



E

E

S

S

G

Det ———
Nordjyske
Mediehus

Indhold

FRA TRYK – TIL ET NYT MEDIELANDSKAB	4
Ansvarlig ledelse – i forandringens tid	7
Vores tilgang til ESG	8
ESG-rapport 2024	9
VORES SAMFUNDSANSVAR	10
Det Nordjyske Mediehus har en særlig opgave	12
Nordjyske – et moderne nyhedsmedie med en stærk forankring i Nordjylland	15
Forvalter de nordjyske politikere magten bedst muligt?	16
Journalistik, der inspirerer til forandringer i hverdagen	19
Erhvervslivet er Nordjyllands lokomotiv	21
Sport er det, der forbinder os	22
AI er en naturlig del af hverdagen	25
Stærke medier understøtter samfundsansvar	27
LigeHer.nu	29
Seriesport.nu	30
ANR	33
Vigeur	34
Vi bakker aktivt op om nordjysk erhvervsliv	37
Den Nordjyske Agenda	38
Ansvarlig markedsføring	40
Vi har et særligt presseetisk ansvar	41
Dataetik	42
Respekt for menneskerettigheder	44
Code of Conduct	45
VORES SOCIALE ANSVAR	46
Vi bakker op om unge under uddannelse	48

Vi uddanner fremtidens journalister.....	49
Praktik, studiejob og projektsamarbejde	50
Karrieremesser og jobmuligheder	50
Erhvervspraktikanter.....	50
Vores donationer og bidrag.....	52
Job, der favner bredden.....	55
En mangfoldig medarbejderstab distribuerer til hele Nordjylland	57
VORES MEDARBEJDERANSVAR.....	58
Attraktiv arbejdsplads.....	60
Engagements- og trivselsmålingen	63
Medarbejderudvikling.....	64
Lederudvikling	67
Flere tiltag understøtter implementering af strategien	68
Fra onboarding til exit.....	71
Vores arbejdsmiljø.....	72
Uønsket seksuel opmærksomhed.....	73
Et bæredygtigt mediehus	75
Sociale og sundhedsfremmende medarbejderaktiviteter	76
Sygefravær.....	78
Ligestilling	81
Status på og udvikling af kønsfordeling.....	82
VORES ANSVAR FOR KLIMA OG BÆREDYGTIGHED	86
Fokus på CO2-optimering i distributionen.....	89
Papirforbrug	90
Affaldssortering	92
Energi	95
Samarbejde om genbrug.....	96



Fra tryk – til et nyt medielandskab

2024 har været et gennemgribende forandringsår for Det Nordjyske Mediehus, hvor vi – som resten af mediebranchen – tilpasser os globale konjunkturer og en digital virkelighed i hastig udvikling. Vi står i en brydningstid, hvor den traditionelle mediemodel med trykte aviser, der engang fyldte de nordjyske postkasser, er på vej til at blive digital, og hvor både læsertal og omsætning fra print er faldende. Det stiller helt nye digitale krav til vores virksomhed og åbner samtidig nye muligheder.

Det Nordjyske Mediehus står med andre ord ved indgangen til et nyt medielandskab, som vi er fast besluttet på at skabe udviklingspotentialet i. Vi vil lede og forme den samlede mediebranche ind i en digital fremtid, hvor effektive og teknologidrevne virksomheder vinder – som et forbillede for den øvrige danske medieverden. Derfor har vi gennem vores nye treårige strategi, som vi begyndte implementeringen af i 2024, en klar vision, der skal vende udviklingen og bringe Det Nordjyske Mediehus sikkert ind i fremtiden:

At blive et økonomisk bæredygtigt mediehus gennem digital vækst samtidig med, at vi leverer journalistik og medieprodukter, der er uundværlige for nordjyderne og skaber værdi for vores brugere og kunder i Nordjylland.

For Det Nordjyske Mediehus medfører den digitale transformation store beslutninger og forretningsmæssige til- og fravalg. Det afspejler årets ESG-rapport i høj grad. I 2024 har vi blandt meget mere styrket vores digitale tilstedeværelse, skærpet vores indhold til nye målgrupper og integreret

indholdsformater som lyd og video – med blik for nye teknologiske muligheder som blandt andet kunstig intelligens (AI) muliggør.

Som Nordjyllands største mediehus værner vi om vores publicistiske kerne, og samtidig sikrer vi kontinuerligt vores konkurrencekraft gennem en række kommercielle mediebrands, der ikke er publicistisk forankret. Vi vil være en uundværlig partner for at nå nordjyderne – ikke blot via traditionelle annoncepakker, men skræddersyede værdipakker – der indgår i partnerskaber og skaber målbare resultater for vores nordjyske erhvervskunder.

Mens verden er i evig forandring, forbliver vores fundament og publicistiske formål uforandret. Vi er sat i verden for at tjene Nordjylland og sikre, at regionen har adgang til uafhængig og troværdig information: at holde nordjyderne oplyste og opdaterede på begivenheder og beslutninger, der påvirker dem og deres omgivelser. Som fondsejet mediehus har vi et klart formål om at stå som en fri og selvstændig stemme, der passer på Nordjylland og arbejder for fællesskassen i Nordjylland. Det har vi gjort siden 1767, og vi forpligter os fortsat på at tale på vegne af nordjyderne og være et sammenbindende led i det nordjyske samfund.

Vi vil være uundværlige for vores brugere og kunder – og vi vil være digitale, lønsomme og i vækst. Dét er strategien for Det Nordjyske Mediehus.

Adm. direktør / CEO Morten Vinther Jensen



Ansvarlig ledelse – i forandringens tid

Med en mediebranche i heftig transformation er det afgørende, at ledelsen på alle niveauer af Det Nordjyske Mediehus bidrager til, at huset fastholder sin position som førende aktør i mediebranchen.

Når omverdenen forandrer sig med hastige skridt, er det nemlig en ufravigelig nødvendighed med et paradigmeskifte i vores ledelseskultur for at geare os til den nye fremtid. Derfor har ledelsesopgaven i 2024 i høj grad handlet om at træde ind i forandringsrummet i forbindelse med implementeringen af vores nye strategi. Transformationen kræver, at vi deltager aktivt i strategiske diskussioner og deler et fælles engagement i en fremadgående retning.

Ved at gå forrest som rollemodeller, nedbryde strategien i konkrete og skabe følgeskab arbejder vi med at sikre, at forandringsprocessen bliver meningsfuld og effektiv med fokus på eksekvering.

Hos os handler ansvarlig ledelse i høj grad om åbenhed, deltagelse og ligeværdighed i fællesskabet. Vi tror på, at ledelsen skal sætte retning for vores strategiske mål og herefter frigive den organisatoriske kraft og styrke til at føre det ud i livet. Vores værdier og strategi skal med andre ord udleveres via vores adfærd – og afspejles i vores aktiviteter og handlinger. Selvfølgelig på et solidt fundament af lovgivning, interne regelsæt og politikker, der skaber et stabilt grundlag, som vores kultur kan bygge på.

Vores tilgang til ESG

ESG-rapporten er Det Nordjyske Mediehus' fortælling om de fokusområder, der er med til at definere vores position som en ansvarlig, bæredygtig og moderne medievirksomhed.

Redegørelsen udgør en central del af ledelsesberetningen i Det Nordjyske Mediehus' årsrapport for regnskabsperioden 1. januar – 31. december 2024.

Rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabsloven og inkluderer vores redegørelse for samfundsansvar jævnfør årsregnskabslovens §99a samt redegørelse for politik for dataetik jævnfør §99d. Foruden lovbestemte nøgletal arbejder vi med egne nøgletal for at sikre, at vi er en bæredygtig og etisk forsvarligt drevet virksomhed.

Det Nordjyske Mediehus arbejder løbende på at integrere samfundsansvar i vores forretningsaktiviteter og søger gennem interne politikker og retningslinjer at styrke fokus på relevante områder. I vores Code of Conduct beskriver vi vores principper for ansvarlige forretningsaktiviteter, og ved indgåelse af leverandøraftaler er det et krav, at leverandøren forpligter sig til at følge vores Code of Conduct.

Code of Conduct samt tidligere ESG-rapporter er tilgængelige for alle på detnordjyskemediehus.dk.



ESG-rapport 2024

Denne rapport dækker og reflekterer over Det Nordjyske Mediehus' ESG-indsatser i 2024. Rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabsloven og delt op i flere afsnit, der tilsammen afspejler vores indsatser inden for miljø og klima (E – Environment), vores sociale ansvar (S – Social) samt ansvarlig ledelse (G – Governance).

E – Environment

Vi arbejder kontinuerligt på at forbedre processer og arbejdsgange, så miljøet belastes mindst muligt. Vi er opmærksomme på de største miljørisici, som findes i forbindelse med produktion af aviser og distributionen heraf. Vi fortæller blandt andet om vores energiforbrug, forurening, CO₂-udledning, affald og bæredygtighed.

S – Social

Vi har fokus på vores sociale ansvar i relation til både medarbejdere, kunder, medborgere og det nordjyske samfund. Vi bidrager blandt andet til unges uddannelse og påtager os et socialt ansvar med jobs, der favner bredden. Med vores medarbejderansvar stræber vi efter at være en attraktiv arbejdsplads præget af engagement og trivsel.

G – Governance

Ansvarlig ledelse er en forudsætning for at opretholde og udvikle vores forretning på en etisk, bæredygtig og gennemsigtig måde. Vi giver blandt andet et indblik i vores ledelsesstruktur samt politikker og praksis for god virksomhedsledelse.



Vores samfundsansvar

Vi er Nordjylland, og Nordjylland er os. Vi skaber viden, fællesskab og opmærksomhed for nordjyderne og nordjyske virksomheder. Så enkelt kan vores rolle i samfundet beskrives.



Det Nordjyske Mediehus har en særlig opgave

Når du bevæger dig rundt i Det Nordjyske Mediehus' domicil på havnefronten i Aalborg, ligner lokalerne til forveksling en hvilken som helst moderne kontorarbejdsplads med kaffeøer, hæve-sænkeborde og et hav af skærme.

Men tag ikke fejl. Det Nordjyske Mediehus har en lang arv, som vi med stolthed tager med ind i fremtiden.

Huset er i dag en moderne, fondsejet virksomhed, men bærer – i fællesskab med nordjyderne – et historisk ansvar for Nordjylland, hvor demokratiet og sammenhængskraften sikres gennem konstruktiv og kritisk journalistik. Siden 1767 har vi haft det overordnede mål at nytte og fornøje nordjyderne. Og det gør vi stadig. Gennem udgivelse af en bred vifte af medier gennem

en lige så divers palet af formater – lyd, billede, video og skrift – sikrer vi en omfattende nyhedsformidling til Nordjylland.

Hertil kommer en lang række udgivelser og fagmedier fra datterselskabet Nordiske Medier, som med selvstændigt driftsansvar og egen organisation og ledelse er til stede i både Danmark, Sverige og i Norge, hvor der udgives både digitale og trykte medier.

Det Nordjyske Mediehus' mission i sig selv tegner en samfundsmæssig forpligtelse, og hvor der er en naturlig sammenhæng med vores forretninger, ønsker vi at spille en aktiv rolle og gennem vores medieaktiviteter bidrage til den offentlige samtale og dermed den demokratiske dialog i Nordjylland.



Vores mission

Vi er Nordjylland, og Nordjylland er os. Vi skaber viden og fællesskaber mellem mennesker. Vi oplyser, engagerer og inspirerer. Vi er nordjydernes mediehus, der skaber stolthed og sætter Nordjylland på landkortet.



Vores vision

Vi vil være Danmarks bedste og mest innovative mediehus med et sundt økonomisk fundament. Vi sætter nordjyderne i stand til at navigere i samfund og eget liv. Vi vil informere, inspirere og underholde både private og erhvervskunder på relevante platforme. Vi sørger for perspektiv og er tæt på nordjydernes liv. Vi er tæt på det samfund, de færdes i, og det, de beskæftiger sig med.



Nordjyske – et moderne nyhedsmedie med en stærk forankring i Nordjylland

Centralt i Det Nordjyske Mediehus' kerneopgave står udgivelsen af Nordjyske, som i dag udkommer både digitalt og på print. Der kan trækkes en ubrudt linje fra førsteudgaven af avisen "Nyttige og Fornøjelige efterretninger" og Nordjyske anno 2024, men de seneste 257 år er ikke gået sporeløst henover os. Selvom opgaven – at udgive journalistik, der gør en forskel for nordjyderne – er den samme, er måden vi gør det på, og måden vi udkommer på, forandret.

Vi har med en ny strategi skærpet vores indhold og fokuserer vores journalistik på fire styrkeområder, som vi folder ud over de næste sider under overskrifterne: Samfund, Nordjydernes Liv, Erhverv og Sport. Det

handler om at gøre en positiv forskel i nordjydernes hverdag og for Nordjylland som del af Danmark og verden.

Samtidig påtager vi os rollen som facilitator og igangsætter af de vigtige samtaler om livet i Nordjylland. Det sker gennem et bredt favnende debatmiljø, hvor nordjyderne i stort omfang bidrager med debatindlæg til Nordjyske. Vores debatredaktion opsøger af egen drift nordjyder, der med deres stemme eller deres indsats kunne være interessante at inddrage, og opfordrer dem til at give deres holdning til kende. Det gør vi for at tilføre den offentlige, nordjyske samtale nuancer og nye perspektiver.

Forvalter de nordjyske politikere magten bedst muligt?

Al journalistik er udtryk for et valg. Der er områder, emner og historier, vi som mediehus vælger til og fra, alt efter nordjydernes interesse. Men for Nordjyske er der et fundament, som vi ser som vores bundne opgave at beskæftige os med: Vi tager ansvar for Nordjylland og varetager landsdelens interesser, og derfor er det Nordjyskes kerneopgave at udfordre og passe på fællesskabet i Nordjylland.

Vi stiller spørgsmål – også de kritiske – på vegne af nordjyderne, når der bliver taget beslutninger på Christiansborg. Og vi vender også det kritiske blik mod vores egen landsdel: Forvalter de nordjyske politikere magten bedst muligt? Får nordjyderne den kommunale service, de kan forvente? Har vi lige adgang til læge og hospitalsvæsen, eller er nogen mere lige end andre?

Det er nogle af de spørgsmål, nordjyderne kan stole på, at Nordjyskes politik- og samfunds-dækning søger svar på og sætter til debat.

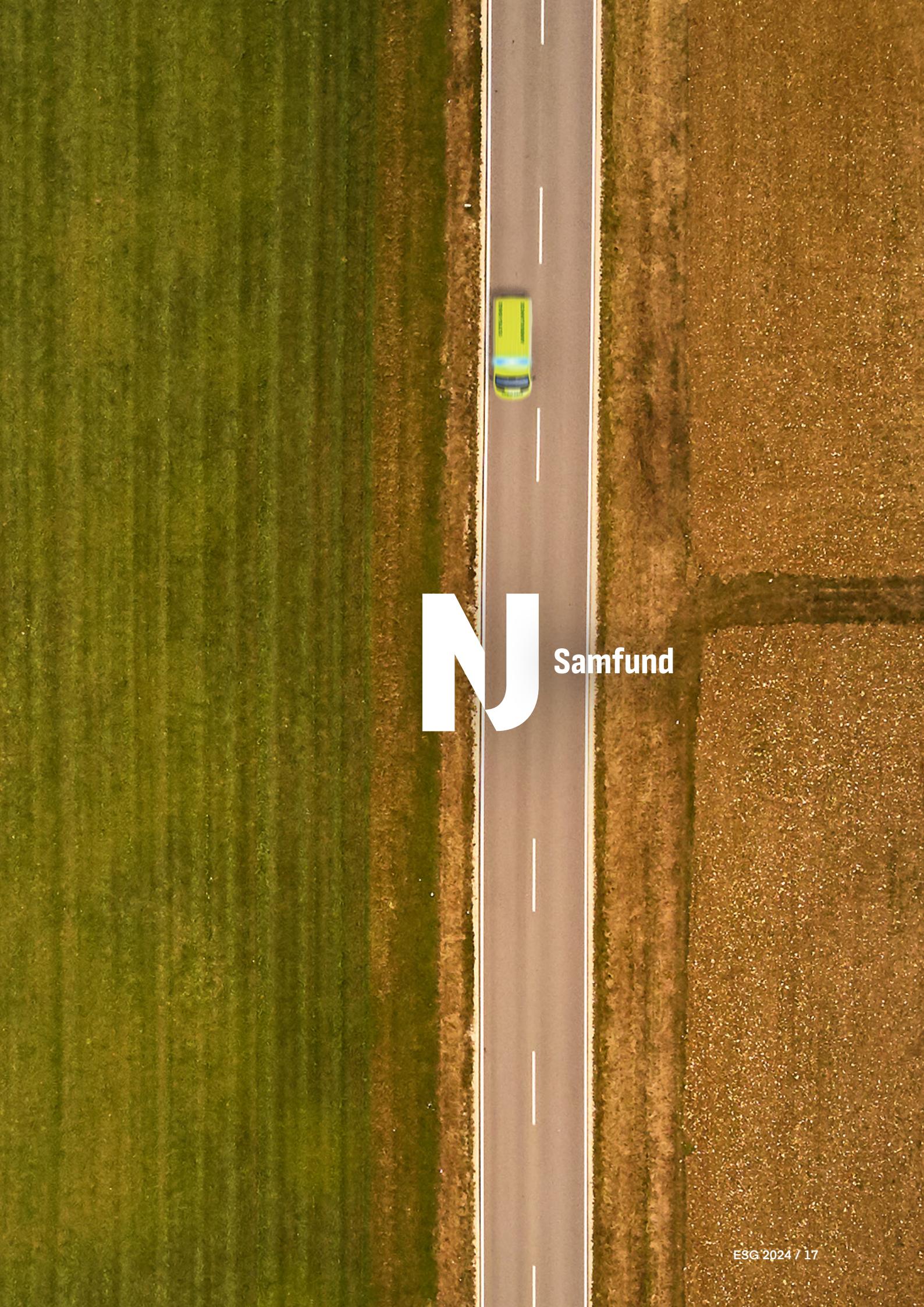
Konkret udkommer journalistikken på mange måder og i forskellige formater. Nogle sager kræver klassiske, undersøgende artikler, hvor

Nordjyske gennem aktindsigter, research og kildenetværk afdækker skandaler og kritisable forhold.

Det er for eksempel tilfældet i de afsløringer om Region Nordjyllands akutberedskab, som journalister på Samfundsredaktionen har lavet: En konkret krænkelssag i akutberedskabets øverste ledelse førte til en afdækning af store problemer med arbejdsmiljøet i ambulanceberedskabet. Blandt andet har det betydet et højt sygefravær og dermed ambulancer, der har holdt stille i garagen. Dermed har det fået direkte konsekvenser for de borgere i Nordjylland, der har allermest brug for hjælp, når de ringer 112. Nordjyskes dækning har fået den konsekvens, at Region Nordjylland nu har fået en krænkelsspolitik og har indført nultolerance i den type sager.

I andre tilfælde inviterer vi nordjyderne til at debattere fælles dagsordener. I efteråret tog over 100 nordjyder imod vores invitation og mødte op i Tårs Forsamlingshus for at debattere blandt andet lægedækning i Nordjylland med statsminister Mette Frederiksen (S).

[Læs med her](#)

An aerial photograph of a two-lane asphalt road stretching vertically through the center of the frame. A bright yellow car is driving away from the viewer on the right side of the road. The road is flanked by green grass on the left and brown, tilled soil on the right.

N Samfund



N

Nordjydernes liv

Journalistik, der inspirerer til forandringer i hverdagen

Nordjyderne lever, bor og er til på en anden måde end andre danskere. Vi bor tættere på vores rødder, har lavere indkomster, får børn tidligere – og er tættere forbundet med naturen.

Derfor er Nordjyske det naturlige sted at gå hen og få inspiration og nye input til hverdagslivet, og derfor kan vi fra vores ståsted i landsdelen give nordjyderne perspektiver og ideer til familielivet og den personlige sundhed, som ingen andre kan.

Vi fortæller om nordjyder, der har fundet løsninger på sundhedsmæssige udfordringer, boligvalg eller familieliv, og som kan inspirere andre gennem deres erfaringer. Ved at trække på nordjyske rollemodeller skaber vi et stærkere bånd mellem indholdet og læserne, som ser sig selv i de historier, vi fortæller. Med vores udgivelser kan nordjyderne dermed finde et fællesskab om det nære.

Vi har både gennem artikler på nordjyske.dk og via videoformater sat fokus på småbørnsfamiliernes til tider dilemmafyldte hverdag med børn i daginstitution, fuldtidsjob og ambitioner om at opbygge en god hverdag for hele familien.

Hvordan tackler man det, når man enten har dårlig samvittighed over for sin arbejdsgiver eller sine børn? Nordjyske har lavet historier om nordjyder, der fortæller om de valg, de har taget, og med garvede pædagoger og andre erfaringseksperter, der bidrager med råd og inspiration.

Formålet er at levere indhold, der både spejler og udfordrer, samtidig med at det er forankret i det nordjyske og i målgruppens virkelighed. Nordjyderne skal føle sig set og forstået i vores indhold – og vi skal give dem værktøjer til at forbedre deres liv.

[Se med her](#)

A low-angle shot of a massive blue industrial crane, likely a port crane. The structure is composed of thick blue steel beams and ladders. A central control cabin with several windows is visible. The crane's arm extends diagonally across the frame. The background is a pale, overcast sky.

N Erhverv



Erhvervslivet er Nordjyllands lokomotiv

Erhvervsdækningen i Nordjyske udgør en væsentlig del af vores journalistik.

Vores undersøgelser viser, at det specielt er gennem erhvervsdækningen, at vi har mulighed for at nå ud til de nordjyder, der hver dag går på arbejde. De har en både naturlig og stærk interesse i at vide, hvad der rører sig i det erhvervsliv, de selv er en del af.

Samtidig er netop virksomhederne i Nordjylland og deres evne til at skabe job og tjene penge helt afgørende for landsdelens udvikling. Et levende og sundt erhvervsliv er rygraden i Nordjylland og helt afgørende både for nordjydernes privatøkonomi og for de nordjyske kommuners økonomiske grundlag for at kunne levere offentlig service. Derfor er det et område, Nordjyske prioriterer.

I vores erhvervsdækning har vi fingeren på pulsen og giver brugerne viden og perspektiv, der gør dem klogere på det erhvervsliv og samfund, de er en del af. Vi oversætter kompleksiteten i de store erhvervshistorier, så man ikke blot forstår, hvad der sker, men hvorfor det sker – og hvad det betyder for dig. Fortalt gennem interessante nordjyske erhvervsfolk og virksomheder.

Vi holder kritisk øje med nordjysk erhvervsliv, men vi praler også af nordjyske erhvervssucceser og sætter dem på landkortet. Vi insisterer på at juble og fortælle om de gode eksempler – også selvom den nordjyske natur nogle gange tilsiger noget andet. Samtidig ser vi det som en del af vores opgave at afsløre de brodne kar, som modarbejder et stærkt og sundt, nordjysk erhvervsliv.

Når vi lykkes med vores erhvervsjournalistik, kan ét menneskes fortælling give både viden og erhvervsmæssige perspektiver. Tag blot historien om Morten Grabowski Kjær, en af personerne bag den nordjyske erhvervssucces Luksusbaby, der ærligt deler ud af sine egne erfaringer – og hvorfor han til sidst valgte at forlade direktørposten i sin egen virksomhed.

[Læs med her](#)

Sport er det, der forbinder os

Brølet fra Aalborg Stadion en mørk efterårs-aften er ikke til at tage fejl af: AaB har scoret, og efter et år i næstbedste række føles hvert et mål som en sejr. Helt anderledes er det fat med Aalborg Håndbold, som ikke bare stiler efter at spille med i toppen af den danske liga. Her er ambitionen at være bedst – i verden. Fælles for de to klubber er, at deres brede forankring i Nordjylland binder nordjyderne sammen. De er "vores", og når de vinder – og taber – er vi sammen om oplevelsen. Derfor er Nordjyske med, når AaB eller Aalborg Håndbold er i vælten. Som et konstruktivt og kritisk fanmedie, der ved alt, dækker det vigtigste og har det historiske bagkatalog.

Men Nordjyskes sportsdækning er mere end de to storklubber. Netop inden for sportsdækningen har vi taget et opgør med vanetænkning og et overdrevet fokus på kamprapportering. Det giver vores sportsredaktion luft til at kaste lys på nordjysk elitesport inden for en lang række sportsgrene, ikke gennem kampfokus, men ved at fokusere på menneskene i sport. De stærke fortællinger, som ikke handler om mål og taktik, men om alt det der også kendetegner en sportsudøver: drømme, ambitioner, tanker om karrieren og livet.

Samtidig dyrker vi de skarpe kommentarer og analyser, hvor vi bringer os selv og vores viden i spil og perspektiverer de vigtigste tendenser i nordjysk elitesport. Vi dyrker historier, der kombinerer sport og erhverv. Det unikke indblik i morgendagens nordjyske sportsstjerner. Det unikke indblik i, hvad der foregår bag kulisserne i de største nordjyske sportsklubber.

Sport er følelser og fællesskab, og Nordjyske har en helt oplagt rolle at spille. Det gør vi på skrift, i livesendinger på nordjyske.dk og i vores to ugentlige podcasts Giga og Ripodsten, hvor vi får lov til at nørde nordjysk sport med flere tusinde lyttere hver uge.

[Lyt med her på Ripodsten eller Giga](#)



N Sport



AI er en naturlig del af hverdagen

Kunstig intelligens, AI, er på alles læber. AI revolutionerer hele brancher og giver skolelærere kloden over grå hår, når elever afleverer skoleopgaver skrevet af ChatGPT eller en af de andre sprogmodeller, der har sat nye standarder for, hvad robotter kan mestre. Den nye teknologi breder sig som løbeild og bliver i dag brugt i alle hjørner af vores samfund – fra lejlighedssange til 60 års-fødselaren til livreddende teknologier i vores sundhedssektor.

Som en digital virksomhed har vi allerede taget kunstig intelligens til os. Vi ser brugen af AI som en naturlig del af løsningen på teknologiske udfordringer i alle husets afdelinger. I journalistikken giver brug af generativ AI anledning til nogle dybere overvejelser: Kunstig intelligens kan hjælpe journalisten i både research-, ide- og udførelsesfasen, men teknologien må på ingen måde kompromittere vores troværdighed.

Derfor er det et princip for alle husets redaktionelle medarbejdere, at AI er et værktøj, der kan hjælpe journalisten – men ikke stå som afsender på det færdige produkt. Det er journalisten og i sidste ende den ansvarshavende chefredaktør, der står på mål for indholdet i Det Nordjyske Mediehus' journalistiske udgivelser, ikke en robot.

For at være så transparente i vores journalistik som muligt deklarerer vi indholdet, så det klart fremgår, hvis kunstig intelligens for eksempel har skabt en illustration til en nyhed. Med de etiske retningslinjer på plads åbner brugen af kunstig intelligens for bedre journalistik. Med hjælp fra generativ AI kan journalisten for eksempel kategorisere og validere store mængder af tekst og finde mønstre i datasæt.

Nordjyske borgere fik glæde af journalistisk brug af AI, da Nordjyske i efteråret i samarbejde med det norske medie iTromsø kunne fortælle om en røntgenlæge med arbejde i Aalborg, der brugte påfaldende kort tid på at gennemgå røntgenbilleder. Disse udregninger var blandt andet sket med hjælp fra AI-teknologi.

I yderste konsekvens kan brugen af AI i dette tilfælde have været med til at redde liv. Afdækningen af røntgenlægens arbejde har betydet, at både Region Nordjylland og myndighederne i Norge har meddelt, at lægen ikke længere kan arbejde for dem. Nordjyske er fortsat i gang med at afdække, hvilket omfang lægens arbejde i Nordjylland har haft – og hvad det kan have haft af konsekvenser for patienterne.

[Læs med her](#)



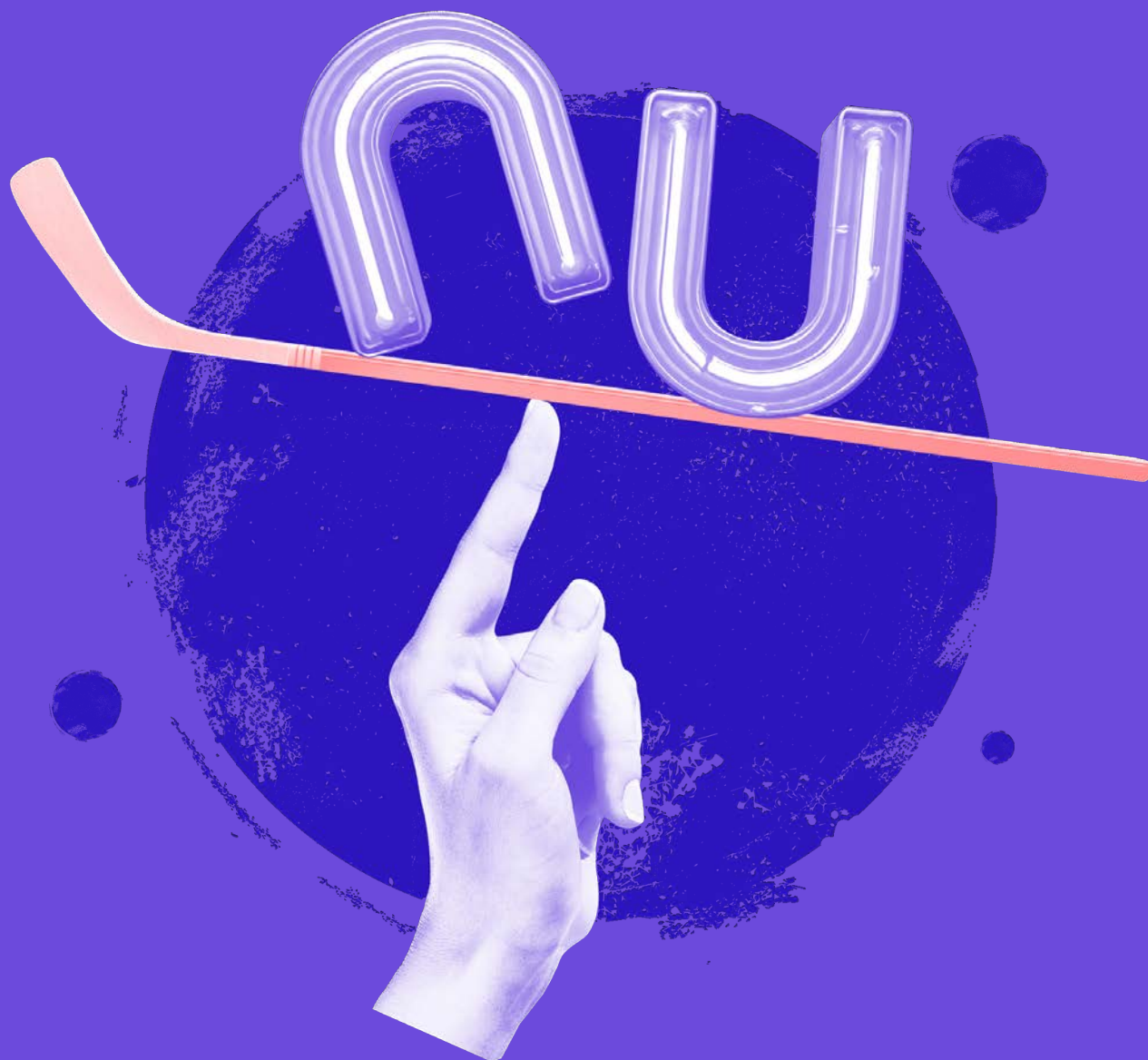
Stærke medier understøtter samfundsansvar

Kernen i Det Nordjyske Mediehus er Nordjyske. Det er vores publicistiske ståsted, der er uafhængig af økonomiske særinteresser og – som beskrevet i de ovenstående afsnit – tager sin del af samfundsansvaret ved at bidrage til, at vi har et oplyst demokrati ved at fungere som organ for det frie ord.

Derudover stræber Det Nordjyske Mediehus efter at drive en række rentable mediebrands, der aktivt bidrager til at styrke de bånd, der

binder os sammen i byer, foreninger, fritidsliv, på uddannelsesinstitutioner og arbejdspladser i det nordjyske.

Det gør vi ved at fokusere på det store i det nære med lokalmediet LigeHer.nu. Ved at understøtte nordjysk erhvervsliv med B2B-mediet Vigeur. Ved at levere nordjysk infotainment med radiokanalen ANR. Og ved at tage breddeidrætten seriøst med amatørsportssitet Seriesport.nu.



LigeHer.nu

LigeHer.nu er nyheder fra nærheden. Her følger og dækker vi det lokale liv i hele Nordjylland. Udgangspunktet er websiden LigeHer.nu, men nyhederne kan også tilgås via daglige nyhedsbreve, ugentlige lokalaviser og sociale medier, som opdateres løbende.

Målgruppen er modne og moderne nordjyder med overblik og udsyn, der interesserer sig for alt, hvad der rører sig i lokalmiljøet – fra foreningsliv og forretningsliv til natur og natteliv.

Vi er til stede journalistisk og som medskaber af events og begivenheder. Det gælder eksempelvis med Bio Lounge, som vi i 2024 for andet år i træk har afholdt tre hverdagsaftener, hvor vi viste klassiske og nye film på storskærm centralt i Aalborg.

Ambitionen med LigeHer.nu er at fremtidssikre lokaljournalistikken ved at digitalisere den, samtidig med at vi angriber den grønne dagsorden ved at nedbringe forbruget af papir og brændstof i forbindelse med tryk og udbringning af de lokale aviser.

I løbet af 2024 nedbragte vi således både papirforbruget og CO2-udledningen ved distribution, da vi sammenlagde aviserne ved at gå fra 20 til 7 titler. Det arbejde fortsætter med intensiveret styrke i det kommende år.

LigeHer.nu opnåede i 2024 en placering i top-4 over de mest læste nyhedswebsider i Nordjylland, mens LigeHer.nu Aalborg kan bryste sig af at være landets næstmest læste lokalavis.



Seriesport.nu

Seriesport er amatørsport for alvor. Her går vi helt tæt på den nordjyske amatørsport med samme passion som spillere, trænere og tilskuere.

Seriesport.nu blev lanceret i maj 2023 som en ny satsning, der i første omgang dækker herrefodbold fra serie 3 til og med Danmarksserien.

Ambitionerne er dog store, da vi med tiden satser på at dække store dele af nordjysk breddeidræt, der om noget handler om

fællesskaber. Den lokale sportsklub er det sociale omdrejningspunkt i mange nordjyske byer – og byens førstehold er den lokale stolthed. Seriesport.nu taler ind i både stoltheden og passionen ved at tage amatør-sporten alvorligt – uden dog at glemme vigtigheden af det sociale element fra "3. halvleg".

Seriesport.nu har allerede fordoblet antallet af brugere fra 2023 til 2024, hvor sitet har præsteret godt en million sidevisninger.





ANR

ANR er nordjysk infotainment. Her giver vi nordjyderne et fristed – både når der er brug for at lægge bekymringerne til side og tænde op under festen, når der er brug for et godt grin, og når der er brug for at have en god ven i øret. Målgruppen er i løbet af 2024 modereret, så vi nu sigter efter modne og moderne nordjyder, der er i øjenhøjde med værtsparret Niels Skovmand og Camilla Gammelgaard, som står i spidsen for radiokanalens morgenshow på alle hverdage. Musikken er derfor den gode blanding af de store danske og internationale artister. ANR spiller ny musik og de største hits. ANR er soundtracket til både aktivitet, afslapning, fest og fornøjelser.

Med flere end 160.000 ugentlige lyttere er ANR en af landets absolut største lokalradioer, men vi er meget mere end det. ANR findes også på sociale medier og ved udvalgte events, når festen skal startes. Og så er vi til

stede overalt i Nordjylland med udsendelser og live-radio, der frem for alt handler om at møde lytterne og tale landsdelen op – gerne med et glimt i øjet.

Ambitionen med ANR er at lave radio for alle nordjyder, der trænger til at sænke skuldrene og trække på smilebåndet. På morgenshowet tager vi døgnets begivenheder under behandling og giver dem et kærligt twist. Værterne er ikke altid enige – men de er altid underholdende og engagerende.

Interaktionen med lytterne er derfor stor både på sociale medier og sms, ligesom vi elsker at engagere med brug af konkurrencer. ANR på FM dækker stort set hele den nordjyske region. Man kan også finde ANR på DAB+ og streaming (app og smart speakers) samt på Instagram og Facebook, hvor vi har over 100.000 følgere.

Vigueur

Vigueur er viden til vækst. Her understøtter vi nordjyske virksomheder, der søger inspiration, motivation og udvikling. Vi fungerer som et medie, et fællesskab og en platform for vækst.

Målgruppen er ambitiøse beslutningstagere i nordjyske virksomheder med særligt fokus på små og mellemstore virksomheder.

Ambitionen med Vigueur er at formidle indhold og skabe indsigter, der understøtter og styrker mulighederne for at drive forretning i Nordjylland med succes.

Vigueur brænder for erhvervslivet i Nordjylland, og vi tror på, at værdien opstår, når vi udforsker og diskuterer viden for at finde ud af, hvordan den anvendes. Vi tror på dybde og fordybelse, respons og refleksion.

Med base i Nordjylland og udgangspunkt i supertemaerne Arbejdskraft, Bæredygtighed, Produktivitet og Sikkerhed udforsker vi derfor de mest relevante emner og præsenterer dem via digitalt indhold, oplæg og panel-diskussioner.

Målet med Vigueur er at udvikle Nordjylland som region ved at skabe konstruktive forbindelser mellem de nordjyske virksomheder og ambitiøse, erhvervsaktive nordjyder. Det gør vi blandt andet ved at afholde dagskonferencen Vigueur Live, som også i 2024 blev en succes med prominente hovednavne som AaB-træner Menno van Dam og fremtidsforsker Anne Skare Nielsen på scenen suppleret af inspirerende paneldebatter og rammer, der gav mulighed for at netværke.

Ambitionen udledes også flere gange om året med Vigueur Business Lounge, som afholdes forskellige steder i Nordjylland for at komme helt tæt på samt dyrke og styrke det lokale erhvervsliv. Fælles for koncepterne er, at Vigueurs indhold møder brugerne fysisk, mens der skabes tid og rum til værdiskabende netværksmøder for vores partnere.



Vigreur



Vi bakker aktivt op om nordjysk erhvervsliv

I Det Nordjyske Mediehus står vi ved vores medansvar for udviklingen i Nordjylland. Her er vi funderet som virksomhed. Vores medarbejdere bor her. Vores kunder bor her. Hele døgnet – året rundt – fortæller vi derfor om livet i Nordjylland på vores platforme både regionalt og lokalt. Vi fortæller om landsdelens succeser, udvikling, potentialer og om dit og mit liv.

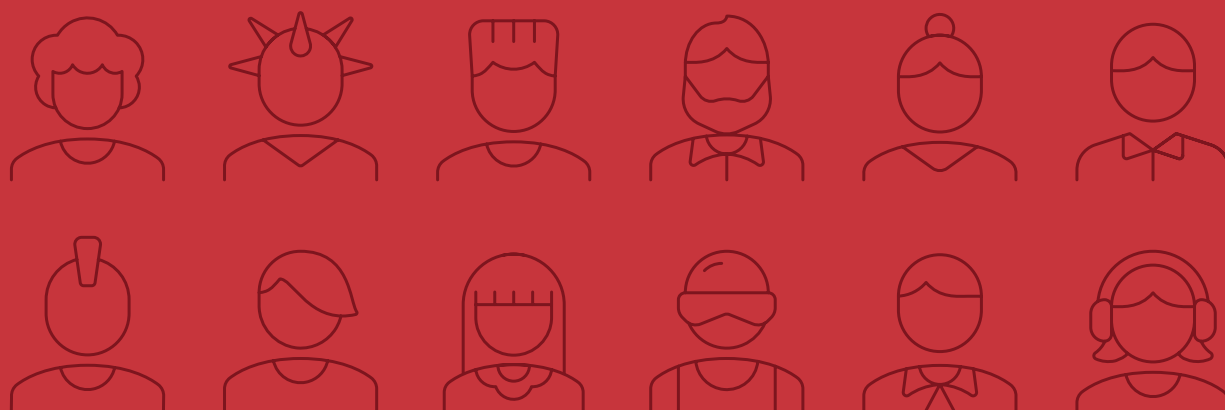
Nordjylland byder på et væld af muligheder og aktive, stærke fællesskaber. Det er vores kerneopgave at bidrage hertil. Med kampagner og aktiviteter ønsker vi at bakke op om det nordjyske erhvervsliv, blandt andet ved at sætte fokus på det lokale liv og handelsliv – og ikke mindst ved at bakke op om og støtte det nærmiljø, vi bor og lever i.

Foruden at understøtte nordjysk erhvervsliv med B2B-mediet Vigeur bidrager vi blandt

andet med rådgivning, partnerskaber og viden rettet mod vores nordjyske erhvervs-kunder.

Med udgangspunkt i vores strategiske kommunikationsmål tilbyder vi professionel rådgivning om kreative markedsførings-kampagner på tværs af platforme. Gennem meningsfulde aktiviteter stræber vi efter at inspirere og dele indsigt i aktuelle trends og tendenser inden for markedsføring, som kan bidrage til bæredygtig vækst og ansvarlig kommunikation.

I vores partnerskaber fremmer vi transparens og samhørighed og inviterer gerne vores erhvervs-kunder til indblik i vores daglige arbejde og fælles engagement i at skabe værdi – dét sker blandt andet, når vi byder på indsigter fra Den Nordjyske Agenda.



Den Nordjyske Agenda

Vi indledte 2024 med Den Nordjyske Agenda, hvor vores største erhvervskunder var inviteret til at høre, hvorfor vi nordjyder ikke er helt som alle de andre danskere. Den Nordjyske Agenda stillede skarpt på nordjyderne og hvilke nye trends og tendenser, der ville præge året. Sammen med PEJ Gruppen, Jysk Analyse og Dentsu gav vi gæsterne mulighed for at høre om de seneste retail-trends, om tidens adfærd og medietendenser. Vi lavede et særligt nedslag med Dentsu på medievalg og adfærd i relation til Generation Z – en analyse Dentsu har lavet for Det Nordjyske Mediehus i udviklingen af nye medier mod

den yngre målgruppe – som vi gerne ville dele indsigter fra til erhvervslivet. Aftenen sluttede med mulighed for at netværke med en række stærke nordjyske virksomheder.

I forlængelse af eventet udgav Det Nordjyske Mediehus highlights fra Den Nordjyske Agenda 2024. Her får læserne adgang til fakta og fokus på tendenser, ligheder og forskelle, som er værd at kende, når de vil i kontakt med nordjyderne. Det er muligt at få indsigt i analysen Den Nordjyske Agenda ved at kontakte en medierådgiver fra Det Nordjyske Mediehus.



I 2024 holdt 45% af nordjyderne
hele eller dele af deres **ferie i**
Nordjylland.



Ansvarlig markedsføring

Det Nordjyske Mediehus har tilsluttet sig RettighedsAlliancens Kodex – en frivillig aftale, der blev etableret i 2017 i samarbejde med Kulturministeriet. Kodekset sætter rammerne for en fælles indsats mod ulovligheder på internettet og fungerer som et sæt retningslinjer for ansvarlig digital adfærd. Gennem vores tilslutning støtter vi målsætningen om at gøre internettet til en sikker og troværdig markedsplads, og vi forpligter os på at sikre, at vores produkter, tjenester og reklameplads ikke bruges til at understøtte ulovlige aktiviteter.

Udover vores tilslutning til kodekset har vi også implementeret interne retningslinjer for ansvarlig markedsføring, som fastlægger, hvilke produkter og tjenester vi vil markedsføre. Vi stiller strenge krav til alle annoncører og har klare procedurer for at sikre, at vores markedsføring altid er i overensstemmelse med både lovgivning og etiske standarder.

Som en del af vores engagement afviser vi annoncører, hvis vi vurderer, at de ikke overholder lovgivningen som aktører på internettet. RettighedsAlliancen deler løbende en opdateret liste over internetsider, der tilbyder ulovlige tjenester, og hos Det Nordjyske Mediehus har vi implementeret klare procedurer og digitale løsninger, der sikrer, at sådanne tjenester blokeres med det samme.

Gennem 2024 har vi aktivt afvist flere annoncører, som ikke lever op til kodekset og vores interne retningslinjer, hvilket understøtter vores mål om at gøre internettet til en mere sikker og troværdig platform for både brugere og virksomheder.



Vi har et særligt presseetisk ansvar

Vores mediehus er styret af vores værdier og etik, som er grundlaget for både vores journalistik og vores holdninger.

Vi arbejder ud fra et omfattende sæt af etiske regler, som beskriver holdninger og adfærd i forhold til det journalistiske, publicistiske arbejde. Fundamentet er de vejledende regler for god presseskik, som vi har udbygget og præciseret på detnordjyskemediehus.dk.

Dansk Pressenævn er en vigtig institution i det danske demokrati. Nævnet er alene med sin eksistens med til at holde justits i mediebranchen. Det Nordjyske Mediehus tager naturligvis ansvar for indholdet i vores medier, og vi er tilmeldt Pressenævnet.

Vi stræber efter at følge de presseetiske regler i alt, hvad vi gør. Det udelukker dog ikke pressenævnssager, for der kan være mennesker, virksomheder eller organisationer, som kan have et andet syn på dækningen af en sag,

end vi selv har. Sager ved Pressenævnet kan være et udtryk for en sådan situation, ligesom det kan være et udslag af fejl fra vores side.

I 2024 er vi blevet indbragt for Pressenævnet i fire sager. I tre af sagerne er der ikke udtalt kritik af Nordjyske, i den fjerde sag er der udtalt delvis kritik for mangelfuld berigtigelse.

Uanset baggrunden for en sag forsøger vi at lære af sager ved Pressenævnet, både dem der falder ud til vores fordel, og dem der ender med kritik af vores journalistik. Det er ikke altid, at vi er enige i Pressenævnets afgørelser, men vi tager hver eneste til efterretning, diskuterer dem internt og bringer de meddelelser, som nævnet pålægger os.



Dataetik

Vores samfund bliver stadig mere afhængigt af data – til beslutningstagning, innovation, dagligdagsaktiviteter og ikke mindst i vores arbejdsliv i en digital medieverden.

Dataetik hos Det Nordjyske Mediehus omfatter de etiske principper for ansvarlig brug af data og teknologi i takt med den stigende digitalisering. Det Nordjyske Mediehus har vedtaget en politik for dataetik, der sikrer en etisk behandling af data og danner en solid ramme for ansvarlig dataanvendelse i alle vores selskaber. Denne politik omfatter samtlige ansatte – både fuldtids- og deltidsansatte samt konsulenter. Derudover har vi omfattende etiske retningslinjer for vores redaktionelle arbejde samt interne og eksterne politikker for databeskyttelse.

Digitalisering og brugen af kunstig intelligens (AI) er højt prioriteret i Det Nordjyske Mediehus, hvor vi blandt andet anvender digitale løsninger til at forbedre kundeoplevelsen og optimere administrative processer. Vi arbejder målrettet for at sikre, at digitalisering og AI-løsninger skaber merværdi for kunder og

brugere og understøtter deres behov uden at gå på kompromis med rettigheder eller dataintegritet. Digital anvendelse af data følger vores dataetiske principper, hvilket er afgørende for virksomhedens omdømme, vækst og evne til at skabe tryghed hos vores interessenter.

Vores politik for dataetik understøtter til enhver tid behandling af data i overensstemmelse med gældende lovgivning og medfører, at data ikke anvendes til formål, der kan kompromittere dataintegriteten. Politikken sikrer gennemsigtighed omkring formål og datatyper og revideres årligt af den øverste ledelse.

IT-sikkerhedsniveauet er et helt centralt element for stabil og pålidelig drift og reguleres gennem vores IT-sikkerhedspolitik, som har til formål at beskytte Det Nordjyske Mediehus og vores kunder mod databrud og uautoriseret adgang. Som en del af denne indsats gennemfører vi obligatoriske cyber- og datasikkerhedskurser for alle medarbejdere.





Respekt for menneskerettigheder

Som en virksomhed med base i Skandinavien - der bygger på demokratiske værdier og et solidt fundament af respekt for menneskerettigheder - vurderer vi risikoen for overtrædelser som minimal på baggrund af vores løbende risikovurderinger, der inkluderer analyser af vores forsyningskæde, arbejdsforhold og samarbejdspartnere.

Dette arbejde sikrer, at vi kontinuerligt overvåger og reducerer potentielle risici. I 2024 har vi ikke oplevet sager om brud på menneskerettigheder.

Vi er engagerede i at udvikle og forbedre vores politikker for at sikre, at vi fortsat skaber trygge og retfærdige forhold for alle interessenter. For det kommende år planlægger vi at

styrke overvågningen af potentielle risici gennem mere omfattende evalueringer samt et tættere samarbejde med relevante partnere. Denne indsats er en del af vores langsigtede mål om at fremme bæredygtighed og menneskerettigheder i alle aspekter af vores virksomhed.

Vi arbejder med stolthed for at fremme og respektere de internationale principper for menneskerettigheder, herunder FN's retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhverv. Vi har en klar ambition om at sikre, at alle vores medarbejdere og samarbejdspartnere arbejder under trygge, retfærdige og lige vilkår, hvilket vi konstant arbejder på at forbedre gennem dedikerede indsatser og samarbejder.



Code of Conduct

I vores Code of Conduct har vi udarbejdet tydelige retningslinjer for leverandører, ansatte og ledelsen. Disse inkluderer nul-tolerance over for korruption og bestikkelse, krav om fair arbejdsforhold, respekt for menneskerettigheder samt en forpligtelse til at indrapportere mistænkelige aktiviteter. I 2024 har vi ikke modtaget indberetninger om brud på vores retningslinjer.

Vi lægger vægt på at skabe en kultur, der bygger på integritet og ansvarlighed. Dette indebærer, at vi arbejder aktivt for at forebygge korruption og bestikkelse i alle dele af vores virksomhed. Vores Code of Conduct er designet til at sikre, at alle medarbejdere og samarbejdspartnere forstår deres rolle i at opretholde disse standarder.

For at styrke vores indsats har vi implementeret robuste interne procedurer og en anonym whistleblowerordning, som giver både interne og eksterne interessenter mulighed for at rapportere potentielle overtrædelser uden frygt for repressalier. Dette understøtter vores mål om at fremme en gennemsigtig og retfærdig arbejdskultur.

I 2025 styrker vi vores eksisterende processer ved at fokusere på en mere struktureret risikostyring i vores forsyningskæde. Derudover fortsætter vi med at samarbejde med relevante partnere for at sikre, at vores politikker forbliver opdaterede og i overensstemmelse med gældende standarder. Dette er en del af vores vedvarende indsats for at fremme ansvarlighed og bæredygtighed i vores forretningspraksis.



Vores sociale ansvar

I Det Nordjyske Mediehus påtager vi os et socialt ansvar i forhold til støtte og udvikling af Nordjylland. Det sker blandt andet gennem et fokus på unge og uddannelse samt en håndsrækning til de mennesker, der står uden for eller for første gang skal stifte bekendtskab med arbejdsmarkedet.





Vi bakker op om unge under uddannelse

I alle vores selskaber tager vi et aktivt ansvar for at støtte unges uddannelse og uddannelsesvalg – lige fra grundskoleniveau til det første job. Og så glæder vi os altid over muligheden for at åbne dørene til vores mediehus, når vi byder studerende eller uddannelsesinstitutioner velkommen, så vi kan dele viden, erfaringer og inspiration.



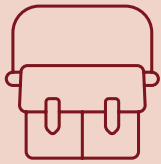
Vi uddanner fremtidens journalister

Uddannelse af fremtidens journalister er et vigtigt indsatsområde for Det Nordjyske Mediehus.

Derfor tilbyder vi som et led i journalistuddannelserne praktik til journaliststuderende ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX), Roskilde Universitet (RUC) og Syddansk Universitet (SDU). Journalistpraktikanterne er tilknyttet vores praktikantvejledere og får en praktisk uddannelse i journalistik i et skræddersyet forløb på flere redaktioner. Vi lægger vægt på at skabe et inkluderende læringsmiljø for vores

journalistpraktikanter, som fra første dag bliver betroet ansvar og udfordrende opgaver – hånd i hånd med løbende sparring og feedback.

I 2024 har vi haft 15 journalistpraktikanter på tværs af virksomheden, hvoraf flere efterfølgende har bevaret tilknytningen til Det Nordjyske Mediehus. Ligeledes har vores mediehus dannet ramme for besøg af knap 30 journaliststuderende fra DMJX, der i løbet af 2024 gæstede Aalborg for at prøve kræfter med lokaljournalistikken som en del af uddannelsen.



Praktik, studiejob og projektsamarbejde

Også til studerende på andre videregående uddannelser tilbyder vi en bred vifte af muligheder som praktikophold, studiejob og projektsamarbejder. På den måde får studerende fra forskellige uddannelsesretninger mulighed for at få hands-on-erfaring inden for vores branche. Det giver ikke blot de studerende chancen for at afprøve kompetencer i praksis, men også for at få relevant erfaring, der styrker CV'et og fremtidige jobmuligheder.

I 2024 har vi haft glæde af cirka 60 studentermedhjælpere, ligesom vi har indgået flere praktikforløb og case-samarbejder med studerende. I vores årlige engagements- og trivselsmåling vurderer vores studentermedhjælpere med en høj engagementsscore, at de generelt er tilfredse med deres ansættelse hos os. De vægter særligt en parameter som fleksibilitet i ansættelsen højt – så studiejobbet kan gå hånd i hånd med lektier, eksaminer og fritidsinteresser.



Karrieremesser og jobmuligheder

Fokus på unges uddannelse kommer ligeledes til udtryk, når vi deltager på job- og karrieremesser på de nordjyske uddannelsesinstitutioner, hvor vi i øjenhøjde med de studerende går i dialog om alt lige fra praktik til det første job. Vi har blandt andet deltaget på KarriereDagene for alle studerende og nyligt dimmitterede, ligesom vores distributionsforretning har deltaget på relevante jobmesser i hele regionen for at oplyse om vores jobmuligheder, herunder job for mennesker med særlige udfordringer. Vi bidrager derudover med inspirationsoplæg og sparring om job- og karriererelaterede emner, når uddannelsesinstitutioner inviterer os til at dele vores viden og erfaring fra et virksomhedsperspektiv.



Erhvervs- praktikanter

Gode praktikpladser er en essentiel del af uddannelsessystemet, også i grundskolen. I Det Nordjyske Mediehus påtager vi os et ansvar for at give elever fra grundskolens 8. og 9. årgang et indblik i hverdagen i et moderne, digitalt mediehus.

Med forløbet ønsker vi at give erhvervspraktikanterne en positiv og lærerig oplevelse med særligt fokus på journalistikken. Gennem undervisning, opgaver og feedback får praktikanterne indsigt i emner som portrætskrivning, fotografering, sportsjournalistik, sociale medier og radio – og dermed et indtryk af, hvordan en arbejdsdag som journalist kan se ud.

I 2024 har vi haft 13 erhvervspraktikanter fordelt over flere forløb – og i 2025 forventer vi fortsat at byde erhvervspraktikanter velkommen i mediehuset.

Desuden tilbyder vi en digital skoleworkshop til grundskolens ældste klasser med et omfattende undervisningsmateriale i medier og kommunikation. Materialet indeholder faglige videooplæg, case-opgaver og et journalistisk opslagsværk, der alt sammen frit kan downloades på detnordjyskemediehus.dk.

Vi ønsker fortsat at støtte unges vej fra uddannelse til arbejdsmarkedet med initiativer som ovennævnte. Vi ser det som en vigtig del af vores sociale ansvar at bidrage til, at unge får kompetencer og erfaringer, der gør dem bedre rustet til et fremtidigt arbejdsliv.

Vores donationer og bidrag

I Det Nordjyske Mediehus bidrager vi med økonomisk støtte til udvalgte initiativer, ligesom vi på anden vis bidrager med tiltag, der understøtter vores sociale ansvar i det nordjyske.

Det sker blandt andet gennem Aalborg Stiftstidendes Fond, der engagerer sig socialt og samfundsmæssigt. Siden 1967 har fonden uddelt legater til studerende ved højere læreanstalter i Nordjylland, som i forbindelse med studiet vælger at tilbringe en periode i praktik i udlandet eller at studere et semester ved en højere læreanstalt i udlandet. Hver legatportion er på 15.000 kroner, og i 2024 uddelte formanden for fonden i alt 10 legater; udvalgt på baggrund af knap 100 kvalificerede ansøgere.

I forbindelse med julen 2024 har Det Nordjyske Mediehus valgt at donere et beløb på 75.000 kr. til den frivillige organisation Ventilen. Ventilen gør blandt andet en stor indsats for at bekæmpe ensomhed blandt unge i Nordjylland ved at skabe sociale netværk og aktiviteter for unge mennesker. Det er medarbejderne i Det Nordjyske Mediehus, der i fællesskab har besluttet hvilken frivillig organisation i Nordjylland, som skulle modtage donationen.

Desuden har vi gennem 2024 fortsat et samarbejde med AalborgBibliotekerne, hvor vi giver læsere gratis adgang til dagens e-avis. Endeligt har vi et samarbejde med forsyningsvirksomhederne i Aalborg Kommune om at bringe affaldsposer ud til alle husstande i kommunen. Til denne opgave samarbejder vi med lokale foreninger, som står for omdelingen til husstandene og på den måde tjener penge til deres aktiviteter. Udvalgte eksempler på små aktiviteter, der forhåbentlig er med til at gøre en forskel.





Passionerede.

Vi brænder for at formidle verden omkring os til gavn for samfundet og kommende generationer. Vores passion er dét, der definerer nutiden og inspirerer fremtiden.

Åbne.

Vi inddrager omverdenen i vores arbejde, og vi inviterer til brugerinvolvering og medskabelse. Vi er lyttende, tolerante og inkluderende over for alle kulturer og fællesskaber og forstår, at resultater skabes gennem inspirerende samarbejder.

Modige.

Vi hylder initiativet, lærer af vores fejl og drives af en naturlig trang til at skabe og dele viden til fordel for vores kunder. Vi tænker konstruktivt og ser udvikling og ændringer som muligheder i stedet for forhindringer.

Ordentlige.

Vi sætter en ære i at være kendte for at være ordentlige overfor kunder, samarbejdspartnere, samfundet og hinanden. Vi ved, at sammen er vi stærkere end hver for sig, og vi er bevidste om den tillid, der vises os, og det ansvar, der hviler på os.



Job, der favner bredden

I Det Nordjyske Mediehus ønsker vi at give en håndsrækning til de mennesker, der har brug for særlig fleksibilitet med hensyn til arbejdstid og -opgaver. Denne fleksibilitet har vi i særlig høj grad mulighed for at give i vores distributionsforretning, hvor vi omdeler aviser og reklamer 365 dage om året i hele regionen.

Fra fjerde kvartal 2023 til tredje kvartal 2024 har i alt 102 medarbejdere været ansat i fleksjob hos Det Nordjyske Mediehus, hvilket svarer til 3,2% af vores samlede medarbejderstab. En stor del af dem er netop beskæftiget i vores distribution.

Procentsatsen placerer os to procentpoint over sammenlignelige virksomheder og 0,8 procentpoint over landsgennemsnittet i forhold til antallet af fleksjobansættelser (Kilde: Benchmarkmodellen fra Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering i samarbejde med Virksomhedsforum for Socialt Ansvar).

Eksternt samarbejder vi desuden med Aalborg-virksomheden NordVirk og RessourceCenter Aalborg (RCA), som begge arbejder for at udvikle arbejdsevnen og skabe jobmuligheder for borgere med særlige udfordringer. Det uddyber vi i afsnittet "Samarbejde om genbrug".

Distributionen

Det Nordjyske Mediehus' distribution leverer til hele Nordjylland 365 dage om året. Vi beskæftiger i alt omkring 1500 omdelere, der hver dag trodser vind og vejr på vej til nordjydernes postkasser. Omdelerne sikrer at breve, fagblade, aviser, magasiner og mindre pakker lander i de rigtige postkasser hver morgen. Desuden omdeler vi hver uge reklametryksager og ugeaviser til 240.000 husstande. Reklametryksagerne pakkes maskinelt til hver enkelt adresse og pakkes i den rækkefølge, som de skal leveres til husstanden.



En mangfoldig medarbejderstab distribuerer til hele Nordjylland

I Det Nordjyske Mediehus' distribution tilbyder vi job til en bred gruppe mennesker i et aldersspænd fra 13 til 86 år – fra grundskoleelever og universitetsstuderende til pensionister.

Hver uge har vi omkring 300 voksne og 900 unge omdelere i alderen 13-17 år, der sørger for, at lokalaviser og reklamer når ud til cirka 240.000 husstande fra Skagen til Hobro. For mange unge nordjyder danner jobbet som omdeler grundlag for de første erfaringer med arbejdslivet – det første "rigtige" arbejde. Vi har tilpasset omdelerjobbet til selv de yngste, så jobbet overholder arbejdsmiljøreglerne. Hos os arbejder de unge højst to timer om dagen og håndterer ikke mere vægt, end de må. Derudover leverer vi alle materialer direkte til bopælen, så de ikke skal hente bundter med reklamer på et depot – og deres

ruter er sjældent mere end 500 meter fra bopælen.

Vi mener, at det er værdifuldt for unge at have et arbejde. Det giver dem ansvar, som de vokser med, og samtidig lærer de værdien af at tjene egne penge. Mange forældre ser jobbet som omdeler som en god indgang til arbejdsmarkedet, da de kan støtte deres børn i starten. Desuden giver omdelerjobbet et stærkt CV, fordi arbejdsgivere ofte værdsætter de kvaliteter, jobbet kræver, i form af mødestabilitet og ansvarlighed.

Dertil kommer, at vi har omkring 50 forskellige nationaliteter i vores omdelerkorps. Vi tilbyder en mulighed for job under ordnede forhold for alle uanset baggrund – og for mange bliver det en del af deres integrationsproces i det nordjyske samfund.



Vores medarbejder- ansvar

Vi lykkes kun med at realisere vores ambitiøse mål, når vi har medarbejdere, som trives og brænder for at udfordre sig selv og vores kunder. Derfor har vi et helhedsorienteret fokus på vores virksomhedskultur, arbejdsmiljø, trivsel og engagement – områder, der tilsammen understøtter et strategisk mål om at være en attraktiv arbejdsplads.



Attraktiv arbejdsplads

Det Nordjyske Mediehus byder på mere end blot lækre omgivelser og god kaffe – selv om det bestemt er et plus. Hos os er vi en del af noget større og drives af en unik mulighed for at bidrage til en historisk udvikling af mediebranchen. Vi er nemlig ambitiøse – på både virksomhedens, Nordjyllands og vores medarbejderes vegne.

Som arbejdsplads er vi et hus i konstant udvikling, hvor innovation og nytænkning er afgørende for vækst. Vi opfordrer vores medarbejdere til at tænke ud af boksen og komme med kreative ideer, som kan omsættes til handling – med plads til at tage initiativ og afprøve ideer.

Samtidig er sammenholdet stærkt, og vi motiverer hinanden til at samarbejde på tværs af publicistiske, kommercielle og tekniske kompetencer. Et samarbejde, der er essentielt for at lykkes med vores strategiske mål.

Vi ved, at alle medarbejdere har et liv udover arbejdet – og derfor værner vi om at skabe fleksible rammer og dyrker en dynamisk kultur, hvor ansvar og ejerskab er nøgleord.

I de kommende afsnit kan du læse mere om vores virksomhedskultur, arbejdsmiljø, trivsel og engagement, der tilsammen understøtter et strategisk mål om at være en attraktiv arbejdsplads.



A blurred person is walking from left to right in a modern office hallway. The person is wearing a dark blue top and reddish-brown trousers. The hallway has a light-colored wall and floor, with track lighting on the ceiling. A large white percentage '90%' is overlaid on the image. Below it, text in Danish states that 90% of employees answered the engagement and well-being survey.

90%

af medarbejderne svarede på
engagements- og trivselsmålingen

Engagements- og trivselsmålingen

Det Nordjyske Mediehus har et strategisk mål om at være en attraktiv arbejdsplads. Vi har en tro på, at engagement og trivsel går hånd i hånd med gode forretningsresultater. Store ambitioner og medarbejderengagement følges ad.

Derfor måler vi årligt vores engagement og trivsel for at følge og styrke målet om at være en attraktiv arbejdsplads. På baggrund af resultaterne udarbejder vi løsningsorienterede handlingsplaner, som vi aktivt indarbejder i det følgende års indsatser, både på overordnet selskabs- og afdelingsniveau.

I 2024 har vi følgende målsætninger for engagements- og trivselsmålingen:

- Et strategisk mål om en Employee Net Promoter Score (eNPS)* på minimum 30.
- Et mål om at placere os blandt de øverste 25% af de virksomheder, vi sammenligner os med.
- Et mål om en svarprocent på minimum 90.

**eNPS er en international standard til måling af medarbejderloyalitet.*

For femte år i træk har vi udsendt engagements- og trivselsmålingen via en digital og datadrevet platform, som styrker dialog mellem leder og medarbejder, samtidig med at anonymiteten bevares.

I 2024 modtog i alt 386 medarbejdere målingen, og vi kom i mål med en svarprocent på 90, hvilket giver os et validt afsæt for de efterfølgende indsatser – og vidner om, at vores medarbejdere tillægger besvarelse af målingen stor værdi.

Resultatet af målingen i 2024 er en eNPS på 25, der bringer os tæt på vores målsætning om en score på 30. Med resultatet placerer vi os lige under de øverste 25% af de virksomheder, vi sammenligner os med. Vi når således knapt vores målsætninger, men er stolte af et overordnet pænt resultat, der – ikke mindst – giver os et solidt afsæt for nye tiltag og handlinger for at udvikle os og forblive en attraktiv arbejdsplads.

Samtidig skal resultatet givetvis ses i lyset af mediebranchens generelle situation, som er præget af transformation og usikkerhed. Dertil har Det Nordjyske Mediehus i 2024 søsat vores nye treårige strategi, som betyder store forandringer i dagligdagen for den enkelte.

Vi ved, at forandringerne i medieverdenen er kommet for at blive, og det stiller endnu større krav til os som medievirksomhed, hvis vi vil fastholde de gode resultater. Derfor intensiverer vi i 2025 arbejdet med at definere og positionere os som en attraktiv arbejdsplads. Her indgår resultatet af målingen fra 2024 naturligvis, og den øverste ledelse har udpeget tre fokusområder for engagement og trivsel i 2025: Kolleger, Udvikling og Strategi.

Fokusområderne går igen fra sidste år som tre essentielle parametre i en attraktiv arbejdsplads hos os. Siden 2023 har vi kunnet konstatere en mærkbar fremgang i fokusområdet Strategi, ligesom flere medarbejdere føler en højere grad af fleksibilitet og mulighed for selv at tilrettelægge arbejdsdagen. Det peger på, at vi er lykkedes med flere indsatser på baggrund af fokusområderne fra sidste år.



Medarbejderudvikling

Som Nordjyllands største mediehus er det essentielt for os, at vi har medarbejdere med forskellige kompetencer. Derfor er løbende kompetenceudvikling en integreret del af vores hverdag for at sikre et højt fagligt niveau og for at fastholde Det Nordjyske Mediehus som en attraktiv arbejdsplads, hvor medarbejderne i videst muligt omfang har mulighed for at udvikle egne evner og ambitioner.

Vores ambition er, at al kompetenceudvikling tager afsæt i vores strategi og især fremmer digitale kompetencer, der gearer os til den nye medievirkelighed. Vi understøtter samtidig opbygningen af bredere kompetencer, der kombinerer fagligheden fra det publicistiske, kommercielle og tekniske område, så vi

oparbejder en stærkere fælles kultur for samskabelse på tværs af afdelinger og faggrænser.

Ud over kompetenceudvikling gennem formelle kurser, eksterne som interne, lægger vi vægt på værdien af uformel læring på arbejdspladsen. Vi mener, at kompetenceudvikling ofte sker mest effektivt i forbindelse med den enkeltes daglige arbejde og opgaver for eksempel gennem sidemandsoplæring eller tværgående samarbejde. Derfor fortsætter vi med at afvikle vores interne læringskoncept, LIP (Lærings- og Inspirations Pitstop), hvor kolleger deler viden og kompetencer i korte og effektive sessioner.

Kompetenceudvikling af vores medierådgivere

Vi er dedikerede til at sikre, at vores medarbejdere altid er opdaterede med den nyeste viden inden for markedsføring. Derfor investerer vi målrettet i deres udvikling gennem eksterne kurser og uddannelsesforløb, der styrker faglige kompetencer og danner grundlag for innovative løsninger. Ud over eksterne kurser prioriterer vi intern læring gennem løbende webinarer og vidensdeling, hvor vores eksperter og specialister formidler de nyeste indsigter i digitale og kreative markedsføringstrends. Vores mål er, at alle rådgivere er opdaterede på de nyeste værktøjer og muligheder, så vi kan levere rådgivning, der skaber maksimal værdi og effekt for vores kunder.

Sådan udvikler vi vores redaktionelle medarbejdere

Redaktionelt udbyder vi uddannelse i tråd med vores strategi og kompetencebehov. Vores journalister deltager løbende i efteruddannelse for at dygtiggøre sig inden for klassiske journalistiske genrer, ligesom de tilegner sig ny viden og værktøjer i områder som datajournalistik og AI.

Særligt AI har i 2024 dannet afsæt for et omfattende uddannelsesforløb med workshops, hackatons, diskussioner og faglige oplæg for alle journalister på Nordjyske.

Vi tilrettelægger ofte kurser internt for at anspore til dialog og tværfagligt samarbejde, ligesom vi benytter os af den mere uformelle kollegialæring (LIP). I 2024 har vi desuden etableret et nyt koncept for efterkritik, hvor journalister ugentligt mødes og taler om journalistik og strategi. Formatet giver plads til dialog og feedback om journalistikken: Hvad lykkedes, hvad kunne vi have løst bedre?

E-learning i cyber- og datasikkerhed

For at imødekomme de udfordringer, der følger med at være et digitalt mediehus, vedligeholder vi vores kompetencer og viden. Derfor er det obligatorisk, at alle ansatte årligt gennemgår et cyber- og informationssikkerhedskursus samt et kursus i GDPR og databeskyttelse via vores e-læringsplatform. Kurserne er en del af vores onboarding-program, der klæder alle medarbejdere på med nødvendig viden fra start, så vi sikrer, at vi overholder lovgivning og beskytter følsomme data mod potentielle trusler.



Lederudvikling

Implementering af en ny strategi og forandringer er uløseligt forbundet, og vi har en ambition om at skabe det bedste afsæt for vores ledere til at håndtere den store ledelsesopgave.

Over fire lederseminarer i løbet af året har vi derfor inviteret alle mellemlederne i Det Nordjyske Mediehus ind i det strategiske maskinrum. Formålet har været at understøtte implementering af vores nye strategi og etablere et fortroligt ledelsesrum, hvor dialog og diskussion om strategieksekveringen kan gå hånd i hånd – blandt andet ved at udfolde strategiske projekter og sætte fokus på forandringsledelsesopgaven. Mellem seminarerne har vi samlet ledergruppen i mere uformelle netværksrammer på korte touch base-møder for at sikre fremdrift og vidensdeling af strategien, samtidig med at vi skaber plads til nødvendige diskussioner og bidrag til en kulturændring.

Strategi og forandringer er det mest centrale element i vores ledelsesstrategi for 2025, hvor vi har planlagt et intensivt ledertræningsforløb med fokus på netop strategi-

eksekvering og forandringsledelse. Over fem workshops er forløbet designet til at klæde ledergruppen på med inspiration og værktøjer, sparring og eksperimenterende hjemmeopgaver i et komprimeret action learning-forløb. Fokus er på at omsætte strategien til konkrete og handlingsorienterede skridt, der styrker følgeskab og understøtter eksekvering.

I 2024 har Nordiske Medier gennemført et omfattende lederudviklingsforløb med det formål at styrke ledelsesmæssige kompetencer og samtidig binde ledergruppen endnu stærkere sammen – for at bidrage til at Nordiske Medier fastholder positionen som en dominerende aktør i BTB-mediebranchen. Med udgangspunkt i udviklingsværktøjet MBTI tog forløbet lederne gennem emner som feedback, svære samtaler og nudging tæt koblet til forandringsledelsesopgaven – og med positiv evaluering fra deltagerne. Der er en vis sandsynlighed for at årets store fremgang på trivselsmålingens fokusområde "ledelsesstøtte" blandt andet har baggrund i opkvalificeringen af de ledelsesmæssige kompetencer.



Flere tiltag understøtter implementering af strategien

Som resultat af sidste års engagements- og trivselsmåling har strategiimplementering været et fokusområde udpeget af den øverste ledelse, der har præget hele 2024.

Foruden et massivt arbejde i de enkelte afdelinger og forskellige ledelses- og projektforsamlinger har vi derfor søsat en række tiltag på tværs af virksomheden, der understøtter strategiforståelsen – fra strategi explainers til Town Halls og strategi-besøg af øverste ledelse i alle afdelinger i mediehuset.

Besøgene har givet anledning til repetition af kernebudskaber, stor spørgelyst og gode diskussioner, hvor der både er blevet luftet bekymringer, efterspurgt tydelighed og givet ideer til det videre strategiarbejde.

Med de såkaldte Town Halls har vi åbnet dørene til et – anderledes – fællesmøde,

hvor alle medarbejdere samles med det formål at involvere og videndele på tværs af strategien. Her inviterer vi alle medarbejdere ind i strategiens maskinrum, deler dugfriske eksempler fra hverdagens strategiarbejde og inviterer til dialog.

Town Halls har samlet os om strategien og skabt god energi, når mere end 100 medarbejdere – hver gang – har deltaget i arrangementet, hvor både ledere og medarbejdere har delt indsigter fra strategiarbejdet på tværs af forretningen. Vi har skabt et rum, hvor de medarbejdere, der arbejder på initiativerne, får udfoldet – og udfordret – de læringer og erfaringer, de løbende får med strategiarbejdets konkrete Key Performance Indicators (KPI'er). Med mulighed for at stille spørgsmål, diskutere og udfordre både hinanden og ledelsen.







Fra onboarding til exit

Når vi ansætter nye medarbejdere, lægger vi vægt på onboarding for at give den bedst mulige start i jobbet både socialt og fagligt. Det omfatter blandt andet et lokalt introduktionsprogram, som er skræddersyet til den specifikke afdeling og stilling – tæt på den hverdag, den nye medarbejder bliver en del af.

Derudover afvikler vi løbende velkomstmøder, hvor formålet er at give nyankomne kolleger et helhedsorienteret indblik i Det Nordjyske Mediehus som virksomhed og arbejdsplads. Her præsenterer vi vores strategi, introducerer vores brands og produkter og formidler praktisk information om hverdagen som medarbejder hos os. Velkomstmøderne er samtidig en mulighed for at fremme netværk og samarbejde på tværs af afdelinger

og lokationer, så nye kolleger på alle niveauer bliver en del af det tværgående fællesskab. Vi tilbyder dertil skræddersyede velkomstmøder for nye ledere og løbende for udvalgte medarbejdergrupper. Gennem året har vi desuden understøttet et fokus på at gennemføre opfølgingsdialoger med nye medarbejdere.

I 2024 har vi måttet træffe strukturelle og strategiske beslutninger for at tilpasse virksomheden til den nye medievirkelighed og dens kompetencebehov. Det har betydet nedjustering af aktiviteter og desværre medført afskedigelse af et antal medarbejdere. Vi tilstræber, at disse situationer håndteres på bedste vis ved blandt andet at tilbyde outplacement-forløb, der hjælper opsagte kolleger godt videre.



Vores arbejdsmiljø

Et godt arbejdsmiljø er karakteriseret ved, at det understøtter medarbejdernes trivsel, sundhed og sikkerhed. Det indebærer, at vi som virksomhed er i stand til at skabe en atmosfære, hvor medarbejderne føler sig trygge og motiverede til at yde deres bedste. Dette afspejles blandt andet i vores adfærdspolitik, hvor overlæggeren er gensidig respekt og god adfærd. Med respekt for de rammer og den kultur, vi ønsker, har vi derfor løbende fokus på, hvordan vi skaber de bedste arbejdsmiljømæssige rammer for vores medarbejdere.

Vi opfordrer til åben, ærlig og løbende dialog blandt andet ved at tilstræbe ti årlige 1:1-samtaler mellem leder og medarbejder. Ligeledes indsamler vi løbende data, der kan understøtte os i at styrke arbejdsmiljøet. Det gør vi både via den årlige engagements- og trivselsmåling og ved at gennemføre arbejdspladsvurderinger (APV), når der sker ændringer, som kan have betydning for arbejdsmiljøet.

Samtidig reviderer vi løbende vores politikker og procedurer på området for at sikre en tryk ramme, ligesom vi overvåger elementer som arbejdstids-, ferie- og

sygefraværsregistreringer. Emner, der ligeledes drøftes årligt i samarbejds- og arbejdsmiljøudvalg og blandt andet bidrager til fastlæggelse af det årlige arbejdsmiljøtema.

Med øje for den virkelighed mediebranchen som helhed befinder sig i, har arbejdsmiljøorganisationen igen i år valgt "Trivsel og engagement under forandringer" som årets tema for arbejdsmiljøarbejdet. Under denne overskrift har vi fokuseret arbejdet på handlingsplaner fra engagements- og trivselsmålingen, løbende nudget medarbejderne til gode leveregler i dagligdagen og afholdt fyraftensmøde med inspirationsoplæg fra Aalborg Karneval om deres arbejde med ny strategi og forandringer.

Ved engagements- og trivselsmålingen spørger vi desuden vores medarbejdere om deres tiltro til, at vi som virksomhed vil reagere på en passende måde i tilfælde af alvorlige forseelser. Her kvitterer vores medarbejdere positivt, hvilket vidner om, at vores kultur, politikker og procedurer sikrer en tryk ramme.

Uønsket seksuel opmærksomhed

Som virksomhed i mediebranchen har vi et særligt fokus på uønsket seksuel opmærksomhed i relation til at skabe et trygt arbejdsmiljø, og vi har nultolerance over for uønsket seksuel opmærksomhed på arbejdspladsen. Det er helt i tråd med mediebranchens fælles kodeks mod seksuelle krænkelser fra 2020, som vi støtter op om.

I den årlige engagements- og trivselsmåling spørger vi både til trusler og uønsket seksuel opmærksomhed.

Hvis det viser sig, at en medarbejder føler sig udsat for krænkende eller grænseoverskridende adfærd, har vi klare retningslinjer for, hvordan man henvender sig for at få en fortrolig samtale. Dialog og feedback er afgørende nøgleord for at sikre, at vi kan handle – ikke kun på bagkant, men også forebyggende.

Vi har i 2024 i Det Nordjyske Mediehus ingen medarbejdere, som har oplevet uønsket seksuel opmærksomhed eller trusler, der kræver yderligere handling.

Track 1

Et bæredygtigt mediehus

De fysiske rammer udgør en essentiel del af et godt arbejdsmiljø, og i 2024 er vi for alvor landet i vores nybyggede mediehus på Aalborgs havnefront. Den fysiske indretning i mediehuset er med til at skabe rammer, der bidrager til en dynamisk kultur med nytænkning og kreativitet. Derfor holder vi fast i beslutningen om, at ingen medarbejdere har faste pladser, så videndeling på tværs af faggrænser og styrkelse af sociale relationer får de bedste kår.

Vi håndterer eventuelle lydmæssige gener, som storrumskontorer naturligt medfører, ved at tilbyde mulighed for noise cancelling,

ligesom vi forskellige steder i huset har opsat akustikplader – i øvrigt dekoreret med flotte motiver fra den nordjyske natur.

Siden vi flyttede til Aalborgs havnefront, har langt flere medarbejdere fået bevægelse ind i hverdagen, eksempelvis ved at afholde møder som walk and talks eller at cykle på arbejde. Derfor har vi i 2024 indviet et nyt cykelskur til stor glæde for vores cyklende medarbejdere. Et cykelskur, der blandt flere kandidater blev præmieret af Cyklistforbundet for at være en indbydende, overdækket og moderne cykelparkering, der bringer grønne detaljer ind i byrummet med sine beplantede tage.

Sociale og sundhedsfremmende medarbejderaktiviteter

Vi ved, at sociale relationer spiller en afgørende rolle for at opbygge en virksomhedskultur, hvor sammenhold og fællesskab er i fokus. Derfor har vi igen i 2024 gennemført en række sociale og sundhedsfremmende aktiviteter for alle medarbejdere med det formål at styrke fællesskab og fremme sundheden.

Aktiviteterne spænder fra diverse festlige begivenheder til mulighed for bevægelse for at imødekomme forskellige interesser og livsfaser blandt vores medarbejdere.

Vi deltog igen i år i DHL Stafetten som led i at forbedre vores fysiske velbefindende og understøtte det sociale sammenhold. Medarbejdere med interesse for golf fik mulighed for at deltage i et personalearrangement i Dronninglund Golfklub, ligesom fodboldinteresserede blev inviteret til en af AaB's hjemmekampe.

Et stort tilløbsstykke var, da vi inviterede medarbejdere til teaterforestillingen "Jytte fra Marketing er desværre gået for i dag" på Aalborg Teater. En forestilling, der

blandt andet talte direkte ind mediehusets virkelighed med udrulning af en ny strategi og dermed satte ekstra gang i både lattermuskler og tankevirksomhed. I 2024 har vi genetableret vores såkaldte Young Community på initiativ af en gruppe af virksomhedens studentermedhjælpere.

Formålet er at skabe et fælles forum for alle studentermedhjælpere i Det Nordjyske Mediehus gennem forskellige aktiviteter.

For at styrke sammenhold og kendskab på tværs af lejerne i mediehuset har vi initieret en fredagsbar hvert kvartal, hvor alle ansatte kan afslutte ugen i uformelle rammer. Initiativet har blandt andet været krydret med besøg af Edition Copenhagen – et af verdens førende litografiske værksteder. Desuden bød sommeren på en sommerfest i mediehuset, og endelig sluttede vi 2024 med årets julefrokost.

I 2025 har vi ambition om at sammensætte et medarbejderdrevet aktivitetsudvalg for fortsat at fremme sundheden og styrke kulturen på tværs.





Sygefravær

I Det Nordjyske Mediehus arbejder vi aktivt med at forebygge og håndtere sygefravær som en del af vores fokus på medarbejdernes trivsel og sundhed. Sygefravær påvirker både den enkelte medarbejder og virksomhedens produktivitet, og derfor er det vigtigt for os at skabe en kultur, hvor der er plads til både forebyggelse og tidlig indsats. Vi ønsker at sikre, at vores medarbejdere har de bedst mulige betingelser for at trives og være raske, samtidig med at vi har klare og effektive processer på plads for at håndtere sygefravær på en ansvarlig og respektfuld måde.

For at styrke håndtering af sygefravær bliver vores ledere efter behov tilbudt sparring i områder som samtaleteknikker eller relevante regelsæt og procedurer, så de har et grundlag for at håndtere sygefraværet. Suppleret med et solidt datagrundlag er lederne klædt på

til at tage ansvar for sygefraværshåndtering og støtte medarbejderne i at komme tilbage på arbejdet så hurtigt og effektivt, som situationen kan bære det.

Vores mål for 2024 var, at det samlede sygefravær ikke oversteg 3%. I 2024 er vores samlede sygefraværsprocent 3,7% – og er således faldet 0,4 procentpoint i forhold til 2023.

I Det Nordjyske Mediehus er sygefraværet 3,6%, hvilket er lidt over niveauet i 2023. I Nordiske Medier er der sket et fald fra 5,8% i 2023 til 4,0% i 2024, hvilket skyldes et fald i langvarigt sygefravær. I 2025 er det fortsat vores mål, at den samlede sygefraværsprocent ikke overstiger 3%.

Sygefraværsprocent

2020	2021	2022	2023	2024
2,9%	2,3%	3,7%	4,1%	3,7%

Sygefraværsprocent blandt ansatte ved Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber 2020-2024.

A photograph of a man and a woman sitting on a brown sofa, smiling. The man is on the left, wearing glasses and a green sweater. The woman is on the right, with long dark curly hair, wearing a brown sweater and blue jeans. In the foreground, the hands of a third person are visible, clasped together. A small black table with a black mug is to the left of the sofa. The background is a plain wall with vertical lines.

44%

af koncernens ansatte er kvinder

Ligestilling

Vi tror på, at diversitet er en vigtig forudsætning for nytænkning og udvikling af vores virksomhed. Det er vigtigt for os, at medarbejderstaben afspejler det omkringliggende samfund, så alle uanset livsanskuelse, etnisk baggrund, alder, køn eller seksuel orientering får de samme muligheder. Vores ligestillingspolitik sætter rammen for vores tilgang til området, hvor vi blandt andet forpligter os til årligt at måle virksomhedens generelle kønsfordeling og kønsfordelingen på forskellige ledelsesniveauer og derved kan følge udviklingen over tid.

Kønsfordelingen på alle ledelsesniveauer, herunder driftsbestyrelsens generalforsamlingsvalgte medlemmer, har et særligt fokus. Det betyder i praksis, at virksomheden arbejder imod at øge repræsentationen af det underrepræsenterede køn til 50%. Det gør vi ved at have opmærksomhed på kønsfordelingen i forbindelse med valg af bestyrelsesmedlemmer på generalforsamlingen samt ved at tilstræbe, at lederjobs er attraktive for alle ledertalenter uanset køn.



Status på og udvikling af kønsfordeling

Kønsfordeling generelt

Når vi ser på den samlede virksomhed, har vi siden 2020 reduceret forskellen mellem kønnene fra 14 procentpoint til 12 procentpoint. Fordelingen blandt mænd og kvinder i den samlede virksomhed er ultimo 2024 på 56% mænd og 44% kvinder.

Kønsfordeling i driftsbestyrelsen

I Det Nordjyske Mediehus' driftsbestyrelse, som udgør virksomhedens øverste ledelsesorgan, er der to kvinder og to mænd, som er generalforsamlingsvalgte.

Der er således en ligelig kønsfordeling. Der opstilles ikke måltal for kønsfordelingen i driftsbestyrelsen.

Det øvrige ledelsesniveau i Det Nordjyske Mediehus udgøres af direktionen og koncernledelsen.

Kønsfordeling i direktionen

Direktionen i Det Nordjyske Mediehus udgør én person, en mand. Der opstilles ikke måltal for kønsfordelingen i direktionen.

Kønsfordeling i koncernledelsen

Med direkte reference til direktionen blev der i 2019 etableret en koncernledelse, der i henhold til selskabslovens §139c, stk. 4 udgør virksomhedens øvrige ledelsesniveau sammen med direktionen.

Siden etableringen af koncernledelsen i 2019 og indtil medio 2023 udgjorde det øvrige ledelsesniveau én kvinde og fem mænd. Der har siden været organisatoriske ændringer og per 31. december 2024 udgør det øvrige ledelsesniveau én kvinde og fire mænd.

Dertil kommer, at udvalgte stabsmedarbejdere har deltaget i relation til større projekter på ledelsesniveauet. Dermed har yderligere to kvinder og en mand gennem året været repræsenteret i koncernledelsen, når større projekter rulles ud.

I Det Nordjyske Mediehus ønsker vi som nævnt, at diversiteten i medarbejderstaben afspejler det omkringliggende samfund. Alle medarbejdere, uanset køn, skal derfor have lige muligheder for at kvalificere sig til lederstillinger, og vi arbejder for en ligelig

fordeling af køn i ledelsen. Derfor ønsker vi også med tiden at udligne den skævvridning blandt kønnene, der på nuværende tidspunkt er i de øverste ledelsesniveauer.

Kønsfordeling i mellemlidergruppen

Vi supplerer løbende med en måling af kønsfordelingen i mellemlidergruppen. Den gennemfører vi, da dette ledelseslag udgør en potentiel fødekæde til de øvre ledelsesniveauer.

Siden 2020 har vi reduceret forskellen mellem kønnene i mellemlidergruppen fra 42 procentpoint til 22 procentpoint i 2024. Fordelingen mellem mænd og kvinder i mellemlidergruppen er ultimo 2024 på 61% mænd og 39% kvinder.

Som led i at øge andelen af det underrepræsenterede køn generelt, arbejder vi løbende med følgende direkte eller indirekte tiltag:

- I forbindelse med rekruttering opfordrer vi alle uanset køn til at søge den ledige

stilling. Vi tilstræber desuden, at jobopslag er formuleret kønsneutralt.

- Vi tilstræber, at minimum én kandidat af det underrepræsenterede køn bliver indkaldt til en jobsamtale, medmindre særlige branchemæssige forhold taler imod.
- Ovenstående gælder også, når virksomheden bruger eksterne rekrutteringsbureauer. Det er dog altid det samlede kompetencesæt, som er afgørende ved besættelse af en stilling.
- Via vores engagements- og trivselsmåling spørger vi hvert år vores medarbejdere, om de oplever, at der er lige muligheder for alle. Vores medarbejdere kvitterer her positivt.

Vi drøfter løbende indholdet i vores forskellige personalepolitikker for at vurdere, om de er tidssvarende og fungerer hensigtsmæssigt i forhold til kønnenes lige muligheder.

Vi henviser til tabellen på følgende side for mere information.



Kønsfordeling

	2020	2021	2022	2023	2024
Generelt					
Kønsfordeling i Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber.					
Mænd	57%	55%	53%	54%	56%
Kvinder	43%	45%	47%	46%	44%
Driftsbestyrelsen					
Kønsfordeling i driftsbestyrelsen i Det Nordjyske Mediehus.					
Mænd	25%	50%	50%	50%	50%
Kvinder	75%	50%	50%	50%	50%
Direktionen og koncernledelsen					
Kønsfordeling i virksomhedens øvrige ledelsesniveau.					
Mænd	84%	84%	84%	100%	80%
Kvinder	16%	16%	16%	0%	20%
Mellemledergruppen					
Kønsfordeling i mellemledergruppen i Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber.					
Mænd	71%	62%	68%	63%	61%
Kvinder	29%	38%	32%	37%	39%



Vores ansvar for klima og bæredygtighed

I Det Nordjyske Mediehus prioriterer vi klima og bæredygtighed i alle vores aktiviteter, produkter og arbejdsgange. Vi arbejder aktivt på at reducere vores CO2-aftryk ved at implementere energi-effektive løsninger og minimere spild – særligt i vores distributionsforretning.





Fokus på CO2-optimering i distributionen

Særligt inden for vores distributionsforretning – der står for omdeling af aviser, pakker, magasiner, breve og reklamer til hele Nordjylland – udgør transport en betydelig kilde til CO2-udledning. Derfor arbejder vi på at optimere vores miljømæssige setup med henblik på at få det bedst mulige energiregnskab.

Vi arbejder løbende på at samkøre flest mulige leveringer og at planlægge ruterne, så kørte kilometer og spildkørsel reduceres til et minimum på hver eneste rute. Vores indsatser i 2024 har medført en reduktion af kørte kilometer i vores logistik og transport. Dertil arbejder vi på at reducere antallet af lokaler til brug for udlevering af produkter til omdeling, så vi reducerer det samlede forbrug af el,

vand og varme – alt sammen med det formål at sænke vores samlede CO2-aftryk.

Som en del af vores grønne omstilling har vi i 2024 investeret i otte elscootere, som skal erstatte biler og scootere i udvalgte nordjyske byer. Vi vil fremover se på muligheden for at investere i flere eldrevne køretøjer som erstatning for køretøjer med højere CO2-udledning.

Distributionsselskaberne på tværs af landet samarbejder om at skabe en systemløsning, der kan beregne vores CO2-udledning per omdelt produkt, så vi kan sætte yderligere mål for den samlede udledning i distributionen. Her er det en vigtig faktor at sikre, at vi udnytter de køretøjer, vi dagligt har på gaden mest optimalt, så transportspild minimeres.

Papirforbrug

I en medievirksomhed som Det Nordjyske Mediehus med udgivelse og distribution af aviser har virksomheden risici i forhold til miljø og klima, eksempelvis i form af papirforbrug, forarbejdning og CO2-udledning. Vi har som udgangspunkt et ønske om at begrænse vores miljø- og klimabelastning og bidrage til et bedre miljø og klima i det omfang, det er muligt.

Avispapir udgør den største del af vores leverandørs råvareforbrug i produktionen. For at minimere miljøbelastningen blev de trykte udgivelser i 2024 udelukkende produceret med miljøvenligt FSC-godkendt papir. Det sikrer, at papiret er produceret i bæredygtigt skovbrug, hvor der tages hensyn

til genplantning af skovene, genbrug af papir og træflis samt økonomi- og arbejdsvilkår for lokalbefolkningen – helt i tråd med vores Code of Conduct. Hvis vi måtte have et unødigt forbrug af papir eller energi, kan det få konsekvenser for miljøet og vores økonomi. Vi arbejder derfor kontinuerligt på at minimere vores forbrug.

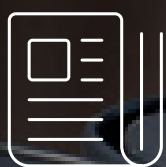
Sammenholdt med 2023 har vi reduceret vores forbrug af papir til dagblade og lokalaviser med cirka 33%. Derudover er forbruget af sort og kulørt farve reduceret med henholdsvis 45% og 28%.



Papir- og farveforbrug

År	Papir	Sort	Kulørt
2020	4.498.025	47.035	51.677
2021	4.402.948	33.353	38.788
2022	3.723.430	33.555	42.048
2023	2.813.900	28.269	38.825
2024	1.876.278	15.658	28.030

Alle tallene er i kilo.



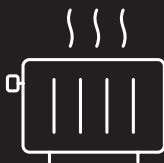
Affaldssortering

Vi har i 2024 udvidet vores fokus på affaldssortering på alle lokationer i vores distribution. På de største lokationer deles affaldet op i følgende fraktioner: Papir med aviser og reklamer, pap, plast og brændbart. Denne sortering skal naturligvis fortsætte fremover og eventuelt opdeles yderligere.

Derudover har vi på vores øvrige lokationer oprettet miljøstationer med affaldssortering i papir/pap, bio og restaffald. I de kommende år sigter vi mod at udvide affaldssorteringen til flere fraktioner.







Energi

Det Nordjyske Mediehus har flere lejemål rundt om i landet. Når vi indgår aftaler om nye lejemål, er det vigtigt for os at sikre et lavt energiforbrug. Det kan for eksempel være ved solfilm på vinduer, automatisk LED-belysning eller lignende.

Desuden tilpasser vi lejemålene, så vi ikke får tomme kvadratmeter, der skal varmes op. Disse krav har i allerhøjeste grad været afgørende i forbindelse med lejen af vores mediehus i Aalborg, hvor vi har stort fokus på energieffektive løsninger.

Det inkluderer optimering af pladsudnyttelsen, intelligent styring af belysning og implementering af andre bæredygtige tiltag, der reducerer energiforbruget og understøtter en mere effektiv drift.

Desuden har vi gennemført en effektivisering af lokalerne på Mimersgade i København, hvor vi blandt andet har optimeret brugen af eksisterende arealer ved at indsætte fleksible kontorbokse.

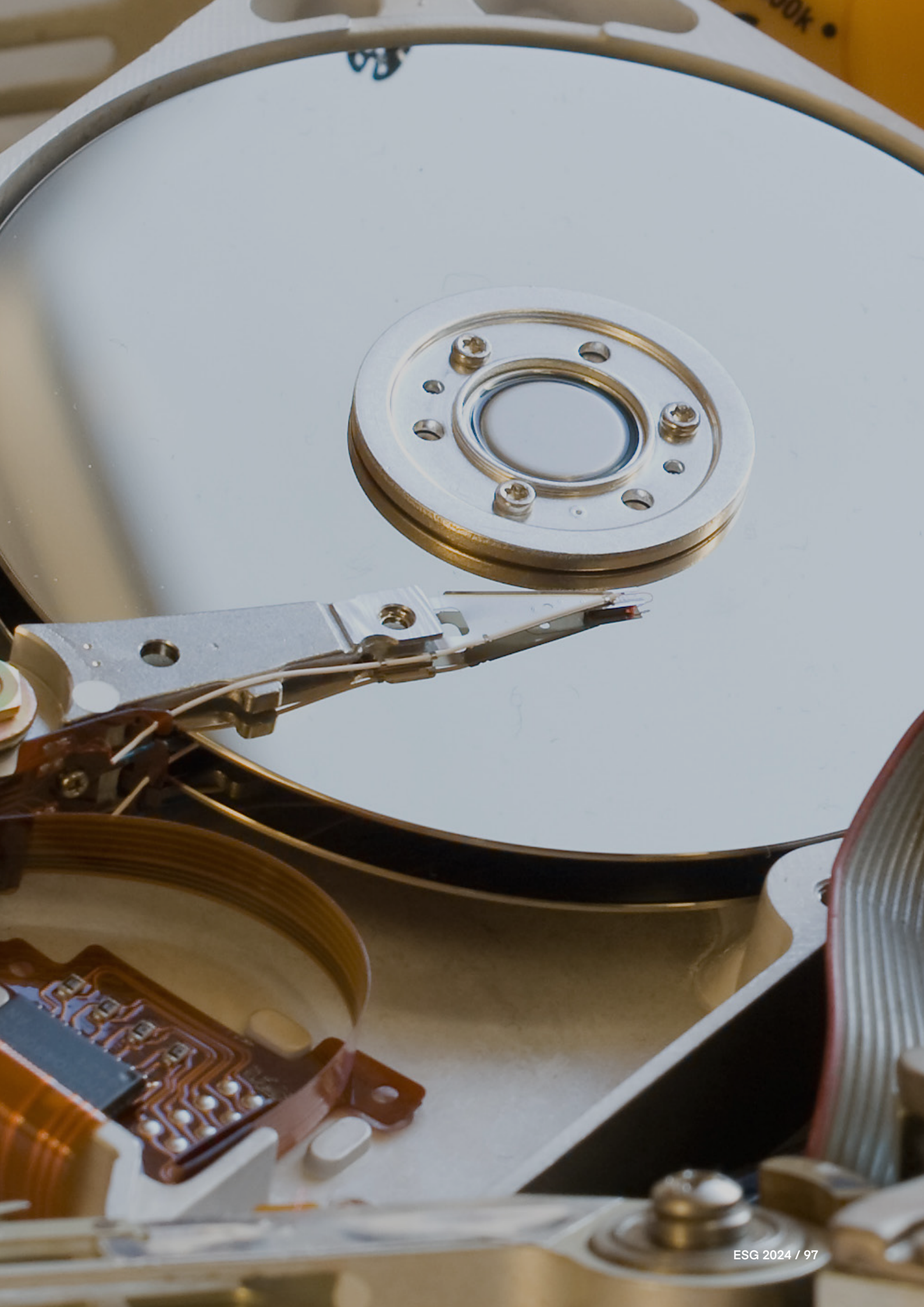


Samarbejde om genbrug

Selskaber under Det Nordjyske Mediehus har siden 2020 samarbejdet med Aalborg-virksomheden NordVirk – en socialøkonomisk virksomhed med fokus på genanvendelse af brugt IT-udstyr og social bæredygtighed.

Her skabes der mulighed for, at mennesker med autisme kan bruge og udvikle deres arbejdsevner og ressourcer i uddannelse og job. I løbet af 2024 har NordVirk aftaget og genanvendt cirka 100 computere fra Det Nordjyske Mediehus.

Vi har ligeledes et samarbejde med RessourceCenter Aalborg (RCA), hvortil vi indleverer cykeltrailere til reparation. RCA's kerneopgave er at tilbyde beskæftigelses- og uddannelsesrettede forløb for en bestemt gruppe af ledige borgere, hvilket styrker deres forudsætninger for at få fodfæste på arbejdsmarkedet. Hvis indleverede cykeltrailere ikke kan sættes i stand, skilles de ad, og stumperne bruges som reservedele til andre cykeltrailere. På denne måde er der et bæredygtigt element i processen.



Lovpligtig redegørelse
for samfundsansvar og dataetik
ifølge årsregnskabsloven.