

# GRI Content-Index 2015

Bertelsmann Corporate Responsibility-Informationen  
nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI)

## **GRI Content-Index 2015**

Bertelsmann Corporate Responsibility-Informationen nach den Leitlinien der  
Global Reporting Initiative (GRI)

## Bertelsmann GRI Content-Index

Im Rahmen seiner Corporate Responsibility-Berichterstattung folgt Bertelsmann seit 2011 den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI), deren Rahmenwerk weltweit als führende Leitlinie für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Wirtschaftsunternehmen und Organisationen gilt. Bezugnehmend auf das Geschäftsjahr 2015 stellt der Bertelsmann GRI Content-Index alle gemäß GRI G4 („in accordance“ – Reporting-Option „core“) erforderlichen Standardangaben zum Profil des Unternehmens und seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistung systematisch in einer Tabelle dar. Für die Auswahl der Berichtsaspekte bildete eine Relevanzanalyse der Bertelsmann Corporate Responsibility-Themen die Grundlage.

Der GRI Content-Index enthält jeweils Kurzinformationen zu den einzelnen Standardangaben, GRI-Aspekten und -Indikatoren sowie ergänzende Hyperlinks. Über diese Links gelangen Sie zu weiterführenden Informationen, Daten und Fakten, die das verantwortungsvolle Handeln von Bertelsmann und seiner Bereiche dokumentieren. Darüber hinaus enthält die Tabelle branchenspezifische Zusatzinformationen gemäß den GRI „Media Sector Disclosures“. Diese Zusatzinformationen sind mit der Abkürzung „MSD“ markiert.

Der Bertelsmann GRI-Index gibt auch Auskunft darüber, inwiefern das Unternehmen mit seinem Nachhaltigkeits-Engagement die Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC) unterstützt. Eine separate Spalte in der Tabelle weist die dafür relevanten Berichtsinhalte aus. Bertelsmann erfüllt auf diese Weise die Verpflichtung, als Teilnehmer am UNGC jährlich eine Fortschrittsmitteilung vorzulegen.



## Profilindikatoren

GRI

Indikator

UNGC

### 1. Strategie und Analyse

#### G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

„Bertelsmann hat sich in den vergangenen Jahren verändert: Wir sind wachstumsstärker, digitaler und internationaler geworden. Bildung ist – neben Medien und Dienstleistungen – zur dritten Säule unseres Unternehmens geworden. Und wir haben eine neue Konzernstruktur mit acht Unternehmensbereichen etabliert, die die strategischen Fortschritte unserer Arbeit widerspiegelt.

Eines aber hat sich nicht verändert: Als Kreativunternehmen schaffen wir laufend neue Produkte und Dienstleistungen. Tag für Tag, rund um die Uhr, erreichen wir auf der ganzen Welt mehr als 600 Millionen Menschen, die genau wie wir einen hohen Anspruch an uns stellen. Dieser Anspruch bestimmt alle Facetten unseres unternehmerischen Handelns – für unsere Mitarbeiter, unsere Kunden und weitere Stakeholder. (...)

Unser Engagement widmet sich – wie unsere Unternehmensstrategie – klar definierten Schwerpunkten, die wir systematisch erarbeitet und mit Stakeholdern von Bertelsmann definiert haben. Auf den kommenden Seiten stellen wir Ihnen diese wichtigsten Themenfelder unserer Corporate Responsibility-Arbeit vor. Sie gehören zu Bertelsmann wie die Angebote unseres Hauses und sie sind ebenso vielseitig.

GRI	Indikator	UNGC
	(...). Als langjähriger Teilnehmer am UN Global Compact kommt Bertelsmann mit dieser Publikation seiner Verpflichtung nach, jährlich eine Fortschrittsmitteilung vorzulegen. (...).“ Thomas Rabe, Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann <a href="#">CR-Magazin, S. 3: Editorial</a>	

## 2. Organisationsprofil

<b>G4-3</b>	<b>Name des Unternehmens</b> Bertelsmann SE & Co. KGaA
<b>G4-4</b>	<b>Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen</b> 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 117.000 Mitarbeitern erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von 17,1 Mrd. Euro. Bertelsmann steht für Kreativität und Unternehmmergeist. Diese Kombination ermöglicht erstklassige Medienangebote und innovative Servicelösungen, die Kunden in aller Welt begeistern. <a href="#">Unternehmensprofil</a> <a href="#">Unternehmenspräsentation (Stand Oktober 2016)</a>
<b>G4-5</b>	<b>Hauptsitz des Unternehmens</b> Gütersloh, Deutschland
<b>G4-6</b>	<b>Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt</b> Bertelsmann ist in den Kerngeschäftsfeldern Medien und Services sowie Bildung in rund 50 Ländern der Welt aktiv. Die geografischen Kernmärkte umfassen Westeuropa – vor allem Deutschland, Frankreich sowie Großbritannien – und die USA. Darüber hinaus verstärkt Bertelsmann sein Engagement in Wachstumsregionen wie China, Indien und Brasilien. <a href="#">Standorte</a> <a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 5</a>
<b>G4-7</b>	<b>Rechtsform und Eigentümerstruktur</b> Die Bertelsmann SE & Co. KGaA ist eine nicht börsennotierte Kommanditgesellschaft auf Aktien. Die Kapitalanteile der Bertelsmann SE & Co. KGaA werden zu 80,9% von Stiftungen (Bertelsmann Stiftung, Reinhard Mohn Stiftung, BVG-Stiftung) und zu 19,1% von der Familie Mohn mittelbar gehalten. Alle Stimmrechte in der Hauptversammlung der Bertelsmann SE & Co. KGaA und der Bertelsmann Management SE (persönlich haftende Gesellschafterin) werden von der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG) kontrolliert. <a href="#">Aktionärsstruktur</a>

GRI	Indikator	UNGC
<b>G4-8</b>	<p data-bbox="268 320 1302 423"><b>Wesentliche Märkte</b> Bertelsmann steht für Kreativität und Unternehmergeist. Diese Kombination ermöglicht erstklassige Medienangebote und innovative Servicelösungen, die Kunden in aller Welt begeistern.</p> <p data-bbox="268 441 892 555"><a href="#">Unternehmensprofil</a> <a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 5</a> <a href="#">CR-Magazin, S. 10: Wertschöpfung bei Bertelsmann</a></p> <p data-bbox="268 580 1342 683">Die geografischen Kernmärkte umfassen Westeuropa – vor allem Deutschland, Frankreich sowie Großbritannien – und die USA. Darüber hinaus verstärkt Bertelsmann sein Engagement in Wachstumsregionen wie China, Indien und Brasilien. Siehe G4-6.</p> <p data-bbox="268 698 1318 763">Die folgenden Märkte verfügen aus Konzernsicht neben den geografischen Kernmärkten über eine besondere strategische Bedeutung:</p> <ol data-bbox="268 779 1219 1077" style="list-style-type: none"> <li>1. Europäische TV-Werbemärkte</li> <li>2. Physischer und digitaler Buchmarkt</li> <li>3. Zeitschriftenmärkte in Deutschland und Frankreich</li> <li>4. Dienstleistungsmärkte in den Bereichen CRM, SCM, Financial Solutions, IT und Digital Marketing</li> <li>5. Druckmärkte</li> <li>6. Musikverlagsmärkte</li> <li>7. US-Bildungsmärkte in den Bereichen E-Learning und Online-Dienstleistungen für Hochschulen</li> </ol>	
<b>G4-9</b>	<p data-bbox="268 1122 595 1151"><b>Größe des Unternehmens</b></p> <p data-bbox="268 1167 1318 1232">Mit 117.000 Mitarbeitern erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von 17,1 Mrd. Euro (Vorjahr: 16,7 Mrd. Euro).</p> <p data-bbox="268 1247 1318 1447">Weitere <a href="#">wesentliche wirtschaftliche Kennzahlen</a> <a href="#">Unternehmenspräsentation (Stand Oktober 2016), S. 7, 9, 11, 13, 15, 17, 18: Menge der angebotenen Produkte und Dienstleistungen</a> <b>MSD</b> <a href="#">Kennzahlen (Tab „Mitarbeiter“): Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen</a> <b>MSD</b> <a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S.13: Umsatz nach Erlösquellen</a></p>	
<b>G4-10</b>	<p data-bbox="268 1496 1201 1525"><b>Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen</b></p> <p data-bbox="268 1541 1342 1756">Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 beschäftigte der Konzern weltweit 117.249 Mitarbeiter (Vj.: 112.037), davon 53% Frauen, 47% Männer. Rund 77% der Mitarbeiter waren unbefristet und rund 23% befristet angestellt, davon in beiden Ausprägungen jeweils 53% Frauen, 47% Männer. Die Vollzeitquote im Konzern in Deutschland betrug 66,2 %. Entsprechend arbeiteten 33,8 % in Teilzeit. Eine Aufschlüsselung dieser Angaben nach weiteren Kategorien liegt nicht vor.</p> <p data-bbox="268 1771 635 1800"><a href="#">Kennzahlen (Tab „Mitarbeiter“)</a></p> <p data-bbox="268 1816 1342 2031">Bertelsmann operiert in Geschäften, die oftmals kurzfristigen Auftragsschwankungen unterworfen sind. Dies erfordert sowohl vom Unternehmen als auch von seinen Mitarbeitern einen hohen Grad an Flexibilität. Um dennoch dauerhaft qualitativ hochwertige Inhalte, Produkte und Services bereitstellen zu können, greift das Unternehmen auch auf Personaldienstleister zurück und beschäftigt neben den festangestellten auch freie Mitarbeiter, dort wo die Eigenheit der Aufgaben dies zulässt.</p> <p data-bbox="268 2047 887 2096"><a href="#">Freie Mitarbeiter</a> <a href="#">CR-Magazin, S. 44: Ist freie Mitarbeit eigentlich fair?</a></p>	<b>VI</b>

GRI	Indikator	UNGC
<b>G4-11</b>	<b>Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen</b>	<b>III</b>
	<p>Der Dialog zwischen Mitarbeitern und Unternehmensführung ist Voraussetzung für eine funktionierende Partnerschaft und für ein erfolgreiches Unternehmen. Mitwirkung ist bei Bertelsmann gelebte Praxis – weit über das gesetzliche Maß hinaus. Dies erfordert starke Interessensvertreter, klare Spielregeln und gegenseitiges Vertrauen.</p> <p>Bei Bertelsmann gibt es daher zahlreiche Vertretungen für Mitarbeiter und besondere Personengruppen wie Führungskräfte, Auszubildende oder Schwerbehinderte. Diese ermöglichen es, sich auszutauschen, gemeinsame Themen voranzutreiben und Anliegen konstruktiv in den Dialog mit der Unternehmensführung einzubringen.</p> <p>Konzernübergreifend schafft Bertelsmann die unternehmenskulturellen Grundlagen und damit die Rahmenbedingungen für die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen. Die Verantwortlichkeit für die Regelung der Arbeitsbedingungen in einzelnen Geschäften obliegt jeweils dem Management vor Ort. Vor diesem Hintergrund liegen auf Ebene des Bertelsmann-Konzerns keine aggregierten Zahlenangaben zum Anteil der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen vor.</p>	
<b>G4-12</b>	<b>Beschreibung der Lieferkette</b>	
	<p>Die Mediengeschäfte von Bertelsmann basieren auf der Produktion und Akquise qualitativ hochwertiger Informations- und Unterhaltungsmedien – daraus entstehen Bücher, TV-Sender, Zeitschriften, Musikprodukte oder Onlineangebote. Die Distribution aller Produkte erfolgt physisch oder digital, direkt oder über Dienstleister. Ein zentraler Erfolgsfaktor sind gute Kontakte zu kreativen Talenten und Produzenten wie Journalisten, Fotografen, Autoren von Büchern oder Musikstücken, Künstler und TV-Produzenten.</p> <p>Das Kerngeschäft der Dienstleistungssparte sind Services, die den Endkunden der Klienten von Bertelsmann angeboten werden. Hardware und Standardsoftware werden von externen Lieferanten eingekauft. In den Druckgeschäften verarbeiten die Firmen Stoffe wie Papier und Druckfarbe, um für Geschäftskunden Medien- und Werbeprodukte zu erstellen. Dafür werden Offset-, Tiefdruck- und Digitaldruckmaschinen externer Hersteller eingesetzt. Für die CD-, DVD- und Blu-Ray-Replikation ist der Kunststoff Polycarbonat das wichtigste Material. Ähnlich wie bei den Dienstleistungsgeschäften basieren die Geschäftsmodelle im Bildungssegment von Bertelsmann insbesondere auf dem kombinierten Einsatz von hochqualifizierten Mitarbeitern, deren Kenntnissen und Fähigkeiten sowie Technologie.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 10f.: Wertschöpfung bei Bertelsmann</a></p> <p><a href="#">Klimabilanz, S. 11: Papiereinkauf</a></p>	
<b>G4-13</b>	<b>Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum</b>	
	<p>Im November 2015 investierte Bertelsmann erneut in den Ausbau seiner Bildungsaktivitäten und erhöhte signifikant seine Beteiligung an dem Online-Bildungsanbieter Udacity. Im Dezember 2015 baute Bertelsmann das strategische Wachstumsfeld Bildung weiter aus und investierte in den Online-Hochschuldienstleister HotChalk. Mit einem Transaktionsvolumen von insgesamt 179 Mio. € ist Bertelsmann größter Anteilseigner.</p> <p>Am 18. Dezember 2015 übernahm Bertelsmann die verbleibenden 25,1 Prozent an der Druckerei-Gruppe Prinovis vom bisherigen Mitgesellschafter Axel Springer. Mit der vollständigen Übernahme des Unternehmens sollen die Unternehmensstrukturen vereinfacht werden.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 11-12: Wichtige Ereignisse des Geschäftsjahres</a></p>	

GRI

Indikator

UNGC

Seit dem Jahreswechsel 2015/2016 spiegelt sich die strategische Transformation des Bertelsmann-Konzerns noch stärker in der Unternehmensstruktur wider. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2016 wurden aus den operativen Aktivitäten der Corporate Investments mit BMG, Bertelsmann Education Group und Bertelsmann Investments drei weitere eigenständige Unternehmensbereiche gegründet. Darüber hinaus wurden zum 1. Januar 2016 die Offset- und Tiefdruckaktivitäten des Konzerns im Unternehmensbereich Bertelsmann Printing Group zusammengefasst.

[Geschäftsbericht 2015 \(Imageteil\): Das neue Bertelsmann](#)

#### **G4-14 Umsetzung des Vorsorgeprinzips**

Das Risikomanagementsystem von Bertelsmann dient der Früherkennung, Beurteilung und Steuerung interner und externer Risiken.

[Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 27ff.: Risiko- und Chancenbericht](#)

Zur Gewährleistung von Compliance hat der Vorstand eine Compliance-Organisation und das Ethics&Compliance-Programm etabliert. Er überwacht dieses Programm und gewährleistet eine kontinuierliche Weiterentwicklung. Der in diesem Rahmen umgesetzte Regelkreislauf („E&C-Regelkreislauf“) beruht insbesondere auf den folgenden Elementen: Code of Conduct, Compliance-Richtlinien, Risikoanalyse, Beratung, Kommunikation, Schulung, Hinweisgebersystem, Aufklärung von gemeldeten Verstößen, Remediation.

[Compliance](#)

[Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 125f.: Compliance](#)

[CR-Magazin, S. 17: Ethics & Compliance](#)

#### **G4-15 Unterstützung externer Initiativen**

Seit 2008 unterstützt Bertelsmann als aktiver Teilnehmer die 10 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 Anti-Korruption voranzutreiben.

[UN Global Compact](#)

[CR-Magazin S. 16: Leitlinien und Partnerschaften](#)

#### **G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen**

Bertelsmann weist auf Konzern-, Bereichs- und Firmenebene eine Vielzahl von Mitgliedschaften, strategischer Partnerschaften und Kooperationen auf. Im Bereich Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung 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 [Media-CSR-Forum](#).

[Kooperationen](#)

[CR-Magazin S. 16: Leitlinien und Partnerschaften](#)

GRI

Indikator

UNGC

### 3. Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

#### G4-17 Liste der konsolidierten Unternehmen

[Wesentliche Tochtergesellschaften und Beteiligungen](#)

[Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 49/50: Konsolidierungskreis](#)

#### G4-18 Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte

Die vorliegenden Informationen sollen Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Journalisten, Investoren sowie Vertreter von staatlichen Stellen oder Nichtregierungsorganisationen offen und umfassend darüber informieren, wie Bertelsmann seine unternehmerische Verantwortung wahrnimmt. Um den Vergleich der Leistungen von Bertelsmann mit denen anderer Unternehmen zu erleichtern, berichtet das Unternehmen hierbei in Übereinstimmung mit den Leitlinien (G4) der Global Reporting Initiative (GRI). Berücksichtigung finden dabei auch die Indikatoren der Media Sector Disclosures von GRI (MSD). Darüber hinaus weist Bertelsmann in vorliegendem GRI Content-Index sowie in weiteren CR-Publikationen die in Hinblick auf die Prinzipien des UN Global Compact (UNGC) relevanten Berichtsinhalte aus.

[CR-Magazin, S. 4: Über unsere Corporate Responsibility-Berichterstattung](#)

In einer mit internen Stakeholdern durchgeführten Analyse ermittelte Bertelsmann 2014 seine vornehmlich relevanten sozialen und ökologischen Themen. Anhand einer 4-stufigen Bewertungsskala wurden zwölf soziale und ökologische Themenfelder mit über 30 Unterthemen mehr als 130 Führungskräften und Mitarbeitervertretern aus aller Welt zur Bewertung vorgelegt. Die Geschäftsrelevanz wurde dabei über die Kategorien Risikopotenzial, direkte finanzielle Auswirkung, Effizienz- und Optimierungspotenzial, Differenzierungs- und Wachstumspotenzial sowie Zukunftsorientierung abgefragt. Die Stakeholderrelevanz wurde in Bezug auf Mitarbeiter, B2B-, B2C-Kunden sowie optional weitere Interessengruppen eingeschätzt.

Sieben Themenfelder wurden auf diese Weise als besonders relevant identifiziert: Bildung, Pressefreiheit, faire Arbeitsbedingungen, Schutz von Mediennutzern und Kunden, Diversity, Gesundheit sowie Ökoeffizienz.

Über diese Themen wird – ebenso wie zu den Prinzipien des UNGC – auch in diesem GRI Content-Index berichtet.

[Themen](#)

[CR-Magazin, S. 14/15: Corporate Responsibility-Themen](#)

#### G4-19 Sämtliche wesentlichen Aspekte

Zur Ermittlung der relevanten CR-Themen bei Bertelsmann siehe auch G4-18.

[CR-Magazin, S. 14/15.: Corporate Responsibility-Themen](#)



GRI

Indikator

UNGC

<b>CR-Themenfeld</b>	<b>GRI-Aspekte</b>	<b>Berichtsgrenze / Scope</b> vgl. GRI Implementation Manual S. 34f.
Bildung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aus- und Weiterbildung</li> <li>- Medienkompetenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb d. Unternehmens</li> <li>- Innerhalb, außerhalb d. Unternehmens</li> </ul>
Pressefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rede- und Meinungsfreiheit</li> <li>- Politik</li> <li>- Herstellung von Inhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- innerhalb, außerhalb</li> </ul>
Faire Arbeitsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirtschaftliche Leistung</li> <li>- Beschäftigung</li> <li>- Arbeitnehmer-/Arbeitgeber-Verhältnis</li> <li>- Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivvereinbarungen</li> <li>- Kinderarbeit</li> <li>- Zwangs- oder Pflichtarbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- Außerhalb</li> <li>- Außerhalb</li> <li>- Außerhalb</li> </ul>
Schutz von Mediennutzern und Kunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</li> <li>- Marketing und Werbung</li> <li>- Schutz von Kundendaten</li> <li>- Verbreitung von Inhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> </ul>
Diversity	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vielfalt und Chancengleichheit</li> <li>- Gleicher Lohn für Frauen und Männer</li> <li>- Gleichbehandlung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> </ul>
Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb</li> </ul>
Ökoeffizienz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materialien</li> <li>- Energie</li> <li>- Wasser</li> <li>- Emissionen</li> <li>- Abwasser und Abfall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> </ul>
Wirtschaftsethik & Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schutz geistigen Eigentums</li> <li>- Korruptionsbekämpfung</li> <li>- Wettbewerbswidriges Verhalten</li> <li>- Lokale Gemeinschaften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb, außerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> <li>- Innerhalb</li> </ul>

GRI	Indikator	UNGC
G4-20	<b>Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens</b> Siehe G4-19.	
G4-21	<b>Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens</b> Siehe G4-19.	
G4-22	<b>Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten</b> Bei der Erhebung der Personalkennzahlen kam es zu Änderungen bzgl. folgender Angaben: Mitarbeiteranzahl Köpfe und Full-time Employees (Definitionsanpassungen), Mitarbeiterfluktuation (Einfluss durch die Definitionsanpassungen der Köpfe; vgl. G4-LA1) und Aus- und Weiterbildungsstunden (Datenquelle wurde angepasst: neue HR IT-Plattform „peoplenet“ anstelle SAP VM). Die Umweltdaten wurden erstmals jährlich erhoben, was zu einer besseren Datenqualität und Vergleichbarkeit führte. Daten für 2014 wurden auf Basis neuer Kenntnisse aus der aktuellen Datenerhebung angepasst.	
G4-23	<b>Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und der Grenzen von Aspekten</b> Der vorliegende GRI Content-Index wurde erstmalig in Übereinstimmung mit G4 veröffentlicht. Bisher folgte die GRI-Berichterstattung von Bertelsmann den G3-Leitlinien.	

## 4. Einbindung von Stakeholdern

G4-24	<b>Einbezogene Stakeholdergruppen</b> Neben den Mitarbeitern als „internen Stakeholdern“ steht Bertelsmann durch seine Geschäfte und andere Aktivitäten mit einer Vielfalt von Menschen außerhalb des Unternehmens, den sog. „externen Stakeholdern“, in direktem Kontakt: mit Kunden und Lieferanten, mit Journalisten, Investoren sowie Vertretern von staatlichen Stellen, Verbänden oder Nichtregierungsorganisationen. Darüber hinaus erreicht das Unternehmen tagtäglich mehr als 600 Millionen von Menschen mit seinen Medieninhalten und Produkten. <a href="#">Öffentlicher Dialog</a>
G4-25	<b>Ermittlung und Auswahl der Stakeholder</b> In Hinblick auf den konzerninternen Stakeholderdialog identifiziert das Unternehmen relevante Stakeholdergruppen – etwa für die Beteiligung an Analysen zur Ermittlung konzernübergreifender CR-Schwerpunkthemen (siehe G4-18) – nach den Kriterien von Ausgewogenheit und Vielfalt: Vertreter aus dem Top-Management, den Stäben und dem operativem Geschäft werden ebenso systematisch mit eingebunden wie Shareholder und Mitarbeitervertretungen. Dabei wird auf Vielfalt hinsichtlich Führungsebene, Internationalität, Alter und Geschlecht geachtet. Diese Ansprechpartner stehen wiederum direkt im Austausch mit den externen Anspruchsgruppen ihrer Geschäfte. Prioritär verfolgt Bertelsmann den Dialog mit Stakeholdern, die seine ökonomische, ökologische oder gesellschaftliche Leistung stark beeinflussen, und solchen Anspruchsgruppen, die signifikant von der ökonomischen, ökologischen oder gesellschaftlichen Leistung von Bertelsmann betroffen sind. Die Durchführung eines externen Stakeholderdialogs zu ausgewählten Corporate Responsibility-Themen ist darüber hinaus Planungsbestandteil bei der strategischen Weiterentwicklung von CR bei Bertelsmann über das Geschäftsjahr 2015 hinaus.

GRI	Indikator	UNGC
-----	-----------	------

<b>G4-26</b>	<p><b>Ansatz für den Stakeholderdialog und Häufigkeit</b></p> <p>Mit Journalisten, Investoren und Kunden steht das Unternehmen durch seine Pressestellen, Investor Relations-Experten und Servicezentralen in regem Austausch. Neben der 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 zu Medien und Journalisten dar.</p> <p><a href="#">News &amp; Media (Ansprechpartner)</a></p> <p>Bertelsmann nutzt verschiedene Instrumente zur Diversifizierung seiner Finanzierung. In der Finanzierungsstrategie des Konzerns nimmt die Kapitalmarktfinanzierung eine wichtige Rolle ein. Ratings und Transparenz gegenüber dem Kapitalmarkt leisten einen bedeutenden Beitrag zur finanziellen Sicherheit und Unabhängigkeit. Dazu steht Bertelsmann in regelmäßigem Austausch mit Investoren und Analysten.</p> <p><a href="#">Investor Relations (Ansprechpartner)</a></p> <p>Die Kreativindustrie ist ein Motor für Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze. Um auch zukünftig dieser Rolle gerecht zu werden und weiterhin in hochwertige kreative und professionelle Inhalte investieren zu können, benötigen Unternehmen wie Bertelsmann einen starken Urheberrechtsschutz und eine konvergente Medienordnung, die fit für das digitale Zeitalter ist.</p> <p>Als politische Anlaufstellen und Kompetenzzentren dienen die Bertelsmann Repräsentanzen in Berlin und Brüssel. Im Rahmen des umfangreichen Programms von Bertelsmann Unter den Linden 1 pflegt das Unternehmen außerdem den Austausch mit Öffentlichkeit und vielfältigen Stakeholdern zu kulturell und gesellschaftlich relevanten Themen.</p> <p><a href="#">Public Affairs (inkl. Mission Statement, Ansprechpartner)</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann in Berlin (Ansprechpartner)</a></p> <p><a href="#">Öffentlicher Dialog</a></p> <p>Ferner führt Bertelsmann seit 1977 regelmäßig eine Mitarbeiterbefragung durch. Am 7. November 2016 startet die fünfte internationale Mitarbeiterbefragung bei Bertelsmann. "Mitmachen! Mitgestalten!" lautet das Motto der Befragung, zu der mehr als 105.000 Mitarbeiter aus rund 50 Ländern eingeladen werden. Siehe auch G4-LA11.</p> <p><a href="#">Mitarbeiterbefragung</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 42: Bertelsmann Mitarbeiterbefragung</a></p> <p>Den Kontakt zu Studierenden weltweit sucht Bertelsmann seit 2008 u.a. mit der Karriereveranstaltung „Talent Meets Bertelsmann“.</p> <p><a href="#">Talent Meets Bertelsmann (Ansprechpartner, „Any questions“)</a></p> <p>Auch mit Corporate Responsibility- und Nachhaltigkeitsexperten ist Bertelsmann regelmäßig im Dialog: mit CR-Rating- und Rankingagenturen (z.B. <a href="#">oekom Research</a>, <a href="#">Sustainalytics</a>, <a href="#">IöW</a>), Non-Profit-Organisationen (z.B. <a href="#">CDP</a>), Kunden und Geschäftspartnern, Auditoren und Zertifizierungseinrichtungen, wissenschaftlichen Institutionen (z.B. <a href="#">IFEU</a>) und Geschäftspartnern – sowie im Rahmen von Mitgliedschaften wie bei <a href="#">Econsense</a>, dem Nachhaltigkeitsforum der deutschen Wirtschaft, oder im <a href="#">Media CSR Forum</a> (vgl. G4-16).</p>	
--------------	--	--

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Mit Blick auf die Ermittlung relevanter CR-Themen und eine entsprechende Ausgestaltung der eigenen CR-Berichterstattung wurden in den Geschäftsjahren 2013 und 2014 interne Stakeholderbefragungen durchgeführt. Die interne und externe Stakeholderrelevanz bestimmter nichtfinanzieller Themen wurde dabei in Bezug auf Mitarbeiter, B2B-, B2C-Kunden sowie optional weitere Interessengruppen eingeschätzt (siehe G4-18). Die Durchführung eines externen Stakeholderdialogs zu relevanten Bertelsmann Corporate Responsibility-Themen ist in Planung.</p> <p><a href="#">Themen</a>  <a href="#">CR-Magazin, S. 14: Corporate Responsibility-Themen</a></p>	
<b>G4-27</b>	<b>Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme</b>	
	<p>Bertelsmann und seine Bereiche stehen in vielfältigem Austausch mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen (siehe G4-26). Durch diesen Dialog, durch ein umfassendes Issue- und Risikomanagement-System ebenso wie mithilfe externer Ratings und Rankings, die das Unternehmen bewerten, ermittelt und überprüft Bertelsmann in einem kontinuierlichen Prozess die Zielrichtung seines Engagements und berichtet darüber.</p> <p><a href="#">Themen</a></p> <p>Zu Themen im politischen Stakeholderdialog siehe auch DMA Politik.</p>	

## 5. Berichtsprofil

<b>G4-28</b>	<b>Berichtszeitraum</b>	Der Berichtszeitraum erstreckt sich auf das Geschäftsjahr 2015.
<b>G4-29</b>	<b>Datum des letzten Berichts</b>	<p>Der letzte Bertelsmann GRI-Index erschien im Dezember 2015. Zudem werden CR-Informationen kontinuierlich auf der Bertelsmann Corporate Website aktualisiert.</p> <p><a href="http://www.bertelsmann.de/verantwortung">www.bertelsmann.de/verantwortung</a></p>
<b>G4-30</b>	<b>Berichtszyklus</b>	<p>Seit 2013 aktualisiert Bertelsmann jährlich seine GRI-Berichterstattung in Form eines online verfügbaren GRI-Content Index.</p> <p>Ein jährliches Reporting der Finanzzahlen findet seit 1971, ein jährliches Reporting der Mitarbeiterzahlen seit 1974 statt. Seit 2008 veröffentlicht Bertelsmann im Zweijahres-Rhythmus eine Klimabilanz und weitere Umweltkennzahlen. Seit 2015 erfolgt die Umweltberichterstattung jährlich.</p> <p>Im Jahr 2016 wird die CR-Berichterstattung von Bertelsmann durch das CR-Magazin „24/7-Responsibility“ (erhältlich als PDF sowie Print-Publikation) ergänzt. Diese Publikation informiert über Grundlagen, strategische Entwicklungen und Schwerpunktthemen des Nachhaltigkeitsmanagements von Bertelsmann, seiner Unternehmensbereiche und Firmen im Geschäftsjahr 2015.</p> <p><a href="#">CR-Magazin: „24/7 Responsibility. Unternehmerische Verantwortung 2015“</a></p>

GRI	Indikator	UNGC
<b>G4-31</b>	<p><b>Ansprechpartner für Fragen zum Bericht</b></p> <p>Dr. Katharina Kerl            Director            Corporate Responsibility  <a href="mailto:verantwortung@bertelsmann.de">verantwortung@bertelsmann.de</a></p>	
<b>G4-32</b>	<p><b>Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index</b></p> <p>Der vorliegende tabellarische GRI Content-Index stellt den Index nach GRI G4 dar. Er wurde gemäß der „in-accordance“-Option <i>core</i> erstellt</p>	
<b>G4-33</b>	<p><b>Externe Prüfung des Berichts</b></p> <p>Die wirtschaftlichen Kennzahlen in diesem GRI Content-Index entstammen dem Bertelsmann Geschäftsbericht 2015. Dieser wurde von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers AG geprüft.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 136: Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers</a></p> <p>Bei der Erstellung der Klimabilanz wurden die Auswahl und richtige Anwendung der Datenquellen, Emissionsfaktoren und Berechnungsmethoden sowie die Überprüfung der Umweltkennzahlen und die Ermittlung der Klimaemissionen durch Wissenschaftler des IFEU Instituts unterstützt.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 9</a></p>	

## 6. Unternehmensführung

<b>G4-34</b>	<p><b>Führungsstruktur inkl. Komitees des höchsten Kontrollorgans</b></p> <p>Die Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA sowie die Bertelsmann Management SE verfügen jeweils über einen eigenen Aufsichtsrat. Die Mitglieder des Vorstands der Bertelsmann Management SE werden vom Aufsichtsrat der Bertelsmann Management SE bestellt und überwacht (duale Führungsstruktur der SE). Der Aufsichtsrat der Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA überwacht die Geschäftsführung durch die Bertelsmann Management SE. Aufgaben und Verantwortlichkeiten der einzelnen Organe sind jeweils klar festgelegt und streng voneinander getrennt.</p> <p>Der Aufsichtsrat der Bertelsmann Management SE hat einen Personalausschuss und einen Programmausschuss, der Aufsichtsrat der Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA hat einen Prüfungs- und Finanzausschuss sowie den Arbeitskreis der Mitarbeiter- und Führungskräftevertreter eingerichtet. Dem Personalausschuss sind zusätzlich die Aufgaben eines Nominierungsausschusses zugewiesen worden.</p> <p>Weitere Angaben:</p> <p><a href="#">Corporate Governance</a></p> <p><a href="#">Mitglieder Aufsichtsrat</a></p> <p><a href="#">Mitglieder Vorstand und Group Management Committee</a></p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 127-130: Bericht des Aufsichtsrats</a></p>
--------------	---

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Im Bertelsmann Corporate Responsibility-Council treffen sich seit März 2015 unter der Leitung des Konzernpersonalvorstands regelmäßig hochrangige Vertreter aus den Unternehmensbereichen. Sie treiben gemeinsam die strategische Weiterentwicklung von CR bei Bertelsmann voran und bringen dabei die operative Perspektive der Geschäfte mit ein. 2015 standen die CR-Council-Mitglieder auch jeweils bereichsübergreifenden, internationalen CR-Arbeitsgruppen zu den für Bertelsmann relevantesten Corporate Responsibility-Themen vor.</p> <p><a href="#">CR-Organisation</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 14f.: Corporate Responsibility-Organisation</a></p> <p><b>MSD</b> Siehe außerdem unten: M3.</p>	

## 7. Ethik und Integrität

<b>G4-56</b>	<b>Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards</b>	<b>I-X</b>
	<p>Das wirtschaftliche Handeln von Bertelsmann, allen Unternehmensbereichen und Firmen basiert auf gemeinsamen Werten und Leitlinien.</p> <p><a href="#">Bertelsmann Essentials</a></p> <p><a href="#">Code of Conduct</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann Supplier Code of Conduct</a></p> <p><a href="#">Corporate Governance</a></p> <p><a href="#">UN Global Compact</a></p> <p>Darüber hinaus befasst sich das Unternehmen aktuell mit Fragen rund um den eigenen „Sense of Purpose“, den Sinn, der alle Bertelsmann-Mitarbeiter verbindet.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 38ff.: Interview Personalvorstand</a></p> <p><b>MSD</b> Medien sind Wirtschafts- und Kulturgut zugleich und wirken bei der öffentlichen Meinungsbildung mit. Bertelsmann nimmt die besondere Verantwortung an, die sich daraus für das eigene publizistische Handeln, die weltweite Produktion und Verbreitung von Inhalten und Formaten ergibt. Das Unternehmen folgt hierbei klaren Prinzipien in den Bereichen „Innere Pressefreiheit“, „Qualität“, „Schutz von Mediennutzern und Kunden“ und „Schutz geistigen Eigentums“.</p> <p><a href="#">Medien und Services</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 28ff.: Pressefreiheit</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 46ff.: Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p>	
<b>G4-57-58</b>	<b>Verfahren zur Beratung bzgl. ethischem und gesetzeskonformen Verhalten und zur Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten</b>	<b>I-X</b>
	<p>Zur Gewährleistung von Compliance hat der Vorstand eine Compliance-Organisation geschaffen und das Ethics &amp; Compliance-Programm etabliert. Das Bertelsmann Ethics &amp; Compliance-Programm orientiert sich an maßgeblichen Standards für Compliance-Management-Systeme und trägt als Regelkreislauf in vielfältiger Weise zur Risikobegrenzung bei. Zu seinen grundlegenden Elementen zählen insbesondere der Bertelsmann Code of Conduct, Compliance-Richtlinien, die Risikoanalyse, Beratung, Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen, Hinweisgebersysteme sowie die Fallbearbeitung.</p>	

GRI	Indikator	UNGC
	<p>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.</p> <p><a href="#">Speak-up Verfahren</a></p> <p><a href="#">Ansprechpartner zum Verhaltenskodex</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 17: Ethics &amp; Compliance</a></p>	

## Leistungsindikatoren

GRI	Indikator	UNGC
-----	-----------	------

Kategorie: Wirtschaftlich

Aspekt: Wirtschaftliche Leistung

### G4-DMA Managementansatz

I-X

Bertelsmann strebt ein wachstumsstärkeres, digitaleres und internationaleres Konzernportfolio an. Neben Investitionen in bestehende Aktivitäten werden verstärkt neue Geschäftsfelder erschlossen, die für eine insgesamt breitere Erlösstruktur sorgen. Das Bildungsgeschäft wird schrittweise zur dritten Ertrags Säule neben den Medien- und Dienstleistungsgeschäften aufgebaut. Die Konzernstrategie umfasst vier strategische Stoßrichtungen, die auch im Geschäftsjahr 2015 die Arbeitsschwerpunkte des Vorstands bildeten: Stärkung der Kerngeschäfte, digitale Transformation, Ausbau von Wachstumsplattformen sowie Expansion in Wachstumsregionen. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Bertelsmann weitere wesentliche Fortschritte bei der Strategieumsetzung.

[Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 6f.: Strategie](#)

[Geschäftsbericht \(Imageteil\): Das neue Bertelsmann 2016](#)

[Unternehmensstrategie](#)

Bertelsmann will verantwortungsvoll unternehmerisch handeln – in seinem wirtschaftlichen Umfeld, gegenüber den Mitarbeitern, in der Gesellschaft und im Umgang mit der Umwelt. Dies ist fester Bestandteil der Bertelsmann-Unternehmenskultur. Die Bertelsmann Essentials schreiben gesellschaftliche Verantwortung daher als Grundwert für alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Gesellschafter des Unternehmens fest. Bertelsmann ist bestrebt, im Austausch mit allen relevanten Interessengruppen die ökonomischen mit den sozialen und ökologischen Anliegen im Konzern in Einklang zu bringen.

[CR-Strategie](#)

[CR-Magazin, S. 14f.: Corporate Responsibility](#)

### G4-EC1 Erwirtschafteter und verteilter Wert

Der Konzernumsatz stieg im Geschäftsjahr 2015 um 2,8% auf 17,1 Mrd. € (Vj.: 16,7 Mrd. €). Das Konzernergebnis lag bei 1,108 Mio. € (Vj.: 572 Mio. €; angepasst). Die Dividende der Bertelsmann SE & Co. KGaA lag im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr unverändert bei 180 Mio. €.

[Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 39, 64-68: Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung](#)

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Als Shareholder bei Bertelsmann fungieren mit 80,9% Stiftungen: Die Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA ist eine nicht börsennotierte Kommanditgesellschaft auf Aktien. Die Kapitalanteile der Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA werden zu 80,9% von Stiftungen (Bertelsmann Stiftung, Reinhard Mohn Stiftung, BVG-Stiftung) und zu 19,1% von der Familie Mohn mittelbar gehalten.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 6: Aktionärsstruktur</a></p> <p>Die Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA investierte auf Ebene des Corporate Centers im Geschäftsjahr 2015 allein in Deutschland 1.016 Mio. € für wohltätige Zwecke in den Bereichen Bildung, Kultur, Wissenschaft und Kreativität. Darüber hinaus setzten sich unsere Unternehmensbereiche und Firmen mit vielfältigen Spenden- und Förderprojekten für gesellschaftliche Anliegen ein. Siehe DMA Lokale Gemeinschaften</p>	
<b>G4-EC3</b>	<p><b>Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan</b></p> <p>Für die derzeitigen und früheren Mitarbeiter des Bertelsmann-Konzerns sowie für deren Hinterbliebene bestehen je nach den rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes unterschiedliche Formen der Altersversorgung. Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern sowohl beitrags- als auch leistungsorientiert.</p> <p>Der Aufwand für beitragsorientierte Pläne betrug im Geschäftsjahr 2015 50 Mio. € (Vj.: 40 Mio. €). Als Aufwand aus leistungsorientierten Plänen ergaben sich im Geschäftsjahr 2014 132 Mio. € (Vj.: 119 Mio. €).</p> <p>Die Summe der Anwartschaftsbarwerte der Versorgungszusagen lag zum 31.12.2015 bei 3.960 Mio. € (Vj.: 4.219 Mio. €). Abzüglich dem beizulegendem Zeitwert des Planvermögens in Höhe von 2.365 Mio. € (Vj.: 1.624 Mio. €) ergab sich eine bilanzierte Nettoschuld für leistungsorientierte Pläne in Höhe von 1.595 Mio. € (Vj.: 2.595 Mio. €).</p> <p>Im Geschäftsjahr 2015 erfolgte eine freiwillige Zuführung von 650 Mio. € des durch den Bertelsmann Pension Trust e. V. treuhänderisch verwalteten Planvermögens.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 86-92: Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen</a></p>	
<b>MSD M1</b>	<p><b>Wesentliche finanzielle Beiträge und Förderungen seitens Nicht-Regierungsquellen (Anzeigen, etc.)</b></p> <p>Die Erlösquelle „Werbung und Anzeigen“ macht 24,7% (Vj.: 24,8%) des Konzernumsatzes aus.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 13: Umsatz nach Erlösquellen</a></p>	
<b>Kategorie: Ökologisch</b>		
<b>Aspekt: Materialien</b>		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Durch seine Geschäftsaktivitäten tritt Bertelsmann in eine vielfältige Wechselbeziehung mit der Umwelt. Daraus leitet sich eine besondere ökologische Verantwortung ab. Gemeinsam mit seinen Mitarbeitern und im Dialog mit seinen Stakeholdern setzt sich Bertelsmann für</p>	<b>VII-VIII</b>



## GRI

## Indikator

## UNGC

den verantwortungsvollen und effizienten Einsatz sowie die nachhaltige Beschaffung von Energie und natürlichen Ressourcen ein.

Die Digitalisierung fördert die Dematerialisierung von Konsum und macht die Geschäfte von Bertelsmann unabhängiger von begrenzten natürlichen Ressourcen. Zunehmenden regulatorischen Anforderungen begegnet das Unternehmen durch steigende Transparenz über die Umweltauswirkungen entlang der eigenen Wertschöpfungskette. In Kombination mit effektivem Energiemanagement können auf diese Weise Kosten gespart und der ökologische Fußabdruck des Unternehmens reduziert werden. Energie- und Umweltmanagement werden dabei lokal von den Geschäftsleitungen der Bertelsmann-Firmen verantwortet. Unterstützung erhalten diese durch eine bereichsübergreifende Arbeitsgruppe, die konzernweite Instrumente erarbeitet und Projekte wie die Erstellung der Bertelsmann Klimabilanz oder den weltweiten Bertelsmann „be green Day“ koordiniert

[Umwelt](#)

[Bertelsmann Umweltpolitik](#)

[be green Mission Statement](#)

[CR-Magazin, S. 75: Umweltmanagement und Klimaschutz](#)

[CR-Magazin S. 83: In Kürze – Ökoeffizienz](#)

Seit 2008 ermittelt Bertelsmann regelmäßig seine konzernweite Klimabilanz und weitere relevante Umweltdaten. Die Bilanz verdeutlicht die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten auf Klima und Umwelt. Im Corporate Center werden dafür jährlich die Umweltdaten der Firmen und Standorte aller Divisionen weltweit gesammelt und aggregiert. Auf Basis der durch Firmen und Standorte erfassten Daten werden die Klimaemissionen berechnet. Daraus erstellt das Unternehmen seine Klimabilanz, die neben den Emissionen auch Angaben zu Energie, Papier, Wasser, Abwasser und Abfall enthält. Die Ergebnisse schaffen dabei nicht nur Transparenz über die ökologische Leistung von Bertelsmann, sondern ermöglichen auch deren Management sowie die Ableitung von Maßnahmen.

Das unabhängige IFEU-Institut für Energie- und Umweltforschung in Heidelberg begleitet den Prozess der Bertelsmann Umweltberichterstattung. Die Wissenschaftler führen Plausibilitätskontrollen durch, helfen bei der Berechnung der Treibhausgasemissionen und machen Vorschläge zur Weiterentwicklung der konzernweiten Erhebung.

[Klimabilanz](#)

[CR-Magazin, S. 76ff.: Wie entsteht die Bertelsmann Klimabilanz?; Statements zur Klimabilanz](#)

Papier ist insgesamt der wichtigste Rohstoff für Bertelsmann. Für die Herstellung von Büchern, Zeitschriften, Katalogen und weiteren Drucksachen, in der Erbringung von Druckdienstleistungen sowie in der Bürokommunikation kommen dabei verschiedene Papiere zum Einsatz. Deshalb fördert Bertelsmann den verantwortungsvollen, effizienten und schonenden Umgang mit dieser Ressource und die Reduktion von Papierabfällen.

Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche setzen sich mit Nachdruck dafür ein, dass das verwendete Papier nur aus nachweislich gut geführter und glaubwürdig zertifizierter Forstwirtschaft stammt. Außerdem müssen Abholzung sowie Produktionsprozesse Nachhaltigkeitsaspekte sozialer wie auch ökologischer Natur berücksichtigen. Bertelsmann bevorzugt daher zertifizierte Holzfasern und Papier mit größtmöglichem Recyclinganteil. Für die Herstellung der Papiere darf kein Holz verwendet werden, welches aus Urwäldern bzw. schützenswerten Wäldern stammt.

Bertelsmann setzt sich auch für eine umweltschonende Zellstoff- und Papierherstellung ein, die hohen ökologischen Anforderungen genügt. Alle Printprodukte des Hauses werden

GRI	Indikator	UNGC
	<p>ausschließlich auf Papier gedruckt, dessen Zellstoffanteil entweder frei von Chlor (TCF – absolut chlorfrei) oder elementar chlorfrei (ECF – elementar chlorfrei) gebleicht wurde. Der Konzern und seine Firmen arbeiten bevorzugt mit Lieferanten zusammen, die die Umweltauswirkungen der Papierproduktion mithilfe von Umweltmanagementsystemen analog ISO 14001 bzw. EMAS steuern.</p> <p><a href="#">Bertelsmann Paper Policy</a></p>	
<b>G4-EN1</b>	<p><b>Eingesetzten Materialien nach Gewicht oder Volumen</b></p> <p>Den größten Anteil am Rohstoffverbrauch stellt bei Bertelsmann der Papierverbrauch dar. Er ist im Vergleich zu 2014 um 72.000 Tonnen (minus 4%) auf 1.874.000 Tonnen zurückgegangen. Von den eingesetzten Papiermengen beschaffte Bertelsmann insgesamt 1,2 Mio. Tonnen auf eigene Rechnung. Die weiteren Papiermengen wurden den Druckereien durch Kunden beigestellt. Details zu den einzelnen Geschäftsbereichen werden in der <a href="#">Klimabilanz 2015, S. 11</a> dargestellt.</p>	<b>VII-VIII</b>
<b>G4-EN2</b>	<p><b>Anteil Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz</b></p> <p>Entsprechend der Bertelsmann Paper Policy wird bevorzugt Papier mit größtmöglichem Recyclinganteil eingesetzt. Der Recycling-Anteil am eigenständig eingekauften Papier stieg gegenüber 2014 leicht von 19% auf 20% an. Demgegenüber stieg der Anteil an zertifiziertem Papier deutlich auf 52% (vgl. 2014: 41%). Damit betrug der Anteil an recyceltem oder nachhaltig zertifiziertem Papier insgesamt 72% des durch Bertelsmann-Firmen eingekauften Papiers. Dies entspricht einem Anstieg um 12 Prozentpunkte. Siehe auch <a href="#">Klimabilanz 2015, S. 11</a></p>	<b>VIII</b>
<b>Aspekt: Energie</b>		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Zu Umweltmanagement und Klimaschutz bei Bertelsmann, einschl. relevanter Links: siehe oben <b>G4-DMA Materialien</b>.</p> <p>Das Thema Energie ist in der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit zu Umweltschutz und Klimamanagement ein Schwerpunktthema. Durch den Erfahrungsaustausch im Bertelsmann „be green“-Netzwerk und die konkrete Zusammenarbeit bei firmenübergreifenden Energieeffizienzprojekten lassen sich Energieverbräuche und -kosten einsparen, Aufwände verringern und die Klimaemissionen senken.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 10</a></p>	<b>VII - IX</b>
<b>G4-EN3</b>	<p><b>Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens</b></p> <p>Der Einsatz von Wärme und Kälte betrug im Jahr 2015 692.000 Megawattstunden (MWh) und ist gegenüber 2014 um 4% gesunken (722.000 MWh). Der Stromverbrauch ging 2015 mit 835.000 MWh im Vergleich zum Vorjahr (2014: 847.000 MWh) leicht um 1% zurück. Der Treibstoffeinsatz erhöhte sich 2015 gegenüber 2014 um 4% von 65.000 MWh auf 67.000 MWh. Siehe auch <a href="#">Klimabilanz 2015, S.10</a>.</p>	<b>VII, VIII</b>
<b>G4-EN5</b>	<p><b>Energieintensität</b></p> <p>Aufgrund der sehr unterschiedlichen Geschäfte der einzelnen Unternehmensbereiche erfolgt der Ausweis der Energieintensität auf Basis des Umsatzes der in den Umweltdaten abgebildeten Konzerneinheiten.</p>	<b>VIII</b>

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Im aktuellen Berichtsjahr reduzierte sich der spezifische Energieeinsatz, also das Verhältnis aus eingesetzter Energie (Strom, Wärme, Transport) in Megawattstunden pro 1 Million Euro Umsatz, Bertelsmann-weit von 134 MWh/ Mio. € im Jahr 2014 auf 108 MWh/Mio €.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 10</a></p>	
<b>G4-EN6</b>	<p><b>Reduzierung Energieverbrauch</b></p> <p>Der Gesamtenergieverbrauch ist im Jahr 2015 um 2% im Vergleich zum Vorjahr gesunken.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 10</a></p>	<b>VIII, IX</b>

### Aspekt: Wasser

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Zu Umweltmanagement und Klimaschutz bei Bertelsmann, einschl. relevanter Links: siehe oben <b>G4-DMA Materialien</b>.</p> <p>Daten zum Wasserverbrauch werden wie andere Umweltthemen auch im Rahmen der jährlich stattfindenden Umweltdatenerhebung Bertelsmann-weit erfasst. Aus diesen Daten lassen sich Trends ermitteln und Verbesserungspotentiale identifizieren. Aufgrund der lokalen Bedeutung dieses Themas erfolgt die Bearbeitung in den Geschäften vor Ort.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 12</a></p>	<b>VII, VIII</b>
<b>EN8</b>	<p><b>Gesamtwasserentnahme nach Quellen</b></p> <p>Im Geschäftsjahr 2015 stieg die Wasserentnahme um 17% von 4,0 Millionen Kubikmeter im Jahr 2014 auf 4,6 Millionen Kubikmeter. Dabei stammen 2015 2,8 Millionen Kubikmeter Wasser aus eigenen Brunnen – überwiegend für Kühlzwecke – und 1,8 Millionen Kubikmeter aus der öffentlichen Wasserversorgung.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 12</a></p>	<b>VII, VIII</b>

### Aspekt: Emissionen

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Zu Umweltmanagement und Klimaschutz bei Bertelsmann, einschl. relevanter Links: siehe oben <b>G4-DMA Materialien</b>.</p> <p>Zur ökologischen Verantwortung von Bertelsmann und seiner Geschäfte zählt auch die Vermeidung und Reduzierung von klimaschädlichen Treibhausgasemissionen. Die Emissionen werden seit 2014 auf Basis der nunmehr jährlichen Erhebung der Umweltdaten Bertelsmann-weit ermittelt. Diese Emissionsdaten dienen den lokalen Einheiten als Grundlage für weitere marktnahe Maßnahmen zum effektiven Energiemanagement und Klimaschutz wie bspw. die Anschaffung energiesparender Technik oder die Beschaffung erneuerbarer Energien. Im Rahmen der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit werden die Klimadaten durch die „be green“-Arbeitsgruppe in ihrer Entwicklung analysiert und ggf. bereichsübergreifende Maßnahmen erörtert und initiiert.</p>	<b>VII-IX</b>
---------------	---	---------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Die Bilanzierung der Treibhausgasemissionen erfolgt in enger Anlehnung an den „Corporate Accounting and Reporting Standard“, die „GHG Protocol Scope 2 Guidance“ sowie den „Corporate Value Chain (Scope 3) Standard“ des GHG Protokolls. Der Ausweis der Klimabilanz erfolgt in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten (CO<sub>2</sub>-eq), bei deren Berechnung neben Kohlenstoffdioxid auch Methan und Lachgas entsprechend ihrer Treibhauspotentiale berücksichtigt werden.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 5ff.</a></p>	
<b>G4-EN15</b>	<p><b>Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)</b></p> <p>Im Jahr 2015 betragen die direkten CO<sub>2</sub>-Emissionen des Unternehmens insgesamt 283.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq. Dabei entfielen 39 % der Emissionen auf den Stromverbrauch, 54 % auf die Bereitstellung von Wärme und lediglich 7 % auf Transporte mit firmeneigenen Kraftfahrzeugen.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 7; 13</a></p>	<b>VII, VIII</b>
<b>G4-EN16</b>	<p><b>Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)</b></p> <p>Standortbasiert: Die indirekten energiebezogenen CO<sub>2</sub>-eq-Emissionen des Unternehmens betragen im Jahr 2015 insgesamt 414.900 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq. Dabei entfielen 87% der Emissionen auf den Stromverbrauch und 13% auf die Produktion von Wärme und Kälte.</p> <p>Marktbasiert: Im Jahr 2015 betragen die indirekten energiebezogenen Emissionen des Unternehmens unter Berücksichtigung marktbasierter Faktoren insgesamt 349.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 7; 13</a></p>	<b>VII, VIII</b>
<b>G4-EN17</b>	<p><b>Weitere relevante Treibhausgasemissionen (Scope 3)</b></p> <p>Im Rahmen der Bertelsmann Klimabilanz werden innerhalb der Scope 3-Kategorie die indirekten Treibhausgasemissionen, aus der Herstellung des eingekauften Papiers, aus Geschäftsreisen und aus dem Pendeln der Mitarbeiter berichtet.</p> <p>Papier ist der für den Bertelsmann-Konzern wichtigste Rohstoff, bei dessen Herstellung viel CO<sub>2</sub> ausgestoßen wird. Für die von Bertelsmann-Firmen eingekauften Papiermengen wurden für das Geschäftsjahr 2015 insgesamt 1,47 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-eq bilanziert.</p> <p>Die Emissionen aus Geschäftsreisen beliefen sich auf 53.100 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq (plus 5% im Vergleich zum Vorjahr). Die Emissionen aus den täglichen Pendelfahrten der Mitarbeiter betragen 71.700 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq (plus 10% im Vergleich zum Vorjahr).</p> <p>Für weitere Details siehe <a href="#">Klimabilanz 2015, S. 7; 13</a></p>	<b>VII, VIII</b>
<b>G4-EN18</b>	<p><b>Intensität der Treibhausgasemissionen</b></p> <p>Aufgrund der sehr unterschiedlichen Geschäfte der einzelnen Unternehmensbereiche erfolgt der Ausweis der spezifischen Treibhausgasemissionen auf Basis des Umsatzes der in den Umweltdaten abgebildeten Konzerneinheiten.</p> <p>Für die energiebezogenen Emissionen (Strom, Wärme, Transport) ergibt sich im Geschäftsjahr 2015 eine Intensität von 55 t CO<sub>2</sub>-eq./Mio € und im Jahr 2014 ein Wert von 47 t CO<sub>2</sub>-eq./Mio €.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 7</a></p>	<b>VIII</b>

GRI	Indikator	UNGC
<b>G4-EN19</b>	<p><b>Reduktion der Treibhausgasemissionen</b></p> <p>Die Treibhausgasemissionen von Scope 1 und 2 sind 2015 gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Gemäß der standortbasierten Methode gab es einen Anstieg von 5%, gemäß der marktbasieren Methode einen Anstieg von 1%. Siehe auch <a href="#">Klimabilanz 2015, S. 7.</a></p>	<b>VIII, IX</b>

### Aspekt: Abwasser und Abfall

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Zu Umweltmanagement und Klimaschutz bei Bertelsmann, einschl. relevanter Links: siehe oben <b>G4-DMA Materialien.</b></p> <p>Daten zu Abwasser und Abfall werden wie andere Umweltthemen auch im Rahmen der jährlich stattfindenden Umweltdatenerhebung Bertelsmann-weit erfasst. Aus diesen Daten lassen sich Trends ermitteln und Verbesserungspotentiale identifizieren. Aufgrund der lokalen Bedeutung der Themen Wassermanagement und Abfallwirtschaft werden diese Themenstellungen in den Geschäften vor Ort bearbeitet.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 12; 14</a></p>	<b>VIII</b>
<b>G4-EN22</b>	<p><b>Abwassereinleitung nach Qualität und Ort</b></p> <p>Die Abwassereinleitung stieg 2015, aufgrund eines höheren Verbrauchs von Frischwasser, um 11% von 3,1 Millionen m<sup>3</sup> (2014) auf 3,5 Millionen m<sup>3</sup> an.</p> <p>Aufgrund der überwiegend lokalen Bedeutung werden Abwasserdaten in der konzernweiten Umweltdatenerhebung nicht nach Arten aufgeschlüsselt. Eine Ausweitung der Berichterstattung zu diesem Thema ist derzeit nicht geplant.</p> <p><a href="#">Klimabilanz 2015, S. 12</a></p>	<b>VIII</b>
<b>G4-EN23</b>	<p><b>Abfall nach Art und Entsorgungsmethode</b></p> <p>Die Abfallmengen gingen 2015 um 2% auf 307.900 Tonnen zurück. Dabei entfielen 94% auf recycle-bare Abfälle, die zum Großteil aus Papierabfällen in den Druckereien entstehen. Die restlichen Abfälle unterteilen sich zu 1% in gefährliche Abfälle sowie zu 5% in Abfälle zur Beseitigung.</p> <p>Für weitere Details siehe <a href="#">Klimabilanz 2015, S. 14.</a></p>	<b>VIII</b>

### Kategorie: Sozial

#### Unterkategorie: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschaffung

### Aspekt: Beschäftigung

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Für Bertelsmann – ein Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen – sind die Mitarbeiter der zentrale Erfolgsfaktor. 117.000 Mitarbeiter weltweit entwickelten im Jahr 2015 täglich neue Ideen und Produkte. Die Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen ist dabei fester Bestandteil der Bertelsmann Unternehmenskultur. Die Bertelsmann Unternehmensverfassung und die „Bertelsmann Essentials“, in denen die Ziele und Grundwerte für alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Gesellschafter kodifiziert sind, bilden hierfür die Grundlage.</p>	<b>I, III, VI</b>
---------------	---	-------------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit allen Mitarbeitern und ihren Vertretungen, materielle Gerechtigkeit, hohe Arbeitsplatzsicherheit und der Schutz der Persönlichkeit der Mitarbeiter sind Schlüsselthemen fairer Arbeit bei Bertelsmann.</p> <p>Die Verantwortung für die Gewährung fairer Arbeitsbedingungen liegt bei den Geschäften vor Ort. Bereichs- und firmenübergreifend schafft Bertelmann Rahmenbedingungen, um dieser Verantwortung nachkommen zu können.</p> <p><a href="#">Mitarbeiter</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann Essentials</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 36ff.: Faire Arbeitsbedingungen</a></p>	
<b>G4-LA1</b>	<p><b>Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation</b></p> <p>Bertelsmann wirbt in seinen Märkten nicht nur um Kunden, sondern auch um die besten Mitarbeiter, um den Erfolg des Unternehmens nachhaltig zu sichern. Bertelsmann befindet sich in einem Transformationsprozess der auch die Restrukturierung einiger traditioneller Geschäfte mit einschließt. Parallel wird an einigen Stellen im Unternehmen zurück-, an anderen Stellen um-, und an vielen weiteren Stellen auf- oder neugebaut.</p> <p>Für das Geschäftsjahr 2015 veröffentlicht das Unternehmen keine detaillierte Fluktuationsstatistik sowie Angaben zu Neueinstellungen. Da die Zählweise der Mitarbeiter zum Jahresende angepasst wurde, hat die Fluktuationsstatistik für das Jahr 2015 an Aussagekraft verloren. Viele Abweichungen beruhen auf den unterschiedlichen Definitionen der Werte zu Jahresbeginn und zum Jahresende.</p> <p><a href="#">Kennzahlen (Tab. „Mitarbeiter“): Fluktuation 2011-2014</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 36ff.: Faire Arbeitsbedingungen</a></p>	<b>VI</b>

### Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Der Dialog zwischen Mitarbeitern und Unternehmensführung ist Voraussetzung für eine funktionierende Partnerschaft und für ein erfolgreiches Unternehmen. Mitwirkung ist bei Bertelsmann gelebte Praxis – und zwar weit über das gesetzliche Maß hinaus. Dies erfordert starke Interessensvertreter, klare Spielregeln und gegenseitiges Vertrauen. Deshalb verfügen Mitarbeiter, Führungskräfte, Schwerbehinderte und Auszubildende über verschiedene Plattformen, um sich auszutauschen, gemeinsame Themen voranzutreiben und ihre Anliegen konstruktiv in den Dialog mit der Unternehmensführung einzubringen.</p> <p>Im 16-köpfigen Aufsichtsrat der Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA stellen die Mitarbeiter fünf Vertreter: vier Betriebsräte und einen Vertreter aus dem Bertelsmann Management Representative Committee (BMRC).</p> <p><a href="#">Mitarbeitervertretung</a></p> <p>Drei Bertelsmann Interessenvertretungen – die Bertelsmann Betriebsräte, die unternehmensbereichsübergreifende Bertelsmann Konzerndialog-Konferenz und die internationale Bertelsmann Führungskräftevertretung – werden im aktuellen CR-Magazin vorgestellt. Siehe nachfolgender Link.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 6f.: Partnerschaft braucht starke Interessenvertreter</a></p> <p>Die Transformation von Bertelsmann führt auch dazu, dass Aufgaben und teilweise auch Arbeitsbedingungen sich stark verändern. Bertelsmann begreift dies als Chance für das Unternehmen und die Mitarbeiter, aber auch als Herausforderung. Der Konzern setzt sich dafür ein, den Wandel möglichst reibungslos und zum Wohle der Mitarbeiter zu gestalten.</p>	<b>III</b>
---------------	--	------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Bei Mitarbeitern, die von Umstrukturierung betroffen sind, spielen frühzeitige Information sowie ihre enge Begleitung und Unterstützung eine wichtige Rolle.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 36ff.: Faire Arbeitsbedingungen</a></p>	
<b>G4-LA4</b>	<p><b>Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen</b></p> <p>Bertelsmann achtet darauf, die Mitarbeiter so früh wie möglich über Pläne der Geschäftsführung und strategische Weiterentwicklungen zu informieren sowie die Mitarbeiter 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.</p> <p>Ende 2015 haben Personalverantwortliche und Betriebsräte unter Einbindung der lokalen Geschäftsleitungen das Projekt „BeWege“ verabschiedet. Ziel des Projektes ist es, den Strukturwandel von Bertelsmann aktiv zu gestalten und vollständige Transparenz über den internen Arbeitsmarkt zu erhalten. Wenn Geschäfte sich strukturell rückläufig entwickeln und dadurch Arbeitsplätze gefährdet sind, werden betroffene Mitarbeiter in einem „Entwicklungs- und Transfercenter“ – schwerpunktmäßig in Gütersloh (einem Standort mit rund 11.000 Mitarbeitern) – frühzeitig beraten und für neue Aufgaben im Konzern weiterqualifiziert. Siehe auch G4-LA10.</p>	<b>III</b>

### Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Neue Formen der Arbeitsorganisation, neue digitale Technologien, beschleunigte Arbeitsabläufe, zunehmende Komplexität, Arbeitsverdichtung sowie ein stets wachsender internationaler Wettbewerbsdruck beeinflussen nicht zuletzt auch das Wohlbefinden der Mitarbeiter. Bertelsmann möchte diesen Herausforderungen frühzeitig aktiv begegnen und investiert daher seit vielen Jahren in die Gesundheit seiner Mitarbeiter.</p> <p>Das Bertelsmann Gesundheitsmanagement verantwortet die deutschlandweite Gesundheits-Strategie und koordiniert dabei nationale Gesundheitsaktivitäten. Die Bertelsmann „Health Community“ bestehend aus Gesundheits-Experten, Konzernbetriebsratsvorsitzenden, Aufsichtsratsmitgliedern, Personalverantwortlichen und Schwerbehindertenvertretern dient darüber hinaus der gezielten Vernetzung, um einheitliche Standards an allen Standorten umzusetzen. Mittelfristig ist die Internationalisierung des Bertelsmann Gesundheitsmanagements das Ziel.</p> <p><a href="#">Bertelsmann Gesundheitsmanagement</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann Health Website</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 62ff.: Gesundheit</a></p>	<b>I, VI</b>
<b>G4-LA6</b>	<p><b>Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle</b></p> <p>Die Bertelsmann-Firmen in Deutschland erfassen Daten zur Unfallstatistik und berücksichtigen dabei die meldepflichtigen Betriebs- und Wegeunfälle. Die Unfallquote betrug im Berichtsjahr 2015 17,8 (pro 1.000 Beschäftigte; vgl. Vj.: 18,3). Eine Aufschlüsselung der Daten nach Geschlecht sowie Angaben zu Todesfällen liegen nicht vor.</p> <p><a href="#">Kennzahlen (Tab „Mitarbeiter“): Unfallstatistik</a></p>	

GRI	Indikator	UNGC
Aspekt: Aus- und Weiterbildung		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Große Herausforderungen wie der demografische Wandel, die fortschreitende Internationalisierung des Konzerns und der Wandel der Medienlandschaft 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. Weiterbildung fördert Kreativität und Innovation und befähigt das Unternehmen und die Mitarbeiter, mit Marktveränderungen sowie organisatorischen Transformationen umzugehen.</p> <p>Mit vier verschiedenen Campus-Bereichen – Strategy, Function, Leadership, Individual – ist die Bertelsmann University die zentrale Learning-Institution für Mitarbeiter und Führungskräfte im Konzern. Die Leitung der Bertelsmann University obliegt dem Chief Learning Officer, der an den Personalvorstand berichtet.</p> <p><a href="#">Lernen</a></p> <p><a href="#">Weiterbildung</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 18ff.: Bildung</a></p>	<b>I, VI</b>
<b>G4-LA9</b>	<p><b>Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung</b></p> <p>Die Anzahl der Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter (in Deutschland) betrug 2015 durchschnittlich 4,7 Stunden.</p> <p><a href="#">Kennzahlen (Tab „Mitarbeiter“): Weiterbildung</a></p> <p>International wurden von Bertelsmann Mitarbeitern im Jahr 2015 86.609 Schulungsabschlüsse über die konzerneigene HR-IT-Plattform „peoplenet“ absolviert.</p>	<b>VI</b>
<b>G4-LA10</b>	<p><b>Programme zum dauerhaften Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit</b></p> <p>Bertelsmann University: Informationen zu Struktur und Angeboten der Bertelsmann University (siehe DMA Aus- und Weiterbildung) finden Sie unter den nachfolgenden Links.</p> <p><a href="#">Weiterbildung</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann University Website</a></p> <p>Bertelsmann Peoplenet: Bertelsmann stellt seinen Mitarbeitern mit dem Peoplenet eine globale HR-IT-Plattform zur Verfügung, die Zugriff auf alle zentralen sowie bereichs- oder firmenindividuellen Schulungsangebote und Weiterbildungsprogramme ermöglicht. Ende 2015 war das Peoplenet bereits für mehr als 60.000 Mitarbeiter in 13 Ländern verfügbar. Ziel ist es, die Plattform in allen Konzernfirmen weltweit auszurollen.</p> <p>Demografischer Wandel: Der demografische Wandel stellt Bertelsmann insbesondere in Deutschland vor große Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund wurden seit 2014 Pilotprojekte zur Altersstrukturanalyse an Firmenstandorten in Gütersloh durchgeführt. In diesen Analysen werden die aktuelle Altersstruktur sowie Tätigkeiten und Qualifikationen ermittelt sowie zukünftige Veränderungen in der Altersstruktur prognostiziert. Auf dieser Basis erfolgt die Ableitung von Maßnahmen zum Umgang mit dem demografischen Wandel. Dadurch sollen eine vorausschauende Personalplanung und Personalentwicklung ermöglicht und der Verlust von Schlüsselqualifikationen (beispielsweise aufgrund von Verrentungen) vermieden werden.</p> <p><a href="#">Generationen</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 59: Strategien rund um den demografischen Wandel</a></p>	



GRI	Indikator	UNGC
	<p>Projekt „BeWege“: Um für Mitarbeiter, die von Umstrukturierungen betroffen sind, nach Möglichkeit eine Weiterbeschäftigung im Konzern zu realisieren, hat Bertelsmann in Gütersloh gemeinsam mit dem Konzernbetriebsrat das Projekt „BeWege“ ins Leben gerufen. Das Projekt soll Mitarbeiter, deren Arbeitsplatz gefährdet ist, frühzeitig in ihrem Neuorientierungsprozess unterstützen und sie aktiv in eine neue Beschäftigung vermitteln.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 41: Faire Arbeitsbedingungen, Interview Personalvorstand</a></p>	
<b>G4-LA11</b>	<p><b>Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung</b></p> <p>Bertelsmann Leistungs- und Entwicklungsdialog: Im jährlichen Leistungs- und Entwicklungsdialog erhalten Bertelsmann Mitarbeiter in einem vertrauensvollen Gespräch anhand klarer Beurteilungskriterien eine ausführliche Rückmeldung vom direkten Vorgesetzten. Dabei wird zur Beurteilung nicht nur das Arbeitsergebnis, sondern auch das Verhalten, mit dem diese Leistung erreicht wurde, herangezogen. Gemeinsam werden die Möglichkeiten der persönlichen und beruflichen Entwicklung diskutiert und ein individueller Entwicklungsplan erstellt. 2015 wurde zur Förderung der individuellen Weiterentwicklung der Mitarbeiter der Leistungs- und Entwicklungsdialog überarbeitet und um das neue Instrument der Potenzialeinschätzung ergänzt.</p> <p>Die Mehrheit der Führungskräfte und Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung führen dieses Gespräch. Durch die neue Bertelsmann HR-IT-Plattform „peoplenet“ werden zukünftig statistische Daten vorliegen.</p> <p>Bertelsmann Team-Gespräch/„Januar-Gespräch“: Das sogenannte Januargespräch/Team-Gespräch ist das jährliche Gruppengespräch der Mitarbeiter mit dem direkten Vorgesetzten – ein Feedback-Prozess "von unten nach oben", der in vielen Bertelsmann-Firmen weltweit durchgeführt wird. Das Gespräch soll die Zusammenarbeit festigen und dem Vorgesetzten helfen, seine Arbeit als Führungskraft zu verbessern.</p> <p><a href="#">Mitarbeitergespräche</a></p> <p>Bertelsmann Mitarbeiterbefragung: Bereits seit 1977 ist die Bertelsmann Mitarbeiterbefragung ein Ausdruck der partnerschaftlichen Unternehmenskultur im Konzern. An der letzten Befragung 2013 nahmen etwa 70.000 Mitarbeiter in rund 50 Ländern teil. In der Befragung wird die Zufriedenheit der Belegschaft anhand wichtiger Aspekte des Arbeitslebens, wie dem Führungsverhalten der Vorgesetzten, Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, der Zusammenarbeit im Team und der Geschäftsstrategie, ermittelt. Ziel ist es, in einen Dialog mit den Mitarbeitern zu treten und auf Basis der Ergebnisse gemeinsam Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Die Umsetzung der Maßnahmenpläne wird dann in den Team-/Januargesprächen nachverfolgt.</p> <p><a href="#">Mitarbeiterbefragung</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 42f.: Die Bertelsmann Mitarbeiterbefragung</a></p>	<b>VI</b>

Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Für die Kreativität und Innovationsfähigkeit von Bertelsmann sind die Mitarbeiter die treibende Kraft. Diversity Management bedeutet das Management <i>ihrer</i> Vielfalt zum Wohle von Unternehmen und Belegschaft. Dabei stehen Wertschätzung und die Förderung individueller Potenziale im Fokus.</p>	<b>I, VI</b>
---------------	--	--------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Bertelsmann versteht Diversity Management als Business Case. Für den nachhaltigen Erfolg in der Transformation des Unternehmens ist Bertelsmann auf alle Talente angewiesen – unabhängig von Alter, Geschlecht oder Herkunft. In vielen Geschäftsfeldern haben heterogen aufgestellte Teams das Potenzial, noch kreativer und innovativer zu sein als homogene Teams. Sie können flexibler auf Marktveränderungen reagieren und neue Märkte erschließen.</p> <p>Die Diversity-Strategie von Bertelsmann beruht in diesem Sinne auf drei Säulen: auf dem Business Case des Themas, einem evolutionären Ansatz (No One-Size-Fits-All) und einer eindeutigen Schwerpunktsetzung. Den Business Case von Diversity möglichst konkret darzustellen, bildet eine zentrale Herausforderung. Bei der Legitimation und Umsetzung von Diversity erfordert die dezentrale Organisationsstruktur von Bertelsmann entsprechend international sehr differenzierte Lösungsansätze. Die strategischen Diversity-Schwerpunkte liegen für Bertelsmann aktuell in den Bereichen Geschlecht, Generationen und Internationalität.</p> <p>In der Konzernzentrale fungiert die Abteilung Diversity Management – mit Unterstützung einer divisionsübergreifenden Diversity-Arbeitsgruppe – als Impulsgeber, Inhouse-Beratung und Change Agent. Die Abteilung berichtet an den Personalvorstand.</p> <p>Die konkrete Bearbeitung der Handlungsfelder liegt in der Verantwortung der Unternehmensbereiche und Firmen.</p> <p><a href="#">Diversity-Strategie</a>  <a href="#">CR-Magazin, S. 61: In Kürze – Diversity</a>  <a href="#">Diversity: Gender</a>  <a href="#">Diversity: Generationen</a>  <a href="#">Diversity: Internationalität</a></p>	
<b>G4-LA12</b>	<p><b>Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten</b></p> <p>Internationalität: Im Geschäftsjahr 2015 war Bertelsmann mit seinen Firmen in rund 50 Ländern der Welt tätig, allein in Deutschland arbeiteten Mitarbeiter aus 92 verschiedenen Nationen.</p> <p>Gender: Zum 31.12.2015 waren 53% der Beschäftigten Frauen und 47% Männer. Im Vorstand von Bertelsmann war und ist eine Frau vertreten, dies entsprach zum 31.12.2015 20%. Im Bertelsmann Group Management Committee betrug der Prozentsatz zum 31.12. 38%. Der Frauenanteil im Aufsichtsrat betrug 20%.</p> <p>Altersverteilung: Die Altersgruppe der 25-30-Jährigen machte den größten Prozentsatz sowohl in der Gruppe der weiblichen als auch in der Gruppe der männlichen Mitarbeiter aus.</p> <p><a href="#">Kennzahlen (Tab „Mitarbeiter“)</a>  <a href="#">Mitglieder Aufsichtsrat</a>  <a href="#">Mitglieder Vorstand und Group Management Committee</a></p>	<b>I, VI</b>

#### Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Bertelsmann schreibt in seinem Code of Conduct die Gleichbehandlung von Frauen und Männern als wichtigen Grundsatz fest: „Wir gehen respektvoll und vertrauensvoll</p>	<b>I, VI</b>
---------------	--	--------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>miteinander um. Wir sorgen für ein Arbeitsumfeld, das frei von Diskriminierung ist“ (S. 13). Dies gilt auch für den Bereich der Vergütung.</p> <p>Siehe DMA Gleichbehandlung.</p> <p>Grundsatz der Vergütung bei Bertelsmann ist es, einheitliche, 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.</p>	
<b>G4-LA13</b>	<p><b>Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern</b></p> <p>Zu diesem Aspekt liegt auf Ebene des Bertelsmann-Konzerns keine alle relevanten Umstände berücksichtigende Statistik vor.</p>	I, VI

### Unterkategorie: Menschenrechte

#### Aspekt: Gleichbehandlung

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Der Bertelsmann Code of Conduct ist die weltweit und für jeden Mitarbeiter verbindliche Leitlinie für gesetzeskonformes und ethisches Handeln im Unternehmen, gegenüber Geschäftspartnern und Öffentlichkeit. Alle im Unternehmen – Mitarbeiter, Vorstand und Aufsichtsrat – sind verpflichtet, die darin festgelegten Grundsätze einzuhalten.</p> <p>Im Bertelsmann Code of Conduct wird auf S.13 ausgeführt: „Wir gehen respektvoll und vertrauensvoll miteinander um. Wir sorgen für ein Arbeitsumfeld, das frei von Diskriminierung ist“, und erläutern dieses ausführlich.</p> <p>Darüber hinaus stellt der Code of Conduct einen Leitfaden zur angemessenen Entscheidungsfindung zur Verfügung und informiert über die vom Unternehmen bereitgestellten Speak-Up-Verfahren, also über die bestehenden Möglichkeiten, Rat zu suchen, vertraulich und sicher Bedenken bezüglich möglichen Fehlverhaltens zu äußern oder Vorschläge zur Verbesserung von Compliance-Prozessen zu machen.</p> <p><a href="#">Code of Conduct</a></p> <p>Zusätzlich sind an allen deutschen Standorten sog. AGG-Ansprechpartner ernannt worden, an die sich Mitarbeiter bei Diskriminierungsthemen wenden können. Die Mitarbeiter sind durch Broschüren, Poster und Informationsbereitstellung im firmeninternen Internet über ihre Rechte nach dem ‚Allgemeinen Gleichstellungsgesetz‘ (AGG) informiert.</p>	I, II, VI
<b>G4-HR3</b>	<p><b>Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen</b></p> <p>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 insbesondere die "Ethics &amp; Compliance"-Abteilung von Bertelsmann, das internetbasierte System <a href="http://www.hinweisgeben.de">www.hinweisgeben.de</a> sowie externe, von Bertelsmann berufene Ombudspersonen.</p> <p><a href="#">Ansprechpartner</a></p>	I, II, VI

GRI	Indikator	UNGC
	Sämtlichen eingegangenen Hinweisen wurde nachgegangen und auf Compliance-Verstöße angemessen reagiert.	

### Aspekt: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern und ihren Vertretungen, gerechte Entlohnung, hohe Arbeitsplatzsicherheit und der Schutz der Persönlichkeit der Mitarbeiter sind elementar, um faire Arbeitsbedingungen bei Bertelsmann sicherzustellen. Siehe DMA Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis und DMA Gleichbehandlung.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 36ff.: Faire Arbeitsbedingungen</a></p> <p>Im Bertelsmann Code of Conduct wird das Recht auf Vereinigungsfreiheit betont: „Wir achten die Rechte auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen in Übereinstimmung mit geltenden Rechten und Bestimmungen“ (S.33).</p> <p>Die Einhaltung dieser Anforderungen wird durch den mit dem Ethics &amp; Compliance-Programm geschaffenen Regelkreislauf („E&amp;C-Regelkreislauf“) fortlaufend überprüft.</p> <p><a href="#">Code of Conduct, S.33</a></p> <p><a href="#">Ansprechpartner</a></p> <p>Darüber hinaus verpflichtet der Bertelsmann Supplier Code of Conduct alle Geschäftspartner von Bertelsmann, die für, gemeinsam mit oder im Namen des Unternehmens auftreten, zur Einhaltung compliance-rechtlicher und ethischer Mindeststandards. Diese Mindeststandards sind durch den Geschäftspartner entlang der Wertschöpfungskette auch an Dritte weiterzugeben, sofern diese im Rahmen der Tätigkeit des Geschäftspartners für Bertelsmann eingesetzt werden (z.B. Subunternehmer). Der Geschäftspartner sollte auch auf dieser Wertschöpfungsstufe angemessen auf die Einhaltung hinwirken.</p> <p>Der Bertelsmann Supplier Code of Conduct schreibt ebenso das Recht auf Vereinigungsfreiheit fest: „Weiterhin achten unsere Geschäftspartner die Rechte auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen in Übereinstimmung mit geltenden Rechten und Bestimmungen“ (S.16).</p> <p><a href="#">Informationen für Geschäftspartner</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann Supplier Code of Conduct, S.16</a></p>	<b>I-III</b>
<b>G4-HR4</b>	<p><b>Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen Vereinigungsfreiheit verletzt oder gefährdet ist</b></p> <p>2015 sind keine Fälle aufgetreten oder Gefährdungen bekannt geworden.</p>	<b>I-III</b>

### Aspekt: Kinderarbeit

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Im Bertelsmann Code of Conduct wird das Verbot von Kinderarbeit betont: „Wir lehnen Zwangs- und Kinderarbeit und jede Form der Ausbeutung oder Diskriminierung ab und achten auf eine strikte Einhaltung entsprechender Gesetze“ (S. 33).</p>	<b>I, II, V</b>
---------------	---	-----------------

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Die Einhaltung dieser Anforderungen wird durch den E&amp;C-Regelkreislauf (Kommunikation, Schulung, Hinweisgebersystem, Aufklärung von gemeldeten Verstößen, Remediation) fortlaufend überwacht.</p> <p><a href="#">Code of Conduct, S. 33</a></p> <p>Siehe auch DMA Gleichbehandlung.</p> <p><a href="#">Ansprechpartner</a></p> <p>Ebenso schreibt der Bertelsmann Supplier Code of Conduct das Verbot von Kinderarbeit fest: „Jede Form der Zwangs- und Kinderarbeit ist bei unseren Geschäftspartnern verboten.“ (S.15)</p> <p><a href="#">Bertelsmann Supplier Code of Conduct, S.15</a></p> <p>Siehe auch DMA Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen.</p>	

<b>G4-HR5</b>	<p><b>Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen</b></p> <p>Es dürfen keine Verträge mit Lieferanten geschlossen werden, die nicht den Anforderungen des Bertelsmann Supplier Code of Conduct genügen.</p> <p><a href="#">Bertelsmann Supplier Code of Conduct</a></p>	<b>I, II, V</b>
---------------	---	-----------------

Aspekt: Zwangs- oder Pflichtarbeit

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Siehe DMA Kinderarbeit</p>	<b>I, II, IV</b>
<b>G4-HR6</b>	<p><b>Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen</b></p> <p>Siehe G4-HR5.</p>	<b>I, II, IV</b>

Aspekt: Rede- und Meinungsfreiheit

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Der Bertelsmann Code of Conduct schreibt Rede- und Meinungsfreiheit im Sinne redaktioneller und journalistischer Unabhängigkeit als Grundprinzip der Geschäftsaktivitäten von Bertelsmann fest: „Redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit ist die Grundlage unserer Aktivitäten im Verlagsgeschäft, bei Fernsehen, Rundfunk und Nachrichtenberichterstattung“ (S. 23).</p> <p>Bertelsmann versteht Pressefreiheit dabei in zwei Richtungen: Für die Geschäftsführung gilt, dass sie nicht versucht, die Entscheidungen von Redakteuren und Programmverantwortlichen zu beeinflussen oder sie in ihrer redaktionellen Freiheit einzuschränken. Nach außen gibt das Unternehmen in seiner journalistischen Berichterstattung politischer oder wirtschaftlicher Einflussnahme nicht nach. Bestehende Regeln zur Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten werden eingehalten.</p> <p>Innere Pressefreiheit garantiert bei Bertelsmann das „Chefredakteursprinzip“. Demnach obliegen redaktionelle Entscheidungen einzig unseren Programmverantwortlichen, die frei vom Einfluss durch Konzerneigner oder Geschäftsführungen agieren. Zahlreiche Firmen und Redaktionen haben zudem eigene Statuten zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit im Tagesgeschäft implementiert. Hier geht es v.a. um journalistische und redaktionelle Sorgfaltspflichten, Persönlichkeitsrechte, den Umgang mit</p>	<b>I-II</b>
---------------	---	-------------

GRI	Indikator	UNGC
-----	-----------	------

Gewaltdarstellungen und Jugendschutz. Diese Themen sind auch Bestandteil der Aus- und Weiterbildung der Redakteure im Unternehmen.

[Pressefreiheit](#)

[CR-Magazin, S. 28ff.: Pressefreiheit](#)

### Aspekt: Schutz geistigen Eigentums

#### G4-DMA Managementansatz

I-II

Für Bertelsmann als Medien- und Serviceunternehmen sind der Schutz und die Wahrung geistigen Eigentums die zentrale Basis des geschäftlichen Handelns. Bertelsmann ist Heimat für Künstler und Kreative, die dem Unternehmen vertrauen, dass es verantwortungsvoll mit ihren kreativen Leistungen umgeht.

Die Geschäfte von Bertelsmann beinhalten die Entwicklung, Erstellung, Übertragung, Lizenzierung und den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, die als geistiges Eigentum geschützt sind. An den Leistungen der Autoren und Künstler, die dem Unternehmen verbunden sind, hängt der wirtschaftliche Ertrag – und der Ertrag der kreativen Talente, die ihre Werke über das Unternehmen vermarkten. Vor diesem Hintergrund fühlt Bertelsmann sich dem Schutz geistigen Eigentums besonders verpflichtet und setzt sich für ein weltweit hohes Schutzniveau ein. Dabei spielt die Frage, wie das Urheberrecht umfassend und gerecht von der analogen in die digitale Welt übertragen werden kann, eine zentrale Rolle. Bertelsmann setzt sich deshalb aktiv dafür ein, über den Wert geistigen Eigentums zu informieren, den Urheberrechtsschutz in der digitalen Welt zu stärken und gegen die illegale Verbreitung von Inhalten vorzugehen. Denn nur so können die Künstler die Früchte ihrer Kreativität ernten und der Konzern wettbewerbsfähig bleiben. Als Medienunternehmen haben hat Bertelsmann damit langfristig die Möglichkeit, in neue Inhalte zu investieren, neue Kreative zu gewinnen und einen Beitrag zur kulturellen und kreativen Vielfalt zu leisten.

[Schutz geistigen Eigentums](#)

### Unterkategorie: Gesellschaft

#### Aspekt: Lokale Gemeinschaften

#### G4-DMA Managementansatz

I

Bertelsmann versteht sich als Teil und Partner der Gesellschaft. Als eines der vier Bertelsmann Essentials, der Ziele und Grundwerte für alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Gesellschafter, 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, seinen Dienstleistungen, seinem Know-How und auch finanziell dort engagiert, wo außerhalb des Unternehmens Hilfe und Unterstützung benötigt werden.

Entsprechend der dezentralen Organisationsstruktur des Konzerns liegt die Verantwortung für die Planung und Umsetzung konkreter „Corporate Citizenship“-Projekte bei den Geschäften vor Ort. Darüber hinaus setzt sich Bertelsmann auf Konzernebene mit

GRI	Indikator	UNGC
	<p>vielfältigen Dialogformaten sowie Förderprojekten in den Bereichen Bildung, Kultur, Wissenschaft und Kreativität für gesellschaftliche Anliegen ein.</p> <p><a href="#">Gesellschaft</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 84ff.: Corporate Citizenship</a></p>	
<b>G4-SO1</b>	<p><b>Anteil Standorte mit Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgeabschätzungen und Förderprogrammen</b></p> <p>Bertelsmann engagiert sich auf Konzern-, Unternehmensbereichs- und Firmenebene weltweit mit vielfältigen Maßnahmen und Förderprogrammen für die Einbindung und Entwicklung lokaler Gemeinschaften. Mediale Hilfs- und Spendenaufrufe gehören hierbei ebenso zu wichtigen Einsatzfeldern wie Bildungs- und Medienkompetenzprogramme, Umwelt- und Klimaschutzinitiativen, karitative und kulturfördernde Projekte.</p> <p>Eine genaue Statistik zum prozentualen Ausweis von Standorten mit solchen Maßnahmen liegt auf Konzernebene nicht vor. Ein breites Spektrum beispielhaft ausgewählter Projekte und Initiativen der Bertelsmann-Welt stellt das Unternehmen jedoch tagesaktuell auf seiner Website vor.</p> <p><a href="#">Projekte weltweit</a></p>	<b>I</b>
Aspekt: Korruptionsbekämpfung		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Bertelsmann setzt sich aktiv für die Bekämpfung von Korruption ein. Als Teilnehmer am United Nations Global Compact verpflichtet sich das Unternehmen dazu, gegen alle Arten der Korruption einzutreten. Wie im Bertelsmann Code of Conduct (S. 19) zum Ausdruck gebracht, wird jegliche Art der Korruption nicht geduldet. Um die Mitarbeiter im Unternehmen, aber auch die Geschäftspartner von Bertelsmann ausführlich über das Thema Korruption zu informieren, hat Bertelsmann ein Antikorruptionsprogramm umgesetzt, das auf einer Vorstandsrichtlinie für Antikorruption basiert und insbesondere Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen sowie umfassende Speak-up-Verfahren einschließt.</p> <p><a href="#">Antikorruption</a></p> <p><a href="#">Bertelsmann Code of Conduct, S.19</a></p>	<b>X</b>
<b>G4-SO4</b>	<p><b>Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung</b></p> <p>Um die Mitarbeiter von Bertelsmann weltweit mit dem Code of Conduct vertraut zu machen, hat die Abteilung Ethics &amp; Compliance ein interaktives Schulungsprogramm in zwölf Sprachversionen entwickelt, das seit Juni 2009 im Einsatz ist. 2009 wurden alle Mitarbeiter erstmalig geschult. In regelmäßigen Abständen werden seither Auffrischungsschulungen für alle Mitarbeiter durchgeführt. Schulungsmaßnahmen werden webbasiert oder als Präsenzschiung angeboten. Die Teilnahme an Code of Conduct-Schulungen ist für alle Bertelsmann-Mitarbeiter (den Vorstand eingeschlossen) verpflichtend. Vorstand und Aufsichtsrat wird regelmäßig Bericht über die Schulungsvolumina erstattet.</p> <p><a href="#">Schulungen</a></p> <p><a href="#">Code of Conduct-Schulung</a></p> <p>Zusätzlich zu den allgemeinen Code of Conduct-Schulungen nehmen Führungskräfte und Mitarbeiter in relevanten Funktionen seit 2012 an Antikorruptionsschulungen teil.</p> <p><a href="#">Schulungsangebote</a></p>	<b>X</b>

GRI	Indikator	UNGC
<b>G4-SO5</b>	<b>Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen</b>	<b>X</b>
	<p>Durch verschiedene organisatorische Vorkehrungen wird gewährleistet, dass allen Hinweisen auf Korruptionsvorfällen nachgegangen und angemessene Maßnahmen ergriffen werden. Die Maßnahmen schließen die Kündigung / Aufhebung, sonstige disziplinarische Maßnahmen, Schadensersatzforderungen, Strafanzeige und organisatorische Maßnahmen ein.</p> <p>Die Ethics &amp; Compliance- Abteilung ist durch das Corporate Compliance Committee mit der operativen Überwachung der ergriffenen Maßnahmen sowie der regelmäßigen Berichterstattung zu aufgetretenen Fällen und ergriffenen Maßnahmen an den Vorstand und Aufsichtsrat betraut.</p> <p>Zur integrierten Fallfassung und -dokumentation wurde 2014 ein neues Case Management System entwickelt. Eine Richtlinie zur Compliance-Organisation und künftigen Rolle der Ethics &amp; Compliance-Officer steht kurz vor der Fertigstellung</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S.126: Compliance</a></p>	
<b>Aspekt: Politik</b>		
<b>G4-DMA</b>	<b>Managementansatz</b>	<b>I-X</b>
	<p>Unsere Unternehmensrepräsentanzen in Berlin und Brüssel sind die politischen Kompetenzzentren und Anlaufstellen des Hauses Bertelsmann. Die Teams in den Bertelsmann-Vertretungen bieten politischen Entscheidungsträgern in Deutschland und in Europa versierte Gesprächspartner, aktuelle Positionen, Fakten und weitere Informationen an. Die Public Affairs-Verantwortlichen des Konzerns und der Bereiche haben sich auf ein gemeinsames Mission Statement verständigt – welches transparent über die Bertelsmann Webseite abrufbar ist:</p> <p><a href="#">Public Affairs Mission Statement</a></p> <p>Die Public Affairs-Verantwortlichen sind verlässliche Ansprechpartner in Fragen der politischen Kommunikation. Sie vertreten und vermitteln die medien-, gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Interessen und Positionen der Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA und ihrer Geschäftsbereiche und bringen ihre Expertise in Debatten und Entscheidungsprozesse inner- und außerhalb des Unternehmens ein. Sie führen einen offenen Dialog mit Stakeholdern in Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Zu den wichtigsten Zielsetzungen des Unternehmens gehören der Respekt und Schutz geistigen Eigentums, die Freiheit und Unabhängigkeit der Medien sowie die Wahrung kultureller und publizistischer Vielfalt.</p> <p>Die Grundlage für die Public-Affairs-Arbeit ist die Unternehmenskultur von Bertelsmann, die Bertelsmann Essentials: Partnerschaft, Unternehmergeist, Kreativität und gesellschaftliche Verantwortung.</p> <p>Die Bertelsmann SE &amp; Co. KGaA hat sich ins Transparenzregister der Europäischen Union eintragen lassen und den Verhaltenskodex des Registers unterzeichnet.</p> <p><a href="#">Public Affairs</a></p> <p><a href="#">Eintrag Transparenzregister</a></p>	
<b>G4-SO6</b>	<b>Gesamtwert politischer Spenden</b>	<b>X</b>
	Die Bertelsmann SE & Co. KGaA spendet nicht an politische Parteien.	



GRI	Indikator	UNGC
Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Bertelsmann bekennt sich zum Wettbewerbsprinzip und verurteilt Wettbewerbsverstöße und wettbewerbswidriges Verhalten.</p> <p><a href="#">Bertelsmann Code of Conduct, S. 20: Fairer Wettbewerb</a></p>	
<b>G4-SO7</b>	<p><b>Verfahren aufgrund wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartellbildung</b></p> <p>Bertelsmann geht gegen jeden Wettbewerbsrechtsverstoß vor. Durch ein umfangreiches Schulungsprogramm im Kartellrecht (Präsenzs Schulungen, Online-Schulungen nur zur Auffrischung) sollen Kartellverstöße vermieden werden.</p> <p>Bertelsmann ist als weltweit tätiger Konzern grundsätzlich einer Vielzahl rechtlicher und regulatorischer Risiken ausgesetzt, die über Rechtsstreitigkeiten bis hin zu unterschiedlicher Auslegung steuerlicher Sachverhalte reichen können.</p> <p>Rechtliche und regulatorische Risiken werden im Bertelsmann Geschäftsbericht dargestellt.</p> <p><a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil) S.31: Rechtliche und regulatorische Risiken</a></p>	
Unterkategorie: Produktverantwortung		
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Bei der Herstellung und Verbreitung von Produkten und Dienstleistungen ist die Einhaltung rechtlicher Anforderungen und höchster Qualitätsstandards für alle Firmen bei Bertelsmann selbstverständlich. Die Verantwortung für den Schutz von Mediennutzern und Kunden und die Einhaltung damit verbundener rechtlicher Auflagen, Standards und Selbstverpflichtungen – auch im Bereich der Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen – liegt dezentral bei den Geschäftsführungen der Firmen. Bereichsübergreifend orientieren darüber hinaus die Prinzipien des Bertelsmann Code of Conduct das geschäftliche Handeln.</p> <p><a href="#">Code of Conduct</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 53: In Kürze – Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p>	<b>I-VIII</b>
<b>G4-PR3</b>	<p><b>Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung, sowie Anteil der Produkte, die dem unterliegen</b></p> <p>Der Vielfalt der eigenen Produkte und Dienstleistungen entsprechend verfügen Bertelsmann und seine Firmen über eine Vielzahl verschiedener Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung. Dabei gehören Themenfelder wie Jugendschutz (z.B. im Rundfunk), Produktsicherheit (z.B. im Bereich Kinderbuchproduktion) oder Umweltschutz (z.B. im Bereich Papierbeschaffung und -verwertung) zu relevanten Kennzeichnungsbelangen. Über die gesetzlichen Regulierungen hinaus, die auf europäischer und nationaler Ebene insbesondere im Bereich der Rundfunkindustrie bestehen (z.B. im Rahmen der Audio Visual Media Services-Direktive), kennzeichnen die</p>	<b>I-VIII</b>

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Unternehmens-bereiche und Firmen ihre Produkte u.a. auch mit freiwilligen Angaben und Zertifizierungen.</p> <p><a href="#">Zertifizierungen</a></p> <p>Beispiel Gruner + Jahr: G+J führt einige freiwillige Siegel wie das FSC- und PEFC- Siegel für Papier. Dies wird jedoch nur in Frankreich explizit kenntlich gemacht. G+J-Frankreich besitzt zusätzlich ein CO<sub>2</sub>-Zertifikat. Weiterhin verwendet G+J die freiwillige Kennzeichnung IVW (IVW=Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) für seine gemeldeten Vertriebszahlen.</p> <p>Beispiele RTL Group: Schon seit 1989 gibt es beispielweise bei M6 in Frankreich ein zusätzliches Kennzeichensystem für Film-Ausstrahlungen. Deutsche TV-Sendungen folgen in ihrer Kennzeichnung den Vorgaben der freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 48: Verlässlicher Jugendschutz</a></p>	

## Aspekt: Marketing und Werbung

<b>G4-DMA</b>	<b>Managementansatz</b>	<b>I-VIII</b>
	<p>Die Gewährleistung von Kundendatenschutz und -datensicherheit, faires Marketing sowie der Schutz von Mediennutzern, insbesondere der Kinder- und Jugendschutz, spielen für die Geschäftsaktivitäten von Bertelsmann eine wichtige Rolle. Der Bertelsmann Code of Conduct schreibt auf S.28 fest: "Wir machen im Marketing und in der Werbung über unsere Produkte und Dienstleistungen keine vorsätzlich irreführenden oder unwahren Angaben." Darüber hinausgehend liegt die Verantwortung für die Einhaltung nationen- und branchenspezifischer rechtlicher Vorgaben und Selbstverpflichtungen im Bereich Werbung und Marketing-Kommunikation bei den lokalen Geschäften.</p> <p><a href="#">Code of Conduct, S. 28</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 53: In Kürze – Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p>	
<b>G4-PR6</b>	<b>Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte</b>	
	<p>Bertelsmann hält sich an geltendes Recht auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene (siehe auch Bertelsmann Code of Conduct, § 2.1.1).</p> <p>Gleichzeitig schreibt Bertelsmann Rede- und Meinungsfreiheit sowie redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit als Grundprinzipien für die eigene Herstellung und Verbreitung von Medienprodukten und Inhalten fest (vgl. DMA Rede- und Meinungsfreiheit). Öffentlicher Diskurs über Medienprodukte und -inhalte ist in diesem Sinne ausdrücklich geförderte und gewünschte Wirkung des eigenen publizistischen Handelns.</p> <p>Beispiel: Der Unternehmensbereich Penguin Random House setzt aktuell durch seine Beteiligung an der Initiative „Banned Books Week“ ein Zeichen gegen Zensur im Verlagswesen. Siehe <a href="http://www.penguinrandomhouse.com/bannedbooks">www.penguinrandomhouse.com/bannedbooks</a></p>	

## Aspekt: Schutz der Privatsphäre des Kunden / Kundendatenschutz

<b>G4-DMA</b>	<b>Managementansatz</b>	<b>I-II</b>
	<p>Beim Umgang mit Kundendaten und bei der Verbreitung von Angeboten an potenziell schutzbedürftige Personengruppen agiert Bertelsmann in einem stark regulierten Bereich.</p>	

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Die Einhaltung rechtlicher Anforderungen und höchster Qualitätsstandards ist dabei selbstverständlich. Mit den stetig und lokal unterschiedlich sich fortentwickelnden Anforderungen und Regulierungen Schritt zu halten und dabei im Markt flexibel und wettbewerbsfähig zu bleiben, ist für das Unternehmen Herausforderung und Chance zugleich. Die Verantwortung für den Bereich Kundendatenschutz liegt dezentral bei den Geschäftsführungen der Firmen. Konzernübergreifend schreibt der Bertelsmann Code of Conduct einen verantwortungsvollen Umgang mit personenbezogenen Daten von Mitarbeitern, Kunden oder anderen Dritten fest: „Wir beachten die geltenden Gesetze und Regeln, wenn wir personenbezogene Daten und Informationen erheben, speichern, verarbeiten oder übertragen“, S. 25. Darüber hinaus sind in den Bereichen Datenschutz und Datensicherheit weitere konzernweite Richtlinien und Managementsysteme prozessualer und technischer Natur implementiert.</p> <p><a href="#">Code of Conduct, S. 25</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 53: In Kürze – Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin S. 51ff.: Datensicherheit als Schlüsselfrage, Daten sind Vertrauenssache, zertifizierte Informationssicherheit</a></p>	
<b>G4-PR8</b>	<p><b>Berechtigte Datenschutzbeschwerden</b></p> <p>Auf Ebene des Bertelsmann-Konzerns liegen keine konzernweiten Zahlenangaben zu berechtigten Datenschutzbeschwerden vor.</p>	<b>I-II</b>
Aspekt: Herstellung von Inhalten		
<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Für Bertelsmann und seine Medienmarken sind Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Vielfalt entscheidende Faktoren im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums. Redaktionelle Freiheit ist hierfür die Geschäftsgrundlage und bedeutet Vielfalt an Meinungen, Positionen und Inhalten. Das Unternehmen ist sich der Verantwortung, die es als Meinungsbildner gegenüber der Öffentlichkeit hat, bewusst und geht sorgsam mit ihr um. Innere Pressefreiheit garantiert bei Bertelsmann das „Chefredakteursprinzip“.</p> <p>Demnach obliegen redaktionelle Entscheidungen einzig unseren Programmverantwortlichen, die frei vom Einfluss durch Konzerneigner oder Geschäftsführungen agieren. Zahlreiche Firmen und Redaktionen haben zudem eigene Statuten zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit im Tagesgeschäft implementiert. Hier geht es v.a. um Sorgfaltspflichten, Persönlichkeitsrechte, Umgang mit Gewaltdarstellungen und Jugendschutz. Diese Themen sind auch Bestandteil der Aus- und Weiterbildung der eigenen Redakteure.</p> <p>Siehe auch DMA Rede- und Meinungsfreiheit</p> <p><a href="#">Pressefreiheit</a></p> <p><a href="#">Qualität</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 34f.: Pressefreiheit</a></p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 46ff.: Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p>	<b>I-II</b>
<b>MSD</b>	<p><b>Maßnahmen zur Förderung von Standards bei der Erstellung von Inhalten</b></p>	<b>I-II</b>
<b>M3</b>	<p>Die Anwendung und Einhaltung höchster redaktioneller und journalistischer Standards ist für die Programmverantwortlichen, Redakteure, Verleger, Autoren und Lektoren von Bertelsmann täglich gelebte Praxis. Redaktionskonferenzen, der kontinuierliche Austausch mit Kollegen bei Zweifeln oder Fragen im Bereich der Inhalteproduktion, der Dialog mit</p>	

GRI	Indikator	UNGC
	<p>Institutionen der freiwilligen Selbstkontrolle sowie mit lokal spezifischen Aufsichts- und Kontrollorganen sind hierfür wichtige Beispiele. Darüber hinaus sind ethische Standards bei der Herstellung von Inhalten fester Bestandteil im Curriculum der bei Bertelsmann ausgebildeten Journalisten und Redakteure. Seit 2015 findet – flankierend zur täglichen Geschäftspraxis – zudem regelmäßig ein konzernübergreifender Austausch zu diesbezüglich relevanten Themenfeldern im Rahmen der neu gegründeten Bertelsmann-Arbeitsgruppe „Pressefreiheit“ statt.</p> <p>Links zur Journalistenausbildung bei Bertelsmann:</p> <p><a href="#">Henri-Nannen-Schule (G+J)</a></p> <p><a href="#">RTL Journalistenschule</a></p>	

### Aspekt: Verbreitung von Inhalten

<b>G4-DMA</b>	<p><b>Managementansatz</b></p> <p>Pressefreiheit, Produktqualität und der Schutz von Mediennutzern und Kunden sind ebenso im Rahmen der Inhalte-Verbreitung essentielle Leitprinzipien für Bertelsmann und seine Firmen.</p> <p>Die Management-Ansätze hierfür wurden unter den oben ausgeführten Aspekten im Bereich Produktverantwortung erörtert.</p> <p><a href="#">Pressefreiheit</a></p> <p><a href="#">Qualität</a></p> <p><a href="#">Schutz von Mediennutzern und Kunden</a></p> <p>Die Bertelsmann Unternehmensbereiche mit Medienaktivitäten haben es sich zum Ziel gesetzt, spezielle Angebote für Menschen mit besonderen Bedürfnissen zu entwickeln und in den eigenen Medien Barrierefreiheit zu fördern. Die Digitalisierung der Medien, eine der zentralen strategischen Stoßrichtungen unseres Konzerns, hilft dabei, dieses Ziel zu erreichen.</p> <p><a href="#">Zugang zu Medien</a></p>	<b>I-II</b>
<b>MSD M4</b>	<p><b>Maßnahmen bezüglich der Verbreitung und Zugänglichkeit von Inhalten</b></p> <p>Weltweit setzt Bertelsmann sich in seinen Mediengeschäften für die Verbreitung von und den bestmöglichen Zugang zu Inhalten ein. Ein besonderes Augenmerk liegt hierbei u.a. auf der Zugänglichkeit der eigenen Medien und Inhalte für Menschen mit Behinderung.</p> <p>Das Nachrichtenmagazin "Stern" beispielsweise, das sich bereits seit mehr als 40 Jahren für Blinde und Sehbehinderte engagiert, veröffentlicht ausgewählte Artikel in der "Stern-Zeit-Blindenzeitschrift" und stellt die Artikel als Podcast und Audio-Download auf den Seiten der Deutschen Zentralbücherei für Blinde in Leipzig kostenfrei zur Verfügung. Bei Gruner + Jahr erscheint die Brigitte seit 2002 vollständig in Brailleschrift und ist damit das erste Frauenmagazin Deutschlands, das für Blinde zugänglich ist. Auch die Sender der RTL Group übertragen Sendungen mit Untertitel und / oder mit Synchronisation in Gebärdensprache. Der Sender M6 in Frankreich etwa übertrifft regelmäßig die von der französischen Regierung vorgegebene Quote für Sendungen mit Untertiteln.</p> <p>Die Konzernschwerbehinderten-Vertretung von Bertelsmann betreut in Deutschland die Plattform <a href="#">Handicap TV</a>.</p> <p><a href="#">Zugang zu Medien</a></p>	<b>I-II</b>

GRI	Indikator	UNGC
Aspekt: Medienkompetenz		
<b>G4-DMA</b>	<b>Managementansatz</b>	<b>I-II</b>
<p>Medienkompetenz ist eine Schlüsselkompetenz unserer Zeit. Sie hat großen Einfluss auf die Bildungs- und Entwicklungschancen von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen und ist mit entscheidend, wie sie sich sozial entwickeln. Als Medienunternehmen engagiert sich Bertelsmann hier auch nach dem Prinzip ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘. Denn nur wer früh aktiv erlebt, was Medien bieten, wird medienkompetent – als aktiver Leser ebenso wie als digital-technisch erfahrener, medienkreativer und kritischer Nutzer.</p> <p>Die Verantwortung für die Planung und Umsetzung konkreter Maßnahmen und Projekte liegt dezentral bei den Bereichen und Firmen. Vgl. DMA Lokale Gemeinschaften.</p> <p><a href="#">Medienkompetenz</a></p>		
<b>MSD</b>	<b>Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz bei Mediennutzern</b>	<b>I-II</b>
<b>M7</b>	<p>Bertelsmann setzt sich mit vielfältigen Initiativen für die Medienkompetenzförderung ein. Beispiele aus dem Bereich Leseförderung: Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche beteiligen sich jedes Jahr mit zahlreichen Veranstaltungen am "Welttag des Buches" und am bundesweiten "Vorlesetag". Darüber hinaus engagiert sich Bertelsmann finanziell sowie mit Sachspenden für Schulbibliotheken am Corporate Center-Standort Gütersloh.</p> <p><a href="#">Welttag des Buches 2015</a></p> <p><a href="#">40.000 für Gütersloher Schulen</a></p> <p>Die Penguin Random House Foundation prämiert Lehrer, die sich in besonderer Weise für Leseförderung einsetzen, alljährlich mit insgesamt 20.000 Dollar Preisgeld.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 25: Preisgelder für Leseförderung</a></p> <p>Gruner + Jahr initiierte 2007 als Hauptförderer "Buchstart" in Hamburg, ein langfristig angelegtes Projekt zur frühkindlichen Leseförderung. Außerdem unterstützt das Verlagshaus das bundesweite Projekt "Lesestart" der Stiftung Lesen.</p> <p><a href="#">G+J Leseförderung</a></p> <p>Beispiele aus dem Bereich Onlinemedienkompetenz: Mit vielen Initiativen engagieren sich die Medienanbieter im Hause Bertelsmann für die Online-Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Denn über den passiven Schutz hinaus müssen Kinder auch lernen, sich aktiv und kompetent im Netz zu bewegen. So ist 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. Auch die vom deutschen TV-Sender Super RTL geförderte EU-Initiative <a href="#">klicksafe.de</a> rückt mit praktischen Angeboten und Materialien die sichere Nutzung des Internets ins öffentliche Bewusstsein. Ferner ist Super RTL Mitbegründer der Medienkompetenz-Initiative "<a href="#">Media Smart</a>" und unterstützt die Online-Suchmaschine <a href="#">fragFINN.de</a>, die Surfen innerhalb sicherer und kindgerechter Webseiten ermöglicht. 2015 wurde fragFINN.de im Innovationswettbewerb „Deutschland – Land der Ideen“ in der Kategorie Bildung prämiert. Der Penguin Random House-Verlag Dorling Kindersley bietet mit <a href="#">DK FindOut!</a> eine ähnliche Plattform an.</p> <p><a href="#">CR-Magazin, S. 52: Kompetent und sicher im Netz</a></p>	

GRI

Indikator

UNGC

## Weitere GRI-Standardangaben (zusätzlich zu „in accordance“-core)

### Aus: Unternehmensführung

- G4-2 Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen**
- Bertelsmann stellt sich mit der Erfahrung von knapp 180 Jahren den aktuellen Herausforderungen und Megatrends des 21. Jahrhunderts: von der Digitalisierung über die Globalisierung bis hin zum demografischen Wandel. Insbesondere die Vielfalt der Märkte, in denen das Unternehmen international tätig ist, fordert dazu heraus, die eigene Tradition mit den Ansprüchen und Themen der Gegenwart abzugleichen.
- 2014 ermittelte eine mit internen Stakeholdern durchgeführte Analyse die für Bertelsmann und seine Unternehmensbereiche relevanten sozialen und ökologischen Themen. Sieben Themenfelder wurden dabei als besonders relevant identifiziert: Bildung, Pressefreiheit, faire Arbeitsbedingungen, Schutz von Mediennutzern und Kunden, Diversity, Gesundheit sowie Ökoeffizienz.
- Bertelsmann befasst sich kontinuierlich mit der strategischen Weiterentwicklung seines Nachhaltigkeitsmanagements. Dabei geht es um Fragen der bereichsübergreifenden Koordination und Zusammenarbeit, um konzernweite Zielsetzungen und um Transparenz bezüglich der priorisierten Corporate Responsibility-Themen. Im Jahr 2015 wurden zu diesem Zweck international und bereichsübergreifend besetzte CR-Arbeitsgruppen ins Leben gerufen. Unter der Devise „Advancing CR at Bertelsmann“ analysierten die Arbeitsgruppen Status und Anforderungen und leiteten Handlungsbedarfe ab. Ein Zwischenergebnis dieses Prozesses wurde dem Bertelsmann Group Management Committee zum Jahresende vorgestellt. Das Projekt „Advancing CR at Bertelsmann“ wird im Geschäftsjahr 2016 fortgesetzt.
- [Unsere Verantwortung](#)
- [CR-Strategie](#)
- [Themen](#)
- [CR-Magazin, S. 14: Corporate Responsibility](#)
- 
- G4-36 Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen**
- Siehe G4-34.
- 
- G4-38 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Komitees**
- Die Aufsichtsräte von Bertelsmann SE & Co. KGaA sowie die Bertelsmann Management SE sind in hohem Maße mit fachlich qualifizierten und persönlich kompetenten, führungserfahrenen Mitgliedern aus verschiedenen Ländern mit sehr unterschiedlichen Erfahrungshorizonten und Lebenswegen besetzt. Ein signifikanter Anteil der Aufsichtsratsmitglieder ist weiblich.
- [Corporate Governance](#)
- [Mitglieder Aufsichtsrat](#)
- [Mitglieder Vorstand und Group Management Committee](#)
- [Geschäftsbericht 2015 \(Finanzteil\), S. 134: Ausschüsse der Aufsichtsräte](#)
- 
- G4-39 Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Kontrollorgans**
- Bei Bertelsmann sind die Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Vorstands als dem Geschäftsführungsorgan des Unternehmens und des Aufsichtsrat als Überwachungsorgan jeweils klar festgelegt und streng voneinander getrennt. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats

GRI	Indikator	UNGC
	ist nicht zugleich auch Vorstandsmitglied. In Deutschland kann ein Aufsichtsratsmitglied nach dem Aktiengesetz nicht zugleich auch Mitglied des Vorstands, Prokurist oder Generalhandlungsbevollmächtigter der Gesellschaft sein.	
<b>G4-45</b>	<b>Rolle des höchsten Kontrollorgans bzgl. Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen</b>	
	Der Prüfungs- und Finanzausschuss befasste sich im Rahmen der ihm zugewiesenen Aufgaben insbesondere mit Fragen der Unternehmensfinanzierung, der Finanzplanung und -entwicklung, der Steuerpolitik, der Weiterentwicklung des internen Kontrollsystems, der Compliance im Konzern, hier vor allem der Compliance-Struktur, sowie mit negativen Abweichungen des Geschäftsverlaufs von der Planung. Des Weiteren befasste sich der Prüfungs- und Finanzausschuss mit dem Umgang mit Reputationsrisiken für den Konzern und dem Aspekt der Integrität im Unternehmen. <a href="#">Geschäftsbericht 2015 (Finanzteil), S. 127ff.: Bericht des Aufsichtsrats</a>	
<b>G4-48</b>	<b>Höchstes Komitee zur Freigabe des Nachhaltigkeitsberichts</b>	
	Die Bertelsmann Corporate Responsibility-Berichterstattung 2015 wurde durch den zuständigen Personalvorstand freigegeben.	

## Impressum

### Herausgeber

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

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

### Projektleitung

Dr. Katharina Kerl,  
 Director Corporate Responsibility

### Fachliche Beratung

akzente kommunikation und beratung GmbH

## Kontakt

### Corporate Responsibility & Diversity Management

Telefon +49 (0) 52 41-80-79 55  
[verantwortung@bertelsmann.de](mailto:verantwortung@bertelsmann.de)

### Weitere Informationen

Bertelsmann SE & Co. KGaA  
 Carl-Bertelsmann-Straße 270  
 33311 Gütersloh  
 Telefon +49 (0) 52 41-80-0  
[www.bertelsmann.de](http://www.bertelsmann.de)  
[info@bertelsmann.de](mailto:info@bertelsmann.de)