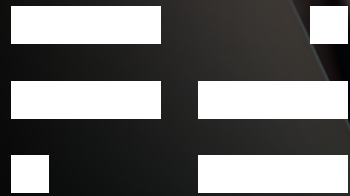


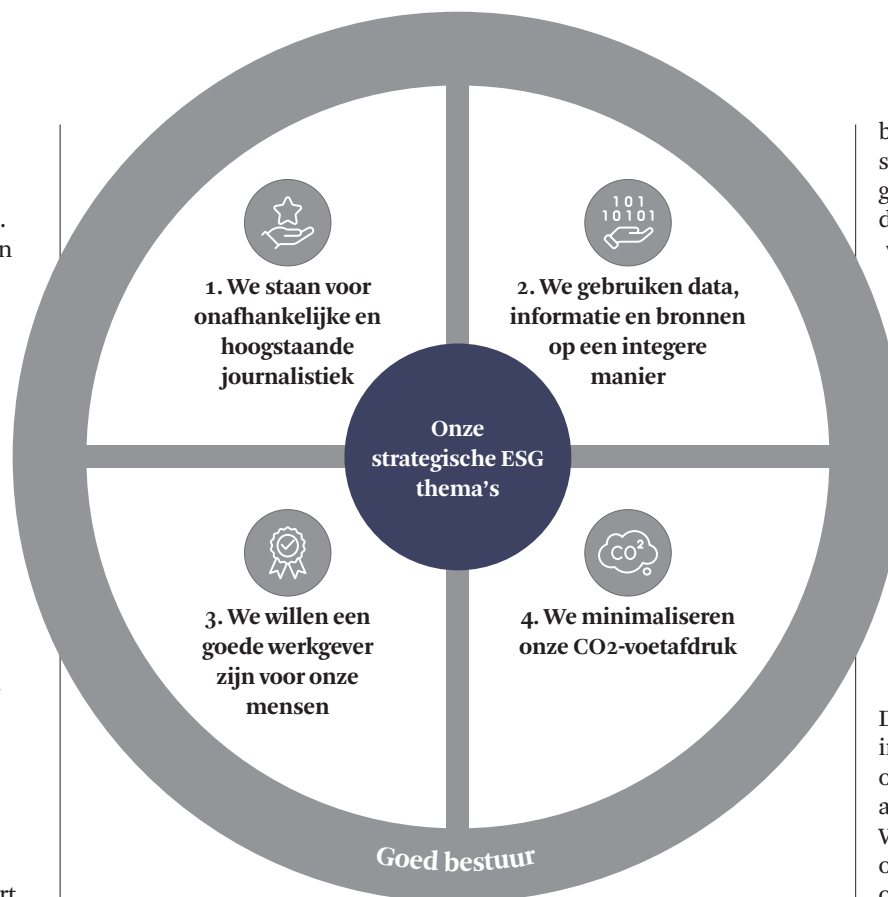
# ESG-VERSLAG 2024



# ESG aanpak

## ESG aanpak

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een integraal onderdeel van FD Mediagroep. De impact van onze activiteiten op het milieu, onze sociale en maatschappelijke verantwoordelijkheid en onze governance vormen belangrijke pijlers van onze strategie, ook wel aangeduid als Environmental, Social, and Governance (ESG). Deze principes dragen bij aan de toekomstbestendigheid van onze organisatie en zijn geen tijdelijke trend, maar een fundamenteel aspect van ons werk. Onze inzet voor ESG is bovendien niet alleen een strategische keuze, maar ook een wettelijke verplichting volgens de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Deze Europese regelgeving bevordert transparantie en verantwoording op het gebied van duurzaamheid. Ondanks de toenemende polarisatie rondom ESG blijven we onze koers volgen. Ons doel overstijgt de CSRD-vereisten; we werken actief aan duurzame verbeteringen die langdurige,



positieve impact hebben op onze bedrijfsvoering en die van onze stakeholders.

### B Corp

Het behalen van de B Corp-certificering vormt een

belangrijke stap in onze ESG-strategie. Een mooie mijlpaal! B Corp is een wereldwijd erkend keurmerk voor bedrijven die zowel financiële winst als maatschappelijke waarde nastreven. De certificering

bevestigt dat we hoge standaarden hanteren op het gebied van transparantie, duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid.

De B Corp-status is geen eindpunt, maar een voortdurend traject van optimalisatie en openheid over onze impact.

## Onze ESG-pijlers

De dubbele materialiteitsanalyse van 2024 toont aan dat onze strategische focus juist is.

De vier pijlers blijven stevig overeind als de basis van onze ESG-strategie (zie figuur):

Dit ESG-verslag laat zien hoe we in 2024 hebben voortgebouwd op deze pijlers en onze ambities hebben waargemaakt. We zien ESG als een kans om toekomstbestendig te ondernemen en duurzame waarde te creëren, voor onze organisatie, onze medewerkers en de samenleving als geheel.

# ESG aanpak

## B Corp

B Corp (Benefit Corporation) is een internationale certificering voor bedrijven die niet alleen financiële winst nastreven, maar ook aantoonbaar positieve impact hebben op mens, milieu en maatschappij. Het certificaat wordt toegekend door B Lab, een non-profitorganisatie die in 2006 in de Verenigde Staten is opgericht. Sindsdien is het B Corp-netwerk wereldwijd uitgegroeid tot een beweging van bedrijven die duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid structureel integreren in hun bedrijfsvoering.

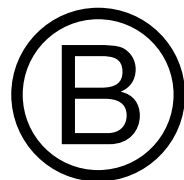
## Waarom B Corp?

Onze organisatie heeft bewust gekozen voor de B Corp-certificering, omdat deze goed aansluit bij onze missie en kernwaarden. De externe erkenning bevestigt dat zowel onze commerciële activiteiten als onze data- en journalistieke werkzaamheden voldoen aan hoge standaarden op het gebied van transparantie, maatschappelijke impact en duurzaamheid. Het behalen van de B Corp-status is dan ook een logische stap binnen



onze bredere ESG-strategie. Het onderstreept dat ESG voor ons geen vrijblijvende belofte is, maar een structurele pijler binnen de organisatie. De strikte B Corp-normen fungeren daarbij als een helder kompas. De bijbehorende statutenwijziging verankert maatschappelijke verantwoordelijkheid formeel in

Certified



Corporation

de bedrijfsvoering en benadrukt onze langetermijninzet voor een duurzame en toekomstbestendige wereld.

De B Corp-certificering staat uiteraard los van de journalistieke onafhankelijkheid van onze redacties, zoals vastgelegd in de redactiestatuten.

## Hoe word je B Corp?

Om B Corp te worden, ondergaan bedrijven een strenge certificeringsprocedure waarbij ze moeten aantonen duurzaam en ethisch te ondernemen. Dit gebeurt via het B Impact Assessment (BIA), een uitgebreide evaluatie op vijf kerngebieden:

- **Bestuur** – transparantie en verantwoord ondernemerschap.
- **Werknemers** – goed werkgeverschap en inclusiviteit.
- **Gemeenschap** – maatschappelijke impact en betrokkenheid.
- **Milieu** – duurzaamheidsbeleid en ecologische verantwoordelijkheid.
- **Klanten** – ethisch zakendoen.

Voor de certificering moeten bedrijven minstens 80 van de totaal 200 punten behalen. B Corps worden elke drie jaar opnieuw beoordeeld om hun status te behouden, waarbij op alle kerngebieden verbeteringen moeten worden aangetoond. Het aantal gecertificeerde B Corps in Nederland groeit gestaag. Momenteel zijn er ruim 350 bedrijven met deze status, variërend van innovatieve scale-ups zoals Crisp en Tony's Chocolonely tot gevestigde namen als Albert Heijn, Rituals en Triodos Bank. We zijn er trots op het eerste mediabedrijf in de Benelux te zijn dat de B Corp-certificering heeft verkregen.

# ESG aanpak



Omzet (in mln, euro)

# 128

Aantal FTE

# 459



**FD Mediagroep** is het toonaangevende nieuws- en informatiemediabedrijf in Nederland op het gebied van financiën en economie. Wij ondersteunen leiders van vandaag en morgen bij het nemen van beslissingen en het realiseren van vooruitgang. Voor henzelf, voor hun organisaties en voor de samenleving. FD Mediagroep bestaat uit Het Financieele Dagblad (FD), BNR Nieuwsradio (BNR), FD Business en Company.info.



**FD**, opgericht in 1796, is al eeuwenlang de belangrijkste bron van nieuws en inspiratie voor het bedrijfsleven in Nederland. FD geeft financiële en economische betekenis aan ontwikkelingen die relevant zijn voor de leiders van vandaag en morgen. FD is uitgegroeid tot een multimediaal merk en bereikt de nieuwsconsument via print, online, podcasts en evenementen.



**BNR**, opgericht in 1998, maakt deel uit van FD Mediagroep sinds 2003. BNR creëert en distribueert gesproken audiocontent via zijn FM-frequentie en online via BNR.nl, de BNR-app en podcasts. BNR heeft een breed bereik onder (zakelijke) besluitvormers in Nederland.



**FD Business** is de B2B-mediapublisher van FD Mediagroep. Via verschillende publicaties biedt FD Business onafhankelijke, betrouwbare 'need-to-know' informatie aan professionals in specifieke sectoren.



**Company.info** is opgericht in 1998 en maakt sinds 2012 deel uit van FD Mediagroep. Company.info transformeert gegevens in uitgebreide, duidelijke en betrouwbare informatie, met nieuws en voorspellende inzichten over bedrijven en hun directeuren. Op deze manier helpt Company.info professionals in compliance en commercie om betere beslissingen te nemen.

# Onafhankelijke en hoogstaande journalistiek



**Onafhankelijke en hoogstaande journalistiek is essentieel voor een goed functionerende samenleving. We erkennen onze verantwoordelijkheid voor kwalitatieve journalistiek. Het afgelopen jaar hebben we daarom verschillende initiatieven genomen om zowel onze journalistieke kwaliteit te versterken als de journalistieke sector te ondersteunen.**

Onafhankelijke en hoogwaardige journalistiek is van cruciaal belang, zeker in een tijd waarin desinformatie en misinformatie toenemen en persvrijheid wereldwijd onder druk staat. Nepnieuws wordt bewust ingezet om verkiezingen te manipuleren, terwijl factcheckers bij bigtechbedrijven worden ontslagen. Autoritaire regimes onderdrukken kritische media door ze te sluiten, censuur toe te passen en websites te blokkeren. In de Verenigde Staten worden sommige reguliere media zelfs geweerd bij persconferenties van het Witte Huis. Betrouwbare journalistiek biedt objectieve en transparante berichtgeving, beschermt de democratie en houdt machthebbers verantwoordelijk.

## De beste journalistiek leveren

In ons streven naar de beste

journalistiek blijven we voortdurend met elkaar in gesprek om de hoogste standaarden te waarborgen. Het FD, BNR, PensioenPro en Energieia hebben hun principes en werkwijzen vastgelegd in een formele journalistieke code. Ook de overige titels van FD Business zullen volgen. Deze code biedt lezers, journalisten, bronnen, abonnees en personen of organisaties die onderwerp zijn van onze berichtgeving inzicht in ons gedrag, onze werkwijze en onze kernwaarden. Het expliciet vastleggen van deze principes heeft geleid tot waardevolle discussies op de redacties over de interpretatie van specifieke onderwerpen. Dit heeft onze aanpak verbeterd. Publicatie van deze code biedt niet alleen inzicht in wat we doen, maar ook in hoe we dat doen. Zo weten betrokkenen wat ze kunnen verwachten.

We hebben voor het eerst

journalistieke jaarverslagen gepubliceerd. Hierin hebben we de prestaties en uitdagingen van het afgelopen jaar uiteengezet. We reflecteren op belangrijke activiteiten en thema's, verklaren gemaakte keuzes en werkwijzen rondom grote gebeurtenissen, zoals de Amerikaanse presidentsverkiezingen of het conflict tussen Israël en Hamas. Het geeft inzicht in de journalistieke processen en overwegingen die ten grondslag liggen aan onze berichtgeving.

## Het krachtig en in stand houden van de journalistiek

Naast onze eigen journalistieke praktijk richten we ons ook op de bredere ontwikkelingen in de samenleving. Helaas volgen de negatieve trends op dit gebied elkaar in rap tempo op, waarbij desinformatie en misinformatie een groeiend gevaar voor de samenleving vormen. Een cruciale factor in de strijd tegen misleidende informatie is de jeugd. Daarom hebben we voor het derde jaar op rij kosteloos workshops over nepnieuws gegeven op 15 middelbare scholen in Nederland. In

een workshop vertellen twee redacteuren in de klas over het herkennen van nepnieuws, de bijbehorende risico's en de toenemende rol van kunstmatige intelligentie. In een tijd waarin sociale media – die vaak buiten de traditionele journalistieke normen functioneren – steeds meer invloed krijgen ten koste van gevestigde media, zijn deze workshops relevanter dan ooit. De reacties van scholen en leerlingen zijn zonder uitzondering positief, en ook voor de workshopgevers is het een waardevolle ervaring. Het geeft inzicht in de beleving van jongeren, hun nieuwsconsumptie en de mogelijke blinde vlekken in onze eigen benadering. In 2024 hebben we maar liefst 65 workshops gegeven aan vmbo-, havo- en vwo-klassen. Ook hebben we scholieren ontvangen voor een bliksemstage in samenwerking met JINC, een organisatie die kinderen uit sociaaleconomisch achtergestelde wijken in contact brengt met het bedrijfsleven. Tijdens deze dag maakten de scholieren kennis met het werk van onze redacties en



# Onafhankelijke en hoogstaande journalistiek



produceerden ze hun eigen podcast.

We hebben ons daarnaast opnieuw sterk gemaakt voor persvrijheid door Free Press Unlimited (FPU) zowel financieel als met zichtbaarheid in onze media te steunen. FPU is een internationale organisatie die zich inzet voor de veiligheid van journalisten, bescherming van onafhankelijke media en toegang tot betrouwbare informatie - belangrijk in een tijd waarin autocratie en desinformatie toenemen. Op basis van hun behoeften hebben we onze financiële bijdrage gericht op 'ongeoormerkte projecten'; korte urgente initiatieven die snel financiering vereisen. Het betreft onder meer de lobby voor extra steun voor onafhankelijke media in de Sahelregio om desinformatie tegen te gaan, en de succesvolle lobby voor de arrestatie van de opdrachtgever van de moord op een journalist in de Filipijnen. De zichtbaarheid van FPU hebben we vergroot met radiospotjes en krantenadvertenties. Ook boden we hen ter gelegenheid van de Dag van de Persvrijheid ruimte op het buitendispley bij ons kantoor

aan het Prins Bernhardplein. Op kantoor organiseerden we tot slot een kleine tentoonstelling, Flight for Freedom, gewijd aan de verhalen van gevluchte journalisten. Dit vergrootte de bewustwording binnen de redactie en onderstreept onze inzet voor persvrijheid.

# Integer gebruik van data, informatie en bronnen



**De data en informatie die we verzamelen en verstrekken vormen de kern van de activiteiten van FD Mediagroep. Het waarborgen van een verantwoord beheer en gebruik van deze gegevens – inclusief de data en inzichten van Company.info – blijft een permanente prioriteit. Dit jaar hebben we een belangrijke stap gezet door organisatiebreed over te gaan van de ISO 27001:2013-norm naar de nieuwste versie, ISO 27001:2022. Het verbetert onze privacybescherming, informatiebeveiliging en verdere professionalisering van onze compliance- en veiligheidsstandaarden.**

**R**edacties werken regelmatig met vertrouwelijke gegevens, zoals documenten en audiobestanden. Deze data moeten veilig worden gecreëerd, opgeslagen en beschermd tegen onbevoegde toegang, vooral vanwege de belangstelling van externe partijen. De dreiging van cyberaanvallen neemt toe, bijvoorbeeld wanneer partijen na een kritische publicatie bronnen proberen te achterhalen via hacking. Het bewaken van de anonimiteit en veiligheid van onze bronnen, en de integriteit van onze journalistiek zijn essentieel. Daarom hebben we in het afgelopen jaar een formeel beleid geïntroduceerd dat de interactie met redactionele bronnen en andere betrokkenen reguleert. Om ethisch gebruik en transparantie te waarborgen,

zijn de bestaande processen gestandaardiseerd en verfijnd. Hiermee benadrukken we het fundamentele belang van onze bronnen en versterken we hoogwaardige en integere journalistiek.

In 2024 zijn we overgestapt op Google Analytics 4

(GA4) om te voldoen aan de privacywetgeving en compliance-eisen. GA4 biedt verbeterde gegevensbescherming, slaat geen IP-adressen op en past strengere privacycontroles toe. Daarnaast vermindert het de afhankelijkheid van third-party cookies, wat zorgt voor een transparante en verantwoorde manier van dataverzameling.

Privacy en beveiliging zijn grondbeginselen in het werk van alle collega's. Om dit te ondersteunen, hebben we nieuwe e-learnings ontwikkeld die de bestaande bewustwordingstrainingen aanvullen. Daarnaast worden de business owners via workshops op de hoogte gehouden van de laatste ontwikkelingen op dit gebied. Een belangrijke ontwikkeling is de automatisering van de wettelijke bewaartermijnen, waarbij gegevens automatisch worden verwijderd zodra de bewaartermijn is verstreken. HR is het afgelopen jaar gestart met dit proces, waarbij de gegevens van (oud-)werknemers en sollicitanten na een bepaalde termijn automatisch worden verwijderd. In het komende

## ISO27001:2022

**D**e ISO 27001:2022 certificering is een wereldwijd erkende norm voor informatiebeveiliging, die aantoonst dat we voldoen aan de hoogste eisen op het gebied van data-beheer, risicobeheer en cybersecurity. Deze certificering onderstreept onze toewijding aan het beschermen van gevoelige gegevens, het voorkomen van datalekken en het voortdurend verbeteren van onze beveiligingsmaatregelen. Informa-

tieveiliging is niet alleen een technische vereiste, maar ook een fundamenteel onderdeel van onze bedrijfsstrategie. Ten opzichte van de ISO 27001:2013 certificering presenteert de nieuwe norm enkele belangrijke verbeteringen. De updates introduceren onder meer nieuwe beheersmaatregelen voor moderne dreigingen, zoals cloudbeveiliging, datalekpreventie en het gebruik van dreigingsinformatie om risico's

tijdig te identificeren. Daarnaast integreert de norm technologieën zoals AI, IoT en cloud-diensten. IPE, dat in Londen gevestigd is en sinds 2022 onderdeel is van FD Mediagroep, mist op dit moment nog de certificering. Dit jaar hebben we wel een gap-analyse uitgevoerd om de noodzakelijke stappen voor ISO-compliance te identificeren. Dit proces is inmiddels volledig in kaart gebracht en krijgt prioriteit in 2025.

# Integer gebruik van data, informatie en bronnen



jaar implementeren we deze werkwijze in andere afdelingen.

Dit jaar hebben we een Bedrijfscontinuïteitsplan (BCP) opgesteld voor het Financieele Dagblad, zodat we altijd, ongeacht de aard van de noodsituatie, de krant kunnen uitbrengen. Een BCP stelt ons in staat snel en effectief te reageren op calamiteiten, waardoor de impact op zowel de organisatie als onze lezers minimaal blijft. Het komende jaar zullen we vergelijkbare plannen ontwikkelen voor alle kritieke processen binnen de organisatie.

## Company.info

In 2024 heeft Company.info intensief gewerkt aan verdere ontwikkeling van privacy awareness en kennis binnen de gehele organisatie. Er is onder meer een concept ontwikkeld voor een Manifest dat richtlijnen biedt voor een integere en bewuste omgang met data en collega's ondersteunt bij het maken van keuzes rondom privacydilemma's. Dit Manifest wordt in 2025 afgerond en binnen alle afdelingen uitgerold. Om ethisch datagebruik te verankeren in onze

organisatie worden trainingen georganiseerd.

Daarnaast heeft Company.info haar visie op privacybescherming nader uitgewerkt en diverse maatregelen geïmplementeerd om de rechten van betrokkenen (data subjecten) nog beter te waarborgen. Zo zijn de contractuele voorwaarden op verschillende privacyaspecten aangescherpt, in overeenstemming met de meest recente wet- en regelgeving en jurisprudentie (waaronder uitspraken over gerechtvaardigd belang). Company.info heeft dit jaar onderzocht hoe klanten het privacybeheer binnen de verschillende diensten beoordelen. Uit de gemiddelde score van 7,9 blijkt dat klanten over het algemeen tevreden zijn over de privacyaanpak van Company.info.



# Goed werkgeverschap



**FD Mediagroep kan haar doelen bereiken door te anticiperen op ontwikkelingen in een snel veranderend en digitaliserend media- en datalandschap. Door wendbaar te zijn als organisatie, als team en als individu. Een wendbare organisatie begint bij betrokken, gemotiveerde medewerkers die goed in hun vel zitten en zich continu willen blijven ontwikkelen, professioneel en persoonlijk. Zo realiseren we vooruitgang voor alle medewerkers, de organisatie en onze omgeving.**

## Onze missie als werkgever

Vanuit onze missie als werkgever streven we naar een inspirerende werkomgeving waarin vooruitgang centraal staat en collega's elkaar stimuleren om het beste uit zichzelf te halen. In deze ondernemende cultuur staan onze kernwaarden centraal: vernieuwen, verbinden, vertrouwen en verantwoordelijkheid nemen. We willen de beste mensen aantrekken en hen de ruimte geven om zich te ontwikkelen. Medewerkers moeten zich op een gezonde en plezierige manier zowel persoonlijk als professioneel kunnen ontplooiën en zich als ambassadeur voor onze organisatie voelen. Ook als werkgever blijven we continu ontwikkelen. Dit doen we langs de lijnen van vijf belangrijke thema's:

### Eigentijdse voorwaarden

Wij bieden marktconforme salarissen en arbeidsvoorwaarden die aansluiten bij zowel de persoonlijke situatie van onze medewerkers als onze kernwaarden. Transparantie en toegankelijkheid staan bij ons centraal; we zorgen dat alle regelingen helder en begrijpelijk zijn en passen deze toe met oog voor individuele omstandigheden. Een belangrijk speerpunt dit jaar was de vertaling van de nieuwe Wet toekomst pensioenen (Wtp) naar onze organisatie. Omdat wij het belangrijk vinden dat medewerkers tijdig duidelijkheid hebben en later zorgeloos van hun pensioen kunnen genieten, hebben wij hen zo snel mogelijk geïnformeerd over de veranderingen, onder andere via uitgebreide informatiesessies. We bieden niet alleen een solide pensioenvoorziening vanuit

de werkgever, maar ook de flexibiliteit om de regeling af te stemmen op individuele wensen en behoeften.

### Betrokken organisatie

Wij streven naar een sterke verbinding tussen medewerkers en de organisatie, waarbij iedereen zich gewaardeerd, gehoord en gemotiveerd voelt. In teams wordt de focus gezamenlijk bepaald, waarbij we elkaar ondersteunen om doelen te bereiken, met oog voor de wereld om ons heen. Deze verbondenheid zorgt ervoor dat medewerkers vertrouwen in elkaar hebben en met plezier bijdragen aan de organisatiedoelen. In 2024 hebben we weer een medewerkersonderzoek uitgevoerd om regelmatig inzicht te krijgen in wat medewerkers belangrijk vinden en te achterhalen hoe we hun betrokkenheid verder kunnen vergroten. Dit onderzoek zullen we periodiek (2 à 3 keer per jaar) blijven uitvoeren en de resultaten gebruiken voor gerichte acties.

### Ruimte voor elk perspectief

We hechten veel waarde aan een cultuur waarin iedereen zichzelf kan zijn, mee kan doen en zijn of haar perspectief kan delen. Door actief de verbinding te zoeken en interesse in elkaar te tonen, zorgen we ervoor dat iedereen zich welkom voelt. We streven naar een open en respectvolle omgang, zowel binnen het team als naar onze omgeving. Een veilige werkomgeving is daarbij essentieel. Uit recent onderzoek bleek dat er behoefte is aan meer inzicht in ongewenst gedrag (zie inzet). Elk geval is er één te veel. Daarom hebben we gerichte acties opgezet voor bewustwording op dit thema en om ongewenst gedrag zoveel mogelijk te voorkomen.

### Vitale en gelukkige medewerkers

We vinden het belangrijk dat medewerkers plezier hebben in hun werk en met elkaar, impactvol werk kunnen doen en voldoende ontspanning ervaren. We stimuleren een gezonde werk-privébalans, bevorderen voldoende beweging en zorgen voor gezonde voeding, onder andere door gratis fruit op kantoor aan te bieden en

# Goed werkgeverschap



een gezond lunchassortiment. Medewerkers kunnen deelnemen aan sportieve activiteiten zoals de jaarlijkse finance run, met een begeleidde voorbereiding, en we organiseren elk jaar een padeltoernooi. Daarnaast bieden we praktische voorzieningen, zoals de mogelijkheid om de grieprik op kantoor te krijgen, rugmassages en ergonomisch werkplekadvis via DeskGuru. Ook is er volop ruimte voor gezelligheid, met borrels, feestjes en meerdaagse uitjes. Zo leren we elkaar ook buiten het werk beter kennen.

## Focus op continue groei

Medewerkers hebben bij ons de regie over hun persoonlijke en professionele groei. We moedigen hen aan om het beste uit zichzelf te halen en bieden de ruimte en ondersteuning die nodig is om hun ambities waar te maken. Het ontwikkelingsbudget, dat 1% van de totale loonsom bedraagt, wordt ingezet voor teamcoaching, individuele opleidingen, trainingen en coachtrajecten. Dit jaar hebben we opnieuw een nieuwe groep medewerkers deel laten nemen

## Ongewenst gedrag

Het rapport-Van Rijn over misstanden bij de publieke omroep heeft aangetoond hoe ongewenst gedrag kan voortbestaan wanneer signalen worden genegeerd en er onvoldoende maatregelen worden getroffen. Het onderzoek bracht niet alleen ernstige misstanden aan het licht, maar legde ook bloot hoe een cultuur van wegstijven en een gebrek aan verantwoordelijkheid dergelijke situaties in stand houden. Deze conclusies hebben ook binnen onze organisatie geleid tot reflectie en aanvullende maatregelen om de sociale veiligheid te versterken. Binnen FD Mediagroep is geen plaats voor ongewenst gedrag. In 2024 hebben we hier extra aandacht aan

besteed. Uit een onafhankelijk onderzoek bleek dat ook bij ons een groep medewerkers te maken heeft gehad met vormen van ongewenst gedrag. Elk geval is er één te veel. De Gedragscode en bijbehorende regelingen zijn herzien en geactualiseerd, zodat ze beter aansluiten bij de huidige tijd. Daarnaast is de meldingsprocedure binnen de Klachtenregeling Ongewenst Gedrag volledig herzien om het melden van misstanden laagdrempeliger en begrijpelijker te maken. Naast structurele aanpassingen zetten we actief in op bewustwording en het stimuleren van open gesprekken over sociale veiligheid. Elk kwartaal verspreiden we een e-learning, waarin dilemma's uit

de dagelijkse praktijk worden besproken. Het doel is niet het behalen van een perfecte score, maar het voeren van eerlijke en constructieve gesprekken met collega's. Binnen de verschillende bedrijfsonderdelen worden cultuurgesprekken en plenaire sessies over sociale veiligheid georganiseerd rond het thema: wat verstaan we onder normaal gedrag? In kleinere groepen wordt hierover doorgepraat, opdat bewustwording wordt omgezet in gewenst gedrag. Met deze stappen versterken we onze organisatiecultuur en zorgen we ervoor dat sociale veiligheid niet alleen een beleidspunt is, maar een gedeelde verantwoordelijkheid binnen onze organisatie.

aan het leiderschapsprogramma en is ons online trainingsplatform uitgebreid met (team) assessments.

## Samen Vooruit

Het resultaat van onze aanpak is duidelijk zichtbaar. Uit ons medewerkersonderzoek blijkt dat medewerkers plezier hebben in hun werk, goed samenwerken en zichzelf kunnen zijn. Daarnaast is ons ziekteverzuimpercentage gedaald naar 3,8%, wat lager is dan de gemiddelde benchmark in onze sector. We zijn trots op deze resultaten en de organisatie die we samen hebben opgebouwd.

# CO2-voetafdruk



**Duurzaamheid en emissiereductie hebben een hoge prioriteit bij FD Mediagroep. Naast onze morele verantwoordelijkheid is het ook cruciaal voor het waarborgen van de toekomstbestendigheid van onze organisatie. We merken ook dat onze klanten en leveranciers steeds hogere duurzaamheidsverwachtingen hebben. Verder verplicht Europese wetgeving ons om transparant te rapporteren over onze emissies en aantoonbare verbeteringen door te voeren. Dit geldt zowel voor onze directe uitstoot (scope 1 en 2) als voor de gehele waardeketen (scope 3). Sinds 2021 werken we samen met milieud adviesbureau ClimatePartner, dat jaarlijks onze emissies in kaart brengt.**

## Scope 1 en 2: Eigen operatie

Onze operationele emissies omvatten het gas-, water- en elektriciteitsverbruik, de koeling van onze kantoorpanden en ons wagenpark. In lijn met het Science Based Target Initiative (SBTi) hebben we als doel gesteld om onze emissies met 42% te reduceren in 2030, ten opzichte van het basisjaar 2021. De afgelopen jaren hebben we een aanzienlijke daling gerealiseerd, met name door de elektrificatie van ons wagenpark. Op dit moment bedraagt de absolute reductie 32,4%. Relatief gezien, gecorrigeerd voor de groei van het aantal FTE's en de toevoeging van een extra kantoorpand, hebben we een reductie van 43,2% behaald. In dat opzicht zouden we ons doel al hebben

bereikt, maar we blijven ons actief inzetten voor verdere verduurzaming.

Onze kantoorpanden kennen verschillende verduurzamingsuitdagingen en -kansen. Het kantoor aan het Prins Bernhardplein in Amsterdam (320 FTE) heeft energielabel A. Door de monumentenstatus, het geveltype en de inpandige garage over meerdere verdiepingen is volledige verduurzaming een complexe opgave. Hoewel het pand gebruikmaakt van groene energie wordt het voorlopig nog verwarmd met gas. In het kantoor van IPE in Londen (35 FTE) maken we ook gebruik van groene energie, maar blijft gas nodig voor verwarming. Het kantoorpand van Company.info (85 FTE) is inmiddels volledig

uitgerust met warmtepompen voor zowel verwarming als koeling. Bovendien is bij de recente verlenging van het huurcontract afgesproken dat er extra laadpalen worden geïnstalleerd.

## Maatregelen en initiatieven

- Elektrificatie wagenpark: We blijven investeren in elektrisch rijden. Het moet ook zonder overheidsvoordelen de meest voordelige optie voor werknemers blijven.
- Groene energie: De meerderheid van onze kantoren maakt gebruik van groene energie, inclusief de laadpalen. Uitzonderingen vormen het kantoor voor onze redactie (4 FTE) in Den Haag waar stadsverwarming wordt gebruikt, en Company.info in Duitsland (5 FTE) waar grijze stroom wordt gebruikt.
- Slimme meters: In het voorjaar van 2025 worden slimme meters geïnstalleerd, waarmee we realtime inzicht krijgen in het energieverbruik en gericht piekverbruik kunnen reduceren.
- Energiebesparing: We nemen diverse

besparingsmaatregelen, waaronder het vervangen van de koelinstallatie, het installeren van EC-ventilatoren in de luchtbehandelingskasten, het realiseren van een energiezuinigere serverruimte en het implementeren van efficiëntere verlichtings- en waterverbruikssystemen (bijv. bewegingsmelders en het plaatsen van urinoirs).

## Scope 3: De waardeketen

Meer dan 90% van onze emissies komt voort uit de waardeketen, wat het meten en beheersen ervan complex maakt. Gelukkig worden we net als onze leveranciers steeds beter in het verzamelen en analyseren van data, waardoor de berekeningen nauwkeuriger worden. Dit heeft geleid tot onverwachte maar waardevolle inzichten, waarbij de werkelijke uitstoot in enkele gevallen hoger bleek dan in voorgaande jaren ingeschat. Zo ontdekten we dat extra reisbewegingen, zoals omrijden, bij de bezorging van onze krant aanvankelijk niet volledig waren meegenomen.

# CO2-voetafdruk



Het doel is om in 2030 onze scope 3-emissies met 30% te reduceren. Dit vereist nauwe samenwerking met onze leveranciers, waarbij duurzaamheid structureel op de agenda staat. Een belangrijke stap hierin is de Duurzame Inkoopcode, die we dit jaar hebben gepubliceerd en van toepassing is op al onze leveranciers. Hierin leggen we minimale duurzaamheidsverwachtingen vast en stimuleren we continue verbetering.

Het drukken van onze krant is een van onze grootste emissiebronnen. Hoewel digitale media groeien, blijft de vraag naar gedrukte uitgaven groot. Daarom richten we dit proces zo duurzaam mogelijk in, samen met onze leveranciers en drukker. We werken uitsluitend met duurzame papierleveranciers, Holmen en UPM, en onze drukker, Rodi Rotatiedruk, maakt het productieproces duurzamer met milieuvriendelijke inkt, chemievrije druktechnieken, gerecyclede materialen, groene stroom en energie-efficiënte processen.

“Holmen is een bedrijf waarbij duurzaamheid centraal staat. Het heeft de prestigieuze EcoVadis Platinum Sustainability Rating, toegekend aan de top 1% van de meest duurzame bedrijven wereldwijd. Met CO<sub>2</sub>-vrije energie uit waterkracht- en windparken produceert Holmen papier met de laagste CO<sub>2</sub>-voetafdruk van Europa. De bossen van Holmen groeien jaarlijks meer dan 1% bij, waardoor het houtvolume in 50–60 jaar verdubbelt.”

*Patrick van den Hoven,  
Holmen*

Voor 2025 hebben we de drukwerkproductie van FD Persoonlijk en de titels van FD Business geconsolideerd. Dit stelt ons in staat om efficiënter te opereren en tegelijkertijd meer controle te krijgen over de duurzaamheid van ons drukproces. Bij onze drukker Senefelder Misset staat duurzaamheid centraal. Voor onze publicaties maken ze gebruik van groene energie. Daarnaast nemen ze diverse maatregelen om de milieubelasting te verminderen, zoals het installeren van energiezuinige motoren, het

vervangen van TL8-verlichting door led-armaturen en het uitschakelen van delen van het persluchtnet om energie te besparen. Een concrete verbetering die we bij de consolidatie hebben doorgevoerd, is de overstap van laminaat naar een duurzame laklaag en de vervanging van plastic verpakkingen door papier.

Andere vorderingen in scope 3 zijn het centraal organiseren van onze internationale zakenreizen via Travelperk. Dit systeem geeft beter inzicht in onze reisbewegingen en bijbehorende emissies. Als

vervolgstap onderzoeken we de implementatie van specifieke criteria voor vliegreizen, om treinvervoer waar mogelijk te stimuleren.

Verder zijn we begonnen met het in kaart brengen van de impact van onze digitale krant bij lezers thuis. Dit is een nieuw vereiste binnen de CSRD-rapportage en brengt de nodige complexiteit mee. We doen verschillende aannames, zoals het type device waarop onze lezers de krant lezen en het energieverbruik per MB, waarbij de inschattingen sterk uiteenlopen. Desondanks boeken we goede vooruitgang in het verkrijgen van inzicht. In 2025 willen we onderzoeken of we hier gerichte reductiemaatregelen aan kunnen koppelen.

Tot slot nemen we deel aan externe duurzaamheidsinitiatieven in samenwerking met andere mediatitels. Zo maken we deel uit van een projectteam van de Bond van Adverteerders (BvA), dat werkt aan de ontwikkeling van een gestandaardiseerde uitwisseling van ESG-informatie binnen de media- en reclamesector.

# CO2-voetafdruk

In samenwerking met ClimatePartner hebben we, volgens het wereldwijd erkende Greenhouse Gas Protocol, verbruiksgegevens verzameld en onze emissies berekend. De resultaten worden gerapporteerd in CO2-equivalenten en verdeeld over drie scopes.

## Onze CO2-voetafdruk 2023

### Scope 1

Eigen operatie (direct)

- Lease auto's (fossiel)
- Koeling kantoor

**128**

ton CO2

### Scope 2

Eigen operatie (indirect)

- Gasverbruik
- Elektriciteitsverbruik
- Lease auto's (elektrisch)

**85**

ton CO2

### Scope 3\*

De waardeketen

**3343**

ton CO2

- **Drukproces**  
*krant en magazines*
- **Papier**  
*krant en magazines*
- **Woon-werkverkeer**
- **Logistiek**  
*inbound en outbound*
- **Zakelijke reizen**

\*Scope 3 emissies omvatten hiernaast onder andere de datacentra, afvalverwerking, kantoorbenodigdheden etc.



