



Corporate Responsibility

Bericht 2016

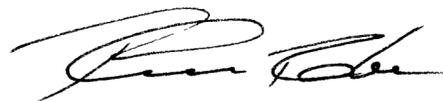
Inhaltsübersicht

Vorworte	3	Medien, Services und Bildung	54
Über den Bericht	4	Pressefreiheit	56
Unternehmensprofil	5	Inhalteverantwortung	59
Unternehmensführung	11	Kundendatenschutz	62
Corporate Governance	12	Weitere Themen	64
Unternehmensgrundsätze	15	Umwelt	66
Risikomanagement	16	Energie und Emissionen	69
Compliance	17	Papier	73
Schutz der Menschenrechte	17	Weitere Umweltdaten	75
Antikorruption und Integrität	19	Gesellschaft	76
Fairer Wettbewerb	20	Spenden, Sponsoring und Förderprojekte	77
CR-Management	21	Hilfe durch Medien und Dienstleistungen	81
Organisation	22	Medienkompetenzförderung	82
Stakeholderdialog	25	Hilfe für Geflüchtete	83
CR-Themen	28	Anhang	84
CR-Risiken	30	Liste relevanter CR-Themen	85
Mitarbeiter	32	GRI-Content-Index	87
Faire Arbeitsbedingungen	36	Impressum und Kontakt	98
Lernen	40		
Diversity	43		
Gesundheit	50		



Vorworte

Bertelsmann hat die Zukunft im Blick: Auf Basis vier strategischer Stoßrichtungen wird unser Haus kontinuierlich wachstumsstärker, digitaler, internationaler und diversifizierter. Richtungsweisend bleibt der hohe Anspruch, den wir an unser unternehmerisches Handeln stellen. Um in diesem Sinne nachhaltig erfolgreich zu sein, setzen wir dort an, wo sich unsere Wertschöpfung und die Erwartungen unserer Mitarbeiter, Kunden und weiterer Stakeholder berühren. Daraus ergeben sich auch die Schwerpunkte unserer Corporate Responsibility-Arbeit, über die wir Sie auf den folgenden Seiten informieren.



PS: Als langjähriger Teilnehmer am UN Global Compact kommt Bertelsmann mit dieser Publikation seiner Verpflichtung nach, jährlich eine Fortschrittsmitteilung vorzulegen.



Thomas Rabe
Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann



Immanuel Hermreck
Personalvorstand von Bertelsmann

Bei Bertelsmann entwickeln rund 116.000 Kolleginnen und Kollegen weltweit jeden Tag neue Ideen und Angebote. Unsere Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor für Qualität, Innovation und Wachstum. Motivierende Rahmenbedingungen zu schaffen, die von Partnerschaft, Vertrauen und Respekt getragen werden, entspricht unserer Unternehmenskultur und ist ein Schlüssel für die Zukunftsfähigkeit unseres Hauses. Gemeinsam orientieren wir uns am definierten Sense of Purpose von Bertelsmann – To Empower. To Create. To Inspire. – und erbringen so einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft. Am besten gelingt uns dies, wenn wir unsere ökonomischen Ziele mit sozialen und ökologischen Interessen in Einklang bringen. Wie wir dabei vorgehen und was wir bereits erreicht haben, dokumentiert der vorliegende Bericht.




Über den Bericht

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Bei seiner Corporate Responsibility-Berichterstattung folgt Bertelsmann seit 2011 den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI), die weltweit als führendes Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Wirtschaftsunternehmen und Organisationen gelten. Der vorliegende CR-Bericht informiert über Grundlagen, thematische Schwerpunkte und Maßnahmen des Nachhaltigkeitsmanagements von Bertelsmann und seinen (Tochter-)Unternehmen im Geschäftsjahr 2016. Die Beschreibung von Managementansätzen und Konzepten erstreckt sich in kenntlich gemachten Einzelfällen bis zum Redaktionsschluss am 31. Juli 2017. Für die Auswahl der Berichtsinhalte bildete eine Relevanzanalyse der Corporate Responsibility-Themen von Bertelsmann die Grundlage. 2016 wurde erstmals nach den GRI Standards (2016) berichtet. Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit der GRI-Standards-Option „Kern“ erstellt. Der letzte Online-GRI-Bericht von Bertelsmann („GRI-Content-Index 2015“), ein CR-Magazin sowie die

Bertelsmann Klimabilanz erschienen im Oktober 2016. Mit seiner GRI-Berichterstattung erfüllt Bertelsmann auch seine Verpflichtung, als Teilnehmer am UN Global Compact (UNGC) eine jährliche Fortschrittsmitteilung vorzulegen. Ergänzt wird die Corporate Responsibility-Berichterstattung durch Nachhaltigkeitsinformationen und News auf der Bertelsmann-Unternehmenswebsite.

Berichtsgrenzen und Datenerfassung

In den vorliegenden CR-Bericht wurden alle vollkonsolidierten Tochtergesellschaften einbezogen. Eine Aufstellung dieser Unternehmen finden Sie auf der [Bertelsmann-Unternehmenswebsite](#). Abweichungen von diesem Berichts-Scope werden im Text kenntlich gemacht.

Bei der Erhebung der Personalkennzahlen kam es durch Definitionsanpassungen zu Änderungen bezüglich der Mitarbeiteranzahl „Köpfe“ und „Vollzeitkräfte“. Bei der Darstellung der Umweltdaten wurden die Vorjahresangaben aufgrund des

Einbezugs weiterer Gesellschaften in die Datenerhebung sowie auf der Basis neuer Erkenntnisse aus der letzten Datenerhebung angepasst. Seit diesem Jahr weist Bertelsmann die energiebedingten Emissionen separat aus (Scope 3), Emissionswerte des Vorjahres wurden entsprechend neu berechnet.

Redaktioneller Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in diesem Bericht auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Konzernstruktur

Wirtschaftliche Leistung

Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Unternehmensprofil

Als Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen steht Bertelsmann für Unternehmergeist und Kreativität. Mit acht Unternehmensbereichen ist der Konzern in rund 50 Ländern der Welt aktiv.

17,0 Mrd. €
Konzernumsatz

1,14 Mrd. €
Konzernergebnis

8

Unternehmensbereiche

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Konzernstruktur

Wirtschaftliche Leistung

Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Unternehmensprofil

Bertelsmann ist ein Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen, das in rund 50 Ländern der Welt aktiv ist. Zum Konzernverbund gehören die Fernsehgruppe RTL Group, die Buchverlagsgruppe Penguin Random House, der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr, das Musikunternehmen BMG, der Dienstleister Arvato, die Bertelsmann Printing Group, die Bertelsmann Education Group sowie das internationale Fonds-Netzwerk Bertelsmann Investments. Mit seinen 116.000 Mitarbeitern erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 17,0 Mrd. €. Bertelsmann steht für Kreativität und Unternehmergeist. Diese Kombination ermöglicht erstklassige Medienangebote und innovative Service-lösungen, die Kunden in aller Welt begeistern.

Konzernstruktur

An der RTL Group ist Bertelsmann mit 75,1 Prozent und an Penguin Random House mit 53 Prozent als Mehrheitsgesellschafter beteiligt. Gruner + Jahr, BMG, Arvato, die Bertelsmann Printing Group, die Bertelsmann Education Group sowie Bertelsmann Investments gehören jeweils zu 100 Prozent zu Bertelsmann.

GRI 102-2, 102-4, 102-7, 102-45

BERTELSMANN

Bertelsmann
Corporate



Penguin
Random
House



BMG

arvato
BERTELSMANN

Bertelsmann
Printing Group

Bertelsmann
Education Group

BI Bertelsmann
Investments

www.bertelsmann.de

Eine Übersicht aller vollkonsolidierten Tochtergesellschaften von Bertelsmann finden Sie auf der [Bertelsmann-Unternehmenswebsite](#).

Wirtschaftliche Leistung

Umsatz der Unternehmensbereiche in Mio. €

	2016			2015 (angepasst)		
	Deutschland	International	Gesamt	Deutschland	International	Gesamt
RTL Group	2.205	4.032	6.237	2.151	3.878	6.029
Penguin Random House	266	3.095	3.361	281	3.436	3.717
Gruner + Jahr	959	621	1.580	910	701	1.611
BMG	31	385	416	37	334	371
Arvato	1.630	2.208	3.838	1.578	2.205	3.783
Bertelsmann Printing Group	908	716	1.624	974	770	1.744
Bertelsmann Education Group	–	142	142	–	110	110
Bertelsmann Investments	–	–	–	1	–	1
Summe Umsatz der Unternehmensbereiche	5.999	11.199	17.198	5.932	11.434	17.366
Corporate/Konsolidierung	-141	-107	-248	-115	-110	-225
Fortgeführte Aktivitäten	5.858	11.092	16.950	5.817	11.324	17.141

Die geografischen Kernmärkte von Bertelsmann umfassen Westeuropa – vor allem Deutschland, Frankreich sowie Großbritannien – und die USA. Darüber hinaus verstärkt Bertelsmann sein Engagement in Wachstumsregionen wie China, Indien und Brasilien.

Bertelsmann strebt ein wachstumsstärkeres, digitaleres, internationaleres und diversifizierteres Konzernportfolio an. Geschäfte, in die Bertelsmann investiert, sollen ein langfristig stabiles Wachstum, globale Reichweite, stabile und verteidigbare Geschäftsmodelle, hohe Markteintrittsbarrieren

und Skalierbarkeit aufweisen. Das Bildungsgeschäft wird schrittweise zur dritten Ertragssäule neben den Medien- und Dienstleistungsgeschäften aufgebaut.

Die Konzernstrategie umfasst vier strategische Stoßrichtungen: Stärkung der Kerngeschäfte, digitale

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Konzernstruktur

Wirtschaftliche Leistung

Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Konzernstruktur

Wirtschaftliche Leistung

Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

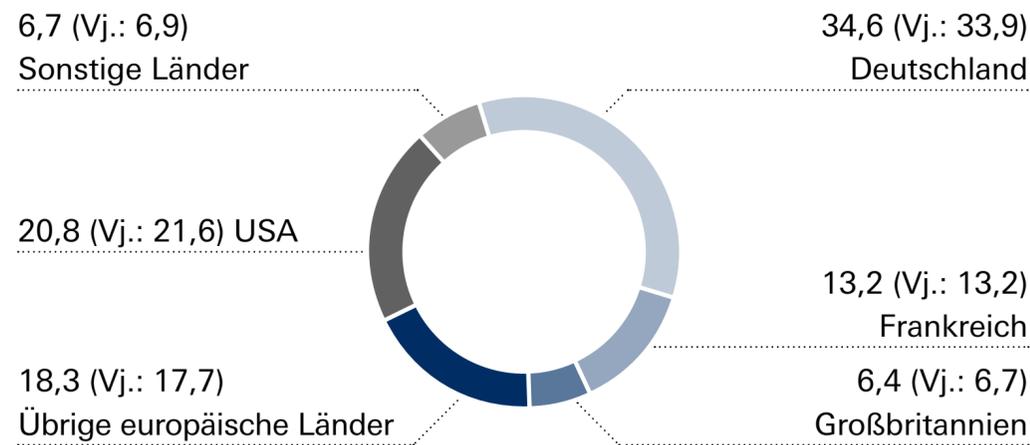
Gesellschaft

Anhang

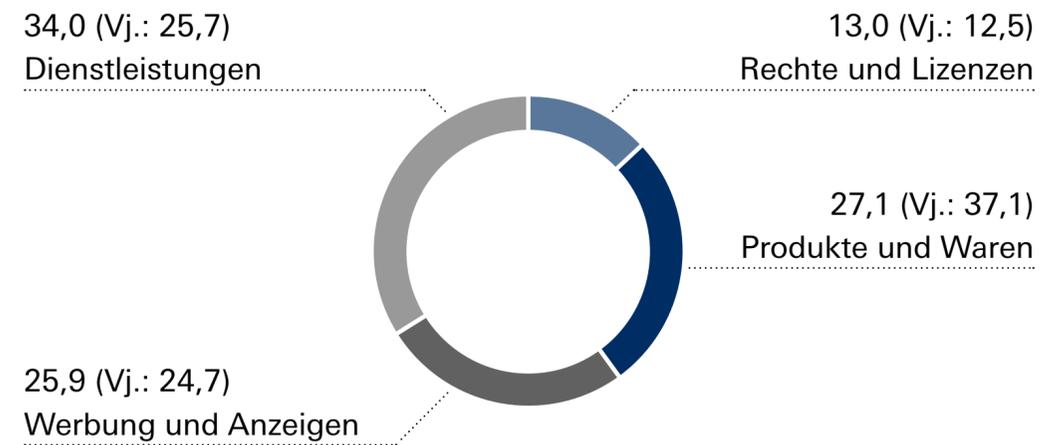
GRI-Content-Index



Konzernumsatz nach Regionen in Prozent



Umsatz nach Erlösquellen in Prozent



Transformation, Ausbau von Wachstumsplattformen sowie Expansion in Wachstumsregionen. Wesentliche Aktivitäten zur Umsetzung der Strategie waren die folgenden Akquisitionen im Jahr 2016: Mit dem Erwerb von Smartclip (März 2016) erweiterte die Mediengruppe RTL Deutschland ihre Möglichkeiten im Bereich digitaler Werbevermarktung. Die Übernahme der Groupe Cerise, eines digitalen Medienunternehmens, durch die französische

Gruner + Jahr-Tochter Prisma Media (Mai 2016) bietet neue Ansätze für Bewegtbild. Die Bertelsmann Education Group stärkte ihr Dienstleistungsangebot durch die Akquisition von Advanced Practice Strategies (APS), einem Anbieter von E-Learning-Produkten im Bereich klinischer Assessments und Performance Improvement für US-Krankenhäuser.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Konzernstruktur

Wirtschaftliche Leistung

Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Geschäftsmodell und Wertschöpfung

Die Ursprünge von Bertelsmann liegen im Bereich Medien; heute ist das Unternehmen in drei Geschäftsfeldern – Medien, Dienstleistung und Bildung – aktiv. Die Digitalisierung spielt dabei als Treiber neuer Trends, sei es durch Innovationen in der Produktionstechnologie, durch den Wandel im Medienkonsum oder durch Veränderungen in der Art, wie Menschen lernen und studieren, eine zentrale Rolle bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Bertelsmann hat eine weit verzweigte Lieferkette mit nur wenigen Hauptlieferanten, darunter Papier- und Energielieferanten. Einen Großteil der eingekauften Leistungen bilden menschliche Kreativ- oder Servicedienstleistungen.

Medien: Die Mediengeschäfte von Bertelsmann basieren auf der Produktion und Akquise qualitativ hochwertiger Informations- und Unterhaltungsmedien – daraus entstehen Bewegtbildformate, Bücher, Zeitschriften, Musikprodukte oder Onlineangebote. Mit Ausnahme von Büchern und Musik enthalten diese Produkte zusätzlich zu redaktionellen Inhalten auch Werbung – neben den Verkaufs- und Vertriebs Erlösen eine wichtige Finanzierungsquelle. Die Distribution

aller Produkte erfolgt physisch oder digital, direkt oder über Dienstleister. Da Mediengeschäfte von der Vielfalt der produzierten und verbreiteten Inhalte leben, sind gute Netzwerke von kreativen Talenten und Inhalteproduzenten ein zentraler Erfolgsfaktor.

Dienstleistungen: Auf das Lösungsportfolio der Dienstleistungssparte von Bertelsmann setzen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen – von Telekommunikations Providern und Energieversorgern über Banken und Versicherungen bis hin zu E-Commerce-, IT- und Internetanbietern. Das Kerngeschäft der Dienstleistungssparte sind Services, die den Endkunden der Klienten von Bertelsmann angeboten werden, sogenannte Business-to-Business-to-Customer-Services (B2B2C-Services). Typische Serviceangebote sind Customer-Relationship-Management-Lösungen sowie Marketing-, IT-, Logistik- und Finanzdienstleistungen. Diese setzen sich aus einer Vielzahl von Ressourcen zusammen: aus Personalressourcen, Technologie und dem Einsatz von Naturkapital in Form von Energie und Materialien. Hardware und Standardsoftware werden von externen Lieferanten eingekauft, während Software für spezielle Einsätze

weitgehend intern entwickelt wird. Bei den Druckgeschäften verarbeitet Bertelsmann unter anderem Papier und Druckfarbe, um für die jeweiligen Auftraggeber Medien- und Werbeprodukte zu erstellen – typischerweise Bücher, Kataloge, Zeitschriften und Broschüren. Dafür werden Offset-, Tiefdruck- und Digitaldruckmaschinen externer Hersteller eingesetzt. Der Kunststoff Polycarbonat ist das wichtigste Material für die CD-, DVD- und Blu-Ray-Replikation von Bertelsmann.

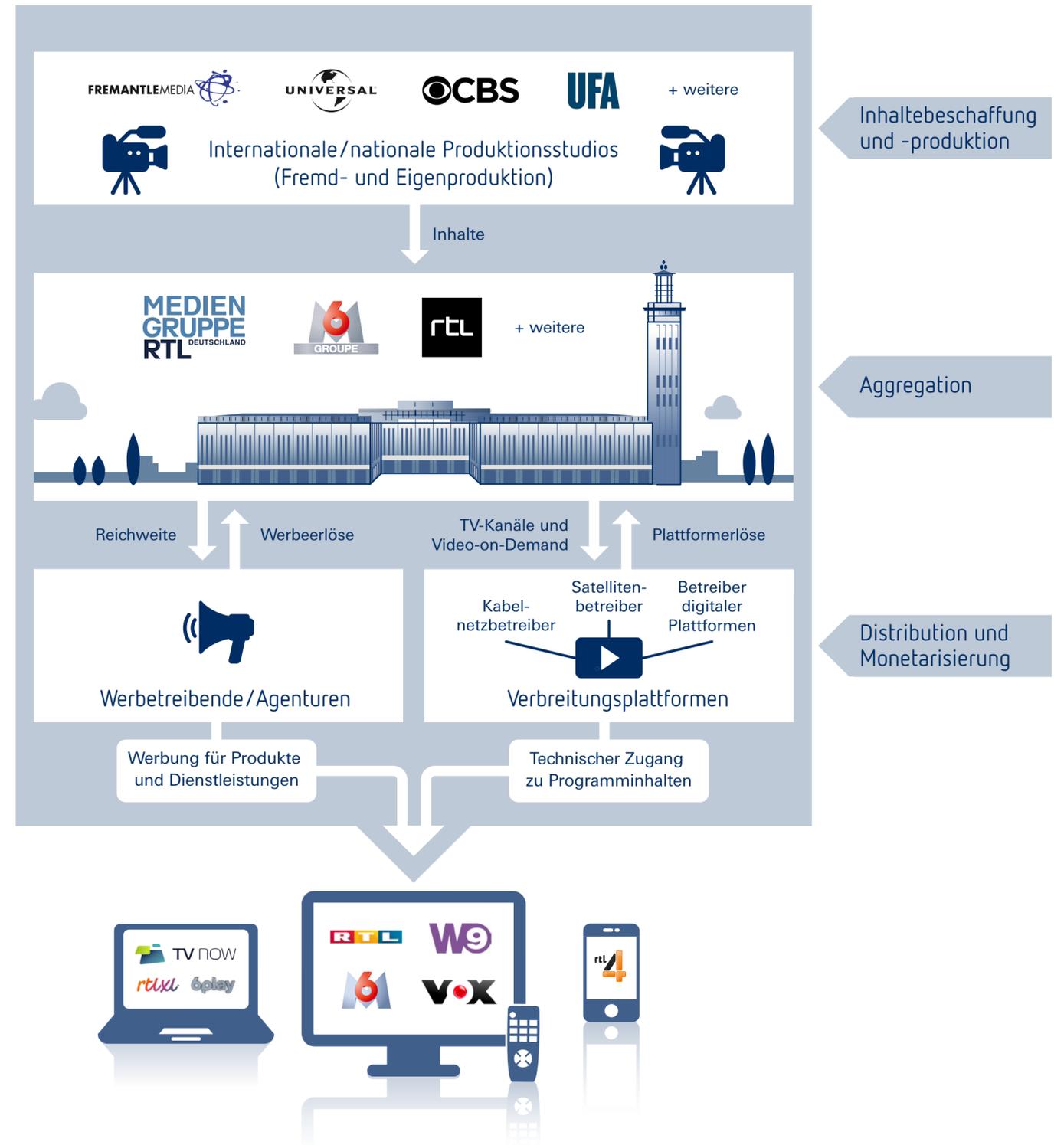
Bildung: Mit den digitalen Bildungs- und Dienstleistungsangeboten von Bertelsmann, die ihre Schwerpunkte in den Sektoren Gesundheit und Technologie haben, gestaltet Bertelsmann das berufsbezogene Lernen im 21. Jahrhundert. Zu den Bildungsaktivitäten zählen die E-Learning-Anbieter Relias Learning und Udacity sowie die Beteiligungen am Online-Bildungsdienstleister HotChalk und an der Hochschule Alliant International University. Ähnlich wie bei den Dienstleistungsgeschäften basieren die Geschäftsmodelle im Bildungssegment insbesondere auf dem kombinierten Einsatz von hochqualifizierten Mitarbeitern und innovativer Technologie.

- Konzernstruktur
- Wirtschaftliche Leistung
- Geschäftsmodell und Wertschöpfung**



Beispiel: TV-Broadcasting

Die RTL Group ist eines der führenden Unternehmen im Sender-, Inhalte- und Digitalgeschäft mit Beteiligungen an 60 Fernsehsendern und 31 Radiostationen, weltweiten Produktionsgesellschaften sowie einem dynamisch wachsenden Digitalgeschäft. Die Produktion, Aggregation, Distribution und Monetarisierung von professionell produzierten Videoinhalten sind das Kerngeschäft der RTL Group. Das Ziel ist es, Inhalte überall dort anzubieten, wo das Publikum sie sehen will – auf verschiedensten Plattformen und Geräten. Mit Niederlassungen in 31 Ländern verantwortet das weltweite Netzwerk von Fremantle Media jedes Jahr etwa 12.000 ausgestrahlte Programmstunden und vertreibt weltweit über 20.000 Stunden Inhalte. Darüber hinaus produzieren die RTL Group-Senderfamilien Inhalte mit lokalem Bezug oder geben sie in Auftrag. Die Sender entwickeln und strukturieren ihr Programm mit vielfältigen Formaten aus den verschiedenen Genres (Nachrichten, Unterhaltungsshow, fiktionale Serien, Reality-TV-Formate, Sportübertragungen etc.) und bilden so ihre Sendermarken heraus. Die wichtigste Einnahmequelle der RTL Group-Senderfamilien ist der Verkauf von Werbezeiten. Hinzu kommen Umsätze aus Distributionsplattformen.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Unternehmensführung

Bertelsmann steht für verantwortungsvolle Unternehmensführung, die den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex folgt. Gemeinsame Werte leiten das unternehmerische Handeln.

80,9 %
von Stiftungen gehaltene
Kapitalanteile

1 von 6
Vorstandsmitgliedern
weiblich

6
Nationalitäten im
Aufsichtsrat

Unternehmensführung

Grundlage der Unternehmensführung von Bertelsmann sind neben geltenden gesetzlichen Vorschriften die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, der international und national anerkannte Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung setzt.

Corporate Governance

Der Deutsche Corporate Governance Kodex stellt wesentliche gesetzliche Vorschriften zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften dar und enthält Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Dessen Empfehlungen und Anregungen sind neben den geltenden gesetzlichen Vorschriften Grundlage der Corporate Governance von Bertelsmann. Die Bertelsmann SE & Co. KGaA ist kapitalmarktorientiert, aber kein börsennotiertes Unternehmen und unterliegt somit nicht dem gesetzlichen Erfordernis der Abgabe einer Entsprechenserklärung gemäß § 161 Aktiengesetz.

Rechtsform und Organe

Bertelsmann hat die Rechtsform einer Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA). Die Organe der Bertelsmann SE & Co. KGaA sind die Hauptversammlung, der Aufsichtsrat und die Bertelsmann Management SE als persönlich haftende Gesellschafterin. Beide Gesellschaften, die Bertelsmann SE & Co. KGaA sowie die Bertelsmann Management SE, verfügen über einen eigenen Aufsichtsrat. Aufgaben und Verantwortlichkeiten der einzelnen Organe sind jeweils klar festgelegt und streng voneinander getrennt. Eine gleichzeitige Mitgliedschaft im Vorstand der Bertelsmann Management SE und im Aufsichtsrat der Bertelsmann Management SE oder im Aufsichtsrat der Bertelsmann SE & Co. KGaA ist nicht zulässig.

Verantwortlichkeiten und Gremien

Die persönlich haftende Gesellschafterin, die Bertelsmann Management SE, vertreten durch ihren Vorstand, leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Diese Aufgabe umfasst die Festlegung

der Unternehmensziele, die strategische Ausrichtung und Steuerung des Konzerns, die Führungskräfteentwicklung sowie die Unternehmensplanung und -finanzierung. Der Vorstand informiert die jeweiligen Aufsichtsratsgremien regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Geschäftsentwicklung und Strategieumsetzung, der Planung, der Finanz- und Ertragslage sowie über die Risikolage und das Risikomanagement. Er sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie der unternehmensinternen Richtlinien (Compliance).

Die Mitglieder des Vorstands tragen die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung gemeinsam. Angelegenheiten von grundsätzlicher oder wesentlicher Bedeutung oder Angelegenheiten, die die Verantwortungsbereiche mehrerer Vorstandsmitglieder betreffen, werden im Gesamtvorstand behandelt. Unbeschadet dieser Gesamtverantwortung führen die einzelnen Vorstandsmitglieder ihre Ressorts im Rahmen der vom Gesamtvorstand beschlossenen Vorgaben.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

- Corporate Governance
- Unternehmensgrundsätze
- Risikomanagement
- Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

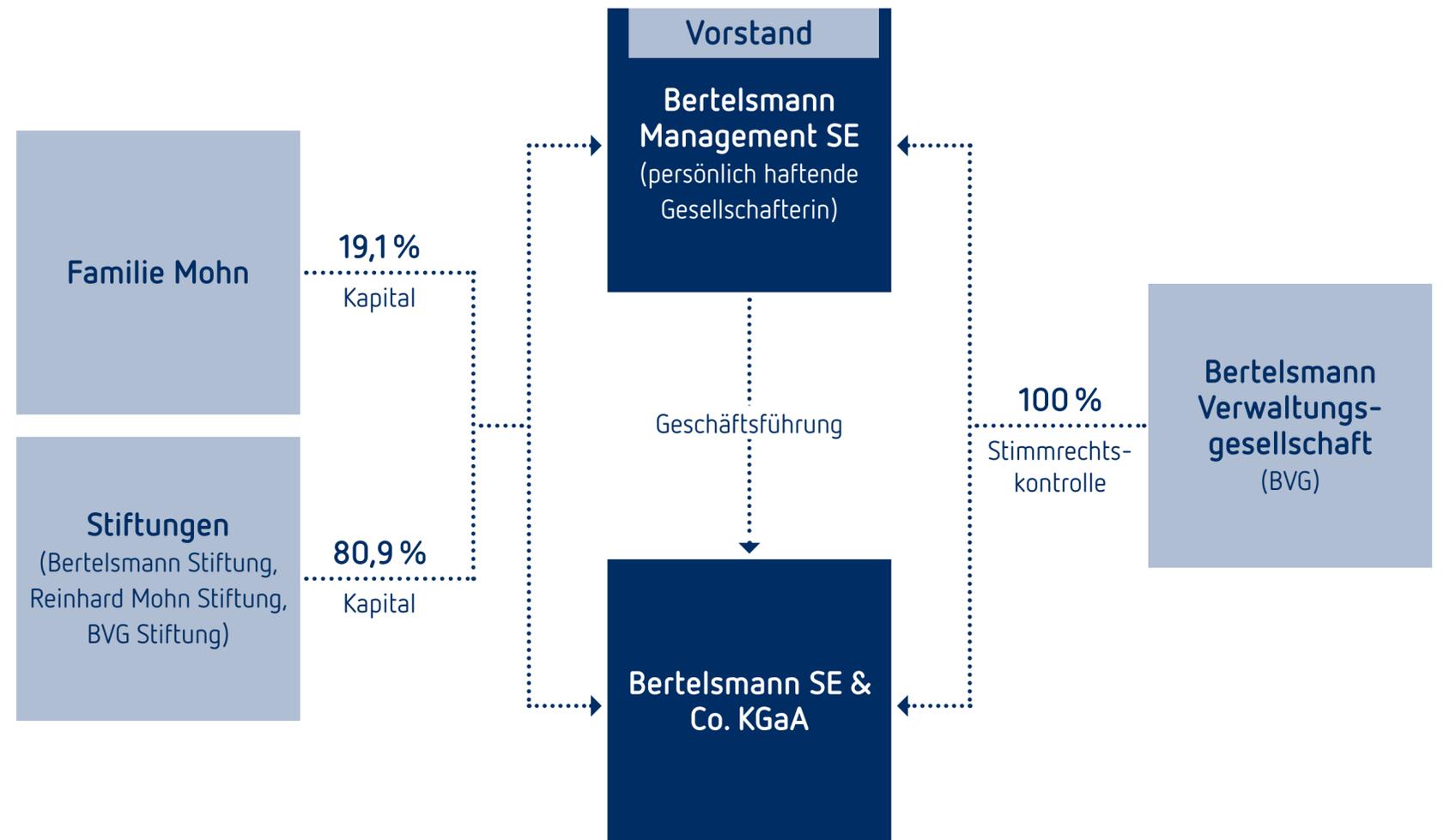
Anhang

GRI-Content-Index

Der Vorstand hat zusätzlich das Group Management Committee (GMC) eingerichtet, das ihn in wichtigen Fragen der Konzernstrategie und -entwicklung sowie bei weiteren konzernübergreifenden Themen berät. Das im Jahr 2016 16-köpfige GMC setzt sich aus allen Mitgliedern des Vorstands sowie Führungskräften zusammen, die wesentliche Geschäfte, Länder, Regionen oder wichtige konzernübergreifende Funktionen repräsentieren.

Im Geschäftsjahr 2016 war eines von sechs Vorstandsmitgliedern weiblich (17 Prozent, Vj.: 20 Prozent). 31 Prozent der Mitglieder des GMC waren weiblich (Vj.: 31 Prozent). Das Durchschnittsalter im Vorstand betrug 50 Jahre (Vj.: 49 Jahre), im GMC 53 Jahre (Vj.: 52 Jahre). Die durchschnittliche Konzernzugehörigkeit im Vorstand betrug 17 Jahre (Vj.: 20 Jahre); dabei gehörten die Mitglieder des Vorstands diesem im Durchschnitt seit 4 Jahren (Vj.: 4 Jahre) an. Ein Vorstandsmitglied war nicht deutscher Herkunft (17 Prozent, Vj.: 20 Prozent), im GMC lag dieser Anteil bei 31 Prozent (Vj.: 31 Prozent).

Aktionärsstruktur



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Aufgaben und Entscheidungswege

Der Aufsichtsrat der Bertelsmann SE & Co. KGaA überwacht die Geschäftsführung durch die Bertelsmann Management SE und nutzt dazu seine umfangreichen Informations- und Kontrollrechte. Darüber hinaus beraten die Aufsichtsratsgremien den Vorstand in strategischen Fragen sowie bei wichtigen Geschäftsvorfällen. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten intensiv und vertrauensvoll zusammen und kommen damit den Erfordernissen einer wirksamen Unternehmenskontrolle sowie der Notwendigkeit schneller Entscheidungsprozesse nach. Grundsätzliche Fragen der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung werden in gemeinsamen Klausuren offen diskutiert und darüber abgestimmt. Die Aktionäre der Bertelsmann SE & Co. KGaA und der Bertelsmann Management SE nehmen ihre Rechte in den jeweiligen Hauptversammlungen wahr und üben dort ihre Stimmrechte aus.

Der Aufsichtsrat der Bertelsmann Management SE hat einen Personalausschuss und einen Programm-ausschuss, der Aufsichtsrat der Bertelsmann SE &

Co. KGaA einen Prüfungs- und Finanzausschuss sowie einen Arbeitskreis der Mitarbeiter- und Führungskräftevertreter eingerichtet. Der Prüfungs- und Finanzausschuss des Aufsichtsrats der Bertelsmann SE & Co. KGaA befasst sich unter anderem mit der Rechnungslegung, dem Rechnungslegungsprozess und mit der Wirksamkeit des Risikoüberwachungs- und Risikomanagementsystems, des internen Kontrollsystems sowie des internen Revisionssystems. Er befasst sich ferner mit Fragen der Compliance, insbesondere mit der Wirksamkeit und Funktionsfähigkeit der Compliance-Organisation, sowie damit verbundenen Themen der Integrität im Konzern.

Im Geschäftsjahr 2016 waren 20 Prozent (Vj.: 19 Prozent) der Mitglieder des Aufsichtsrats weiblich. Das Durchschnittsalter im Aufsichtsrat betrug 58 Jahre (Vj.: 58 Jahre). 67 Prozent (Vj.: 69 Prozent) der Aufsichtsratsmitglieder waren deutscher, 33 Prozent (Vj.: 31 Prozent) internationaler Herkunft.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[Corporate Governance](#)[Unternehmensgrundsätze](#)[Risikomanagement](#)[Compliance](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Unternehmensgrundsätze

Voraussetzung für eine Unternehmenskultur, in der Mitarbeiter, Unternehmensführung und Gesellschafter erfolgreich, respekt- und vertrauensvoll zusammenarbeiten, sind gemeinsame Ziele und Grundwerte. Genau diese enthalten die Bertelsmann Essentials: Partnerschaft, Unternehmergeist, Kreativität und gesellschaftliche Verantwortung. Sie bauen auf der Unternehmensverfassung auf. Damit die Essentials die Veränderungen des Unternehmens, der Geschäfte und ihres Umfelds reflektieren, werden sie ständig kritisch überprüft und weiterentwickelt.

Der Bertelsmann Code of Conduct definiert als verbindliche Leitlinie für gesetzeskonformes und ethisch verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen Standards für ein verantwortungsvolles Verhalten gegenüber Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit, aber auch im Umgang miteinander innerhalb des Unternehmens. Alle im Unternehmen – Mitarbeiter, Vorstand und Aufsichtsrat – sind verpflichtet, die darin festgelegten Grundsätze einzuhalten [→Compliance, S. 17.](#)

Darüber hinaus hat Bertelsmann im Jahr 2016 seinen Unternehmenssinn definiert. Als Ergebnis einer intensiven, weltweiten Einbindung von Mitarbeitern, Führungskräften und Gesellschaftern findet dieser im Dreiklang „To Empower. To Create. To Inspire.“ seinen Ausdruck und schafft Orientierung für die Mitarbeiter und Partner des Unternehmens.

Die Bertelsmann Unternehmensgrundsätze zum Download:

[↗ Bertelsmann Essentials](#)[↗ Bertelsmann Code of Conduct](#)

Bertelsmann unterstützt den UN Global Compact:

[↗ Die 10 Prinzipien des UNGC](#)

Risikomanagement

Als weltweit tätiger Konzern ist Bertelsmann einer Vielzahl von Risiken, darunter auch rechtlichen und regulatorischen Risiken, ausgesetzt. Zur Früherkennung, Beurteilung und Steuerung interner und externer Risiken hat das Unternehmen ein Risikomanagementsystem (RMS) eingerichtet. Dessen Ziel ist es, wesentliche Risiken für den Konzern rechtzeitig zu identifizieren, um Gegenmaßnahmen ergreifen und Kontrollen durchführen zu können. Risiken sind mögliche künftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer für Bertelsmann negativen wirtschaftlichen Prognose- bzw. Zielabweichung führen können. Darüber hinaus können sich Risiken negativ auf die Erreichung der strategischen, operativen sowie berichterstattungs- und Compliance-relevanten Ziele des Konzerns sowie auf dessen Reputation auswirken.

Der Prozess des Risikomanagements erfolgt in Anlehnung an die international anerkannten Rahmenwerke des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) und ist in

die Teilschritte Identifikation, Bewertung, Steuerung, Kontrolle, Kommunikation und Überwachung gegliedert. Schwerpunkt der Risikoermittlung ist die Risikoinventur, die jährlich die wesentlichen Risiken der Unternehmenstätigkeit von den Profitcentern aufwärts erfasst. Dabei ergibt sich die Bewertung eines Risikos als Produkt aus geschätzter negativer Auswirkung auf den Free Cash Flow des Konzerns bei Eintritt des Risikos und geschätzter Eintrittswahrscheinlichkeit. Der Zeithorizont für die Einschätzung von Risiken beträgt sowohl ein Jahr als auch drei Jahre. Den Risiken werden Steuerungs- und Kontrollmaßnahmen gegenübergestellt. Auf diese Weise wird das sogenannte Nettorisiko ermittelt. Das RMS sowie das Interne Kontrollsystem als Teil des RMS werden kontinuierlich weiterentwickelt und sind in die laufende Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat von Bertelsmann eingebunden. Um die Erfüllung gesetzlicher und interner Anforderungen sicherzustellen, finden in regelmäßigen Abständen Sitzungen der Corporate und Divisional Risk Management Committees statt.

Für die im deutschen „CSR¹-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ definierten „nichtfinanziellen“ Aspekte Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte sowie Bekämpfung von Korruption und Bestechung wurden im Rahmen der Berichterstattung 2016 keine wesentlichen Nettorisiken gemeldet. Eine Betrachtung von CR-Risiken finden Sie unter [→CR-Risiken, S. 30](#).

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

1) Corporate Social Responsibility.

GRI 102-11, 102-12, 102-15; 407-1; 408-1; 409-1



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Compliance

Um Verstöße gegen Recht und Gesetz, Vorschriften und Unternehmensrichtlinien zu vermeiden, hat der Vorstand von Bertelsmann eine Compliance-Organisation geschaffen. Er hat ein Corporate Compliance Committee (CCC) berufen und ein Integrity & Compliance-Programm etabliert. Die Integrity & Compliance-Abteilung ist fachlich dem CCC unterstellt und berät und unterstützt dieses. Der Leiter der Integrity & Compliance-Abteilung berichtet an den Leiter der Konzernrechtsabteilung und an den Vorsitzenden des CCC. Dieser berichtet wiederum an den Vorstandsvorsitzenden von Bertelsmann, der für das Thema Compliance im Vorstand verantwortlich ist. Mit dieser Organisation orientiert sich Bertelsmann an maßgeblichen Standards für Compliance-Managementsysteme, die als Regelkreislauf in vielfältiger Weise zur Risikobegrenzung beitragen. Zu den grundlegenden Elementen zählen der Bertelsmann Code of Conduct, der Bertelsmann Supplier Code of Conduct, die Compliance-Richtlinien, Risikoanalyse, Beratung, Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen, Hinweisgebersysteme sowie die Fallbearbeitung.

Bei Bertelsmann finden Mitarbeiter, Geschäftspartner und Dritte stets Gehör, wenn sie Fragen stellen, vertraulich und sicher Bedenken bezüglich möglichen Fehlverhaltens äußern oder Vorschläge zur Verbesserung von Compliance-Prozessen machen wollen. Zu den Anlaufstellen zählen die Integrity & Compliance-Abteilung, ein internetbasiertes Hinweisgebersystem www.hinweisgeben.de sowie externe, von Bertelsmann berufene Ombudspersonen. Sämtlichen eingereichten Hinweisen wird nachgegangen, um auf Compliance-Verstöße angemessen zu reagieren.

Schutz der Menschenrechte

Menschenrechte im eigenen Unternehmen und in der Lieferkette zu wahren, ist ein erklärtes Anliegen von Bertelsmann. Bertelsmann bekennt sich zu den Grundsätzen der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“, zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen, zu den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie zu den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (International

Labour Organisation, ILO). Die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen ist fester Bestandteil der Bertelsmann-Unternehmenskultur.

Bertelsmann setzt sowohl im Unternehmen als auch in der globalen Lieferkette verbindliche menschenrechtliche Standards, die von allen Stakeholdern einzuhalten sind. Zentrale Leitlinien des Unternehmens, die das Thema Menschenrechte adressieren und diese Standards festlegen, sind:

- > **Bertelsmann Code of Conduct:** die weltweit und für jeden Mitarbeiter verbindliche Leitlinie für gesetzeskonformes und ethisches Handeln im Unternehmen, gegenüber Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit. Alle im Unternehmen – Mitarbeiter, Vorstand und Aufsichtsrat – sind verpflichtet, die darin festgelegten Grundsätze einzuhalten. Der Code of Conduct ist nicht nur ein Leitfaden zur angemessenen Entscheidungsfindung, sondern informiert auch über die im Unternehmen bestehenden Möglichkeiten,



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

Corporate Governance

Unternehmensgrundsätze

Risikomanagement

Compliance

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

- Rat zu suchen, vertraulich und sicher Bedenken bezüglich möglichen Fehlverhaltens zu äußern.
- > **Bertelsmann Supplier Code of Conduct:** verpflichtet Geschäftspartner, die für, gemeinsam mit oder im Namen des Unternehmens tätig werden, zur Einhaltung Compliance-rechtlicher und ethischer Mindeststandards, die dem Bertelsmann Code of Conduct entsprechen. Diese Prinzipien sind auch entlang der Wertschöpfungskette an Dritte weiterzugeben, die im Rahmen der Tätigkeit des Geschäftspartners für Bertelsmann eingesetzt werden (z. B. Subunternehmer). Im Fall von Verstößen gegen den Supplier Code of Conduct behält sich Bertelsmann angemessene Reaktionsmaßnahmen vor, die von der Schwere des Verstoßes abhängig sind und auch eine Vertragskündigung umfassen können.
 - > **Vorstandsrichtlinie Antikorruption und Integrität:** fordert einen angemessenen Due-Diligence-Prozess für die Auswahl von Geschäftspartnern und die vertragliche Einbindung des Bertelsmann Supplier Code of Conduct in

Verträge mit Drittparteien. Weiterhin wird die angemessene Überwachung von Drittparteien während der Vertragsdauer verlangt.

Nachfolgend sind einige spezifische menschenrechtliche Themen dargestellt, die vor allem die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen betreffen → [Faire Arbeitsbedingungen, S. 36](#).

Der Code of Conduct und der Supplier Code of Conduct bekräftigen das **Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen** in Übereinstimmung mit geltenden Rechten und Bestimmungen sowohl für die Mitarbeiter der Bertelsmann-Unternehmen als auch für die Mitarbeiter von Geschäftspartnern. Verstöße gegen dieses Prinzip können durch die genannten Meldewege bei Bertelsmann sowohl durch Mitarbeiter wie auch durch Dritte geltend gemacht werden.

Kinder- und Zwangsarbeit werden von Bertelsmann strikt abgelehnt. Bertelsmann erwartet dies auch

von seinen Geschäftspartnern. Entsprechende ausdrückliche Verbote sind im Code of Conduct und im Supplier Code of Conduct enthalten. Zusätzlich haben sowohl einzelne Bertelsmann-Konzernfirmen als auch Bertelsmann selbst Statements gemäß dem „UK Modern Slavery Act“ veröffentlicht, die alle Formen moderner Sklaverei, Zwangs- und Kinderarbeit, Ausbeutung und Diskriminierung verurteilen und Maßnahmen zur Vermeidung dieser Menschenrechtsverletzungen darstellen.

Der Code of Conduct und der Supplier Code of Conduct enthalten ein klares **Verbot von Diskriminierung** und Einschüchterung. Zusätzlich zu den genannten Meldewegen sind an allen deutschen Standorten sogenannte AGG-Ansprechpartner ernannt worden, an die sich Mitarbeiter bei vermuteten Verstößen gegen das „Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz“ (AGG) wenden können. Die Mitarbeiter sind durch Broschüren, Poster und Informationsbereitstellung im firmeninternen Intranet über ihre Rechte nach dem AGG informiert. Im internationalen Kontext wurde



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[Corporate Governance](#)[Unternehmensgrundsätze](#)[Risikomanagement](#)[Compliance](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

das Thema Antidiskriminierung in einem konzernweiten E-Learning angesprochen, um alle Mitarbeiter zu sensibilisieren und auf ihre Rechte hinzuweisen.

Antikorruption und Integrität

Korruption und Bestechung hemmen die Entwicklung der Wirtschaft, schrecken Investoren ab und tragen in vielen Ländern zum Fortbestand von Armut bei. Aus diesem Grund haben viele Länder in den vergangenen Jahren ihre Antikorruptionsgesetze verschärft. Bei Verstößen können Führungskräften und Mitarbeitern, aber auch dem Unternehmen selbst erhebliche straf- und zivilrechtliche Konsequenzen drohen, wie z. B. Haft- oder Geldstrafen, die Einziehung von Gewinnen, der Ausschluss von Ausschreibungsverfahren oder der Verlust von Genehmigungen. Auch Geschäftskunden fordern zunehmend den Nachweis einer wirksamen Antikorruptions-Compliance als Voraussetzung für eine Zusammenarbeit. Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung muss deshalb auch Maßnahmen der Korruptionsprävention umfassen.

Für Bertelsmann ist die Beachtung aller anwendbaren nationalen und internationalen Antikorruptionsvorschriften selbstverständlich. Bestechung und Bestechlichkeit wie auch Verhalten, das das Firmenvermögen oder das Vermögen von Geschäftspartnern oder Dritten schädigen könnte, sind strikt verboten.

Zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen, die Bertelsmann als Unterzeichner seit 2008 unterstützt [→Commitments, S. 24](#), zählt auch die entschiedene Bekämpfung von Korruption. Durch seine GRI-Berichterstattung erfüllt Bertelsmann auch seine Verpflichtung, mit einer jährlichen Fortschrittsmitteilung darzustellen, welche Maßnahmen zur Korruptionsprävention ergriffen wurden [→Über den Bericht, S. 4](#).

Sowohl der Bertelsmann Code of Conduct als auch die Bertelsmann Vorstandsrichtlinie Antikorruption und Integrität verbieten ausdrücklich jegliche Form von Korruption und Bestechung. Dieses Verbot gilt auch für alle Dritten, die für, gemeinsam mit oder

im Namen von Bertelsmann tätig werden, wie im Supplier Code of Conduct festgeschrieben.

Die Vorstandsrichtlinie Antikorruption und Integrität stellt detaillierte Grundsätze und Verhaltensregeln auf, um geltende Vorschriften einzuhalten. Neben Anweisungen für den Umgang mit Amtsträgern und Leitlinien für das Gewähren oder Annehmen von Zuwendungen im Rahmen von Geschäftsbeziehungen legt sie angemessene Due-Diligence-Prozesse im Umgang mit Dritten fest und beschreibt die Meldewege für vermutete Verstöße oder das Ersuchen um Beratung sowie weitere Maßnahmen zur Prävention und Kontrolle. Der Bertelsmann Supplier Code of Conduct verpflichtet Geschäftspartner von Bertelsmann, die für, gemeinsam mit oder im Namen des Unternehmens tätig werden, zur Einhaltung derselben strikten Antikorruptionsregeln. Die Vorstandsrichtlinie zum Umgang mit vermuteten Compliance-Verstößen verankert eine Meldepflicht von möglichen Verstößen gegen das Korruptionsverbot an das Bertelsmann Corporate Center.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

- Corporate Governance
- Unternehmensgrundsätze
- Risikomanagement
- Compliance**

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Das Thema Korruptionsprävention wird global durch die Integrity & Compliance-Abteilung gesteuert und weiterentwickelt.

Zu den wichtigsten Ergebnissen aus dem Bereich Antikorruption zählten im Jahr 2016:

- > Beratung von Führungskräften und Mitarbeitern zum Thema Antikorruption
- > Antikorruptionsschulungen für Führungskräfte und Mitarbeiter, die unter die Nominierungskriterien fallen, durch ein E-Learning
- > Inkrafttreten des Bertelsmann Supplier Code of Conduct, der ein striktes Korruptionsverbot für Geschäftspartner enthält, und Beratung der Konzerngesellschaften zur vertraglichen Einbindung
- > Beratung und Abstimmungen zur Überarbeitung der Bertelsmann-Richtlinie Antikorruption und Integrität
- > Entwicklung des Konzepts für ein neues E-Learning zum Thema Antikorruption auf Basis einer Analyse der relevanten gesetzlichen

Entwicklungen in der Antikorruptionsgesetzgebung für alle Länder, in denen Bertelsmann tätig ist

- > Bearbeitung von gemeldeten vermuteten Verstößen zum Thema Antikorruption
- > Bericht der ergriffenen Maßnahmen und der Fallkennzahlen an Vorstand und Aufsichtsrat im Compliance-Bericht

Für das Geschäftsjahr 2017 ist die quantitative Erhebung von und Berichterstattung über E-Learning-Schulungsmaßnahmen zum Thema Antikorruption geplant.

Fairer Wettbewerb

Bertelsmann bekennt sich zum Wettbewerbsprinzip und verurteilt Kartellrechtsverstöße sowie wettbewerbswidriges Verhalten. Das Unternehmen geht gegen jeden Verstoß vor. Ein umfangreiches Schulungsprogramm (Präsenzschulungen, Online-schulungen zur Auffrischung) dient der Vermeidung von Kartellrechtsverstößen.

„Wir sind der Einhaltung des geltenden Kartell- und Wettbewerbsrechts verpflichtet und suchen in kartell- und wettbewerbsrechtlichen Fragen Beratung bei Experten.“

Bertelsmann Code of Conduct

CR-Management

Transparente Verantwortlichkeiten, thematische Schwerpunkte und bereichsübergreifende Netzwerke kennzeichnen das Corporate Responsibility-Management von Bertelsmann.

2011
erste Berichterstattung
nach GRI

2008
Beitritt zum UN Global
Compact

7
CR-Themen
im Fokus

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



CR-Management

Verantwortungsvolles Handeln – im wirtschaftlichen Umfeld, gegenüber Mitarbeitern, in der Gesellschaft und im Umgang mit der Umwelt – ist fest in der Unternehmenskultur von Bertelsmann verankert. Die Bertelsmann Essentials schreiben gesellschaftliche Verantwortung als Grundwert für alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Gesellschafter des Unternehmens fest. Mit seinem Corporate Responsibility-Management verfolgt Bertelsmann das Ziel, seine ökonomischen Interessen mit den sozialen und ökologischen Anliegen innerhalb und außerhalb des Unternehmens in Einklang zu bringen.

Strategische Weiterentwicklung

Bertelsmann befasst sich kontinuierlich mit der strategischen Weiterentwicklung seines Nachhaltigkeitsmanagements. Dabei geht es um Transparenz bezüglich relevanter CR-Themen, um konzernweite, die Unternehmensstrategie flankierende CR-Zielsetzungen, um den Austausch mit relevanten Interessengruppen sowie um Formen der bereichsübergreifenden Koordination und Zusammenarbeit.

Im Geschäftsjahr 2016 standen die Fortentwicklung von CR-Managementansätzen und -Leistungsindikatoren sowie die Regelung von Berichtsprozessen für wichtige CR-Themenfelder im Fokus. Das im Jahr 2015 ins Leben gerufene Projekt „Advancing CR at Bertelsmann“, bei dem international und bereichsübergreifend besetzte Arbeitsgruppen Anforderungen und die Umsetzung der relevanten CR-Themen analysieren, wurde 2016 weiter fokussiert und fortgesetzt.

Organisation

Im Bertelsmann CR-Council treffen sich unter der Leitung des Konzernpersonalvorstands regelmäßig hochrangige Vertreter aus den verschiedenen Unternehmensbereichen. Sie treiben gemeinsam die strategische Weiterentwicklung von CR bei Bertelsmann voran und bringen die Perspektive der Geschäfte ein. Fachspezifische Zielsetzungen und Maßnahmen zu konkreten CR-Themen werden teilweise in bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen und Netzwerken erarbeitet oder vorbereitet.

Auf Konzernebene koordiniert und unterstützt die Abteilung Corporate Responsibility & Diversity Management (CR&DM) als Stabsfunktion des Konzernpersonalvorstands die Arbeit des CR-Council – in enger Zusammenarbeit mit weiteren Konzernfunktionen wie Berichtswesen, Risikomanagement, Finanzen, Recht, Integrity & Compliance, Unternehmenskommunikation und Mitarbeitervertretungen. Darüber hinaus betreut die Abteilung CR&DM die CR-Berichterstattung des Konzerns, den Stakeholderdialog zu relevanten CR-Themen, interne Netzwerk- und Beratungsprojekte sowie das bereichsübergreifende Umwelt- und Klimamanagement. Im Bereich Diversity Management arbeitet die Abteilung an Diversity-gerechten Rahmenbedingungen und unterstützt als Impulsgeber und Change Agent die Konzernbereiche bei der Förderung von Mitarbeitervielfalt [→ Diversity, S. 43](#).

Im Sinne einer über Jahrzehnte gewachsenen dezentralen Bertelsmann-Unternehmensstruktur gilt für die Umsetzung von CR im Konzern das

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

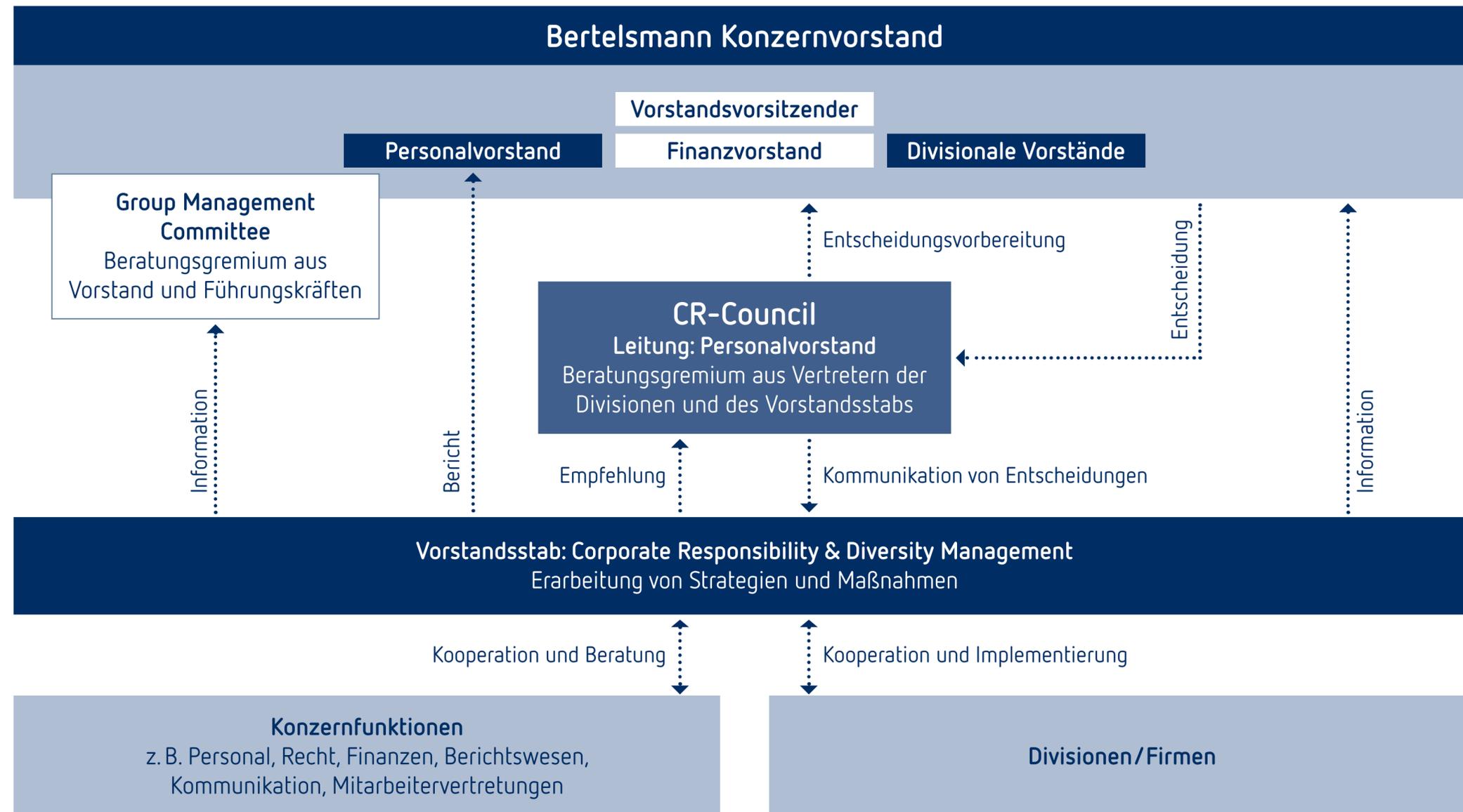
Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Bertelsmann Corporate Responsibility-Organisation



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Prinzip der Delegation von Verantwortung. Da die Bertelsmann-Geschäftsführer vor Ort ihre Geschäfte und deren soziales und ökologisches Umfeld am besten kennen, werden konkrete CR-Maßnahmen und -Projekte demnach dezentral umgesetzt. Die Bertelsmann-Unternehmensbereiche und -Firmen haben – entsprechend den lokalen Erfordernissen – dafür eigene Strukturen und Prozesse implementiert.

Commitments

Seit 2008 unterstützt Bertelsmann als aktiver Teilnehmer die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Das Unternehmen bekennt sich damit zu dem Ziel, gemeinsam mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten an seinen internationalen Standorten einen kontinuierlichen und nachhaltigen Fortschritt in den Bereichen Arbeitsnormen, Menschenrechte, Umweltschutz und Antikorruption voranzutreiben. Ein jährlicher Fortschrittsbericht legt Rechenschaft über die erreichten und geplanten Maßnahmen in diesen Handlungsfeldern ab. Seit 2011 folgt Bertelsmann bei seiner CR-Berichterstattung den jeweils gültigen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

Neben einer Vielzahl strategischer Partnerschaften und Kooperationen auf Konzern-, Bereichs- und Firmenebene ist Bertelsmann seit 2015 Mitglied von econsense, dem Forum für nachhaltige Entwicklung der deutschen Wirtschaft. Des Weiteren engagiert Bertelsmann sich auf Konzern- und Bereichsebene im internationalen Netzwerk Responsible Media Forum. Eine Übersicht der Mitgliedschaften und Kooperationen von Bertelsmann und seiner Bereiche finden Sie auch online auf der [Bertelsmann-Unternehmenswebsite](#).



WE SUPPORT

econsense

Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft



**PARTNERING
FOR A SUSTAINABLE
SECTOR**

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Stakeholderdialog

Bertelsmann steht durch seine Geschäfte und andere Aktivitäten mit einer Vielzahl von Menschen innerhalb und außerhalb des Unternehmens in direktem Kontakt: mit den Mitarbeitern und ihren Vertretungen, mit Kunden und Lieferanten, Journalisten, Investoren sowie mit politischen Entscheidungsträgern und Vertretern von staatlichen Stellen, Verbänden und Nichtregierungsorganisationen (NGOs).

Prioritär verfolgt Bertelsmann den Dialog mit Stakeholdern, die die ökonomische, gesellschaftliche oder ökologische Leistung des Unternehmens oder die dafür gegebenen regulativen Rahmenbedingungen stark beeinflussen. Ebenso steht Bertelsmann im Austausch mit Anspruchsgruppen, die signifikant von seiner ökonomischen, gesellschaftlichen oder ökologischen Leistung betroffen sind.

Austausch mit externen Anspruchsgruppen

Im Tagesgeschäft steht das Unternehmen mit Journalisten, Investoren und Kunden durch seine Pressestellen, Investor Relations-Experten und Servicezentralen in regem Austausch. Neben der

Stakeholder im Überblick



täglichen Pressearbeit und den vielfältigen Veranstaltungen des Hauses Bertelsmann stellen die Bertelsmann Bilanzpressekonferenz zum Jahresabschluss sowie die Kommunikation zur Veröffentlichung der Halbjahreszahlen (Telefonkonferenz) und Quartalszahlen (Pressemitteilungen zu Q1

und Q3) bewährte Formate für den Kontakt mit Medien, Journalisten und Investoren dar. Da die Kapitalmarktfinanzierung einen wichtigen Teil der Finanzierungsstrategie des Konzerns darstellt, ist Transparenz gegenüber dem Kapitalmarkt für die finanzielle Sicherheit und Unabhängigkeit des



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Organisation](#)[Stakeholderdialog](#)[CR-Themen](#)[CR-Risiken](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Unternehmens von großer Bedeutung. Der regelmäßige Austausch mit Investoren und Analysten leistet insofern dazu einen wichtigen Beitrag. Die Durchführung eines systematischen Dialogs mit externen Stakeholdern zu ausgewählten Corporate Responsibility-Themen ist Planungsbestandteil bei der strategischen Weiterentwicklung von CR bei Bertelsmann im Jahr 2017.

Dialog mit der Politik

Die Kreativindustrie ist ein Motor für Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze. Um weiterhin in hochwertige kreative und professionelle Inhalte investieren zu können, setzt sich Bertelsmann im Rahmen seiner politischen Arbeit daher für einen starken Urheberrechtsschutz und eine konvergente Medienordnung im digitalen Zeitalter ein.

Die Public-Affairs-Verantwortlichen von Bertelsmann bieten politischen Entscheidungsträgern Zugang zu Gesprächspartnern aus dem Unternehmen und vermitteln aktuelle Positionen und Fakten sowie weiterführende Informationen. Positionen werden

in internen Arbeitsgruppen und über Verbände sowohl mit internen als auch externen Experten entwickelt.

Neben ihrer Funktion als Diskussionsplattform, „Think Tank“, Datenbank und Expertenkommission machen die Repräsentanzen in Berlin und Brüssel sowie die Public-Affairs-Verantwortlichen der Unternehmensbereiche politische Entscheidungsträger mit den unterschiedlichen Geschäftsmodellen von Bertelsmann in den Bereichen Medien, Dienstleistungen und Bildung bekannt. Dazu gehört auch die Präsentation der neuen digitalen Geschäfte des internationalen Medienhauses und der vielfältigen kulturellen Aktivitäten in seinen zentralen Märkten.

Die Bertelsmann SE & Co. KGaA hat sich ins Transparenzregister der Europäischen Union eintragen lassen und den Verhaltenskodex des Registers unterzeichnet. Bertelsmann spendet nicht an politische Parteien [→ Spenden, Sponsoring und Förderprojekte, S. 77.](#)

„Wir pflegen ein korrektes und rechtlich einwandfreies Verhältnis zu allen Regierungs- und Aufsichtsbehörden.“

Bertelsmann Code of Conduct

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Organisation](#)[Stakeholderdialog](#)[CR-Themen](#)[CR-Risiken](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Interner Dialog

Im Hinblick auf den konzerninternen Stakeholderdialog zum Thema Corporate Responsibility identifiziert das Unternehmen relevante Stakeholdergruppen – etwa für die Beteiligung an Analysen zur Ermittlung konzernübergreifender CR-Schwerpunktthemen – nach den Kriterien von Ausgewogenheit und Vielfalt: Vertreter aus dem Top-Management, den Stäben und dem operativen Geschäft werden ebenso systematisch eingebunden wie Shareholder und Mitarbeitervertretungen. Dabei wird auf Vielfalt hinsichtlich Führungsebene, Internationalität, Alter und Geschlecht geachtet. Diese Ansprechpartner stehen wiederum im direkten Austausch mit den externen Anspruchsgruppen ihrer Geschäfte.

Den Kontakt zum Nachwuchs, insbesondere zu Studierenden weltweit, sucht Bertelsmann seit 2008 unter anderem mit der Karriereveranstaltung „Talent Meets Bertelsmann“.

Informationen zu den vielfältigen Dialogformaten, die das Unternehmen zum regelmäßigen Austausch

mit den Mitarbeitern und ihren Vertretungen pflegt, finden Sie unter [→ Mitarbeiter, S. 32](#).

Formate für den Stakeholderaustausch (Auswahl)

Information

- > Konzernberichterstattung, Pressearbeit
- > Beantwortung von Kunden-, Behörden- oder Ratinganfragen

Dialog

- > Mitarbeiter- und Teamgespräche
- > Kundenservice
- > Verbandsarbeit
- > Konferenzen, Diskussionsrunden und Workshops mit Wissenschaft, Politik und Wettbewerbern u.a.

Befragungen

- > Bertelsmann Mitarbeiterbefragung
- > Kundenbefragungen
- > Strategische Stakeholderbefragungen



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

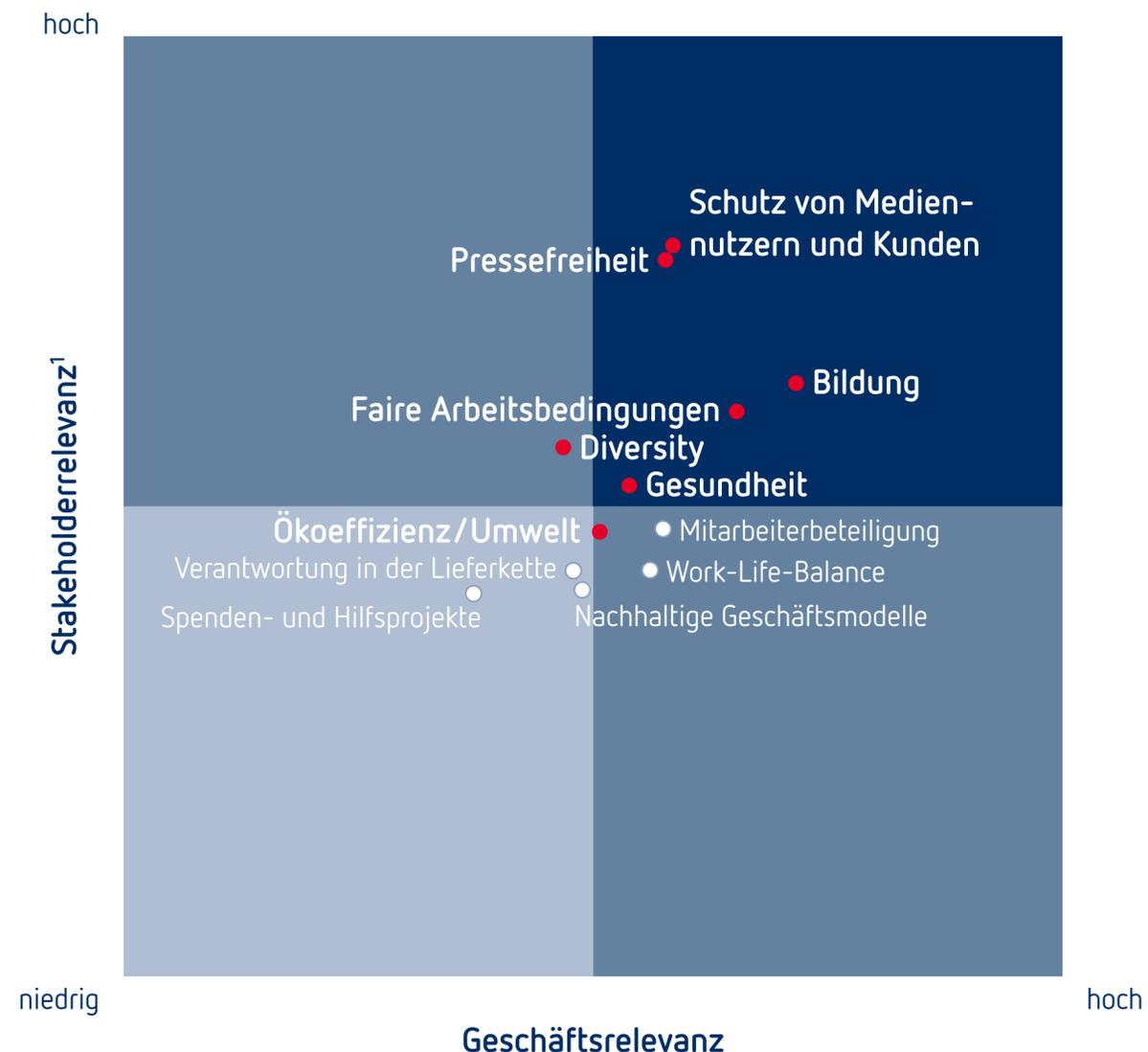


CR-Themen

Bertelsmann will dort nachhaltig verantwortungsvoll handeln, wo sich die Wertschöpfung und die Erwartungen seiner Stakeholder berühren: im wirtschaftlichen Umfeld des Unternehmens, im Hinblick auf die Qualität seiner Medien und Services, gegenüber den Mitarbeitern, in der Gesellschaft und im Umgang mit der Umwelt.

Welche sozialen und ökologischen Themen sind dabei für Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche besonders relevant? Eine zuletzt im Jahr 2014 durchgeführte Analyse, an der sich mehr als 130 Bertelsmann-Führungskräfte und -Mitarbeitervertreter aus aller Welt beteiligten, bewertete anhand einer vierstufigen Skala zwölf Themenfelder mit über 30 Unterthemen. Zwei Bewertungsdimensionen wurden berücksichtigt: Zum einen erfolgte eine qualitative Einschätzung der Geschäftsrelevanz jedes Themas anhand der Kategorien Risikopotenzial, finanzielle Auswirkung, Effizienz- und Optimierungspotenzial, Differenzierungs- und Wachstumspotenzial sowie Zukunftsorientierung. Zum anderen wurde die Stakeholderrelevanz in Bezug auf Mitarbeiter,

CR-Themenmatrix



Ökoeffizienz/Umwelt und Diversity wurden v. a. aufgrund diesbezüglich steigender Berichts-anforderungen als relevante Bertelsmann CR-Themen ausgewiesen. Weitere Themen wie Antikorruption, Kartellrecht, Außenwirtschaftsverkehr, Geschäftspartner-Compliance oder Schutz geistigen Eigentums waren nicht Teil des hier dargestellten Assessments sozialer und ökologischer Themenfelder.

- Relevante Bertelsmann CR-Themen
- Weitere Bertelsmann CR-Themen

1) Interne Analyse.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Organisation](#)[Stakeholderdialog](#)[CR-Themen](#)[CR-Risiken](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

End- und Geschäftskunden sowie – je nach Unternehmensbereich – weitere relevante Interessengruppen eingeschätzt. Auf diese Weise wurden sieben Themenfelder als besonders relevant identifiziert:

- > **Bildung** – mit den Schwerpunkten: Lernen und Mitarbeiterweiterbildung, soziale Bildungsinitiativen und Medienkompetenzförderung;
- > **Pressefreiheit** – mit den Schwerpunkten: kreative, journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit, aus interner und externer Perspektive;
- > **Faire Arbeitsbedingungen** – mit den Schwerpunkten: Partnerschaft, Arbeitsplatzsicherheit, materielle Gerechtigkeit und Umgang mit externen Mitarbeitern;
- > **Schutz von Mediennutzern und Kunden** – mit den Schwerpunkten: Inhalteverantwortung (Jugendschutz und faires Marketing) und Kundendatenschutz;
- > **Diversity** – mit den Schwerpunkten: Gender, Generationen und Internationalität;
- > **Gesundheit** – mit den Schwerpunkten: integriertes Gesundheitsmanagement und Prävention;

- > **Ökoeffizienz/Umwelt** – mit den Schwerpunkten: Energie, Emissionen und Papier.

Eine Aktualisierung der CR-Relevanzanalyse bei Bertelsmann, die methodisch verstärkt auch auf den Dialog mit externen Stakeholdern setzt, ist für das Jahr 2017 geplant → [Stakeholderdialog, S. 25](#).

Corporate Responsibility bzw. die sich hieraus ergebenden Themenfelder einschließlich nichtfinanzieller Leistungsindikatoren sind nicht Bestandteil des wertorientierten Steuerungssystems von Bertelsmann im weiteren Sinne. Auch aufgrund einer zum Teil nur eingeschränkten Messbarkeit können keine unmittelbar quantifizierbaren Aussagen zu Wirkungszusammenhängen und Wertsteigerungen mit Relevanz für den Konzern getroffen werden. Die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren werden daher nicht zur Steuerung des Konzerns verwendet [↗ Bertelsmann Geschäftsbericht 2016, S. 8](#).



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

CR-Risiken

Mit den für Bertelsmann relevanten CR-Themen sind eine Reihe „nichtfinanzieller“ Risiken verbunden. Diese Risiken können sich aus der eigenen Geschäftstätigkeit oder aus Geschäftsbeziehungen sowohl für das Unternehmen selbst wie auch für das Unternehmensumfeld und seine Stakeholder ergeben.

„Nichtfinanzielle“ Aspekte, innerhalb derer Risiken auftreten können, sind laut deutschem „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ im Wesentlichen Arbeitnehmer-, Umwelt- und Sozialbelange, die Achtung der Menschenrechte sowie die Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Bei Bertelsmann lassen sich den Sozialbelangen außerdem spezifische produktbezogene Themenfelder wie Pressefreiheit, Inhalteverantwortung, Kundendatenschutz oder Schutz geistigen Eigentums zuordnen [→CR-Themen, S. 28](#). Anders als die im Risiko- und Chancenbericht des Unternehmens dargestellte Nettobetrachtung [↗ Bertelsmann Geschäftsbericht 2016, S. 29 ff.](#) ist die nachfolgende Risikobeschreibung unabhängig von im

Unternehmen bestehenden Gegenmaßnahmen, das heißt ohne Berücksichtigung der Wirkung bestehender Konzepte und Maßnahmen, zu betrachten.

Zu den CR-Risiken, die sich für Bertelsmann als Unternehmen ergeben können, zählen steigende Geschäftskundenanforderungen aus dem „nichtfinanziellen“ Themenspektrum, deren Nichterfüllung potenzielle Umsatzeinbußen zur Folge haben kann. CR-Themen unterliegen zunehmend gesetzlichen Regulierungen, aus deren Nichteinhaltung Strafzahlungen verbunden mit Vertrauenseinbußen gegenüber verschiedenen Stakeholdergruppen resultieren können. Störungen im Geschäftsablauf, wie beispielsweise Engpässe bei der Papier- oder Energiebeschaffung, können durch Ressourcenknappheit entstehen. Im Bereich personeller Ressourcen können sich Risiken als Folge unzureichender Arbeitsbedingungen ergeben, mit Implikationen wie sinkender Motivation und Produktivität der Mitarbeiter, ungenügender Qualifikation mangels Weiterbildung,

erhöhter Krankheitslast oder erhöhter Fluktuation. Auch medien- und gesellschaftspolitische Entwicklungen, z. B. im Bereich Pressefreiheit, bedeuten ein Risikopotenzial für die Geschäfte von Bertelsmann.

Die Art und Weise, in der Bertelsmann seiner unternehmerischen Verantwortung nachkommt, hat umgekehrt auch Auswirkungen auf das Umfeld, die Umwelt und die Stakeholder des Unternehmens. So beeinflusst die Ausgestaltung von Arbeitsbedingungen direkt und indirekt das Wohlbefinden und die Chancen von Arbeitnehmern und ihres familiären Umfelds. Ebenso steht Bertelsmann durch sein unternehmerisches Handeln in Wechselbeziehung zu lokalen Gemeinschaften und zur globalen Gesellschaft. Korruption kann die Entwicklung der Wirtschaft hemmen, zur Vergrößerung von Armut beitragen und Chancengleichheit mindern. In Bezug auf Menschenrechte haben insbesondere das publizistische Handeln von Bertelsmann und der Umgang mit Daten Auswirkungen auf die öffentliche Informationslage, auf Meinungsbildung, Selbstbestimmung und Demokratie. Im Umweltbereich



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Organisation

Stakeholderdialog

CR-Themen

CR-Risiken

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



beeinflusst der Umgang mit Ressourcen wie Papier Fortbestand, Entwicklung und Vielfalt ökologischer Systeme und damit zukünftige Lebensbedingungen. Durch den direkten und indirekten Ausstoß von Treibhausgasen trägt das Unternehmen zur globalen Erwärmung bei.

Alle Risiken, die im Sinne möglicher negativer Auswirkungen durch Bertelsmann verursacht werden, bergen schließlich über Faktoren wie Reputation, Arbeitgeber- und Geschäftspartnerattraktivität, mögliche Strafverfahren oder Aufnahme in „Do-not-source“-Listen und Indizes auch Risiken für das Unternehmen selbst.

Mit welchen Konzepten und Maßnahmen Bertelsmann diesen Risiken begegnet, wird in den nachfolgenden Kapiteln dargestellt: [→Mitarbeiter, S. 32](#), [→Medien, Services und Bildung, S. 54](#), [→Umwelt, S. 66](#) und [→Gesellschaft, S. 76](#).

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Mitarbeiter

Motivierte Mitarbeiter, die sich mit Bertelsmann und seinen Werten identifizieren, sind die treibende Kraft für Qualität, Innovation und Wachstum des Unternehmens.

54 %
Frauenanteil der
Belegschaft

150
Nationalitäten
der Mitarbeiter

116.434
Mitarbeiter weltweit

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Mitarbeiter

Rund 116.000 Menschen in mehr als 50 Ländern setzen sich täglich für den Erfolg, das Wachstum und die kontinuierliche Weiterentwicklung von Bertelsmann ein. Der Verantwortung für seine Mitarbeiter misst das Unternehmen seit Generationen eine besondere Bedeutung bei. Bertelsmann legt großen Wert darauf, ein partnerschaftliches Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter zu schaffen. Dieser Anspruch ist fest verankert in den Grundwerten der Unternehmenskultur, den Bertelsmann Essentials.

Die Besten gewinnen und halten

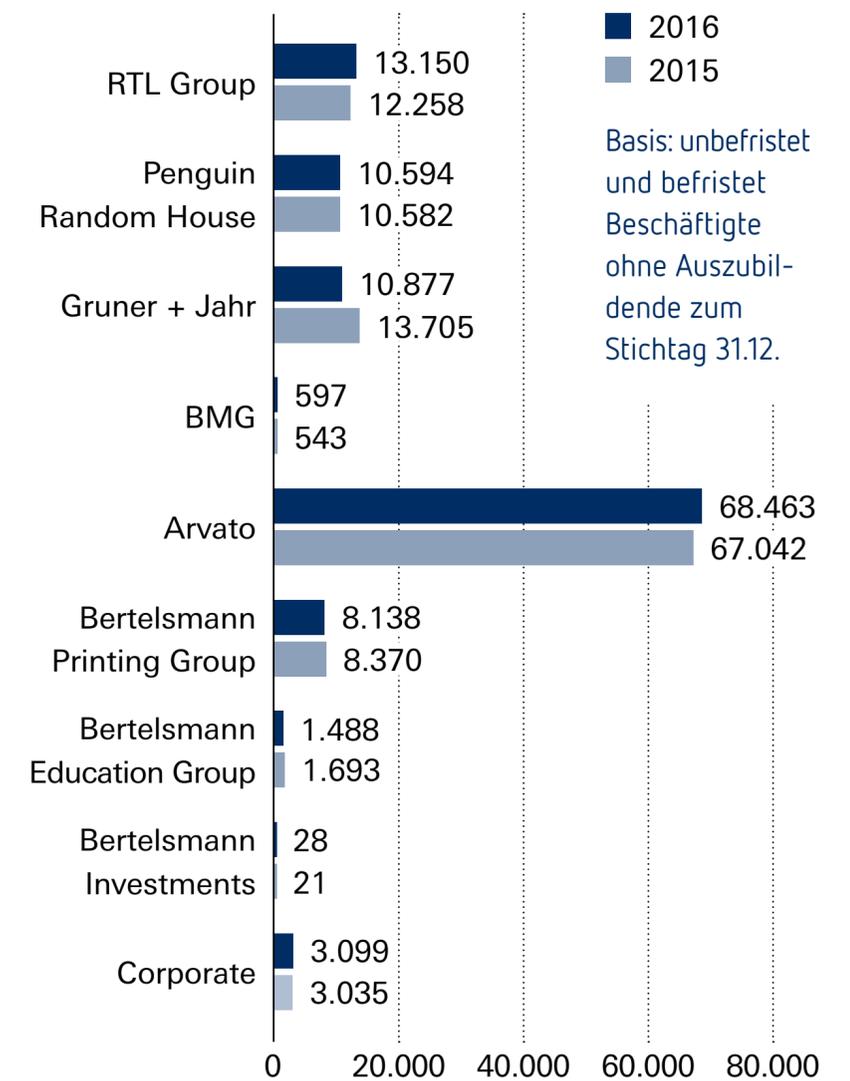
Für Bertelsmann sind die Mitarbeiter der zentrale Erfolgsfaktor. Sie entwickeln täglich neue Ideen und Angebote. Das gilt für Medien, Dienstleistungen und die neue Bildungssparte gleichermaßen. Damit die Mitarbeiter kreativ, innovativ und erfolgreich sein können, muss das Unternehmen für sie motivierende Rahmenbedingungen schaffen. Dazu zählen insbesondere Freiräume, Vertrauen und Respekt.

Um als Arbeitgeber attraktiv zu sein, Mitarbeiter langfristig zu binden und im Wettbewerb zu bestehen, fördert Bertelsmann die Entwicklung seiner

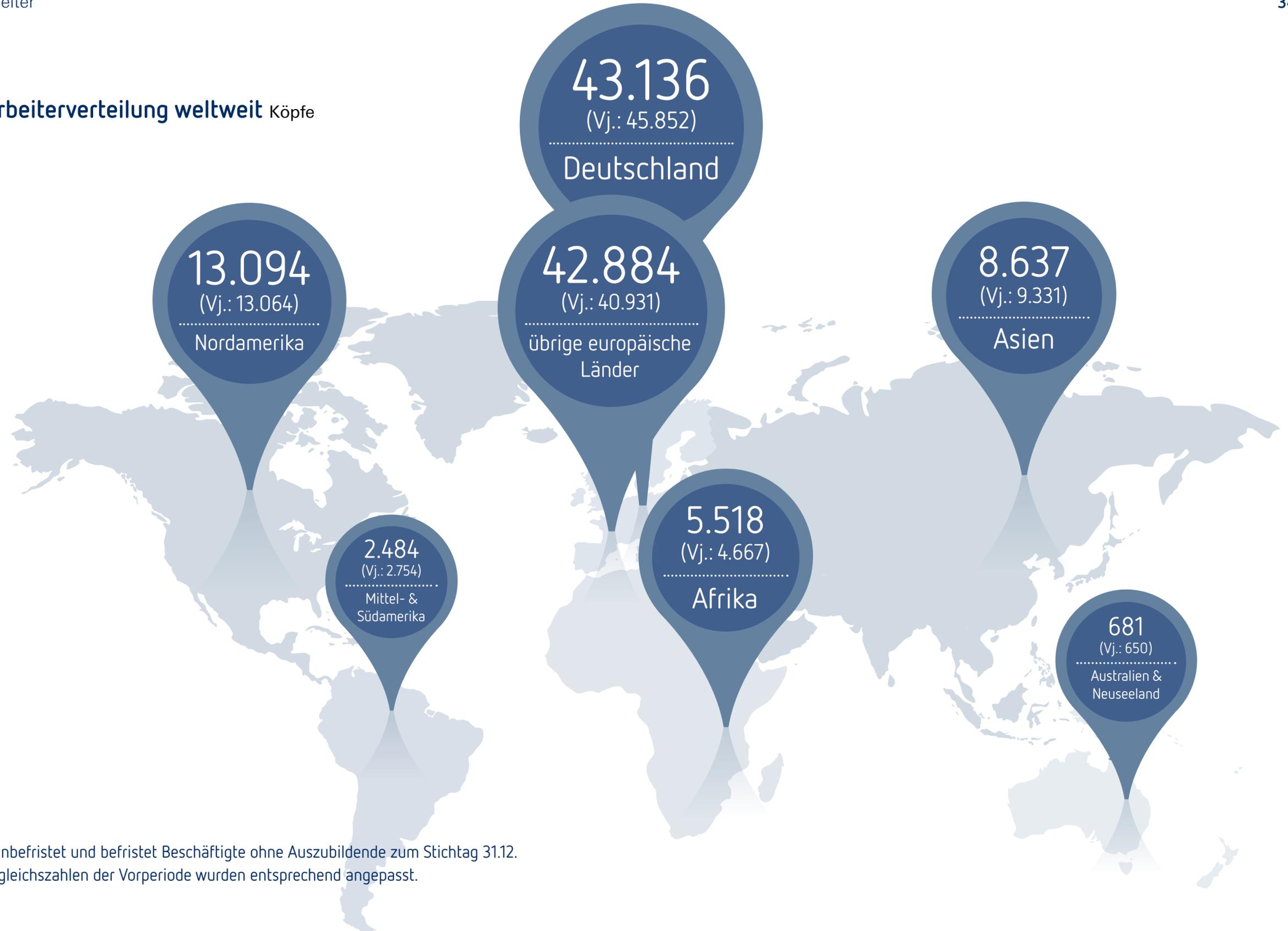
Mitarbeiter und schafft die Voraussetzungen für faire Arbeitsbedingungen, die Vielfalt, Kreativität und Leistung in einem gesunden Arbeitsumfeld ermöglichen. Dieser Anspruch gilt für Bertelsmann weltweit und ist dabei unter sehr unterschiedlichen kulturellen, regulatorischen, wirtschaftlichen und sozialen Voraussetzungen einzulösen.

Hinzu kommt, dass Mitarbeiter aller Generationen bei ihrem Arbeitgeber zunehmend Wert legen auf sinnstiftendes Tun. Wer für die Besten attraktiv sein will, muss dieser Erwartung nach einem übergeordneten Unternehmenssinn, einem „Sense of Purpose“, entsprechen. Denn nur Mitarbeiter, die sich mit dem Unternehmen, seinen Werten und seinen strategischen Zielen identifizieren, treiben deren Umsetzung aktiv voran und sorgen dafür, dass es seine Ziele erreicht. Dies gilt umso mehr in Zeiten des Wandels. Als Ergebnis intensiver, weltweiter Gespräche mit Mitarbeitern und Führungskräften sowie Gesellschaftern definiert Bertelsmann seinen Unternehmenssinn mit dem Dreiklang „To Empower. To Create. To Inspire.“. Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern damit nicht nur

Anzahl der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen Köpfe



Mitarbeiterverteilung weltweit Köpfe



Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte ohne Auszubildende zum Stichtag 31.12.
Die Vergleichszahlen der Vorperiode wurden entsprechend angepasst.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Orientierung, sondern vermittelt auch ein wichtiges Selbstverständnis ihrer täglichen Arbeit.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Grundlage der Personalarbeit bei Bertelsmann ist das Selbstverständnis, wie es in der Unternehmensverfassung und in den Bertelsmann Essentials niedergelegt ist. Ergänzende Regelungen treffen der Bertelsmann Code of Conduct [→ Compliance, S. 17](#) – der für alle Mitarbeiter gültige Verhaltenskodex – sowie Vorstandsrichtlinien zur Personalarbeit.

Der Personalvorstand steuert die Personalarbeit (Human Resources, HR) im Sinne des Gesamtkonzerns. Er leitet das Zentrale Personalwesen, das ihn bei Koordinationsaufgaben und bei der Gestaltung relevanter personalpolitischer Themenfelder unterstützt. Dabei arbeitet der Personalvorstand eng mit den Personalchefs der Divisionen zusammen. Zu seinen Aufgabenschwerpunkten gehören weiterhin die Erarbeitung der HR-Agenda für den Konzern in Zusammenarbeit mit dem HR Committee, die Weiterentwicklung der Betriebspartnerschaften,

die Ausrichtung der Führungskräfteentwicklung auf die strategischen Stoßrichtungen des Konzerns, die Steuerung von Besetzungs- und Vergütungsprozessen für Konzernschlüsselpositionen sowie die Standardisierung und IT-Unterstützung wichtiger HR-Prozesse.

Um in der dezentralen Organisation stringente Abläufe sicherzustellen, ist die Personalfunktion bei Bertelsmann nach einem Dotted-Line-Konzept, d. h. durch ergänzende fachliche Berichts- und Weisungsbeziehungen, organisiert. Konzernweite Personalthemen können so entsprechend den Entscheidungen des Gesamtvorstands umgesetzt werden. Darüber hinaus ermöglicht es der regelmäßige Dialog mit den Mitarbeitern und ihren Interessenvertretern, die Arbeitsbedingungen im Unternehmen kontinuierlich zu reflektieren, Verbesserungspotenziale aufzuzeigen und Maßnahmen abzuleiten [→ Mitsprache und Dialog, S. 37](#).

Für die Personalarbeit bei Bertelsmann spielt ferner der Austausch in Gremien eine wichtige Rolle.

Das **HR Committee** gestaltet die grundsätzlichen Aspekte der Personalarbeit im Interesse des Gesamtkonzerns. Mitglieder sind der Personalvorstand, die Personalchefs der Divisionen sowie Inhaber der Leiterpositionen der Zentralen Personalabteilung.

Die **HR Country Coordination Meetings** dienen der bereichsübergreifenden Koordination in einer Region und sorgen für die Umsetzung konzernweiter HR-Initiativen. Mitglieder sind die Personalleiter der größten bzw. mitarbeiterstärksten Konzerngesellschaften des jeweiligen Landes.

Die **Nomination & Compensation Committees** der Divisionen und des Corporate Center entscheiden über die Umsetzung der Vergütungs- und Besetzungspolitik in ihrem Zuständigkeitsbereich.

 Vorworte

 Über den Bericht

 Unternehmensprofil

 Unternehmensführung

 CR-Management

 Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

 Medien, Services und Bildung

 Umwelt

 Gesellschaft

 Anhang

 GRI-Content-Index

Faire Arbeitsbedingungen

Den Mitarbeitern gute Rahmenbedingungen für ihre Arbeit zu bieten, ihnen Unterstützung zukommen zu lassen und Orientierung zu vermitteln, steht für Bertelsmann an höchster Stelle. Neben dem Schutz von Menschen- und Persönlichkeitsrechten [→ Compliance, S. 17](#) zählen insbesondere die partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern und ihren Vertretungen, hohe Arbeitsplatzsicherheit, materielle Gerechtigkeit, flexible Arbeitsformen sowie ein gerechter Umgang mit freien und externen Mitarbeitern zu Schlüsselthemen fairer Arbeit bei Bertelsmann.

Leitlinien und Strukturen

Die Verantwortung für die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen liegt dezentral bei der Geschäftsleitung der Firmen vor Ort. Bereichsübergreifend schafft Bertelsmann Rahmenbedingungen, um dieser Verantwortung nachkommen zu können. Neben gesetzlichen Vorschriften, den Bertelsmann Unternehmensgrundsätzen (Unternehmensverfassung und Essentials) sowie Verhaltenskodizes [→ Compliance, S. 17](#) sind hierbei

Kollektivregelungen (z. B. Konzernbetriebsvereinbarungen) und themenspezifische Vorstandsrichtlinien, wie insbesondere die zur Vergütung und zum Einsatz von Fremdpersonal, handlungsleitend.

Hinzu kommen externe Regularien, wie die ILO-Standards, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die Selbstverpflichtung des Unternehmens zum UN Global Compact [→ Commitments, S. 24](#). Zudem beschäftigt sich eine bereichsübergreifend besetzte Arbeitsgruppe mit dem Thema faire Arbeitsbedingungen. Als zentraler Ansprechpartner für die verschiedenen Gremien zur Vertretung von Mitarbeiterinteressen steht der Personalvorstand von Bertelsmann dieser Arbeitsgruppe vor.

Wandel gemeinsam gestalten

Die digitale Transformation verändert das Arbeitsumfeld und die Aufgaben jedes Einzelnen. Bei Bertelsmann schließt dieser Prozess auch die Restrukturierung einiger traditioneller Geschäfte mit ein. Parallel wird an einigen Stellen im Unternehmen zurück-, an anderen Stellen um- und an



6,5 Jahre

durchschnittliche Konzernzugehörigkeit der Mitarbeiter
(Vj.: 6,6 Jahre)

Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte ohne Auszubildende zum Stichtag 31.12. Nicht berücksichtigt wurden die befristet Beschäftigten der RTL Group.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

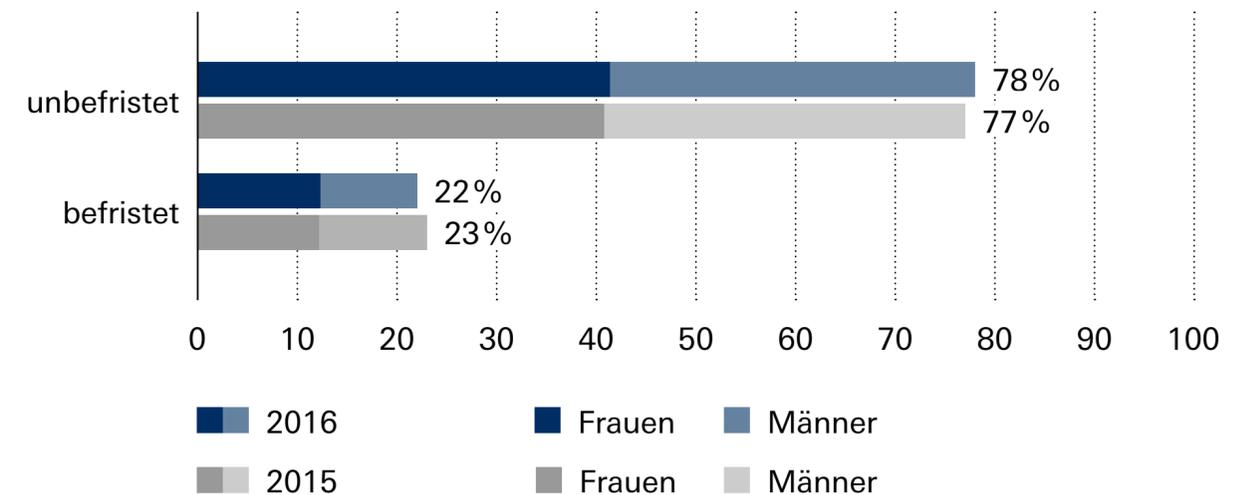
Anhang

GRI-Content-Index

vielen weiteren Stellen aus- oder neugebaut. Die Führung des Unternehmens begreift den Wandel als Herausforderung und Chance und will ihn gemeinsam mit seinen Mitarbeitern gestalten.

Bertelsmann achtet darauf, die Mitarbeiter so früh wie möglich über Pläne der Geschäftsführung zu informieren sowie die Belegschaft und ihre Vertreter frühzeitig in Veränderungsprozesse einzubinden, um gemeinsam die besten Lösungen zu finden. Vielfach geht das Unternehmen dabei über die gesetzlichen Regelungen, in Deutschland z. B. das „Betriebsverfassungsgesetz“, hinaus. In Deutschland beispielsweise haben Personalverantwortliche und Betriebsräte Ende des Jahres 2015 unter Einbindung der Geschäftsleitungen das Projekt [↗ „BeWege“](#) verabschiedet. Hierüber soll der Strukturwandel der Gesellschaften aktiv begleitet werden. Wenn Geschäfte sich strukturell rückläufig entwickeln und dadurch Arbeitsplätze gefährdet sind, werden betroffene Mitarbeiter in einem Entwicklungs- und Transfercenter frühzeitig beraten und für neue Aufgaben im Konzern weiterqualifiziert.

Mitarbeiter nach Beschäftigungsfrist in Prozent



Basis: Beschäftigte (Köpfe) ohne Auszubildende zum Stichtag 31.12.

Mitsprache und Dialog

Den kontinuierlichen Dialog zwischen Mitarbeitern und Unternehmensführung sieht Bertelsmann als grundsätzliche Voraussetzung für den Unternehmenserfolg. Ein partnerschaftlicher Umgang ist im Unternehmen gelebte Praxis. Dafür erforderlich sind starke Interessenvertreter, klare Spielregeln

und gegenseitiges Vertrauen. Im Aufsichtsrat der Bertelsmann SE & Co. KGaA stellen die Mitarbeiter fünf Vertreter: vier Betriebsratsmitglieder und einen Vertreter aus dem Bertelsmann Management Representative Committee (BMRC). Darüber hinaus verfügen die Belegschaft, Führungskräfte, Mitarbeiter mit Behinderungen



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



und Auszubildende über verschiedene Plattformen, um sich auszutauschen, gemeinsame Themen voranzutreiben und ihre Anliegen konstruktiv einzubringen. Ein bewährtes Format ist unter anderem die Bertelsmann Konzerndialog-Konferenz. Diese fand 2016 zum fünften Mal statt. Rund 60 Konzernbetriebsratsmitglieder von Bertelsmann, der Mediengruppe RTL Deutschland sowie von Prinovis und Gruner + Jahr trafen sich für zwei Tage in der Berliner Bertelsmann-Repräsentanz zur Beratung und Diskussion mit dem Vorstandsvorsitzenden und dem Personalvorstand.

Weiterhin sind die Mitarbeiter über standardisierte Personalgespräche (Leistungs- und Entwicklungsdialog, Zielvereinbarung und Teamgespräch) sowie durch die Bertelsmann Mitarbeiterbefragung in die Ausgestaltung ihrer Arbeitsbedingungen eingebunden. Die Mitarbeiterbefragung zählt schon seit 1977 zu den wichtigsten Elementen der Bertelsmann Unternehmenskultur. Im Jahr 2016 nutzten weltweit 89 Prozent der Mitarbeiter ihre Chance zur Mitgestaltung und bewerteten anonym Themen, wie

beispielsweise das Arbeitsumfeld, die Zusammenarbeit mit Vorgesetzten und Kollegen, Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten oder die Begleitung von Strategie und Veränderungen im Konzern. Aufbauend auf den jeweiligen Firmen- und Teamergebnissen leiten Führungskräfte und Mitarbeiter gemeinsam Verbesserungspotenziale ab und beschließen Maßnahmen.

Vergütung und Teilhabe am Unternehmenserfolg

Materielle Gerechtigkeit und faire Entlohnung sind wichtige Voraussetzungen für ein partnerschaftliches Miteinander von Arbeitgeber und Mitarbeitern, das zu hochwertigen Resultaten führt. Das Vergütungssystem von Bertelsmann soll eine markt-, funktions- und leistungsgerechte Entlohnung gewährleisten und macht keinen Unterschied zwischen den Geschlechtern. Bertelsmann legt zudem großen Wert darauf, seine Mitarbeiter am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Die in Deutschland etablierte Gewinnbeteiligung orientiert sich an denselben Kennzahlen wie die

„Die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen ist fester Bestandteil der Bertelsmann Unternehmenskultur.“

Bertelsmann Code of Conduct

Bonuszahlungen für Vorstände und Führungskräfte. Darin einbezogen sind grundsätzlich alle deutschen Betriebe der vollkonsolidierten Konzernunternehmen mit Ausnahme der RTL Group und Gruner + Jahr. Diese sowie eine Vielzahl ausländischer Firmen haben ähnliche nach lokalen Anforderungen individuell ausgestaltete Erfolgs- und Gewinnbeteiligungsformate.

Im Jahr 2016 wurden aus dem Ergebnis des Geschäftsjahres 2015 konzernweit insgesamt 95 Mio. € an Gewinn- und Erfolgsbeteiligungen (Vj.: 85 Mio. €) ausgeschüttet.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

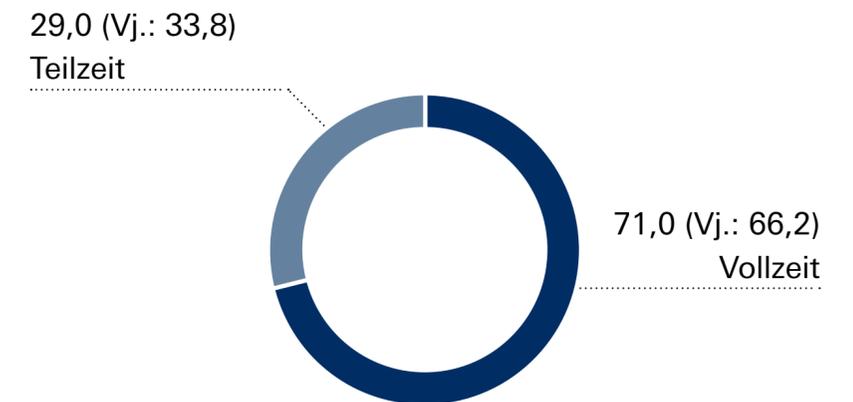
Flexibilität und Fairness

Die Teilhabe an Entscheidungsprozessen und die Gewährleistung größtmöglicher Freiräume tragen zur Loyalität und Zufriedenheit der Beschäftigten maßgeblich bei. Dazu gehört auch, den Mitarbeitern räumlich und zeitlich flexible Arbeitsformen anzubieten, um sie bei der Vereinbarung von Berufsleben und privaten Interessen zu unterstützen. Bertelsmann ist bestrebt, hierfür zeitgemäße Lösungen anzubieten und diese den lokalen Bedürfnissen sowie technischen und organisatorischen Rahmenbedingungen entsprechend weiterzuentwickeln. Ergebnis- statt präsenzorientierte Arbeitszeitmodelle sowie Vertrauensarbeitszeit sind inzwischen weit verbreitet, Homeoffice-Regelungen wurden erfolgreich eingeführt.

Die Flexibilitätsanforderungen einer sich schnell wandelnden Arbeitswelt führen auch dazu, dass Wissen und Expertise von außen zugekauft werden müssen, will man den Bedürfnissen der Kunden in Hochphasen zufriedenstellend nachkommen. Dabei greift das Unternehmen auf

Personaldienstleister zurück und beschäftigt neben den fest angestellten auch externe Mitarbeiter, dort wo die Eigenheit der Aufgaben dies zulässt und erfordert. Als Externe definiert Bertelsmann Personen, die als Selbstständige für das Unternehmen, für Dienstleister und Berater oder infolge der Arbeitnehmerüberlassung als Leiharbeitnehmer bei einer Konzerngesellschaft tätig sind. Der Einsatz und die Beschäftigung von Externen müssen in Übereinstimmung mit den Unternehmenswerten erfolgen. Die Vorstandsrichtlinie zum Einsatz Externer verpflichtet zu Standardprozessen, die die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben sicherstellen. Dies wird durch den Supplier Code of Conduct ergänzt, der auch die Dienstleister verpflichtet.

Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte Deutschland in Prozent



Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte (Köpfe) ohne Auszubildende zum Stichtag 31.12.



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Faire Arbeitsbedingungen](#)[Lernen](#)[Diversity](#)[Gesundheit](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Lernen

Die Qualifikation der Mitarbeiter bestimmt den Erfolg des Unternehmens: Mit dieser Überzeugung gründete Reinhard Mohn bereits vor mehr als 50 Jahren die private Berufsschule des Bertelsmann Verlags. Damit legte er den Grundstein für das heutige Ausbildungssystem des Konzerns in Deutschland und stieß den Aufbau eines umfassenden Weiterbildungssystems an. Große Herausforderungen, wie die fortschreitende Internationalisierung des Konzerns, die digitale Transformation der Medien- und Service-landschaft oder der demografische Wandel, lassen sich nur mit gut ausgebildeten Mitarbeitern bewältigen. Aus- und Weiterbildung sind daher für das Unternehmen und seine Beschäftigten eine nachhaltige Investition in die Zukunft.

Bertelsmann University: lebenslanges Lernen

In einem sehr dynamischen Umfeld baut Bertelsmann auf engagierte und hochqualifizierte Mitarbeiter und Führungskräfte. Aufgrund der sich schnell verändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ergeben sich für alle Beschäftigten ständig neue Herausforderungen im täglichen

Arbeitsleben. Durch Angebote für lebenslanges Lernen zum Erhalt der dauerhaften Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beizutragen, ist für Bertelsmann Verpflichtung und Herausforderung zugleich. Je besser dies gelingt, desto erfolgreicher kann das Unternehmen sein und desto attraktiver ist es für seine Belegschaft und Nachwuchskräfte. Überdies leistet Bertelsmann so einen Beitrag zur individuellen Arbeitsplatzsicherheit und zur Stabilität der Gesellschaft.

Strukturen und Prozesse

Mit vier verschiedenen Campusbereichen – Strategy, Leadership, Function und Individual – ist die Bertelsmann University die zentrale Learning-Organisation für Mitarbeiter und Führungskräfte. Sie bietet exzellente Lerninhalte und innovative Lernformate, die die Kompetenzen der Mitarbeiter und Führungskräfte von Bertelsmann weltweit und über alle Bereiche hinweg systematisch weiterentwickeln. Beispiele sind Strategie- und Innovationskompetenzen, Führungskompetenzen, digitale und Soft Skills sowie fachspezifische Kompetenzen und

Fremdsprachen. Dank digitaler Formate sind die passenden Inhalte für jeden Mitarbeiter verfügbar, Zeit und Ort des Lernens richten sich nach den individuellen Bedürfnissen.

Die Bertelsmann University ist als Hauptabteilung im Corporate Center angesiedelt. Ihre Leitung obliegt dem Chief Learning Officer, der an den Personalvorstand berichtet. Personalvorstand, Group Management Committee (GMC) und HR Committee befassen sich regelmäßig mit der Ausrichtung und den Aktivitäten der University. Unterstützung erhält diese vom Divisional Learning Committee, in dem Learning & Development-Vertreter aus den Unternehmensbereichen mitarbeiten.

Zielsetzung und Ergebnisse

Um die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu unterstützen, fokussiert die Zielsetzung der Bertelsmann University drei Aspekte: die Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter, die Stärkung der Unternehmens- und Führungskultur sowie den Ausbau digitaler Lerninfrastruktur. Gemessen wird



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

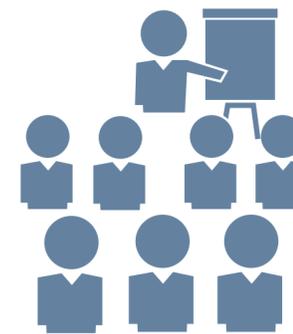
Anhang

GRI-Content-Index



dies unter anderem mithilfe der Digitalisierungsquote (Anteil digitaler Lernstunden). Diese steigerte sich im Geschäftsjahr 2016 von 10 Prozent (2015) auf 23 Prozent. Ein weiterer Indikator ist die Anzahl der Weiterbildungsstunden aller Mitarbeiter des Konzerns weltweit. Mit der Erweiterung des Angebots um Kurse von lynda.com stieg die Zahl sprunghaft von 235.585 im Jahr 2015 auf 405.924 Weiterbildungsstunden im Jahr 2016. Zu weiteren Ergebnissen im Jahr 2016 zählten:

- > **Stärkung der Führungs- und Lernkultur:** Entwicklung eines Leadership Learning Frameworks;
- > **Ausbau von Lernangeboten:** Neukonzeption und Durchführung „Mastering New Challenges“ für Top-Manager, Rollout und Internationalisierung „Creativity Bootcamp“;
- > **Erhöhung der Reichweite durch Digital First-Strategie:** Aufbau von Digitalkursen im Themenbereich Technologie und weltweite Einführung des Online-Sprachtrainings in Zusammenarbeit mit Learnship.



405.924
Weiterbildungsstunden
gesamt
(Vj.: 235.585)



23 %
Anteil digitaler
Weiterbildungsstunden
(Vj.: 10 %)

Basis: alle im System gepflegten Weiterbildungsdaten

Basis bzgl. Mitarbeiter: unbefristet und befristet Beschäftigte ohne Auszubildende mit Zugang zur HR-IT-Plattform „peoplenet“ zum Stichtag 31.12.

Ausbildung in Deutschland: vielfältige Angebote

Wie die Geschäfte der Bertelsmann-Firmen stehen auch ihre Angebote zur beruflichen Erstqualifizierung im Zeichen der Vielfalt. Allein in Deutschland bietet der Konzern jungen Menschen gewerbliche und kaufmännische Ausbildungsoptionen in mehr als 50 unterschiedlichen Fachrichtungen an. Dieses Spektrum umfasst neben klassischen dualen

Ausbildungsgängen auch unterschiedliche duale Studiengänge im Konzern.

Mit seinem deutschlandweiten Angebot zählt Bertelsmann zu den großen Ausbildungsbetrieben des Landes und gestaltet die Bildungslandschaft aktiv mit. Zu den Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt, gehört vor allem die zukunftsorientierte

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Weiterentwicklung der Ausbildungsangebote, um im verschärften Wettbewerb um hochqualifizierte Nachwuchskräfte zu bestehen. Dabei sind nicht nur Veränderungen in der Bildungslandschaft, wie etwa die steigende Tendenz zu akademischen Abschlüssen, sondern auch strukturelle Veränderungen, wie die Digitalisierung der Konzerngeschäfte, zu berücksichtigen. Je besser dies gelingt, desto größer ist auch der Beitrag, den das Unternehmen für eine zukunftsfähige Gesellschaft und die Qualifizierung der Menschen leistet. Auch die Integration arbeitsloser sowie geflüchteter Jugendlicher spielt hierbei eine Rolle.

Strukturen und Prozesse

Zuständig für Ausbildungsmaßnahmen am Standort Gütersloh ist die Abteilung Zentrale Bildung. Sie entwickelt bedarfsorientierte Angebote, achtet darauf, dass sie im Sinne der Unternehmenswerte wirken, und gewährleistet die optimale Gestaltung der Auswahlprozesse für Ausbildungsbewerber. Eine enge Zusammenarbeit besteht auch mit dem Betriebsrat sowie den Geschäftsführern und Personalleitern der ausbildenden Konzernbereiche.

Allein am Standort Gütersloh nutzen derzeit etwa 500 junge Menschen die Möglichkeit, einen Beruf zu erlernen oder den berufsbegleitenden Abschluss als Bachelor of Arts oder Bachelor of Science zu machen. Davon werden rund 200 Schüler im konzern-eigenen Berufskolleg kaufmännisch und gewerblich ausgebildet.

Zielsetzung und Ergebnisse

Die Ausbildung bei Bertelsmann soll ein Angebot an sehr gut qualifizierten Nachwuchskräften für die unterschiedlichen Geschäftsfelder des Unternehmens sicherstellen und es ermöglichen, freie Stellen über den internen Arbeitsmarkt zu besetzen. Im Jahr 2016 konnte die Zahl der Absolventen in IT-Bildungsgängen um rund 10 Prozent erhöht werden. Weitere Ergebnisse waren:

- > Entwicklung von Konzepten zur Integration digitaler Lerninhalte in die Berufsausbildung und in konzern-eigene Studiengänge;
- > Erhöhung des Angebots an konzern-internen akademischen Studiengängen;

- > Start eines einjährigen Qualifizierungsprogramms für junge Geflüchtete im Raum Gütersloh („Be Welcome“), an dem im Jahr 2016 elf syrische junge Erwachsene teilnahmen → [Hilfe für Geflüchtete, S. 83](#).

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Faire Arbeitsbedingungen](#)[Lernen](#)[Diversity](#)[Gesundheit](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Diversity

Für Bertelsmann ist die Vielfalt der Belegschaft eine Voraussetzung für Innovation und nachhaltigen Unternehmenserfolg. In diesem Sinne arbeitet das Diversity Management an einer Veränderung von Rahmenbedingungen und Prozessen, die es ermöglichen, dass alle Mitarbeiter durch ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Potenziale bestmöglich zum Unternehmenserfolg beitragen können. Zum Wohl des Unternehmens und der Belegschaft will Bertelsmann nicht nur Gemeinsamkeiten, sondern auch Unterschiede wertschätzen.

Diversity – der Business Case

Diversity steht für die Unterschiedlichkeit aller Merkmale, Eigenschaften oder Zuschreibungen, die die Identität von Mitarbeitern definieren. Dazu zählen Faktoren wie Geschlecht, Alter, Ethnie/Nationalität oder Behinderung. Auch Themen wie sexuelle Identität bzw. Orientierung, soziale Herkunft, Religionszugehörigkeit, Fähigkeiten und Denkweisen gehören dazu. Für Bertelsmann ist Vielfalt ein Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg: Eine vielfältige Belegschaft wirkt

sich positiv auf die Kreativität, Innovations- und Leistungsfähigkeit sowie die Motivation von Mitarbeitern aus. Sie fördert Flexibilität und Erfolg in unterschiedlichen Märkten. Aufgrund diverser Kompetenzen, Erfahrungshintergründe und Sichtweisen tragen heterogene Teams zur Perspektivenvielfalt in einem Unternehmen bei – mit positiven Auswirkungen auf unternehmerische Prozesse und Entscheidungen. Ebenso stärkt Diversity die Arbeitgeberattraktivität. Diversity Management trägt dazu bei, dem demografischen Wandel vorausschauend zu begegnen. Wirtschaftliche Bedeutung entsteht darüber hinaus dort, wo öffentliche Auftraggeber bei Vergabeprozessen gesetzliche Quotenregelungen erfüllen müssen oder Geschäftspartner konkrete vertragliche Anforderungen stellen.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Die Förderung von Vielfalt durch den respektvollen und wertschätzenden Umgang mit allen Mitarbeitern schreibt der Bertelsmann Code of Conduct fest. Das gilt ebenso für den Bertelsmann Supplier Code of

Conduct. Als Leitlinie im Umgang mit Diversity dient zudem die Vorstandsrichtlinie zur Besetzungspolitik. In einigen Unternehmensbereichen und Firmen bestehen außerdem weitere Selbstverpflichtungen

„Wir bekennen uns zur Chancengleichheit und fördern ein Arbeitsumfeld, das von Respekt und Toleranz geprägt ist, in dem der Wert und die Würde jedes Einzelnen anerkannt werden und alle Mitarbeiter einander mit Höflichkeit, Ehrlichkeit und Würde begegnen.“

Bertelsmann Code of Conduct





Geschlechterverteilung in Prozent



Zum Stichtag 31.12.

und Konzepte für Vielfaltsförderung: So hat etwa die RTL Group Diversity in ihrer CR-Strategie als Schwerpunktthema definiert und ein Diversity Statement verabschiedet. Ebenso schließt die CR-Strategie von Penguin Random House Vielfalt als Fokusthema mit ein. Darüber hinaus orientiert sich Bertelsmann bei der Ausrichtung seiner Diversity-Strategie an neuen gesetzlichen Vorschriften,

die auf Inklusion und Chancengleichheit abzielen, auch wenn das Unternehmen nicht immer in deren Anwendungsbereich fällt.

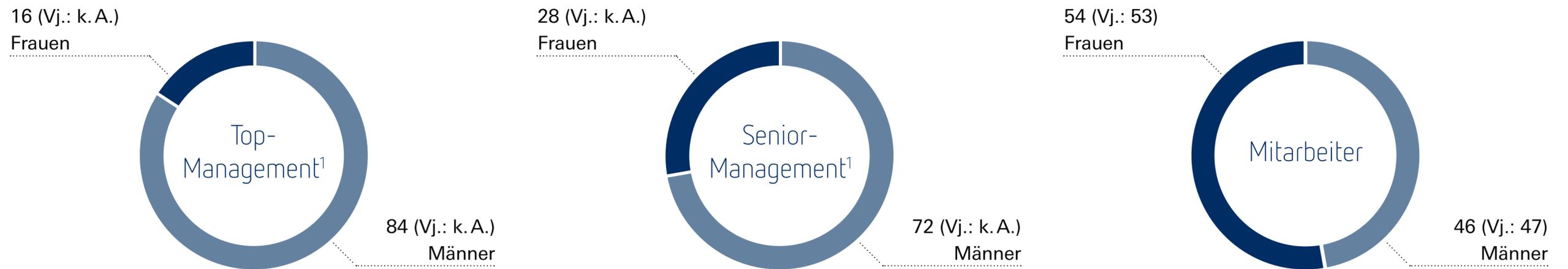
Die Bertelsmann Diversity-Strategie setzt unter der Devise „Business – Evolution – Focus“ drei Handlungsschwerpunkte: Geschlecht, Generationen und Internationalität. Weitere relevante

Dimensionen sind Behinderung und sexuelle Identität bzw. Orientierung.

Die strategische Verantwortung für Diversity Management liegt beim Personalvorstand, an den die Abteilung Corporate Responsibility & Diversity Management (CR&DM) berichtet. Diese ist Impulsgeber und Change Agent,



Geschlechterverteilung in Prozent



Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte sowie Auszubildende zum Stichtag 31.12.

1) Unter Top- und Senior-Management werden diejenigen Positionen verstanden, die aufgrund ihrer erfolgskritischen Funktion und ihrer strategischen Relevanz für die weitere Transformation des Konzerns und das Erreichen der strategischen Konzernziele von besonderer Bedeutung für das Corporate Talent Management sind. Die Top-Management-Positionen beinhalten die GMC-Positionen, nicht jedoch die Vorstandspositionen.

Inhouse-Beratung sowie strategischer Partner der Unternehmensbereiche und Firmen von Bertelsmann. CR&DM wird durch eine internationale Diversity-Arbeitsgruppe unterstützt, in der

Vertreter aus den Unternehmensbereichen und des Corporate Talent Managements mitarbeiten. Vorstand und Group Management Committee (GMC) befassen sich regelmäßig mit Diversity – ebenso

wie die Bertelsmann Führungskräftevertretung (BMRC), die Mitarbeitervertretungen sowie weitere Akteure und Gremien auf den verschiedenen Ebenen des Konzerns. Konkrete Maßnahmen

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

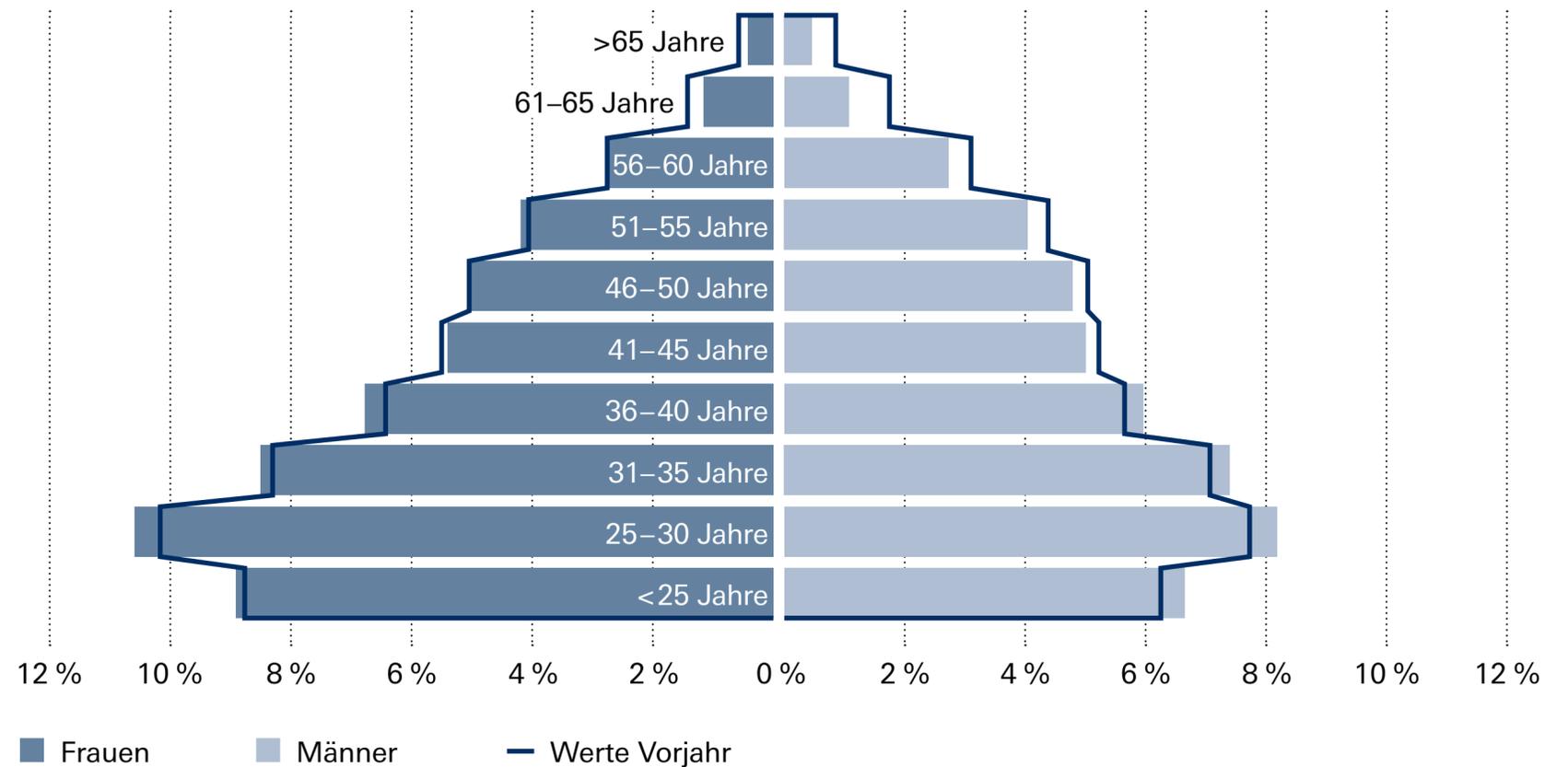
werden gemäß der Dezentralität des Konzerns je nach Geschäftsmodell divisions- und firmenspezifisch umgesetzt.

Geschlechtsneutrale Vergütung

Die im Code of Conduct festgeschriebene Gleichbehandlung von Männern und Frauen gilt explizit auch für die Vergütung. Vergütungsgrundsatz von Bertelsmann ist es, konsistente Vergütungsstrukturen im Konzern zu etablieren. Dabei soll das Vergütungssystem eine ausschließlich markt-, funktions- und leistungsgerechte Entlohnung unter Berücksichtigung geschäftsspezifischer Eigenheiten gewährleisten – und ist damit geschlechtsneutral. Sofern explizite Stellen-, Funktions- und Positionsbeschreibungen bzw. Positionsdotierungen vorliegen, sind diese gleichfalls vollständig geschlechtsneutral festgelegt. Männer und Frauen haben in vergleichbaren Märkten, in vergleichbaren Positionen und bei gleicher Leistung die gleichen Verdienstmöglichkeiten.

Alterspyramide

Mitarbeiter weltweit in Prozent



Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte ohne Auszubildende zum Stichtag 31.12. Nicht berücksichtigt wurden die befristet Beschäftigten der RTL Group.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Der Beitrag des Corporate Talent Managements

Dem Talent Management wird eine entscheidende Bedeutung bei der Steigerung der Vielfalt im Top- und Senior-Management beigemessen. Als „Talent“ werden Mitarbeiter definiert, die dauerhaft eine überdurchschnittliche Leistung erbringen, vertikales Potenzial haben, zur Übernahme von Verantwortung und zu Mobilität bereit sind, sich folglich funktions-, bereichsübergreifend und international entwickeln wollen. Gemäß dem sogenannten Triple-Two-Ansatz sollten Führungskräfte im Top- und Senior-Management dabei idealerweise jeweils mindestens zwei Funktionen innegehabt sowie in zwei Divisionen und zwei Ländern in ihrer beruflichen Laufbahn gearbeitet haben. Die Maßnahmen des Talent Managements zielen somit in erster Linie darauf ab, Mobilität zu steigern und den kulturellen und regionalen Erfahrungsschatz sowie die beruflichen Erfahrungen hinsichtlich Funktionen, Geschäftsbereichen und Märkten zu erweitern.

Neben der für Besetzungen entscheidenden gezielten Förderung breiter persönlicher Erfahrungshintergründe leistet das Talent Management außerdem einen Beitrag zur Schaffung von Transparenz über die Vielfalt im Unternehmen. In seinen Zielgruppen Top- und Senior-Management erfasst es die für Recruiting- und Besetzungsentscheidungen relevanten Merkmale Geschlecht, Alter und Nationalität.

Zielsetzung und Ergebnisse

Das Bertelsmann Diversity Management fokussiert sich auf die Stärkung von Mitarbeitervielfalt entlang der Prioritäten Geschlecht, Generationen und Nationalität auf allen Ebenen der Organisation: Der Frauenanteil in den Talentpools von Bertelsmann (Top-Management-Pool, Senior-Management-Pool, Career Development-Pool) soll auf jeweils ein Drittel erhöht werden. Dies wurde bei der Nominierung der Pool-Kohorten 2016 berücksichtigt. Auf Unternehmensbereichsebene beabsichtigt die RTL Group, den Anteil von Frauen im Top- und Senior-Management sukzessive zu steigern.

Zum 31. Dezember 2016 betrug der Anteil der weiblichen Führungskräfte in den Top-Management-Positionen von Bertelsmann 16 Prozent (Vj.: k. A.) und in den Senior-Management-Positionen 28 Prozent (Vj.: k. A.). 54 Prozent (Vj.: 53 Prozent) aller Mitarbeiter bei Bertelsmann waren weiblich. Im Aufsichtsrat lag der Frauenanteil bei 20 Prozent (Vj.: 19 Prozent), im Vorstand war eine Frau vertreten, was einem Anteil von 17 Prozent entspricht (Vj.: 20 Prozent). Das Group Management Committee hatte insgesamt 16 Mitglieder (Vj.: 16 Mitglieder) und war sehr heterogen besetzt. Wie im Vorjahr stammten die Mitglieder aus sechs verschiedenen Nationen; fünf Mitglieder waren weiblich (31 Prozent).

Unter allen Mitarbeitern machte die Altersgruppe der 25- bis 30-Jährigen zum 31. Dezember 2016 den größten Anteil (22 Prozent; Vj.: 21 Prozent) aus. Die größte Altersgruppe im Top- und im Senior-Management lag jeweils bei 46 bis 50 Jahren. So waren 28 Prozent (Vj.: k. A.) der Mitarbeiter im Top-Management (Basis: 98 Prozent,



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Mitarbeiter mit Altersangabe) und 29 Prozent (Vj.: k. A.) der Mitarbeiter im Senior-Management (Basis: 80 Prozent, Mitarbeiter mit Altersangabe) zwischen 46 und 50 Jahre alt. Die Vorstandsmitglieder waren jeweils zu 50 Prozent zwischen 46 und 50 Jahre (Vj.: 60 Prozent) beziehungsweise zwischen 51 und 55 Jahre alt (Vj.: 40 Prozent). Im Group Management Committee (GMC) lag die größte Altersgruppe (31 Prozent) zwischen 51 und 55 Jahren. Im Vorjahr bildeten die 46- bis 50-Jährigen die größte Altersgruppe (44 Prozent). Im Aufsichtsrat waren die größten Gruppen die der 51- bis 55-Jährigen sowie die der über 65-Jährigen (jeweils 27 Prozent); im Vorjahr bildeten die 51- bis 55-Jährigen die größte Altersgruppe (31 Prozent).

Im Geschäftsjahr 2016 war Bertelsmann mit seinen Firmen in rund 50 Ländern der Welt tätig. Es arbeiteten Mitarbeiter mit 150 Nationalitäten (Vj.: k. A.) im Unternehmen. In den Führungsgremien gestaltete sich die Verteilung nach Internationalität wie folgt:

Altersverteilung in Prozent

	Aufsichtsrat ¹⁾		Vorstand ¹⁾		GMC ¹⁾		Top-Management ²⁾³⁾		Senior-Management ²⁾⁴⁾	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
<25 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	k. A.	0	k. A.
25–30 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	k. A.	1	k. A.
31–35 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	k. A.	3	k. A.
36–40 Jahre	7	6	0	0	0	0	3	k. A.	14	k. A.
41–45 Jahre	7	6	0	0	13	13	26	k. A.	25	k. A.
46–50 Jahre	0	6	50	60	25	44	28	k. A.	29	k. A.
51–55 Jahre	27	31	50	40	31	13	26	k. A.	18	k. A.
56–60 Jahre	20	6	0	0	13	13	11	k. A.	7	k. A.
61–65 Jahre	13	25	0	0	13	19	3	k. A.	3	k. A.
>65 Jahre	27	19	0	0	6	0	3	k. A.	1	k. A.

1) Basis: Mitglieder der Gremien zum Stichtag 31.12.

2) Unter Top- und Senior-Management werden diejenigen Positionen verstanden, die aufgrund ihrer erfolgskritischen Funktion und ihrer strategischen Relevanz für die weitere Transformation des Konzerns und das Erreichen der strategischen Konzernziele von besonderer Bedeutung für das Corporate Talent Management sind. Die Top-Management-Positionen beinhalten die GMC-Positionen, nicht jedoch die Vorstandspositionen.

3) Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte zum Stichtag 31.12., mit Altersangabe (98 Prozent).

4) Basis: unbefristet und befristet Beschäftigte zum Stichtag 31.12., mit Altersangabe (80 Prozent).



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Im GMC lag die Quote der Mitglieder nicht deutscher Herkunft wie im Vorjahr bei 31 Prozent, im Vorstand bei 17 Prozent (Vj.: 20 Prozent). Im Aufsichtsrat waren 67 Prozent (Vj.: 69 Prozent) der Mitglieder deutscher und 33 Prozent (Vj.: 31 Prozent) nicht deutscher Herkunft.

In Deutschland belief sich der Anteil Schwerbehinderter an der Gesamtbelegschaft des Unternehmens im Gesamtjahresdurchschnitt auf 4,7 Prozent (Vj.: 4,3 Prozent).

Zu weiteren Ergebnissen der strategischen und operativen Vielfaltsförderung im Jahr 2016 zählten:

- > Weiterentwicklung von Leistungsindikatoren zur Messung von Diversity;
- > Bertelsmann Diversity-Konferenz für Führungskräfte;
- > Konzeptentwicklung für Trainings zu „Smart Decisions – Managing Unconscious Biases Effectively“ für Führungskräfte;

- > Aufnahme des Themas Diversity in Leadership-Trainings;
- > Konzeptentwicklung für Pilotprojekt zum Demografiecheck in einer G+J-Firma;
- > Bertelsmann Exchange Initiative (Pilot) als zeitlich begrenzter Mitarbeiteraustausch;
- > Konzeptentwicklung „Diversity Curriculum“ für kuratierte Onlinekurse für Mitarbeiter;
- > Interne Kommunikationsmaßnahmen zu Diversity-Themen.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Faire Arbeitsbedingungen](#)[Lernen](#)[Diversity](#)[Gesundheit](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Gesundheit

Neue Formen der Arbeitsorganisation, digitale Technologien, beschleunigte Arbeitsabläufe, Arbeitsverdichtung sowie ein stets wachsender internationaler Wettbewerbsdruck beeinflussen nicht zuletzt auch die Gesundheit der Mitarbeiter. Zu diesen veränderten Arbeitsbedingungen kommen der demografische Wandel und damit zum Beispiel die Alterung der Belegschaft. Mitarbeiter bleiben durch das steigende Renteneintrittsalter länger im Beruf und stehen dort immer größeren Anforderungen gegenüber.

Risiken vorbeugen, Arbeit gesund gestalten

Vermehrte Fehlzeiten, eine Zunahme chronischer und psychischer Erkrankungen, Arbeitsunfähigkeit und Frühverrentung erfahrener Mitarbeiter gehören zu Herausforderungen, die von den Veränderungen der modernen Arbeitswelt mit beeinflusst werden. Bertelsmann will diesen Entwicklungen frühzeitig begegnen und investiert daher seit vielen Jahren in die Gesundheit seiner Mitarbeiter. Denn gesunde und motivierte Mitarbeiter sind für den Unternehmenserfolg unverzichtbar. Gesundheit wird dabei nicht

allein als die Abwesenheit von Krankheit verstanden, sondern als ein komplexes System aus Anforderungen, körperlichen, psychischen und sozialen Ressourcen, der Bewältigungsfähigkeit und eigenen Zielvorstellungen.

Zielsetzung, Strukturen und Prozesse

Zur Schaffung eines gesundheitsförderlichen Arbeitsumfelds und zur Vorbeugung arbeitsbedingter Krankheitsrisiken hat Bertelsmann mit dem Konzernbetriebsrat im Jahr 2012 den Auf- und Ausbau eines systematischen Gesundheitsmanagements an den deutschen Standorten vereinbart. Damit betraut ist innerhalb des Zentralen Personalwesens das Bertelsmann Gesundheitsmanagement (BGM), das gemeinsam mit einem am Standort Gütersloh eingerichteten Gesundheitsmanagement-Strategiekreis die deutschlandweite Gesundheitsstrategie verantwortet und entsprechende Aktivitäten koordiniert.

Eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der Gesundheitsstrategie sowie bei der Umsetzung daraus

„Wir sorgen für ein gesundes und gefahrenfreies Arbeitsumfeld unserer Mitarbeiter, indem wir die Gesetze und Regeln zur Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz einhalten. Es ist Aufgabe insbesondere der Führungskräfte sicherzustellen, dass angemessene Verfahren und Schutzmaßnahmen zur Gewährleistung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz vorhanden sind.“

Bertelsmann Code of Conduct



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

abgeleiteter Maßnahmen spielt darüber hinaus die deutsche Bertelsmann Health Community, die sich aus Gesundheitsexperten, Konzernbetriebsratsvorsitzenden, Aufsichtsratsmitgliedern, Personalverantwortlichen und Schwerbehindertenvertretern zusammensetzt. Die Health Community dient dabei auch der gezielten Vernetzung zur Verbreitung einheitlicher Standards an den deutschen Standorten.

Bertelsmann setzt hierbei vier standardisierte Schwerpunkte: Die Firmen sollen ihre Führungskräfte zum Thema Gesundheit schulen, einen Arbeitskreis Gesundheit einrichten, ihre Mitarbeiter über Gesundheitsthemen und -angebote informieren und ihnen den Zugang zu Betrieblicher Sozialberatung bieten. Mittelfristig soll die Internationalisierung des Bertelsmann Gesundheitsmanagements vorangetrieben werden.

Beispielhafte Einrichtungen und Angebote

Für ein erfolgreiches Gesundheitsmanagement spielt Vernetzung eine große Rolle. Das wird am

Beispiel des Standorts Gütersloh deutlich, wo verschiedene Einrichtungen seit vielen Jahren zum Thema Gesundheitsförderung zusammenarbeiten. Dazu gehören neben dem Bereich Arbeitssicherheit der Betriebsärztliche Dienst, die Bertelsmann Betriebskrankenkasse (mit deutschlandweit rund 8.500 Mitgliedern), der Betriebssozialdienst und die Abteilung Sport und Gesundheit, die ihrerseits unter dem Titel „BeFit“ kooperieren. Die Arbeitssicherheit und der Betriebsärztliche Dienst beraten die deutschen Bertelsmann-Firmen hinsichtlich der Umsetzung von im Arbeitssicherheitsgesetz geforderten Aufgaben und Standards für Arbeits- und Gesundheitsschutz. Der Betriebssozialdienst betreut rund 65 Prozent der Firmen in Deutschland bei Anliegen, die das private Umfeld oder den Arbeitsplatz betreffen, ebenso wie bei gesundheitlichen Fragestellungen. Die Abteilung Sport und Gesundheit wiederum bietet mehr als 10.000 Mitarbeitern am Standort Gütersloh ein umfangreiches Firmensportprogramm mit wöchentlich mehr als 250 Sport- und Fitnesskursen. Im Fokus stehen arbeitszeit- und

arbeitsplatznahe Maßnahmen mit besonderem Blick auf Rückengesundheit und Entspannung.

Die genannten Akteure haben sich im Jahr 2016 gemeinsam mit dem Bertelsmann Gesundheitsmanagement zu dem genannten Strategiekreis Gesundheitsmanagement zusammengeschlossen, um die zukünftige Zusammenarbeit und die Strategie für den Standort und darüber hinaus zu planen. Die Vorsitzenden des Konzernbetriebsrats und der Konzern-Schwerbehindertenvertretung sowie die Leitung der Abteilung Corporate Responsibility & Diversity Management sind darin ebenfalls vertreten.

Ergebnisse

Ende des Jahres 2016 war der Status des Gesundheitsmanagements bei Bertelsmann in Deutschland wie folgt:

- > 83 Prozent der Bertelsmann-Firmen boten ihren Führungskräften Schulungen zum Thema



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

- Gesundheit an; 2016 wurden in diesen Firmen rund 34 Prozent der Führungskräfte geschult;
- > 78 Prozent der Firmen haben einen Arbeitskreis Gesundheit gegründet;
 - > 100 Prozent informierten ihre Mitarbeiter zu Gesundheitsthemen und -angeboten; die dafür 2016 eingerichtete Bertelsmann Health Website verzeichnete seit ihrer Freischaltung im März rund 13.000 Besucher;
 - > 87 Prozent der Firmen boten ihren Mitarbeitern Betriebliche Sozialberatung an.

Diese bereichsübergreifenden Maßnahmen wurden durch vielfältige Aktivitäten in den Unternehmensbereichen auf nationaler und internationaler Ebene ergänzt. Nachfolgend eine Auswahl:

- > In **Deutschland** wurde bei RTL Nord, einer Tochter der Mediengruppe RTL Deutschland, ein Pilotprojekt für integriertes Gesundheitsmanagement erfolgreich durchgeführt. Das RTL Radio Center Berlin (RCB) widmete sich an seinem

Gesundheitstag 2016 Vorsorgemaßnahmen zum Thema Rückengesundheit. Die Personalabteilung von Arvato führte 2016 zusammen mit der Bertelsmann BKK und der Arvato CRM Healthcare GmbH das Projekt „Präventio-meter“ fort. Unterstützt von einem digitalen Gesundheitscockpit lassen sich damit auf Basis einiger Gesundheitsparameter und eines Gesprächs mit einem geschulten medizinischen Assistenten individuelle Gesundheitspläne für die Mitarbeiter erarbeiten.

- > Sport für einen guten Zweck veranstaltet die RTL Group in **Luxemburg** seit 2005 mit der „Télévie Challenge“: Die Mitarbeiter legen beim Indoor-Cycling oder bei der „Télévie Challenge on Tour“ auf der Straße an einem Tag so viele Kilometer wie möglich mit dem Rad zurück. Auch 2016 gingen die so erradelten 60.000 Euro als Spende an den Fonds de la Recherche Scientifique (FNRS). In **Belgien** stellte RTL Belgium Stress-Prävention in den Vordergrund seiner Gesundheitsaktivitäten. Führungskräfte wurden

Zielsetzung: Vier Mindeststandards für Gesundheit in Deutschland

- > Gesundheitskompetenz ist Bestandteil aller Führungsqualifizierungen.
- > In jeder Konzernfirma ist ein fester Arbeitskreis zum Thema Gesundheit eingerichtet.
- > In jeder Konzernfirma ist für alle Mitarbeiter der Informationszugang zu unternehmensinternen Gesundheitsangeboten sichergestellt.
- > Jeder Mitarbeiter erhält Zugang zu Betrieblicher Sozialberatung.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Faire Arbeitsbedingungen

Lernen

Diversity

Gesundheit

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

darin geschult, Anzeichen von Stress bei ihren Teammitgliedern besser zu erkennen und zu verstehen, welche Rolle ihnen selbst bei der Prävention gegen Stress und Burn-out zukommt.

- > Die zu Gruner + Jahr gehörende Motorpress Ibérica in **Spanien** befasste sich 2016 mit der Vorbereitung einer Konferenz zum Thema Fortschritt der Gesundheit in Unternehmen. Unternehmensvertreter, Vertreter des spanischen Gesundheitswesens, Experten aus den Bereichen Fitness und Ernährung sowie Spitzensportler nehmen daran teil, um sich über gesundheitsfördernde Maßnahmen am Arbeitsplatz auszutauschen. Mit dem Programm „Me gustar estar bien“ (Ich fühle mich gerne wohl) will die Penguin Random House Grupo Editorial die Gesundheit und das Gesundheitsbewusstsein ihrer spanischen Mitarbeiter stärken und befragte diese im Vorfeld zu ihren Bedürfnissen.
- > Um Unfall- und Gesundheitsrisiken zu minimieren, hat in **Großbritannien** der Prinovis-Standort

Liverpool sein betriebliches Arbeitsschutzmanagement 2016 erneut nach der Norm OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series) zertifizieren lassen. Damit werden die Fortschritte bei der Vermeidung von Unfällen und Berufskrankheiten regelmäßig überprüft.

Die Krankheitsquote (Anzahl Krankheitstage/Sollarbeitstage) der deutschen Bertelsmann-Firmen lag im Jahr 2016 bei 6,8 Prozent (Vj.: 6,6 Prozent).

Die Bertelsmann-Firmen in Deutschland erfassen auch Daten zur Unfallstatistik und berücksichtigen dabei die meldepflichtigen Betriebs- und Wegeunfälle. Die Unfallquote betrug im Berichtsjahr 2016 18,2 Unfälle pro 1.000 Beschäftigte (Vj.: 17,8).



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Pressefreiheit

Inhalteverantwortung

Kundendatenschutz

Weitere Themen

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Medien, Services und Bildung

Bertelsmann will mit seinen Angeboten möglichst viele Menschen erreichen. Dabei setzt das Unternehmen auf Kreativität, Kundenorientierung, Vielfalt und Qualität.

800 Mio.
verkaufte Bücher, E-Books
und Hörbücher von Penguin
Random House

rund 100
Redaktionsstandorte von
RTL Group und G+J

150 Mio.
durch Arvato
betreute Verbraucher weltweit

Medien, Services und Bildung

Medien sind Wirtschafts- und Kulturgut zugleich und wirken mit bei der öffentlichen Meinungsbildung. Bertelsmann nimmt die gesellschaftliche Verantwortung ernst, die sich daraus für sein unternehmerisches und publizistisches Handeln sowie die Produktion und Verbreitung von Inhalten und Formaten weltweit ergibt. Bei der Bereitstellung seiner Outsourcing-, Print- und Bildungsdienstleistungen misst das Unternehmen Professionalität und Kundenorientierung, Servicequalität und dem Schutz persönlicher Daten einen hohen Stellenwert bei.

Kreativ, kundenorientiert, vielseitig

Die Bertelsmann Essentials schreiben Unternehmergeist und Kreativität als wichtige Leitprinzipien für die Herstellung und Verbreitung von Medienprodukten und Dienstleistungen fest. Mit seinen vielfältigen Angeboten will das Unternehmen möglichst viele Menschen erreichen, Spitzenpositionen in seinen Märkten einnehmen und einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft erbringen. Die Medien und Services des Hauses sollen

Leser, Zuschauer, Zuhörer, Nutzer und Geschäftspartner weltweit inspirieren und zukunftsorientierte Lösungen ermöglichen. Bertelsmann richtet sein Angebot konsequent an den Bedürfnissen der Kunden aus und setzt in Zeiten der Digitalisierung auf die kontinuierliche Weiterentwicklung und Diversifizierung des eigenen Portfolios. Dafür ist das schöpferische und innovative Handeln der Mitarbeiter, Autoren und Künstler von Bertelsmann die treibende Kraft.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Neben den Bertelsmann Essentials legt der Bertelsmann Code of Conduct die wichtigsten Prinzipien für eine verantwortungsvolle Produktion und Distribution von Medien und Dienstleistungen für alle Bertelsmann-Unternehmen einheitlich und verbindlich fest. Insbesondere beim Umgang mit Kundendaten und bei der Verbreitung von Angeboten für potenziell schutzbedürftige Gruppen agiert das Unternehmen in einem stark regulierten Bereich. Die Einhaltung rechtlicher Anforderungen und

höchster Qualitätsstandards ist für Bertelsmann selbstverständlich und Voraussetzung für den Unternehmenserfolg.

Die Verantwortung für die Ausgestaltung der Medien- und Dienstleistungsgeschäfte liegt dezentral bei den Unternehmensbereichen und Firmen. Bereichsübergreifende Netzwerke, Programme und Veranstaltungen fördern Synergien sowie den Austausch zu Best Practices und spezifischen Themen der Produkt- und Inhalteverantwortung des Unternehmens. Für einige Themenfelder, wie Datenschutz und Datensicherheit, sind darüber hinaus konzernweite Richtlinien und Managementsysteme prozessualer und technischer Natur implementiert.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Pressefreiheit

Inhalteverantwortung

Kundendatenschutz

Weitere Themen

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Pressefreiheit

Pressefreiheit steht für eine Vielfalt an Meinungen und Positionen und setzt die Unabhängigkeit der Medien bei der Produktion und Verbreitung von Inhalten voraus. Bertelsmann versteht diese Unabhängigkeit in zwei Richtungen: Im Innenverhältnis gilt, dass die Geschäftsführungen nicht versuchen, die Entscheidungen von Künstlern, Redakteuren und Programmverantwortlichen zu beeinflussen oder diese in ihrer künstlerischen oder redaktionellen Freiheit einzuschränken. Nach außen gilt es für das Unternehmen, in seiner journalistischen Berichterstattung politischer oder wirtschaftlicher Einflussnahme nicht nachzugeben sowie bestehende Regeln zur Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten einzuhalten.

Unabhängigkeit als Wettbewerbsvorteil

Zensur und versuchte politische Einflussnahme in Märkten, in denen das Unternehmen international aktiv ist, sieht Bertelsmann als Gefährdung für seine Geschäfte, das entschiedene Eintreten dagegen als Chance. Inhaltliche Unabhängigkeit gegenüber

werbetreibenden Geschäftspartnern stellt eine kontinuierliche Herausforderung dar. Bertelsmann ist sich der Verantwortung, die es als Meinungsbildner gegenüber der Öffentlichkeit hat, bewusst und geht sorgsam mit ihr um.

Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Vielfalt sind für die Medienmarken des Hauses zudem entscheidende Faktoren im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Mediennutzer und Kunden. Darüber hinaus machen diese Werte das Unternehmen für Mitarbeiter, Autoren, Künstler und kreative Talente attraktiv. Davon profitiert Bertelsmann unmittelbar.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Der Bertelsmann Code of Conduct schreibt Rede- und Meinungsfreiheit im Sinne redaktioneller und journalistischer Unabhängigkeit (Pressefreiheit) als Grundprinzip der Geschäftsaktivitäten von Bertelsmann fest. Die innere Pressefreiheit bei Bertelsmann ist durch das „Chefredakteursprinzip“

„Redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit ist die Grundlage unserer Aktivitäten im Verlagsgeschäft, bei Fernsehen, Rundfunk und Nachrichtenberichterstattung.“

Bertelsmann Code of Conduct



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

garantiert: Redaktionelle Entscheidungen obliegen ausschließlich den Programmverantwortlichen. Sie können dadurch frei vom Einfluss durch Konzerneigner oder lokalen Geschäftsführungen agieren. Weiterhin haben zahlreiche Firmen und Redaktionen eigene Statuten zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit im Tagesgeschäft implementiert. Hier geht es vor allem um journalistische und redaktionelle Sorgfaltspflichten, Persönlichkeitsrechte und um den Umgang mit Gewaltdarstellungen und Jugendschutz.

Diese Themen sind auch Bestandteil der Aus- und Weiterbildung der Redakteure im Unternehmen. Zu Bertelsmann gehören zwei Journalistenschulen, die unabhängigen Qualitätsjournalismus fördern: Die RTL Journalistenschule für TV und Multimedia in Köln bietet eine zweijährige praxisorientierte Ausbildung zum Fernsehredakteur, in der Hamburger Henri-Nannen-Schule der Verlage G+J, Zeit und Spiegel lernen junge Menschen das journalistische Handwerk für Print- und digitale Medien.

In einer bereichsübergreifenden Bertelsmann-Arbeitsgruppe kommen Vertreter und Experten der Bertelsmann-Divisionen außerdem einmal jährlich zusammen, um aktuelle Fragen aus den Bereichen Pressefreiheit sowie redaktioneller und journalistischer Unabhängigkeit zu diskutieren und Informationen, Ideen und Best Practices auszutauschen. Ein Vertreter der RTL Group steht dieser Arbeitsgruppe vor.

Ergebnisse

Indikatoren für die erfolgreiche Umsetzung von Qualitätsjournalismus und unabhängiger Programmgestaltung im Hause Bertelsmann sind die vielfachen Auszeichnungen, die Redakteure und Kreative des Unternehmens für ihre Produkte, Formate und Veröffentlichungen erhalten. Im Jahr 2016 gehörten dazu:

- > Eine Vielzahl von [Preisen und Auszeichnungen](#) für die Angebote der RTL Group, darunter der Deutsche Fernsehpreis in sieben Kategorien für die Sender VOX und RTL Television sowie

die Filmproduktionsgesellschaft UFA; der International Emmy Award für die RTL-Produktion „Deutschland 83“ und der Deutsche Radiopreis in drei Kategorien für Sender des RTL Radio Center Berlin;

- > 585 „New York Times“-Bestsellerlistenplatzierungen von Penguin-Random-House-Titeln, davon 101 auf Platz eins;
- > Mehr als 200 Auszeichnungen für die Angebote und Kreativen von Gruner + Jahr, darunter sechs Top-Ten-Platzierungen in der Auszeichnung „Journalisten des Jahres“ des deutschen Magazins „Medium“ sowie der Journalistenpreis der Stiftung „Freiheit der Presse“ für die zu G+J gehörende „Sächsische Zeitung“.

Eine Auswahl wichtiger Preise und Auszeichnungen für die Medien und Services des Konzerns finden Sie auch auf der [Bertelsmann-Unternehmenswebsite](#).

Zudem setzen sich die Bertelsmann-Unternehmen durch die Auslobung eigener Preise, durch



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Pressefreiheit

Inhalteverantwortung

Kundendatenschutz

Weitere Themen

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Förderprogramme und durch die Unterstützung externer Initiativen für eine vielfältige Medienlandschaft ein:

- > Die RTL Group fördert junge Journalisten unter anderem durch die Verleihung des Unicef Belgium Young Journalist Award durch RTL Belgium in Kooperation mit Unicef oder den „Jean-Baptiste Dumas Grant“, einen von RTL Radio Frankreich ausgeschriebenen Wettbewerb für Studierende im Fachgebiet Journalismus.
- > Penguin Random House ist aktiver Unterstützer und Partner von PEN America und bekräftigt durch seine eigenen Werte die Mission der internationalen Schriftstellervereinigung, für Meinungsfreiheit einzutreten, Randgruppen Gehör zu verschaffen und gesellschaftlichen Dialog zu fördern. Im Rahmen der New Yorker Creative Writing Awards, einer Initiative für kreatives Schreiben, hat Penguin Random House darüber hinaus bis Ende 2016 2,5 Mio. US-Dollar

- an Preisgeldern für College-Stipendien vergeben. In Großbritannien zielt das Penguin Random House-Programm „WriteNow“ darauf ab, neue Autoren aus unterrepräsentierten gesellschaftlichen Gruppen zu entdecken, zu betreuen und zu verlegen, darunter Autoren aus ethnischen Minderheiten oder mit LGBT-Hintergrund. Ebenso zählt Penguin Random House UK zu den größten Förderern des Welttags des Buches ([↗ World Book Day](#)).
- > Gruner + Jahr ist offizieller Unterzeichner der [↗ Europäischen Charta für Pressefreiheit](#) und unterstützt das im Jahr 2015 in Leipzig gegründete Europäische Zentrum für Presse- und Medienfreiheit, das unter anderem Verletzungen der Pressefreiheit und die Verfolgung von Journalisten europaweit dokumentiert. Mit dem Henri-Nannen-Preis ehrt G+J seit 2005 ferner herausragende Arbeiten im deutschsprachigen Journalismus. Ausgezeichnet werden Autoren im Bereich Print und Digital sowie Fotografen.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Inhalteverantwortung

Bertelsmann will mit seinen kreativen Angeboten möglichst viele Menschen erreichen. Damit verbunden ist die Verantwortung, die Wirkung produzierter und verbreiteter Inhalte zu reflektieren und dabei die Rechte und Interessen der Mediennutzer bestmöglich zu schützen. Eine besondere Verantwortung gilt hier den Jüngsten. Denn die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen sind längst schon Medienwelten.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Gemäß dem „Chefredakteursprinzip“ von Bertelsmann obliegt die Verantwortung für die Herstellung und Verbreitung von Medieninhalten allein den Programmverantwortlichen, die in der Dezentralität des Unternehmens frei vom Einfluss durch Konzern-eigner oder lokale Geschäftsführungen agieren → [Pressefreiheit, S. 56](#). Übergeordnete medien-ethische Prinzipien und Grundsätze sind durch Presse-, Rundfunk- und Multimediagesetze auf nationaler und internationaler Ebene, durch freiwillige Commitments zu externen Leitlinien, wie

beispielsweise zu Ethikcodes nationaler Presseräte, sowie unternehmensintern durch den Bertelsmann Code of Conduct festgelegt. Demzufolge verpflichten sich die Redaktionen bei Bertelsmann „zur Achtung der Privatsphäre sowie zum korrekten Umgang mit Informationen, Meinungen und Bildern“. Auf Unternehmensbereichs-, Firmen- und Redaktions-ebene regulieren in Teilen weitere Statuten den Umgang mit dem Thema Inhalteverantwortung. Dabei spielen auch die Abbildung gesellschaftlicher Vielfalt sowie Regelungen zur Vermeidung diskriminierender oder stereotypisierender Inhalte eine wichtige Rolle.

Beispiel: RTL Group

Innerhalb der RTL Group richten Redakteure ihre eigene Arbeit zusätzlich zu lokalen Gesetzen und Selbstverpflichtungen an den [„Newsroom Guidelines“](#) aus. Die Guidelines beschreiben redaktionelle Sorgfaltspflichten und enthalten unter anderem Regelungen zum Jugendschutz, zu ausgewogener Berichterstattung, zum Schutz von

Persönlichkeitsrechten oder zum Umgang mit Gewaltdarstellungen. In Deutschland hat die Mediengruppe RTL Deutschland zudem einen freiwilligen Medienbeirat berufen. Das Gremium mit Vertretern aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Kirchen berät die Geschäftsleitung der Mediengruppe mit besonderem Augenmerk auf Meinungsvielfalt und Pluralität der Sender und Angebote. Auch mediale und medienpolitische Entwicklungen werden im Beirat beobachtet und diskutiert. Die RTL Group strahlt über ihre Sender ein vielfältiges Programm für ihre unterschiedlichen Zuschauergruppen aus. Auch bei den Eigenproduktionen der RTL Group nimmt Vielfalt einen hohen Stellenwert ein.

Beispiel: Penguin Random House

Penguin Random House hält sich an geltende Gesetze für die Veröffentlichung von Inhalten, einschließlich Regulierungen zu Verleumdung, Privatsphäre und Werbung. In den USA und in Großbritannien beispielsweise hat Penguin Random House einen strengen Prozess implementiert, wonach Bücher



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

mit möglicherweise bedenklichen Inhalten vor Veröffentlichung einer juristischen Prüfung unterzogen werden. Zudem gibt es in den Redaktionen der Verlage standardisierte Prozesse für schriftliche Freigaben durch Privatpersonen, deren persönliche Daten in einem Buch enthalten sind. Werden Namen oder Abbildungen von Minderjährigen verwendet, wird vor deren Publikation die Zustimmung der Eltern eingeholt. Penguin Random House hält sich in Bezug auf mediale Entwicklungen und Medien-gesetze konsequent auf dem aktuellen Stand.

Jugendmedienschutz

Funktion des Jugendmedienschutzes ist es, mediale Inhalte daraufhin zu überprüfen, ob sie für Kinder oder Jugendliche eine Beeinträchtigung ihrer Entwicklung beinhalten könnten. Wird eine solche Wirkung vermutet, treten verschiedene Vertriebsbeschränkungen in Kraft. Dadurch soll sichergestellt werden, dass diese Medieninhalte nur für die Altersgruppen zugänglich sind, die auch über die notwendige Reife verfügen, dargestellte, möglicherweise

belastende oder verstörende Geschehnisse oder Verhaltensmuster einzuordnen und zu verarbeiten. Bertelsmann misst dem Schutz von Kindern und Jugendlichen bei der Herstellung und Verbreitung seiner medialen Inhalte hohe Bedeutung bei und hält sich an entsprechende Auflagen. Dazu zählen insbesondere Sendezeitbeschränkungen sowie Inhalte- bzw. Produktkennzeichnungen. Die Unternehmensbereiche und Firmen gehen dabei teilweise über die Regulierungen hinaus, die auf europäischer und nationaler Ebene insbesondere im Bereich der Rundfunkindustrie bestehen (z. B. im Rahmen der Audio Visual Media Services-Direktive).

In Deutschland etwa haben die Sender der Medien-gruppe RTL Deutschland gemeinsam mit weiteren privaten Programmanbietern im Jahr 1993 die [Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. \(FSF\)](#) gegründet. Die Jugendschutzbeauftragten der Sender legen den unabhängigen FSF-Prüfgruppen jugendschutzrelevante Programme vor ihrer Ausstrahlung proaktiv vor. Die FSF überprüft die

„Wir sind uns der Verantwortung, die wir als Meinungsbildner gegenüber der Öffentlichkeit haben, bewusst und gehen sorgsam mit ihr um.“

Bertelsmann Code of Conduct



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Pressefreiheit

Inhalteverantwortung

Kundendatenschutz

Weitere Themen

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Sendungen auf ihre Tauglichkeit für Minderjährige und entscheidet verbindlich, ob und zu welcher Uhrzeit ein Programm ausgestrahlt werden darf. In Frankreich entwickelte die zur RTL Group gehörende Groupe M6 bereits im Jahr 1989 ein freiwilliges Kennzeichensystem für Filmausstrahlungen, das durch das Conseil Supérieur de l'Audiovisuel im Jahr 1996 obligatorisch für weitere französische Sender übernommen wurde.

Förderung der Medien- und Netzkompetenz von Kindern und Jugendlichen

Ergänzend zu den Maßnahmen des sogenannten „passiven“ Jugendschutzes engagieren sich die Medienanbieter im Hause Bertelsmann außerdem mit verschiedenen Initiativen für die aktive Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen [→ Medienkompetenzförderung, S. 82](#). Insbesondere die Online-Medienkompetenz steht hierbei im Fokus der Bemühungen. So war die RTL Group Gründungsmitglied der EU-Initiative „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“, die

konkrete Empfehlungen für den Umgang mit digitalen Medien erarbeitet. Unter dem Namen „Alliance to better protect minors online“ wird dieses Engagement weitergeführt. Darüber hinaus rückt die vom deutschen TV-Sender Super RTL geförderte EU-Initiative „klicksafe.de“ die sichere Nutzung des Internets mit praktischen Angeboten und Materialien ins öffentliche Bewusstsein. Ferner unterstützt Super RTL die Online-Suchmaschine fragFINN.de, mit der Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren innerhalb sicherer und kindgerechter Websites nach Themen suchen können, die sie interessieren. Der Penguin Random House-Verlag DK bietet mit „DKfindout!“ eine ähnliche Plattform an.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Kundendatenschutz

Bei der Herstellung und Verbreitung seiner Medien und Services kommt Bertelsmann tagtäglich mit Kundendaten in Berührung. Insbesondere im Dienstleistungssegment vertrauen viele der größten Konzerne der Welt dem Unternehmen Teile ihrer Wertschöpfungskette an, etwa Logistikprozesse oder das Management ihrer Kundenkommunikation. Und auch im Kontakt zu Mediennutzern spielt der vertrauliche und sorgfältige Umgang mit persönlichen Daten eine entscheidende Rolle. Der Schutz der Privatsphäre ist ein fundamentales Menschenrecht. Das Unternehmen misst dem Schutz von Kundendaten daher große Bedeutung bei.

Compliance sichern, Vertrauen erhalten

Zum Kundendatenschutz zählen der Schutz personenbezogener Daten über einzelne Kunden eines Konzernunternehmens sowie der Schutz personenbezogener Daten, die einzelnen Konzernfirmen von ihren Partnern über deren Kunden zur Verfügung gestellt werden. Anliegen des Kundendatenschutzes ist die Wahrung des Rechts Einzelner, selbst zu

bestimmen, wer wann welche Kenntnis über seine Person erlangt (Recht auf informationelle Selbstbestimmung). Dazu gehört, dass mit personenbezogenen bzw. personenbeziehbaren Informationen nur entsprechend gesetzlicher Vorgaben umgegangen werden darf und dass diese Informationen vor unbefugtem Zugriff, wie Lesen, Verändern oder Löschen, angemessen geschützt werden.

Beim Umgang mit Kundendaten handelt Bertelsmann in einem stark regulierten Bereich. In allen Kernmärkten, in denen Bertelsmann agiert → [Unternehmensprofil, S. 5](#), ist der Schutz von Kundendaten schon heute eine gesetzliche Pflicht, der das Unternehmen selbstverständlich nachkommt. Insbesondere der europäische Gesetzgeber treibt vor dem Hintergrund von Wirtschaft 4.0 weitere Regelungen zum Datenschutz voran. So tritt die „Europäische Datenschutz-Grundverordnung“ am 25. Mai 2018 in Kraft und sieht für gravierende Verstöße hohe Bußgelder vor. Verletzungen würden demgemäß nicht nur reputationschädigend wirken und die Vertrauensbasis zu

Geschäftskunden und Mediennutzern beeinträchtigen, sondern auch empfindliche Geldbußen nach sich ziehen. Von Geschäftspartnerseite sind vor dem Hintergrund verschärfter Regulierung zunehmende Kundenaudits sowie ein vermehrter Bedarf zur Regelung von Haftungsfragen zu erwarten. Ein entschiedenes Management des Datenschutzes ist für Bertelsmann deshalb eine Investition in die Grundlage seines wirtschaftlichen Erfolgs.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Zu den Regelwerken, die das Thema Kundendatenschutz adressieren, zählen der Bertelsmann Code of Conduct, Vorstandsrichtlinien zu den Themen Informationssicherheit und IT-Risikomanagement, die Bertelsmann Cloud Policy sowie zusätzlich für die deutschen Konzernfirmen das „Handbuch zum Konzerndatenschutz“. Eine Vorstandsrichtlinie zum Thema Datenschutz zielt auf eine konzernweite Harmonisierung des Datenschutzmagements bei Bertelsmann ab. Sie nimmt die Anforderungen der in Europa ab Mai 2018



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Pressefreiheit

Inhalteverantwortung

Kundendatenschutz

Weitere Themen

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



geltenden Datenschutz-Grundverordnung vorweg, die bestehende nationale Gesetze in wesentlichen Teilen ablösen wird.

Die Verantwortung für den Bereich Kundendatenschutz liegt dezentral bei den Geschäftsführungen der Firmen. Für die Umsetzung relevanter deutscher Gesetze mit Bezug zum Kundendatenschutz verfügen die Konzerngesellschaften in Deutschland über eine Datenschutzorganisation, die aus zentralen Datenschutzbeauftragten und lokalen Datenschutzkoordinatoren besteht. Letztere berichten sowohl an die lokale Geschäftsführung als auch jährlich oder anlassbezogen an die zentralen Datenschutzbeauftragten, die wiederum dem Bertelsmann-Vorstand entsprechend Bericht erstatten. Bei Konzerngesellschaften außerhalb Deutschlands befindet sich eine ähnliche Organisation mit entsprechenden Prozessen derzeit im Aufbau. Unterstützt werden die zentralen Datenschutzbeauftragten von Kollegen aus der zentralen Rechtsabteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA sowie einzelner Divisionen.

Ein im Jahr 2014 konzernweit eingeführtes Information Security Management System (ISMS, basierend auf dem Industriestandard ISO 27001) schafft die technischen Rahmenbedingungen für eine vertrauliche Datenverarbeitung. Das ISMS beinhaltet eine regelmäßige und strukturierte Erhebung zur Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zur Informationssicherheit, eine systematische Erfassung von Risiken sowie die Ableitung zugehöriger Mitigationsmaßnahmen.

Zielsetzung und Ergebnisse

Zur Sicherung der künftigen Compliance wurde im Jahr 2016 eine Strategie zur Umsetzung der „Europäischen Datenschutz-Grundverordnung“ entwickelt. Dazu gehörte neben der Vorstandsrichtlinie Datenschutz die Erarbeitung eines Reporting-, Organisations- und Dokumentationskonzepts. Bis zum Jahr 2018 wird dieses Konzept Bertelsmann-weit umgesetzt. Ab dem Geschäftsjahr 2017 ist demnach unter anderem die weltweite Erhebung der Anzahl durchgeführter

„Wir beachten die geltenden Gesetze und Regeln, wenn wir personenbezogene Daten und Informationen erheben, speichern, verarbeiten oder übertragen.“

Bertelsmann Code of Conduct

Datenschutzschulungen sowie der Anzahl von mit Datenschutzbehörden laufenden Verfahren einschließlich monetärer Effekte geplant. Im Jahr 2016 wurden von deutschen Bertelsmann-Firmen insgesamt 81.548 Auskunftsanfragen (Vj.: 74.073) zu gespeicherten persönlichen Daten bearbeitet.

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Pressefreiheit](#)[Inhalteverantwortung](#)[Kundendatenschutz](#)[Weitere Themen](#)[Umwelt](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Weitere Themen

Schutz geistigen Eigentums

Bertelsmann ist Heimat für Künstler, Autoren und kreative Talente in allen Bereichen. Das Unternehmen fördert deren künstlerische Entfaltung und damit ihren wirtschaftlichen Erfolg. Die Geschäfte von Bertelsmann beinhalten die Entwicklung, Erstellung, Übertragung, Lizenzierung und den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, die als geistiges Eigentum geschützt sind. Für Bertelsmann ist die Wahrung geistigen Eigentums Grundlage des Unternehmenserfolgs. Daher setzt sich das Unternehmen für ein weltweit hohes Schutzniveau im Urheberrecht ein.

Dabei spielt die Frage, wie das Urheberrecht umfassend und gerecht von der analogen in die digitale Welt übertragen wird, eine wichtige Rolle. Bertelsmann setzt sich deshalb aktiv dafür ein, über den Wert geistigen Eigentums zu informieren, den Urheberrechtsschutz auch in der digitalen Welt zu stärken und gegen die illegale Verbreitung von Inhalten vorzugehen. Als Medienunternehmen

bleibt Bertelsmann damit wettbewerbsfähig und schafft die Voraussetzung, um weiterhin und langfristig in neue Inhalte zu investieren, neue Kreative zu gewinnen und einen Beitrag zur kulturellen und kreativen Vielfalt zu leisten.

Produktsicherheit und Produktkennzeichnung

Bei der Herstellung und Verbreitung von Produkten und Dienstleistungen ist die Einhaltung rechtlicher Anforderungen und höchster Qualitätsstandards für alle Firmen bei Bertelsmann selbstverständlich. Der Bertelsmann Code of Conduct schreibt dies als verbindlichen Grundsatz fest: „Unser Anspruch ist es (...), unseren Kunden sichere und einwandfreie Produkte und Dienstleistungen von hoher Qualität zu bieten. Produkte und Dienstleistungen dürfen weder Mängel noch gefährliche Eigenschaften aufweisen, welche die Gesundheit beeinträchtigen oder Eigentum schädigen könnten.“ Die Verantwortung für den Schutz von Mediennutzern und Kunden sowie die Einhaltung damit verbundener Auflagen, Standards

und Selbstverpflichtungen liegt dezentral bei den Geschäftsführungen der Firmen.

Dem breiten Spektrum der eigenen Produkte und Dienstleistungen entsprechend verfügen Bertelsmann und seine Firmen über eine Vielzahl verschiedener Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung. Relevante Themenfelder, für die Kennzeichnungen genutzt werden, sind insbesondere Jugendschutz (z. B. im Rundfunk [→Inhalteverantwortung, S. 59](#)) sowie Umwelt- und Klimaschutz (z. B. im Bereich Papierbeschaffung und -verwertung [→Papier, S. 73](#)). Produktsicherheit spielt als Fokusthema unter anderem bei Penguin Random House im Bereich der Kinderbuchproduktion eine besondere Rolle. Das Unternehmen hält sich bei der Herstellung von Büchern, Spielzeug und ähnlichen Produkten an die strengsten Sicherheitsstandards, um für alle Penguin Random House-Produkte durch Gefährdungsabschätzungen und Sicherheitstests beispielsweise Erstickungsgefahr oder giftige Substanzen auszuschließen.



[Vorworte](#)

[Über den Bericht](#)

[Unternehmensprofil](#)

[Unternehmensführung](#)

[CR-Management](#)

[Mitarbeiter](#)

[Medien, Services und Bildung](#)

[Pressefreiheit](#)
[Inhalteverantwortung](#)
[Kundendatenschutz](#)
[Weitere Themen](#)

[Umwelt](#)

[Gesellschaft](#)

[Anhang](#)

[GRI-Content-Index](#)

Faires Marketing

Der Schutz von Mediennutzern, insbesondere der Kinder- und Jugendschutz, sowie die Gewährleistung von Kundendatenschutz und -datensicherheit sind für die Geschäftsaktivitäten von Bertelsmann essentiell. Dies gilt in besonderem Maße auch für die Werbeaktivitäten und die Marketingkommunikation der Bertelsmann-Firmen. Der Bertelsmann Code of Conduct schreibt hierfür Grundsätze fest: „Wir machen im Marketing und in der Werbung über unsere Produkte und Dienstleistungen keine vorsätzlich irreführenden oder unwahren Angaben.“ Grundsätzlich liegt die Verantwortung für die Einhaltung länder- und branchenspezifischer rechtlicher Vorgaben und Selbstverpflichtungen im Bereich Werbung und Marketing bei den lokalen Geschäftsführungen.

Beim Verkauf seiner Produkte und Dienstleistungen hält Bertelsmann sich auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene an geltendes Recht. Produkte, die gesetzlich verboten sind, werden nicht angeboten.

Gleichzeitig schreibt Bertelsmann Rede- und Meinungsfreiheit sowie redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit als Grundprinzipien für die Herstellung und Verbreitung seiner Medienprodukte und Inhalte fest → [Pressefreiheit, S. 56](#). Der öffentliche, auch kritische Diskurs über Medienprodukte und -inhalte ist in diesem Sinne eine ausdrücklich geförderte und gewünschte Wirkung des eigenen publizistischen Handelns. Ein Beispiel dafür ist das Engagement von Penguin Random House als branchenführender Unterstützer der [„Banned Books Week“](#), einer Initiative, an der sich tausende Büchereien, Schulen, Buchhandlungen und Gemeindezentren in den USA und weltweit beteiligen, um gemeinsam das Recht auf freies Lesen zu feiern und ein Zeichen gegen Zensur zu setzen.

„Wir machen im Marketing und in der Werbung über unsere Produkte und Dienstleistungen keine vorsätzlich irreführenden oder unwahren Angaben.“

Bertelsmann Code of Conduct



Umwelt

Weltweiter Klimaschutz sowie ein verantwortungsvoller und effizienter Umgang mit natürlichen Ressourcen stehen im Mittelpunkt des Umweltmanagements von Bertelsmann.

-1,3 %
Reduktion des
Stromverbrauchs seit 2015

86 %
Papier aus recycelten oder
zertifizierten Quellen

-2,6 %
Reduktion der CO₂-Emissionen
seit 2015

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Energie und Emissionen

Papier

Weitere Umweltdaten

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Energie und Emissionen](#)[Papier](#)[Weitere Umweltdaten](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Umwelt

Durch sein geschäftliches Handeln tritt Bertelsmann in eine vielfältige Wechselbeziehung zur Umwelt. Daraus leitet sich für das Unternehmen eine besondere ökologische Verantwortung ab. Gemeinsam mit seinen Mitarbeitern und im Dialog mit seinen Stakeholdern strebt Bertelsmann den schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie eine Reduzierung der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen an. Dies ist Teil der umfassenden Bemühungen des Unternehmens, die aus den eigenen Produktions-, Geschäfts- und Distributionsprozessen resultierenden Umweltbelastungen zu minimieren.

Transparenz und Klimaschutz

Für eine lebenswerte Zukunft spielen Umwelt- und Klimaschutz eine Schlüsselrolle. Um negative Auswirkungen auf Umwelt und Klima zu reduzieren, tritt Bertelsmann aktiv für den Umweltschutz ein – aus Gründen der gesellschaftlichen Verantwortung ebenso wie für die nachhaltige Ausrichtung des Geschäfts.

Vor dem Hintergrund zunehmend begrenzter natürlicher Ressourcen bei einer wachsenden Weltbevölkerung und angesichts der globalen Klimaerwärmung steigen die gesellschaftlichen und regulatorischen Anforderungen zur Offenlegung und Steuerung der ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit. Infolgedessen erwarten auch Geschäftskunden von Bertelsmann und seinen Firmen ein effektives Umweltmanagement, das die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen sicherstellt. Dies ist besonders relevant für die Dienstleistungsgeschäfte von Arvato und die Bertelsmann Printing Group.

Bertelsmann begegnet den wachsenden Herausforderungen durch Transparenz über seine Umweltauswirkungen entlang der Wertschöpfungskette. In Kombination mit einem effektiven Energie- und Umweltmanagement können dadurch Kosten gespart und der ökologische Fußabdruck des Unternehmens reduziert werden. Damit verbunden ist auch das Potenzial, der Unterbrechung von

„Wir streben eine verantwortungsvolle Nutzung und Beschaffung natürlicher Ressourcen (Wasser, Energie, Werkstoffe und Flächen) bei Herstellung und Vertrieb unserer Produkte und Dienstleistungen an.“

Bertelsmann Code of Conduct

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Energie und Emissionen](#)[Papier](#)[Weitere Umweltdaten](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Warenströmen aufgrund von Ressourcenknappheit oder Extremwetterereignissen vorzubeugen. Unter dem Prinzip der Ökoeffizienz versteht Bertelsmann demnach den verantwortungsvollen und effizienten Einsatz sowie die nachhaltige Beschaffung von Energie und natürlichen Ressourcen in dem Wissen, dass sich dies kurz-, mittel- oder langfristig auch wirtschaftlich bezahlt macht.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Umweltschutz ist ein Kernelement der Prinzipien des UN Global Compact, zu denen sich Bertelsmann verpflichtet hat [→CR-Management, S. 21](#). Den Rahmen für einen konzernweit verantwortungsvollen Einsatz von natürlichen Ressourcen sowie eine umweltbewusste Energie- und Materialbeschaffung setzen die vom Vorstand initiierte Bertelsmann-Umweltpolitik sowie die Bertelsmann Paper Policy.

Die operative Verantwortung für das Energie- und Umweltmanagement liegt dezentral bei den Geschäftsleitungen der Bertelsmann-Firmen. Neben

den bereichsübergreifenden Zielsetzungen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen [→Energie und Emissionen, S. 69](#) und zum Papiereinsatz [→Papier, S. 73](#) setzen sich Unternehmenseinheiten mit wesentlichen Umweltauswirkungen im Rahmen lokaler Managementsysteme eigene Ziele zur Verbesserung ihrer Umweltleistung. Die international besetzte Bertelsmann-Arbeitsgruppe „be green“ dient unterstützend als Plattform für das bereichsübergreifende Umweltengagement.

Die „be green“-Arbeitsgruppe wird von der zentralen Corporate Responsibility & Diversity Management-Abteilung geleitet, die an den Personalvorstand berichtet. Vertreter aus den Bertelsmann-Divisionen, wie Papiereinkäufer, Energie- und Umweltmanager, Logistikexperten und Controller, tauschen sich regelmäßig zu aktuellen Umweltthemen und Best Practices aus und pflegen den Dialog auch zu externen Stakeholdern. Zudem koordinieren die Experten der „be green“-Arbeitsgruppe die konzernweite Umweltdatenerfassung.

Seit 2008 ermittelt Bertelsmann regelmäßig seine konzernweite Klimabilanz und weitere Daten zu Energie, Papier, Wasser, Abwasser und Abfall. Im Corporate Center werden dafür jährlich die Umweltdaten der Firmen und Standorte aller Divisionen weltweit gesammelt, analysiert und aggregiert. In die Datenerhebung 2016 wurden Firmen aus allen Geschäftsbereichen eingebunden, die in Summe 90 Prozent der Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) und 87 Prozent des Konzernumsatzes entsprechen. Die Ergebnisse der Klimabilanz schaffen nicht nur Transparenz über die Umwelt- und Klimaauswirkungen sowie die ökologische Leistung von Bertelsmann, sondern ermöglichen auch das Ableiten von Verbesserungsmaßnahmen. Neben den nachfolgend dargestellten Umweltdaten finden Sie weitere Angaben sowie Erläuterungen zur Daten- und Kennzahlenmethodik online in der Publikation [↗ Bertelsmann Klimabilanz 2016](#).



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Energie und Emissionen

Papier

Weitere Umweltdaten

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index

Energie und Emissionen

Energie ist in der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit zu Umwelt- und Klimaschutz ein Schwerpunkt. Denn wenngleich einerseits die zunehmende Digitalisierung der Geschäfte Bertelsmann unabhängiger von begrenzten natürlichen Ressourcen macht, steigt damit andererseits der Energieverbrauch für das Datenmanagement. Durch den Erfahrungsaustausch im Bertelsmann „be green“-Netzwerk, beispielsweise zum Einsatz energiesparender Technik oder erneuerbarer Energien, und durch die Zusammenarbeit bei Energieeffizienzprojekten lassen sich Energieverbräuche und Emissionen senken, Kosten sparen und Aufwand verringern.

Zielsetzung und Ergebnisse

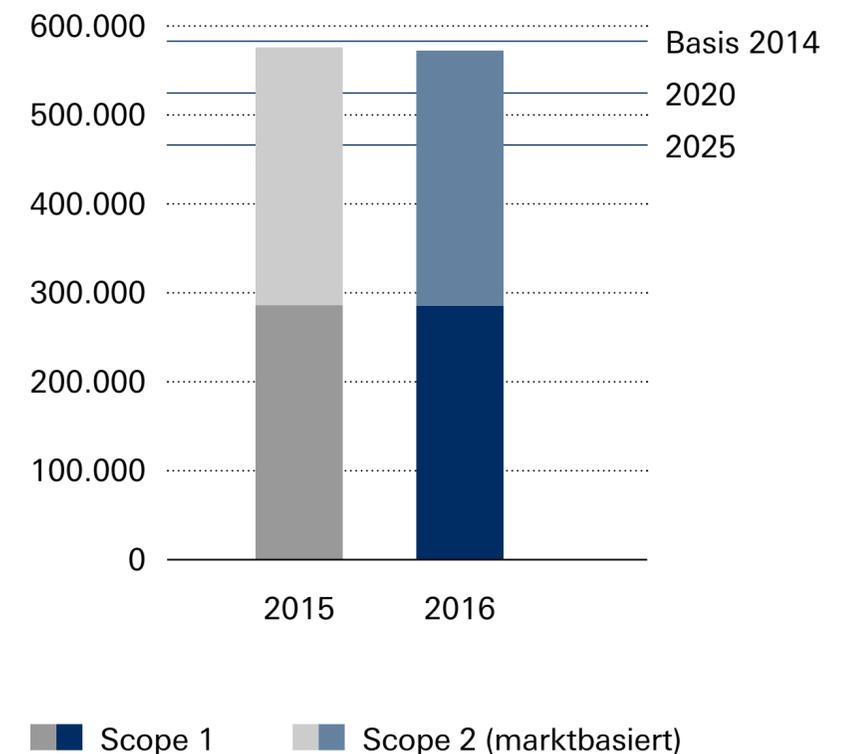
Bertelsmann unterstützt das Ziel der internationalen Staatengemeinschaft, die globale Erderwärmung auf unter 2° C zu begrenzen. Im Geschäftsjahr 2016 hat das Unternehmen unter Berücksichtigung der Science-Based-Targets-Methodik ermittelt, welcher unternehmensspezifische Beitrag zur Erreichung des <2° C-Ziels erforderlich wäre. Gestützt auf diese Analysen strebt Bertelsmann ab

2017 an, seine Treibhausgasemissionen bis 2025 um 20 Prozent im Vergleich zu 2014 zu senken. Bis 2020 sollen die Emissionen um 10 Prozent reduziert werden.

Die konzernweite Messgröße der Bertelsmann Klimabilanz und der Klimazielsetzungen ist der Bertelsmann Carbon Footprint, der die direkten (Scope 1) sowie die indirekten (Scope 2) Treibhausgasemissionen umfasst. Die Bilanzierung erfolgt in enger Anlehnung an das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Berichtet werden CO₂-Äquivalente (CO₂-eq), bei deren Berechnung neben Kohlenstoffdioxid auch Methan und Lachgas entsprechend ihrer Treibhauspotenziale berücksichtigt werden. Ausgewiesen werden zudem weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3).

Im Jahr 2016 betrug der Bertelsmann Carbon Footprint insgesamt 572.300 Tonnen (Vj.: 577.600 Tonnen) CO₂-eq. Das entspricht einem leichten Rückgang von 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dabei entfielen 286.000 Tonnen auf Scope 1 (Vj.: 287.900 Tonnen).

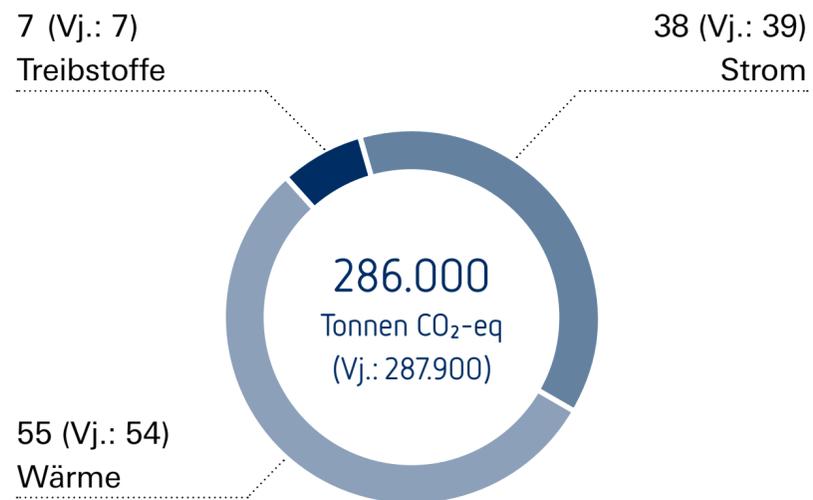
Scope 1- und 2-Emissionen in Tonnen CO₂-eq





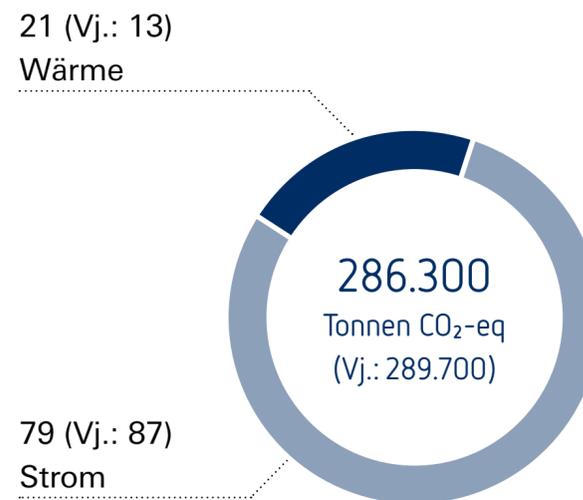
Treibhausgasemissionen nach Scopes

Scope 1 Aufteilung in Prozent



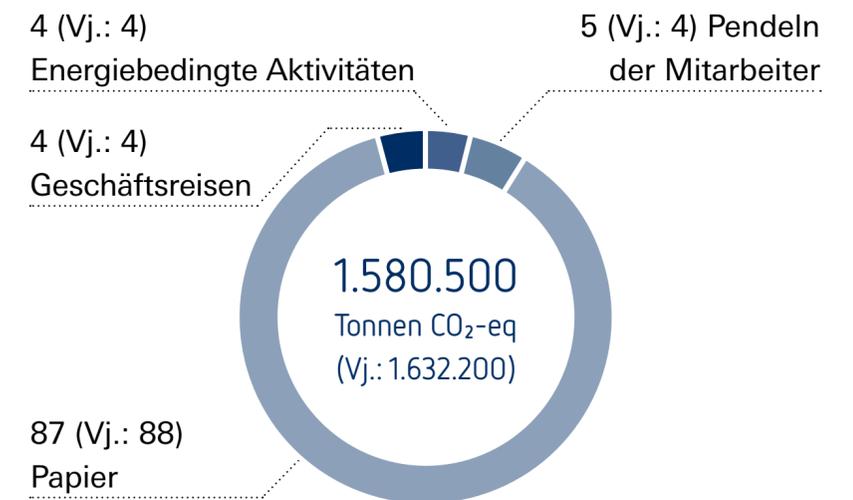
Scope 1: Treibhausgasemissionen aus Quellen, die sich im Besitz von Bertelsmann oder seiner vollkonsolidierten Tochtergesellschaften befinden (z. B. eigene Anlagen der Strom- und Wärmeerzeugung sowie Firmenfahrzeuge).

Scope 2 Aufteilung in Prozent



Scope 2: Indirekte Treibhausgasemissionen, die bei der Energieerzeugung bei Lieferanten entstehen (z. B. Emissionen aus der Herstellung eingekaufter Mengen von Strom und Fernwärme).

Scope 3 Aufteilung in Prozent



Scope 3: Indirekte Treibhausgasemissionen von Geschäftstätigkeiten außerhalb der Unternehmensgrenze (z. B. Emissionen aus der Herstellung eingekaufter Papiermengen, aus Geschäftsreisen oder in der Lieferkette eingesetzter Brennstoffe und Energie).

[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Energie und Emissionen](#)[Papier](#)[Weitere Umweltdaten](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Von den Scope 1-Emissionen sind 38 Prozent auf die Stromerzeugung, 55 Prozent auf die Bereitstellung von Wärme und 7 Prozent auf Transporte mit firmeneigenen Kraftfahrzeugen zurückzuführen. Die indirekten CO₂-eq-Emissionen aus dem Einkauf von Energie (Scope 2) betragen 286.300 Tonnen (Vj.: 289.700 Tonnen). Dabei entfielen 79 Prozent der Emissionen auf den Stromverbrauch und 21 Prozent auf den Verbrauch von Fernwärme. Die Ermittlung der Scope 2-Emissionen erfolgt dabei nach der marktbasierenden Methodik in Anlehnung an die GHG Protocol Scope 2 Guidance. Im Hinblick auf die Zielberechnung mit Basisjahr 2014 sind die Scope 1- und 2-Emissionen um 1,6 Prozent gesunken.

Aufgrund der sehr unterschiedlichen Geschäfte der einzelnen Unternehmensbereiche erfolgt der Ausweis der spezifischen Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) auf Basis des Umsatzes der in den Umweltdaten abgebildeten Konzerneinheiten. Im Geschäftsjahr 2016 sanken die spezifischen Emissionen leicht auf 38,6 Tonnen CO₂-eq./Mio. € (Vj.: 39,0 Tonnen CO₂-eq./Mio. €).

Im Rahmen der Bertelsmann-Umweltdatenerhebung werden innerhalb der Scope 3-Kategorie die indirekten Treibhausgasemissionen aus der Herstellung des eingekauften Papiers, aus energiebedingten Aktivitäten (außerhalb von Scope 1 und 2), aus Geschäftsreisen und aus dem Pendeln der Mitarbeiter berichtet. Für die von Bertelsmann-Firmen eingekauften Papiermengen wurden für das Geschäftsjahr 2016 insgesamt 1,38 Mio. Tonnen CO₂-eq (Vj.: 1,44 Mio. Tonnen) bilanziert. Die Scope 3-Emissionen aus energiebedingten Aktivitäten betragen 67.800 Tonnen CO₂-eq (Vj.: 68.400 Tonnen). Für Geschäftsreisen fielen Emissionen in Höhe von 55.600 Tonnen CO₂-eq an (Vj.: 56.900 Tonnen). Die Emissionen aus den täglichen Pendelfahrten der Mitarbeiter betragen 75.900 Tonnen CO₂-eq (Vj.: 71.600 Tonnen).

Der Gesamtenergieverbrauch blieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert bei 1.609 Gigawattstunden. Dabei ging der Stromverbrauch 2016 im Vergleich zu 2015 leicht um 1 Prozent auf 827.600 Megawattstunden zurück (Vj.: 838.100 Megawattstunden). Dies ist insbesondere auf die Schließung eines Replikations-

standortes der Bertelsmann Printing Group sowie eines Mittelwellenstandortes der RTL Group und den Verkauf weiterer Auslandsaktivitäten von Gruner + Jahr zurückzuführen. Zudem konnte durch Energieeffizienzmaßnahmen bei Arvato der zusätzliche Stromverbrauch neuer Logistikstandorte nahezu kompensiert werden. Bei Arvato SCM in Singapur wurden beispielsweise diverse Verbesserungsmaßnahmen zur Einsparung von knapp 36 Prozent des Stromverbrauchs umgesetzt. Auch zahlreiche Unternehmen der Bertelsmann Printing Group führten Maßnahmen zur Effizienzverbesserung, zum Beispiel im Bereich der Klimatisierung und Lüftungstechnik, durch. Die RTL Group in Luxemburg konnte durch Leistungsoptimierungen im Sendebetrieb der Langwelle ebenfalls Strom einsparen.

Der Einsatz von Wärme und Kälte betrug im Jahr 2016 insgesamt 711.300 Megawattstunden (Vj.: 701.600 Megawattstunden), was einem Anstieg von 1 Prozent gegenüber 2015 entspricht. Gründe hierfür sind der Aufbau neuer Standorte von Arvato SCM Solutions sowie veränderte



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Energie und Emissionen

Papier

Weitere Umweltdaten

Gesellschaft

Anhang

GRI-Content-Index



Witterungsbedingungen, die besonders an Standorten im Osten Europas zu einem höheren Wärmebedarf führten. Der Treibstoffeinsatz für den Fuhrpark stieg 2016 gegenüber 2015 geringfügig um knapp 1 Prozent von 69.200 Megawattstunden auf 69.800 Megawattstunden. Der Ausweis der Energieintensität erfolgt auf Basis des Umsatzes der in den Umweltdaten abgebildeten Konzerneinheiten. Im Berichtsjahr 2016 blieb der spezifische Energieeinsatz mit 108,6 Megawattstunden pro 1 Mio. € Umsatz leicht unter dem Vorjahreswert (Vj.: 108,7).

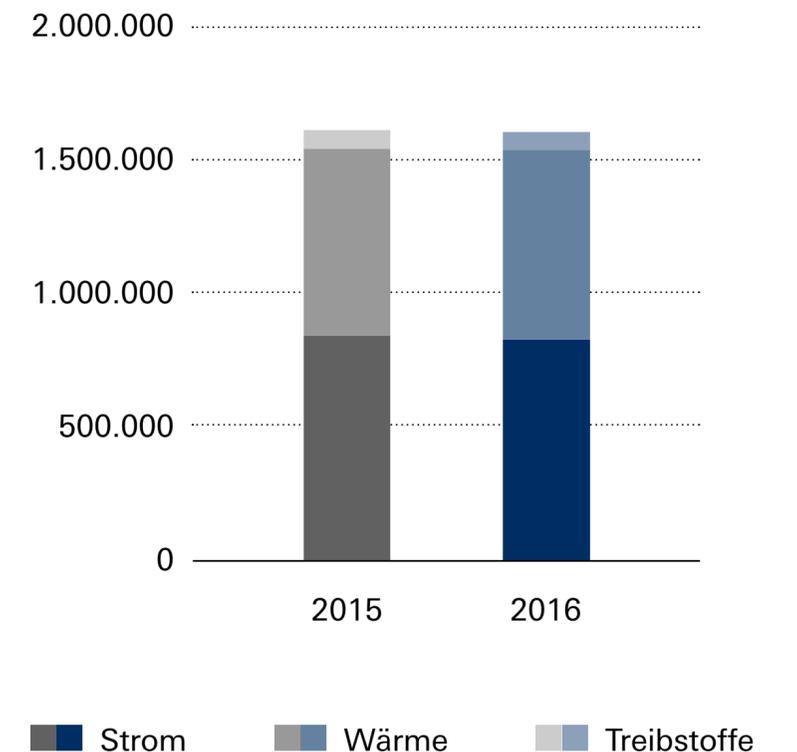
Weitere Ergebnisse (Auswahl)

- > **Transparenz:** Erstmals nahm Bertelsmann 2016 am Supply Chain Programm des [CDP](#) teil und stellte umfangreiche Informationen zum eigenen Klimamanagement und den Emissionen für Geschäftskunden bereit. Auf der Skala von A bis F wurde mit dem Ergebnis C eine überdurchschnittliche Bewertung erreicht.
- > **Networking:** Im Jahr 2016 erfolgte die Gründung eines Bertelsmann-internen Energienetzwerks

in Deutschland. Das erste Netzwerktreffen fand im November 2016 in Gütersloh statt. Experten aus der Mehrheit der Divisionen treffen sich in Zukunft drei bis vier Mal jährlich, um das Energiemanagement zu optimieren, Kompetenzen im Bereich Energieeffizienz und -audits zu erweitern und Erfahrungen auszutauschen.

- > **Erneuerbare Energien:** Bertelsmann hat 2016 erstmals in größerem Umfang in die Eigenproduktion erneuerbarer Energien investiert und die Beschaffung von Grünstrom ausgebaut. Im Oktober 2016 wurde auf dem Dach einer Logistikhalle von Arvato SCM Solutions in Landsberg eine Photovoltaikanlage in Betrieb genommen, die seither „grünen“ Strom für die Kundengeschäfte aus den Bereichen Telco und Healthcare produziert. Mit einer maximalen Leistung von 1,7 Kilowatt-Peak handelt es sich um eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen in der Region Sachsen-Anhalt und um die erste selbst genutzte Anlage dieser Größenordnung bei Arvato. Auch RTL Nederland bezieht seit 2016 vermehrt „grünen“ Strom am Standort in Hilversum.

Energieverbrauch in Megawattstunden



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Energie und Emissionen](#)[Papier](#)[Weitere Umweltdaten](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Papier

Besondere Bedeutung hat bei Bertelsmann die für das Printmedien-Geschäft nach wie vor wichtigste Ressource Papier. Auch in einer zunehmend digitalisierten Medienlandschaft werden gedruckte Bücher, Zeitschriften, Broschüren und Prospekte ihren festen Platz haben. Ressourcenschonung und Abfallvermeidung spielen deshalb für Bertelsmann über die gesamte Papier-Wertschöpfungskette hinweg eine große Rolle. Zur Sicherung der für Klimaschutz und Biodiversität wertvollen Wälder setzt sich Bertelsmann für eine verantwortliche Beschaffung von Papier ein. In ihrer Funktion als Druckdienstleister und Einkäufer bieten die Firmen aus den Bertelsmann-Dienstleistungsbereichen ihren Kunden eine umfangreiche Produktpalette nachhaltig zertifizierter und klimaneutraler Druckerzeugnisse an.

Zielsetzung und Ergebnisse

Der Papierverbrauch hat den größten Anteil am gesamten Rohstoffverbrauch von Bertelsmann. Im Vergleich zum Jahr 2015 ging er im Jahr 2016 um 10.000 Tonnen (-1 Prozent) auf 1.852.200 Tonnen

zurück. Von den eingesetzten Papiermengen beschaffte Bertelsmann insgesamt 1.134.000 Tonnen auf eigene Rechnung (61 Prozent des Papierverbrauchs). Die weiteren Papiermengen wurden den Druckereien durch Kunden beigestellt.

Für den Papiereinkauf hat Bertelsmann ergänzend zur Umweltpolitik eine sogenannte Paper Policy erlassen. Damit setzt sich das Unternehmen für eine zertifizierte nachhaltige Forstwirtschaft ein. So darf für die Papierherstellung kein Holz verwendet worden sein, das aus Urwäldern oder schützenswerten Wäldern stammt. Zudem achtet Bertelsmann darauf, dass die eingesetzten Papiere neben zertifizierten Holzfasern einen größtmöglichen Recyclinganteil aufweisen. Ergänzend zur Paper Policy strebt Bertelsmann an, den Anteil an Recyclingpapieren und von Papieren aus zertifizierter nachhaltiger Forstwirtschaft bis 2020 auf mehr als 90 Prozent zu steigern.

Der Anteil des Papiers aus nachhaltigen Quellen betrug 2016 insgesamt 86 Prozent der durch

„Es ist unser Ziel, dass Papier verantwortungsvoll, effizient und schonend in der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt wird.“

Bertelsmann Paper Policy



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Energie und Emissionen

Papier

Weitere Umweltdaten

Gesellschaft

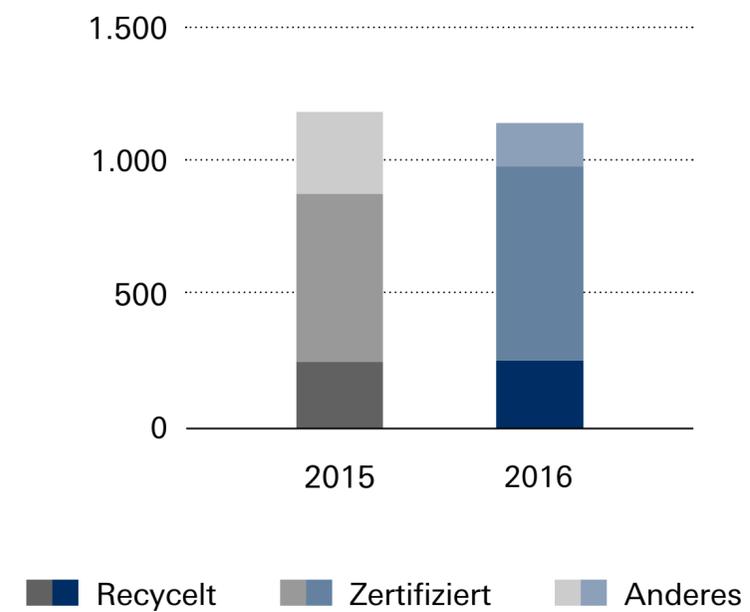
Anhang

GRI-Content-Index

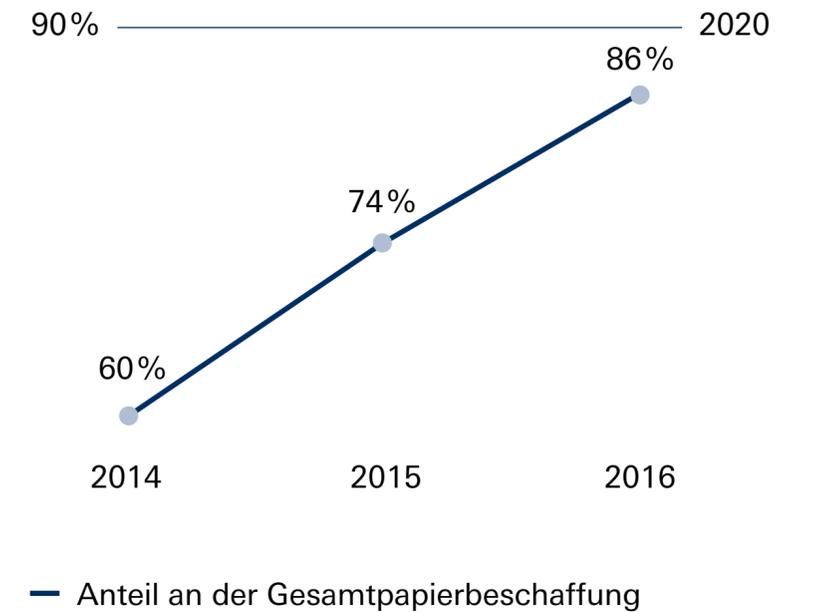


Bertelsmann-Firmen eingekauften Gesamtmenge. Nachhaltige Quellen umfassen dabei Recyclingpapiere ebenso wie Papiere mit zertifizierter Herkunft, die den Anforderungen von FSC®, PEFC™, SFI® oder vergleichbaren Standards entsprechen. Der Anstieg um 12 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr (74 Prozent) ist unter anderem auf verbesserte Transparenz über bestehende Zertifizierungen im Papiereinkauf sowie ein verändertes Bestellverhalten von Kunden und der zuständigen Einkäufer zurückzuführen. Im Jahr 2016 lag der Anteil an zertifiziertem Papier bei den selbst beschafften Mengen bei 64 Prozent (Vj.: 53 Prozent). Der Recyclinganteil betrug 22 Prozent (Vj.: 21 Prozent).

Eigene Papierbeschaffung in Tsd. Tonnen



Papier aus nachhaltigen Quellen in Prozent



[Vorworte](#)[Über den Bericht](#)[Unternehmensprofil](#)[Unternehmensführung](#)[CR-Management](#)[Mitarbeiter](#)[Medien, Services und Bildung](#)[Umwelt](#)[Energie und Emissionen](#)[Papier](#)[Weitere Umweltdaten](#)[Gesellschaft](#)[Anhang](#)[GRI-Content-Index](#)

Weitere Umweltdaten

Daten zu Wasserverbrauch, Abwasser- und Abfallaufkommen werden ebenfalls im Rahmen der jährlich stattfindenden Umweltdatenerhebung unternehmensweit erfasst. Auf Basis dieser Daten lassen sich Trends ermitteln und Verbesserungspotenziale identifizieren. Aufgrund der lokal unterschiedlichen Relevanz und Regulierung von Wasser- und Abfallwirtschaft werden diese Themen überwiegend dezentral in den Geschäften vor Ort bearbeitet.

Wasserentnahme

Im Geschäftsjahr 2016 stieg die Wasserentnahme aus der öffentlichen Versorgung und eigenen Brunnen auf insgesamt 4,8 Mio. Kubikmeter (Vj.: 4,7 Mio. Kubikmeter). Dieser Anstieg um insgesamt 2 Prozent lässt sich unter anderem auf einen höheren Verbrauch für die energiesparende Klimatisierung bei der Mediengruppe RTL Deutschland zurückführen.

Abwasser

Die Abwassereinleitung stieg im Jahr 2016 aufgrund des erhöhten Wasserverbrauchs um 9 Prozent von 3,56 Mio. Kubikmeter auf 3,88 Mio. Kubikmeter an.

Wegen der überwiegend lokalen Bedeutung werden Abwasserdaten in der konzernweiten Umweltdatenerhebung nicht nach Arten aufgeschlüsselt. Eine Ausweitung der Berichterstattung zu diesem Thema ist in Anbetracht der zuvor genannten Schwerpunktsetzung derzeit nicht geplant.

Abfall

Die Abfallmengen stiegen im Jahr 2016 um 1 Prozent auf 318.800 Tonnen an (Vj.: 314.300 Tonnen). Dabei entfielen mehr als 95 Prozent auf Abfälle zur Verwertung (Recycling), die zum Großteil aus Papierabfällen in den Druckereien entstehen. Die restlichen Abfälle unterteilen sich in Abfälle zur Beseitigung (4 Prozent) und gefährliche Abfälle (<1 Prozent).



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und
Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index



Gesellschaft

Gesellschaftliche Verantwortung ist fest in der Unternehmenskultur von Bertelsmann verankert. Mit seinen Angeboten will das Unternehmen einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft erbringen.

>20 Mio. €
gesammelte Spenden
aus den Spendenshows der
RTL Group

600.000 €
Spende für IT an
Gütersloher Grundschulen

>15 Mio.
gestiftete Bücher von
Penguin Random House
bis 2020

Gesellschaft

Bertelsmann versteht sich als Teil der Gesellschaft. Als eines der vier Bertelsmann Essentials ist gesellschaftliche Verantwortung fest in der Unternehmenskultur und damit im täglichen Handeln des Unternehmens, seiner Bereiche und Firmen verwurzelt. In diesem Sinne ist Bertelsmann bestrebt, sich als „guter Bürger“ für ein lebenswertes Umfeld einzusetzen und einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft zu erbringen. Dazu gehört auch, dass der Konzern sich mit seinen Medien, Dienstleistungen und Education-Geschäften, seinem Know-how und auch finanziell dort engagiert, wo außerhalb des Unternehmens Hilfe und Unterstützung benötigt werden.

„Licence to operate“ sichern

Als Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen ist Bertelsmann mit der gesellschaftlichen Entwicklung weltweit vielfach verwoben: Die Gesellschaft und auch die Mitarbeiter erwarten, dass das Unternehmen über die eigenen Geschäfte hinaus eine aktive Rolle einnimmt. Deshalb umfasst

das gesellschaftliche Engagement auf Ebene des Konzerns, der Unternehmensbereiche und der Firmen weltweit vielfältige Maßnahmen und Förderprogramme für die Einbindung und Entwicklung lokaler Gemeinschaften. Dieser Einsatz macht sich umgekehrt für den Erfolg des Unternehmens bezahlt: Er unterstützt die „Licence to operate“, sprich: die Akzeptanz von Bertelsmann in der Gesellschaft.

Spenden, Sponsoring und Förderprojekte

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte und Mitgliedschaften sind Ausdruck gesellschaftlich verantwortlichen Handelns und unterstützen weltweit die Rolle von Bertelsmann als guter Corporate Citizen. Sorgfältig geplante und professionell umgesetzte Fördermaßnahmen steigern die Unternehmensreputation und verankern Bertelsmann als verantwortungsvollen Partner in der Gesellschaft.

Leitlinien, Strukturen und Prozesse

Die Vorstandsrichtlinie Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften stellt sicher, dass Fördermaßnahmen in Form von Spenden und Sponsoring sowie Mitgliedschaften den geltenden rechtlichen und steuerlichen Vorgaben entsprechen und im Einklang mit der Strategie des Unternehmens stehen. Auf Bertelsmann Corporate-Ebene liegt die Verantwortung für das Spenden- und Sponsoring-Engagement bei der Bertelsmann-Unternehmenskommunikation. Die Unternehmensbereiche entscheiden nach dem Prinzip der Dezentralität selbstständig über ihre Förderprojekte und Spendenmaßnahmen, orientieren sich dabei an der Vorstandsrichtlinie und stimmen sich mit Corporate ab. Über einmalige Spenden und Sponsorings größer als 100.000 € sowie über regelmäßige Engagements größer als 50.000 € entscheidet der Vorstandsvorsitzende. Alle Engagements sind jährlich bei der Konzernsteuerabteilung zu melden, damit der Bertelsmann-Vorstand seinen Sorgfalts- und Compliance-Pflichten diesbezüglich nachkommen kann. Die Konzerngesellschaften sind außerdem

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index

gehalten, ihre Spendenaktivitäten und Sponsoring-Konzepte zu definieren, schriftlich zu dokumentieren und diese Unterlagen für einen Zeitraum von fünf Jahren aufzubewahren. Die allgemeinen Voraussetzungen der Vorstandsrichtlinie Antikorruption und Integrität zum Gewähren von Zuwendungen werden dabei eingehalten. In Zweifelsfällen ist die Abstimmung mit der Integrity & Compliance-Abteilung zu suchen.

Auf Basis seiner Vorstandsrichtlinie zu Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften legt Bertelsmann folgende Schwerpunkte für sein gesellschaftliches Engagement fest:

- > **Bildung:** insbesondere für sozial benachteiligte Gruppen sowie zu mediennahen Themen (z. B. Leseförderung, Medienkompetenz);
- > **Kultur:** insbesondere die Förderung des kulturellen Erbes und des Nachwuchses in Bertelsmann nahestehenden Feldern (z. B. Literatur, TV, Film);

- > **Wissenschaft:** insbesondere zu Bertelsmann nahestehenden wirtschafts- und gesellschaftswissenschaftlichen sowie medien- und kommunikationswissenschaftlichen Themen;
- > **Freiheit der Kreativität und der Medien:** insbesondere Meinungs- und Pressefreiheit, Schutz geistigen Eigentums, Inhalteverantwortung, redaktionelle Unabhängigkeit;
- > **Vernetzung:** mit relevanten Stakeholdern.

Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen humanitäre Hilfsaktionen bei Katastrophen. Als guter Corporate Citizen engagiert sich Bertelsmann außerdem in besonderem Maße an den Standorten, an denen das Unternehmen vertreten ist. Organisationen und Initiativen, für die sich Bertelsmann-Mitarbeiter aktiv engagieren, werden dabei bevorzugt gefördert.

Bertelsmann spendet explizit nicht an Politiker, politische Parteien oder parteinahe Organisationen. Ebenso nicht gefördert werden Organisationen

„Unsere Gesellschafter verstehen Eigentum als Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Sie sehen das Unternehmen in der Marktwirtschaft dadurch legitimiert, dass es einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft erbringt.“

Bertelsmann Essentials



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index

und Institutionen, deren Grundhaltung freiheitlich-demokratischen Prinzipien widerspricht oder Diskriminierung von Menschen zulässt bzw. impliziert. Darüber hinaus engagiert sich Bertelsmann nicht im Bereich Sportsponsoring.

Zielsetzung und Ergebnisse

Bertelsmann will durch Spenden-, Sponsoring- und Förderaktivitäten zu einer zukunftsfähigen Entwicklung seines Umfelds beitragen und dabei zugleich für sich und seine Angebote langfristig Akzeptanz und einen breiten Nutzerkreis sichern. Auf diesem Wege sollen möglichst viele Menschen erreicht und eine positive gesellschaftliche Wirkung erzielt werden.

Spenden- und Fördermaßnahmen des Corporate Center (Auswahl)

> **Digitalisierung von Filmklassikern:** Als internationales Medienunternehmen fördert Bertelsmann den Erhalt und die Wiederherstellung früher

filmischer Meisterwerke und engagiert sich für die Digitalisierung des Filmerbes. So unterstützte Bertelsmann im Jahr 2016 als Hauptsponsor unter anderem die umfassende digitale Restaurierung des Stummfilms „Der müde Tod“ von Regisseur Fritz Lang aus dem Jahr 1921 durch die Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung.

- > **Digitale Operngeschichte:** Das zum Unternehmen gehörende Mailänder Archivio Storico Ricordi besitzt eine der weltweit wertvollsten Musiksammlungen in privater Hand. Um die Archivalien für die Nachwelt zu erhalten, arbeitet eine Projektgruppe bei Bertelsmann und im Ricordi-Team in Mailand seit 2011 an einem Konzept zur Erschließung und langfristigen Sicherung der Sammlungen. Seit Dezember 2016 können Tausende Dokumente der italienischen Operngeschichte aus dem berühmten Archiv über die Onlineplattform Collezione Digitale eingesehen und erforscht werden.
- > **UFA Filmnächte:** Im August 2016 präsentierten Bertelsmann und die zur RTL Group gehörende

Filmproduktionsgesellschaft UFA zum sechsten Mal die UFA Filmnächte in Berlin. An drei Abenden wurden frühe Meisterwerke der Kinogeschichte unter freiem Himmel begleitet von Livemusik gezeigt.

- > **Gesellschaftliches Engagement im Kreis Gütersloh:** Das Unternehmen unterstützte am Heimatsitz Gütersloh rund 230 Organisationen, Vereine und Projekte in Gütersloh und Umgebung mit Spenden und Sponsorings in Höhe von rund 1,2 Mio. € – der höchsten Summe seit 2009. Die mit 600.000 € größte Spendensumme ging dabei an Gütersloher Grundschulen, um mobile IT-Endgeräte für den Unterricht anzuschaffen. Außerdem sagte Bertelsmann 150.000 € zu, um die Kinderbibliothek in der Stadtbücherei Gütersloh umzugestalten → [Medienkompetenzförderung, S. 82](#). Weiterhin förderte Bertelsmann unter anderem das Theater in Gütersloh sowie mehrere Schulen und Kindergärten. An Weihnachten spendete das Unternehmen zum zehnten Mal 25.000 € an



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index



die Bielefelder Palliativinitiative „Der Weg nach Hause“. Darüber hinaus stellte Bertelsmann verschiedenen Organisationen diverse Sachspenden zur Verfügung, darunter mehr als 4.300 Bücher.

Spenden- und Fördermaßnahmen der Unternehmensbereiche (Auswahl)

- > **Kooperation mit der DKMS:** Der zur Mediengruppe RTL Deutschland gehörende Sender VOX und seine Dramaserie „Club der roten Bänder“ unterstützten die DKMS (ehem. Deutsche Knochenmarkspenderdatei) 2016 bei der Bekämpfung von Leukämie.
- > **Hilfsprojekte in Hamburg:** Im Zuge des jährlichen Weihnachtsbasars spendete Gruner + Jahr jeweils rund 12.000 € an fünf gemeinnützige Projekte, die sich im Raum Hamburg für ein besseres Miteinander einsetzen. Seit dem Jahr 2000 wurden so knapp 800.000 € gespendet.

- > **Projekt „WERTvoller Raum“:** Arvato Financial Solutions unterstützte das Projekt der Malteser Werke im Rahmen der Bündnisorganisation „Aktion Deutschland Hilft“ mit 30.000 € für die Integration von Geflüchteten.
- > **Initiative „erlebe IT“:** Durch persönliche Projektbegleitung sowie finanzielle Unterstützung in Höhe von 15.000 € förderte Arvato Systems die Bitkom-Schulinitiative [↗ „erlebe IT“](#), die sich der Vermittlung digitaler Kompetenzen an Schulen in Form von Trainings und Programmierworkshops widmet.
- > **Förderung von „The Prince’s Trust“:** Als Patron der Wohltätigkeitsaktion unterstützt Arvato UK & Ireland seit 2014 mit finanziellen Spenden, Fundraising- und Volunteering-Aktivitäten die Integration benachteiligter junger Menschen in den Arbeitsmarkt.
- > **IT-Recycling:** Insgesamt 317 Kilogramm Computermaterial spendete Arvato SCM Solutions Brazil an ein Recyclingunternehmen. Teile der Erlöse fließen in Projekte zur sozialen und digitalen Inklusion.

Maßnahmen aus dem Bereich Medienkompetenz- und Leseförderung finden Sie unter [→ Medienkompetenzförderung, S. 82.](#)

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Durch das medien- und öffentlichkeitswirksame Sammeln von Spenden unterstützen Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche gemeinnützige Projekte und Initiativen in der ganzen Welt. Darüber hinaus stellen einige Bertelsmann-Unternehmensbereiche und -Firmen Zeit und Expertise ihrer Mitarbeiter im Rahmen von Corporate Volunteering-Programmen für gute Zwecke zur Verfügung.

Ergebnisse (Auswahl)

> **Bertelsmann Rosenball:** Gemeinsam mit der von Liz Mohn gegründeten Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe lud Bertelsmann im April 2016 zum zwölften Mal zum Rosenball in Berlin, um für den guten Zweck zu sammeln. Die Spenden des Abends in Höhe von knapp einer halben Million Euro flossen vor allem in den Aufbau eines Netzwerks pädiatrischer Versorgungszentren, das schlaganfallbetroffenen Kindern flächendeckend die Chance auf eine schnelle, qualifizierte Diagnose und optimale Therapie bieten soll.

> **RTL-Spendenmarathon und „Télévie“:** Im Jahr 2016 wurden beim 21. RTL-Spendenmarathon, dem zentralen Fundraisingformat der Mediengruppe RTL Deutschland, 7,8 Mio. € für gute Zwecke eingeworben. Damit beläuft sich die Gesamtspendensumme, die mit dem Format seit 1996 eingesammelt werden konnte, auf mehr als 151 Mio. €. Auch die Fundraisinginitiative „Télévie“, eine Kooperation zwischen RTL Belgium und RTL Luxembourg, hat seit 1989 mehr als 162 Mio. € eingebracht, die dem belgischen Fonds de la Recherche Scientifique (FNRS) zur Erforschung und Therapie von Leukämie bei Kindern und Erwachsenen zugutekamen.

> **Volunteering-Aktivitäten von Penguin Random House:** Bis Ende 2020 will Penguin Random House seinen Mitarbeitern 250.000 Arbeitsstunden zur Verfügung stellen, um sich als Volunteers für vom Unternehmen organisierte Initiativen oder persönlich unterstützte Projekte zu engagieren.

> **G+J-Volunteering-Programm:** Seit 2008 engagieren sich Mitarbeiter und Führungskräfte im Corporate Volunteering-Programm „G+J Commitment“. Alle Mitarbeiter können für jeden Tag Urlaub, den sie für ihr Engagement bei einer sozialen oder karitativen Institution einsetzen, zusätzlich einen Tag bezahlten Urlaub beantragen (maximal drei Tage pro Jahr). Zudem können Mitarbeiter, die sich persönlich für eine finanzielle Spende entscheiden, eine zusätzliche Spende von Gruner + Jahr bis zur dreifachen Höhe des eigenen Betrags beantragen (maximal 3.333 €).

> **Arvato-Schuldnerberatung:** Arvato Financial Solutions unterstützt die Schuldnerberatung des Diakonischen Werks in Nordbaden seit ihrer Gründung im Jahr 2009 mit einer jährlichen finanziellen Spende in Höhe von 10.000 €. Darüber hinaus stellt Arvato sein Know-how zur Betreuung und Beratung von Schuldner zur Verfügung. Andere Arvato-Standorte führen eigeninitiativ ähnliche Volunteering-Aktionen durch.

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index

Medienkompetenzförderung

Medienkompetenz hat als eine Schlüsselqualifikation großen Einfluss auf die Bildungs- und Entwicklungschancen von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Durch die Förderung entsprechender Bildungsmaßnahmen, insbesondere im Bereich Leseförderung, leistet Bertelsmann einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung. Dabei handelt das Unternehmen nach dem Prinzip einer frühzeitigen Hilfe zur Selbsthilfe. Denn nur wer bereits als Kind aktiv erlebt, ausprobiert und hinterfragt, was Medien bieten, wird in der Lage sein, diese auch zukünftig kompetent zu nutzen – als aktiver Leser ebenso wie als digital-technisch erfahrener und kritischer Nutzer.

Ergebnisse (Auswahl)

- > **Lesetage:** Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche beteiligen sich jedes Jahr mit zahlreichen Veranstaltungen am „Welttag des Buches“, der am 23. April stattfindet, sowie am bundesweiten „Vorlesetag“.
- > **Leseinitiativen:** In Gütersloh spendete Bertelsmann anlässlich des 75. Geburtstags von Liz Mohn im Jahr 2016 der Stadtbibliothek eine neu gestaltete Abteilung für junge Leser im Wert von 150.000 € → [Spenden, Sponsoring und Förderprojekte, S. 77](#). Penguin Random House unterstützt unter anderem die Organisationen „First Book“, „Save the Children“ und „World Reader“, die Kindern und Jugendlichen Bücher zur Verfügung stellen. Gruner + Jahr wiederum ist seit 2007 Hauptförderer von „Buchstart“, einem langfristig angelegten Projekt zur frühkindlichen Leseförderung. Außerdem unterstützt das Verlagshaus das bundesweite Projekt „Lesestart“ der Stiftung Lesen. Prinovis UK förderte Veranstaltungen seines Charity-Partners „The Reader“. Die Events unter dem Motto „Anytime is Storytime“ richten sich an Familien in Liverpool und sollen zum Lesen animieren. Ebenso unterstützte das Unternehmen die Initiative „Vision for Literacy Business Pledge“ zur Förderung der Lese- und Schreibfähigkeit in UK.
- > **Buchspenden:** Ein wichtiger Baustein im Bereich der Leseförderung ist das Bereitstellen kostenlosen Lesematerials. Der herausragende Buchspender bei Bertelsmann ist der Unternehmensbereich Penguin Random House. So sollen bis 2020 mehr als 15 Mio. Bücher an Schulen und Bildungsprogramme gespendet werden, um bedürftige Kinder weltweit zu fördern. Darüber hinaus sollen im selben Zeitraum drei Mio. E-Books an Schulen und Büchereien in afrikanischen Ländern südlich der Sahara zur Verfügung gestellt werden. Im Jahr 2016 stiftete beispielsweise die Penguin Random House Grupo Editorial 10.000 Bücher an spanische Haftanstalten.
- > **Digitalkompetenz für Kinder und Jugendliche:** Bertelsmann-Unternehmen engagieren sich auf vielfältige Weise, um Kinder und Jugendliche in der kompetenten und verantwortungsvollen Nutzung digitaler Medien zu fördern. Projekte und Initiativen im Bereich der Digitalkompetenzförderung für junge Mediennutzer werden unter → [Inhalteverantwortung, S. 59](#) näher dargestellt.



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Spenden, Sponsoring, Förderprojekte

Hilfe durch Medien und
Dienstleistungen

Medienkompetenzförderung

Hilfe für Geflüchtete

Anhang

GRI-Content-Index

Hilfe für Geflüchtete

Quer durch alle Bereiche und über alle Hierarchien hinweg setzen sich Bertelsmann-Unternehmen gemeinsam mit ihren Mitarbeitern für Menschen ein, die vor Krieg und Gewalt in ihrer Heimat fliehen mussten. Durch zahlreiche Initiativen soll ihnen geholfen und die Möglichkeit gegeben werden, sich in unsere Gesellschaft zu integrieren.

Ergebnisse (Auswahl)

> **Programm „Be Welcome“:** In Kooperation mit dem Jobcenter Gütersloh startete Bertelsmann Anfang April 2016 das Projekt „Be Welcome“, das geflüchtete Menschen bei der Integration in den regionalen Arbeitsmarkt unterstützt. Geflüchtete im Alter von 18 bis 25 Jahren sollen damit eine berufliche Perspektive im dualen Ausbildungssystem erhalten. Acht junge Männer und drei Frauen aus Syrien begannen das Programm, das von der Abteilung Zentrale Bildung bei Bertelsmann konzipiert und betreut wird. Das Konzept orientiert sich an dem Projekt „Du

bist deine Zukunft“, das Bertelsmann schon seit sieben Jahren erfolgreich durchführt.

- > **TV-Format für Geflüchtete:** Die Sendung „Marhaba“ des Nachrichtensenders n-tv richtete sich im Jahr 2015 als erstes Programm speziell an Geflüchtete und Zuwanderer aus der arabischen Welt. Die in der Sendung vermittelten praktischen Informationen rund um das Leben in Deutschland auf Arabisch halfen den Menschen beim Einstieg in ihren neuen Alltag. Für sein Engagement wurde der Journalist und Moderator der Sendung Constantin Schreiber im Jahr 2016 mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet.
- > **Initiative „Wir zusammen“:** Gemeinsam mit 35 namhaften deutschen Unternehmen engagiert sich Gruner + Jahr im Rahmen der Initiative „Wir zusammen“ für die Integration von Geflüchteten in den Arbeitsmarkt.
- > **Aktion „Schal fürs Leben“:** Gemeinsam mit der weltgrößten unabhängigen Kinderrechtsorganisation „Save the Children“ veranstaltete die Zeitschrift „Brigitte“ aus dem Verlag

Gruner + Jahr 2016 zum zweiten Mal die Aktion „Ein Schal fürs Leben“. Sie rief dazu auf, Schals nach Designvorlage selbst zu stricken oder zu kaufen. Pro Schal gingen 10 € an „Save the Children“ für die Unterstützung aus Syrien geflüchteter Kinder.



Anhang

Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt



Liste relevanter CR-Themen

[Vorworte](#)
[Über den Bericht](#)
[Unternehmensprofil](#)
[Unternehmensführung](#)
[CR-Management](#)
[Mitarbeiter](#)
[Medien, Services und Bildung](#)
[Umwelt](#)
[Gesellschaft](#)
[Anhang](#)
[Liste relevanter CR-Themen](#)
[GRI-Content-Index](#)
[Impressum und Kontakt](#)

CR-Themenfeld bei Bertelsmann	GRI-Themen Basis: GRI Standards 2016 und GRI Media Sector Disclosures	Berichtsgrenze/Scope Vgl. GRI Standards 2016 Glossar, S. 17
Bildung	> Aus- und Weiterbildung	> Innerhalb d. Unternehmens
Pressefreiheit	> Rede- und Meinungsfreiheit	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
	> Herstellung von Inhalten	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
	> Beschäftigung	> Innerhalb d. Unternehmens
Faire Arbeitsbedingungen	> Arbeitnehmer-/Arbeitgeber-Verhältnis	> Innerhalb d. Unternehmens
	> Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
	> Kinderarbeit	> Außerhalb d. Unternehmens
	> Zwangs- oder Pflichtarbeit	> Außerhalb d. Unternehmens
	> Marketing und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
Schutz von Mediennutzern und Kunden	> Kundendatenschutz	> Innerhalb d. Unternehmens
	> Verbreitung von Inhalten	> Innerhalb d. Unternehmens
	> Medienkompetenz	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
	> Vielfalt und Chancengleichheit	> Innerhalb d. Unternehmens
Diversity	> Gleichbehandlung	> Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
	> Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	> Innerhalb d. Unternehmens
Gesundheit	> Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	> Innerhalb d. Unternehmens



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt

CR-Themenfeld bei Bertelsmann	GRI-Themen Basis: GRI Standards 2016 und GRI Media Sector Disclosures	Berichtsgrenze/Scope Vgl. GRI Standards 2016 Glossar, S. 17
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> > Materialien > Energie > Wasser > Emissionen > Abwasser und Abfall 	<ul style="list-style-type: none"> > Außerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens
Weitere Themen	<ul style="list-style-type: none"> > Wirtschaftliche Leistung > Korruptionsbekämpfung > Wettbewerbswidriges Verhalten > Schutz geistigen Eigentums > Lokale Gemeinschaften > Politik 	<ul style="list-style-type: none"> > Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens, außerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens > Innerhalb d. Unternehmens



GRI-Content-Index



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt

Allgemeine Angaben

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹
GRI 102: Allgemeine Standardangaben 2016		
Organisationsprofil		
GRI 102-1: Name des Unternehmens	12	
GRI 102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	6, 9, 10	
GRI 102-3: Hauptsitz des Unternehmens	Gütersloh, Deutschland	
GRI 102-4: Standorte des Unternehmens	6, 7	
GRI 102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	12, 13	
GRI 102-6: Bediente Märkte	7, 9, 10	
GRI 102-7: Größe des Unternehmens	6, 7, 8, 10, 54	
GRI 102-8: Information zu Mitarbeitern und anderen Arbeitern	34, 37, 39	VI
GRI 102-9: Lieferkette	9, 10	
GRI 102-10: Wesentliche Änderungen des Unternehmens und der Lieferkette	8	

Weiterführende Informationen

↗ Geschäftsbericht 2016 (Imageteil)
↗ Unternehmenswebsite: Unternehmensprofil

↗ Unternehmenswebsite: Standorte

↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil), S. 5, 43

↗ Unternehmenswebsite: Mitarbeiterkennzahlen

1) UN Global Compact.

GRI 102-55



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt



Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹
GRI 102-11: Vorsorgeprinzip	16, 17, 19, 30, 31	
GRI 102-12: Externe Initiativen	12, 16, 17, 24, 36, 58, 61	
GRI 102-13: Mitgliedschaften in Verbänden	24	
Strategie		
GRI 102-14: Stellungnahme eines hochrangigen Entscheidungsträgers	3	
Ethik und Integrität		
GRI 102-16: Werte, Prinzipien, Leitlinien und Verhaltensgrundsätze	15, 17, 18, 19, 35, 36, 43, 44, 56, 57, 62, 68, 77	I–X
Unternehmensführung		
GRI 102-18: Führungsstruktur	12, 13, 14	
Einbindung von Stakeholdern		
GRI 102-40: Einbezogene Stakeholdergruppen	25	
GRI 102-41: Kollektivvereinbarungen	18	III
GRI 102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	25	
GRI 102-43: Ansatz für den Stakeholderdialog	25–27, 37, 38	
GRI 102-44: Zentrale Anliegen der Stakeholder	28, 29, 37	

1) UN Global Compact.
GRI 102-55

Weiterführende Informationen

[↗ Geschäftsbericht 2016 \(Finanzteil\), S. 29 ff.](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Mitgliedschaften und Kooperationen](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Bertelsmann Essentials](#)
[↗ Unternehmenswebsite: Bertelsmann Code of Conduct](#)
[↗ Unternehmenswebsite: Bertelsmann Supplier Code of Conduct](#)

[↗ Geschäftsbericht 2016 \(Finanzteil\), S. 126 ff.](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Stakeholderdialog](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Stakeholderdialog](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Stakeholderdialog](#)

[↗ Unternehmenswebsite: Themen](#)

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
Berichtsprofil			
GRI 102-45: Liste der einbezogenen Unternehmen	4, 6		↗ Unternehmenswebsite: Tochtergesellschaften und Beteiligungen
GRI 102-46: Auswahl von Berichtsinhalt und Themengrenzen	28, 29, 85, 86		
GRI 102-47: Liste der wesentlichen Themen	85, 86		
GRI 102-48: Neudarstellung von Informationen	4, 34		
GRI 102-49: Änderungen der Berichterstattung	4, 28, 29		
GRI 102-50: Berichtszeitraum	4		
GRI 102-51: Datum des letzten Berichts	4		
GRI 102-52: Berichtszyklus	4 Jährlich		
GRI 102-53: Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	98		↗ Unternehmenswebsite: Ansprechpartner
GRI 102-54: Option der Übereinstimmung mit den GRI Standards	4		
GRI 102-55: GRI-Content-Index	87–97		
GRI 102-56: Externe Prüfung	Keine		
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	7, 8	I–X	↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil) ↗ Geschäftsbericht 2016 (Imageteil), S. 12–15
GRI 201-1: Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	7, 76, 79, 80		↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil), S. 41 f.

1) UN Global Compact.

GRI 102-55



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt

Wesentliche Themen

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
M1: Wesentliche finanzielle Beiträge und Förderungen seitens Nicht-Regierungsquellen (Anzeigen etc.)	8		
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	17–20	X	↗ Unternehmenswebsite: Antikorruption
GRI 205-2: Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	20	X	↗ Unternehmenswebsite: Compliance-Schulungen
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	17, 20		
GRI 206-1: Verfahren aufgrund wettbewerbswidrigem Verhalten oder von Kartellbildung	Angaben dazu enthält der Bertelsmann Geschäftsbericht.		↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil), S. 33
GRI 301: Materialien 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	67, 68, 73	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016 ↗ Unternehmenswebsite: Papier

1) UN Global Compact.

GRI 102-55



Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	73	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 301-2: Anteil Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	73, 74	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 302: Energie 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	67, 68, 69	VII–IX	↗ Unternehmenswebsite: Energie und Emissionen ↗ Klimabilanz 2016
GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	71, 72	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 302-3: Energieintensität	72	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 302-4: Reduktion des Energieverbrauchs	69, 71	VIII–IX	↗ Klimabilanz 2016
GRI 303: Wasser 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	67, 68, 75	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 303-1: Wasserentnahme nach Quellen	75	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	67, 68, 69	VII–IX	↗ Unternehmenswebsite: Energie und Emissionen ↗ Unternehmenswebsite: Klimabilanz ↗ Klimabilanz 2016
GRI 305-1: Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	69, 70	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 305-2: Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	70, 71	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016

1) UN Global Compact.

GRI 102-55



Vorworte

Über den Bericht

Unternehmensprofil

Unternehmensführung

CR-Management

Mitarbeiter

Medien, Services und Bildung

Umwelt

Gesellschaft

Anhang

Liste relevanter CR-Themen

GRI-Content-Index

Impressum und Kontakt

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 305-3: Weitere relevante Treibhausgasemissionen (Scope 3)	70, 71	VII–VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 305-4: Intensität der Treibhausgasemissionen	71	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	67, 68, 75	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 306-1: Abwassereinleitung nach Qualität und Ort	75	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	75	VIII	↗ Klimabilanz 2016
GRI 401: Beschäftigung 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32, 33, 35, 36	I, III, VI	↗ Unternehmenswebsite: Mitarbeiter
GRI 401-1: Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	36 Bertelsmann veröffentlicht aktuell keine Angaben zu Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation. Grund sind Definitionsanpassungen in Bezug auf die Mitarbeiterkategorien „Vollzeitkräfte“ und „Köpfe“.	VI	↗ Unternehmenswebsite: Mitarbeiterkennzahlen
GRI 402: Arbeitnehmer-/Arbeitgeber-Verhältnis 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33, 35, 36, 37, 38	III	↗ Unternehmenswebsite: Mitsprache
GRI 402-1: Mitteilungsfristen bezüglich wesentlicher betrieblicher Veränderungen	37	III	

1) UN Global Compact.

GRI 102-55



Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33, 35, 50–52	I, VI	↗ Unternehmenswebsite: Gesundheit ↗ Bertelsmann Health Website
GRI 403-2: Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle	53 Bertelsmann berichtet diese Angaben nicht aufgeschlüsselt nach Geschlecht sowie im Hinblick auf freie und externe Mitarbeiter und macht keine Angaben zu Todesfällen. Aufgrund der dezentralen Organisationsstrukturen im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz liegen diese Daten bei Bertelsmann nicht zentral vor. Eine zentrale Datenerfassung ist aktuell nicht geplant.		
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33, 35, 40–42	I, VI	↗ Unternehmenswebsite: Lernen
GRI 404-1: Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	41 Bertelsmann berichtet diese Angaben aktuell nicht aufgeschlüsselt nach Geschlecht und weiteren Mitarbeiterkategorien, da entsprechende Daten nicht zentral vorliegen. Bertelsmann entwickelt seine Datenerhebung diesbezüglich weiter und plant, mittelfristig dazu zu berichten.	VI	
GRI 404-2: Programme zum dauerhaften Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit	37, 40, 41		↗ Unternehmenswebsite: Weiterbildung
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33, 35, 43–47, 49	I, VI	↗ Unternehmenswebsite: Diversity

1) UN Global Compact.
GRI 102-55





Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 405-1: Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	13, 47–49	I, VI	
GRI 406: Gleichbehandlung 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	18, 19	I–II, VI	↗ Unternehmenswebsite: Antidiskriminierung
GRI 406-1: Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Bertelsmann berichtet nicht über Fallzahlen, da diese speziellen Vertraulichkeitsauflagen unterliegen. Alle eingegangenen Meldungen zu vermuteten Compliance-Verstößen werden geprüft und im Einklang mit den in Konzernrichtlinien verankerten Prozessen untersucht. Sofern sich ein Verstoß bestätigt, werden angemessene Remediationsmaßnahmen ergriffen. Details zu Fallkategorien, Fallzahlen und Gesamtzahlen von eingegangenen Hinweisen werden regelmäßig an das Bertelsmann Corporate Compliance Committee und den Vorstand berichtet. Weitergehende Angaben dazu unterliegen dem Geschäftsgeheimnis.	I–II, VI	
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	17, 18	I–III	
GRI 407-1: Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen gefährdet sein könnte	16	I–III	
GRI 408: Kinderarbeit 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	17, 18	I–II, IV	

1) UN Global Compact.
GRI 102-55

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 408-1: Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit	16	I-II, IV	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	17, 18	I-II, IV	
GRI 409-1: Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko bezüglich Zwangs- oder Pflichtarbeit	16	I-II, IV	
MSD²: Rede- und Meinungsfreiheit			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	56–58	I-II	↗ Unternehmenswebsite: Pressefreiheit
MSD²: Schutz geistigen Eigentums			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	64	I-II	↗ Unternehmenswebsite: Schutz geistigen Eigentums
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	77–80	I	↗ Unternehmenswebsite: Gesellschaft ↗ Unternehmenswebsite: Kultur
GRI 413-1: Anteil der Standorte mit Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgeabschätzungen und Förderprogramme	77–81, 83	I	↗ Unternehmenswebsite: Projekte weltweit
GRI 415: Politik 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	26, 78, 79	I-X	↗ Unternehmenswebsite: Public Affairs

1) UN Global Compact.

2) Media Sector Disclosures.

GRI 102-55





Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 415-1: Politische Spenden	78, 79	X	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	64, 65	I–VIII	
GRI 417-1: Grundsätze und Verfahren zur Produktinformation und -kennzeichnung	64		
GRI 418: Kundendatenschutz 2016			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	62, 63	I–II	
GRI 418-1: Berechtigte Datenschutz- beschwerden	Bertelsmann berichtet aktuell nicht zu berechtigten Daten- schutzbeschwerden, da entsprechende Daten nicht zentral vorliegen. Ein Prozess zur Datenerhebung wurde aufgesetzt; Bertelsmann will dazu ab 2018 berichten.	I–II	
MSD²: Herstellung von Inhalten			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	55, 59, 60	I–II	↗ Unternehmenswebsite: Qualität ↗ Unternehmenswebsite: Pressefreiheit
M3: Maßnahmen zur Förderung ethischer Standards bei der Herstellung von Inhalten	57, 59, 60	I–II	
MSD²: Verbreitung von Inhalten			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	57, 59–61	I–II	↗ Unternehmenswebsite: Schutz von Mediennutzern ↗ Unternehmenswebsite: Zugang zu Medien
M4: Maßnahmen bezüglich der Verbreitung und Zugänglichkeit von Inhalten	57, 59–61	I–II	↗ Unternehmenswebsite: Zugang zu Medien

1) UN Global Compact.

2) Media Sector Disclosures.

GRI 102-55

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
MSD²: Medienkompetenz			
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	61, 77, 78, 82	I-II	↗ Unternehmenswebsite: Medienkompetenz
M7: Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz bei Mediennutzern	61, 82	I-II	

Weitere GRI-Angaben (zusätzlich zu Angaben in Übereinstimmung mit den GRI Standards, Option „Kern“)

Angaben	Seite/Anmerkungen	UNGC ¹	Weiterführende Informationen
GRI 102-15: Zentrale Nachhaltigkeits- auswirkungen, -risiken und -chancen	9, 16, 22, 28–31		
GRI 102-17: Verfahren zur Beratung bezüglich ethischem und gesetzeskonformen Verhalten und zur Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten	17–20	I-X	↗ Unternehmenswebsite: Compliance
GRI 102-20: Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen	12–14, 17, 21–23, 35, 40, 44, 51, 63, 68, 77		↗ Unternehmenswebsite: CR-Organisation
GRI 102-22: Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Komitees	14, 47, 48		↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil), S. 133 ff.
GRI 102-23: Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Kontrollorgans	12		↗ Geschäftsbericht 2016 (Finanzteil), S. 133 ff.

1) UN Global Compact.

2) Media Sector Disclosures.

GRI 102-55



Impressum

Herausgeber

Bertelsmann SE & Co. KGaA
Carl-Bertelsmann-Straße 270
33311 Gütersloh

Verantwortlich

Marie-Luise Kühn von Burgsdorff
Leiterin Corporate Responsibility &
Diversity Management

Projekt- und Redaktionsleitung

Katharina Kerl
Director Corporate Responsibility

Projektmitarbeit

Barbara Kutscher, Lena Fischer,
Carolin Scheil

Gestaltung und Produktion

Territory CTR GmbH, Gütersloh

Fachliche Beratung

akzente kommunikation und beratung GmbH,
München

Fotografie

Sebastian Pfütze, Berlin

Redaktionsschluss: 31. Juli 2017

Kontakt

Corporate Responsibility & Diversity Management

Tel.: +49 (0) 5241-80-75021
verantwortung@bertelsmann.de

Für Journalisten

Medien- und Wirtschaftsinformation
Tel.: +49 (0) 5241-80-2466
presse@bertelsmann.de

Für Analysten und Investoren

Investor Relations
Tel.: +49 (0) 5241-80-2342
investor.relations@bertelsmann.de

Für Bewerber

Recruiting Services
createyourowncareer@bertelsmann.de
[↗ www.createyourowncareer.de](http://www.createyourowncareer.de)

