

Environmental, Social & Governance (ESG) VERSLAG



FD MEDIAGROEP



NOVEMBER 2023

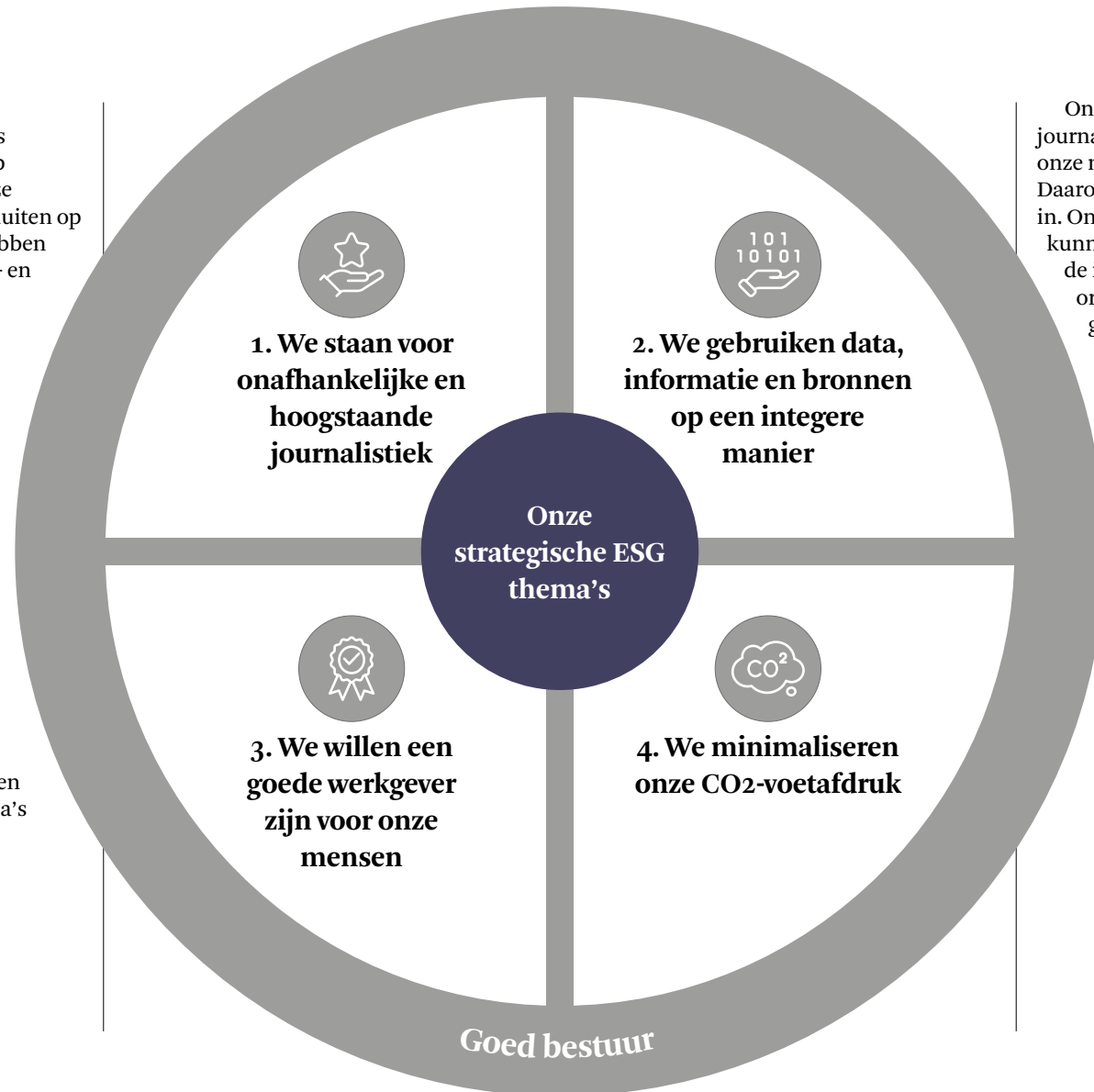
ESG aanpak

De wereld om ons heen

Als organisatie ontwikkelen we ons continu om in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van al onze belanghebbenden. En om aan te sluiten op wat er om ons heen gebeurt. Zo hebben we te maken met toenemende wet- en regelgeving, onder andere op het gebied van privacy, milieu-impact en het rapporteren hierover. Dit stelt steeds hogere eisen aan onze bedrijfsprocessen, de manier waarop we onze journalistiek bedrijven en informatie vergaren en aan hoe we omgaan met data. Bovendien hebben de krapte op de arbeidsmarkt en een verharding van de maatschappij als gevolg dat we extra goed voor onze mensen willen en moeten zorgen.

Onze vier thema's

Vanuit wat we als bedrijf doen en waar we voor staan, en wat er in de wereld om ons heen gebeurt, vloeien er op het gebied van ESG vier thema's voort waarop we in onze aanpak focussen, namelijk (zie figuur):



Onafhankelijke en hoogstaande journalistiek is een groot goed. Voor onze mediatitels én in het algemeen. Daarom zetten we ons hier breed voor in. Onze bijdrage aan de maatschappij kunnen we alleen leveren dankzij de inzet van iedereen binnen onze organisatie. Daarom willen we een goede werkgever zijn en een positieve impact hebben op iedereen binnen onze organisatie, als professional en als persoon. Daarnaast vinden we het belangrijk om zuiver en transparant te opereren en integer om te gaan met data, informatie en bronnen. En met alles wat we doen, willen we een zo minimaal mogelijke CO₂-voetafdruk hebben.



Ons profiel



Omzet (in mln, euro)

118,1

Aantal FTE

438



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



1.



Onafhankelijke en hoogstaande journalistiek is een belangrijke pijler voor onze organisatie. Hiermee geven we uiting aan onze purpose om beslissers in Nederland te helpen om de beste besluiten te nemen door overzicht, inzicht en (vooruit)zicht te bieden. Onze maatschappelijke betrokkenheid reikt echter verder dan onze eigen media en we vinden het belangrijk om ons breed voor de journalistiek in te zetten.

Onder onafhankelijke en hoogstaande journalistiek verstaan we journalistiek die onafhankelijk is van politieke en commerciële belangen of invloeden, bedreven zonder vooringenomenheid en met inachtneming van hoge professionele journalistieke maatstaven. Dit is ons bestaansrecht en van het grootste belang voor de democratische samenleving. Een sterke journalistiek is daarnaast essentieel voor het financiële stelsel. Wij erkennen onze verantwoordelijkheid hierin en hanteren de hoogste journalistieke normen, procedures, en werkwijzen. Deze zijn terug te vinden op onze websites. Bovendien publiceren onze mediaplatforms een journalistiek jaarverslag om verdere transparantie te bevorderen. Daarnaast zetten we ons ook buiten onze titels in voor goede journalistiek. Zo geven

we workshops op middelbare scholen om bewustwording over nepnieuws te vergroten (zie kader), nemen we deel aan diverse journalistieke raden en verlenen we (zowel financiële als niet-financiële) steun aan Free Press Unlimited, dat

“

“Voor deze les dacht ik dat alles wat ik zie wel echt is. Maar nu begin ik er wel beter over na te denken.”

Scholier CBS

zich inzet voor persvrijheid wereldwijd. Om te zorgen dat onze journalisten onafhankelijk, waarheidsgetrouw, fair en met een open vizier kunnen werken, zorgen we goed voor ze. We betalen ze goed en beschermen ze als dat nodig is. Ook beschermen we onze bronnen, zodat mensen zich vrij en veilig voelen om met onze journalisten te praten. Als het gaat om objectieve en waarheidsgetrouwe informatie, houden we onze rug altijd recht. We laten ons nooit leiden of beïnvloeden door (commerciële) belangen van welke partij dan ook.

Workshop ‘nepnieuws’ voor middelbare scholieren

Jongeren op de middelbare school komen veel in aanraking met desinformatie via sociale media.

Een groep collega's heeft een workshop ontwikkeld om middelbare scholieren (12-15 jaar) mediawijzer te maken en weerbaar tegen nep-

nieuws. De workshop behandelt de definitie en impact van nepnieuws, leert herkennen hoe nieuws wordt verspreid, en benadrukt journalistieke vaardigheden zoals het onderzoeken van de herkomst van nieuws en het controleren van bronnen.

Sinds de pilot in april 2022 hebben 24 redacteuren van het FD en BNR al ruim 70 workshops op 25 scholen gegeven.

Het doel is dat elke middelbare school in Nederland tegen 2030 toegang heeft tot deze workshop.

Integer gebruik van data, informatie en bronnen



2.

Binnen onze organisatie speelt data een grote rol. Het is, naast media, onze andere belangrijke pijler. Denk aan de data en inzichten die we leveren via Company.info, maar ook aan de gegevens van onze abonnees of bescherming van onze journalistieke bronnen. We gaan op een verantwoorde en doordachte manier om met de data die we beheren en zorgen dat informatie goed wordt beschermd.

Vanzelfsprekend zorgen we ervoor dat we voldoen aan de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) als het gaat om privacy. Daarnaast gaan we een stap verder en zijn we in de volle breedte van onze organisatie, voor al onze merken en bedrijfsprocessen, ISO 27001 gecertificeerd.

Hiermee laten we zien dat we afdoende maatregelen hebben getroffen tegen mogelijke beveiligingsrisico's en dat we voldoen aan een hoog niveau van informatiebeveiliging. Elk jaar vindt er daarbij een in- en externe audit plaats en op basis hiervan verbeteren we continu onze processen. Zo hebben we onder andere software geïmplementeerd waarmee we e-mailverkeer nog gedetailleerder kunnen monitoren en beveiligen tegen mogelijke aanvallen. Daarnaast zijn we begonnen met het gefaseerd doorvoeren van een Zero Trust-principe

voor onze informatiesystemen, waarbij elk toegangsverzoek - voordat toegang wordt verleend - volledig wordt geverifieerd, geautoriseerd en versleuteld. Ook hebben we kritisch naar onze producten en ons dienstenaanbod gekeken, zowel

voor de mediatitels als Company.info, en een aantal belangrijke productaanpassingen doorgevoerd om de privacy van betrokkenen nog beter te beschermen. Met name Company.info streeft ernaar op dit gebied een leidende positie in de markt te hebben. Zo heeft het besloten om de adresgegevens van eenmanszaken, zoals die vermeld staan in het Kamer van Koophandel (KVK)-register, niet te tonen in het basisprofiel van ondernemingen dat wij

aanbieden, maar in plaats hiervan alleen de postcode. Het adres van eenmanszaken in het KVK-register is immers vaak het privéadres. Ook is er voor gegevens die in openbare registers zijn te vinden, zoals het KVK-register, een opt-out voor marketingdoeleinden ontwikkeld en is dit contractueel vastgelegd.

Dilemma privacy vs. license to operate

Als FD Mediagroep staan we met ons nieuws en onze informatie aan de ene kant voor informatievrijheid, dingen aan de kaak stellen, de onderste steen boven halen en daarover rapporteren. Aan de andere kant willen we de privacy

van onze bronnen en collega's garanderen.

Het een kan niet zonder het ander, maar hoe zorgen we voor een goede balans hierin? Dat is een continue zoektocht, waarbij we vaak situationeel de afweging maken. We zorgen hierbij dat

we uitermate netjes omgaan met alle gegevens van onze verschillende stakeholders (klanten, collega's, content- en datasubjecten) en tegelijkertijd dat onze 'license to operate' voor informatieproducten niet in het geding komt.

Goed werkgeverschap



3.



Om vooruitgang te realiseren, moeten we goed kunnen inspelen op ontwikkelingen in een snel veranderend en digitaliserend media- en datalandschap. Daarbij vinden we het belangrijk om een inclusieve en integere organisatie te zijn, waar medewerkers zichzelf kunnen zijn en zich gerespecteerd voelen. Als goede werkgever willen we hier de juiste omgeving voor creëren, zodat iedereen met plezier kan werken en zijn of haar volledige potentieel kan bereiken.

De basis voor goed werkgeverschap is onze HR-strategie, waarbij we aandacht hebben voor de mens achter de medewerker en het creëren van de juiste omgeving voor vooruitgang; met een ondernemende cultuur waar onze kernwaarden vernieuwen, verbinden, vertrouwen en verantwoordelijkheid nemen hoog in het vaandel staan. Belangrijke aandachtspunten binnen onze organisatie zijn onder meer diversiteit en inclusie. We streven naar een evenwichtige man-vrouwverdeling, voeren cultuurgesprekken op verschillende niveaus om een inclusieve werkomgeving te waarborgen en moedigen actief sollicitanten van diverse achtergronden aan om te reageren op onze vacatures. De komende tijd gaan we kijken hoe we hier nog concreter invulling

aan kunnen geven. Daarnaast ligt onze focus op ontwikkeling en leiderschap. Elke medewerker krijgt ruimte voor persoonlijke en professionele groei. Als een relatief kleine organisatie zijn we flexibel in het inspelen op

veranderingen en we streven ernaar om alle medewerkers optimaal voor te bereiden op deze dynamiek. Dit wordt ondersteund door onze nieuwe performance managementcyclus, waarbij de regie voor ontwikkeling bij de medewerker ligt en leidinggevendenden een coachende rol vervullen. We hanteren een benadering van vertrouwen in plaats van controle, en kijken vooral vooruit in plaats van terug. Betrokkenheid en vitaliteit zijn andere kernpunten. Ons

Vitaliteitsbeleid vormt de basis voor een optimaal werkklimaat, gezonde arbeidsomstandigheden en goede werkrelaties. Het beleid omvat herstel- en verzuimregistratie, met een sterke focus op preventie. We bieden ondersteuning zoals werkplekadvies, stoelmassage, hardlooptrainingen voor de jaarlijkse Finance Run, en de mogelijkheid voor medewerkers om op kantoor een grieprik te ontvangen.

Ciudos

In 2022 lanceerde Company.info het Ciudos-programma om medewerkersbetrokkenheid te vergroten.

Dit programma erkent en belooft de inzet van medewerkers als waardering voor hun harde werk. Medewerkers verdienen Ciudos door doelen te behalen,

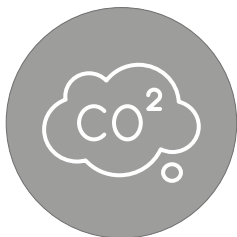
nieuw talent aan te dragen, deel te nemen aan activiteiten voor persoonlijke ontwikkeling, teambuilding, vitaliteit en liefdadigheidsbijdragen.

De prijzen worden bepaald door de totale verdiende Ciudos-eindstand, en vorig jaar resulteerde dit in een

gezamenlijk weekend naar Brugge voor het hele bedrijf.

Het Ciudos-programma heeft bijgedragen aan een stijging van de medewerkerstevredenheid naar een rapportcijfer van 8,5 en een lage actieve uitstroom van collega's (2%) in het afgelopen jaar.

CO2-voetafdruk



We hechten een groot belang aan duurzaamheid en streven ernaar een minimale CO2-voetafdruk te realiseren. Zelf, vanuit ons eigen bedrijf, en samen met de partners in de keten met wie we samenwerken.

Vanzelfsprekend is duurzaamheid ook voor ons een belangrijk thema. In samenwerking met het milieuvadvisbureau ClimatePartner hebben we de emissies van zowel onze eigen operatie (scope 1 en 2) als de hele keten (scope 3) in kaart gebracht, om onze uitstoot te meten en reductiedoelstellingen te formuleren. In lijn met het Science Based Targets initiative streven we ernaar om in 2030 onze scope 1 en 2-emissies met 42% te verminderen ten opzichte van 2021. In de afgelopen jaren zijn er al verschillende initiatieven geweest om de negatieve impact van onze eigen operatie op het milieu te reduceren. Hiermee hebben we al veel laaghangend fruit kunnen plukken met ons wagenpark en in onze bedrijfspanden. Het grootste deel van ons mediabedrijf is gevestigd in een gehuurd pand aan het Prins Bernhardplein, dat het energielabel A heeft. Toch waren (en zijn) hier nog acties mogelijk

om verder te verduurzamen, zoals het verhogen van de temperatuur in de serverruimte om het gebruik van koeling te verminderen. Over dergelijke duurzaamheidsmaatregelen zijn we continu in gesprek met de verhuurder/pandeigenaar, die de mogelijkheden onderzoekt en

in overweging neemt. Daarnaast is Company.info gevestigd in een herontwikkeld duurzaam pand aan de Abram Dudok van Heelstraat. Dit pand heeft geen gasaansluiting, heeft warmtepompen voor verwarmen en koelen, en alle verlichting is LED.

Maar, het grootste deel van onze uitstoot – ruim 90% – wordt veroorzaakt door processen die we hebben uitbesteed aan

partners in de keten en gaat gepaard met de productie en het gebruik van onze producten. Denk aan ons drukproces, het bezorgen van de krant en het opslaan van data. We realiseren ons dan ook terdege dat we de impact die we in de keten maken mee moeten nemen in onze aanpak en ook hier verbetering moeten stimuleren. Samen met onze partners en leveranciers werken we aan ambitieuze doelstellingen en plan van aanpak voor de volledige waardeketen. We richten ons hierbij op de volgende vijf materiële categorieën: de papierinkoop van het FD, inbound & outbound logistiek, het printproces van de krant en magazines, woon-werkverkeer en zakelijke reizen.

De krant

Zeg je FD, dan denken mensen vaak als een van de eerste dingen aan het karakteristieke zalmroze papier waarop de krant is gedrukt. In Europa zijn er slechts twee bedrijven die dit papier kunnen leveren. Wij werken met allebei. De een produceert papier uit hout dat afkomstig is uit een bos in eigen beheer

in Zweden. De andere gebruikt een mix van PEFC™ en FSC® gecertificeerd gerecycled en 'virgin' papier.

Beide partijen beschikken over primaire CO2-emissiedata met betrekking tot het productieproces van krantenpapier. Het papier is Blauwe Engel gecertificeerd. Dit

Duitse label geeft aan dat een product een verminderde impact op het milieu heeft.

We zijn ook in gesprek gegaan met de drukkerijen die onze krant en magazines drukken en met onze distributiepartners. Samen met hen willen we de negatieve impact op het milieu van de processen verder reduceren.

CO2-voetafdruk

We werken sinds vorig jaar samen met ClimatePartner, een milieuvadvisbureau, om onze CO2-uitstoot te meten en te rapporteren. We hebben verbruiksdata verzameld en onze emissies gemeten op basis van het Greenhouse Gas Protocol, de meest gebruikte standaard voor CO2-boekhouding ter wereld. De gemeten broeikasgassen worden gerapporteerd in CO2-equivalent en verdeelt in drie scopes.

Onze CO2-voetafdruk 2022

Scope 1

Eigen operatie (direct)

Directe emissies van onze kantoren in Amsterdam; inclusief diesel en benzine lease auto's en gebruik van koelmiddelen voor de airconditioning in ons kantoor aan het Prins Bernhardplein:

- Lease auto's (fossiel)
- Koeling kantoor

130

ton CO2

Scope 2

Eigen operatie (indirect)

Indirecte emissies van onze kantoren in Amsterdam; inclusief ingekochte energie (gas en elektriciteit) en elektrische lease auto's:

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

109

ton CO2

Scope 3*

De keten

3196

ton CO2

Indirecte emissies die vrijkomen in onze waardeketen, zowel upstream als downstream:

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

*Scope 3 emissiedata zijn nog niet allesomvattend en worden voortdurend verder verrijkt.

