

REDEGØRELSE FOR SAMFUNDSANSVAR 2017



Indledning

1. Miljø- og klimaforhold
2. Engagement i lokalsamfundet og medarbejderforhold
 - a. Engagement i lokalsamfundet
 - b. Medarbejderforhold
3. Menneskerettigheder og det underrepræsenterede køn
 - a. Menneskerettigheder
 - b. Det underrepræsenterede køn
4. Antikorruption og bestikkelse

Indledning

Jysk Fynske Medier er Danmarks næststørste mediekoncern, der når ud til mere end 2 mio. danskere hver uge igennem 13 dagblade, 58 ugeaviser, 4 radiostationer samt en lang række nyhedssites og andre digitale brands. Derudover omfatter koncernen virksomheder, der skaber kommunikation mellem mennesker. Heriblandt er trykkerier og trykformidlere, distributionsfirmaer, app-udviklere samt film-, web- og reklamebureau, hvor der skabes kreativ konceptudvikling, kampagner og kommunikationsstrategier.

Jysk Fynske Medier har en decentral organisationsstruktur med fokus på lokalområderne i vores fulde udgivelsesområde. Det indbefatter en stor respekt for lokal handlekraft og råderum redaktionelt, kommercielt og ledelsesmæssigt, fordi der lokalt er et kendskab til de lokale forhold.

Jysk Fynske Medier har mange centraliserede politikker men agerer gennem Jysk Fynske Mediers værdier: mod, udviklingslyst, målrettethed, motivation og ikke mindst ordentlighed. Samtidig er ansvarlighed et væsentligt element i vores kerneopgave om at støtte de demokratiske principper og agere som vogter over ansvarlighed i samfundene i vores udgivelsesområder. Jysk Fynske Mediers mission er at sikre demokrati og sammenhængskraft i lokalområderne. Derudover følger Jysk Fynske Medier de internationale principper fra FN's, OECD's og ILO's retningslinjer via den danske lovgivning.

Jysk Fynske Mediers fokus er på aktiviteter, der ligger i tråd med Jysk Fynske Mediers mission og kerneopgave. Vi lægger indsatsen til gavn for det omgivende samfund og samtidig til gavn for virksomheden, så den fortsat kan udføre missionen fremadrettet. Jysk Fynske Medier udgiver ikke medier for at tjene penge, men tjener penge for at udgive medier lokalt.

Jysk Fynske Medier arbejder med fire indsatsområder, hvor den mest tungtvejende er det lokale samfundsansvar udenfor organisationen, fordi det falder i tråd med Jysk Fynske mediers mission og kerneopgave.

Fire politikområder:

1. Miljø- og klimaforhold
2. Engagement i lokalsamfundet og medarbejderforhold
3. Menneskerettigheder og det underrepræsenterede køn
4. Antikorruption og bestikkelse

Nærværende rapport gennemgår de fire områder og opridses, hvilken tilgang og strategi Jysk Fynske Medier overordnet har på området. Der redegøres for, hvilke overordnede politikker og mål der findes for området, og der gennemgås, hvilke tiltag der er gennemført.

1. Miljø- og klimaforhold

En medievirksomhed med produktion og distribution af aviser har miljømæssige belastninger i form af papirforbrug, forarbejdning og CO₂. Derudover betyder en decentral organisering, at Jysk Fynske Medier varetager driften af mange ejendomme, og derfor er det de områder, der er i fokus i Jysk Fynske Mediers miljøstrategi og i nærværende rapport.

Jysk Fynske Medier har et stort ønske om, at arbejde med miljøforbedringer inden for de givne økonomiske rammer og særligt indenfor de områder, hvor der er den største effekt som i trykproduktionen, distributionen og ejendomsdriften. Der er således sat fokus på makulatur (papirspild) i trykkerierne, hvor makulaturen måles dagligt i forhold til udarbejdede Key Performance Indicators. Fra 2016 til 2017 er det på trykkeriet i Vonsild lykkedes at reducere makulaturen fra ca. 10 % til ca. 8 % og det på trods af oplagsfald. På de øvrige trykkerier er det lykkedes at fastholde niveauet fra 2016, hvilket er tilfredsstillende set i lyset af det lavere oplag. Endvidere pågår der også i 2018 et videre arbejde med at nedbringe forhold, som har negative miljømæssige effekter indenfor alle tre områder, hvorfor vi allerede i 2018 har frasolgt flere domiciler.

2. Engagement i lokalsamfundet og medarbejderforhold

Jysk Fynske Mediers eksistensberettigelse er medieudgivelse lokalt og regionalt. Den rolle er vi meget bevidst om, har en stor betydning for sammenhængskraften og dynamikken i de lokale områder, hvor specielt nogle områder har begrænsede muligheder ift. fællesskab, tilbud og formidling.

Dele af Jysk Fynske Mediers udgivelsesområde er udfordret af udkanteffekter. Der er også meget lidt opmærksomhed på problemerne i disse områder, hvorfor Jysk Fynske Mediers medier har en særlig forpligtigelse til at være disse borgeres talerør og dermed understøtte demokratiet.

a. Samfundsansvar

Det er vigtigt for samfundet at have en dynamik og initiativer, som engagerer og skaber nogle effekter, der er gavnlige i et lokalsamfund. Derfor engagerer Jysk Fynske Mediers medier sig også løbende i diverse initiativer, der understøtter forretningslivet, borgernes sundhed, udsatte borgere etc.

Her kan vi blandt andet fremhæve vores mediers indsats ifm. kommunalvalget i november. Tilsammen arrangerede dagbladene op mod 100 vælgermøder og var med vores redaktører ordstyrere på cirka lige så mange.

JV's redaktioner i Kolding, Haderslev, (især) Aabenraa og Sønderborg står hvert år i spidsen for at samle penge ind til udsatte familier, så de kan få en god jul.

Viborg Stifts Folkeblad er mediepartner på tre løb i Viborg, 24 timers løb, Snapsting uge og Viborg City Marathon og styrker derigennem folkesundheden.

Samtlige vores medier styrker det lokale demokrati ved at initiere en meget omfattende debat, hvor borgerne kan komme til orde. Det gælder både på papir og digitalt.

I Nyborg er vores mediehus meget aktive partnere i kampagnen "Sund i Nyborg". Her går redaktionen aktivt ind i kampen for at få lokalbefolkningen til at ryge mindre, spise sundere og motionere mere.

Fyens Stiftstidendes kampagne for "Tre Spor Nu", hvor avisen satte sig i spidsen for at mobilisere et fynsk folkekrav om at få udvidet motorvejen på Vestfyn, fordi Folketinget tøvede i årevis med at finde finansieringen til udvidelsen, der blev besluttet af et politisk flertal i 2003. Missionen lykkedes. I september 2017 blev pengene endelig bevilget.

Næste journalistiske kampagne handler ikke om asfalt. Den handler om det gode seniorliv. Kampagnen udviser i den grad samfundsansvar ved at give opskriften på det gode liv, efter at arbejdslivet slutter. Missionen hedder kort og godt: "Det gode liv". Vi udlever det på Fyn med startskud til Det Fynske Folkemøde første lørdag i september.

b. Medarbejderforhold

Jysk Fynske Medier ønsker, at vores medarbejdere er glade for at gå på arbejde, er sunde og raske og trives både på jobbet og privat. Konkret arbejdes der aktivt og i dialog med medarbejderne på at forbedre både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø. Dialogen foregår i arbejdsmiljøorganisationen bestående af medarbejdere og ledere, og målet er at identificere problemer og u hensigtsmæssigheder og afhjælpe disse. Jysk Fynske Medier har nedskrevne regler og retningslinjer for håndtering af problemer som mobning, sexchikane samt trusler og chikane.

Jysk Fynske Medier ønsker, at medarbejderne har stort råderum til at varetage deres arbejde selvstændigt, hvilket understøttes af en ledelseskultur, der er karakteriseret ved 3 formulerede ledelseskarakteristika:

- At beslutninger træffes på det lavest mulige organisatoriske niveau, hvor der er det nødvendige dispositionsgrundlag.
- En tillidsfuld ledelseskultur, hvor lederne får store frihedsgrader til at gennemføre deres arbejde.
- At alle ledere opfatter udmøntning af Jysk Fynske Mediers værdier som en højt prioriteret opgave.

I Jysk Fynske Medier arbejder vi målrettet med at udvikle vores ledere, fordi vi tror på, at man med god ledelse skaber fundamentet for motiverede medarbejdere. Vi bruger mange ressourcer på at dygtiggøre både vores ledere og medarbejdere, så vi sikrer en kultur, hvor vi på struktureret vis arbejder med engagement og løbende forbedringer.

Jysk Fynske Medier understøtter medarbejderne ved gode ansættelsesvilkår blandt andet i form af gode forsikrings- og pensionsforhold. Alle fastansatte medarbejdere i Jysk Fynske Medier tilbydes ligeledes individuel pensionsrådgivning med pensionsmægler.

Jysk Fynske Medier er tilhænger af den danske model, og de store medarbejdergrupper er overenskomstdækkede og organiseret, ligesom Jysk Fynske Medier indtager en aktiv rolle i overenskomstforhandlinger.

Jysk Fynske Mediers strategi har som mål at arbejde mod en fælles kultur efter vores fusion for at skabe større sammenhængskraft og dermed trivsel blandt medarbejderne. Et særligt fokus er motivation, fordi det

ses som hjørnестenen i arbejdsglæde og trivsel. Derfor er der etableret et lederudviklingsforløb for samtlige ledere med fokus på det motiverende lederskab, på systematisk feedback og på løbende forbedringer af arbejdsgange og -processer. Udviklingsforløbet blev igangsat ultimo 2016, og ved udgangen af 2017 havde 190 ledere gennemført. Yderligere 60 ledere forventes at gennemføre i løbet af det første halvår i 2018. Herefter vil alle nye ledere gennemgå dette forløb.

Gennemførelse af en trivselsundersøgelse i salg for at afdække trivslen og innovationslysten med henblik på, at der igangsættes et målrettet arbejde med forbedring af disse parametre. I det arbejde inddrages såvel lokale ledere som medarbejdere.

Vi fastholder medarbejdere, der kan og vil, ved at vægte intern rekruttering højt inden for og på tværs af faggrupper og niveauer.

Vi løfter uddannelsesforpligtigelsen og har 59 journalistpraktikanter samt 6 salgstrainees.

Vi arbejder systematisk med at hjælpe medarbejdere med arbejdstilpasning i flekstidsordninger, orlovsmuligheder og seniorordninger. Og hjælp til fysiske og psykiske problemer via psykologhjælp, misbrugsrådgivning, stresskurser etc. gennem vores pensions- og sundhedssikring. Vi tilbyder også medarbejderne influenzavaccinationer.

Vi afholder forskellige arrangementer for vores medarbejdere for at højne motivationen og for at støtte sammenholdet på arbejdspladsen. Det være sig rene medarbejderarrangementer (eksempelvis løbsarrangementer) og andre arrangementer, hvor man kan tage sin familie med (eksempelvis koncerter).

Jysk Fynske Medier får mange positive tilkendegivelser for sine eksterne lokale initiativer og engagement, hvilket kommer til udtryk ved, at Jysk Fynske Mediers medier er eftertragtede samarbejdspartnere. De beskrevne tiltag understøtter medierne i at være byens/områdets samlende punkt. Medierne formår at arbejde på tværs af institutioner, erhvervsdrivende, foreninger og borgerne.

Også internt mht. medarbejderforholdene anerkender Jysk Fynske Medier værdien af et godt arbejdsmiljø og motiverede medarbejdere og vil i 2018 derfor fortsat arbejde på at forbedre medarbejderforholdene og trivslen ved at arbejde med fysisk og psykisk arbejdsmiljø og ledelse.

3. Menneskerettigheder og der underrepræsenterede køn

a. Menneskerettigheder

Jysk Fynske Medier hviler på en tro på demokrati, lighed og ytringsfrihed og har derfor også respekt for organisationsfriheden internt i selskabet. Jysk Fynske Medier er som en del af mediebranchen reguleret efter de overenskomster, der er i branchen, som baserer sig på den danske model, de danske lighedsprincipper og ligeledes de internationale menneskerettigheder.

Der er ikke konstateret overtrædelse af menneskerettigheder i 2017 i Jysk Fynske Medier.

b. Det underrepræsenterede køn

Jysk Fynske Medier arbejder for og bekender sig til, at alle medarbejdere uanset køn, etnisk oprindelse, religion, seksualitet etc. har lige muligheder for at opnå karriere i virksomheden, idet alene stærke kompetencer, vilje og holdning er afgørende for den enkeltes muligheder. Det understøttes af virksomhedsværdierne udviklingslyst, mod, målrettethed, ordentlighed og motivation, der er bærende værdier i medarbejderudviklingssamtaler (MUS) og de løbende 1:1 samtaler.

Det er selskabets politik at ansætte de bedst kvalificerede uden hensyntagen til køn, alder, seksualitet, religion og nationalitet. Kønsfordelingen blandt de ansatte i Jysk Fynske Medier er ultimo 2017 43 % kvinder og 57 % mænd.

Direktionen og den øverste ledelse består dog udelukkende af mænd. I forbindelse med organisationsændringer i efteråret 2017 er der sket en ændring i kønsfordelingen i det næste ledelseslag, hvor kvinder nu er repræsenteret med 24 % mod tidligere 17 %.

Den generalforsamlingsvalgte bestyrelse på 10 personer vælges efter indstilling fra ejerselskaberne Jyske Medier, Fynske Medier og Den sydvestjyske Venstrepressen. Der er i 2017 ikke sket ændringer i selskabets generalforsamlingsvalgte bestyrelse, hvorfor der som tidligere, ikke er kvinder repræsenteret. For at opnå ligelig kønsfordeling i bestyrelsen skal fordeling mellem kønnene være på 40 % og 60 % af henholdsvis kvinder og mænd, jf. Erhvervsstyrelsens vejledning 2016.

Det mål anser bestyrelsen ikke for opnåeligt, og bestyrelsen har derfor fastsat det ambitiøse men dog realistiske mål, at hvert køn skal være repræsenteret med mellem 3 og 7 medlemmer af den generalforsamlingsvalgte bestyrelse. Målet skal være opfyldt senest i 2020. Selskabet anser det for et ambitiøst mål, da der i ejerselskaberne ikke har været tradition for kvindelige bestyrelsesmedlemmer i de generalforsamlingsvalgte bestyrelser.

Jysk Fynske Medier arbejder på at opnå en bedre balance mellem kønnene på alle ledelsesniveauer ved følgende:

- Opfordrer begge køn til at søge ledige stillinger.
- Løbende at vurdere indholdet i personalepolitikkerne med henblik på, om politikkerne giver begge køn lige muligheder for at gøre karriere.
- Der skal ved alle ansættelser, forudsat der er kvalificerede emner af begge køn, indkaldes minimum 1 kvalificeret af begge køn til samtale.

Jysk Fynske Medier har en mangfoldig medarbejdergruppe, der er en afspejling af det samfund, vi er en del af. Dog ikke når det kommer til de højere ledelses- og bestyrelseslag, hvor vi ikke afspejler det danske samfund. Det er der opmærksomhed på, hvorfor der vil blive igangsat initiativer til at udligne denne forskel mellem kønnene. Jysk Fynske Medier tror dog ikke på kvoter eller lignende, men ønsker gennem en række initiativer at stimulere til at ændre denne situation over tid.

4. Antikorruption og bestikkelse

Jysk Fynske Medier har overvejende aktiviteter i Danmark, der i mange internationale undersøgelser vurderes som et af verdens mindst korrupte lande.

Bestikkelse og korruption er ikke fremherskende hverken i Danmark eller i Jysk Fynske Medier. Samtidig har Jysk Fynske Medier en stærk værdi, som er ordentlighed. Det er tydelige etiske regler for adfærd generelt i alle områder af organisationen. Der er en restriktiv holdning til modtagelse af penge, gaver og rejser fra kunder og leverandører

Redaktionelt arbejdes der dagligt ud fra presseetikken via de nationale presseetiske regler. De lokale presseetiske regler præciserer og indskærper yderligere de nationale presseetiske regler i det redaktionelle arbejde med kilder, borgere og læsere, så der er respekt for deres rettigheder i forhold til persondataloven og menneskerettigheder.

Der er ikke konstateret brud på regler ift. antikorruption i 2017 i Jysk Fynske Medier.