

REDEGØRELSE FOR SAMFUNDSANSVAR 2016



Indledning

1. Miljø- og klimaforhold
2. Samfundsansvar og medarbejderforhold
 - a. Samfundsansvar
 - 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 med 13 dagblade, 64 ugeaviser, 5 radiostationer og en lang række nyhedssites og andre digitale brands. Derudover omfatter koncernen forskellige virksomheder af den slags, der skaber kommunikation mellem mennesker: trykkerier, grafisk produktion, distribution, kreativ konceptudvikling, kampagner og kommunikationsstrategier samt visuelt design, webdesign, apps og onlinemarkedsføring. 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 ikke 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 udgivelsesområde. 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. Samfundsansvar og medarbejderforhold
3. Menneskerettigheder og det underrepræsenterede køn
4. Antikorruption og bestikkelse

Nærværende rapport gennemgår de fire områder og opridser, 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

Strategi og politikker:

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, som også belaster miljøet mht. el, varme, vand, affald etc. Disse er de store miljøområder, og derfor er det de områder, der er i fokus i Jysk Fynske Mediers miljøstrategi og i nærværende rapport.

Jysk Fynske Medier arbejder kontinuerligt med at nedsætte miljøbelastningerne mest muligt inden for de givne økonomiske rammer.

Trykkeri:

Trykkeriet arbejder målrettet med at forbedre de negative effekter af produktionen. I 2016 har der været et særligt fokus på at nedsætte makulaturen (papirspildet), hvilket har været en succes. Ligeledes har brugen af kemi i produktionen også været i fokus, hvilket har betydet, at forbruget er blevet nedbragt.

Handlinger og resultater:

- Der er et fald på makulaturen (papirspildet) fra 12 % til 7 % i 2016, hvilket samtidig har positive afledte effekter på affald, transport og vandforbrug.
- Udelukkende brug af FSC-papir (ordentlige forhold for skoven og arbejdet omkring produktionen af papiret) Se: fsc.org
- Faldende antal produktioner i "dobbeltproduktion", hvilket har givet et lavere papir- og trykpladeforbrug. Det letter den fysiske belastning af medarbejderne i det daglige, da der ikke er så mange pladeskift.
- Faldende forbrug af kemi i forbindelse med pladeproduktionen.

Distribution:

Distributionen af aviser medfører udledning af CO₂. Jysk Fynske Medier arbejder målrettet med at nedbringe CO₂-udledningen. Distributionen har i 2016 foretaget følgende tiltag.

Handlinger og resultater:

- Sammenlægning af distribution af ugeaviser og dagblade i landområder, hvorved antallet af kørte km pr. leveret produkt er nedbragt.
- Samarbejde med andre distributionsudbydere, hvorved antallet af besøg pr. postkasse reduceres, og dermed også antallet af kørte km pr. leveret produkt.
- Scootere – her anvendes 100 % el-scootere til distribution.

Ejendomsdrift:

Jysk Fynske Medier har driften af mange lokationer med forbrug af strøm, varme, vand etc. Derfor er der fokus på sammenflytninger af afdelinger i samme by/nærområde for at spare på ressourcer og forbruget, uden at det går ud over den lokale tilstedeværelse. Der foretages løbende renoveringer, hvor der indtænkes miljøforbedringer ind.

Handlinger og resultater:

- Affaldsforbedring i hele Jysk Fynske Medier ved varetagelse af én udbyder, som har påvist en sortering af affald på den mest miljøvenlige måde. Jysk Fynske Medier modtager hver måned en rapport, der viser, hvordan vort affald er blevet håndteret, og hvordan vi derved kan sikre, at vort affald bliver genbrugt og håndteret korrekt.
- Løbende sammenflytning af afdelinger til huse med bedre arbejdsmiljøforhold og bedre energiklasse. Fra april 2017 har Jysk Fynske Medier ikke længere byer med mere end én adresse med undtagelse af datterselskaber.
- På store lokationer med mere end 75 medarbejdere er blevet oprettet et CTS-styringssystem, der sikrer, at vi ikke bruger unødigt energi på varme, ventilations- og køleanlæg udenfor arbejdstiden.
- Der pågår udarbejdelse af kørselspolitik i 2017, der lægger op til brug af samkørsel, digitale møder og brug af miljøvenlige tjenestebiler for at nedsætte kørslen og dermed CO2-udslippet.

2. Samfundsansvar og medarbejderforhold

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. Derfor pågår der også i 2017 et videre arbejde med at nedbringe forhold, som har negative miljømæssige effekter indenfor alle tre områder.

Jysk Fynske Mediers eksistensberettigelse er medieudgivelse lokalt og regionalt. Denne 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 udkantseffekter. Der er også meget lidt opmærksomhed på problemerne i disse områder, hvorfor Jysk Fynske Mediers medier har en særlig forpligtigelse til at være disse borgers talerør og dermed understøtte demokratiet.

a. Samfundsansvar

Strategi og politikker:

Det er vigtigt for et samfund 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.

Handlinger og resultater med støtte til lokalsamfundet:

- Fyens Stiftstidendes uddeler hvert år en pris på 25.000 kroner til lokale borgere, der blander sig i den demokratiske proces til gavn for fællesskabet. Prisen uddeles på Fyens Stiftstidendes Fynske Folkemøde, der hvert år i september tiltrækker flere end 3000 mennesker til en dag i dialogens og demokratiets navn.
- Samarbejde med lokale handelsstandsforeninger som mediepartner om lokale initiativer såsom kulturnat, byfester etc. Eksempelvis deltager de fleste mediehusene flere gange om året i "Open by night" arrangementer, som hver gang fylder byen med mennesker.
- Samarbejde med lokale foreninger om at støtte en god lokal sag, som kan være med til at skabe bevågenhed og engagement blandt de lokale borgere. Eksempelvis afholdes høstmarked i Faaborg sammen med Faaborg Outdoor Event og Shopping Faaborg.
- Samarbejde med byens udlejere, erhvervsdrivende og kommunen i eksempelvis Odense og Viborg om en cityavis med henblik på at skabe flere aktiviteter i byen centrum, så de handlende ikke forlader bymidten til fordel for butikcentre i yderområderne, der kan forårsage tomme butiklokaler.
- Mediehuset Viborg Stifts Folkeblad er medarrangør af den store, årlige by- og eventfest Snapstinget. VSF og Radio Viborg står bag musikken og markedsføringen af arrangementet, som har deltagelse af 40.000 mennesker i forskellige aktiviteter.
- Samarbejde med lokale foreninger om at støtte en god lokal sag, som kan være med til at skabe bevågenhed og engagement blandt de lokale borgere. Eksempelvis når Cafe Stiften – Mediehuset Odenses debatforum arrangerer læsermøder om aktuelle sager, der optager lokalbefolkningen. Det kan være spørgsmålet om manglende akutambulance i Faaborg. Eller Viborg Stifts Folkeblad samarbejder med Viborg Bibliotekerne om foredragsserien "Viden i hverdagen".

Handlinger og resultater med støtte til socialt udsatte:

- Jyske Vestkysten samarbejder i Aabenraa, Sønderborg og Haderslev med kommunerne om indsamling af julegaver til trængende familier. Avisen er tovholder sammen med frivillige om at indsamle penge og effekter til 1.000 familier hvert år.
- Randers Amtsavis er enearrangør af Randers Julehjælp til trængende familier.
- Århus Stiftstidende laver ved juletid et større julearrangement for "fattige enlige forældre" i samarbejde med Wassim Hallal fra Frederikshøj. I 2016 deltog cirka 40 enlige og deres børn, i alt cirka 100, i et arrangement, hvor de fik den helt store julemiddag kreeret af Wassim Hallal serveret på hans Michelinrestaurant. Samtidig modtog familierne gaver og gavekort for i omegnen af 200.000 kroner.
- Fyens Stiftstidende har i 2016 deltaget i Kirkens Korshærs juleindsamling med serien Fyn Hjælper Fyn. Avisen indsamlede 200.000 kroner.

- Jysk Fynske Medier havde 3 medarbejdere, som i 2016 cyklede med Team Rynkeby, som støtter børn med kritiske sygdomme.
- JyskeVestkysten deltager i projektet "I Esbjerg hjælper vi hinanden", der hjælper socialt udsatte unge til en mulighed for at varetage et job i Jysk Fynske Medier med henblik på at give dem en succesoplevelse på arbejdsmarkedet.

Handlinger og resultater med støtte til sport og motion:

- "Stafet for Livet" i Haderslev varetages af JyskeVestkysten i samarbejde med Kræftens Bekæmpelse og kommunen. Løbet har 7.500 deltagere og er verdens største ud af de i alt 5.000 "Stafet for Livet".
- "Sund med Avisen" er et samarbejde mellem Nyborg Kommune og Fyens Stiftstidende, hvor 11 almindelige nyborgensere og samtlige medlemmer af Nyborg Kommunes sundhedsudvalg i et halvt år dyrker mere motion, har sundere madvaner og får en mere positiv tilgang til egne svagheder og styrker.
- "Løb med Avisen" i Odense arrangeret for 12. gang af Fyens Stiftstidende, hvor flere end 500 nybegyndere og let øvede deltager i træning en gang om ugen frem til juni måned.
- Horsens Posten afholder "Løbet" i samarbejde med en lokal atletikklub. "Løbet" var i 2016 det 44. af slagsen og samlede ca. 2000 løbere.
- Viborg Stifts Folkeblad arbejder tæt sammen med de to professionelle sportsklubber Viborg FF og Viborg HK.
- Horsens Folkeblad samarbejdede i første halvår 2016 med cykel-projektet "Sund Vilje" med det formål at få 10 mentorer til at tage sig af en gruppe på 10 mentees, som ikke var vant til at dyrke motion og var udfordret med diverse helbredsmæssige skavanker. "Sund Vilje"-projektet afsluttedes med en cykeltur fra Horsens til Paris i juli.
- Randers Amtsavis er medarrangør af "Fladbroløbet", der er det største lokale folkelige motionsløb, og af "Fjordløbet", som er det største lokale folkelige cykelmotionsløb og et arrangement i "Randers Ugen".

b. Medarbejderforhold

Strategi og politikker

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 uhensigtsmæssigheder 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 ledelseskaraktistika:

- 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.

Handlinger og resultater:

- 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 hjørnesteinen i arbejdsglæde og trivsel. Derfor er der etableret et lederudviklingsforløb for 90 ledere med fokus på det motiverende lederskab, som siden skal udrulles til større dele af organisationen.
- 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 uddannelsesforpligtigheden og har 59 journalistpraktikanter.
- 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.

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 2017 derfor fortsat arbejde på at forbedre medarbejderforholdene og trivslen ved at arbejde med fysisk og psykisk arbejdsmiljø og ledelse.

3. Menneskerettigheder og det underrepræsenterede køn a. Menneskerettigheder

Strategi og politikker:

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.

Handlinger og resultater:

- Mangfoldigheden er stor i Jysk Fynske Medier specielt i distributionen, som er lagt an på, at vi kan ansætte medarbejdere med anden etnisk baggrund, ledige og andre udsatte grupper og rumme

dem på arbejdspladsen. Jysk Fynske Medier har et aktivt samarbejde med de kommuner, hvor vi har lokationer, om aktivering af ledige i hele koncernen.

- Jysk Fynske Medier har en politik på området for mobning, vold og chikane, hvor der er en nultolerance. Overfald i tjenstligt medfør har været et problem specielt i distributionen blandt buddene. Der er lavet en særlig indsats med ansættelse af bude fra de kritiske geografiske områder samt regelmæssig uddannelse af buddene i håndtering af truende situationer.
- Udvikling af en velgørenheds-app ved navn Hero, der fungerer som platform til at matche mennesker med behov for hjælp med personer, som frivilligt ønsker at give deres tid.

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.

Strategi og politikker:

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 2016 46 % kvinder og 54 % mænd.

Direktionen og den øverste ledelse består dog udelukkende af mænd, og i det andet ledelseslag er kvinder repræsenteret med 17 %.

Den generalforsamlingsvalgte bestyrelse på 10 personer vælges efter indstilling fra ejerselskaberne Jyske Medier, Fynske Medier og Den sydvestjyske Venstrepressen. I 2016 er der ingen kvinder i selskabets generalforsamlingsvalgte bestyrelse. For at opnå ligelig kønsfordeling i bestyrelsen skal fordeling mellem kønnene være mellem 4 og 6 af hvert køn, 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.

Jyske 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

Strategi og politikker:

Jysk Fynske Mediers 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. Der er tydelige etiske regler både indenfor det presseetiske og adfærd generelt indenfor alle områder i organisationen. Der er en restriktiv holdning til modtagelse af penge, gaver og rejser fra kunder og leverandører.

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