



DuMont

Zukunft

Werte, die bleiben.
Wandel, der stärkt.



Nachhaltigkeitsbericht

2024

Mehr Informationen unter
[dumont.de](https://www.dumont.de)

	Vorwort	5
01	Über uns	
	Über diesen Bericht	8
	Über DuMont und aktuelle Entwicklungen	10
	Nachhaltigkeitsorganisation und Governance	13
	Wesentlichkeit und Nachhaltigkeitsstrategie	16
02	Environment	
	Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Environment	22
	Unsere Klimastrategie	24
	Unser CO ₂ -Fußabdruck	27
	Klimaschutzprojekte	35
	Weitere freiwillige Themen im Bereich Environment	37
03	Social	
	Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
	Unsere Social-Strategie	42
	Vielfalt und Gleichstellung	45
	Lebenslanges Lernen	48
	Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
	Gesellschaftliches Engagement	53
	Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
	Im Gespräch	56
04	Governance	
	Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
	Unsere Governance-Strategie	64
	Unternehmenskultur	66
	Unser Code of Conduct	69
	Compliance	70
	Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
	Zertifizierungen	75
05	Appendix	
	Kennzahlentabellen	77
	Glossar	81
	ESRS-Index	82
	Impressum	86

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit sind untrennbar miteinander verbunden – daher fühlen wir als Familienunternehmen uns mit Blick auf die nächste Generation auch in besonderer Weise verpflichtet, gleichzeitig nachhaltig und erfolgreich zu wirtschaften.

DuMont hat es als eines der wenigen Unternehmen im Bereich Medien und Technologie im vergangenen Jahr erneut geschafft, in einem strukturell wie konjunkturell herausfordernden Umfeld zu wachsen – im Umsatz wie im Ergebnis. Unsere wertebasierte Portfoliostrategie mit den drei Geschäftsfeldern Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology hat sich wiederholt bewährt. DuMont agiert international erfolgreich in elf Ländern, ist resilient, anpassungs- und zukunftsfähig aufgestellt. Wir – die Gesellschafterfamilien und das Group Management Board – sind uns bewusst: Die starke wirtschaftliche Performance wird getragen vom leidenschaftlichen Engagement und dem verantwortungsvollen Handeln der rund 1.900 Kolleginnen und Kollegen im Unternehmen.

Die vor fünf Jahren gestartete Nachhaltigkeitsstrategie von DuMont wird mit einer Vielzahl von Maßnahmen in den Bereichen Environment, Social und Governance gruppenweit und mit großem Einsatz kontinuierlich weiterentwickelt. Ein Thema liegt uns dabei besonders am Herzen: unser Weg zur AI Company. Wir verstehen AI als Co-Piloten für uns und damit als Innovations- und Qualitätstreiber unserer vielfältigen Angebote und Geschäftsmodelle – auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Alle Unternehmen von DuMont nutzen die Potenziale von AI erfolgreich in ihren Produkten und Prozessen. Da die Bedeutung von AI für unsere Arbeitsweise, Effizienz und Produkte in den nächsten Jahren noch deutlich zunehmen wird, ist der Weg zur AI Company die wichtigste strategische Initiative, um DuMont zukunftsfähig zu halten. Dabei achten wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie darauf, möglichst Green-AI-Ansätze zu verfolgen, um diese energieintensiven Technologien ressourcenschonend einzusetzen.

Aber AI fordert auch die Menschen. Deshalb ist es uns besonders wichtig, unsere Mitarbeitenden in umfassenden Programmen zu den für DuMont zentralen Themen weiterzubilden: von der Talent Community bis zur AI Academy. Wir verstehen kontinuierliche Talent- und Führungskräfteentwicklung als Grundpfeiler der strategischen Ausrichtung unseres Unternehmens: Wachstum in Zukunftsfeldern braucht die Entwicklung von Zukunftskompetenzen. Im Berichtszeitraum stehen vier besonders im Fokus: AI/Technologie, agile Führung, Entrepreneurship und Förderung von Vielfalt. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur kontinuierlichen, iterativen Weiterentwicklung unserer wertebasierten Führungskultur, die Innovation, Offenheit für Veränderung und lebenslanges Lernen fördert. Die positive Resonanz und das hohe Engagement der Teilnehmenden sind für uns Ermutigung und Ansporn zugleich.

So dient der Nachhaltigkeitsbericht 2024 nicht nur der Darstellung unserer Aktivitäten im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie (ESG), sondern zeigt auch, was unser Fundament ist: die Menschen bei DuMont. Ihre Fähigkeiten in Verbindung mit einer wirtschaftlichen und nachhaltigen Unternehmensführung bilden die Grundlage für die Fortführung der über 400-jährigen Erfolgsgeschichte von DuMont.

**Isabella Neven DuMont / Robin Neven DuMont
Christian DuMont Schütte / Hannibal DuMont Schütte
Dr. Christoph Bauer / Oliver Eckert / Stefan Hütwohl**



(v.l.n.r.) Isabella Neven DuMont / Hannibal DuMont Schütte / Robin Neven DuMont / Christian DuMont Schütte



(v.l.n.r.) Dr. Christoph Bauer / Stefan Hütwohl / Oliver Eckert

01 _ Über uns

Über diesen Bericht	8
Über DuMont und aktuelle Entwicklungen	10
Nachhaltigkeitsorganisation und Governance	13
Wesentlichkeit und Nachhaltigkeitsstrategie	16

01

Über uns



Über diesen Bericht

Unser Ziel

Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur ein Schlagwort, sondern das zentrale Leitprinzip unseres Handelns. Die drei Säulen Environment, Social und Governance bilden den Rahmen, um ökologische Verantwortung, soziale Gerechtigkeit und verantwortungsvolle Unternehmensführung in Einklang zu bringen. Umwelt- und sozialverträglich zu wirtschaften, ist für uns als Gruppe von Unternehmen die Grundlage unserer Zukunftsfähigkeit.

Der Erfolg von DuMont beruht auf der Summe aller Fähigkeiten unserer Mitarbeiter:innen. Wir sind überzeugt: Vielfältige Fähigkeiten sind der Schlüssel zum Erfolg in einem dynamischen Umfeld. So gestalten wir einen Wandel, der unser Unternehmen und alle mit uns verbundenen Akteur:innen stärkt.

Die freiwillige Berichterstattung zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie bietet uns die Chance, Kund:innen, Geschäftspartner:innen sowie Banken zielgerichtet zu informieren und für alle Stakeholder:innen Transparenz zu schaffen. Mit diesem Bericht stellen wir unsere Nachhaltigkeitsansätze, Ziele, Leistungen, Maßnahmen, Erfolge und Herausforderungen nachvollziehbar dar. Unser Nachhaltigkeitsbericht soll für alle Interessierten eine verlässliche Informationsquelle sein – damit das facettenreiche Thema Nachhaltigkeit in seiner Dynamik und wirtschaftlichen Bedeutung greifbar wird.

Aufbau des Berichts

Als Medien- und Technologieunternehmen berichten wir über die Themen, die für unser Geschäft wichtig sind. Wir orientieren uns an den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und strukturieren den Bericht entsprechend. Damit bereitet sich DuMont auf die verpflichtende Berichterstattung nach CSRD vor und baut Inhalte sowie Datenpunkte kontinuierlich aus.

Die „Allgemeinen Informationen“ (ESRS 2) haben wir im Kapitel „Über uns“ gebündelt. Hier geben wir Einblick in unsere Gruppe von Unternehmen und benennen aktuelle Schwerpunkte.

Ausgehend von unserer aktuellen Wesentlichkeitsanalyse und Nachhaltigkeitsstrategie bereiten wir die zentralen Informationen in den Kapiteln Environment, Social und Governance auf. Sie entsprechen den ESRS-Komplexen „Umweltinformationen“ (ESRS E1 bis E5), „Soziale Informationen“ (ESRS S1 bis S4) und „Governance-Informationen“ (ESRS G1). Darin beschreiben wir jeweils unseren Ansatz, unsere Ziele, Maßnahmen und Metriken der Gruppe von Unternehmen beziehungsweise der einzelnen Gesellschaften.

Im Appendix veröffentlichen wir die Vorgaben der Themenstandards im ESRS-Index zusammengefasst.

Berichtsparameter

BERICHTSZEITRAUM

Datenbasis ist das Geschäftsjahr 2024 (1. Januar – 31. Dezember 2024).

VERANTWORTLICH

Group Management Board von DuMont

ANSPRECHPARTNER

Stefan Hütwohl, DuMont

BERICHTSSTANDARD

Orientierung an den ESRS der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Wir legen alle erforderlichen Informationen nach den ESRS-Anforderungen vollständig offen. In besonderen Einzelfällen behalten wir uns vor, auf die Offenlegung bestimmter Informationen zu verzichten, sofern wir diese als sensibel einstufen – insbesondere, wenn es sich um geschütztes geistiges Eigentum, unternehmensspezifisches Know-how oder strategisch relevante Informationen handelt, deren Veröffentlichung dem Unternehmen zum Nachteil gereichen würde.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis entspricht dem der finanziellen Berichterstattung, wie im handelsrechtlichen Jahresabschluss der Gruppe 2024 zugrunde gelegt.

Folgende Details und Änderungen zum Vorjahr sind zu nennen:

- Der Gruppenabschluss 2024 umfasst neben der Muttergesellschaft unverändert 51 Tochtergesellschaften, drei Gemeinschaftsunternehmen sowie drei assoziierte Unternehmen.
- Wir haben 33 verbundene Gesellschaften (Vorjahr: 38) und 14 assoziierte Unternehmen wegen untergeordneter Bedeutung nicht konsolidiert.

- Im Laufe des Jahres 2024 haben wir einzelne nicht wesentliche Gesellschaften in den Konsolidierungskreis aufgenommen beziehungsweise auf andere Gruppengesellschaften verschmolzen. Dies hatte keinen Einfluss auf die ESG-Initiative und unsere Kennzahlen.
- Bei der Gegenüberstellung der Jahre 2024 und 2023 ist für die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks zu berücksichtigen: Wir druckten den Kölner Stadt-Anzeiger, die Kölnische Rundschau und den EXPRESS 2023 bis September in der hauseigenen Druckerei; ab Oktober 2023 übernahm dies ein externer Dienstleister. Diese operative Änderung beeinträchtigt nicht die Vergleichbarkeit der gesamten Klimabilanz, jedoch ihre Zusammensetzung. Die deutlich reduzierten Emissionen für den Zeitungsdruck finden sich ab 2024 vollständig in Scope 3 wieder.
- Dieser Nachhaltigkeitsbericht berücksichtigt neben den geschäftlichen Aktivitäten des Unternehmens auch wesentliche Aspekte der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette gemäß dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz. Wir erfassen, soweit wesentlich, Umweltauswirkungen und soziale Risiken bei der Beschaffung erforderlicher Ressourcen wie digitale Infrastruktur, Cloud-Dienste und Produktionsmittel (unter anderem Geräte, Lizenzen, IT-Systeme).
- Darüber hinaus prüfen wir in maßgeblichem Umfang menschenrechtliche und ökologische Risiken bei unseren Dienstleistern und relevanten Zulieferern. Folgerichtig betrachten wir unter anderem Auswirkungen im Zusammenhang mit der Nutzung unserer digitalen Produkte und Plattformen, beispielsweise in Bezug auf Barrierefreiheit, Datenschutz, digitale Teilhabe, sowie potenzielle Auswirkungen auf das Nutzerverhalten und die Medienkompetenz. Aufgrund bestehender methodischer und datenbezogener Grenzen erfolgt die Erfassung der Wertschöpfungskette aktuell in ausgewählten prioritären Bereichen, die aus der Wesentlichkeitsanalyse hervorgegangen sind.

Über DuMont und aktuelle Entwicklungen

Die DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG – nachfolgend „DuMont“ oder „Gruppe von Unternehmen“ – hat sich mit drei strategischen Geschäftsfeldern als digitales Medien- und Technologieunternehmen etabliert: **Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology.**

DuMont beschäftigt über 1.900 Mitarbeiter:innen in elf Ländern. Als Gruppe von Unternehmen mit einer Vielzahl operativer Gesellschaften sind wir eines der führenden deutschen Medien- und Technologieunternehmen. Aus der Tradition des Familienunternehmens mit über 400-jähriger Geschichte steht der Name DuMont zudem für den erfolgreichen Buchverlag mit den Programmbereichen Literatur, Sachbuch und illustriertes Sachbuch.

Unsere Kraft liegt in der großen unternehmerischen Freiheit der einzelnen Unternehmen, die sich unter der Marke DuMont innerhalb verbindlicher strategischer Leitlinien bewegen.

Wir haben ein gemeinsames gruppenübergreifendes Verständnis für drei Schlüsselbereiche unserer Unternehmensentwicklung definiert:

- 01 | ESG**
Environmental, Social, Governance/Nachhaltigkeit
- 02 | Talent Community**
Personalentwicklung
- 03 | AI-Circle**
Künstliche Intelligenz

Unsere gemeinsame Mission: Zukunftsfähig bleiben

Als Medien- und Technologieunternehmen stellt DuMont bei allen Leistungen die Menschen in den Mittelpunkt. Ihre individuellen Kommunikationsbedürfnisse und -gewohnheiten, gesellschaftliche Entwicklungen und sich verändernde Kontexte fordern einen innovativen und verantwortungsvollen Umgang mit Inhalten, Daten und Technologien.

Auf dem Weg zur AI Company begreift DuMont diese Herausforderungen als Chance, zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln und mit langfristiger Perspektive zu verbinden: Mit den Menschen im Mittelpunkt sind wir bereit, kontinuierlich zu lernen. Diese Lernfähigkeit und die Fähigkeit, unser Handeln in einem kontinuierlichen Prozess zu überdenken, machen DuMont resilient gegenüber sich verändernden Bedingungen und ständigem Wandel. So stärken und bewahren wir unsere Gestaltungsfähigkeit.

Der Erfolg von DuMont – und damit die Leistungsfähigkeit der Gruppe – beruht auf der Summe aller Fähigkeiten, die wir aktiv fördern und entwickeln: bei den Menschen in unseren Unternehmen und in unserem unternehmerischen Handeln.

DuMont in Zahlen

Geschäftsbereiche:

3

und der DuMont Buchverlag

Umsatz 2024:

451,2

Mio. Euro

Mitarbeiter:innen:

1.918

(ohne Zusteller:innen)

Präsenz:

in 11

Ländern

CO₂-Fußabdruck 2024:

23.961

Tonnen CO₂e (-29% zum Vorjahr)

Anteil Emissionen in der Lieferkette:

93,6%

(Scope 3)

Anteil weiblicher Mitarbeitender:

47%

Anteil männlicher Mitarbeitender:

53%

Unsere strategischen Geschäftsfelder

Die drei Geschäftsfelder Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology mit ihren Tochtergesellschaften agieren als individuelle Unternehmen unter dem Dach von DuMont und sind durch gemeinsame Werte verbunden.

Die vier Geschäftseinheiten – Kölner Stadt-Anzeiger (KStA) Medien im Bereich Regionalmedien, Bundesanzeiger Verlag und QUINFOS innerhalb der Business Information sowie Entirely (ehemals UNITED) im Bereich Marketing Technology – führen eigenständige Geschäftsleitungen unternehmerisch. Darüber hinaus führt die Gruppe im Bereich der sonstigen Beteiligungen die Geschäfte des DuMont Buchverlages.

GESCHÄFTSFELD REGIONALMEDIEN

Unter der Dachmarke **Kölner Stadt-Anzeiger (KStA) Medien** stehen Produkte mit publizistischer Qualität und lokalem Zuschnitt im Mittelpunkt: Regionalität, Aktualität und Authentizität prägen den Erfolg der Marken **Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau** und **EXPRESS**. Auflagenstarke Tageszeitungen und reichweitenstarke News-Portale überzeugen Leser:innen mit journalistischer und lokaler Relevanz. Unsere regionalen Anzeigenblätter und Radiosender begleiten viele Menschen täglich als erste Informations- und Unterhaltungsquelle.

GESCHÄFTSFELD BUSINESS INFORMATION

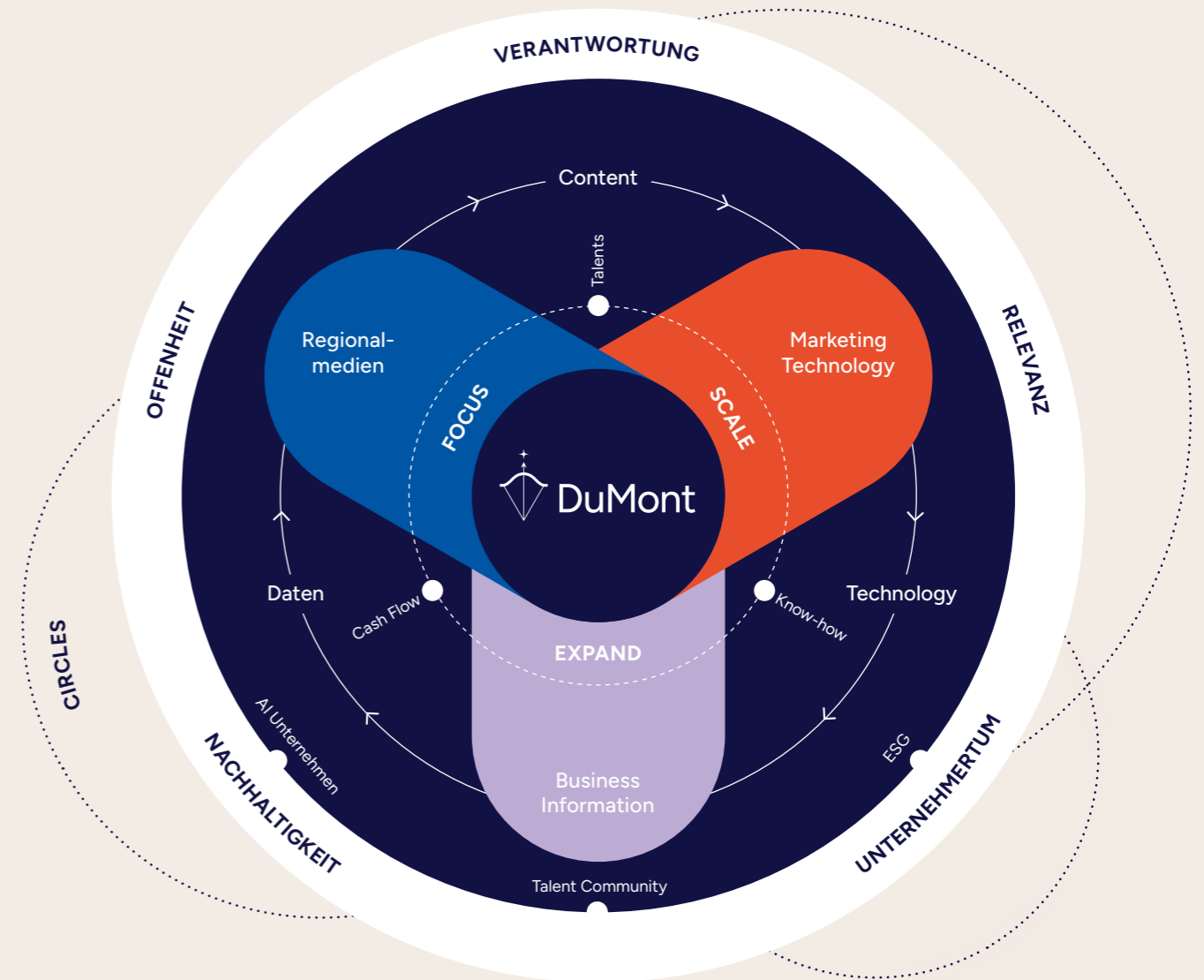
In diesem Geschäftsfeld fassen wir die regulatorisch orientierten Aktivitäten des **Bundesanzeiger Verlags** sowie die privatwirtschaftlich ausgerichteten Geschäftsmodelle von **QUINFOS** zusammen. Der **Bundesanzeiger** bietet professionelle Publikationen und Informationen mit rechtlicher Relevanz,

deren Erstellung und Veröffentlichung auf den Prinzipien Transparenz, Präzision und Vertrauen beruhen. Der Verlag agiert als Partner für Unternehmen, Organisationen und Institutionen, die gesetzlich vorgeschriebene Veröffentlichungen durchführen müssen. **QUINFOS** bündelt vielfältige Fachinformationsangebote und datenbasierte Services, die die Markttransparenz fördern und rechtssicheres Handeln ermöglichen. Für Unternehmen und Institutionen fungiert **QUINFOS** als Navigator bei wachsenden regulatorischen Anforderungen und bietet kompetenten Datenservice für Entscheidungen in Echtzeit. Kernmarken im **QUINFOS**-Portfolio sind **Reguvis** für praxisnahe Fachmedien (insbesondere im Bereich Außenwirtschaft und Vergabe), **DTAD** mit einer SaaS-Plattform für Bau- und Ausschreibungsinformationen, **Eticor** als Partner für den Aufbau digitaler SaaS-Compliance-Lösungen sowie **Validatis** für B2B-Datenservices, unter anderem im Bereich Know-your-Customer und Unternehmensdaten.

GESCHÄFTSFELD MARKETING TECHNOLOGY

Im Geschäftsfeld Marketing Technology findet unter der Marke **Entirely** (ehemals UNITED Marketing Technologies) die Entwicklung eines neuen MarTech-Ecosystems statt. Mit mehr als 400 Mitarbeiter:innen an zehn Standorten weltweit betreut **Entirely** rund 2.800 Unternehmen aus elf Ländern und ermöglicht seinen Kund:innen mit aktuellen SaaS-Lösungen „Tailored Marketing at Scale“ – eine effiziente Kommunikation zwischen Menschen und Marken. Durch die systematische Automatisierung von Planung und Budgetierung, Asset Management und Kund:inneninteraktion steigern wir die Wirksamkeit der Vertriebs- und Marketingaktivitäten nachhaltig, zusätzlich gestützt von datengesteuerten sowie AI-basierten Algorithmen. Die angebotenen Services sind flexibel als Einzellösungen, in Kombination mit anderen Lösungen von **Entirely** oder zukünftig als Open Ecosystem einsetzbar.

Nachhaltigkeitsorganisation und Governance



Die DuMont-Portfolio-Strategie

Strategische Initiativen

Das Group Management Board forciert drei strategische Initiativen, die für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von DuMont besonders wichtig sind:

- **ESG-Initiative** als Fundament verantwortungsvollen Handelns
- **Talent Community** als gruppenweite Lern- und Entwicklungsplattform mit Schwerpunkt auf agiler Führung, AI-Kompetenz, Unternehmertum und Diversität
- **Entwicklung zur AI Company** mit Schwerpunkt auf konkreten Use Cases zur Produktinnovation und Automatisierung

ESG-INITIATIVE

DuMont versteht sich als Familienunternehmen mit ganzheitlichem Verantwortungsverständnis, das ökonomische, ökologische und soziale Aspekte konsequent in seine Geschäftstätigkeit integriert. Die Ende 2021 gestartete Nachhaltigkeitsinitiative mit gruppenweit abgestimmter ESG-Strategie vereint verbindliche gruppenweite Standards mit dezentralen Umsetzungsmöglichkeiten. Neben zahlreichen Social-Maßnahmen in den Bereichen Vielfalt, lebenslanges Lernen und Gesundheit verfolgt DuMont das Ziel, einheitliche Governance-Prinzipien einzuhalten und den CO₂-Fußabdruck bis 2040 um 90% im Vergleich zur Basis 2022 zu reduzieren. Nicht vermeidbare Emissionen kompensieren wir übergangsweise durch anerkannte Klimaschutzmaßnahmen.

TALENT COMMUNITY

Die Talent Community als Plattform fördert eine offene und lebendige Lernkultur. Das Programm unterstützt Community-Mitglieder gezielt in vier Entwicklungsfeldern: Agile Leadership, AI-Kompetenz, Unternehmertum und Growth-Mindset sowie Diversität und Inklusion. Ziel ist es, Innovation, Eigenverantwortung und unternehmerisches

Handeln zu stärken. DuMonts Engagement für lebenslanges Lernen und Exzellenz basiert auf dem Prinzip des „Förderns und Forderns“ und kombiniert moderne Blended-Learning-Formate mit persönlichem Austausch, internem Wissenstransfer und externen Impulsen.

ENTWICKLUNG ZUR AI COMPANY

Der Weg zur AI Company zielt auf beschleunigtes Wachstum durch AI-getriebene Produkt- und Prozessinnovationen. Im Mittelpunkt stehen konkrete Use Cases, die durch höhere Kund:innen-zufriedenheit neue Wachstumsimpulse schaffen. Gleichzeitig steigert der Einsatz von AI den Automatisierungsgrad und verbessert sowohl die Qualität des Outputs als auch die Produktivität und Ressourceneffizienz. DuMont legt großen Wert auf die Befähigung von Führungskräften und Mitarbeiter:innen durch gezielte Trainings und den Zugang zu praxisnahen AI-Tools. Das Nachhaltigkeitsmanagement ist für DuMont eine herausfordernde Querschnittsaufgabe, die den Aufbau und die Weiterentwicklung interner Strukturen, Prozesse und Systeme erfordert. Sowohl gruppenübergreifend als auch in den einzelnen Geschäftsbereichen haben wir zahlreiche Maßnahmen ergriffen und Verantwortlichkeiten definiert.

Aufgaben der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane

DuMont bündelt alle Aktivitäten unter der Führung des dreiköpfigen Group Management Board mit dem fünfköpfigen Aufsichtsrat als Kontrollgremium. Die nach Markterfordernissen aufgestellten Geschäftsfelder führen eigene Geschäftsleitungen in ausgeprägter Autonomie und mit unternehmerischem Ansatz.

Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten

An der Spitze der Nachhaltigkeitsorganisation steht als Vertreter des Group Management Board Stefan Hütwohl (CFO). Gemeinsam mit je einem:einer verantwortlichen Beauftragten für die Bereiche Environment, Social und Governance setzen wir Ziele, legen Maßnahmen fest und treiben die Umsetzung voran.

In den einzelnen Tochtergesellschaften sind die Geschäftsleitungen für die Umsetzung der ESG-Maßnahmen verantwortlich. ESG-Koordinator:innen unterstützen diese Arbeit und sorgen für eine Orchestrierung der involvierten Fachabteilungen.

Die ESG-Circles kommen üblicherweise im sechswöchigen Turnus zusammen. Schwerpunkte im Berichtsjahr waren unter anderem der Fortgang der CO₂-Fußabdruck-Erfassung und der Lieferketten-Compliance, Besonderheiten der CSRD/EU-Taxonomie, die Einführung einer Software zur Prozessunterstützung im Nachhaltigkeitsmanagement sowie das Tracking der ESG-Maßnahmen.

Ergänzend zum übergeordneten ESG-Circle gibt es fachspezifische Teams, die sich detailliert mit den Anforderungen einzelner Workstreams auseinandersetzen.

Risikomanagement

DuMont versteht das Risikomanagement als kontinuierlichen Prozess, der in die betrieblichen Abläufe integriert ist. Alle Risiken unterliegen einer Steuerungspflicht und wir begrenzen sie durch operative Maßnahmen in ihrer Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit.

Zur Überprüfung des Fortschritts haben wir ein quartalsweises Tracking für die drei ESG-Bereiche etabliert. Die Verantwortlichkeit für die Zusammenführung liegt im Gruppencontrolling.

Integration nachhaltigkeitsbezogener Leistungen in Anreizsysteme

Zur Verankerung nachhaltiger Unternehmensführung haben wir 2023 die finanziellen Anreizsysteme für Führungskräfte um ESG-Aspekte erweitert. So wurden die drei Finanzgruppenziele (EBITDA, EBIT, Jahresüberschuss) um ein Einsparziel bei den CO₂-Emissionen ergänzt.

Anwendung der EU-Taxonomie

Für DuMont gilt zusätzlich zur CSRD-Berichtspflicht auch eine zeitlich gestaffelte Offenlegungspflicht nach der EU-Taxonomie. DuMont hat bereits 2023 die taxonomiefähigen Tätigkeiten für die sechs Umweltziele der EU identifiziert und entwickelt diese systemgestützt stetig weiter.

Prozess der Information und Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen

DuMont verankert ESG-Themen konsequent in den Entscheidungsprozessen. Sowohl das Group Management Board als auch der Aufsichtsrat werden regelmäßig über Fortschritte, Maßnahmen und Ergebnisse im Bereich Nachhaltigkeit informiert. Die Erreichung ambitionierter Klimaziele fließt direkt in die erfolgsabhängigen Bonifikationen der Top-Führungskräfte ein und unterstreicht damit den strategischen Stellenwert nachhaltigen Handelns.

Der Aufsichtsrat erhält zusammen mit der Feststellung der Zielerreichungsgrade für die Finanzziele auch detaillierte Informationen zu den CO₂-Fußabdruck-Ergebnissen und überprüft deren Auswirkungen auf die Bonusauszahlungen. Der jährliche Nachhaltigkeitsbericht steht als gebündelte Informationsquelle für die ESG-Entwicklung von DuMont zur Verfügung.

Wesentlichkeit und **Nachhaltigkeitsstrategie**

Für DuMont bedeutet die ESG-Initiative verantwortungsvolles Handeln in unseren Wertschöpfungsketten.

Als Medien- und Technologieunternehmen mit Schwerpunkt auf Inhalten, digitalen Plattformen sowie daten- und softwaregetriebenen Geschäftsmodellen erstreckt sich die Wertschöpfungskette von DuMont über eine Vielzahl vor- und nachgelagerter Stufen.

Mit der Flexibilisierung der Printproduktion und der eingeleiteten Transformation zu einer AI Company haben wir Ende 2023 die Zeitungsdruckaktivitäten auf einen externen Druckdienstleister übertragen. Dies verschob die Wertschöpfung auf vorgelagerte Herstellungsstufen und damit verstärkt in den Scope 3 unseres CO₂-Fußabdrucks. Mit dieser flexibleren Aufstellung bei gleichzeitiger Verbesserung unseres CO₂-Fußabdrucks tragen wir zu einer verstärkten wirtschaftlichen und ökologischen Tragfähigkeit unserer Printprodukte bei.

Vorgelagerte Wertschöpfungskette

Die Grundlage der klassischen Regionalmedienaktivitäten bildet ein umfangreiches, vielfältiges und sorgfältig kuratiertes publizistisches Angebot. Eigene Redaktionen erarbeiten täglich journalistische Beiträge, die renommierte Nachrichtendienstleister:innen, freie Autor:innen sowie programmatische Abläufe ergänzen. Dieser Mix sichert inhaltliche Vielfalt und Qualität und ermöglicht differenzierte Perspektiven auf aktuelle Themen und Kund:innenbedürfnisse. Die Einhaltung hoher redaktioneller Standards und ethischer Grundsätze gewährleistet Transparenz, Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit.

Spezialisierte Dienstleister:innen übernehmen den Druck unserer Printprodukte im Zeitungsgeschäft vollständig. Diese übernehmen auch die Verantwortung für die Materialbeschaffung und sorgen mit energieeffizienten Druckverfahren für einen insgesamt geringeren ökologischen Fußabdruck.

Unsere digitalen und datengetriebenen Aktivitäten basieren auf modernen Technologien und skalierbarer Infrastruktur. Bei der Auswahl unserer Technologiepartner:innen berücksichtigen wir, dass diese unseren Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz genügen und einen nachhaltigen Betrieb fördern.

Nachgelagerte Wertschöpfungskette

Mit einer breit aufgestellten Distributionsstruktur verteilen wir Inhalte, digitale Lösungen und Software-Produkte über vielfältige Kanäle – von Print-Abonnements und digitalen Nachrichtenplattformen über Cloud-basierte Software-Lösungen bis zu mobilen Anwendungen und API-Schnittstellen. Durch die kontinuierliche Transformation zu einem digitalen Unternehmen reduzieren wir den Einsatz natürlicher Ressourcen und verbessern gleichzeitig den Zugang zu hochwertigen Informationen und innovativen digitalen Services.

Unsere Geschäftsmodelle basieren auf vielfältigen und innovativen Monetarisierungsstrategien: von klassischer Werbung und digitalen Anzeigenformaten über Content-Abonnements bis zu Software-as-a-Service (SaaS), Lizenzmodellen und datengetriebenen Geschäftsmodellen. Die Interaktion mit unseren Stakeholder:innen bildet einen zentralen Bestandteil unserer Wertschöpfungskette.

Wir setzen auf kontinuierlichen Dialog und agiles Feedback, um sowohl unsere journalistischen Angebote als auch unsere Software-Produkte stetig zu verbessern. Ob in Form von Veranstaltungen, digitalen Plattformen, Developer Communities oder persönlichen Gesprächsrunden – wir binden unsere Stakeholder:innen aktiv in den Entwicklungsprozess ein, um gemeinsam nachhaltige, nutzer:innenorientierte und sozialverträgliche Lösungen zu erarbeiten.

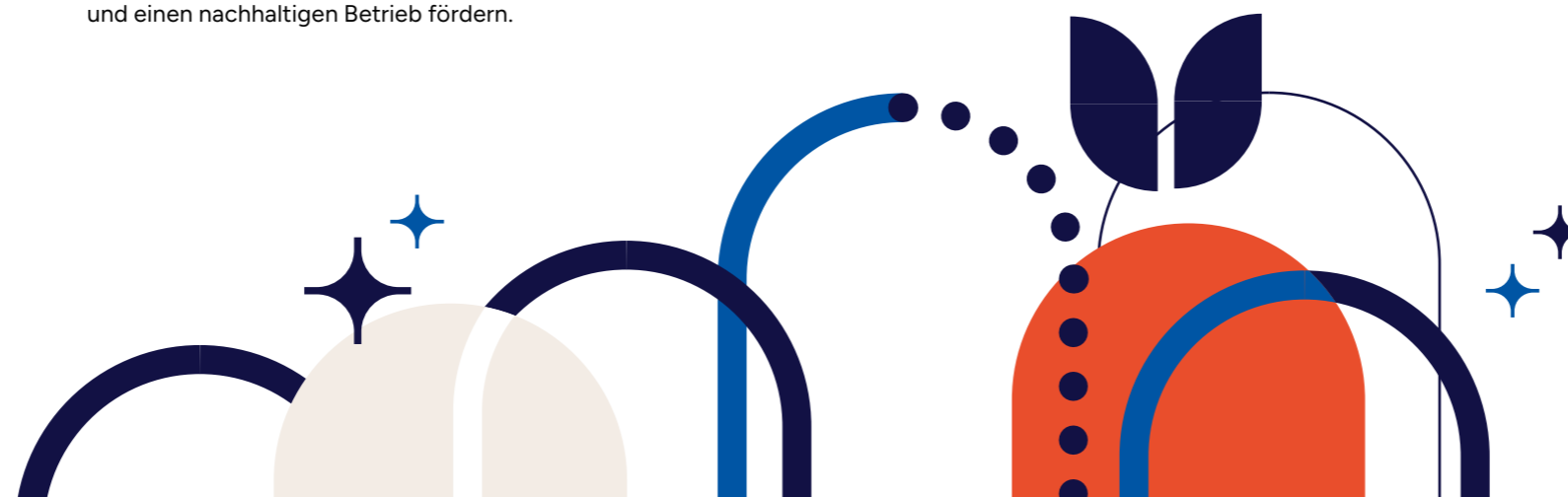
Einbeziehung von Stakeholder:innen

DuMont legt großen Wert auf den Austausch mit Interessenträger:innen, um deren Erwartungen und Anliegen in die Unternehmensstrategie zu integrieren. Zu den Interessengruppen zählen unsere Geschäftskund:innen, Leser:innen, Lieferant:innen, Mitarbeiter:innen sowie gesellschaftliche und regulatorische Akteur:innen.

Das Ziel der Einbeziehung ist es, relevante Impulse für die Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells zu gewinnen und Nachhaltigkeitsaspekte gezielt zu verbessern. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen direkt in unsere Entscheidungen ein und helfen, unsere Position als verantwortungsbewusstes Medien- und Technologieunternehmen zu stärken.

Die Einbeziehung erfolgt durch verschiedene Formate:

- **Geschäftskund:innen**
Austausch über Kooperationsmodelle, Marktanalysen und gemeinsame Innovationsprojekte
- **Leser:innen**
Direkte Interaktion über digitale Plattformen, Kund:innenbefragungen und Community-Engagement
- **Mitarbeiter:innen**
Interne Workshops, Management-Konferenzen, Talent-Community-Meetings, Circle-Treffen und Feedback-Mechanismen
- **Gesellschaftliche und regulatorische Akteur:innen**
Teilnahme an Brancheninitiativen, Nachhaltigkeitskonferenzen und Abstimmung mit regulatorischen Institutionen



Wesentliche Themen bei DuMont

Wir berichten sowohl über die Auswirkungen des eigenen Geschäftsbetriebs auf Mensch und Umwelt (Inside-out-Perspektive/Impact Materiality) als auch über finanzielle Wirkungen und Rückwirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf DuMont (Outside-in-Perspektive/Financial Materiality). Darüber hinaus berichten wir nach dem Berichtsstandard ESRS und orientieren uns an den Ergebnissen der bestehenden Wesentlichkeitsanalyse.

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen strukturieren wir entlang der drei Bereiche Environment, Social und Governance. Im Berichtsjahr haben wir die Datenerhebung weiter präzisiert.

DuMont hat mit einer Aktualisierung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse begonnen und wird diese im Abgleich mit neuen regulatorischen Entwicklungen weiterentwickeln. Ausgehend von den wesentlichen Themen haben wir in den drei Bereichen Environment, Social und Governance strategische Ziele gesetzt, die in den jeweiligen Kapiteln aufgeführt sind.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen

Themenbereich	Oberthemen	Unterthemen
Environment	Klimawandel	Klimawandel und Energie
Social	Eigene Mitarbeitende (Arbeitsbedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> • Sichere Beschäftigung • Arbeitszeiten • Angemessene Entlohnung • Sozialer Dialog • Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben • Gleichstellung der Geschlechter und gleicher Lohn für gleiche Arbeit
	Eigene Mitarbeitende (Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle)	Schulungen und Kompetenzentwicklung
	Verbraucher und Endnutzer	Datenschutz
	Unternehmensspezifisch	Lebenslanges Lernen und Zusammenarbeit der Menschen
Governance	Unternehmenspolitik	Unternehmenskultur



02

Environment

02 _ Environment

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Environment	22
Unsere Klimastrategie	24
Unser CO ₂ -Fußabdruck	27
Klimaschutzprojekte	35
Weitere freiwillige Themen im Bereich Environment	37

„Resilienz ist keine Reaktion. Sie ist unsere aktive Antwort auf die Herausforderungen unserer Zeit. Unsere unternehmerische Stärke liegt darin, Veränderungen zu beobachten, Ursachen des Wandels zu diagnostizieren und immer weiter zu lernen. Diese Anpassungsfähigkeit ermöglicht es uns, stetig innovativ zu sein, den Wandel als Chance zu sehen und ihn zu gestalten. Das zeichnet uns aus. Und es ist eine verlässliche Basis für nachhaltiges Wirtschaften.“

*Dr. Christoph Bauer
CEO DuMont*



Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Environment	22
Unsere Klimastrategie	24
Unser CO ₂ -Fußabdruck	27
Klimaschutzprojekte	35
Weitere freiwillige Themen im Bereich Environment	37

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich **Environment**

Als Familienunternehmen tragen wir eine besondere Verantwortung gegenüber künftigen Generationen. Dem Bereich Environment als erster Säule unserer ESG-Strategie messen wir daher eine wesentliche Rolle bei.

Mit unserer Wesentlichkeitsanalyse setzen wir einen klaren Schwerpunkt auf die Themen Klima und Energie, die die Anforderungen des ESRS-Themas Klimawandel und Klimaanpassung umfassend abdecken. Im Sinne der Transparenz berichten wir zudem über weitere Umweltaspekte aus den ESRS, wie Wasserverbrauch, Wassernutzung und Biodiversität, die wir für DuMont jedoch als nicht wesentlich eingestuft haben.

Wir sind überzeugt: Klimaschutz erfordert konsequentes und kontinuierliches Handeln. Deshalb beschäftigen wir uns seit mehreren Jahren damit, Emissionen in unseren Kernprozessen zu reduzieren. Unsere Dekarbonisierungs-Roadmap umfasst den CO₂-Fußabdruck sämtlicher Gesellschaften der Gruppe von Unternehmen. Zusätzlich berichten wir zum besseren Verständnis über relevante Daten und Aktivitäten einzelner Unternehmen. Die Transformation unseres Portfolios in Richtung digitaler Geschäftsmodelle markiert einen wichtigen Hebel für unsere Klimastrategie auf dem Weg zu einer AI Company.

Engagement für Klimaschutz und andere Umweltaspekte ist für uns nicht verhandelbar – sie sind Teil unseres Selbstverständnisses. Wir sehen uns in der Verantwortung und wollen Veränderungen aktiv gestalten. Eine wirtschaftliche wie ökologische Resilienz im Unternehmensportfolio ist die wesentliche Grundlage für unsere Klimastrategie: Sie hilft uns, flexibel auf neue regulatorische, technologische und marktwirtschaftliche Herausforderungen zu reagieren, gleichzeitig an langfristigen Innovationen zu arbeiten und uns organisatorisch wirksam aufzustellen.

Dies stärkt unsere Fähigkeiten zur Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens durch intensive Vernetzung der Mitarbeiter:innen, aber auch außerhalb der Gruppe mit zielgerichteten Kooperationen auf der Grundlage zukunftsweisender Produkte, wie beispielsweise beim MarTech Open Ecosystem von Entirely.

Uns liegt auch die Resilienz der Einzelnen am Herzen – die Fähigkeit, konstruktiv mit Herausforderungen, Veränderungen und Belastungen umzugehen. Wir unterstützen dies mit einer Vielzahl von Maßnahmen, auf die wir im Kapitel Social näher eingehen.

„Resilienz ist eine Haltung, die uns und unsere Arbeit positiv verändert. Als Coach, Trainerin und berufstätige Mutter weiß ich: Innere Stabilität entsteht nicht in der Komfortzone, sondern durch bewusste Ausrichtung und wirklich gelebte Resilienz. In einer Welt des Wandels und der Komplexität ist Resilienz für Menschen und Unternehmen essenziell. Resilienz ist eine Haltung, die uns unterstützt, selbstwirksam und gestaltungsfähig zu bleiben. Sie zeigt sich in der Verantwortung für die eigene Energie, für sinnvolle Pausen und bewusste Entscheidungen.“

Sowohl im Job als auch als Mutter sehe ich mich als Vorbild für das, was ich vermittele. Raum für Erholung, Fokus und echtes Zuhören sind wichtig. Eine resiliente Unternehmenskultur entsteht dort, wo Menschen sich sicher, wirksam und verbunden fühlen. Unternehmen fördern dies durch psychologische Sicherheit, eine offene Feedbackkultur, reflektierte Führung und Selbstführung, aber auch durch Räume für Achtsamkeit, Austausch und Entwicklung. Der Impuls jedoch muss aus jedem von uns kommen. Wenn Menschen ihre Selbstwirksamkeit spüren, entstehen Energie, Sinn und Engagement. Wer Resilienz fördert, investiert in Zukunftsfähigkeit, Wohlbefinden und ein tragfähiges Miteinander.

Eine erfolgreiche Organisation beginnt mit Menschen, die sich trauen, echt zu sein, die sich wohlfühlen und mit Haltung Unternehmenskultur gestalten wollen. Das macht am Ende den Unterschied.“

Janina Cannas
Expert People, Culture & Coaching, Eticor

Unsere Klimastrategie

Die Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks (Corporate Carbon Footprint) bildet das Fundament unserer Klimastrategie. Sie ermöglicht uns ein tiefgreifendes Verständnis für den Ursprung unserer Treibhausgasemissionen und die systematische Messung unserer Transformationsfortschritte. Auf der Basis des CO₂-Fußabdrucks haben wir Reduktionsziele für alle Scopes definiert und Aktionspläne mit zahlreichen Maßnahmen erarbeitet.

Unsere Klimaziele

→ Bis 2030 reduzieren wir im Vergleich zum Basisjahr 2022:

↘ 40%

Scope-1- und Scope-2-Emissionen

SCOPE-1-EMISSIONEN umfassen alle Emissionen, die entweder direkt vom Unternehmen erzeugt werden oder unter direkter Kontrolle des Unternehmens stehen (wie z. B. Treibstoff für Firmenfahrzeuge).

SCOPE-2-EMISSIONEN sind indirekte Emissionen, die durch den Kauf von Energie entstehen (wie z. B. Strom).

↘ 42%

Scope-3-Emissionen

SCOPE-3-EMISSIONEN stammen von allen Unternehmensaktivitäten, die nicht direkt unter dessen Kontrolle stehen (wie z. B. Pendelverkehr der Mitarbeitenden und Geschäftsreisen sowie Aktivitäten, die entlang der Wertschöpfungskette des Unternehmens stattfinden).

↘ 90%

Bis 2045 streben wir eine Senkung unserer Gesamtemissionen um 90% an.

→ Wir haben die Ziele bis 2030 als Near-term Targets in Anlehnung an die Science Based Targets Initiative (SBTi) formuliert. Die SBTi definiert wissenschaftsbasiert Methoden und Kriterien für effektiven Klimaschutz in Unternehmen. Festgelegte Ziele gemäß SBTi beziehen sich auf die Emissionsmenge, die zu reduzieren ist, um die im Pariser Klimaabkommen festgeschriebene Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5°C zu erfüllen.

Unsere Dekarbonisierungs-Roadmap

Die Reduktion unserer CO₂-Emissionen ist ein zentrales Ziel, das wir mit unserer Dekarbonisierungs-Roadmap konsequent verfolgen.

Diese Roadmap – auch „Übergangsplan Klimaschutz“ genannt – basiert auf der CO₂-Bilanzierung für Scope 1, 2 und 3 sowie den Reduktionszielen nach der SBTi. Bei der Bemessung der Zielgrößen berücksichtigen wir die von der SBTi vorgegebenen prozentualen Abdeckungsquoten

(mindestens 95% für Scope 1 und 2 sowie 67% für Scope 3). Den Weg zur Dekarbonisierung haben wir bereits 2020 mit ersten Erhebungen zu unseren CO₂-Emissionen besprochen. Dadurch konnten wir frühzeitig wirksame Maßnahmen starten und erste Einsparungen erzielen.

Im Berichtsjahr bewertete ClimatePartner unsere Dekarbonisierungs-Roadmap und zeichnete sie erneut mit dem „CP-certified“-Siegel aus. Diese Zertifizierung bestätigt die erfolgreiche Umsetzung folgender fünf Klimaschutzmaßnahmen:

Die fünf Säulen unserer Klimaschutzstrategie

- 1 CO₂-FUSSABDRUCK**
 Full-Scope-Bilanzierung: Der CO₂-Fußabdruck unseres Unternehmens ist die Grundlage für weitere Klimaschutzmaßnahmen, denn er gibt klare Einblicke in die Treibhausgasemissionen.
- 2 REDUKTIONSZIELE**
 Sie sind wesentlicher Bestandteil der Klimastrategie: Sie legen die Bereiche, den Umfang und den Zeitraum für die Emissionsreduktionen fest.
- 3 REDUKTIONSMASSNAHMEN**
 Um die Reduktionsziele zu erreichen, setzen wir konkrete Maßnahmen um. Dazu gehören: 100% Grünstrom | Klimafreundliche Reiserichtlinien | Nutzung von Büroflächen mit verbesserter Klimabilanz | Umstellung des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge | Einrichtung von E-Ladesäulen am Standort Köln
- 4 KLIMASCHUTZPROJEKTE**
 DuMont unterstützt jährlich bis zu fünf zertifizierte Klimaschutzprojekte finanziell, um die verbliebene Restmenge an Emissionen auszugleichen.
- 5 TRANSPARENZ**
 Im Klimaschutz ist es wichtig, Ziele und Erfolge sichtbar zu machen. Mit dem ClimatePartner-Label kommunizieren wir unser Klimaschutzengagement offen und glaubwürdig. DuMont untermauert mit der wiederholten Zertifizierung durch ClimatePartner die Ernsthaftigkeit bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Unser jährlicher Nachhaltigkeitsbericht ist ein wichtiges Instrument der Kommunikation.

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Environment	22
Unsere Klimastrategie	24
Unser CO₂-Fußabdruck	27
Klimaschutzprojekte	35
Weitere freiwillige Themen im Bereich Environment	37

Unser CO₂-Fußabdruck

Seit 2020 berechnen und veröffentlichen wir jährlich den CO₂-Fußabdruck von DuMont.

Er quantifiziert die Gesamtemissionen, die direkt oder indirekt durch unsere Geschäftsaktivitäten entstehen, und garantiert Transparenz über Entstehungsorte und Ausmaß dieser Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette.

2022 legten wir als Basisjahr für unsere Klimastrategie fest. Seitdem erfassen wir alle CO₂-Emissionen. Der CO₂-Fußabdruck weist alle Emissionen als CO₂-Äquivalente (CO₂e) aus, sodass nach der Methodik des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) alle relevanten Treibhausgase berücksichtigt und normiert werden. Für das Basisjahr 2022 belief sich der CO₂-Fußabdruck auf 48.407 Tonnen CO₂-Äquivalente.

„Wir erleben eine spannende Zeit mit rasanten Entwicklungen. Ich spüre das in meiner Funktion ganz unmittelbar im Bereich der AI. Die Innovationen und die Chancen, die sie bietet, finde ich sehr inspirierend. Es öffnen sich so viele neue Türen.“

Ich wünsche, diese Innovationsfähigkeit würde auch beim Klimaschutz in unserer Welt so geschätzt. Darum ist es so wichtig, dass wir bei DuMont unsere Klimastrategie ernsthaft und mit großem Nachdruck weiterverfolgen. Wir wissen: Klimaschutz und nachhaltiges Handeln sind bestimmend für unser aller Zukunft. Es ist nicht nur eine Aufgabe für das Unternehmen, sondern auch eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft und den Menschen, die jetzt und in Zukunft auf dieser Erde ein auskömmliches Leben haben sollten. Für mich war es ein Glück, im Bereich der AI einer der Treiberinnen sein zu dürfen, um das Thema in unser Unternehmen zu bringen und es von der Ebene eines Traums in die Realität zu überführen. Ich habe erlebt, dass es dazu besondere Bedingungen braucht, die bei DuMont geschaffen worden sind: Innovationsfähigkeit benötigt Inspiration und Menschen, die Träumer:innen, Treiber:innen oder Mutige sind. Gleichzeitig braucht es ein Umfeld, in dem Innovationen gedeihen können – wie eine zarte Blume guten Boden, Sonne und Wasser benötigt, um zu wachsen, und natürlich eine gute, verantwortungsvolle Pflege. Ich bin gespannt darauf, unsere Projekte weiter wachsen zu sehen, damit wir als Gruppe von Unternehmen diese Kraft nutzen können, um nicht nur unsere Produkte zu gestalten, sondern auch die Welt ein bisschen besser zu machen.“

Lyubka Genova
Staff Engineer, Entirely (Facelift)

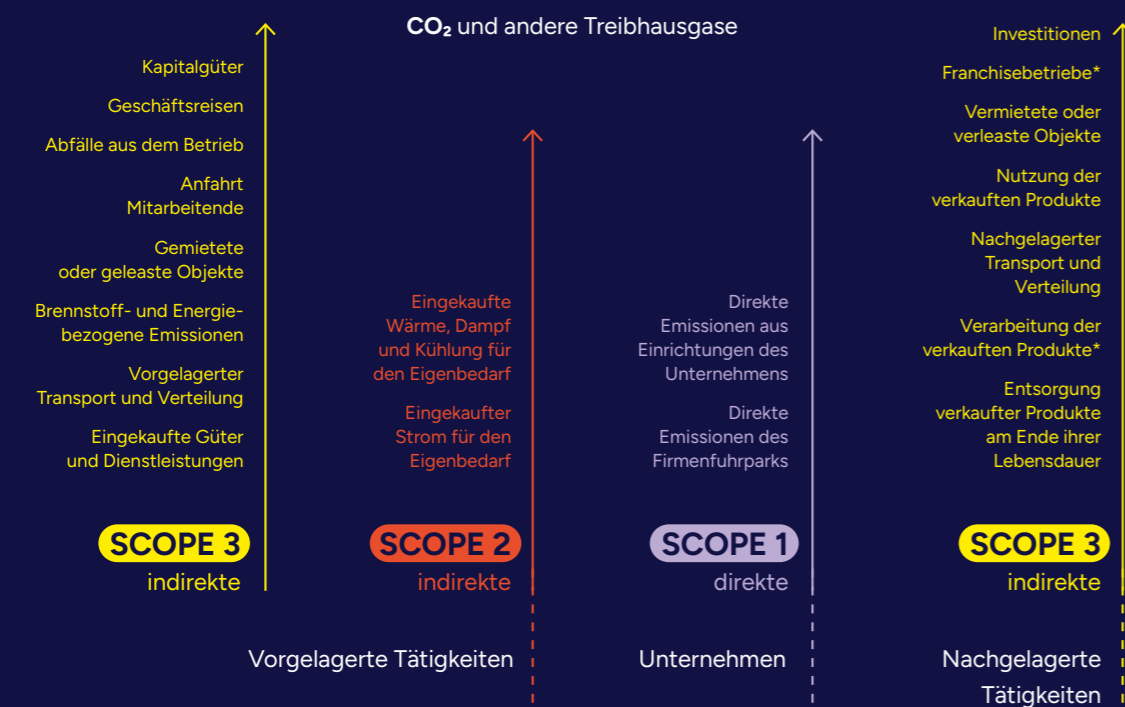
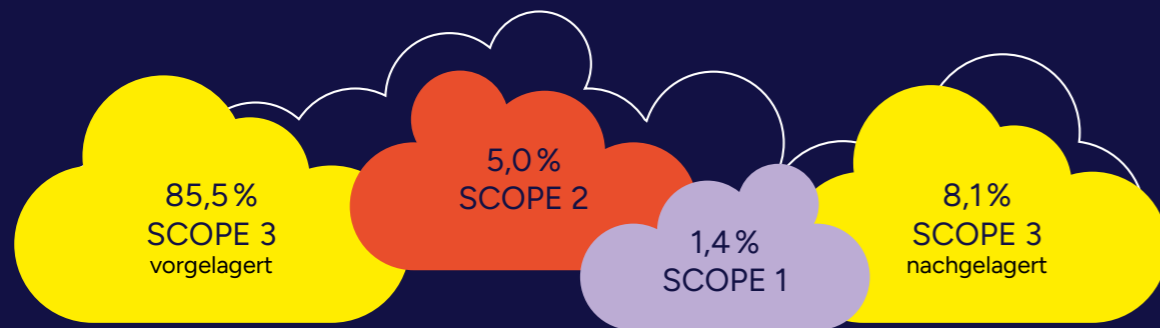
Übersicht über die einzelnen Scopes des Berichtszeitraumes 2024

	Basisjahr 2022 (t CO ₂ e)	Jahr 2024 (t CO ₂ e)	Einsparung (t CO ₂ e)	Einsparung (prozentual)
Scope-1-THG-Bruttoemissionen	3.201	332	2.869	-89,6%
Marktbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen	1.177	1.190	+13	+1,1%
Summe Scope-1- & 2-THG-Bruttoemissionen	4.378	1.522	2.856	-65,2%
Gesamte indirekte (Scope-3) THG-Bruttoemissionen	44.029	22.440	21.589	-49,0%
THG-Emissionen insgesamt (marktbezogen)	48.407	23.961*	24.446*	-50,5%

*Hinweis: Aufgrund von Rundungen der Kennzahlen kann es zu minimalen Abweichungen in den Summierungen kommen.

Die Berechnung unseres Corporate Carbon Footprint (CCF)

→ Die Gesamtemissionen setzen sich zusammen aus drei verschiedenen Teilbereichen, den sogenannten Scopes. In Scope 1 befinden sich alle dem Unternehmen direkt zuzuordnenden Emissionen, Scope 2 enthält die indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie und Wärme. Wir weisen in unserer Klimabilanz die Scope-2-Emissionen sowohl standortbasiert als auch marktbasierend aus, wobei die marktbasiereten Emissionen Grundlage für unsere Reduktionsziele und die Messung der Fortschritte sind. Der größte Teil der Emissionen fällt in Scope 3 an. In dieser Kategorie werden die indirekten Emissionen innerhalb unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette abgebildet.



* Für DuMont nicht von Relevanz und demnach nicht Teil der Bilanzierung

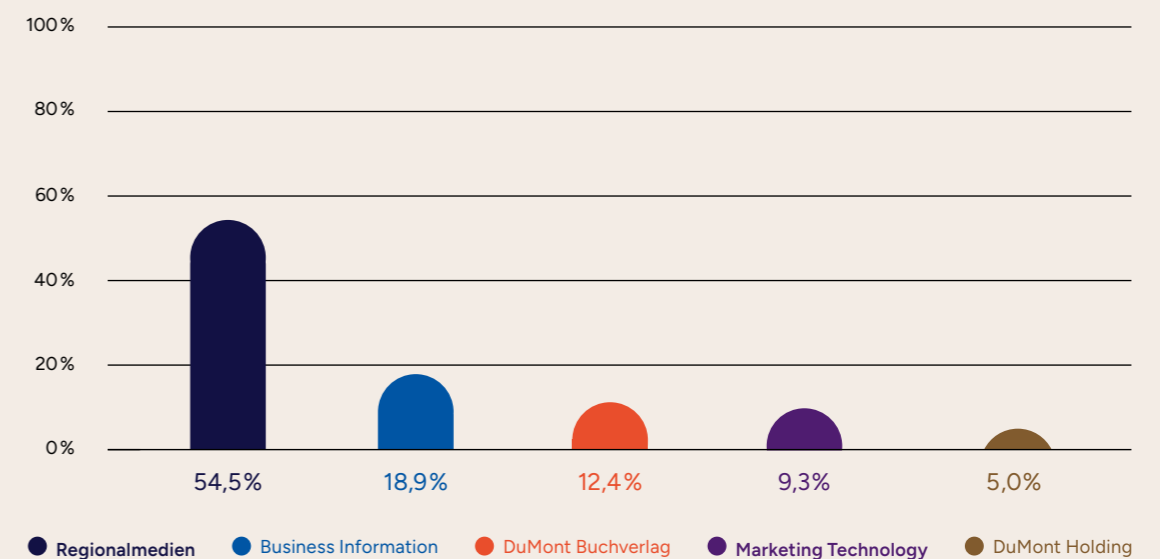
Im Jahr 2024 verzeichnete DuMont Gesamtemissionen von 23.961 Tonnen CO₂-Äquivalenten. Gegenüber dem Vorjahr (33.217t CO₂e) haben wir damit erneut 29% eingespart, gegenüber dem Basisjahr 2022 konnten wir die CO₂-Äquivalente um 51% senken.

Den Rückgang von fast 10.000 Tonnen im Berichtsjahr erzielten wir größtenteils in Scope 3, der mit 93,6% den größten Anteil der Gesamtemissionen ausmacht. Der Rückgang der Scope-3-Emissionen um 28% gegenüber dem Vorjahr ist vor allem auf die Kategorie „Eingekaufte Güter und Dienstleistungen“ zurückzuführen.

Aufgrund ihres von der Zeitungsherstellung geprägten Geschäftsmodells entfallen 54,5% der Gesamtemissionen auf die KStA Medien. Im Berichtsjahr sank hier der CO₂-Gesamtausstoß im Vergleich zum Vorjahr um 40%, hauptsächlich durch geringere Emissionen in der Kategorie „Eingekaufte Güter und Dienstleistungen“ infolge der Verlagerung der Druckdienstleistung auf einen Fremdanbieter mit moderner Druckinfrastruktur. Für uns gilt stets der Grundsatz „Reduktion vor Kompensation“. Wir reduzieren unsere Emissionen stetig und gleichen nur die verbleibenden CO₂-Mengen mit zertifizierten Klimaschutzprojekten aus.

23.961t = ↘ 51%
 CO₂-Äquivalente 2024 gegenüber 2022

CCF-Anteil der Geschäftseinheiten (2024)



Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

Verbesserung unserer Datenerhebung

Wir folgen in unserer Klimabilanzierung den Grundsätzen des GHG Protocol: Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz, Transparenz und Genauigkeit.

Deshalb legen wir großen Wert auf die kontinuierliche Verbesserung unserer Daten. Eine verbesserte CO₂-Primärdatenlage bei eingekauften Waren, Produkten und Dienstleistungen (zum Beispiel für Zeitungsdruckpapier) macht die Berechnung deutlich genauer und realistischer, da wir weniger auf Durchschnitts-Emissionsfaktoren zurückgreifen müssen. Diese Berechnung mit Primärdaten trägt wesentlich zur Verlässlichkeit und Aussagekraft unserer Bilanzierung bei und ist für einen relevanten Teil der gemessenen Reduktionen verantwortlich. Das ist besonders wichtig für die Scope-3-Emissionen, die bei DuMont mit über 90% den größten Anteil der gesamten Treibhausgasemissionen ausmachen. Diese liegen weitestgehend außerhalb unseres direkten Einflussbereichs, was die Erhebung und Steuerung besonders herausfordernd macht. Im Jahr 2024 führten wir weitere Gespräche mit Lieferant:innen über die Offenlegung ihrer CO₂-Primärdaten, um die Datenqualität weiter zu erhöhen. Für die Papierlieferant:innen konnten wir auch 2024 wieder Primärdaten nutzen.

Methodik zur Berechnung des Corporate Carbon Footprint (CCF)

Der CCF quantifiziert die Gesamtemissionen über alle Scopes hinweg entlang der Geschäftsaktivitäten von DuMont.

Die Treibhausgasemissionen werden grundsätzlich auf der Basis des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) ermittelt – dem weltweit anerkanntesten und am weitesten verbreiteten Standard zur Berechnung von Treibhausgasemissionen. Dabei sind fünf Leitprinzipien verbindlich einzuhalten: Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz, Transparenz und Genauigkeit.

Als Datenquellen dienten uns DEFRA, Ecoinvent, IPCC, GEMIS, AIB, UBA, IFEU, FCID und Quantis. Für kleinere Büros und Shared Offices, für die keine Energieverbrauchsdaten vorlagen, haben wir die Verbräuche für Scope 1 und 2 anhand der Quadratmeterzahl der jeweiligen Flächen geschätzt.

Unsere Klimabilanz umfasst alle handelsrechtlich konsolidierten Gesellschaften. Die Stilllegung unserer Druckerei in Köln bedeutet zwar eine Änderung der operativen Abläufe, beeinträchtigt jedoch nicht die Vergleichbarkeit der gesamten Klimabilanz. Die Emissionen finden sich lediglich in verschiedenen Kategorien von Scope 3 wieder.

Für das Basisjahr unserer Klimastrategie, 2022, gelten folgende Ausgangswerte:

CO ₂ -Emissionen	In Tonnen CO ₂ -Äquivalente, 2022 (Basisjahr)	Zielwerte bis 2030
Scope 1+2	4.378	- 40%
Scope 3	44.029	- 42%

Ziele und Maßnahmen für Scope 1 und 2

Im Berichtsjahr entfielen nur noch 6,4% unserer Gesamtemissionen auf Scope 1 und 2.

Damit haben wir die in unserem direkten Verantwortungsbereich stehenden Emissionen seit 2022 um 65% reduziert. Wesentliche verbliebene Emissionstreiber sind erzeugte Wärme sowie der auf die Bürogebäude entfallende Stromverbrauch.

ENTWICKLUNG SCOPE 1 UND 2

Im Berichtsjahr sanken die Scope-1-Treibhausgasemissionen auf 332 t CO₂e, während sich die marktbezogenen Scope-2-Bruttoemissionen aufgrund von Umstellungen im Stromeinkauf leicht auf 1.190 t CO₂e erhöhten.

Haupttreiber für die Gesamtreduktionen der Vergangenheit waren:

- Umstellungen auf Grünstrom
- Abschaltung des hauseigenen Blockheizkraftwerks am Standort Köln
- Diverse Einzelmaßnahmen

GRÜNSTROM-INITIATIVE

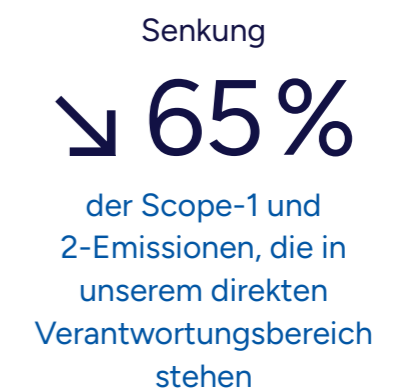
Wir haben uns verpflichtet, bis 2030 zu 100% Grünstrom zu beziehen. Diesem Ziel kommen wir stetig näher: 97% des gesamten Stromverbrauchs im Inland stammen bereits aus regenerativen Quellen. Ausnahmen sind lediglich kleinere Außenstellen in angemieteten Räumen ohne Ökostromlieferverträge. Um auch die restlichen Standorte auf regenerative Energie umzustellen, bleiben wir im Austausch mit den jeweiligen Vermietern.

ENERGIEEFFIZIENZ AM STANDORT KÖLN

- Wir stellten die Einfahrtsbeleuchtung am Neven DuMont Haus auf LED-Technologie um.
- Wir erneuerten die 25 Jahre alten Heizkessel und Gasbrenner durch moderne, energieeffiziente Anlagen (Fertigstellung April 2025).
- Nach technischer Inangsetzung zeigen die neuen Heizkessel erste graduelle Einsparungen.

FÖRDERUNG DER ELEKTROMOBILITÄT

- Wir installierten 32 Ladestationen für Elektrofahrzeuge am Kölner Unternehmenssitz.
- Betrieb mit 100% Grünstrom zu attraktiven Konditionen für die Belegschaft
- 2024: rund 1.700 Ladevorgänge, knapp 60 Nutzer:innen, mit steigender Tendenz
- Geplante Erweiterung 2025: sechs zusätzliche Ladepunkte
- Wir richteten 19 neue E-Bike-Ladepunkte in der Tiefgarage ein (kostenlos, mit Grünstrom betrieben).



Ziele und Maßnahmen für Scope 3

Mit einem Anteil von 93,6% an den Gesamtemissionen 2024 stellt Scope 3 unverändert den mit Abstand größten Teil unseres CO₂-Fußabdrucks dar – und zugleich die größte Herausforderung.

Um unser Ziel einer Senkung der Scope-3-Emissionen bis 2045 um 90% gegenüber dem Basisjahr 2022 zu erreichen, haben wir uns intensiv mit der Erkennung und Bewertung wirksamer Reduktionsmaßnahmen befasst.

VIER HANDLUNGSFELDER IN SCOPE 3

Basierend auf den Daten von 2022 identifizierten wir folgende Handlungsfelder:

- Einge kaufte Druckprodukte (hauptsächlich für Zeitungs- und Buchprodukte)
- Sonstige eingekaufte Güter und Dienstleistungen (unter anderem für Outsourcing-Partner:innen)
- Mitarbeiter:innenmobilität und Geschäftsreisen
- Logistik (vor- und nachgelagerter Transport und Verteilung)

Wir konnten die Scope-3-Emissionen seit dem Basisjahr 2022 um 49% reduzieren – von 44.029t (2022) auf 22.440t (2024). Damit übertreffen wir im Berichtsjahr unser für 2030 gesetztes Ziel und verfolgen die Reduktion konsequent weiter in Richtung unseres Reduktionsziels für 2045.

Durch die Auslagerung des Zeitungsdrucks auf einen externen Dienstleister haben sich Emissionen aus Scope 1 und 2 in Richtung Scope 3 verschoben. Damit nimmt zwar unser direkter Einfluss auf diese Emissionen ab, gleichzeitig entstehen aber neue Hebel zur CO₂-Reduktion in der Lieferkette. Diese Potenziale wollen wir mit unseren Dienstleisterunternehmen konsequent erschließen.

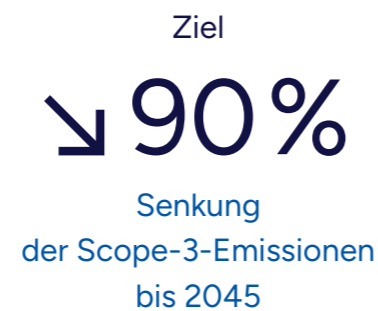
SONSTIGE EINGEKaufTE GÜTER UND DIENSTLEISTUNGEN

Papierreduktion durch „No-Paper-Policy“:

- 2023 – etwa 1,9 Millionen gedruckte Seiten
- 2024 – nur noch etwa 1,2 Millionen Seiten
- Eine Packung DIN A4-Kopierpapier (500 Seiten) verursacht rund 2,4kg CO₂.

DIGITALISIERUNGSMASSNAHMEN

- Wir führten DocuSign flächendeckend bei KStA Medien ein.
- Wir reduzierten die Druck- und Kopiergeräte von 154 auf 56 Geräte.
- Wir stellten verstärkt elektronische Produktinformationen bereit.
- Wir setzten punktuell aufbereitete IT-Hardware („refurbished IT“) ein.



Weitere Potenziale in Scope 3

Etwa die Hälfte unserer Scope-3-Emissionen ist auf externe Druckdienstleister:innen zurückzuführen.

Wir haben Potenziale identifiziert und in mögliche Maßnahmen überführt, sind aber für eine erfolgreiche Umsetzung auf die Zusammenarbeit unserer Dienstleistungsunternehmen angewiesen.

DUMONT BUCHVERLAG

2024 konnte der Anteil der Lieferant:innen, die bereits mit 100% Grünstrom in der Buchherstellung produzieren, weiter ausgebaut werden. Wir liegen hier jetzt bei insgesamt 91%.

ZEITUNGSDRUCK

Die identifizierten Klimaschutzpotenziale im Zeitungsdruck werden derzeit gemeinsam mit unseren Dienstleistern erprobt und hinsichtlich Praktikabilität, Wirtschaftlichkeit und Umsetzbarkeit bewertet. Erste Ergebnisse liegen vor, weitere Maßnahmen befinden sich in der Entwicklung. Ziel ist ein mittelfristiger Klimaschutzplan für die Druckpartner der Kölner Stadt-Anzeiger Medien.

Maßnahmen im Überblick:

- 100% Grünstrom: Prüfung des Bezugs aus erneuerbaren Energien nach Auslaufen bestehender Verträge
- 100% Biogas: Geplante Umstellung der Wärmeversorgung auf Biogas
- Wärmepumpen: Bewertung von Einsatzmöglichkeiten bei Druck- und Papierdienstleistern
- Mineralölfreie Farben: Fortführung der Testreihen trotz bislang begrenzter Ergebnisse
- Logistik: Pilotprojekte zur Elektrifizierung von Lkw- und Pkw-Flotten in Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern

Mitarbeitendenmobilität und Geschäftsreisen

Der größte Hebel zur Emissionsreduktion liegt in der Umstellung auf Elektrofahrzeuge.

01 | Anreize für emissionsarme Mobilitätsangebote (Deutschlandticket, Mobilitätsbudgets)

02 | Unterstützung des Umstiegs auf E-Fahrzeuge durch kostengünstiges Laden und Ausschluss fossil betriebener Dienstfahrzeuge

INNOVATIVE E-MOBILITÄTSANGEBOTE 2024

- Wir führten die Mitfahr-App goFLUX an Kölner Standorten ein.
- Wir bieten attraktive Jobticket-Angebote in Verbindung mit dem Deutschlandticket.
- Wir gewähren finanzielle Vorteile beim Fahrradleasing.
- Wir ermöglichen flexible Home-Office-Modelle zur Emissionsreduktion.
- Wir sensibilisieren für die Grünstrom-Nutzung im Home-Office.

NEUE REISERICHTLINIEN

- Flugbuchungen nur noch für Auslandsreisen
- Bahn bevorzugt für inländische Strecken
- E-Roller oder E-Scooter für kurze innerstädtische Trips
- Taxi, Mietwagen und Car-Sharing, bevorzugt mit E-Fahrzeugen

Bei erfolgreicher Umsetzung und langfristiger Einhaltung dieser Maßnahmen könnten wir etwa die Hälfte der Emissionen aus Geschäftsreisen einsparen.



„Unsere Innovationsfähigkeit wird uns auch im Klimaschutz helfen. Wie stark diese Fähigkeit unser Handeln beeinflussen kann, habe ich selbst erlebt: Der AI Innovation Day ist für mich ein Paradebeispiel dafür, wie transformativ echte Zusammenarbeit sein kann. Als wir für den ersten Innovation Day 2023 Mitarbeiter:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Gruppe zusammenbrachten, entstand unmittelbar eine kreative Dynamik, die keiner von uns allein hätte erzeugen können.“

Wir sahen AI nicht mehr nur durch unsere fachspezifische Brille, sondern erkannten Möglichkeiten, echte Begeisterung zu wecken und einen bereichernden Transfer von Wissen und Ideen zu schaffen. Was mich besonders begeistert, ist die Überzeugung, dass geteiltes Wissen exponentiell wächst. Das hilft uns in allen Bereichen – in der täglichen Arbeit, aber auch in unseren Nachhaltigkeitsleistungen. Wenn ich Erfahrungen teile, befähige ich andere, selbst zu Innovator:innen zu werden. Das ist eine großartige Erfahrung. Nachhaltiges Wirken bedeutet für mich auch, Menschen zu befähigen und Wissen zu teilen – das macht unsere Innovationsfähigkeit aus.“

Robert Zilz
Head of Data, Kölner Stadt-Anzeiger Medien

02 _ Environment

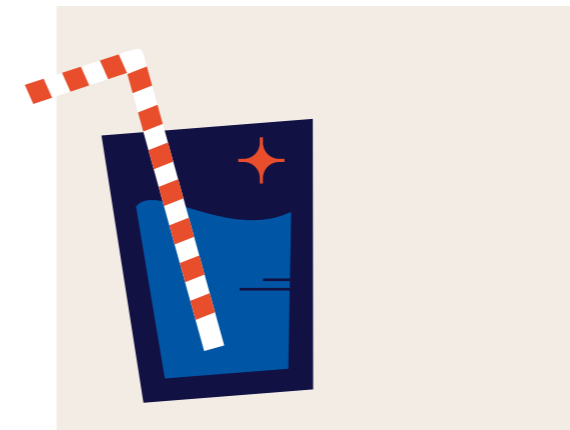
Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Environment	22
Unsere Klimastrategie	24
Unser CO ₂ -Fußabdruck	27
Klimaschutzprojekte	35
Weitere freiwillige Themen im Bereich Environment	37

Klimaschutzprojekte

Treibhausgasemissionen, die wir vorübergehend nicht einsparen können, kompensieren wir freiwillig mit internationalen Klimaschutzprojekten etablierter Anbieter:innen wie ClimatePartner.

Die ausgewählten Klimaschutzprojekte erfüllen streng verifizierte Kriterien und basieren auf den 17 Zielen für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs). Aus einer Vorauswahl von fünf Projekten entscheiden unsere Mitarbei-

ter:innen per Abstimmung über die Reihenfolge und das Volumen der jeweiligen CO₂e-Kompensation. Wir führen die Kompensation freiwillig durch und fokussieren uns auf Klimaschutzprojekte im globalen Süden.



01 SAUBERES TRINKWASSER FÜR MENSCHEN IN UGANDA

Etwa die Hälfte der Bevölkerung in Uganda hat keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Über das Trinkwasserprojekt verteilen wir Wasserfilter an Haushalte und Institutionen in West-Uganda, wodurch das energieintensive Abkochen von Wasser vermieden wird.

02 BIOMASSE IN KOLUMBIEN

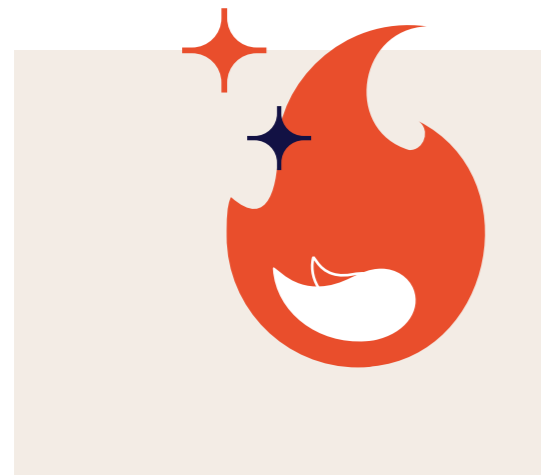
In Soacha, einem Vorort Bogotás, hat eine Ziegelei auf moderne, energieeffiziente Brennöfen umgerüstet und betreibt diese zu 80% mit erneuerbarer Biomasse. Das Projekt spart jährlich etwa 19 Tonnen CO₂ ein und ist das erste Gold-Standard-zertifizierte Klimaschutzprojekt Kolumbiens.



Zusätzlich zu unseren Reduktionsmaßnahmen haben wir im Jahr 2024

freiwillig 21,4 kt CO₂e

durch zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. Dies entspricht einer verbleibenden Restmenge, die wir derzeit nicht durch operative Maßnahmen vermeiden können.



03
VERBESSERUNG
DER LEBENSBEDINGUNGEN
IN DER ELFENBEINKÜSTE

Wir verteilen effiziente Kochöfen in städtischen und stadtnahen Regionen. Dies verringert den Brennholzkonsum, reduziert Emissionen und mindert Gesundheitsrisiken der lokalen Bevölkerung, insbesondere für Frauen und Kinder.

04

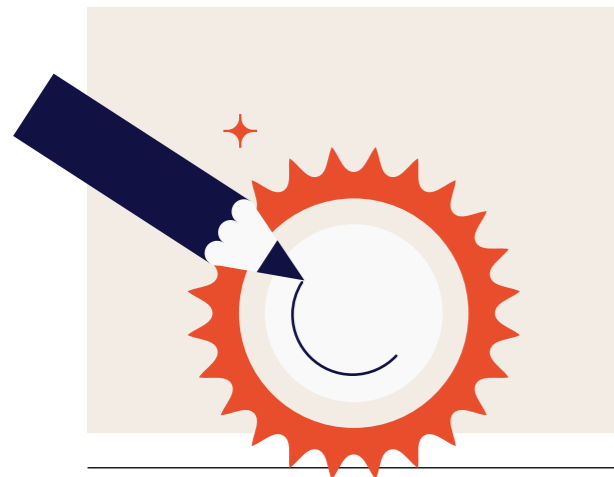
FÖRDERUNG VON FRAUEN
IM LÄNDLICHEN INDIEN

Kleinstunternehmer:innen erhalten Zugang zu Mikrokrediten für effiziente Kochöfen und Solarleuchten. Mit dem eingesparten Geld für Brennstoff können sie die Kredite zurückzahlen. Einige Frauen arbeiten als „Clean Energy Demonstrators“ und fördern saubere Energie in entlegenen Regionen.



05
UNTERSTÜTZUNG
FÜR MENSCHEN IN INDIEN

Ein 100-MW-Solarkraftwerk im Dorf Guttigoli speist emissionsfreien Solarstrom ins indische Netz ein. Das Projekt unterstützt zusätzlich die nachhaltige Entwicklung in umliegenden Dörfern durch Förderung von Schulen und Bildungsinitiativen.



Weitere **freiwillige Themen** im Bereich Environment

Bei der Vorbereitung auf die Berichterstattung nach ESRS erfassen wir auch Daten für weitere Umweltthemen und prüfen deren Relevanz fortlaufend. Auch wenn diese Themen nur in Teilbereichen unserer Gruppe von Unternehmen eine Rolle spielen, unterstreicht ihre Veröffentlichung unseren Anspruch an Transparenz und Offenheit.

Wasserverbrauch

Im Berichtsjahr 2024 verbrauchten wir am Kölner Standort insgesamt 17.036 m³ Wasser. Der deutliche Rückgang gegenüber 25.155 m³ im Geschäftsjahr 2022/23 ist vor allem der Stilllegung der hauseigenen Zeitungsdruckerei zum Herbst 2023 zuzurechnen. Das Neven DuMont Haus als Hauptgebäude am Unternehmenssitz in Köln verzeichnete einen Wasserverbrauch von 14.363 m³, etwas mehr als im Vorjahr (2023: 14.255 m³).

Abfall

Ab dem Geschäftsjahr 2024 erstellt DuMont keine separate Abfallbilanz mehr, da mit Beendigung der Druckereiaktivitäten die bisherigen Kennzahlen zu gefährlichen Abfällen wie Lösemitteln und Druckfarbenschlämmen entfallen. Das Neven DuMont Haus ist ein reiner Bürobetrieb, in dem nur noch Hausmüll sowie Papierabfall im üblichen Ausmaß anfallen. Im Sinne eines nachhaltigen Ressourcenverbrauchs identifizierten wir dennoch Maßnahmen für die Reduktion des Papierverbrauchs und -abfalls, die wir 2025 umsetzen werden.

Biodiversität

Die Berichterstattung nach CSRD stuft Biodiversität (E4) als wichtige Umweltkategorie ein. Für DuMont haben wir dieses Thema aufgrund der überwiegend daten- und softwarebasierten Geschäftsmodelle nicht als wesentlich identifiziert. Dennoch setzen wir uns an unseren Standorten für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein:

UNSERE BIODIVERSITÄTS-AKTIVITÄTEN

- Zwei DuMont-eigene Bienenvölker am Standort Köln
- Verkauf der Honigernte zugunsten der Aktion „wir helfen“ von KStA Medien
- Artenreiche Bepflanzung der Beete am Neven DuMont Haus als Lebensraum für Insekten
- Kampagnen mit Aufforstungsmaßnahmen: KStA initiierte über 1.000 Baumpflanzungen für neu abgeschlossene Zeitungsabonnements

Diese Initiativen zeigen: Auch wenn Biodiversität nicht zu unseren wesentlichen Umweltthemen zählt, leisten wir punktuell wichtige Beiträge zum Schutz von Natur und Artenvielfalt.

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

03

Social

„Bei DuMont stehen die Menschen im Mittelpunkt. Mit ihren individuellen Stärken machen sie unseren Erfolg möglich. Ihre Offenheit und ihr Wille, sich weiterzuentwickeln und neue Wege zu gehen, prägen unsere Unternehmen. Lernfähigkeit ist dabei eine Schlüsselkompetenz: Sie macht uns beweglich, lässt uns Chancen erkennen und entschlossen handeln – das ist einer unserer Wettbewerbsvorteile.“

*Oliver Eckert
COO DuMont*

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich **Social**

Unsere Mitarbeiter:innen stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir stärken ihre Rolle als aktive Gestalter:innen von Nachhaltigkeit – im eigenen Arbeitsumfeld und im gesamten Unternehmen DuMont.

Um dieses Engagement wirksam zu fördern, verstehen wir Lernfähigkeit als zentrale Schlüsselkompetenz und unterstützen diese mit geeigneten Maßnahmen – immer unter dem Aspekt „Fördern und Fordern“. Im gemeinsamen Lernen, zum Beispiel in unserer Talent Community, entwickeln wir uns individuell und als Unternehmen weiter, um Veränderungen aktiv und erfolgreich voranzutreiben.

Zufriedene Mitarbeiter:innen spielen für den Unternehmenserfolg von DuMont eine entscheidende Rolle. Wir legen großen Wert auf ein attraktives Arbeitsumfeld und angemessene Arbeitsbedingungen, insbesondere bezüglich der Arbeitszeiten sowie der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Unseren Ansatz kommunizieren wir über unterschiedliche Formate wie All-hands-Events, Workshops, Unternehmenstouren und Feedback-Runden zwischen Führungskräften und Mitarbeiter:innen.

Auch im Bereich Social setzen wir gruppenweit verbindliche Schwerpunkte und legen übergreifende Prozesse fest. Innerhalb dieser Leitplanken gestalten die einzelnen Gesellschaften der Gruppe von Unternehmen eigene, passgenaue Maßnahmen. Wir fördern eine Arbeitskultur, die den individuellen Lebensrhythmus respektiert – ob in der Familienphase oder bei der Begleitung pflegebedürftiger Angehöriger – und schaffen Rahmenbedingungen, die Mitarbeiter:innen in ihrer persönlichen Lebenssituation stärken.

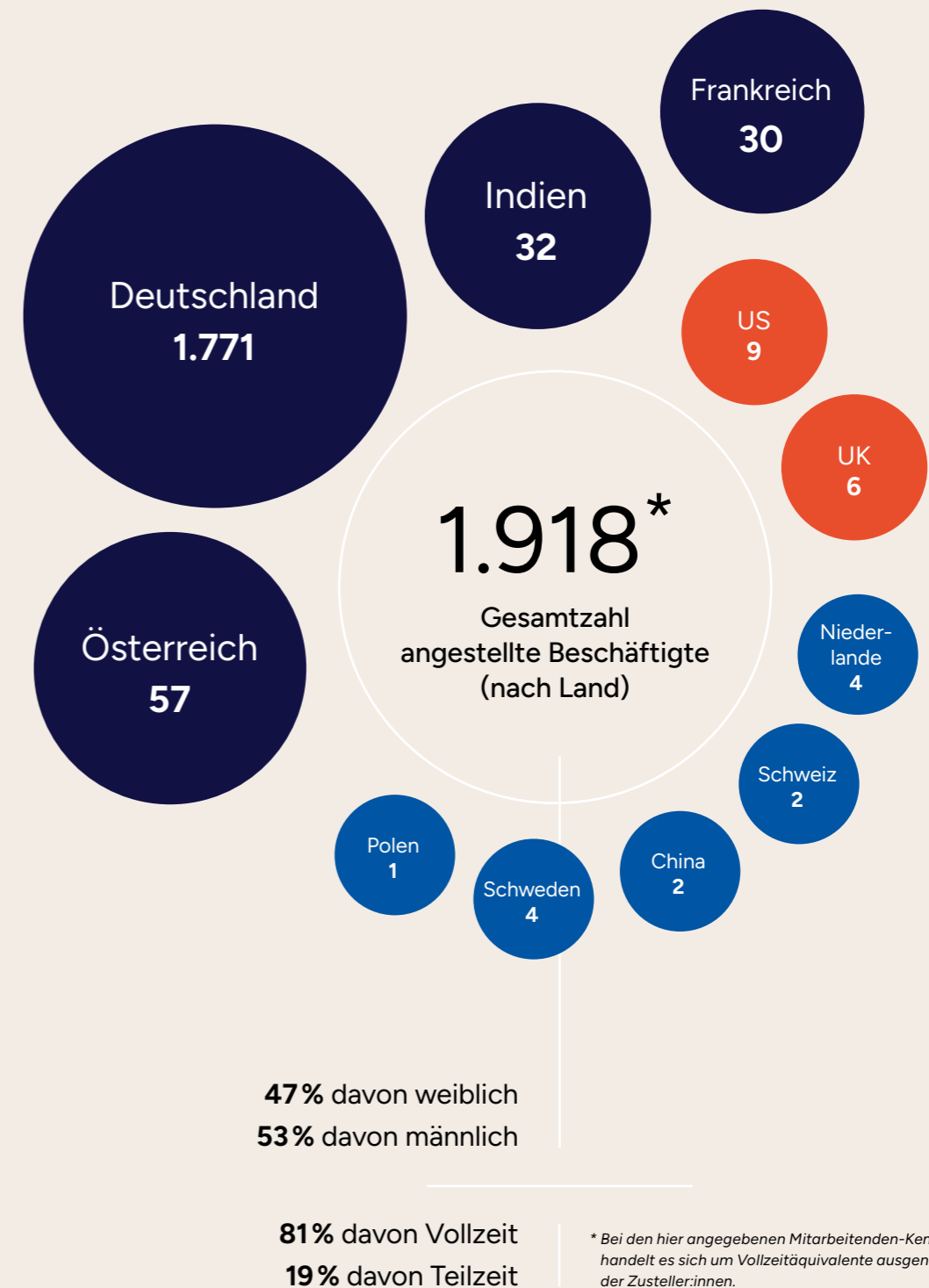
Als Teil unserer Social-Strategie betonen wir die Verantwortung gegenüber allen Beschäftigten als einheitliche Grundlage. Alle Mitarbeiter:innen – unabhängig vom Beschäftigungsverhältnis – unterliegen den sozialen und ethischen Mindestanforderungen, die DuMont in der Grundsatz-erklärung zur Achtung der Menschenrechte sowie im Code of Conduct verbindlich festgelegt hat. DuMont verpflichtet sich zur Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen, zur Vermeidung von Diskriminierung sowie zur Einhaltung von Arbeitszeitregelungen, Gesundheitsschutz und Vereinigungsfreiheit.

Unsere Grundsatz-erklärung legt fest, dass menschenrechtliche Standards nicht nur für die eigene Belegschaft, sondern ausdrücklich auch für externe Beschäftigte entlang der Wertschöpfungskette gelten. Der Code of Conduct fordert die Beachtung aller arbeitsrechtlichen und ethischen Standards durch Partnerunternehmen.

Kennzahlen zur eigenen Belegschaft

DuMont ist für mehr als 1.900 Menschen verantwortlich, die direkt angestellt sind. Über 90% unserer Belegschaft arbeiten in Deutschland, ein Großteil davon am Unternehmenssitz in Köln sowie an zahlreichen anderen deutschen Standorten (zum Beispiel Berlin, München, Hamburg). Weitere Mitarbeiter:innen sind in elf Ländern auf drei Kontinenten tätig, die meisten davon in unserem am stärksten internationalisierten Geschäftsbereich Marketing Technology (unter anderem in Indien, USA, Frankreich und Großbritannien). 81% unserer Mitarbeiter:innen arbeiten in Vollzeit. Fast die Hälfte unserer Belegschaft (47%) sind weibliche Beschäftigte.

Unser internationales Team bei DuMont



Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Unsere Social-Strategie

Nach unserer doppelten Wesentlichkeitsanalyse definierten wir vier Fokusthemen als besonders wichtig für DuMont. Im Berichtsjahr passten wir ihre Bezeichnungen leicht an die ESRS-Nomenklatur an, behielten die Schwerpunkte aufgrund ihrer Aktualität und Relevanz im Kern jedoch bei.

Für die freiwillige ESRS-Berichterstattung orientieren wir uns am Standard S1 („eigene Belegschaft“). Das Veröffentlichungsjahr 2025 und das Folgejahr nutzen wir dazu, weitere Schwerpunkte der Strategie herauszuarbeiten und nach dem Berichtsstandard zu unterlegen. Dazu aktualisieren wir die doppelte Wesentlichkeitsanalyse und ermitteln die relevanten IROs (Impact, Risk, Opportunities).

Unsere vier übergeordneten strategischen Kernbereiche und konkreten gruppenweiten Ziele

Vielfalt und Gleichstellung



- Wir fördern gezielt Frauen, um bis 2028 den Anteil an Frauen im Management-Circle auf 35% zu steigern.
- Wir erkennen und adressieren geschlechterbezogene Ungerechtigkeit in der Bezahlung.
- Wir helfen Müttern und Vätern dabei, Familie und Karriere durch Unterstützung bei der Kinderbetreuung besser zu kombinieren.
- Wir haben unsere Mitarbeiter:innen in 100% der Marken und Unternehmen unserer Gruppe für Vielfalt im Denken sensibilisiert.

Lebenslanges Lernen



- Bei unseren Marken führten wir Initiativen und Maßnahmen zur Förderung von Talenten durch.
- Mindestens 80% der Führungskräfte im Management-Circle durchlaufen ein Weiterentwicklungsprogramm, mit dem wir unter anderem die Förderung eines Growth Mindset und einer Lernkultur anstreben.

Gesundheitsschutz und Sicherheit



- Wir bieten Unterstützung für die lebensphasenorientierte Gestaltung der Arbeit unserer Mitarbeiter:innen.
- Wir unterstützen unsere Mitarbeiter:innen dabei, mental gesund zu sein und zu bleiben.

Gesellschaftliches Engagement



- Wir unterstützen mit „wir helfen“ in der Metropolregion Köln Kinder und Jugendliche in Not, bieten ihnen Hilfe und geben ihnen Perspektiven.
- Wir unterstützen ein ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter:innen.

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Bei DuMont ist die aktive Einbindung der Belegschaft in Entscheidungsprozesse und Transformationsvorhaben Teil der gelebten Firmenkultur.

Die Teilnahme erfolgt durch verschiedene formale und informelle Mechanismen:

- Projektteams
- Themenspezifische Arbeitsgruppen
- Befragungen
- Zukunftswerkstätten
- Digitale Feedbackplattformen

Wir beziehen die Betriebsrät:innen bei organisatorischen und strategischen Veränderungen nach den arbeitsrechtlichen Mitbestimmungsrechten ein.

Externe Arbeitskräfte binden wir aus rechtlichen Gründen in der Regel nicht in die internen Beteiligungsformate ein. Unsere Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte sieht aber vor, dass alle Personen entlang der Wertschöpfungskette Zugang zu wirksamen Beschwerdemechanismen haben müssen. Dies stellen wir über verschiedene Verfahren sicher, explizit über den Betrieb eines niedrighwelligen Hinweisgebersystems mit anonymen Meldungsmöglichkeiten.

Zur Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten, die auch Teil unserer Lieferkettenanalysen sind, beziehen wir betroffene Gruppen von Arbeitskräften in Risikoanalysen und Präventionsmaßnahmen ein, soweit sich dies als wesentliches Kriterium herausstellt. Für 2024 teilten wir dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) zeitgerecht die Compliance mit den Regelungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes mit.

Soziale Nachhaltigkeitsrisiken

Im Zusammenhang mit der doppelten Wesentlichkeitsanalyse wurden detaillierte Informationen zur eigenen Belegschaft erhoben und bewertet.

Dabei identifizierten wir keine wesentlichen negativen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von DuMont auf die eigene Belegschaft oder auf externe Arbeitskräfte innerhalb der direkten Geschäftstätigkeit in Deutschland. Aufgrund des primären Tätigkeitsfelds in den Bereichen Medien, Technologie, Kommunikation und Dienstleistungen sowie des Standorts in Deutschland mit hohem arbeits- und sozialrechtlichem Schutz sind systemische Risiken wie Kinderarbeit, Zwangsarbeit oder Formen der Ausbeutung im eigenen Betrieb derzeit ausgeschlossen.

Einzelfallbezogene, akute negative Auswirkungen – etwa durch Arbeitsunfälle, Diskriminierung oder gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen – wurden im Berichtszeitraum nicht gemeldet. DuMont sieht sich dennoch in der Pflicht, solchen Vorfällen durch präventive Maßnahmen wie Schulungen und das Hinweisgebersystem vorzubeugen.

DuMont verzeichnete in der Bewertung auch wesentliche positive Auswirkungen auf die eigenen Mitarbeiter:innen und teilweise auch auf externe Arbeitskräfte. Die positiven Effekte resultieren vor allem aus den umfangreichen strategisch verankerten Maßgaben zu Beschäftigungsbedingungen, fairen Löhnen, flexiblen Arbeitsmodellen und der Achtung von Vielfalt. Wir ergänzen die Risikoanalyse durch die jährliche Erhebung von Daten zu Arbeitsbedingungen, Diversity- und Inklusionsfaktoren sowie zur psychischen Gesundheit. Die Auswertung der ESG-Kennzahlen im Vergleich mit globalen Benchmarks ermöglicht eine detaillierte Risikoeinschätzung, die wir auf die verschiedenen Gruppen zuschneiden.

Vielfalt und Gleichstellung

Wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt steigert nicht nur die Attraktivität von DuMont, sondern auch die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter:innen. Eine vielfältige Belegschaft verbessert die Kreativität und Innovationskraft unseres Unternehmens und unterstützt unseren Erfolg.

Vielfalt verstehen wir bei DuMont ganzheitlich – sie umfasst nicht nur Geschlecht und Alter, sondern auch soziale Herkunft, körperliche und geistige Fähigkeiten sowie eine „Vielfalt im Denken“. Unsere Darstellung der Kerndimensionen der Vielfalt („Diversity-Haus“) macht diese umfassende Perspektive deutlich. So fördern wir in allen Unternehmen der Gruppe eine Kultur der Offenheit, in der sich Menschen willkommen fühlen und gleiche Chancen haben. Gleichstellung,

etwa im Prinzip „gleicher Lohn für gleiche Arbeit“, stellen wir in Übereinstimmung mit regulatorischen Anforderungen sicher beziehungsweise setzen uns für eine Angleichung im gesetzten Rahmen ein.

In Anlehnung an die Vorgaben der CSRD erfassen wir verschiedene Diversitätskennzahlen, die im Appendix aufgeführt sind. Dazu gehören relevante Kennzahlen zu Arbeitsverhältnissen, Geschlecht und Alter sowie weitere interessante Merkmale unserer Belegschaft. Zur Bewertung der Fortschritte in Richtung einer inklusiven Unternehmenskultur wollen wir künftig auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen erfassen. Hierfür sind ab 2025 Feedback-Iterationen mit Mitarbeiter:innen durch die einzelnen Gesellschaften vorgesehen.



Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Förderung von Frauen

Die Förderung von Frauen in Führungspositionen ist ein Kernanliegen unseres Unternehmens.

Konkret haben wir uns vorgenommen, bis 2028 den Anteil von Frauen im Management-Circle – dem erweiterten Führungskreis der Gruppe – auf 35% zu steigern. Im Jahr 2024 lag der Anteil bei 26% und wir konnten ihn im Vergleich zum Vorjahr (21%) bereits steigern.

UNSERE MENTOR:INNENPROGRAMME

Auf Gruppenebene unterstützt DuMont die Initiative International Women into Leadership (IWIL), der wir im Juli 2024 beigetreten sind. Das Ziel von IWIL ist es, die Geschlechtervielfalt auf oberster Führungsebene zu fördern. Ein wichtiger Bestandteil dieser Initiative ist das branchenübergreifende Cross-Mentoring-Programm. Durch umfassende Vernetzung erhalten ausgewählte weibliche Nachwuchsführungskräfte die Gelegenheit, von den Erfahrungen und dem Wissen etablierter Top-Managerinnen zu profitieren. DuMont kann jährlich zwei weibliche Führungskräfte für eine Mentoring-Dauer von zwölf Monaten nominieren. Im März 2025 starteten die ersten beiden Teilnehmerinnen von DuMont das Mentoring-Programm.

Zusätzlich zum betreuten IWIL-Programm fördern wir auf Ebene der einzelnen Gesellschaften weitere Initiativen:

FRAUEN IN FÜHRUNG

Das Kölner Mentor:innenprogramm ermöglicht durch Netzwerkarbeit, Mentoring und Schulungsprogramme Frauen, ihre Führungsfähigkeiten auszubauen und sich auf leitende Positionen vorzubereiten. QUINFOS nahm im Berichtsjahr mit jungen weiblichen Führungskräften an zwei parallel laufenden Staffeln teil.

Wir legen bei DuMont besonderen Wert darauf, die Chancengleichheit für Frauen in unseren dezentralen Recruiting-Prozessen sicherzustellen. Ziel ist, den prozentualen Anteil von Frauen und Männern bei Führungspositionen auszubalancieren. Zu diesem Zweck überprüfen wir regelmäßig unsere Prozesse und erheben entsprechende Quoten bei Interviews und Jobangeboten.

FAIRE BEZAHLUNG

Wir erkennen und adressieren geschlechterbezogene Ungerechtigkeit in der Bezahlung unserer Belegschaft. Lohnunterschiede von Mitarbeiter:innen sollen nach regulatorischen Anforderungen bei gleicher, ähnlicher oder gleichwertiger Arbeit objektiv begründet sein – etwa durch Verantwortungsbereich, Standort oder Erfahrung.

Im Berichtsjahr begannen wir mit externer Unterstützung eine Fair-Pay-Untersuchung in den einzelnen Unternehmen unter Koordination von DuMont. Die Ergebnisse werden uns wertvolle Hinweise für die Ausgestaltung der Stellen- und Entgeltstrukturen liefern.

Ergänzende Initiativen in unseren Gesellschaften:

- censhare hat eine erste interne Prüfung von Gender Pay Gaps vorgenommen, um geschlechterbezogene Unterschiede im durchschnittlichen Stundenlohn zu ermitteln und künftig zu schließen.
- ELAINE prüft regelmäßig die Gehaltslisten, um mögliche Ungleichgewichte zu korrigieren.

Die Personalverantwortlichen achten darauf, allen Mitarbeiter:innen angemessene Gehälter zu zahlen und Unterschiede bei den Gehältern gleich qualifizierter Mitarbeiter:innen auszuschließen.

Geschlechtsunabhängig sollen Frauen und Männer unter Berücksichtigung objektiver Kriterien gleich entlohnt werden, was für viele Mitarbeiter:innen durch tariflich vorgegebene Strukturen ohnehin gewährleistet ist.

Auch für Werkstudent:innen gilt faire Entlohnung: Sie erhalten circa 3 bis 4 Euro pro Stunde über dem Mindestlohn.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Wir wollen Müttern und Vätern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern. Mit dem pme Familienservice haben wir eine gruppenweit gültige Vereinbarung getroffen. Das Angebot steht allen DuMont-Gesellschaften zur Verfügung. Die konkrete Umsetzung und Kommunikation der Angebote liegen in der Eigenverantwortung der einzelnen Gesellschaften. Ein Großteil unserer Tochtergesellschaften nutzt dieses Angebot bereits intensiv.

Der pme Familienservice bietet:

- Unterstützung bei der Kinderbetreuung
- Lebenslagen-Coaching für bessere Work-Life-Balance
- Unterstützung bei familiären Pflegeaufgaben

Einzelne Unternehmen bieten zusätzliche Leistungen. ELAINE beispielsweise gewährt neben verschiedenen Arbeitszeitmodellen und Home-Office für Eltern zusätzlich vier bezahlte Pflegetage jährlich für die Betreuung pflegebedürftiger, kranker Kinder.

Vielfalt im Denken

Unser Ziel ist, 100% unserer Mitarbeiter:innen der Gruppe von Unternehmen für Vielfalt im Denken zu sensibilisieren. Dafür haben wir zahlreiche gemeinsame Maßnahmen ergriffen und Rahmenbedingungen etabliert.

DuMont bekennt sich als Gruppe zu Vielfalt und Inklusion durch den Beitritt zur Charta der Vielfalt, einer Initiative für ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld.

Um dieses Bekenntnis im Arbeitsalltag zu verankern, nahmen wir im Berichtszeitraum ein gruppenweites Online-Seminar zu Vielfalt und Chancengleichheit in unser Schulungsprogramm auf. Ziel ist es, unsere Mitarbeiter:innen für die verschiedenen Kerndimensionen von Diversität zu sensibilisieren und sie darin zu stärken, ihre Rolle in einer inklusiven Unternehmenskultur aktiv wahrzunehmen.

AUSGEWÄHLTE MASSNAHMEN AUF EBENE DER EINZELNEN GESELLSCHAFTEN

„Cologne Equal“ bei KStA Medien

- Initiative für Vielfalt mit Themen rund um LGBTQIA+, Inklusion, Integration und Generationen
- Teilnahme am Kölner Christopher Street Day 2024 mit eigenem Wagen und Fußgruppe
- Einführung von „Blind Hiring“ im Recruiting-Prozess zur Eliminierung unbewusster Vorurteile
- Regelmäßige Teilnahme am „Girls' and Boys' Day“

Gender-Management bei QUINFOS

- Eigenes Gender-Management-Konzept mit bewusst auf Chancengleichheit ausgerichtetem Recruiting
- Vermeidung des „Gender Bias“ bei der Entgeltfindung zur Verhinderung eines Gender Pay Gap



Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Lebenslanges Lernen



Wir verstehen lebenslanges Lernen als bedeutende Aufgabe für unsere Mitarbeiter:innen und schaffen eine Kultur, die zur kontinuierlichen Weiterentwicklung ermutigt. Die berufliche Weiterentwicklung jeder/jedes einzelnen Mitarbeitenden sichert die Anpassungsfähigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen – und entscheidet so über unsere Zukunftsfähigkeit.

Wir ermöglichen unseren Mitarbeiter:innen, sich eigenverantwortlich digital weiterzubilden. Durch zunehmend hybrides und flexibles Arbeiten sowie technische Möglichkeiten kann das Lernen individuell und unabhängig gestaltet werden.

Digitale Lernangebote sind ein wichtiger und fester Bestandteil unserer Weiterbildungskultur. Darüber hinaus fördern wir die Teilnahme an relevanten Konferenzen und Netzwerkveranstaltungen, um immer wieder den Blick nach außen zu richten.

Unsere Vision ist eine dynamische Lernkultur, die die persönliche und berufliche Entwicklung unserer Mitarbeiter:innen unterstützt und positiv zur Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens beiträgt.

Unsere übergeordneten Zielsetzungen sind:

01 | Talentförderung in allen Marken

Wir setzen auf den gezielten Aufbau von Talentprogrammen, die wir dezentral in Eigenverantwortung unserer Gesellschaften gestalten. Ziel ist es, Talente zu erkennen, zu fördern und ihre individuelle Entwicklung zu unterstützen.

02 | Führungskräfteentwicklung

80% der Führungskräfte im Management-Circle durchlaufen ein Weiterentwicklungsprogramm zur Förderung eines Growth Mindset und einer Lernkultur. Die Entwicklung in vier Entwicklungsfeldern steht besonders im Mittelpunkt:

- AI/Technologie
- Agile Führung
- Entrepreneurship
- Förderung von Vielfalt

Führungskräfteentwicklung

Talent Community: Umsetzung durch gruppenweite Lern- und Entwicklungsplattform

Die Talent Community ist das zentrale Umsetzungsinstrument für unsere Führungskräfteentwicklung. Als gruppenweites Weiterbildungs- und Entwicklungsprogramm richtet es sich an die rund 80 Mitglieder des Management-Circle und ermöglicht die systematische Entwicklung in den vier definierten Entwicklungsfeldern.

UMSETZUNG IM BERICHTSJAHR 2024

Im Jahr 2024 führten wir planmäßig die ersten beiden Entwicklungsfelder durch:

- **AI & Technologie**
Befähigung zum strategischen Einsatz von AI in Produkten und Prozessen, Verständnis für AI-getriebene Geschäftsmodelle
- **Agile Leadership**
Entwicklung moderner Führungskompetenzen für dynamische, selbstorganisierte Teams

Mit einer Teilnehmerquote von 85% im Management-Circle erreichten wir eine hohe Akzeptanz und aktive Beteiligung. Das Programm kombiniert moderne Blended-Learning-Formate mit persönlichem Austausch in Präsenzformaten, internem Wissenstransfer durch Peer-Learning und externen Impulsen von Fachexpert:innen.

AUSBLICK 2025

Ab 2025 stehen die beiden weiteren Entwicklungsfelder auf dem Programm:

- **Entrepreneurship & Growth Mindset**
Förderung unternehmerischen Denkens und Eigenverantwortung
- **Diversity, Equity & Inclusion**
Stärkung von Vielfalt, Chancengleichheit und inklusiver Führung

Unser Ansatz folgt konsequent dem Prinzip des „Förderns und Forderns“: Wir schaffen Lernräume mit klaren Erwartungen an die aktive Teilnahme und Anwendung des Gelernten im Führungsalltag.

Wissensaustausch

Als sich stetig weiterentwickelnde Organisation fördern wir einen gruppenweiten Wissensaustausch, der Chancen zur Mitgestaltung und Weiterentwicklung eröffnet. Wir schaffen ein Umfeld, in dem sich jeder Einzelne wertgeschätzt sieht, individuell gefördert wird und effektiv lernen kann.

UNSERE PLATTFORMEN UND FORMATE

wissen@dumont: Eine eigene Plattform für Kollaboration mit Dokumenten, Präsentationen, Vorlagen, Richtlinien und Informationen über DuMont-Aktivitäten

Insights

Unser interner News-Channel (Intranet) für kontinuierlichen Wissenstransfer innerhalb der verschiedenen Geschäftsfelder

DuMont Circles

Ein hierarchiefreies und offenes Format, das Mitarbeiter:innen aus allen Tochterunternehmen ermöglicht:

- Vernetzung jenseits des Tagesgeschäfts zu zukunftsrelevanten Themen
- Voneinander lernen und gemeinsam neue Lösungsansätze entwickeln
- Dialog, Wissenstransfer und Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg

Der Auftakt erfolgte mit drei thematischen Schwerpunkten: New Work, Tech und Lead-Management. Heute gibt es übergeordnete Circles zu AI, ESG, People und Gender sowie spezialisierte Gruppen zur EU-Entwaldungsverordnung (EUDR), zum Lieferkettengesetz (LkSG) oder zur CO₂-Fußabdruck-Erhebung.

Die Circles zeichnen sich durch ihren selbstorganisierten und iterativen Charakter aus. In unterschiedlichen Moderationsformen – von Ideensprints über kollegiale Fallberatung bis zu fachlichen Deep Dives – teilen wir Erfahrungen, diskutieren Herausforderungen und stoßen konkrete Maßnahmen an. Externe Impulse und Best Practices erweitern regelmäßig den Horizont.

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Gesundheitsschutz und Sicherheit

Sicherheit am Arbeitsplatz hat für DuMont höchste Priorität. Wir haben umfassende Systeme, Maßnahmen und Sicherheitsprotokolle implementiert, um Arbeitsunfälle zu verhindern sowie die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen zu gewährleisten.

Managementsysteme und Konzepte

Unsere Managementsysteme zur Vermeidung von Arbeitsunfällen gewährleisten eine kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsumgebung:

- **Arbeitsschutzmanagementsysteme**
Risikomanagement- und Sicherheitsprozesse mit regelmäßigen Schulungen zu Standards in der Arbeitssicherheit
- **Unfallverhütungsprogramme**
Kontinuierliche Programme zur Risikominimierung durch Sicherheitsinspektionen und Notfallübungen
- **Berichterstattung und Untersuchung**
Klarer Mechanismus für die Meldung von Arbeitsunfällen mit detaillierten Unfalluntersuchungen

Am Standort Köln regeln wir Gesundheitsschutz und Vorsorge übergreifend:

- Wöchentliche Betriebsärzt:innen-Sprechstunde im Neven DuMont Haus
- Klassische ärztliche Beratungen und Grippe-schutzimpfungen
- Arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen für Bildschirmarbeitsplätze
- Diplom-Psycholog:in für Suchtberatung
- Jährlicher Gesundheitstag mit kooperierender Krankenkasse

Best Practice MARMIND: Das Gesundheitsprojekt „Healthy Masterminds“ überführten wir in ein betriebliches Gesundheitsmanagement.



2025 erhielt MARMIND das österreichische BGF-Gütesiegel für betriebliche Gesundheitsförderung (2025-2027).



Kennzahlen zu Krankheitstagen und Ausfällen

Arbeitsbedingte Todesfälle	Personenzahl
Anzahl der Todesfälle im Berichtszeitraum infolge arbeitsbedingter Verletzungen und arbeitsbedingter Erkrankungen in der eigenen Belegschaft	0
Anzahl der Todesfälle im Berichtszeitraum infolge arbeitsbedingter Verletzungen und arbeitsbedingter Erkrankungen anderer Beschäftigter, die in Betriebsstätten des Unternehmens arbeiten	0
Arbeitsbedingte Unfälle und Krankheiten	Personenzahl
Anzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle im Berichtszeitraum in der eigenen Belegschaft	17
Anzahl der Fälle meldepflichtiger arbeitsbedingter Erkrankungen im Berichtszeitraum von angestellten Beschäftigten , vorbehaltlich gesetzlicher Einschränkungen bei der Erhebung von Daten	1

Keine

Ausfalltage im Berichtszeitraum

aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen infolge von Arbeitsunfällen und arbeitsbedingter Erkrankungen von angestellten Beschäftigten

Lebensphasenorientiertes Arbeiten

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen liegt uns besonders am Herzen. Mit gezielten Angeboten unterstützen wir die Beschäftigten dabei, Beruf und Privatleben bestmöglich zu vereinen.

pme Familienservice-Angebote

- Informationen und Hilfestellungen in verschiedenen Lebensphasen
- Kinderbetreuung und Pflegeberatung
- Mental-Health-Angebote und Stressmanagement
- Lebenslagen-Coaching für psychische Gesundheit und bei Konflikten am Arbeitsplatz

Flexible Arbeitsmodelle

- Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitmodelle bei den meisten Tochtergesellschaften
- Möglichkeit zum mobilen Arbeiten
- Vertrauensarbeitszeit bei ELAINE, censhare, Eticor und MARMIND
- „Working abroad“ bei Facelift: bis zu 20 Tage pro Jahr aus dem Ausland arbeiten
- Sabbaticals für längere Auszeiten vom Arbeitsalltag

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Mentale Gesundheit

Neben vielfältigen Angeboten für körperliche Fitness setzen wir zunehmend auf Programme zur Stärkung der psychischen Widerstandskraft (Resilienz).

Diese Maßnahmen zielen darauf ab, Stress zu reduzieren, die mentale Gesundheit zu fördern und die Arbeitszufriedenheit zu steigern.

Unsere Maßnahmen:

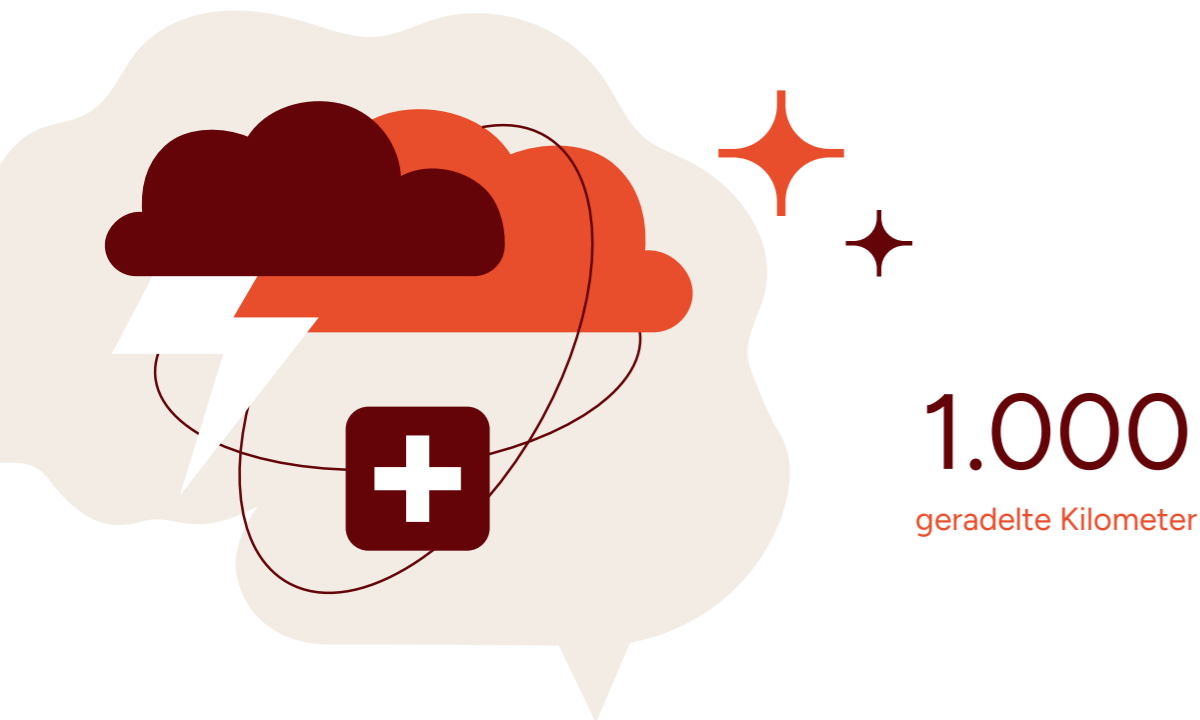
- Gruppenweit organisierter „Learning Day“ zur mentalen Gesundheit (erstmalig 2024)
- Zugang zur Mental-Health-App 7Minds mit über 1.200 Meditationsanleitungen, Achtsamkeitsübungen und Kursen in verschiedenen Sprachen
- Themen wie Stressbewältigung, Resilienz und emotionales Wohlbefinden

Sportlich aktiv in der Region

Auch 2024 waren viele Kolleg:innen beim B2Run in Köln am Start.

Gemeinsam mit 20.000 Teilnehmer:innen aus über 880 Kölner Unternehmen war DuMont mit Teams von KStA Medien, QUIFOS und dem Buchverlag dabei.

censhare nahm mit 15 Läufer:innen am B2Run in München teil und sammelte beim „Stadtradeln“ mit einem kleinen Team rund 1.000 Kilometer, wodurch wir CO₂-Emissionen für alltägliche Wege vermieden haben.



Gesellschaftliches Engagement

Als Familienunternehmen, das tief in der Region verwurzelt ist, betrachten wir gesellschaftliches Engagement als Herzstück unserer Kultur. Seit vielen Jahrzehnten engagiert sich DuMont aktiv in vielfältigen Initiativen.

Unternehmensübergreifendes gesellschaftliches Engagement

Alfred Neven DuMont-Stiftung

- Engagement, vornehmlich in Afrika
- Fokus auf Gesundheit und Ausbildung von Kindern und Jugendlichen
- Projekte: Bau eines Schwesternwohnheims in Uganda, Trinkwasser-Messkits, Monatshygiene-Artikel für junge Frauen

Stiftungsvorsitz:
Isabella Neven DuMont
Mitgesellschafterin und Aufsichtsratsmitglied

Kult-Crossing gemeinnützige GmbH

- Förderung des Zugangs zu kultureller Bildung für Kinder und Jugendliche
- KultShops (Workshops mit Kulturschaffenden), vergünstigte Kulturabonnements, Kurzfilmfest „mov“
- Kulturbaukasten zur Vernetzung von Schule, Kultur und Berufswelt

Geschäftsleitung:
Christian DuMont Schütte
Mitgesellschafter und Aufsichtsratsmitglied

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56

Unsere zwei Ziele für gesellschaftliches Engagement sind:

- 01** | Wir unterstützen mit „wir helfen“ in der Metropolregion Köln Kinder und Jugendliche in Not
- 02** | Wir unterstützen ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter:innen

Aktion „wir helfen“

„wir helfen“ ist eine vom Kölner Stadt-Anzeiger ins Leben gerufene Aktion für Kinder und Jugendliche in Not aus Köln und dem Rheinland. Den Verein gründeten wir 1998, die Spendenaktionen starteten vor knapp 30 Jahren.

Beeindruckende Bilanz

- Über 30 Millionen Euro Spenden seit Gründung gesammelt und weitergegeben
- Pro Jahr über 100 Projekte und Initiativen unterstützt
- KStA Medien trägt alle Verwaltungs- und Organisationskosten

2024: „wir helfen: weil jedes Kind wertvoll ist“

- 1,6 Millionen Euro eingenommen
- 139 Projekte, Initiativen und Vereine in Köln und der Region unterstützt
- Ziel: Kinder und Jugendliche sollen sich unabhängig von Herkunft, sozialem Status oder Geschlecht wertvoll fühlen

Ab Oktober 2024: „wir helfen: dass Kinder wieder mutig in die Zukunft gehen“

- Fokus auf Vertrauensbildung und Zukunftskompetenzen
- Unterstützung von Projekten, die Mut machen und jungen Menschen zeigen, dass sie ihre Lebensbedingungen aktiv beeinflussen können

Ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeitenden

Als Familienunternehmen fördern wir soziales Engagement unserer Mitarbeiter:innen und ermutigen sie, sich ehrenamtlich zu engagieren. Die konkrete Ausgestaltung erfolgt in den einzelnen Unternehmen von DuMont.

Social Day:

- Bei KStA Medien, Eticor und MARMIND etabliert
- Ein Tag pro Jahr für ehrenamtliches Engagement während der Arbeitszeit
- Freie Wahl der Aktivität und Organisation

DTAD:

- Gemeinsame ehrenamtliche Tätigkeiten während der Arbeitszeit
- Spenden für „Hey, Alter!“ (Chancengleichheit in der Bildung durch IT-Equipment)
- Unterstützung der Stiftung „Jona“ für Kinder und Jugendliche in Not
- Förderung von faktura Berlin für berufliche Rehabilitation

QUiNFOS und Bundesanzeiger:

- Gemeinsame ehrenamtliche Aktionen während der Arbeitszeit
- Kostenfreie Schulungen als Ersthelfer:innen und Brandschutzhelfer:innen beim Bundesanzeiger



Verbraucher:innen und Endnutzer:innen

DuMont misst der aktiven Einbindung von Verbraucher:innen sowie dem Schutz ihrer Rechte eine hohe Bedeutung bei. Im Hinblick auf künftige Anforderungen der ESRS nahmen wir im Berichtsjahr vorhandene Informationen hierzu auf.

Kommunikationswege und Beschwerdemanagement

DuMont und die Tochtergesellschaften haben alle rechtlich vorgesehenen Kommunikationswege eingerichtet:

- Melde- und Beschwerdewege nach Hinweisgeberschutzgesetz, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und DSGVO
- Bei KStA Medien und DuMont Buchverlag: Compliance-Ausschuss und Ombudsperson
- Allgemeine Kontaktmöglichkeiten über Impressumangaben auf Webseiten

Wir überprüfen die eingerichteten Wege und Prozesse laufend auf Optimierungsmöglichkeiten und verbessern sie bei Bedarf. Die Wirksamkeit der Kanäle stellen wir dadurch sicher, dass die zuständigen Personen und Stellen weisungsfrei sind.

Datenschutz

Alle DuMont-Gesellschaften verpflichten sich der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO):

- Regelung durch entsprechende Richtlinien und Code of Conduct
- Regelmäßige Überprüfung
- Datenverarbeitung unter Einhaltung der Grundsätze nach Art. 5 DSGVO
- Klare Fristen für Datenaufbewahrung
- Datenschutz- und Informationssicherheits-Teams mit regelmäßigen Schulungen

Verantwortungsvoller Umgang mit Technologie

Als Medien- und Tech-Unternehmen auf dem Weg zur AI Company sind für uns verantwortungsvoller Umgang mit Technologie, journalistische Integrität und die Anforderungen der europäischen AI-Verordnung von großer Wichtigkeit. Die Berichterstattung der Zeitungsverlage erfolgt unter Berücksichtigung der ethischen Standards für den Journalismus (Pressekodex).

Austausch mit Leser:innen

Im Bereich der Regionalmedien findet ein regelmäßiger Austausch statt:

- Leser:innentelefon, Hausführungen und Leser:innenumfragen bei Tageszeitungen
- Regelmäßige Marktforschungsumfragen bei Radiosendern
- Projekt „Zeitenwandel“: neue journalistische Formate mit sehr positiver Resonanz
- „Leser:innenreporter“: Leser:innen können eigene Beiträge verfassen und veröffentlichen

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56



Archana Kumari
Global Head of HR Shared Services,
Entirely (Censhare)



Julius Ernst
Team Lead Finance,
Entirely (Facelift)



Im Gespräch

Archana Kumari, Global Head of HR Shared Services, Entirely (Censhare) und **Julius Ernst**, Team Lead Finance, Entirely (Facelift)

Über Lernen, Vielfalt und Zusammenarbeit bei DuMont

Archana und Julius, die erste Frage geht an euch beide: Was schätzt und lernt ihr im Umgang mit Menschen bei DuMont?

Julius: Im täglichen Umgang schätze ich die Vielfalt und die Offenheit der Kolleg:innen sehr. Vor allem die Hilfsbereitschaft untereinander motiviert mich jeden Tag, gerne ins Office zu gehen.

Archana: Das kann ich nur bestätigen. Für mich war ein wichtiger inhaltlicher Lerneffekt, meine Kommunikation an verschiedene Persönlichkeiten und kulturelle Hintergründe anzupassen. Jede Begegnung lehrt mich, empathischer, geduldiger und lösungsorientierter zu sein. Ich schätze, wie wichtig Transparenz und Vertrauen für den Aufbau starker Arbeitsbeziehungen sind, insbesondere in einem globalen und vielfältigen Umfeld.

Archana, du bist schon seit einigen Jahren als Senior People & Organization Business Partner im Bereich Human Resources für censhare in Indien tätig. Wie viele Nationen treffen sich da?

Archana: Unsere Kolleg:innen kommen aus 30 verschiedenen Nationalitäten und arbeiten länderübergreifend zusammen, darunter Menschen aus Deutschland, den Niederlanden, Rumänien, den Vereinigten Staaten, dem Vereinigten Königreich, Frankreich, Schweden, der Schweiz und Indien. Diese Vielfalt fördert

unsere Innovationsfähigkeit, verbessert die Unternehmenskultur und stärkt unser Vermögen, Kund:innen rund um den Globus mit Empathie und Verständnis zu bedienen.

Ist das Wertesystem in einem so international aufgestellten Unternehmen nicht auch das Ergebnis eines Lernprozesses für das Unternehmen? Immerhin muss eine HR-Strategie es schaffen, dass die Menschen sich auf gemeinsame Werte einlassen.

Archana: Absolut. Bei censhare haben sich unsere Werte entwickelt, während wir gewachsen sind und voneinander gelernt haben. Aus der Perspektive der Personalabteilung geht es darum, ein gemeinsames Verständnis für gemeinsame Prinzipien zu schaffen und gleichzeitig lokale und individuelle Ausdrucksweisen zuzulassen. Das Ziel ist, eine Kultur mitzugestalten, in der sich jede:r gesehen, respektiert und ermächtigt fühlt, unabhängig vom Hintergrund.

Ein Verständnis für gemeinsame Werte also, aber dafür braucht es auch ein gemeinsames Interesse daran. Julius, glaubst du, dass Mitarbeiter:innen lernen wollen, wie ihnen diese gemeinsamen Werte helfen?

Julius: Sicher können gemeinsame Werte dazu beitragen, die intrinsische Motivation zu stärken. Gerade im Hinblick auf die ESG-Werte, für die DuMont einsteht, ist es wichtig, dass alle verstehen, wie jede:r Einzelne dazu beitragen kann.

Unsere Fokusthemen und Ziele im Bereich Social	40
Unsere Social-Strategie	42
Vielfalt und Gleichstellung	45
Lebenslanges Lernen	48
Gesundheitsschutz und Sicherheit	50
Gesellschaftliches Engagement	53
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
Im Gespräch	56



Archana: Für mich ging es nie darum, einem festgelegten Weg zu folgen, nur weil der Markt das sagt. Ich bin ein Mensch, der vermittelt und Win-Win-Situationen für sowohl die Mitarbeiter:innen als auch das Unternehmen schafft. Diese Denkweise hat mich dann auch in Richtung HR gezogen. Heute sehe ich, wie viel mehr ich beitragen kann, weil ich bereit bin, zu wachsen, zu lernen und Verantwortung für meinen Weg zu übernehmen.

Julius: Mir sind Menschen wichtig. Kolleg:innen, die dir helfen, dich fördern und einfach auch zur Seite stehen. Wir haben eine offene Fehlerkultur und die ist auch entscheidend. Fehler gehören bei einer Weiterentwicklung immer dazu, aber wie man mit diesen umgeht, macht den Unterschied.

„Fehler gehören bei einer Weiterentwicklung immer dazu, aber wie man mit diesen umgeht, macht den Unterschied.“

Lernfähigkeit ist für DuMont auch so wichtig, weil der Weg zur AI Company ein völlig neuer Weg ist. Das könnte auch Unsicherheit bei allen Beteiligten hervorrufen. Ihr seid bei censhare und Facelift da ganz nah dran. Wie begegnet man dem aus deiner Erfahrung?

Julius: Da habe ich mit meinem Hinweis auf unsere Fehlerkultur schon einen Akzent gesetzt. Es ist besonders dann wichtig, auch Fehler machen zu können und zu dürfen, wenn man neue Sachen ausprobiert und erlernt. Der Umgang mit KI bietet für jede:n Einzelne:n große Möglichkeiten, aber natürlich ist das „Herantasten“ an etwas Neues ein sehr individueller Prozess. In diesem Prozess geht es aus meiner Sicht darum, die Mitarbeiter:innen dabei zu unterstützen und zu schulen, wie sie die neuen Möglichkeiten in ihre Arbeit integrieren können.

Eine Frage an euch beide: DuMont hat das lebenslange Lernen als ein zentrales Thema in der Social-Strategie verankert. Geht es darum, immer weiter dazulernen oder voneinander zu lernen?

Julius: Die beiden Punkte schließen einander nicht aus, jede:r Mitarbeiter:in hat Stärken und Schwächen. Das trägt dazu bei, dass alle Mitarbeiter:innen sich laufend weiterentwickeln, indem sie auch von anderen etwas lernen.

Archana: Weiter zu lernen, hält uns neugierig, anpassungsfähig und offen für Veränderungen. Das ist in der heutigen Welt unerlässlich. Doch das Lernen voneinander macht diese Weiterentwicklung erst wertvoll. Bei DuMont und censhare sind wir von Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Erfahrungen umgeben. Da gibt es jeden Tag Gelegenheit, Dinge aus verschiedenen Perspektiven zu sehen und gemeinsam daran zu wachsen.

Ihr habt beide offensichtlich Freude daran, Neues zu lernen. Ein Blick in eure Biografien zeigt das. Du, Archana, hast deine berufliche Laufbahn im Ingenieurwesen begonnen und dich – seitdem du für censhare arbeitest – innerhalb von zwei Jahren auf die Rolle als HR Business Partner vorbereitet. Du, Julius, bist von Sales ins Controlling gewechselt. Was braucht man, um so lernbereit und auch fähig zum Lernen zu sein?

DuMont ist als Unternehmen seit Generationen äußerst lernfähig und das ist eine solide und agile Basis für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Wie würdet ihr das Mindset beschreiben, das DuMont für eine erfolgreiche Zukunft braucht?

Julius: Sowohl bei Facelift wie im Austausch mit anderen Unternehmen aus der DuMont-Gruppe begegnen mir die Menschen immer mit dem Mindset, etwas Neues zu lernen und offen zu sein für Veränderungen. Ich denke, insgesamt geht es darum, zu verstehen: Was gestern noch ein guter Prozess war, kann sich morgen ändern. Und wer sich mitentwickelt, wird auch morgen noch erfolgreich und zufrieden sein.

Archana: Das „Erbe von DuMont“, so nenne ich das mal, sich anpassen zu können, ist eine kraftvolle Grundlage für uns. Eine, die Stabilität mit Agilität verbindet und die Basis für langfristigen Erfolg ist. Für die Zukunft benötigen wir eine Denkweise, die zugleich in Resilienz und Neugier verwurzelt ist. Das bedeutet, sich auf das zu konzentrieren, was funktioniert hat, während man kontinuierlich hinterfragt und sich weiterentwickelt. Es geht darum, offen für neue Ideen zu sein, ohne die eigenen Stärken aus den Augen zu verlieren. Diese Denkweise ist auch mutig und zukunftsorientiert.

Sind es also vor allem die lernbereiten und lernfähigen Mitarbeiter:innen, die die Lernfähigkeit des gesamten Unternehmens ausmachen, damit es gegenüber den Herausforderungen der Zeit resilient sein kann?

Julius: Es ist immer ein Zusammenspiel aus erfahrenen und natürlich auch jungen, lernbereiten Kolleg:innen. Diversität in den Unternehmen ist wichtig, um die Herausforderungen der heutigen Zeit zu meistern.

Es gibt eine junge Generation, die sich auch von etablierten Unternehmen den Spirit eines Start-ups wünscht. Muss da auch ein Unternehmen umdenken und dazulernen, wenn es junge Talente anziehen will?

Julius: Absolut. Junge Talente erwarten heute häufig eine Arbeitskultur, die Flexibilität, flache Hierarchien, Eigenverantwortung und Sinnstiftung bietet – also Merkmale, die man klassischerweise mit Start-ups verbindet. Etablierte Unternehmen sollten also unbedingt offen sein, sich kulturell zu erneuern, wenn sie junge Talente gewinnen und langfristig halten wollen. Dabei geht es nicht nur um moderne Arbeitsmethoden, sondern vor allem um eine authentische Haltung, Transparenz und echte Entwicklungsmöglichkeiten. Unternehmen wie Facelift, aber auch DuMont in der Gruppe, die sich hier bewegen und kontinuierlich lernen, sind im Wettbewerb um die besten Köpfe deutlich erfolgreicher.

„Für die Zukunft benötigen wir eine Denkweise, die zugleich in Resilienz und Neugier verwurzelt ist.“

Wenn DuMont den Menschen und seine Fähigkeiten als eine treibende Kraft für die Zukunft begreift, ist dann der wirtschaftliche Erfolg nicht auch ein sozialer Fortschritt?

Julius: Aus meiner Sicht können alle mit ihren Aufgaben und Tätigkeiten zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Diese Verantwortung bietet dabei gleichzeitig aber auch die Chance, sich weiterzuentwickeln. Das Unternehmen ist aber dafür da, die „Leitplanken zu setzen“ und die Mitarbeiter:innen auch zu schützen.

Archana: So ist es. Wenn DuMont Menschen und ihre Fähigkeiten als die treibende Kraft für die Zukunft sieht, gehen wirtschaftlicher Erfolg und sozialer Fortschritt Hand in Hand.

04 _ Governance

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Governance



„Wir haben auf dem Weg zur AI Company die Möglichkeit, Fortschritt zu gestalten. Diesen Weg gehen wir gemeinsam auf der Basis verlässlicher Grundlagen mit all den Menschen, die uns verbunden sind: als Mitarbeiter:innen, Kund:innen sowie Partner:innen. Wir wollen unsere Stakeholder:innen einbinden, motivieren und begleiten. Denn nachhaltige Unternehmensführung ist eine Gemeinschaftsleistung, die neue Perspektiven eröffnet. Das ist es, was wir in diesen Zeiten dringend brauchen.“

Stefan Hütwohl, CFO DuMont

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Unsere Fokusthemen im Bereich **Governance**

Governance – speziell „Good Governance“ – ist angesichts gestiegener Herausforderungen in Gesellschaft und Wirtschaft von entscheidender Bedeutung.

Hierbei geht es um die Reputation unseres Unternehmens in der Öffentlichkeit und um die Grundlagen unseres Miteinanders. Governance als dritte Säule der ESG-Strategie stellt bei uns eine nachhaltige und verantwortungsbewusste

Unternehmensführung sicher. Dabei orientieren wir uns an vier Prinzipien von Good Governance, die für jede Führungskraft und alle Mitarbeiter:innen von DuMont gelten und uns Orientierung im Umgang mit Dritten geben.



Bei DuMont existiert eine einheitliche, vom Aufsichtsrat der Gruppe festgelegte Geschäftsordnung, die unmittelbar für das Group Management Board und mittelbar für die Organe der Geschäftsbereiche angemessene Regeln und Handlungsspielräume definiert. Innerhalb dieses Regelwerks können sich die Verantwortlichen frei bewegen und wiederum Governance-Richtlinien für ihre zugeordneten Tochtergesellschaften ableiten.

Dies stellt sicher, dass auch bei den einzelnen Unternehmen entsprechende Regelwerke konsequent zur Anwendung kommen, ohne die unternehmerischen Aktivitäten zu beschneiden. Es entspricht unserem Verständnis eines „Modus Operandi“ als dezentral aufgestellte Gruppe von Unternehmen.

Wir übertragen Entscheidungsbefugnisse unter Einhaltung gemeinsamer Rahmenbedingungen auf die einzelnen Unternehmen. Organisatorisch haben wir mit Beirats- und Aufsichtsratsgremien relevante Kontrollinstanzen eingerichtet und in unseren Gesellschaften Compliance-Systeme etabliert, mit denen wir die Einhaltung von Ethikstandards und Menschenrechten überwachen.

Unsere Grundwerte und Standards

Wir bekennen uns zu den Grund- und Menschenrechten, wie sie niedergelegt sind in

- dem Vertrag über die Europäische Union
- der Charta der Vereinten Nationen
- dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland

Wir befolgen die in Deutschland und der Europäischen Union bestehenden Gesetze, Vorschriften und Normen. Weitere international anerkannte Standards und Vereinbarungen, an denen wir uns orientieren:

- Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen
- Die 10 Prinzipien des UN Global Compact
- UN-Kinderrechtskonventionen
- Konventionen und Empfehlungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)

Unsere Wesentlichkeitsanalyse nach CSRD ergab, dass im Bereich Governance das Thema Unternehmenskultur für uns ein wesentlicher Aspekt ist. Insgesamt haben wir zwölf Bausteine definiert, die unsere Governance-Strategie ausmachen.

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Unsere Governance-Strategie

Unsere Governance-Strategie besteht aus zwölf Bausteinen.

1. Sicherstellung struktureller und formalisierter Governance	2. Einführung, Betrieb und Optimierung eines Risikomanagement-Systems	3. Beauftragung und risikoorientierte Durchführung einer externen Revision
4. Einführung und Betrieb eines Hinweisgeber-systems	5. Einführung eines Code of Conduct (CoC)	6. Etablierung ausgewählter Arbeitsanweisungen für bestimmte Kernprozesse
7. Benennung Compliance-Beauftragte	8. Einführung und Betrieb eines Compliance-Management-Systems	9. Einhaltung des Lieferkettensorgfalts-pflichtengesetzes (LkSG)
10. Sicherstellung eines effektiven Internen Kontrollsystems (IKS)	11. Entwicklung und Umsetzung des Konzepts „Desaster Recovery“ für eigene Rechenzentren	12. Einhaltung versicherungsseitiger Cyber-Security-Auflagen

Governance zur Risikosteuerung

Die Fülle und der Umfang der Regelungen, die von einer Gruppe von Unternehmen wie DuMont einzuhalten sind, stellen ein Compliance-Risiko dar und sind von den jeweiligen Geschäftsleitungen rechtzeitig zu adressieren. Durch eine frühzeitige Auseinandersetzung mit anstehenden Änderungen und deren Berücksichtigung in den Geschäftsprozessen können wir vorausschauend handeln und unvorteilhafte Entwicklungen vermeiden.

Mit unserer Governance-Strategie tragen wir dazu bei, Risiken für die Gruppe zu verringern und die Reputation unseres Unternehmens zu schützen. Dabei ist sie themenabhängig eng an gesetzliche Vorgaben und Verpflichtungen geknüpft.



RISIKOMANAGEMENT-SYSTEM

Wir haben ein funktionierendes Risikomanagement-System errichtet und betreiben es. Dies stellt sicher, dass wir zu bestimmten Zeitpunkten Risiken identifizieren, bewerten und auf der Gruppenebene aggregieren können.

EXTERNE REVISION

Zur risikoorientierten Governance gehört die Beauftragung und Involvierung einer professionellen externen Revision für einen unabhängigen Blick auf maßgebliche Geschäftsprozesse, wozu auch ESG-Sachverhalte zählen. Die Externalisierung der Revisionsaktivitäten führen wir seit vielen Jahren mit anerkannten, überregional tätigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften durch.

Um den geltenden Regularien konstruktiv zu begegnen, haben wir entsprechende Verantwortlichkeiten entweder gruppenweit oder auf der Ebene der einzelnen Gesellschaften festgelegt und fallweise umfangreiche Managementsysteme geschaffen. Im Bedarfsfall verankern wir in der Gruppe von Unternehmen auch Regelungen, die über die gesetzlichen Verpflichtungen hinausgehen.

Zu den gruppenübergreifend vorgegebenen Kernparametern der Governance zählen:

- Internes Kontrollsystem
- Einhaltung des „4-Augen-Prinzips“
- Formalisierte Governance-Prozeduren (Gremiensitzungen, Protokollierungen, Beauftragungen neutraler Dritter)

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Unternehmenskultur

Warum Kultur zählt

Wir sind bei DuMont entschlossen, eine Unternehmenskultur zu leben, in der wir fair und respektvoll miteinander umgehen, integer handeln, transparent agieren, aufrichtig kommunizieren und Verantwortung für unser Handeln übernehmen.

Die Aktivitäten unseres Familienunternehmens werden durch gemeinsame Grundlagen und Normen, Werte oder Aufgabenerklärungen geleitet.

Zentraler Anker sind dabei unsere fünf Unternehmenswerte **Verantwortung, Nachhaltigkeit, Relevanz, Unternehmertum** und **Offenheit**.

Unser öffentlich zugänglicher Verhaltenskodex („Code of Conduct“) spiegelt diesen Wertekanon und stellt den formellen Rahmen hierfür dar. Doch unsere Unternehmenskultur geht weit darüber hinaus: Sie wird durch den alltäglichen Umgang und das Miteinander geprägt.

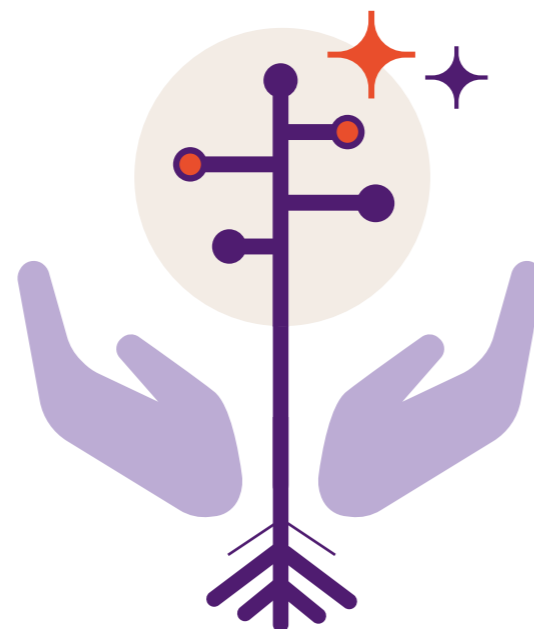
Durch gezielte Schulungen und Workshops unterstützen wir unsere Führungskräfte und Mitarbeitenden in ihrer Weiterentwicklung. Dabei steht die Entwicklung von vier Zukunftskompetenzen besonders im Fokus:

- 01 | Agile Leadership
- 02 | AI & Technology
- 03 | Entrepreneurship
- 04 | Diversity, Equity and Inclusion

Unsere Vision

Eine dynamische Führungskultur schaffen, die Innovation, Offenheit für Veränderung und lebenslanges Lernen fördert, um die besten Talente zu gewinnen und nachhaltig zu wirtschaften.

85 %
 der Führungskräfte
 im Management-Circle
 durchliefen 2024 ein
 Weiterentwicklungsprogramm
 zur Förderung
 von Unternehmertum
 („growth mindset“)
 und Lernkultur.



Maßnahmen zur Förderung der Unternehmenskultur

Wir schaffen eine Umgebung, die sowohl die persönliche als auch die fachliche Entwicklung unserer Mitarbeiter:innen unterstützt und die fünf zentralen Unternehmenswerte aktiv im Arbeitsalltag integriert:

WERTEORIENTIERTE FÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Wir stellen eine transparente und offene Kommunikationsstruktur durch regelmäßige Unternehmens-Updates, interne Foren und Feedbackprozesse sicher. Bereichsübergreifende Dialogformate und hierarchiefreie Circles ermöglichen einen direkten Austausch zwischen Management und Mitarbeiter:innen.

FÖRDERUNG VON INNOVATION & UNTERNEHMERTUM

Wir ermutigen Mitarbeiter:innen zum Unternehmertum („growth mindset“) und dazu, neue Ideen einzubringen, um sich selbst und das Unternehmen weiterzuentwickeln. Im Rahmen der Talent Community fördern wir Entrepreneurship durch Programme, die innovative Ansätze fördern und Mitarbeiter:innen befähigen, eigene Projekte umzusetzen.

WEITERBILDUNG & PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

Im Rahmen der „Talent Community“ legt DuMont besonderen Wert auf die Entwicklung von Fach-, Führungs- und Nachwuchstalente. Die gruppenweite Lern- und Entwicklungsplattform fördert eine offene und lebendige Lernkultur, die wir auf die Bedarfe unterschiedlicher Zielgruppen zuschneiden.

In digitalen, interaktiven und Präsenzformaten entstehen Lernräume, die den gruppenweiten Austausch stärken und individuelle Entwicklung fördern, ganz im Sinn einer zukunftsgerichteten Führungskultur. Dabei gilt das Prinzip des Förderns und Forderns, verbunden mit einem offenen Bewerbungsprozess und der aktiven Einbindung der Tochterunternehmen. So wird Lernen bei DuMont nicht als Maßnahme verstanden, sondern als Teil einer nachhaltigen Unternehmensstrategie.

VERANTWORTUNGSBEWUSSTE ARBEITSWEISE

Wir fördern nachhaltige Arbeitsprozesse, u. a. durch klimafreundliche Richtlinien für Reisen und Mobilität, Maßnahmen zur Unterstützung gemeinnütziger Projekte und sozialer Initiativen.



„Gestaltungsfähigkeit zeigt sich für mich dort, wo kreative Exzellenz, echte Freiräume und strukturelle Verantwortung ineinandergreifen. In meiner Rolle als Head of Marketing Coordination bei Entirely gestalte ich nicht nur Marktbilder, sondern auch die Art und Weise, wie wir Zusammenarbeit denken und leben – über Standorte, Kulturen und Unternehmensgrenzen hinweg.“

Es geht nicht allein darum, Kampagnen zu verwirklichen, sondern immer auch eine Identität zu formen, die Orientierung gibt und Menschen verbindet. Eine solche Identität entsteht nicht im Alleingang, sondern im Miteinander – mit Kolleg:innen ebenso wie mit externen Impulsgeber:innen, die Perspektiven erweitern, herausfordern und inspirieren. In einem dynamischen, digital geprägten Arbeitsumfeld mit über 500 Mitarbeiter:innen weltweit verstehe ich bei Entirely Strukturen nicht als Limitierung, sondern als Ermöglichungsrahmen. Governance heißt in diesem Kontext: Orientierung geben durch klare Prinzipien – und Vertrauen schaffen, um Handlungsspielräume zu nutzen.“

Elena Dana Rohde
Deputy Director Demand Generation, Entirely (Facelift)

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Unser Code of Conduct

Die Verbindung von unternehmerischem Handeln und ethischen Grundsätzen gehört zu den tragenden Säulen unseres Erfolgs. Deshalb entwickelten und veröffentlichten wir 2023 auf der Gruppenebene einen umfangreichen Verhaltenskodex (Code of Conduct).

Als Familienunternehmen wollen wir ökonomischen Erfolg mit ökologischer und sozialer Leistung verbinden. Unser Code of Conduct enthält grundlegende Informationen und Hinweise und soll helfen, im Tagesgeschäft auch für unsere Geschäftspartner:innen die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Der Code of Conduct legt fest, wie wir miteinander umgehen wollen, welche ethischen Standards gelten und welche Verhaltensweisen wir voneinander erwarten. Er verschriftlicht sowohl gesetzliche Regelungen als auch unsere eigenen Ansprüche an nachhaltige Geschäftspraktiken. Als Baustein 5 hat der Code of Conduct einen festen Platz in unserer Governance-Strategie. Die Tochtergesellschaften haben den Code of Conduct entweder wörtlich oder sinngemäß übernommen.

Inhalte unseres Verhaltenskodexes

Der Verhaltenskodex orientiert sich an den drei Handlungsfeldern Environment (E), Social (S) und Governance (G) und behandelt unter anderem

- Umweltschutz und Reduktion des CO₂-Fußabdrucks
- Menschen- und Persönlichkeitsrechte
- Feedback und Fehlerkultur
- Antikorruption und ordnungsgemäße Dokumentation

Wir setzen darauf, dass die Führungskräfte von DuMont als Vorbilder handeln, indem sie rechtlich einwandfreies und integrires Verhalten glaubhaft vorleben. Sie stellen außerdem sicher, dass die Mitarbeiter:innen den Code of Conduct und dessen Anforderungen kennen und sich danach verhalten. Schulungen für Mitarbeiter:innen helfen bei der Umsetzung.



Mehr Informationen

Für unmittelbare Lieferant:innen, bei denen wir ein höheres menschenrechts- oder umweltbezogenes Risiko vermuten, sorgen wir dafür, dass sie die Bestimmungen unseres Verhaltenskodexes akzeptieren oder über einen vergleichbaren Lieferant:innenkodex verfügen.

Grundsaterklärung der Menschenrechte

Ergänzend zum Code of Conduct verabschiedeten wir eine „Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte und Wahrnehmung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten durch DuMont“. Sie dient dazu, eine Verletzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten in der eigenen Geschäftstätigkeit und in der Lieferkette möglichst zu vermeiden.

Die Erklärung bildet auch die Grundlage für die Erfüllung der Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes. Für die Umsetzung und Einhaltung der Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte sind die Geschäftsleitungen der Gruppe von Unternehmen und ihrer Geschäftsbereiche verantwortlich.



Mehr Informationen

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Compliance

Eine wichtige Aufgabe ist es, Arbeitsanweisungen für Kernprozesse in unserem Compliance-Management einzurichten.

Dazu gehört unter Berücksichtigung von Relevanzmaßstäben beziehungsweise gesetzlichen Vorgaben auch die Benennung von Compliance-Beauftragten für Aufgaben wie

- IT-Sicherheit
- Umweltschutz
- Arbeitsschutz
- Allgemeine Gleichbehandlung

Wir stellen den Datenschutz bei allen DuMont-Gesellschaften sicher.

Compliance-Richtlinien

Die Compliance-Richtlinien der KStA Medien beinhalten beispielsweise eine Verhaltensrichtlinie zum Umgang mit Einladungen, Geschenken und anderen Zuwendungen:

- Dokumentationspflicht ab 35 € Wertgrenze
- Genehmigungspflicht durch Vorgesetzte ab 100 €
- Meldewege über Compliance-Ausschuss, Betriebsrat oder Ombudsperson

Für eingeführte Compliance-Management-Systeme führten wir flächendeckend Schulungen der Mitarbeiter:innen durch. Schulungen umfassen Themen wie Antikorruption, Datenschutz und das Hinweisgebersystem, die wir auch in Form von E-Learnings bereitstellen.

AI Compliance

Für Compliance mit den Vorgaben aus dem AI-Act der EU adressieren wir diese Themen im gruppenweiten AI-Circle.

Wir machen Mitarbeiter:innen über E-Learnings sowie Präsenzs Schulungen mit den Themen vertraut. Mit den Implikationen aus dem EU-AI-Act und den erforderlichen prozessualen und systemseitigen Anpassungen werden wir uns auch in Zukunft intensiv beschäftigen.

Korruptionsprävention

Korruption und Bestechung sind wichtige Themen bei der Compliance. In der Verantwortung stehen hier Mitarbeiter:innen, die aufgrund ihrer Position maßgebende geschäftliche Entscheidungen treffen. Durch Schulungsmaßnahmen und das verankerte Vier-Augen-Prinzip in der Vertretungsregelung (Gesamtvertretung) unterstützen wir sie und helfen, entsprechende Risiken zu verringern.

In der Gruppe von Unternehmen haben wir spezifische Richtlinien zu folgenden Compliance-Sachverhalten eingeführt:

- Regelungen zu Freigaben im Zahlungsverkehr
- Sicherstellung von Anti-Korruptionsmaßnahmen (zum Beispiel Umgang mit Zuwendungen)
- Geschäfte mit nahestehenden Personen
- Umgang mit freien Mitarbeiter:innen zur Einhaltung der Regelungen zu Mindestlohn und Selbstständigkeit
- Handhabung von „freien Tagen“ in der Redaktion (nur KStA Medien)
- Klimafreundliche Reiserichtlinien

Hinweisgebersystem

Die verpflichtende Einführung und der Betrieb eines Hinweisgebersystems sind als Baustein 4 in unserer Governance-Strategie verankert.

EU-KONFORME MELDESTELLEN

Für hinweisgebende Personen haben wir EU-konforme interne und externe Meldestellen eingerichtet. Diese sind Teil eines institutionalisierten Hinweisgebersystems zur Meldung von Verstößen. Gruppenweit führten wir für jede operative Gesellschaft ein Hinweisgebersystem ein.

Darüber können gemeldet werden:

- Potenzielle Verstöße gegen unseren Code of Conduct
- Verstöße gegen andere Unternehmensrichtlinien
- Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften

Zum Teil bestellen wir für Zwecke einer Beschwerdestelle eine:n externe:n Rechtsanwält:in als Compliance-Ombudsperson, an die sich Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner:innen sowie Dritte bei vermuteten Verstößen wenden können – auch anonym. Gemeldete Verstöße gelangen entweder an die Ombudsperson oder über ein Software-tool an die zuständige Stelle im Unternehmen.

KONTAKTDATEN

Hinweisen auf etwaige Verstöße gehen wir konsequent nach. Wir überprüfen unternehmensinterne Prozesse zur Erkennung von Missständen regelmäßig und entwickeln sie weiter. Die Wirksamkeit der Kanäle stellen wir dadurch sicher, dass die zuständigen Personen und Stellen weisungsfrei sind.



Kontaktinformationen auf der DuMont-Internetseite unter „Nachhaltigkeit – DuMont“

AGG-BESCHWERDESTELLE

Ein:e Justiziar:in am Kölner Standort ist damit betraut, die Funktion einer Beschwerdestelle nach § 13 des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) schrittweise für die gesamten KStA Medien wahrzunehmen. Benachteiligungen für Mitarbeiter:innen im beruflichen Kontext wollen wir verhindern, indem wir eventuelle Missstände identifizieren und abstellen. Die AGG-Beauftragte bearbeitet alle eingehenden Beschwerden und prüft, ob eine tatsächliche Ungleichheit vorliegt. In anderen Gesellschaften gilt Entsprechendes, soweit eine gesetzliche Verpflichtung besteht.

ALTERNATIVE MELDEWEGE

Wir ermutigen alle Mitarbeiter:innen, Verstöße zu melden bei

- der Unternehmensführung
- den in einzelnen Gesellschaften vorhandenen Betriebsräten
- den Mitarbeiter:innen der jeweiligen Personalabteilung
- den für die Compliance zuständigen Stellen

Dies kommunizieren wir regelmäßig als Alternative zur Meldung über das Hinweisgebersystem über das Intranet.

Keine Fälle

von Korruption und Bestechung wurden im Berichtszeitraum über unsere Meldekanäle bekannt.

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

Lieferkettensorgfaltspflichten

DuMont hat im Berichtsjahr erneut die Sorgfaltspflicht für das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) in Übereinstimmung mit den ursprünglich gesetzten engen zeitlichen Vorgaben erfüllt.

Wir erstellten unseren Bericht für das Geschäftsjahr 2024 auf der Ebene der Gruppe, übermittelten ihn an die BAFA und veröffentlichten ihn auf der Webseite des Unternehmens.



Mehr Informationen

Ein Bestandteil der Risikoanalyse ist die Lieferant:innenselbstauskunft. Durch sie fordern wir Informationen der Lieferant:innen an, wenn die abstrakte Risikoanalyse ein menschenrechtliches oder umweltbezogenes Risiko ergeben hat.

In diesem Zusammenhang fordern wir die/den Lieferant:in zu Informationen über einen eigenen Code of Conduct auf oder bitten sie/ihn, die DuMont-Werte anzuerkennen.

ERGEBNIS 2024

Im Berichtszeitraum stellten wir, gestützt durch unsere auf den digitalen Eckpfeilern Content-Daten-Technology beruhenden Geschäftsmodelle, bei unseren Lieferant:innen keine Verletzung einer menschenrechts- oder umweltbezogenen Pflicht fest.

Compliance zur EUDR-Anforderung

In Vorbereitung auf die Einhaltung der Entwaldungsverordnung (EUDR) stellten wir im Berichtsjahr ein interdisziplinäres und geschäftsbereichsübergreifendes Projektteam zusammen, das unter der Projektleitung des Buchverlags steht.

BETROFFENE BEREICHE UND ZEITPLAN

Die Compliance mit den anspruchsvollen und bürokratielastigen Vorgaben zu entwaldungsfreien Lieferketten soll zum 31.12.2025 gegeben sein und betrifft bei DuMont

- DuMont Buchverlag
- Zeitungsaktivitäten der KStA Medien
- Print-Aktivitäten des Reguvis Fachverlags
- Bundesanzeiger

PROJEKTFORTSCHRITT

Das Projektteam hat sich mit den vielfältigen Anforderungen der EUDR auseinandergesetzt und trotz unbestimmter Rechtsbegriffe grundlegende Fragen der Betroffenheit analysiert:

- Welche Güter liegen im Anwendungsbereich der Richtlinie?
- In welcher spezifischen Rolle agieren die DuMont-Gesellschaften im Markt?

Zur weiteren Spezifizierung müssen zusätzliche Analysen der Lieferkette, relevanter Lieferant:innen und Risikobewertungen stattfinden. Das Ziel ist, 2026 regelkonform aufgestellt zu sein und entsprechende Berichte erstellen zu können.

Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen

Kontrollgremien haben wir bei DuMont sowohl auf der Ebene der Gruppe als auch auf der Ebene der Geschäftsbereiche installiert.

Um den vielfältigen Erfordernissen der Unternehmen gerecht zu werden, sind in diesen Gremien Personen tätig, die über die notwendigen fachlichen Kompetenzen verfügen. Wir entwickeln die ESG-Kompetenz innerhalb der Führungs- und Überwachungsorgane bedarfsgerecht weiter.

- 16 Sitze in den Kontrollgremien insgesamt
- 10 Mitglieder aktuell besetzt
- 2 Frauen (20%)
- 8 Männer (80%)
- 5 externe Mitglieder (50% der besetzten Sitze)

Aufgaben der Kontrollgremien

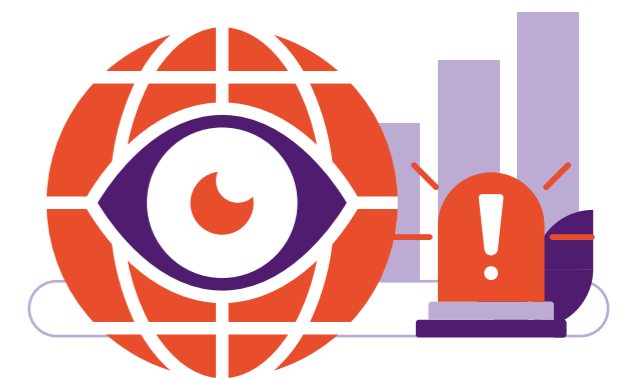
Die Kontrollgremien

- wachen objektiv und unabhängig über die verantwortungsvolle Unternehmensführung
- sind für die adäquate Besetzung des Managements zuständig
- unterstützen die Gruppe von Unternehmen bei der Erfüllung ihrer Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Stakeholder:innen
- fordern Transparenz ein
- stellen über die jeweiligen Geschäftsleitungen sicher, dass Nachhaltigkeitsziele erreicht und eingehalten werden

Oberste Leitungs- und Aufsichtsorgane

Das oberste Leitungs- und Aufsichtsorgan der berichtenden Einheit umfasst insgesamt acht Personen:

- 5 nicht geschäftsführende Mitglieder im Aufsichtsrat
- 3 geschäftsführende Mitglieder im Group Management Board



Keine Beschwerden

im Berichtszeitraum eingegangen

Unsere Fokusthemen im Bereich Governance	62
Unsere Governance-Strategie	64
Unternehmenskultur	66
Unser Code of Conduct	69
Compliance	70
Kontrollgremien und Compliance-Mechanismen	73
Zertifizierungen	75

ESG-Kompetenz in den Führungsgremien

Innerhalb des Group Management Board befassen sich alle drei Mitglieder seit mehreren Jahren intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmenskontext.

Sie verfügen über fundierte Kenntnisse zu

- der ESG-Strategie
- den regulatorischen Anforderungen (CSRD, EU-Taxonomie, Lieferkettengesetz)
- der Umsetzung entsprechender Transformationsprozesse
- einschlägigen Fort- und Weiterbildungen (TÜV-Zertifizierungslehrgängen)

Im Aufsichtsrat sind diverse Mitglieder als Unternehmer:innen tätig. Ein Mitglied führt ein Unternehmen, das perspektivisch selbst der CSRD-Berichtspflicht unterliegt, und bringt Erfahrung in der strategischen Steuerung nachhaltigkeitsbezogener Themen sowie in der Bewertung ESG-relevanter Risiken ein.

Die übrigen Mitglieder repräsentieren im Wesentlichen die Gesellschafterstruktur der Gruppe und haben langjährige Erfahrung in der Unternehmensführung mit wachsendem ESG-Schwerpunkt.

Gremien bei DuMont bis 31.12.2024

Aufsichtsrat

Isabella Neven DuMont
Christian DuMont Schütte
Dr. Patrick Adenauer*
Stephan Schubert*
Hannibal DuMont Schütte

Group Management Board

Dr. Christoph Bauer
Stefan Hütwohl
Oliver Eckert

Aufsichtsrat Bundesanzeiger

Ruth Schröder*
Dr. Christoph Bauer
Stefan Hütwohl

Beirat Entirely

Stefan Hütwohl
Benjamin Schröter (bis 31.12.24)*
Stephan Schubert*
Oliver Eckert

Beirat Buchverlag

Dr. Christoph Bauer
Isabella Neven DuMont

* extern

Zertifizierungen

Zertifizierungen spielen eine große Rolle in der Steuerung unserer Nachhaltigkeitsaufgaben. Aufgrund der heterogenen Zusammensetzung des Unternehmensportfolios bestehen keine grundsätzlichen Vorgaben zu Zertifizierungen.

Die jeweiligen Geschäftsleitungen setzen diese einzelfallbezogen in Abhängigkeit vom Geschäftsmodell und den marktseitigen beziehungsweise regulatorischen Anforderungen um.

Wichtige Zertifikate

Neben den beiden wichtigen Zertifikaten

- ISO 9001 (Qualitätsmanagementsystem) und
- ISO 27001 (Informationssicherheits- Managementsystem)

sind ausgewählte Unternehmen auch nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert.

Im Berichtsjahr bewertete ClimatePartner außerdem unsere Dekarbonisierungs-Roadmap und zeichnete sie erneut mit dem „CP-certified“-Siegel aus. Dieses Label dürfen nur Unternehmen verwenden, die fünf definierte Maßnahmen zum Klimaschutz erfolgreich umgesetzt haben.



Die Nachhaltigkeitsstrategie von DuMont wurde 2024 im Rahmen des ESG Summit während der European Sustainability Week in Bonn mit dem „ESG Transparency Award“ von EUPD Research ausgezeichnet.

Der Preis honoriert europäische Unternehmen, die zukunftsweisende Nachhaltigkeitskonzepte in ihrem Unternehmen verankert haben und diese transparent in Form eines Nachhaltigkeitsberichts kommunizieren. Der ESG Transparency Evaluation Standard berücksichtigt alle relevanten Aspekte in den Bereichen Environmental, Social und Governance.

Mit einem **Score von 89 Prozent hat DuMont die Exzellenzstufe erreicht** und darf sich künftig auch öffentlichkeitswirksam **„ESG Leading Company“** nennen.

„Wir freuen uns über die Auszeichnung in einem hochkarätig besetzten Teilnehmer:innenfeld. Damit können wir klar zeigen, wie für uns als Familienunternehmen nachhaltiges Wirtschaften und wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit Hand in Hand gehen.“

Stefan Hütwohl, CFO DuMont

05

Appendix

Kennzahlentabellen

E1-6: THG-Emissionen 2024

→ Aufgeschlüsselt nach Scopes und Kategorien

Stand 2025

	Basisjahr 2022 (t CO ₂ e)	Jahr 2024 (t CO ₂ e)	Veränderung (t CO ₂ e)	Veränderung (prozentual)
SCOPE-1-TREIBHAUSGASEMISSIONEN				
Scope-1-THG-Bruttoemissionen	3.201,0	331,8	-2.869,2	-89,6%
SCOPE-2-TREIBHAUSGASEMISSIONEN				
Standortbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen	4.669,4	1.683,2	-2.986,1	-64,0%
Marktbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen	1.176,6	1.189,7	13,1	1,1%
SCOPE-3-TREIBHAUSGASEMISSIONEN				
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	34.331,6	6.651,0	-27.680,6	-80,6%
Investitionsgüter	1.113,8	11.512,7	10.398,9	933,6%
Tätigkeiten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	1.236,0	332,3	-903,7	-73,1%
Vorgelagerter Transport	1.382,1	-	-1.382,1	-100,0%
Abfallaufkommen	160,9	141,7	-19,2	-12,0%
Geschäftsreisen	414,9	465,1	50,2	12,1%
Mitarbeiterpendeln	3.635,5	1.389,2	-2.246,3	-61,8%
Vorgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	-	-	-	-
Nachgelagerter Transport	365,6	398,6	33,0	9,0%
Verarbeitung verkaufter Produkte	-	-	-	-
Verwendung verkaufter Produkte	1.112,6	1.374,9	262,3	23,6%
Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer	102,5	71,1	-31,4	-30,6%
Nachgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter	-	-	-	-
Franchises	-	-	-	-
Investitionen	173,0	102,8	-70,2	-40,6%
TREIBHAUSGASEMISSIONEN GESAMT				
THG-Emissionen insgesamt (standortbezogen)	51.899,0	24.454,4	-27.444,6	-52,9%
THG-Emissionen insgesamt (marktbezogen)	48.406,2	23.960,8	-24.445,4	-50,5%

Zur Methodik: Die angewandte Bilanzierungsmethode ist das THG-Protokoll.
Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

E1-6: THG-Emissionen 2024

→ aufgeschlüsselt nach Units*

Stand 2025

Unit	t CO ₂ e	%
KStA Medien (DuMont Druck Holding + DuMont Regional Media)	13.053,1	54,5%
Bundesanzeiger Verlag	2.507,4	10,5%
QUINFOS	2.004,8	8,4%
Entirely (inkl. United Holding)	2.221,9	9,3%
DuMont Buchverlag	2.979,2	12,4%
DMG Holding	1.194,3	5,0%
DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG	23.960,8	100,0%

Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

S1-6: Angestellte Beschäftigte mit Arbeitsverhältnis

→ aufgeschlüsselt nach Land*

Stand 2025

Land	Anzahl	%
Deutschland	1.771	92,4%
Frankreich	30	1,6%
Österreich	57	3%
Indien	32	1,7%
China	2	0,1%
Schweden	4	0,2%
Schweiz	2	0,1%
UK	6	0,3%
US	9	0,5%
Niederlande	4	0,2%
Polen	1	0,1%
DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG	1.918	100%

Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

S1-6: Angestellt Beschäftigte mit Arbeitsverhältnis

→ aufgeschlüsselt nach Zeitmodell*

Stand 2025

Zeitmodell	Anzahl	%	Geschlecht	Anzahl nach Geschlecht
dauerhaft Beschäftigte	1.568,5	82%	männlich	874,2
			weiblich	694,4
			keine Angabe	0
befristet Beschäftigte	272,5	14%	männlich	113,6
			weiblich	157,9
			divers/keine Angabe	1
Beschäftigte ohne garantierte Arbeitsstunden	77,0	4%	männlich	44,0
			weiblich	33,0
			keine Angabe	0

Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

S1-6: Angestellt Beschäftigte mit Arbeitsverhältnis

→ aufgeschlüsselt nach Angestelltenverhältnis*

Stand 2025

Zeitmodell	Anzahl	%	Geschlecht	Anzahl nach Geschlecht
Vollzeit	1.549,8	81%	männlich	925,5
			weiblich	623,3
			divers/keine Angabe	1
Teilzeit	291,2	15%	männlich	62,3
			weiblich	228,9
			keine Angabe	0
Beschäftigte ohne garantierte Arbeitsstunden	77,0	4%	männlich	33,0
			weiblich	44,0
			keine Angabe	0

*Im Vergleich zu 2023 umfassen diese Zahlen alle Angestellten.

Es kann zu Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen kommen.

S1-6: Abgänge und Fluktuationsquote

Stand 2025

	Anzahl
Angestellte Beschäftigte, die im Berichtszeitraum das Unternehmen verlassen haben	348
	%
Fluktuationsquote im Berichtszeitraum	18,1%

S1-10: Entlohnung

Stand 2025

Erhalten alle angestellten Beschäftigten des Unternehmens eine angemessene Entlohnung ?	Ja
--	----

Hinweis: Der gemäß der Richtlinie (EU) 2022/2041 des Europäischen Parlaments und des Rates über angemessene Mindestlöhne in der Europäischen Union festgelegte Mindestlohn. Bis zur Anwendung der Richtlinie (EU) 2022/2041, wenn in einem EWR-Land kein gesetzlich oder durch Tarifverhandlungen festgelegter Mindestlohn gilt, soll das Unternehmen einen angemessenen Lohnvergleichswert verwenden, der entweder nicht niedriger als der Mindestlohn in einem benachbarten Land mit ähnlichem sozioökonomischem Status oder nicht niedriger als eine allgemein anerkannte internationale Norm wie 60% des Medianlohns und 50% des Bruttodurchschnittslohns des Landes ist.

S1-11: Sozialschutz

Stand 2025

Sind die angestellten Beschäftigten des Unternehmens durch öffentliche Programme oder durch vom Unternehmen angebotene Leistungen gegen Einkommensverluste aufgrund der folgenden wesentlichen Lebensereignisse abgesichert ?	Ja
<ul style="list-style-type: none"> • Krankheit • Arbeitslosigkeit ab dem Zeitpunkt, zu dem die eigene Arbeitskraft für das Unternehmen arbeitet • Arbeitsunfälle und Erwerbsunfähigkeit • Elternzeit • Ruhestand 	

Hinweis: Grundsätzlich alle ja; keine Angabe bei censure & KStA

S1-14: Arbeitsbedingte Unfälle und Krankheiten

Stand 2025

	Anzahl
Meldepflichtige Arbeitsunfälle in der eigenen Belegschaft	17
Meldepflichtige arbeitsbedingte Erkrankungen angestellter Beschäftigter , vorbehaltlich gesetzlicher Einschränkungen bei der Erhebung von Daten	1
	Arbeitstage *
Ausfalltage im Berichtszeitraum aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen und Todesfälle infolge von Arbeitsunfällen, arbeitsbedingter Erkrankungen und von Todesfällen infolge Erkrankungen angestellter Beschäftigter	0

*Volle Kalendertage - vom ersten vollen bis zum letzten Tag der Abwesenheit, inkl. Wochenenden und Feiertagen

Glossar

- AIB**
Association of Issuing Bodies; Vereinigung mit dem Ziel, das Europäische System für Energiezertifikate (EECS) weiterzuentwickeln
- BAFA**
Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle
- CCF**
Corporate Carbon Footprint (CO₂-Fußabdruck von Unternehmen)
- CO₂e**
CO₂-Äquivalente/Kohlendioxidäquivalente; Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung unterschiedlicher Treibhausgase (z. B. Methan), umgerechnet anhand des Treibhauspotenzials
- CSRD**
Corporate Sustainability Reporting Directive; EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung für Unternehmen
- DEFRA**
Department for Environment, Food and Rural Affairs (Ministerium für Umwelt, Ernährung und ländliche Angelegenheiten in Großbritannien); DEFRA-Emissionsfaktoren werden auch von internationalen Organisationen für die Berichterstattung über Treibhausgasemissionen verwendet
- DSGVO**
Datenschutz-Grundverordnung; Verordnung der Europäischen Union zur Verarbeitung personenbezogener Daten
- ESG**
Environmental, Social, Governance (Umwelt, Soziales, verantwortungsvolle Unternehmensführung); Kriterien für eine nachhaltige Unternehmensstrategie
- ESRS**
European Sustainability Reporting Standards (Europäische Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung); verpflichtende Berichtsstandards gemäß CSRD
- EUDR**
EU-Verordnung, die Unternehmen dazu verpflichtet, bei bestimmten Rohstoffen und Produkten künftig lückenlos nachzuweisen, dass sie „entwaldungsfrei“ hergestellt wurden.
- FCID**
Food Commodity Intake Database; Datenbank mit Lebensmittelrohstoffen, um Treibhausgasemissionen berechnen zu können
- GEMIS**
Globales Emissions-Modell integrierter Systeme; Computermodell zur Lebensweg- und Stoffstromanalyse mit integrierter Datenbank für Energie-, Stoff- und Verkehrssysteme
- IFEU**
Institut für Energie- und Umweltforschung; unabhängiges Forschungsinstitut, das zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen berät
- ILO**
International Labour Organization (Internationale Arbeitsorganisation); Sonderorganisation der Vereinten Nationen und damit beauftragt, soziale Gerechtigkeit sowie Menschen- und Arbeitsrechte zu fördern
- IPCC**
Intergovernmental Panel on Climate Change (Zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderungen, kurz: Weltklimarat)
- ISO**
International Organization for Standardization (Internationale Organisation für Normung)
- LGBTQIA+**
Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexual/Transgender, Queer, Intersexual, Asexual (Lesbisch, schwul, bisexuell, transsexuell, homosexuell, intersexuell, asexuell)
- SBTi**
Science Based Targets Initiative; Initiative verschiedener Umweltorganisationen, um wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele festzulegen
- SDG**
Sustainable Development Goals (Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung)
- THG**
Treibhausgas; infrarotaktive Spurengase, die zum Treibhauseffekt der Erde beitragen
- UBA**
Umweltbundesamt; zentrale Umweltbehörde der Bundesrepublik Deutschland
- UN**
United Nations (Vereinte Nationen); globale internationale und zwischenstaatliche Organisation



ESRS-Index

Index für ESRS-Offenlegungspunkte

ESRS 2	Offenlegungspunkt	Beschreibung	Seite
GRUNDLAGE FÜR DIE ERSTELLUNG	BP-1	Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärung	8–9
	GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	14, 74
GOVERNANCE	GOV-2	Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen	14
	GOV-5	Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	15
	SBM-1	Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette	10–12, 16–17
STRATEGIE	SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	17
	IRO-1	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	18
MANAGEMENT DER AUSWIRKUNGEN, RISIKEN UND CHANCEN	IRO-2	In ESRS enthaltene von der Nachhaltigkeitserklärung des Unternehmens abgedeckte Angabepflichten	82–84
	ESRS E1 KLIMAWANDEL	Offenlegungspunkt	Beschreibung
MANAGEMENT DER AUSWIRKUNGEN, RISIKEN UND CHANCEN	ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen	18
	MDR-A	Maßnahmen und Mittel in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte	31–33
	E1-3	Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimakonzepten	31–33
KENNZAHLEN UND ZIELE	E1-4	Ziele im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	24, 31–32
	MDR-M	Kennzahlen in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte	24–27, 77–78
	E1-6	THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	27, 77–78
	E1-7	Entnahme von Treibhausgasen und Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen, finanziert über CO ₂ -Zertifikate	35–36

Index für ESRS-Offenlegungspunkte

ESRS S1 ARBEITSKRÄFTE DES UNTERNEHMENS	Offenlegungspunkt	Beschreibung	Seite
MANAGEMENT DER AUSWIRKUNGEN, RISIKEN UND CHANCEN	MDR-P	Konzepte für den Umgang mit wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten	40
	S1-1	Konzepte im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens	42–43, 45–54
	S1-2	Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte des Unternehmens und von Arbeitnehmervertretern in Bezug auf Auswirkungen	44
	S1-3	Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die die Arbeitskräfte des Unternehmens Bedenken äußern können	71
KENNZAHLEN UND ZIELE	MDR-A	Maßnahmen und Mittel in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte	45–54
	S1-4	Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf die Arbeitskräfte des Unternehmens und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen	45–54
	MDR-M	Kennzahlen in Bezug auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte	40–41, 48–49, 51, 79–80
KENNZAHLEN UND ZIELE	S1-5	Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	42–43, 46–48, 54
	S1-6	Merkmale der Arbeitnehmer des Unternehmens	79
	S1-8	Tarifvertragliche Abdeckung und sozialer Dialog	80
	S1-9	Diversitätskennzahlen	46
	S1-10	Angemessene Entlohnung	46, 80
	S1-11	Soziale Absicherung	80
	S1-13	Kennzahlen für Weiterbildung und Kompetenzentwicklung	48–49
	S1-14	Kennzahlen für Gesundheitsschutz und Sicherheit	51, 80
	S1-17	Vorfälle, Beschwerden und schwerwiegende Auswirkungen im Zusammenhang mit Menschenrechten	71

Index für ESRS-Offenlegungspunkte

ESRS S4 VERBRAUCHER:INNEN UND ENDNUTZER:INNEN	Offenlegungspunkt	Beschreibung	Seite
STRATEGIE	ESRS 2 SBM-2	Interessen und Standpunkte der Interessenträger	17, 55
	S4-1	Konzepte im Zusammenhang mit Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	55
	S4-2	Verfahren zur Einbeziehung von Verbraucher:innen und Endnutzer:innen in Bezug auf Auswirkungen	55
MANAGEMENT DER AUSWIRKUNGEN, RISIKEN UND CHANCEN	S4-3	Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher:innen und Endnutzer:innen Bedenken äußern können	55
	<hr/>		
ESRS G1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG	Offenlegungspunkt	Beschreibung	Seite
GOVERNANCE	ESRS 2 GOV-1	Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	73–74
	ESRS 2 IRO-1	Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	18
	MDR-P	Konzepte für den Umgang mit wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten	62–65, 69–74
MANAGEMENT DER AUSWIRKUNGEN, RISIKEN UND CHANCEN	G1-1	Unternehmenskultur und Konzepte für die Unternehmensführung	63, 66–67, 69
	G1-3	Verhinderung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung	71
	G1-4	Korruptions- oder Bestechungsfälle	71
	<hr/>		



IMPRESSUM

DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG

Amsterdamer Str. 192
50735 Köln

Telefon: +49 221 224-0

E-Mail: unternehmenskommunikation@dumont.de

Website: www.dumont.de

Registergericht: Amtsgericht Köln HRA 8851

USt.-Ident.-Nr.: DE 122 788 578

vertreten durch die persönlich haftende Gesellschafterin
DuMont Geschäftsführungs-Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 5376

USt.-Ident.-Nr.: DE 235 000 827

Diese wird gesetzlich vertreten durch Dr. Christoph Bauer (CEO), Oliver Eckert (COO) und Stefan Hütwohl (CFO).

Design und Layout

deyhle & löwe Werbeagentur GmbH
Münchener Straße 45
82131 Gauting
office@deyhleundloewe.de
www.deyhleundloewe.de

Konzeption und Redaktion

SAIM GmbH
Kühbachstraße 11
81543 München
Info@saim.de
www.saim.de

Hinweise zum Urheberrecht

Die Nutzung unserer Inhalte (Texte, Bilder, Grafiken u. a.), insbesondere die Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Zugänglichmachung, ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung erlaubt, sofern sich aus dem UrhG nichts anderes ergibt.

IMPRINT

Copyright DuMont © 2025 DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG

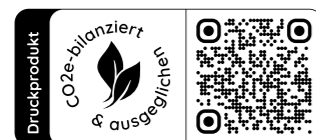
Amsterdamer Str. 192

50735 Köln

E-Mail: unternehmenskommunikation@dumont.de

Telefon: +49 221 224-0

dumont.de



natureOffice.com/DE-137-YN2GSNV



