich bei den Endverbrauchern ebenso präsent wie in der Organisation.

Meinungsfreiheit

Die verschiedenen Medienprodukte der RPM spielen eine entscheidende Rolle in der Förderung und Wahrung der Meinungsfreiheit:

1. Informationsbereitstellung: Die RPM bietet über ihre Medien Zugang zu verlässlichen und gut recherchierten Informationen. Durch Journalismus werden Bürger in die Lage versetzt, sich über aktuelle Ereignisse und gesellschaftliche Entwicklun-

gen zu informieren und auf dieser Basis eigene Meinungen zu bilden.

2. Meinungsvielfalt und Pluralismus: Zeitungen und andere Medien präsentieren oft unterschiedliche Standpunkte zu einem Thema und spiegeln somit die Meinungsvielfalt der Gesellschaft wider. Indem sie diverse Perspektiven aufzeigen, fördern sie ein Umfeld, in dem Leser/User verschiedene Blickwinkel kennenlernen und abwägen können.

3. Kritik- und Kontrollfunktion: Journalisten haben die wichtige Aufgabe, Regierungen und öffentliche Institutionen zu überwachen und Missstände aufzudecken. Diese Funktion, oft als „vierte Gewalt“ bezeichnet, sorgt dafür, dass Machtmissbrauch, Korruption und andere problematische Zustände öffentlich gemacht und diskutiert werden können.

4. Plattform für Debatten: Zeitungen und andere Medien bieten eine Plattform für öffentliche Diskussionen, in denen Experten, Politiker und Bürger ihre Meinungen und Analysen zu relevanten Themen veröffentlichen können. Diese Beiträge regen zur Debatte an und tragen dazu bei, dass verschiedene Meinungen auf breiter Ebene diskutiert werden.

Heutzutage prägen „Fake News“ und manipulative Inhalte immer stärker den gesellschaftlichen Diskurs. Gut recherchierter, faktenbasierter sowie unabhängiger Qualitätsjournalismus ist daher essenziell, um die Demokratie zu schützen, Meinungsfreiheit zu wahren und zu fördern.

Zugang zu (hochwertigen) Informationen

Basierend auf Datenanalysen der digitalen Leserschaft und mithilfe ausführlicher Leserstudien richtet die RPM ihre Medienprodukte inhaltlich und technisch aus und steigert so ihre Zielgruppenorientierung: Das Leseverhalten wird getrackt bzw. untersucht. Leseinteressen und -vorlieben (welcher Inhalt ist relevant?) werden ermittelt. Die RPM stellt so sicher, dass Informationen passender zur Verfügung gestellt, die Leseerfahrung positiv beeinflusst und die Chance für Umsatzwachstum gegeben ist.

Die gesellschaftspolitische Relevanz von Journalismus nimmt spürbar zu. Die Nachfrage nach unabhängigem Qualitätsjournalismus in Zeiten von zunehmendem Populismus, Falschinformationen und KI steigt. Gut recherchierte und fundierte Informationen aus vertraulichen Quellen sind gefragt und bieten ebenfalls Chancen für Umsatzwachstum. Dennoch hat die RPM ein wesentliches Übergangsrisiko hinsichtlich des veränderten Informationsverhaltens der Gesellschaft identifiziert: Mit der zunehmenden Nutzung von kostenlosen, digitalen Angeboten sinkt die Bereitschaft, für aufbereitete Informationen zu zahlen.

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

- 5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM
- 5.2. Überparteiliche Bericht-
erstattung und
journalistische Integrität
- 5.3. Künstliche Intelligenz
- 5.4. Unternehmenskultur
- 5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

05 Governance



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Berichterstattung und journalistische Integrität
5.3. Künstliche Intelligenz
5.4. Unternehmenskultur
5.5. Unternehmensethik – Schutz von Hinweisgebern

Impressum

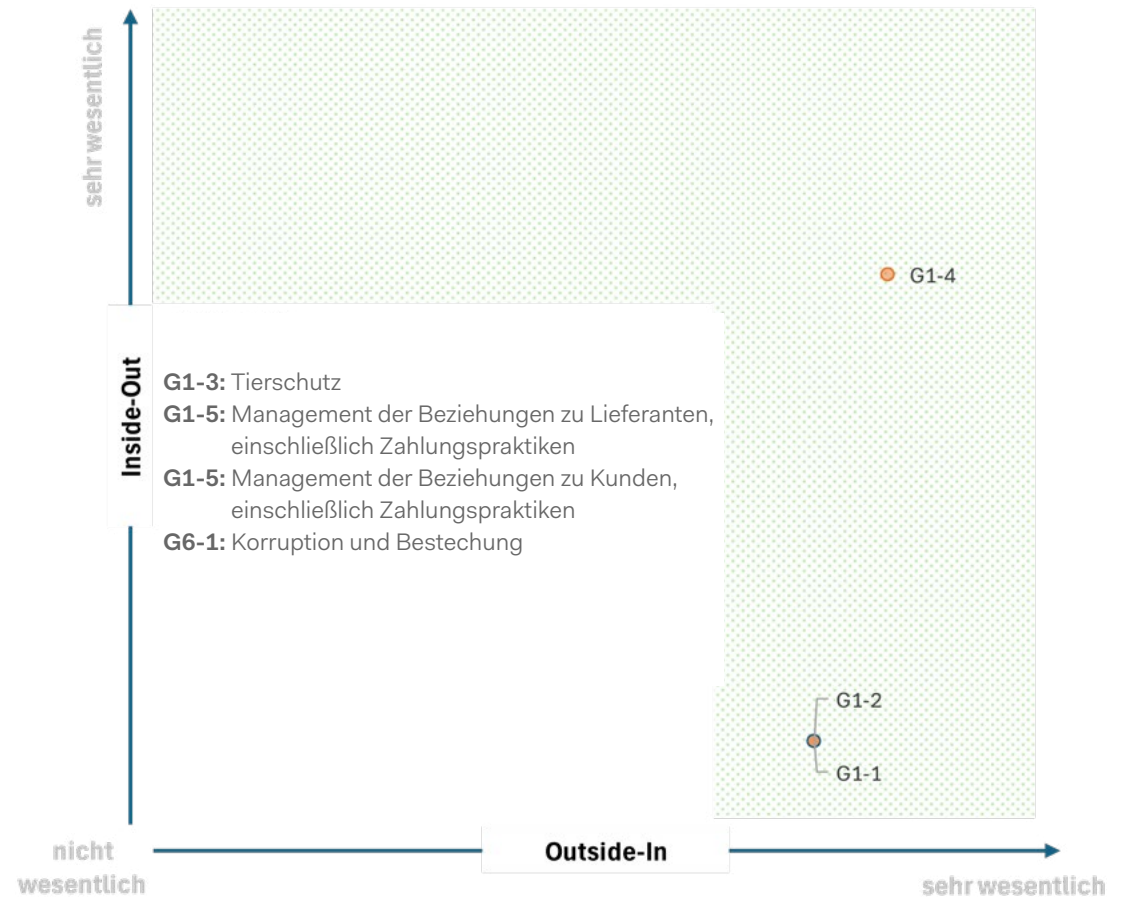
5.1. Wesentliche Governance-Themen für die RPM

Die ESRS geben für die drei maßgeblichen Bereiche Umwelt, Soziales und Governance (ESG) beispielhafte Themen vor, welche durch weitere Unterthemen konkretisiert werden. **Für den Bereich Governance wird ein Thema spezifiziert.** Die RPM hat im Vorfeld der Wesentlichkeitsanalyse geprüft, ob die in den ESRS beschriebenen Themen und Unterthemen die Realität der RPM abbilden. Auf Themenebene waren keine Ergänzungen nötig. **Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse hat die RPM drei Themen als wesentlich eingestuft:**

- Politisches Engagement
- Unternehmenskultur
- Schutz von Hinweisgebern

Die Abbildung rechts zeigt, wie die verschiedenen Unterthemen des Themenbereichs Unternehmensführung (G – Governance) im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse bewertet wurden.

Die nachfolgenden Kapitel dienen der Erläuterung der wesentlichen Themen auf Basis der definierten Unterthemen. Die präsentierten Daten orientieren sich an den Vorgaben des ESRS-Set 1.



G1-1: Unternehmenskultur
G1-2: Unternehmensethik
G1-4: Politisches Engagement

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Berichterstattung und journalistische Integrität

5.3. Künstliche Intelligenz

5.4. Unternehmenskultur

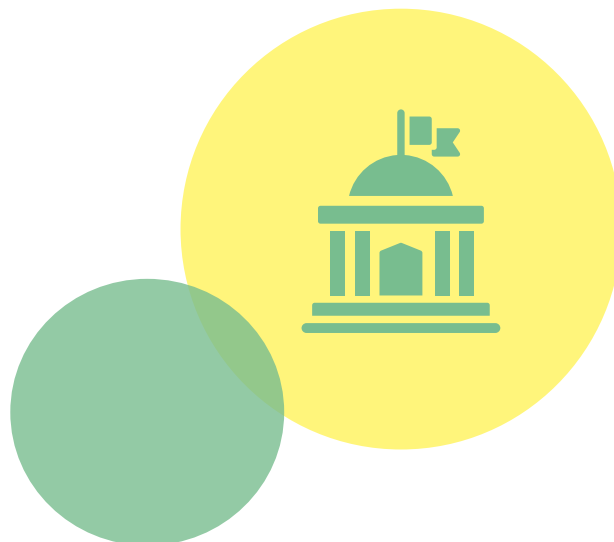
5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

5.2. Überparteiliche Berichterstattung und journalistische Integrität

Die Unternehmensgrundsätze der Gründer des Verlags Rheinische Post sind unverändert aktuell: Demokratie und Freiheit verpflichtet, offen für alle sich aus politischen, kulturellen und geistigen Strömungen ergebende Fragen, Sicherung der redaktionellen Haltung durch finanzielle Unabhängigkeit. Im Kontakt mit politischen Einrichtungen legt die Mediengruppe Wert auf Transparenz. Die Mediengruppe verpflichtet sich zu einer unabhängigen und verantwortungsvollen Berichterstattung unter Wahrung der Rechte der Betroffenen und unter Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflichten. Die Berichterstattung muss den Grundsätzen des Pressekodex und des Presserechts entsprechen. Bei Unsicherheit über die Zulässigkeit der Berichterstattung werden Mitarbeitende dazu angehalten, die Rechtsabteilung um Rat zu ersuchen, bevor

ein Beitrag erscheint. Die Mediengruppe geht mit der Verantwortung als meinungsbildendes Organ gegenüber der Öffentlichkeit sorgsam um. Eine wahrheitsgemäße Berichterstattung sowie die Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt wird sichergestellt. Redaktionelle Inhalte sind frei von privaten oder wirtschaftlichen Einflüssen. Versuchen einer politischen Einflussnahme wird nicht nachgegeben. Der Verlag achtet die journalistische Unabhängigkeit der Redaktion bei der Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -verbreitung. Grundlage der redaktionellen Arbeit sind die Pressefreiheit sowie die Meinungs- und Informationsfreiheit, deren Einhaltung und Förderung sich die Rheinische Post Mediengruppe verschrieben hat. Die Unabhängigkeit der Redaktion ist durch publizistische Selbständigkeit gewährleistet.



Gerade in Zeiten wie diesen
– mit vielfältigen Angriffen auf
unsere Freiheit von außen und
innen – zeigt sich, warum unab-
hängiger Journalismus unver-
zichtbar ist. Zeitungen leisten
genau das, was eine stabile
Demokratie braucht: kritische
Distanz, differenzierte Analyse,
Einordnung statt Empörung. Sie
schaffen den Raum für
informierte Meinungsbildung –
jenseits parteipolitischer
Lager.¹

BDZV-Vorstandsvorsitzender
Matthias Ditzen-Blanke

¹<https://www.bdzv.de/service/presse/pressemitteilungen/2025/bdzv-eine-moderne-demokratie-braucht-eine-starke-presse-und-eine-politik-die-das-versteht>

Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Bericht-
erstattung und
journalistische Integrität

5.3. Künstliche Intelligenz

5.4. Unternehmenskultur

5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

5.3. Künstliche Intelligenz

Der Einsatz von KI ermöglicht der Mediengruppe, Prozesse zu automatisieren, personalisierte Inhalte zu erstellen und neue Produkte zu entwickeln. Trotz aller Vorteile erfordert der Einsatz von KI, gerade im redaktionellen Umfeld, ethische und praktische Richtlinien, um Fake News, Verzerrungen und den Verlust journalistischer Unabhängigkeit zu vermeiden.

KI wird bei der RPM als Treiber begriffen, der es ermöglichen wird, Unternehmensziele besser und schneller zu erreichen. KI-Initiativen müssen daher eines von zwei Zielen verfolgen: Entweder sie steigern das Wachstum – insbesondere im Digitalbereich – oder heben Effizienzen. Die RPM verfolgt das Ziel, in drei Jahren mit Hilfe von KI-Anwendungen signifikante Effizienzsteigerungen erzielt zu haben sowie das digitale Wachstum durch die Möglichkeiten von Personalisierung des Contents und der Bewerbung zu beschleunigen, und eine Handvoll neuer KI-basierter Produkte oder Services lanciert zu haben. Das kann allerdings nur gelingen, wenn das Know-how, die besten Ideen und die zur Umsetzung notwendigen Ressourcen der Mediengruppe gebündelt und die Organisation, sprich die RPM-Mitarbeitenden, zügig fit im Umgang mit KI werden. KI wird die Produktlandschaft der Medienbranche über die nächsten 5 bis 10 Jahre nachhaltig verändern und damit auch die Arbeitsweise aller Mitarbeitenden.

KI-Projekte

Die Umsetzung der KI-Strategie umfasst alle Unternehmensbereiche. Die gruppenweiten KI-Taskforces der einzelnen Bereiche (Redaktion, Vertrieb, Digital, uvm.) definieren Projektansätze mit KI und setzen diese um. Der bisherige Schwerpunkt liegt auf den Tageszeitungen der Rheinische Post Mediengruppe. Die weiteren Medieneinheiten (Anzeigenblätter, Radio, Fachmedien) erhalten in regelmäßigen Abständen einen Einblick in die laufenden Projekte.

Projektbeispiele

- Ein schnellerer, personalisierter und kundenfreundlicher Leserservice
- Ein effizienter Workflow inkl. Qualitätssicherung für die Produktion von Zeitungsseiten
- Eine stetige Entwicklung neuer Angebote (z.B. GastroBot)
- Ein gesteigerter Abschluss von Digital-Abos (z.B. durch intelligente Empfehlungssysteme)

KI macht sich bereits jetzt im Arbeitsalltag aller Mitarbeitenden bemerkbar. Als moderner Arbeitgeber investiert die Mediengruppe kontinuierlich in KI-Projekte. Mit der Einführung der „KI Academy“ wird sichergestellt, dass Wissen und Praxis kontinuierlich vermittelt wird:

- Bereitstellung leistungsfähiger KI-Tools (bspw. Langdock)
- Angebot vielfältiger Workshops und Trainings für Mitarbeitende
- Entwicklung von Best-Practice-Lösungen innerhalb der KI-Taskforces



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Bericht-
erstattung und
journalistische Integrität

5.3. Künstliche Intelligenz

5.4. Unternehmenskultur

5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

5.4. Unternehmenskultur

Eine „gelebte“ Unternehmenskultur stärkt das Zugehörigkeits- und Gemeinschaftsgefühl der Mitarbeitenden. Speziell für junge Arbeitskräfte ist die Unternehmenskultur besonders relevant und somit wichtiger Bestandteil der Arbeitgeberattraktivität. In der Mediengruppe wurde deshalb besonders viel Zeit in die Entwicklung und intensive Einführung der **Unternehmenswerte und Führungsleitlinien** (ca. 1,5 Jahre) investiert. Insbesondere die zeit- und arbeitsintensive Einführung in allen Unternehmensbereichen durch einzelne Team-Workshops war entscheidend, um die Leitlinien und Werte bestmöglich in der gesamten Mediengruppe zu verankern.

Wert	Wert-Beschreibung
Kundenorientierung	Unser Kompass sind die Bedürfnisse unserer Leser, User und Kunden. Für sie wollen wir immer besser werden. Was immer wir tun, tun wir im Sinne stetig besserer Angebote und Dienstleistungen.
Respekt und Wertschätzung	Wir begegnen einander mit Respekt und Wertschätzung, unabhängig von Person und Hierarchie. Wir hören einander zu. Wir respektieren andere Meinungen. Wir sind verbindlich und gehen sorgsam mit Zeit und Ressourcen anderer um. Wir sprechen Probleme offen und konstruktiv an, aber wir sparen auch nicht mit Anerkennung.
Kommunikation	Wir kommunizieren situativ angemessen, transparent und konstruktiv. Wir teilen Erfolge & Misserfolge. Wir geben und fordern Feedback aktiv ein. Wir schaffen so eine produktive Feedbackkultur als wichtigen Treiber unserer Entwicklung.
Innovation	Wir denken kreativ, erkennen, ergreifen und gestalten Möglichkeiten. Wir suchen aktiv nach neuen, wertschaffenden Geschäftsideen. Wir entwickeln unsere bestehenden Produkte weiter und schaffen neue Angebote. Wir sind mutig, zielorientiert und bereit, Risiken einzugehen. Wir gestehen uns Misserfolge zu und schaffen Regeln, mit ihnen umzugehen.
Nachhaltigkeit	Wir sind uns als Medienhaus unserer besonderen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst. Der schonende Umgang mit allen Ressourcen ist ein wichtiger Bestandteil unserer unternehmerischen Entscheidungen und unserer täglichen Arbeit.



Vorwort
Inhalt

01
Allgemeine Informationen

02
CO₂-Fußabdruck

03
Umwelt

04
Soziales

05
Governance
5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM
5.2. Überparteiliche Bericht-
erstattung und
journalistische Integrität
5.3. Künstliche Intelligenz
5.4. Unternehmenskultur
5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

Führungsleitlinie	Führungsleitlinien-Beschreibung
Unternehmerisches Denken	Wir denken unternehmerisch, handeln werte- und ergebnisorientiert. Dafür schaffen wir den Rahmen, in dem unsere Mitarbeitenden ihre Ideen und Potenziale erfolgreich einbringen. Entscheidungen werden mit einem klaren Zielbild unter Berücksichtigung der Chancen und Risiken getroffen.
Entwicklung	Wir entwickeln unsere Mitarbeitenden und uns selbst im Team kontinuierlich weiter. Wir fordern und fördern individuell, fachlich und persönlich. Wir sind uns unserer Vorbildfunktion bewusst und gehen mit positivem Beispiel voran.
Kooperation	Wir fördern Kooperation und vernetztes Arbeiten – innerhalb von unseren Teams sowie bereichs- und standortübergreifend. Wir schauen über unseren eigenen Tellerrand hinaus und nutzen Synergien innerhalb der Mediengruppe sowie mit unseren Partnern.

Die Einführung dieser Werte und Führungsleitlinien und ihre feste Verankerung in unserem Arbeitsalltag ist meinem Geschäftsführungskollegen Hans Peter Bork und mir ein besonderes Anliegen. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine standortübergreifende, für alle geltende gemeinsame Basis uns in unserem täglichen Miteinander und in unserem beruflichen Handeln wertvolle Orientierung gibt. Die Werte und Führungsleitlinien geben konkrete Antworten auf die Fragen, wie wir als Unternehmen agieren wollen und wie wir intern miteinander umgehen möchten. Gelebte Werte und gute Führung sind ein wichtiges Fundament für die weitere positive Entwicklung unseres Unternehmens.

Johannes Werle, Vorsitzender der Geschäftsführung
der Rheinische Post Mediengruppe



Vorwort
Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-
Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Bericht-
erstattung und
journalistische Integrität

5.3. Künstliche Intelligenz

5.4. Unternehmenskultur

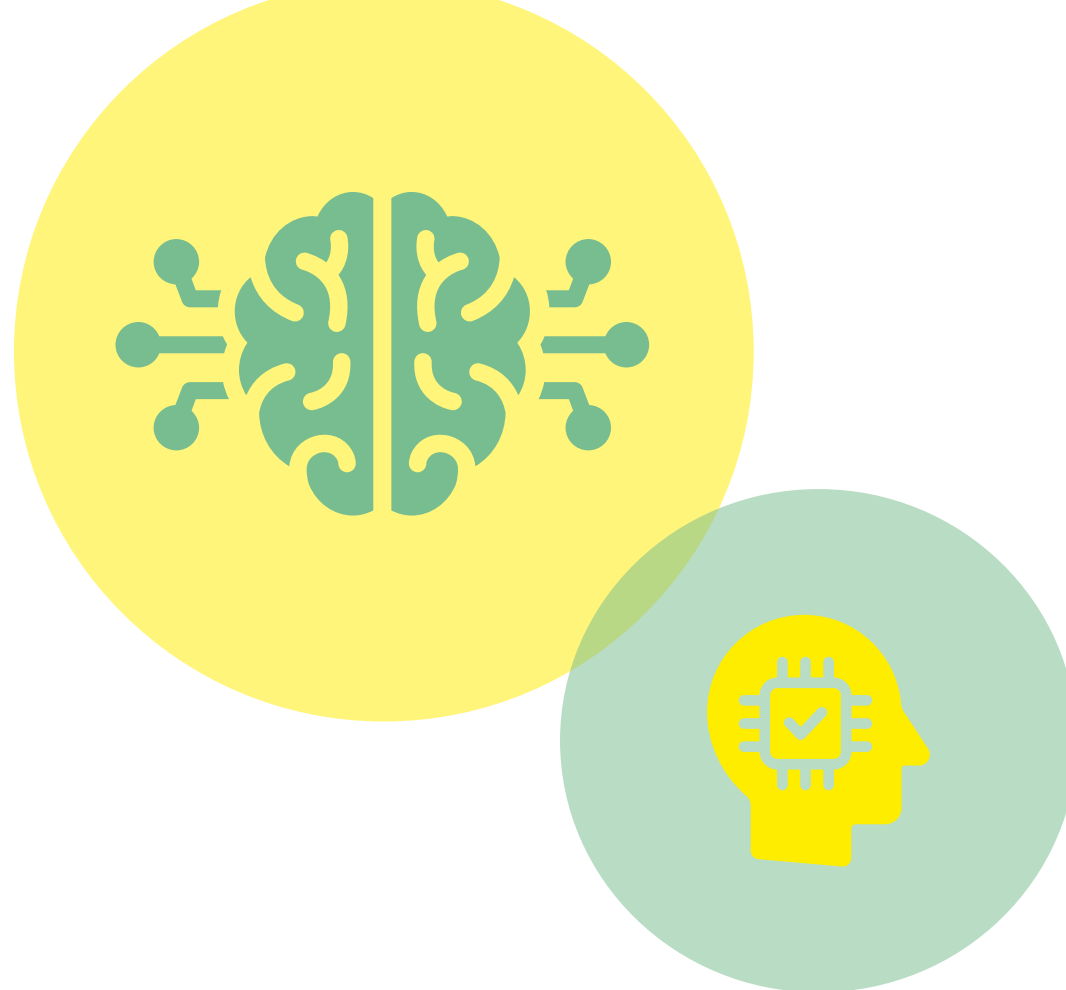
5.5. Unternehmensethik –
Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

Stark beeinflusst werden die Unternehmenswerte und Führungsleitlinien durch das Thema „**Künstliche Intelligenz**“. Die Rechtsabteilung hat, in enger Abstimmung mit der Holding-Geschäftsführung und den Führungskräften aller Standorte, eine KI-Leitlinie ausgearbeitet, die für die gesamte Gruppe den rechtskonformen Einsatz von KI im Unternehmen regelt. Diese KI-Leitlinie gibt konkrete Hinweise zur Berücksichtigung des Datenschutzes und des Urheberrechts sowie zum Umgang mit Geschäftsgeheimnissen bei der Nutzung Künstlicher Intelligenz. Diese Leitlinie setzt also einen Rahmen, der Innovationen nicht verhindern soll, aber ein rechtliches Gerüst für deren Einsatz vorgibt.

Sie stellt dar, wie die Rheinische Post Mediengruppe die Zukunft mit KI gestalten will. Dabei ist wichtig: **KI wirkt unterstützend, sie soll menschliche Fähigkeiten erweitern und ergänzen, sie aber nicht einschränken oder ersetzen.** Damit steigt jedoch die „digitale Verantwortung“ für jeden Einzelnen im Unternehmen. Denn die Mediengruppe muss gegenüber Mitarbeitenden, Kunden und sonstigen Geschäftspartnern Sorge dafür tragen, dass KI sowohl rechtskonform als auch auf ethische Weise genutzt wird.

Neben den Unternehmenswerten und Führungsleitlinien, die ein wichtiges Fundament für die weitere positive Entwicklung der RPM sind, gibt der „[Code of Conduct](#)“ als Leitfaden grundsätzliche Regeln vor, wie sich Mitarbeitende im geschäftlichen Alltag verhalten sollen. Die Unternehmensrichtlinien konkretisieren die Inhalte des Code of Conduct und geben zusätzliche interne Regeln für weitere Bereiche.



5.5. Schutz von Hinweisgebern

Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

5.1. Wesentliche Governance-Themen für die RPM

5.2. Überparteiliche Berichterstattung und journalistische Integrität

5.3. Künstliche Intelligenz

5.4. Unternehmenskultur

5.5. Unternehmensethik –

Schutz von
Hinweisgebern

Impressum

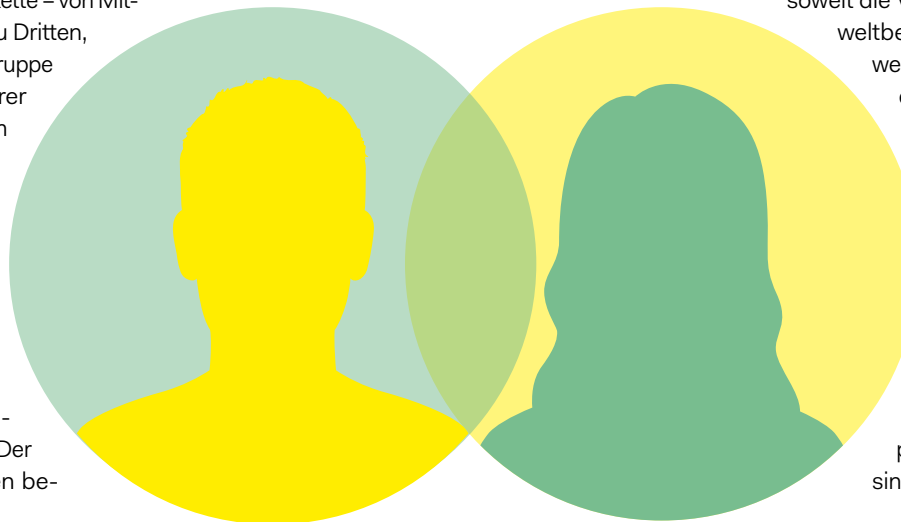
Hinweise auf mögliches Fehlverhalten können über unterschiedliche Meldewege und auch anonym eingehen. Beschäftigte, aber auch Dritte, können sich an die sogenannte Compliance-Ombudsperson wenden, die für die gesamte Mediengruppe zuständig ist. Zugleich steht den Beschäftigten das **Hinweisgebersystem** www.safewhistle.info zur Verfügung, um Meldungen abzugeben. Ferner sind direkte Hinweise an Vorgesetzte möglich. Die Rheinische Post Mediengruppe bietet somit eine Kombination aus einem eigenen und einem externen Beschwerdeverfahren an. Innerhalb der Rheinische Post Mediengruppe können sich alle Mitarbeitenden mit Beschwerden an den Betriebsrat, an den Bereich Personal, Vorgesetzte und an die Rechtsabteilung wenden. Neben diesem internen Verfahren nutzt die Mediengruppe das externe, nach ISO 27001 zertifizierte, Hinweisgebersystem www.safewhistle.info, das eine wichtige Rolle für die Identifizierung von Risiken und Verstößen gegen das geltende Recht sowie Verstöße in der Lieferkette spielt. Es ist für alle Betroffenen in der Lieferkette – von Mitarbeitenden über Zulieferer bis hin zu Dritten, die sich durch Aktivitäten der Mediengruppe oder die Aktivitäten unserer Zulieferer beeinträchtigt fühlen – zugänglich. Im Berichtsjahr 2025 gab es keine Meldungen an die Ombudsstelle.

Hinweise können anonym und vertraulich abgegeben werden. Jegliche Zugangsschwelle ist niedrig gesetzt, um die Abgabe von Hinweisen so einfach wie möglich zu gestalten. Die Handhabung von Hinweisen erfolgt vertraulich und zügig. Der mit der Bearbeitung von Hinweisen be-

fasste externe Ombudsmann unterliegt im Rahmen des Beschwerdemanagements keinen Weisungen; seine Neutralität ist gewahrt, als Rechtsanwalt ist der Compliance-Ombudsmann Berufsheimnisträger und darf eine ihm bekannte Identität einer hinweisgebenden Person nicht weitergeben. Jede Beschwerde löst einen Bewertungs- und Maßnahmenprozess aus, an dessen Ende die Beendigung des berichteten Verstoßes oder die Minimierung eines erkannten Risikos steht. Der Compliance-Ombudsmann kann auf verschiedene Arten kontaktiert werden: per Telefon, E-Mail, Post, über das Hinweisgeberportal www.safewhistle.info sowie über die Messenger-Dienste Signal und Threema. Der Compliance-Ombudsmann steht daneben für persönliche Treffen mit einer hinweisgebenden Person zur Verfügung, auf Wunsch auch im Wege einer Bild-Ton-Übertragung (z. B. per Microsoft Teams). Die Verfahrensordnung und die Vorstellung des Compliance-Ombudsmannes sind in deutscher und englischer Sprache auf der

Homepage der Mediengruppe hinterlegt. Daneben ist das Hinweisgeberportal www.safewhistle.info selbst multilingual (Sprachen sind Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Niederländisch), wobei weitere Sprachen schrittweise hinzukommen werden, ebenso wie die Möglichkeit, auch verschlüsselte Sprachnachrichten zu versenden, was beispielsweise von Analphabeten genutzt werden kann. Hinweisgebende Personen haben zudem die Möglichkeit, vom Compliance-Ombudsmann zu verlangen, dass zu einem persönlichen Treffen ein besonders zur Verschwiegenheit verpflichteter Übersetzer hinzugezogen wird, der aus der und in die Landessprache der hinweisgebenden Person übersetzt. Die Informationen, die der Compliance-Ombudsmann an die Rheinische Post Mediengruppe weitergibt, werden dort ebenfalls vertraulich behandelt und geschützt. Die Personen, die bei der Rheinische Post Mediengruppe für die Bearbeitung der Hinweise zuständig sind, sind von Gesetzes wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet, soweit die Verletzung menschenrechts- und umweltbezogener Pflichten gemeldet wird. Sie werden auch vertraglich dazu verpflichtet, eingehende Hinweise und insbesondere die Identität einer hinweisgebenden Person vertraulich zu behandeln.

Hinweise auf mögliches Fehlverhalten geben der RPM die Möglichkeit, Prozesse, Geschäftspraktiken und -beziehungen, o.ä. zu durchleuchten, Verstöße zu beenden und Risiken zukünftig zu minimieren. Eine Verbesserung der RPM-Geschäftspraktiken und der Wertschöpfungskette sind das Ergebnis.



Vorwort

Inhalt

01

Allgemeine Informationen

02

CO₂-Fußabdruck

03

Umwelt

04

Soziales

05

Governance

Impressum

Impressum

Herausgeber

Rheinische Post Mediengruppe GmbH
Zülpicher Straße 10, 40549 Düsseldorf
www.rheinischepostmediengruppe.de

Sitz Düsseldorf, Amtsgericht Düsseldorf HRB 31858
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Krischan von Moeller
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 171 396 190

Geschäftsführung:

Johannes Werle (Vorsitzender), Hans Peter Bork

Inhaltlich verantwortlich:

Feliça Eisenbeis (Leitung Unternehmenskommunikation & Nachhaltigkeit)
felica.eisenbeis@rheinische-post.de

Konzeption und Gestaltung:

Linda Laux (Referentin Unternehmenskommunikation & Nachhaltigkeit)
linda.laux@rheinische-post.de

Grafiken/Fotos:

iStock

Erscheinungsdatum:

Juli 2026