

Vi er
Nordjylland,
og Nordjylland
er os

Environmental, Social and Governance 2023

Lovpligtig redegørelse for samfundsansvar, dataetik og kønsræssig sammensætning af ledelsen ifølge årsregnskabsloven.

VI ER NORDJYSKE FÆLLESSKABERE

Det Nordjyske Mediehus er ejet af en fond, som har til formål at sikre den fortsatte eksistens af et frit og selvstændigt mediehus, der kan tjene sin landsdel, altså Nordjylland. Og det er præcis dét, vi har gjort siden 1767, og som vi fortsat forpligter os til som Nordjyllands største mediehus. Selv kalder vi det "at være fællesskabere" i Nordjylland. Det er vores kerneopgave. Det betyder, at vi gennem vores medier, rådgivning, events og andre aktiviteter arbejder på at styrke udviklingen af Nordjylland. Det kan f.eks. være gennem vores journalistik, hvor vi sætter fokus på samfunds- eller erhvervsrelaterede emner, eller når vi deler viden og inspiration med erhvervslivet.

Vi tror på, at livet i Nordjylland og fremtiden for vores landsdel ville være markant anderledes, hvis Det Nordjyske Mediehus ikke var her. Derfor skal vi sikre vores udvikling ved at være et økonomisk bæredygtigt mediehus. I 2023 har der været ekstraordinært fokus på økonomisk bæredygtighed. Det har nemlig været et hårdt år – ikke bare for Det Nordjyske Mediehus, men for mediebranchen generelt. Gennem de seneste år er der sket mange alvorlige hændelser i verden, og vi har i dén grad mærket følgerne – f.eks. en stor afmatning i annoncemarkedet og en højere udgift på print og distribution af papiravis.

Det har medført en ubalance mellem indtægter og udgifter, som vi har reageret på. Det rækker dog ikke ved, at vi som mediehus fortsætter arbejdet for et stærkt Nordjylland, og at vi er ambitiøse på både virksomhedens og Nordjyllands vegne. Vi arbejder kontinuerligt på at udvikle vores strategiske ståsted, så vores stolte 250+årige mediehus kan løfte den opgave, vi er sat i verden for – nemlig at nytte og fornøje ved at værne om og styrke sammenhængskraften i Nordjylland.

Vi er ikke blot fællesskabere udadtil, men også internt i virksomheden. Det betyder, at vi fortsætter med at sætte fokus på engagement og trivsel hver dag – året rundt – for at være en attraktiv arbejdsplads. Og at vi gennem vores stærke sammenhold sætter en ære i at arbejde på tværs af kompetencer og afdelinger for at følge med udviklingen i en mediebranche, der forandrer sig med hastige skridt.

For at skabe de helt rigtige rammer for vores hverdag flyttede vi i juni 2023 vores hovedkvarter fra Aalborg Øst til et nybygget mediehus på Østre Havnegade i centrum af Aalborg. Som Nordjyske Fællesskabere er vi rykket endnu tættere på nordjyderne. God læselyst!



Direktionen – Adm. direktør /
CEO Morten Vinther Jensen

Indhold

VI ER NORDJYSKE FÆLLESSKABERE	2
Indholdsfortegnelse.....	3
Resumé: ESG-rapport 2023.....	4
Ansvarlig ledelse	5
Værdier	6
VORES SAMFUNDSANSVAR	7
Om Det Nordjyske Mediehus	7
Medieansvar og demokratisk rolle.....	7
Mission og vision	7
Vores journalistik	10
Vi tager ansvar for debatten.....	11
Nyt, visuelt udtryk på et stærkt fundament.....	13
Mere for flere.....	15
Fællesskabere-aktiviteter	16
Aktiviteter, der bakker op om det nordjyske erhvervsliv	20
Ansvarlig markedsføring	23
Dataetik.....	23
Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorruption og bestikkelse.....	24
Ansvarlige investeringer	24
VORES SOCIALE ANSVAR	25
Eksterne tiltag med økonomisk støtte.....	25
Unge og uddannelse.....	26
Karrieremesser og jobmuligheder.....	27
Job, der favner bredden.....	29
VORES MEDARBEJDERANSVAR	30
Fællesskabere på arbejdspladsen.....	30
Kernefortælling	31
Fra onboarding til exit.....	32
Kompetenceudvikling.....	32
Engagements- og trivselsmåling.....	35
Et trygt arbejdsmiljø.....	37
Ligestilling	37
Status på og udvikling af kønsfordeling.....	38
Udvikling i aldersfordeling	40
Sygefravær og trivsel under forandringer.....	41
Sociale og sundhedsfremmende medarbejderaktiviteter	43
VORES ANSVAR FOR KLIMA OG BÆREDYGTIGHED	46
Papirforbrug	47
Affaldssortering.....	47
Energi	48
Samarbejde om genbrug	48
Bæredygtig flytning	49



Resumé: ESG-rapport 2023

Denne rapport dækker over og reflekterer Det Nordjyske Mediehus' indsatser i forhold til ESG i 2023. Rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabsloven.

ESG-rapporten er 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 har bl.a. fokus på de største miljørisici, som findes i forbindelse med vores produktion af aviser og distributionen heraf. Vi fokuserer desuden vores indsatser på energiforbrug, forurening, CO₂-udledning, affald og bæredygtighed.

S – Social

Vi har fokus på vores sociale ansvar i relation til både medarbejdere, medborgere, kunder og det nordjyske samfund, vi er fællesskabere af. Vi bidrager bl.a. til unges uddannelse og påtager os et socialt ansvar med jobs, der favner bredden. Med vores medarbejderansvar stræber vi efter at være en god, økonomisk bæredygtig arbejdsplads præget af et trykt arbejdsmiljø, jobglæde, trivsel og udvikling.

G – Governance

Ansvarlig ledelse er en forudsætning for at opretholde og udvikle vores forretning på en etisk, bæredygtig og gennemsigtig måde. Løbende i rapporten giver vi et indblik i vores ledelsesstruktur, politikker og praksis for god ledelse. Vi beskriver bl.a., hvordan vi som virksomhed lever op til emner som antikorrupsion og bestikkelse, at ansætte mangfoldigt og styrke lighed og inklusion.

Ansvarlig ledelse

ESG står for "Environment", "Social" og "Governance". ESG-rapporten er Det Nordjyske Mediehus' fortælling om nogle af de fokusområder, som er med til at definere vores position som en ansvarlig, bæredygtig og moderne medievirksomhed. Vi kommer ind på emner som vores samfundsansvar, vores sociale ansvar, vores medarbejderansvar og vores ansvar for klima og bæredygtighed. Hele tiden med blik for hvordan vi som Nordjyske Fællesskabere hver dag indtager rollen som katalysator for udvikling af ikke kun vores medarbejdere og virksomhed, men for og af hele Nordjylland.

Denne redegørelse udgør en central del af ledelsesberetningen i Det Nordjyske Mediehus' årsrapport for regnskabsperioden 1. januar - 31. december 2023. Rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabsloven og inkluderer vores redegørelse for samfundsansvar jf. årsregnskabslovens § 99 a, redegørelse for den kønsmæssige sammensætning af ledelsen jf. § 99 b samt redegørelse for politik for dataetik jf. § 99 d. Foruden lovbestemte nøgletal arbejder vi med egne nøgletal for herved at sikre, at vi er en bæredygtig og etisk forsvarligt drevet virksomhed.

Det Nordjyske Mediehus har ikke opstillet langsigtede mål for samfundsansvar, men søger gen-

nem interne politikker og retningslinjer at sikre et øget fokus på de beskrevne områder. Vi opstiller i vores Code of Conduct retningslinjer for ansvarlige forretningsaktiviteter, og alle kan tilgå vores Code of Conduct og tidligere CSR- og ESG-redegørelser på detnordjyskemediehus.dk.

Med ledelse følger ansvar: Ansvar for vores virksomhed, for vores medarbejdere og for samfund, miljø og klima. I 2023 har ansvarlig ledelse i Det Nordjyske Mediehus i høj grad handlet om at træffe modige og svære beslutninger. Hermed sikrer vi vores fremtid og position i Nordjylland med ambitionen om at være et langsigtet økonomisk bæredygtigt mediehus.

Lovgivning, interne regelsæt og politikker skaber et stabilt fundament, som vores kultur kan bygge på. Kulturen danner rammen for, hvordan vi lever vores normer og værdier gennem vores handlinger og aktiviteter.

Hos os handler ansvarlig ledelse i høj grad om åbenhed, deltagelse og ligeværdighed i fællesskabet med afsæt i vores værdier. Vi tror nemlig på, at ledelsen skal sætte retning for vores mål i forhold til vores strategi og herefter frigive den organisatoriske kraft og styrke samt understøtte medarbejderne i 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.



Ansv. chefredaktør Kevin Walsh og
kommerciel direktør / CCO Martin Sander

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.

VORES SAMFUNDSANSVAR

Vi er Nordjylland, og Nordjylland er os. Vi skaber viden og fællesskaber mellem mennesker. Så enkelt kan vores rolle i samfundet beskrives.

Om Det Nordjyske Mediehus

Det Nordjyske Mediehus er en moderne, fondsejet medievirksomhed. Siden 1767 har vi haft det overordnede mål at nytte og fornøje. Og det gør vi stadig. Gennem udgivelse af en bred vifte af medier – digitale udgivelser, radio, podcasts, dagblad og lokalaviser – sikrer vi en omfattende dækning af samfundsforhold og understøtter opinionsdannelsen. Vi bringer dagligt nyheder og fortællinger, der giver indsigt i bl.a. politik, klima, retsforhold, sundhed, erhverv, innovation, kultur og sociale forhold.

Hertil kommer en lang række udgivelser og fagmedier fra datterselskabet Nordiske Medier A/S, som med selvstændigt driftsansvar og egen organisation og ledelse er til stede i både Danmark, Sverige og i Norge gennem et selskab ejet sammen med Egmont, hvor der udgives både digitale og trykte medier. I 2024 har Nordiske Medier erhvervet det fulde ejerskab over den norske virksomhed.

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 i forhold til at oplyse om samfundsmæssige, sociale, klima- og miljømæssige forhold, bidrage til den offentlige debat og dermed den demokratiske infrastruktur i Nordjylland.

Medieansvar og demokratisk rolle

Som en fondsejet virksomhed står vi til ansvar over for vores fundats, for vores læsere, kunder og offentligheden. Vi er uafhængige af politiske, økonomiske og personlige interesser. Den vigtigste opgave for Det Nordjyske Mediehus er at udgive medier, som oplyser om væsentlige samfundsforhold og bidrager til den offentlige debat og dermed den demokratiske infrastruktur i Nordjylland.

For at understrege vores ståsted fornyede vi i efteråret 2023 Nordjyske-brandets kernebudskab. Derfor kan man nu støde på formuleringen "Nordjyske – uafhængig af alt andet end Nordjylland". Med den sætning understreger vi mediehusets specielle status og virksomhedens kerneopgave.

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.



Især digitalt fylder vi i billedet i Nordjylland. Det efterlader os med et særligt ansvar over for landsdelen – et ansvar, som vi er stolte af at løfte, og som vi er os bevidst, ikke mindst i relationen til abonnenter og læsere.

Vi er os selv og tager stilling fra sag til sag. Men vi er styret af vores værdier og etik, som er grundlaget for både vores journalistik og vores holdninger. Vi lever med andre ord vores værdier i det daglige, og derfor er vi modige, ordentlige, åbne og passionerede.

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 yderligere. Se mere 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 presseenævnsager, 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 ofte være et udtryk for en sådan situation, ligesom det kan

være et udslag af fejl fra vores side. I 2023 er vi blevet indbragt for Pressenævnet i fire sager. De fire sager er relateret til Nordjyske, hvoraf der i én af sagerne endnu ikke er faldet afgørelse. I én af sagerne er der ikke udtalt kritik, mens der i de to øvrige er udtalt kritik for hhv. utilstrækkelig forelæggelse og rettelse.

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.



**Redaktionschef Steffen Bek i Newsroom –
i hjertet af Mediehuset på Østre Havnegade**

Vores journalistik

Nordjyskes værdier og kerneopgave kridter banen op for vores journalistik. Vi er nordjydernes øjne og ører, vi er altid på Nordjyllands side, men aldrig ukritisk: Vi skal både give og kunne tage konstruktiv kritik. Målet er at gøre Nordjylland til et endnu bedre sted at bo og leve ved at tale gode initiativer op. Men der er også behov for at kaste et kritisk og årvågent lys på magthavere, både inden for politik, offentlig forvaltning og erhvervsliv. At vi gjorde det gennem vores journalistik i 2023, er der utallige eksempler på. Vi har valgt at fremhæve en lille håndfuld:

Juline-sagen: Nordjyske har i næsten tre år dækket en brandsag fra Thisted, hvor en 19-årig kvinde i marts 2021 mistede livet i et boligkompleks. Vi har skrevet over 40 artikler om sagen fra den første reportage fra brandstedet, til der i december 2023 blev afsagt dom over boligselskabet Munke Bolig for ikke at have påset, at branddøre blev holdt lukket, hvorved røgen kunne trænge op i bygningen og dræbe Juline Seberg.

Udgangspunktet for vores vedholdende dækning har været en undren over, at politi og myndigheder fra starten syntes at betragte dødsbranden som et hændeligt uheld og ikke som en forseelse, der kunne retsforfølges. Nordjyske påviste, at branddørene på alle tre etager i strid med bygningsreglementet blev holdt åbne af identisk udseende slidte trækiler, som de fortrinsvis unge beboere i Munkegården næppe havde skaffet til veje.

Nordjyske påviste også, at der gik 40 minutter, fra redningsmandskabet fik besked på, at der befandt sig en beboer på overetagen, og til Juline blev båret ud. For sent i forhold til genoplivning. Og vi kunne afsløre, at Munke Bolig gennem 16 år lod hånt om et påbud om at genetablere en flugtvej på den etage, hvor branden brød ud. Uden Juline Seebergs forældres vedholdende insistens på at få sandheden om deres datters død frem i lyset og få placeret et ansvar, ville sagen formentlig være henlagt for længst. Og uden Nordjyskes stædige og flerstrengede dækning ville sagen næppe være kommet for retten og have ført til domfældelse.

Skandalen om Den Danske Pavillon: Dette er historien om, hvordan en kendt nordjysk konkursrytter og erhvervsmand, Anders Bruun, bag kulisserne var dybt involveret i den skandaleramte danske pavillon på verdensudstillingen i Dubai.

Skagen-restauranten De 2 Have, som deltog på udstillingen, måtte efterfølgende dreje nøglen om, og i Aalborg var restauratør Mathias Walther meget tæt på at lide samme skæbne med sin restaurant Helmuth Bar & Kitchen.

På baggrund af en lang række interviews og dokumenter kunne vi afsløre, hvordan personer bag Den Danske Pavillon i Dubai snød virksomheder på stribe, og at sagen trak tråde hele vejen til Aalborg og den omstridte Anders Bruun. Han er siden blevet idømt konkurskarantæne for sin rolle i sagen ved Skifteretten i Aalborg. En afgørelse, som han har kæret til Vestre Landsret.



AAU-chefers private rejser: Den fremstormende og højt profilerede uddannelsesinstitution Aalborg University Business School havnede i juni 2023 i en prekær situation, efter at instituttets topledere pludselig blev sendt hjem. Aalborg Universitet (AAU) undersøgte "ledelsesdispositioner og prioriteringer", som institutleder Christian Nielsen, der er ph.d. og professor, og viceinstitutleder Morten Lund stod bag.

Sagen centrerede sig om den mystiske forening Business Model Society, som universitetet udbetalte store summer til uden at vide, hvilken konto pengene røg ind på, og hvem der reelt stod bag foreningen.

Fra kilder på universitetet forlød det imidlertid, at ledernes rejseaktiviteter var i søgelyset, og herefter bad Nordjyske om aktindsigt i de to chefers rejsebilag fem år tilbage. Akterne gav grundlag for, at Nordjyske i de efterfølgende uger kunne publicere artikler om vinsmagning, gourmetmiddage, rejser verden rundt på businessclass og ikke mindst forskningsophold i Italien, hvor universitetet ikke blot betalte for de to institutledere, men også betalte for familiernes ophold i hotelsuiter og familieresorts med pool. Beløb, der ifølge eksperter lå "langt over grænsen" for, hvad der er rimeligt.

Forløbet med Nordjyskes afsløring af de mange og dyre tjenesterejser blev fra universitetets side lukket ned med en fratrædelsesaftale med de to nu tidligere chefer. Samtidig strammede Aalborg Universitet op på procedurerne for, hvordan bilag godkendes i organisationen.

Mystikken om træpillerne: Den 36-årige Anders Pinderup skabte i 2022 så megen hype om sin kommende træpillefabrik, Pinderup Træpiller, at 900 kunder lagde ordrer hos ham for over fire millioner kroner. Uden at Anders Pinderup havde kunnet fremvise en eneste træpille, og før produktionen overhovedet var kommet i gang.

Nordjyskes erhvervsredaktion kunne på baggrund af interviews med over 20 forskellige kilder og en række dokumenter afsløre, at manden bag Pinderup Træpiller slæber et omfattende spor af snyd og ubetalte regninger efter sig. Og han har gjort det flere forskellige steder i landet – og under mindst fem forskellige navne. Ingen kunder nåede nogensinde at modtage deres bestilte træpiller, og Nordjyllands Politi valgte på baggrund af Nordjyskes afdækning at indlede en efterforskning af Anders Pinderup.

Vi tager ansvar for debatten

Det Nordjyske Mediehus' medieprodukter er også til stede og synlige på de sociale medier. Det er af helt afgørende betydning for at komme i kontakt med nye og ikke mindst yngre målgrupper.

Vi har udarbejdet retningslinjer for, hvordan vi vil agere på de sociale medier, og vi tager ansvar for at moderere debatten på vores profiler og under opslag, hvor der ofte kan være en hård tone. Andre mediehuse har opgivet at moderere debatten, og enkelte lukkede i 2023 ned for brugernes mulighed for at kommentere mediernes journalistik. Det, mener vi, er en forkert vej at gå.

Vi opfordrer til debat, vi opfordrer til at holde en ordentlig tone og vise respekt for andre synspunkter, og vi afsætter ressourcer til at følge debatten og om nødvendigt at luge ud i de kommentarer, der bryder vores etiske regelsæt. Det er vores oplevelse, at brugerne kvitterer for vores indsats og sætter pris på, at vi skaber et levende og trygt debatmiljø.

Men debatten om Nordjyllands fremtid er for stor og for vigtig til kun at finde sted i kommentarsporene på Facebook. Hos Nordjyske ser vi det som en del af vores opgave at skabe et rum for debatten på nordjyske.dk.

Derfor opprioriterede vi i 2023 den digitale debat på nordjyske.dk, og vores læsere kvitterede prompte med opmærksomhed, flere indlæg og fra nye og andre stemmer, end dem der normalt skriver læserbreve.



!@#?#@%

Hvad er din erfaring med emnet?

♥ 145

♥ 256

Hvad tror du kunne være løsningen?

Redaktør for sociale medier Line Lundquist opfordrer til konstruktive debatter på vores sociale medier

Nyt, visuelt udtryk på et stærkt fundament

2023 blev året, hvor Nordjyske-brandet gennemgik en længe ønsket – og, synes vi selv, vellykket – visuel fornyelse. Udefra kan det synes enkelt at skifte fonte, farver og layout på nordjyske.dk og i Nordjyskes øvrige udgivelser på print og lyd. Men et medies visuelle udtryk er afgørende for, hvordan modtageren opfatter både den enkelte histories budskab og for opfattelsen af mediet bag.

Derfor begyndte designprocessen med, at vi så indad. Helt ind til kernen af det, Nordjyske består af. Heldigvis står Nordjyske på en 257 år lang historie, har en klar identitet og en fundatsbestemt opgave at løse, så opgaven var ikke at finde på en ny identitet, men at finde frem til, hvordan den bedst kommer visuelt til udtryk nu og i fremtiden. Det kan siges meget enkelt: Nordjyske er nordjydernes største nyhedsmedie og er uafhængig af alt andet end Nordjylland.

På dén baggrund blev Nordjyskes nye, visuelle identitet skabt. Den er ikke en revolution, men

udtrykker vores kerne i nutidige og moderne former og farver. Vores logo er nu ensfarvet for at udtrykke, at vi er ét Nordjylland, samlet. Det samme udtryk går igen i vores nye, såkaldte bomærke, hvor N'et og J'et fra Nordjyske samles i en cirkel.

Farver og fonte er afdæmpede og nøgterne, så begge dele overlader scenen til det journalistiske indhold. Sådan kommer journalistikken i centrum, både hvad angår det skrevne ord, fotos, grafik og video. Men samtidig skal man som bruger kunne afkode, når en nyhed er vigtig. Her er signalfarver og fontstørrelse med til at få vigtige nyheder mest virkningsfuldt ud til vores kunder og brugere.

I efteråret 2023 tog vi elementerne i vores nye, visuelle identitet i brug, ikke over en enkelt nat, men i etaper. Ved udgangen af året står Nordjyske-brandet et nyt sted visuelt, men sikkert forankret i vores fundatsbestemte, publicistiske kerne. Uafhængig af alt andet end Nordjylland.



NORDJYSKE

Vigeur

LigeHer.nu

Aalborg.nu

ANR

Radio **NORDJYSKE**

 Nordiske Medier

Vigeur
nordjyskeJob

Mere for flere

Vi ved, at vi skal være et mediehus, der konstant er "mere for flere". Udover at optimere på eksisterende mediebrands betyder det også, at vi skal lancere nye medier for at ramme nye målgrupper. Derfor igangsatte vi for knap et års tid siden et nyt innovationsprojekt Nordlys2, hvis formål var at afdække nye produkter eller nye målgrupper.

I forbindelse med innovationsprojektets omfattende analysearbejde, bl.a. om det yngre segment, blev det tydeligt, at hvis vi som mediehus ønsker at producere indhold til målgruppen, så vil unge inddrages og tages alvorligt. Resultatet blev udvikling, opbygning og produktion af et nyt podcastunivers kaldet Limbo. Helt særligt for Limbo er, at mediehuset faciliterer en ungepodcast, som er udviklet og produceret i tæt samarbejde med ungemålgruppen selv. Netop co-creation har været afgørende for projektet, og det betyder, at de unge inddrages i alle tænkelige arbejdsgange i forbindelse med både udvikling og udgivelse. Alt sammen med støtte og vejledning fra kompetente medarbejdere i Mediehuset og i et tæt samarbejde med Head-space Aalborg, der er et sundhedsfremmende og forebyggende initiativ, som tilbyder gratis rådgivning for unge.

Audio on-demand – lytning, når det passer brugeren – er generelt noget, der tiltrækker alle målgrupper mere og mere, også på tværs af generationer. Så udover at vi har lanceret



en række podcasts under mediehusets egne brands, lancerer vi nu et nyt værditilbud med kommercielle podcasts. Som led i innovationsprojektet Nordlys2 har vi i denne sammenhæng gennemgået et testforløb om, hvad det kræver at tilbyde et skræddersyet podcastunivers til erhvervs kunder. Det Nordjyske Mediehus har derfor stået bag podcastproduktionen Elbil for begyndere, som er udviklet for virksomheden Norlys. Et lydunivers skabt til at positionere Norlys inden for e-mobility og til at fremstille Norlys som medskabere på en agenda på andet end produkt og pris. Kommercialisering af det hurtigt voksende lydmarked tiltrækker i det hele taget stor opmærksomhed i disse år, og derfor er det også en del af vores værditilbud i 2024.



Radiovært på ANR
Anders Winther

Fællesskabere-aktiviteter

Det Nordjyske Mediehus har som nævnt en ambition at være fællesskabere i Nordjylland. Med det mener vi, at vi også aktivt bidrager til at styrke de bånd, der binder os sammen i byer, foreninger, fritidsliv, på uddannelsesinstitutioner og arbejdspladser.

Derfor er en vigtig del af Nordjyske Fællesskabere-begrebet de aktiviteter, der rækker ud af huset. Det kan være i form af samarbejder med eksterne partnere om fælles mål, som arrangerer eller modererer i lokale debatter, som partnere i kulturelle begivenheder eller som journalister, der viderebringer viden og oplevelser til tusindvis af læsere. Helt konkret bringer vi mennesker sammen om noget, der peger fremad.

Her er et udvalg af redaktionelle fællesskabere-aktiviteter i 2023:

Lyden af Nordjyske: I løbet af 2023 har vi skruet op for lydsiden af Nordjyske på flere fronter. Bl.a. er radiokanalen Radio Nordjyske og de medfølgende værter og produkter blevet integreret i Nordjyske-brandet. Der skelnes f.eks. ikke længere mellem en podcast fra Nordjyske og Radio Nordjyske. Det har bl.a. betydet, at Nordjyske-brandet har sat aftryk med live-events som transfer-show i regi af fodboldpodcasten Ripodsten, boksekamp mellem radioværter i Aalborg Streetfood og live-udsendelse under Nibe Festival. Herudover er der i årets løb

lanceret en række Nordjyske-podcast-titler. Kort efter nytår 2023 udkom dokumentarserien De tabte børns paradys, som satte lyd på Nordjyskes' dækning af den såkaldte Gravenshoved-sag. Senere på året vandt serien årets Marenpris, en nordjysk journalistikpris, der uddeles en gang årligt.

I foråret 2023 havde kriminalitetspodcasten Bag om forbrydelsen premiere. En af de første opgaver for podcasten var på lødig og etisk forsvarlig vis at blotlægge den såkaldte Mia-sag, mens retssagen udspillede sig.

Nordjyskes journalistik blev i den forbindelse bemærket og rost af flere nationale medier, og Bag om forbrydelsen har i årets løb udviklet sig til at være mediehusets absolut mest hørte podcast med cirka 25.000 downloads ugentligt fordelt på små 15.000 unikke brugere.

Tallene viser desuden, at selv om Bag om forbrydelsen udelukkende beskæftiger sig med nordjyske kriminalsager, fordeler lytningen sig over hele landet. På streamingtjenesten Spotify blev Bag om forbrydelsen ved årets slutning fremhævet som en af de bedste og mest populære nye podcasts i 2023.

Helt overordnet har Det Nordjyske Mediehus' portefølje af podcasts på tværs af ANR og Nordjyske genereret cirka 1,8 mio. downloads i 2023 – kurven har været stigende året igennem, men niveauet i sidste kvartal har været 200.000 downloads og 100.000 unikke bruger pr. måned – svarende til 60.000 downloads og 30.000 brugere om ugen.



Hva' så, Nibe! Nibe Festival er en af Nordjyllands absolut største kulturbegivenheder – ikke mindst for det unge publikum. Det Nordjyske Mediehus har via radiokanalen ANR et tæt, strategisk samarbejde med festivalen, og ANR har etableret sig med et brohoved på de unges camp, hvorfra der også i år blev sendt festivalradio og produceret SoMe-indhold primært til Instagram. Nibe Festival er et af de steder, hvor ANR har stemplet ind i unges liv og begrebsverden og forsøgt at være til stede i målgruppen også uden for radioen. Aalborg Karneval, AMBU-festen i Hobro og Hjallerup Marked er andre eksempler.

ANR 40 år og mere for flere – på lyd: Live-året kulminerede imidlertid med fejringen af ANRs 40-års fødselsdag i september, hvor kanalen samlede 5.000 lyttere i Karolinelund i Aalborg til en koncert med nogle af tidens største DJ's. Her blev det tydeligt, hvor stor gennemslagskraft ANR stadig har særligt hos det unge publikum.

I 2023 har ANR i lige så høj grad arbejdet på at spille en rolle for de unge i en anden kontekst end radio, fest og høj musik. Både gennem lanceringen af Limbo-universet, som er omtalt i afsnittet Mere for flere, og gennem en øget aktivitet på relevante sociale medier som TikTok og Instagram. Her har nye værtsprofiler dedikeret til SoMe fået en chance for at tegne ANR udadtil og via opslag og serier tage emner op som ensomhed, lykke, karriere, kønsdebat og alternativ behandling.

Ambitionen om at udvide fællesskabet omkring

ANR til nye både emner og platforme har også betydet en øget satsning på podcast. 60 % af de 18-34-årige lytter ifølge Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX) til podcast hver uge. ANR's morgenflade Morgenkøterne har i en stor del af året fortsat udfyldt sin rolle som nordjydernes radiofoniske samlingspunkt under morgenpendlingen.

Men i løbet af efteråret flyttede formatet fra flowradioen til podcast, hvor værterne fortsat håndterer dilemmaer, kærlighedshistorier og pinlige episoder i tæt fællesskab med deres trofaste følgere. Lytterinvolvering er fortsat Morgenkøternes bærende søjle, interaktionen er blot flyttet 100 procent over på de sociale kanaler, hvor de yngre brugere primært er til stede. Morgenkøterne Podcast har cirka 15.000 ugentlige downloads fordelt på 8.000 unikke brugere. I 2024 lancerer vi en ny morgenflade på ANR, og her vil podcast, video og SoMe-tilstedeværelse fra starten være tænkt ind i formatet.

Kultur mødet Mors: Nordjylland er velsignet med flere udgaver af folkemøder, blandt andre Naturmødet, som foregår i Hjørring Kommune, og Kultur mødet Mors som løber af stablen hvert år i august. I 2023 cementerede Kultur mødet endnu en gang sin position som det vigtigste samtalerum for kulturudviklingen i Danmark. Nordjyske var markant til stede i Nykøbing i år og bakker op om både ideen bag Kultur mødet Mors og de mange arrangementer. I år deltog Nordjyske – udover den journalistiske dækning i Nordjyske – også med livesending på Radio Nordjyske, og Nordjyskes' kulturjournalister var aktive deltagere til Kultur mødet.



Derudover binder vi Nordjylland sammen med en række nærlokale nyheder og tiltag, som du følgende får et indblik i:

LigeHer.nu: LigeHer.nu er nyheder fra Nordjylland med fokus på det nærlokale. Vi kalder det derfor nyheder fra nærheden. Udgangspunktet er websiden LigeHer.nu, men nyhederne kan også tilgås via daglige, lokale nyhedsbreve, de ugentlige lokalaviser og sociale medier.

Målgruppen er modne og moderne nordjyder med overblik og udsyn til at interessere sig for alt, hvad der rører sig i lokalmiljøet – fra forningsliv og forretningsliv til natur og nattelev.

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. Det arbejde fortsætter med intensiveret styrke i det kommende år.

LigeHer.nu opnåede i 2022 en placering i top-10 over de mest læste nyheds-websider i Nordjylland, og i 2023 er fremgangen fortsat med en vækst i brugere på den gode side af 50 procent.

Aalborg.nu: Aalborg er Nordjyllands hovedstad, og det markerer vi med websiden Aalborg.nu, der handler om byens liv og byens mennesker. Målgruppen for Aalborg.nu er de såkaldte urban millennials, der aldersmæssigt er fra midt i 20'erne til midt i 40'erne, og som orienterer sig mod Aalborg som det foretrukne sted at handle, spise, opleve og i det hele taget leve livet.

Fokus er på de konstruktive, positive og velfortalte historier, som kan udkomme på alle platforme fra websider over sociale medier til den trykte lokalavis. På Aalborg.nu er brugeren i centrum, mens vi heller ikke er bange for at afprøve nye annoncekoncepter som f.eks. de såkaldte Aalborg.nu Partnerskaber, der er en nyskabende tilgang til native advertising – annoncer med betalt indhold – med Instagram som platform.

Både LigeHer.nu og Aalborg.nu udkommer som daglige nyhedsbreve, der har oplevet en flot tilslutning i løbet af 2023, hvor vi samlet set er gået fra 11.000 til godt 50.000 tilmeldte modtagere af nyhedsbrevet.

Seriesport.nu: Det Nordjyske Mediehus lancerede i maj 2023 en ny satsning i form af Seriesport.nu. Websiden dækker i første omgang herrefodbold fra serie 3 til og med Danmarks-serien, men ambitionerne er med tiden at dække store dele af nordjysk breddeidræt, der om noget handler om fællesskaber.

Seriesport.nu har allerede nu flere tusinde ugentligt brugere, ligesom websiden står bag to årlige kåringer af Årets Spiller og Årets Træner lokalt og i de respektive fodboldrækker, som fællesskaber for de mange tusinde fodboldamatører i Nordjylland.

Selfie-scenen: Hvorfor ændre en succes? Holdet bag de lokale websider for LigeHer.nu indtog igen i sommeren 2023 de nordjyske festivaler med en selfiescene. Billederne fra selfiescenen blev uploadet til både Aalborg.nu og LigeHer.nu, hvor vores læsere, gæster og kunder kunne se sig selv. Det skabte en festlig symbiose mellem medie og brugere. Rammen om selfiescenen var festivalerne og koncerterne, som blev dækket redaktionelt og kommercielt både før, under og efter afviklingen.

Med selfiescenen beviste vi, at vi er Nordjyske Fællesskabere, som er til stede, når der er fest og musik i lokalområdet – hvad enten det er i Frederikshavn, Thisted, Hjørring, Fjerritslev, Nibe eller et sjette sted.

Selfiescenen modtog i 2022 Danske Mediers pris for Årets Kommercielle Indsats. Prisen gives til medier, som har løftet et kommercielt produkt eller ved succesfuldt og resultatorienteret at have samarbejdet med det lokale erhvervs-liv. I 2023 blev konceptet forfinet yderligere – bl.a. med en bedre bagvedliggende software og en konservativt estimeret berøring med over 75.000 festivalgæster i løbet af sommeren. Det vidner om selfie-scenens store succes.



Hanstholm IF møder
Viborg FF i Serie 2

Aktiviteter, der bakker op om det nordjyske 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 bl.a. 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.

Her er et udpluk af de mange aktiviteter i 2023, som bakker op om det nordjyske erhvervsliv:

Rådgivning: Udover at vi tilbyder partnere og kunder professionel medierådgivning og interessante miljøer for deres markedsføringsbudskaber, ønsker vi i høj grad også dialog med vores erhvervskunder.

Det gør vi bl.a. ved at invitere til webinarer, faglige og sociale events og netværksmøder med fokus på trends og tendenser i samfundet samt viden og indsigter om markedsføring. Det Nordjyske Mediehus inviterer også gerne

kunder og samarbejdspartnere indenfor på vores lokationer. Senest i forbindelse med indvielsen af Mediehuset på havnefronten i Aalborg, hvilket du kan læse mere om i afsnittet Sociale og sundhedsfremmende medarbejderaktiviteter.

Den Nordjyske Agenda: Vi indledte 2023 med premiere på et helt nyt inspirationsevent, som vi har navngivet Den Nordjyske Agenda. Her inviterede vi vores største erhvervskunder til at høre, hvorfor vi nordjyder ikke er helt som alle de andre danskere. Den Nordjyske Agenda 2023 stillede skarpt på nordjyderne og hvilke nye trends og tendenser, der ville præge året. Sammen med PEJ Gruppen, Jysk Analyse og Kantar Gallup gav vi gæsterne mulighed for at høre om de seneste retail-trends og blive opdateret på det nordjyske medielandskab. Aftenen sluttede med mulighed for at netværke med en række stærke nordjyske brands.

I forlængelse af eventet udgav Det Nordjyske Mediehus rapporten Den Nordjyske Agenda 2023 til frit download på detnordjyskemediehus.dk. Her får læserne adgang til fakta og fokus på tendenser, ligheder og forskelle, som er værd at kende, når man vil i kontakt med nordjyderne. Og vil sælge til dem. Rapporten giver bl.a. svar på: Hvad forventer nordjyderne sig af 2023 – økonomi, forbrug, job? Hvordan reagerer forbrugerne midt i en corona-, krigs- og inflations-tid? Hvilke medier er nordjydernes foretrukne?



Salgsdirektør
Jeppe Kristensen



Vigeur Live og Business Lounge: Målet med Vigeur er at udvikle Nordjylland som region ved at skabe konstruktive forbindelser mellem de nordjyske virksomheder og ambitiøse, erhvervsaktive nordjyder.

Det gør vi bl.a. ved at afholde dagskonferencen Vigeur Live, som også i 2023 blev en stor og velbesøgt succes med prominente hovednavne som Le Gammeltoft, Martin Rossen og Nikolaj Sonne samt et væld af Vigeur-partnere, der fik alle muligheder for at netværke i inspirerende rammer. Ambitionen udledes også flere gange om året med Vigeur 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 Vigeurs indhold møder brugerne fysisk, mens der skabes tid og rum til værdiskabende netværksmøder for vores partnere. Vigeur har siden lanceringen i 2021 oplevet vækst målt på både brugere, sidevisninger og partnere. Antallet af brugere på websiden er således fordoblet allerede i andet leveår, mens vi i dag har godt 100 partnere.

God journalistik er frem for alt troværdig og nærværende. Ambitionen på vegne af Vigeur er derfor at dyrke og facilitere mødet mellem ambitiøse nordjyder yderligere i kommende år.

Kampagner: I løbet af året afvikler vi en række kampagner i vores lokalmedier for vores annoncører. De tager udgangspunkt i aktuelle emner, som sætter fokus på det nordjyske handels- og forretningsliv. Igen i 2023 har vi bl.a. haft fokus på turismeerhvervet i vores guide Velkommen til Nordjylland, der har til formål at inspirere både nordjyder og turister til en aktiv sommerferie i hele regionen. Det skete bl.a. gennem artikler og annoncer om attraktioner, spisesteder, udflugter og andre oplevelser i det nordjyske sommerland – både på print og digitalt. Vores ambition om i højere grad at udkomme digitalt satte vi yderligere handling bag i efteråret, hvor vi omlagde en del af vores sæsonaktuelle udgivelser til rene digitale udgivelser.

Bio Lounge: Aalborg.nu har fokus på urban millennials, der har valgt Aalborg til som by. Det gør vi ikke kun ved at beskrive byens liv og byens mennesker – men også ved at skabe oplevelser i byen.

I samarbejde med Friis Shoppingcenter var vi derfor ad to omgange vært for Bio Lounge, hvor vi under åben himmel i august 2023 viste film på storskærm på Gabels Torv i Aalborg. De to

meget velbesøgte events bekræftede både os selv og aalborgenserne i, at vi på alle måder har en berettigelse i byen.

Summer Celebration og Fall Fashion Fusion:

Aalborg.nu ønsker at bidrage til, at Aalborg også i fremtiden har et levende handelsliv. Det gjorde vi bl.a. med Summer Celebration i juni 2023, hvor vi klædte byen i blomster, mens vi tilbød aalborgenserne at samle deres egne buketter ved at besøge byens modebutikker. I september gennemførte vi Fall Fashion Fusion, hvor vi arrangerede et pop-up showroom på Bredegade Torv i Aalborg, hvor der var sørget for lækker indretning og live-musik.

Aalborg Karneval og Børnekarneval:

Aalborg.nu var i 2023 uformel partner på både Aalborg Karneval og Børnekarneval, hvor vi til sidstnævnte bl.a. uddelte gratis kaffe til forældre og balloner samt goodiebags til de unge karnevalsdeltagere. Børnekarneval satte i år besøgsrekord, og den efterfølgende evaluering fra alle samarbejdspartnere har udelukkende været positiv.





Ansvarlig markedsføring

I Det Nordjyske Mediehus har vi tilsluttet os RettighedsAlliancens Kodex, som er et initiativ, der er startet i 2017 af Kulturministeriet. Kodexet afspejler en fælles målsætning om, at internettet skal forblive en sikker markedsplads.

Formålet med Kodexet er at bekæmpe ulovligheder på internettet, og ved at tilslutte os har vi samtidig erklæret, at vi tager afstand fra, at vores produkter og tjenester anvendes til at understøtte kriminelle forhold.

Konkret betyder det, at vi afviser annoncører, hvis vi vurderer, at de ikke holder sig inden for rammen af lovlige aktører på internettet. RettighedsAlliancen deler løbende en opdateret liste over internetsider, der tilbyder ulovlige tjenester. Hos os har vi implementeret procedurer, som betyder, at sådanne ulovlige tjenester blokeres med det samme. Det er ikke kun noget, vi siger: Vi har flere gange i 2023 afvist annoncører, som ikke lever op til Kodexet.

Dataetik

Dataetik handler om de etiske overvejelser om ansvarlig brug af data og nye teknologier. Den øgede digitalisering gør, at Det Nordjyske Mediehus kontinuerligt tager stilling til etisk behandling af data og sikrer, at retningslinjer herfor er forankrede i virksomheden.

Det Nordjyske Mediehus har en vedtaget politik for dataetik. Politikken udgør den overordnede ramme for etisk behandling af data og finder anvendelse i alle vores selskaber. Samtlige ansatte er omfattet, uanset om de er ansat på fuld tid, deltid eller tilknyttet som konsulenter. Udover en politik for dataetik har vi grundige etiske retningslinjer for arbejdet med redaktionelle udgi-

velser samt en intern og ekstern politik for databeskyttelse.

Vi vægter digitalisering højt. Vi digitaliserer for at kunne understøtte og forbedre kundeoplevelsen. Vi digitaliserer og optimerer vores administrative processer for at spare tid og ressourcer. Vi har i den forbindelse et ansvar for, at vores brug af data tager hensyn til vores brugere, kunder og ansatte. Øget digitalisering skal stille vores brugere, kunder og ansatte bedre, ikke ringere. Dette er afgørende for vores omdømme, vækst og ret til at drive virksomhed.

Vi indsamler og benytter kun data, der er nødvendige og behandler – ud over i ansættelsesmæssig sammenhæng – udelukkende almindelige personoplysninger. Indsamling af data skal ske på et oplyst grundlag, og der benyttes udelukkende data, som kommer direkte fra registrerede, offentligt tilgængelige erhvervsregistre og automatisk indsamling, typisk via cookies.

Vores politik for dataetik understreger, at vi til enhver tid behandler data i overensstemmelse med gældende lovgivning. Der må ikke benyttes data til formål, som vil kunne underminere dataintegriteten. Der er ligeledes gennemsigthed af formål og typer af data, vi behandler. Politikken revideres en gang årligt og godkendes af den øverste ledelse, som også sikrer, at politikken implementeres.

IT-sikkerhedsniveauet er et væsentligt parameter for en stabil og pålidelig drift, og denne reguleres af vores IT-sikkerhedspolitik.

Foranstaltningerne har til formål at beskytte os og vores kunder mod databrud og utilsigtet adgang til data. Som et led heri har vi desuden indført obligatoriske IT- og datasikkerhedskurser for alle vores medarbejdere, der omtales i afsnittet Kompetenceudvikling.

Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorrupsion og bestikkelse

Selskaberne under Det Nordjyske Mediehus vælger som udgangspunkt leverandører, der har samme holdninger som os til bæredygtige løsninger og overholdelse af menneskerettigheder.

I vores Code of Conduct har vi udarbejdet retningslinjer for både leverandører, ansatte og ledelsen. I retningslinjerne opfordrer vi bl.a. alle ansatte til at indrapportere mistanke om bestikkelse til nærmeste leder. Som i de foregående år har der i 2023 ikke været indrapporteret tilfælde af brud på vores retningslinjer.

Da vi er lokaliseret i Skandinavien, som bygger på demokratiske værdier og har en meget lav rate af menneskerettighedssager, anser vi det ikke for at være en væsentlig risiko, at der vil ske overtrædelse af menneskerettigheder. Ligeledes har vi i 2023 ikke haft sager om brud på menneskerettigheder. Vi understreger i vores Code of Conduct, at vi værdsætter ærlig, ordentlig og etisk opførsel, både internt

og eksternt. Det betyder, at vi bruger vores sunde fornuft og dømmekraft til at afstå fra enhver form for korrupsion og bestikkelse. I forlængelse heraf beskriver vores Code of Conduct vores forventninger til både ansatte og samarbejdspartnere. Derfor vurderer vi, at der ikke er en væsentlig risiko for korrupsion. Skulle der ske kritisable eller direkte ulovlige handlinger eller grove personrelaterede hændelser, findes både interne velbeskrevne procedurer, ligesom både interne og eksterne interessenter har mulighed for at lave en anonym indberetning via vores whistleblowerordning.

Vi har kontinuerligt fokus på området og vil løbende vedligeholde og udvikle politikker efter behov.

Ansvarlige investeringer

Passive investeringer varetages via kompetente portefølje-managers, som investerer i værdipapirer på de regulerede aktie- og obligationsmarkeder med moderat risiko. Desuden foretager vi brancherelaterede porteføljeinvesteringer.



VORES SOCIALE ANSVAR

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

Eksterne tiltag med økonomisk støtte

Aalborg Stiftstidendes Fond engagerer sig socialt og samfundsmæssigt. Siden 1967 har fonden uddelt legater til studerende ved højere læreanstalter i Nordjylland. Et af kriterierne er, at den studerende tilbringer en periode i praktik eller studerer et semester i udlandet. Hver legatportion er på 15.000 kroner. I 2023 uddelte fonden 10 legater, og antallet af uddelte legater gennem tiden når dermed op på legater til 764 studerende i alt.

I forbindelse med julen 2023 valgte Det Nordjyske Mediehus at donere et beløb til Røde

Kors' julehjælp med det formål at give udsatte børnefamilier et lyspunkt i julen. Flere af vores medarbejdere valgte ligeledes at donere deres julegave til Røde Kors i form af julehjælp. Desuden støttede vi i 2023 følgende med et mindre beløb: Familier med kræftramte børn, Julemærkemarchen i Skagen, Julemærkemarchen i Hobro, Danske Hospitalsklovne og dertil Lions Club Aalborgs julemarked med indrykning af gratis annoncer i Nordjyske og Aalborg.nu.

For at støtte op om det skrevne medias udbredelse og tilgængelighed, har vi desuden et samarbejde med Aalborg Bibliotekerne, hvor brugerne gratis kan læse dagens e-avis. Endeligt har vi i Aalborg Kommune et samarbejde med forsyningen om at køre affaldsposer til alle husstande ud til bestemte foreninger, som står for hustandsomdelingen. Omdelerne tjener på den måde penge til deres forening, når de omdeler affaldsposer til alle husstande i kommunen.



Studentermedhjælper Tobias Ashton
fra SoMe-teamet



Pressefotograf Torben Schrøder Hansen og erhvervspraktikanter

Unge og uddannelse

I alle vores selskaber har vi gennem mange tiltag valgt at påtage os en rolle i forhold til unges uddannelse og uddannelsesvalg. Lige fra folkeskolen til det første job.

Praktik, studiejob og projektsamarbejde: Vi har studentermedhjælpere og praktikanter fra flere forskellige uddannelsesretninger i mange roller på tværs af virksomheden. Vi vægter generelt, at de studerende bliver en del af et spændende læringsmiljø og en del af arbejdspladsen på lige fod med resten af kollegerne. På den måde får de studerende et indblik i, hvad deres uddannelse kan føre til og relevant erfaring til CV'et.

I 2023 kunne vi tælle ca. 55 studentermedhjælpere fordelt på vores danske selskaber, ligesom vi har indgået ca. 10 praktikforløb med studerende, typisk på et semester i forbindelse med en (professions-)bachelor eller kandidatuddannelse. For studerende på længerevarende uddannelser tilbyder vi case-samarbejde i forhold til speciale- eller projektskrivning.

Vi ønsker fortsat at påtage os et socialt ansvar i forhold til unges uddannelse og læring i det omfang, det er muligt i 2024.

Journalistpraktikanter: Vi tilbyder praktik til journaliststuderende ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX), Roskilde Universitet (RUC) og Syddansk Universitet (SDU). I 2023 har vi i alt haft 11 journalistpraktikanter i

uddannelsesforløb hen over året, og som et led i ansættelsen af journalistpraktikanterne har vi bl.a. deltaget i en rekrutteringsmesse og afviklet åbent hus.

Journalistpraktikanterne bliver tilknyttet vores praktikvejledere og får en praktisk uddannelse i journalistik. Her lærer de at håndtere forskellige journalistiske genrer i et skræddersyet forløb på flere af vores redaktioner. Hånd i hånd med sparring og feedback giver vi journalistpraktikanterne ansvar fra dag ét. Praktikanternes arbejde tillægges lige så stor værdi, som de uddannede kollegers i Det Nordjyske Mediehus.

Erhvervspraktikanter: I det Nordjyske Mediehus påtager vi os et ansvar i forhold til at give eleverne fra grundskolens 8. og 9. årgang et indblik i, hvad det vil sige at være journalist og arbejde i mediebranchen – og i et moderne, digitalt mediehus som vores. Derfor byder vi hvert år erhvervspraktikanter velkommen.

Vi har lagt et program, så eleverne får indsigt, opgaver og feedback ved at berøre temaer som portræt, anmeldelser, fotografering, SoMe og radio – og dermed et realistisk indtryk af, hvordan en arbejdsdag som journalist kan se ud. I 2023 har vi haft 16 erhvervspraktikanter i huset fordelt over tre uger. Vi forventer også i 2024 at byde erhvervspraktikanter velkommen med et indsigtfuldt og spændende program.

Digital skoleworkshop: Vi tilbyder mulighed for en digital skoleworkshop til grundskolens ældste klasser med et omfattende undervisningsmateriale i medier og kommunikation. Materialet indeholder bl.a. faglige videooplæg, case-opgaver og et journalistisk opslagsværk. Emnerne sætter eleverne ind i det journalistiske håndværk og breder sig over både traditionelle medier og nye, sociale medier, kildekritik, mediejoura og tips til at skrive gode artikler og rubrikker – med en række tilhørende opgaver, der både kan løses på klassen, i grupper og individuelt. Materialet kan frit downloades på detnordjyskemediehus.dk.

Innovation og entreprenørskab: Som et led i vores interne innovationsprojekt Nordlys2 blev Det Nordjyske Mediehus fyldt med god energi og spirende innovative forretninger, da de nordjyske ungdomsuddannelser dystede i innovation og entreprenørskab ved innovationskonkurrencen, der afholdes som en del af forløbet Company Programme – en del af Fonden for Entreprenørskab.

I forbindelse med afvikling af konkurrencen åbnede vi nemlig dørene for en masse unge mennesker, som deltog i Regionsmesterskaberne i innovation og entreprenørskab blandt nordjyske ungdomsuddannelser. De studerende dystede om den bedste innovative idé. Til en række dommere fra det nordjyske erhvervsliv pitched de studerende alt fra proteinboullontninger, midlertidige tatoveringer og en app til din garderobebillet. Det skete med målet om at kvalificere sig til Danmarks mesterskaberne.

Vores fokus på unges uddannelse kommer ligeledes til udtryk, når vi deltager på job- og karrieremesser, hvor vi i øjenhøjde med de studerende går i dialog om alt lige fra praktik til det første job.

Karrieremesser og jobmuligheder

I 2023 har Det Nordjyske Mediehus deltaget i en række job- og karrieremesser på de nordjyske uddannelsesinstitutioner. Vores formål med at deltage på messerne er et led i en employer branding-strategi med fokus på at øge kendskabet til Det Nordjyske Mediehus som en attraktiv arbejdsplads.

Vi har bl.a. haft messestande på MatchMaking på University College Northern Denmark (UCN) primært målrettet studerende fra teknologi- og businessuddannelser samt på KarriereDagene på Aalborg Universitet (AAU) for alle studerende og nyligt dimitterede. Medarbejdere fra HR og Intern kommunikation varmede i øvrigt op til KarriereDagene ved at tilbyde online CV-feedback til de studerende med det formål at give gode råd til jobsøgningen. Bidraget blev taget godt imod af de studerende.

Vi deltog også på IT-DAY på AAU Create, hvor en række IT-studerende og nyuddannede fra videregående uddannelser på både AAU og UCN lagde vejen forbi vores stand. Ovenikøbet fik de studerende mulighed for at overvære et pitch om Det Nordjyske Mediehus som moderne IT-arbejdsplads, som efterfølgende tiltrak en



Foto: Tobias Zinn (ZinnMedia)



Foto: Tobias Zinn (ZinnMedia)

masse nysgerrige til vores stand. Sidst men ikke mindst deltog vi i efteråret på Studiejob-messen på AAU med det formål at rekruttere kandidater til aktuelle studiejobs.

På alle messer har medarbejdere på tværs af virksomheden deltaget for at kvalificere den faglige dialog med de studerende, bl.a. om den brede vifte af studiejobs og praktikophold, vi har tilbudt i 2023. Messerne bød dermed på mange gode snakke med studerende, som virkede oprigtigt interesserede i Det Nordjyske Mediehus som arbejdsplads.

Vi oplever med andre ord, at de nordjyske studerende kender mere og mere til Det

Nordjyske Mediehus og vores brands. Som resultat har vi f.eks. modtaget mange gode ansøgninger fra kvalificerede studerende til aktuelle ledige stillinger i årets løb, og vi har oplevet en markant stigning i antallet af jobagenter og uopfordrede ansøgninger i vores kandidatbank. I 2024 har vi fortsat ambitioner om at deltage på udvalgte job- og karrieremesser.

Desuden har vores distribution i 2023 deltaget på relevante jobmesser i hele regionen med særligt henblik på at oplyse om vores jobmuligheder, herunder for mennesker med særlige udfordringer. Det uddyber vi i næste afsnit.



KarriereDagene
2023



Job, der favner bredden

Vi mener, at diversitet er godt for en arbejdsplads. Det er en vigtig forudsætning for både nytænkning og udvikling af vores virksomhed, at vi er forskellige – både i forhold til køn, alder, kultur, kompetencer, baggrund osv.

Vi ved, at nogle mennesker har et særligt behov for tilpassede arbejdstider og opgaver, og derfor tilbyder vi mulighed for ansættelse i fleksjob. I perioden fra 4. kvartal 2022 til 3. kvartal 2023 har Det Nordjyske Mediehus haft 89 medarbejdere i fleksjob, svarende til 2,9 % af medarbejderstaben. Særligt i vores distribution har vi ansat en stor del medarbejdere i fleksjob. Hermed ligger vi 1,7 procentpoint over sammenlignelige virksomheder og 0,5 procentpoint over landsgennemsnittet. (Kilde: Benchmarkmodellen udviklet af Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering i samarbejde med Virksomhedsforum for Socialt Ansvar)

I 2023 har vi i den samlede virksomhed haft et mindre antal ansatte med løntilskud og virksomhedspraktik for ledige via jobcentret. Ordninger, der hjælper med at afklare eller udvikle kompetencer, så den ledige står bedre i en fremtidig jobsituation. I enkelte tilfælde har ordningerne efterfølgende ført til ansættelse.

Eksternt har vi desuden samarbejder med Aalborg-virksomheden NordVirk og Ressource-Center Aalborg (RCA), som begge bidrager til at skabe jobmuligheder for borgere med særlige udfordringer. Læs mere i afsnittet Samarbejde om genbrug.

Et omdelerjob hos os: I vores distribution tilbyder vi job/fritidsjob til en meget bred gruppe mennesker – alt fra grundskoleelever og universitetsstuderende til pensionister: Alderen på de ansatte spænder fra 13 år til 80 år.

I forhold til omdeling af reklamer og lokalaviser har vi hver uge cirka 250 voksne omdelere og 850 unge omdelere i alderen 13-17 år på arbejde. De omdeler hver uge lokalaviser og reklamer til ca. 240.000 husstande fra Skagen til Hobro. Cirka 50 % af disse omdelinger foregår ved hjælp af en cykeltrailer, som omdeleren enten vælger at gå med eller kobler på en cykel.

At blive omdeler for Det Nordjyske Mediehus er for mange unge nordjyder det første bekendtskab med arbejdslivet – deres første "rigtige" arbejde. Det kan være svært for 13-14-årige at finde et job, da der er mange regler for, hvad man i den alder må og ikke må. Jobbet som omdeler er tilpasset de helt unge, så arbejdsmiljøloven er overholdt. De arbejder ikke mere end højst to timer om dagen og løfter ikke flere kilo ad gangen, end reglerne foreskriver. Derudover får de unge omdelere alle produkter til omdeling leveret på deres bopæl, og deres rute/ruter ligger sjældent mere end 500 meter fra bopælen.

Vi tror på, at det er godt for de helt unge at have et arbejde. Med arbejdet følger et ansvar, og ansvar vokser man med. Derudover kommer der penge ind på kontoen, så det betaler sig at arbejde, hvilket vi mener, er en god læring. Vi ved, at mange forældre synes, at jobbet som omdeler er et godt "første job", fordi forældrene har mulighed for at hjælpe deres børn godt i gang. Desuden er det en fordel at have jobbet som omdeler på sit CV, når den unge skal søge sit næste job – fordi flere arbejdsgivere ved, at man både er mødestabil og pligttopfyldende, når først man har været omdeler.

Vi har i dag cirka 50 forskellige nationaliteter i vores omdelerkorps, så alle kan – uanset nationalitet – få en mulighed for at komme i job under ordnede forhold som en del af deres integration.



VORES MEDARBEJDERANSVAR

Vi lykkes kun med at skabe et stærkt Nordjylland, når vi har medarbejdere, som brænder for at udfordre sig selv og vores kunder, og som ser vigtigheden af, at Det Nordjyske Mediehus skaber sammenhængskraft og fællesskaber i vores landsdel. Vores sociale ansvar peger derfor også indad via et fokuseret arbejde med kultur, kompetencer, trivsel og engagement. Størrelser, som bidrager til at skabe rammerne for en attraktiv arbejdsplads med et godt arbejdsmiljø.

Fællesskabere på arbejdspladsen

Vi tror på, at alle har brug for at føle sig som en del af noget større og få del i det samspil og modspil, stærke fællesskaber rummer. Vi tilskynder og motiverer hinanden til at arbejde på tværs af kompetencer og afdelinger for at være på forkant med udviklingen i en mediebranche, der forandrer sig markant pga. større brugerkrav, teknologi og indflydelse fra sociale medier.

Vi understøtter løbende opbygning af bredere kompetencer, der kombinerer fagligheden fra det publicistiske, kommercielle og tekniske, så

vi ikke kun øger vores evne til at vinkle, målrette, formidle, iscenesætte og kapitalisere vores indhold, men også oparbejder en stærkere fælles kultur og forståelse af vores opdrag. Vi kalder dette kompetencemål for PubComTech.

PubComTech er ikke bare noget, vi sigter efter som kompetence og fælles kultur.

Fællesskabere-tanken er nemlig tænkt med i indretningen af vores nye Mediehus i Aalborg. Vi har f.eks. ikke faste pladser, hvilket understøtter muligheden for at arbejde sammen på tværs af afdelinger, så vi både skaber en fælles kultur på tværs af faggrænser og dyrker sociale såvel som faglige relationer.

Vi tror på, at vi i samarbejde og daglige relationer skaber de bedste resultater og den største trivsel for den enkelte. Derfor har vi skabt en arbejdsplads, som byder plads til alle medarbejdere – men forstår at variabilitet og fleksibilitet er afgørende for arbejdets udførelse og den enkelte medarbejder. Derfor siger vi også, at vi er "en tilstedeværelsesarbejdsplads med fleksibilitet".

Nordjyske Fællesskabere.

Ingen kan alt, men alle kan noget.
Sammen kan vi det hele.
Som nordjyder og Det Nordjyske Mediehus.

Gennem et uafhængigt, frit og dynamisk mediehus binder vi hver dag et levende Nordjylland sammen med oplysende og engagerende indhold og inspirerende initiativer.

Vi er mere for flere og altid i bevægelse.
Sammen er vi Fællesskabere af
Danmarks stærkeste region.

Fra onboarding til exit

Når vi ansætter nye medarbejdere, har vi særligt fokus på pre- og onboarding, der handler om at give vores nye kolleger den bedst mulige start i det nye job – både socialt, kulturelt og fagligt.

Foruden et lokalt introduktionsprogram til jobbet og afdelingen afholder vi løbende velkomstmøder på tværs af huset, hvor formålet er at give nyankomne kolleger et overordnet indblik i Det Nordjyske Mediehus som virksomhed og arbejdsplads. I 2023 udvidede vi rammen for vores velkomstmøder og tilbyder nu et fælles afsæt for opstarten i Det Nordjyske Mediehus. Som noget nyt inddrager vi repræsentanter fra den øverste ledelse til at fortælle om vores strategi, ligesom udvalgte ledere fortæller om vores brands og produkter. Naturligvis supplerer vi med nyttige praktiske informationer om dét at være medarbejder hos os.

På den måde skaber vi rammerne for netværk og samarbejde på tværs af afdelinger og lokationer blandt nyansatte på alle niveauer i virksomheden. Efter behov afholder vi ligeledes skræddersyede velkomstmøder for nye ledere og løbende for udvalgte medarbejdergrupper, f.eks. praktikanter og studerende. Desuden ønsker vi i 2024 at fastholde vores fokus på hyppigt og løbende at afholde opfølgningsdialog med nye kolleger.

I 2023 har vi truffet både modige og svære beslutninger for at tilpasse virksomheden til

markedet. Det har betydet nedjustering af aktiviteter og desværre medført afskedigelse af et større antal medarbejdere.

Det, tilstræber vi, sker på bedste vis, og tilbyder bl.a. outplacement-forløb for at hjælpe opsagte kolleger godt videre.

Kompetenceudvikling

Som Nordjyllands største mediehus er det vigtigt for os, at vi har medarbejdere med mange forskellige kompetencer. Derfor er løbende kompetenceudvikling helt naturligt for os for både at sikre et fagligt højt niveau og for at fastholde Det Nordjyske Mediehus som en attraktiv arbejdsplads.

Det er vores ambition, at al kompetenceudvikling tager afsæt i vores strategi, der særligt fordrer digitale kompetencer, herunder at hver enkelt medarbejder får mulighed for at udvikle sine egne evner og ambitioner i videst muligt omfang. Vi tilstræber, at kompetenceudvikling understøtter vores PubComTech-tilgang, der netop har fokus på at styrke samarbejde og co-creation på tværs.

I lighed med forrige år har vi fokus på værdien af den uformelle læring, der sker på jobbet. Vi tror nemlig på, at kompetenceudvikling og læring ofte sker bedst tæt på den dagligdag og de opgaver, den enkelte løser. F.eks. gennem metoder som sidemandsoplæring eller samarbejde på tværs af afdelinger. Vi benytter fortsat vores interne læringskoncept kaldet LIP, Lærings- og InspirationsPitstop.



Her sætter vi kollegialæring i system og deler ud af eksisterende viden og kompetencer i form af et kortere pitstop på typisk 25-55 minutter.

Kompetenceudvikling sker ligeledes gennem eksterne kurser og uddannelsesdage, som planlægges fortløbende, ligesom vi benytter os af interne kurser, der gennemføres i huset, enten med eksterne eller egne medarbejdere som undervisere. Her følger eksempler på kompetenceudviklingsaktiviteter i 2023:

IT- og datasikkerhed i en digital hverdag:

En digital hverdag stiller krav til vores digitale færdigheder og mindset. Derfor udvikler vi vores kompetencer og viden i takt med de udfordringer, der er forbundet med at være et digitalt mediehus. Hvert år gennemgår alle medarbejdere et obligatorisk IT-sikkerhedskursus, som vi stiller til rådighed via vores e-læringsplatform. I 2023 har alle medarbejdere desuden gennemført et kursus i GDPR og datasikkerhed, som skal bestås og gentages årligt. Læringsformen styrker på en fleksibel, let og sjov måde vores medarbejderes kompetencer. Begge kurser er en integreret del af vores onboarding-program, så vi styrker vores medarbejderes viden om IT- og datasikkerhed allerede fra jobstart.

Generelt foregår meget læring digitalt. Udover vores egen e-læringsplatform, deltager flere medarbejdere løbende i webinarer, online certificeringer og øvrige fleksible kursusformer. Flytningen til det nye mediehus i Aalborg har

i det hele taget bidraget til en øget digital adfærd. At vi ikke længere har faste siddepladser, ansporer os til at arbejde digitalt og uden printede papirark, ligesom onlinemøder er en naturlig og fleksibel del af hverdagen.

Redaktionel kompetenceudvikling:

Redaktionelt udbyder vi uddannelse i tråd med vores strategi og kompetencebehov. Det betyder, at vores journalister løbende deltager i efteruddannelse, der dygtiggør dem inden for både klassiske journalistiske genrer, ligesom de tilegner sig nye kompetencer inden for f.eks. datajournalistik og AI-værktøjer. Vi tilrettelægger en del af kurserne internt for at anspore til dialog og tværfagligt samarbejde. Dertil holder vi Journalistisk Lounge for alle redaktionelle medarbejdere – vores eget koncept til at sætte dugfriske temaer og aktuelle journalistiske emner på dagsordenen med debat og videnuddeling som omdrejningspunkt.

Et skræddersyet forløb for medierådgivere:

Vores medierådgivere er altid klædt på med de nyeste værktøjer. Nye medarbejdere trænes i Det Nordjyske Mediehus' salgskoncept, så det understøtter den adfærd og kultur, vi som et ambitiøst mediehus ønsker at repræsentere.

Derudover laver vi løbende webinarer for alle medierådgivere, hvor vores specialister deler den nyeste viden om f.eks. digital markedsføring, webshops og aktuelle produktudviklings tiltag.



Vi lægger stor vægt på hele tiden at være opdateret på de digitale markedsføringsmuligheder, så vores rådgivning om medieindkøb giver vores kunder størst mulig effekt.

Udvikling med MBTI-profiler: I 2023 fortsatte vi brugen af profilværktøjet MBTI (Myers-Briggs Type Indikator) som et værktøj i personlig udvikling, ledelses- og teamudvikling.

HR og Intern kommunikation har bl.a. tilbudt nye ledere individuelle tilbagemeldinger på MBTI-profiler som afsæt for at bruge styrker og præferencer bedst muligt i ledelsesopgaven.

I løbet af 2023 har vi gennemført en række skræddersyede workshops for både leder- og medarbejderteams. Det har givet værdifulde indsigter i emner som samarbejde, kommunikation, problemløsning og beslutningstagning – og ikke mindst værktøjer til hvordan vi bruger vores individuelle forskelle positivt til gavn for det daglige samarbejde og optimering af teamets præstationer.

Lederudvikling: 2023 er også året, hvor vi binder sløjfe på et længere lederudviklingsforløb for alle distributionsledere. Forløbet tog udgangspunkt i lederrollens mange facetter med særlig fokus på forandrings- og distanceledelse, der er kernebegreber i ledelsen af vores mange omdelere i landsdelen. Deltagerne afsluttede forløbet med en præsentation af deres personlige udbytte og udviklingsplaner for lederrollen – med øget selvindsigt i bagagen.

Lederudvikling i 2023 har generelt været fokuseret på at forankre vores eksisterende ledelsesgrundlag og de fire lederroller.

Desuden er Det Nordjyske Mediehus' ledelsesgrundlag og lederroller blevet implementeret i vores svenske datterselskab, Nordiske Medier AB, via et omfattende lederudviklingsforløb. Med udgangen af 2023 har vi således et fælles sprog og en fælles ledelsesværktøjskasse på tværs af alle selskaber.



MBTI-workshop i SoMe-teamet

Engagements- og trivselsmåling

Vi har en tro på, at jobglæde er en væsentlig del af en attraktiv arbejdsplads, og at jobglæde går hånd i hånd med gode forretningsresultater. Store ambitioner og medarbejderengagement følges ad.

For at følge og styrke udviklingen i vores medarbejderes engagement og trivsel gennemfører vi hvert år en engagements- og trivselsmåling i alle vores selskaber. Vi bruger resultaterne fra målingen til at forstærke de områder, hvor vi allerede gør det godt, og samtidig kortlægger vi de områder, hvor vi med fordel kan forbedre os i en positiv retning. Gennem året arbejder vi løbende med resultaterne fra overordnet selskabsniveau til afdelingsniveau.

Engagements- og trivselsmåling 2023:

De seneste fire år har vi gennemført engagements- og trivselsmålingen via en digital og datadrevet platform, der er med til at styrke dialogen mellem leder og medarbejder. I 2023 sendte vi målingen ud til 507 medarbejdere fordelt på alle vores lokationer i både Danmark og Sverige. Den samlede øverste ledelse har fra dag ét sat et ambitiøst mål om en svarprocent på minimum 90, hvilket vi har opnået alle år.

I 2023 kom vi i mål med en svarprocent på hele 93, og dermed slog vi vores egen rekord.

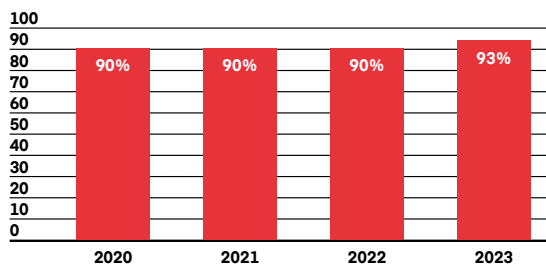
Med så flot en deltagelse placerer vi os desuden hele 14 procentpoint over benchmark af sammenlignelige virksomheder.

Jo flere besvarelser, des bedre afsæt har vi for det videre arbejde med handlingsplaner, som i sidste ende skal sikre, at vi udvikler os som virksomhed, ledere og medarbejdere og forbliver en attraktiv arbejdsplads.

Det har ligeledes været et mål for os, at vi placerer os blandt de øverste 25 procent af de virksomheder, vi sammenligner os med.

Resultaterne opgøres bl.a. med en såkaldt Employee Net Promoter Score (eNPS), der er en international standard til måling af medarbejderloyalitet.

Med årets resultat, en samlet eNPS score på 29 for alle selskaber under Det Nordjyske Mediehus, placerer vi os i midten af segmentet af sammenlignelige virksomheder, blot syv point fra top-25.



Svarprocent: Engagements- og trivselsmåling i koncernen



Det er en minimal tilbagegang fra tidligere år. Tilbagegangen var forventet, da den samlede mediebranche som bekendt har oplevet et presset marked og en stor usikkerhed. Faldende omsætninger, stigende omkostninger og nedskæringsrunder hos os selv og i den samlede danske mediebranche har naturligt sat sit præg.

Med det in mente er en placering kun syv point fra top-25 tilfredsstillende. Desuden ser vi en fremgang fra tidligere års målinger på flere af de faktorer, vi spørger ind til i målingen, herunder arbejdsmiljø, forhold til kolleger, fleksibilitet og en fysisk sund livsstil på arbejdspladsen.

Engagement og trivsel 2024: Vi ved, at forandringerne i medieverdenen er kommet for at blive. Det stiller store krav til os som medievirksomhed, hvis vi vil fastholde de gode resultater. Ambitionen er, at vi stadig vil være en attraktiv arbejdsplads, der er præget af jobglæde og trivsel. Vi ønsker derfor at opnå en positiv eNPS på minimum 30 til næste års engagements- og trivselsmåling, ligesom vi fortsat har et ambitiøst mål om en svarprocent på minimum 90.

Med afsæt i målingen fra 2023 har den øverste ledelse udpeget tre særlige fokusområder for arbejdet med engagement og trivsel i 2024: Kolleger, udvikling og strategi.

Kolleger.

Vi vil fortsat styrke fællesskab og samarbejde på tværs.

Udvikling.

Vi skal tilegne os ny viden og nye kompetencer, så vi bevæger os i takt med udviklingen i mediebranchen.

Strategi.

Vi vil sikre implementering af vores nye strategi i alle dele af virksomheden.



HR-chef Malene Nielsen og koncern økonomidirektør / CFO Finn Støvring Nielsen

Et trygt 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, motiverede og respekterede. Dette afspejles bl.a. i vores adfærdspolitik, hvor overlæggen 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 altid til åben, ærlig og løbende dialog bl.a. ved at tilstræbe 10 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.

Uønsket seksuel opmærksomhed: Et særligt fokusområde i relation til et trygt arbejdsmiljø er uønsket seksuel opmærksomhed, da de seneste år har vist en vis udbredelse heraf i særligt mediebranchen. Det resulterede i 2020 i lanceringen af Mediebranchens fælles kodeks mod seksuelle krænkelser. Vi støtter naturligvis op om kodekset og har nultolerance over for uønsket seksuel opmærksomhed på arbejdspladsen.

Vi lægger vægt på, at alle skal føle sig trygge og respekterede, når de er på arbejde. Derfor har vi klare retningslinjer for, hvor medarbejdere kan henvende sig med henblik på en fortrolig samtale, hvis vedkommende føler sig udsat for krænkende eller grænseoverskridende adfærd. Alle henvendelser behandles fortroligt, og den forurettede vil have medindflydelse på, hvordan vi håndterer sagen.

Til at understøtte det fortrolige og trygge rum er emner som trusler og uønsket seksuel opmærksomhed en del af spørgsmålene i vores årlige engagements- og trivselsmåling. Via målingen har den enkelte medarbejder mulighed for at henvende sig anonymt, hvis vedkommende har oplevet krænkende adfærd. Engagements- og trivselsmålingen understøtter dermed den daglige dialog og feedback mellem ledere og med-

arbejdere. Feedback og dialog er nøgleord for at sikre, at vi kan handle – ikke kun på bagkant, men også forebyggende.

Ved engagements- og trivselsmålingen spørger vi endvidere 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. Det vidner om, at vores kultur, politikker og procedurer sikrer en tryk ramme.

Ligestilling

Vi ønsker, at vores virksomhed skal afspejle det omgivende samfund, og derfor vægter vi diversitet i medarbejderstaben højt.

Vi tror på, at diversitet er en vigtig forudsætning for nytænkning og udvikling af vores virksomhed. Det er vigtigt for os at afspejle det omkringliggende samfund og at alle, uanset livsanskuelse, etnisk baggrund, alder, køn eller seksuel orientering får de samme muligheder. Det afspejles både i vores stillingsopslag og interne karriereveje. Vi søger ved samtaler til ledige stillinger, at begge køn er repræsenteret. Det er dog naturligvis altid det samlede kompetencesæt, som er afgørende ved stillingsbesættelse.

Tilgangen er funderet i vores ligestillingspolitik, hvor vi forpligter os til årligt at måle virksomhedens generelle kønsfordeling og kønsfordelingen på forskellige ledelsesniveauer for netop at sikre en fornuftig balance mellem kønnene.

Kønsfordelingen på alle ledelsesniveauer, herunder driftsbestyrelsens generalforsamlingsvalgte medlemmer, har et særligt fokus. Det betyder i praksis, at vi på ledelsesniveau arbejder hen 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, og at alle oplever gode muligheder for udvikling og support i lederjobbet.

	2019	2020	2021	2022	2023
Mænd	60%	57%	55%	53%	54%
Kvinder	40%	43%	45%	47%	46%

Kønsfordeling i Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber

	Ultimo 2019	Ultimo 2020	Ultimo 2021	Ultimo 2022	Ultimo 2023
Mænd	25%	25%	50%	50%	50%
Kvinder	75%	75%	50%	50%	50%

Kønsfordeling i driftsbestyrelsen i Det Nordjyske Mediehus

	Ultimo 2019	Ultimo 2020	Ultimo 2021	Ultimo 2022	Ultimo 2023
Samlet antal medlemmer	6	6	6	6	5
Mænd	84%	84%	84%	84%	100%
Kvinder	16%	16%	16%	16%	0%
Måltal					20%
Årstal for opfyldelse af måltal					2029

Kønsfordeling i virksomhedens øvrige ledelsesniveau: Direktionen og koncernledelsen

	Ultimo 2019	Ultimo 2020	Ultimo 2021	Ultimo 2022	Ultimo 2023
Mænd	75%	71%	62%	68%	63%
Kvinder	25%	29%	38%	32%	37%

Kønsfordeling i mellemlidergruppen i Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber

46%

af koncernens ansatte er kvinder

Status på og udvikling af kønsfordeling

I 2021 lavede Danske Medier i samarbejde med Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX) den første analyse af kønsbalance i mediebranchen. Resultatet af analysen viste en fordeling på 54 % mænd og 46 % kvinder.

Kønsfordeling generelt: Når vi ser på den samlede virksomhed, har vi siden 2019 reduceret forskellen mellem kønnene fra 20 procentpoint til 8 procentpoint. Fordelingen blandt mænd og kvinder i den samlede virksomhed er ultimo 2023 på 54 % mænd og 46 % kvinder. Fordelingen er identisk med kønsbalancen i hele mediebranchen, som fremgik af ovennævnte analyse fra Danske Medier og DMJX i 2021.

Kønsfordeling i driftsbestyrelsen: I Det Nordjyske Mediehus' driftsbestyrelse, som udgør virksomhedens øverste ledelsesorgan, er der ultimo 2023 to kvinder og to mænd, som er generalforsamlingsvalgte. Der er således en ligelig kønsfordeling, og derfor er der ikke opstillet måltal for det underrepræsenterede køn i driftsbestyrelsen. De øvrige ledelsesniveauer i Det Nordjyske Mediehus udgøres af direktionen og koncernledelsen.

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

Kønsfordeling i koncernledelsen: Med direkte reference til direktionen blev der i 2019 etableret en koncernledelse, der iht. selskabslovens § 139 c, 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. Medio 2023 er et medlem fratrædt, hvilket betyder, at det øvrige ledelsesniveau opgjort pr. 31. december 2023 udgjorde 5 personer; alle mænd, inkl. direktionen.

Et perspektiv er dog, at udvalgte stabsmedarbejdere har deltaget i relation til større projekter på ledelsesniveauet. Dermed er yderligere tre kvinder og en mand repræsenteret, når større projekter rulles ud.

Målsætning: I Det Nordjyske Mediehus ønsker vi som nævnt, at vores virksomhed skal afspejle det omgivende samfund, og derfor vægter vi diversitet i medarbejderstaben højt.



Alle medarbejdere, uanset køn, skal derfor have lige muligheder for at kvalificere sig til lederstillinger, og vi arbejder for at rekruttere og fastholde en ligelig fordeling af køn i ledelsen. Derfor ønsker vi også med tiden at udligne den skævvridning blandt kønnene, der p.t. er i de øverste ledelsesniveauer.

Med øje for branchen og den naturlige afgang, der måtte være blandt virksomhedens øvrige ledelsesniveau, forventer vi at et realistisk mål for at øge andelen af det underrepræsenterede køn, er en 20/80 fordeling indenfor de næste fem år. Herefter er målet at nå en 40/60 fordeling indenfor de efterfølgende fem år.

Med ambition om at nå vores mål arbejder vi med forskellige tiltag, der alle indirekte eller direkte skal øge andelen af det underrepræsenterede køn:

- Vi sikrer, at interne ledertalenter kan komme i betragtning til lederstillinger ved at opslå ledige stillinger internt samtidigt med eksterne opslag.
- I forbindelse med rekruttering opfordrer vi alle uanset køn til at søge den ledige stilling. Vi tilstræber desuden, at jobopslag er formuleret kønsneutralt. Det gælder også, når virksomheden bruger eksterne rekrutteringsbureauer.
- Vi tilstræber, at minimum én kandidat af det underrepræsenterede køn bliver indkaldt til en jobsamtale, medmindre særlige branchemæssige forhold taler imod. Det gælder også, når virksomheden bruger eksterne rekrutteringsbureauer.
- Via vores engagements- og trivselsmåling spørger vi hvert år vores medarbejdere, om de oplever, at der er lige muligheder for alle.

- Vi drøfter løbende indholdet i personalepolitikker for at vurdere, om politikkerne fungerer hensigtsmæssigt ift. kønnenes lige muligheder for at gøre karriere.

- Vi måler årligt kønsfordelingen af årets nyansættelser.

- Med henblik på fastholdelse i lederjobbet og fokus på karrieresporet fremover tilstræber vi, at ledere, der skal på orlov, har samtaler med deres nærmeste chef. Både inden orloven starter og i god tid, inden orloven slutter.

Kønsfordeling i mellemlidergruppen: Udover de lovpligtige målinger laver vi en supplerende frivillig måling af kønsfordelingen i mellemlidergruppen. Den gennemfører vi, da dette ledelseslag udgør en potentiel fødekæde til de øvre ledelsesniveauer.

Siden 2019 har vi reduceret forskellen mellem kønnene fra 50 procentpoint til 26 procentpoint i 2023. Fordelingen mellem mænd og kvinder i mellemlidergruppen er ultimo 2023 på 63 % mænd og 37 % kvinder.

Vi vil ved fremtidige rekrutteringer have et fortsat fokus på, at der balance i kønsfordelingen. Det er dog altid det samlede kompetencesæt, som er afgørende for endelig ansættelse – helt i tråd med vores politik på området, som beskrevet i afsnittet Ligestilling.

Udvikling i aldersfordeling

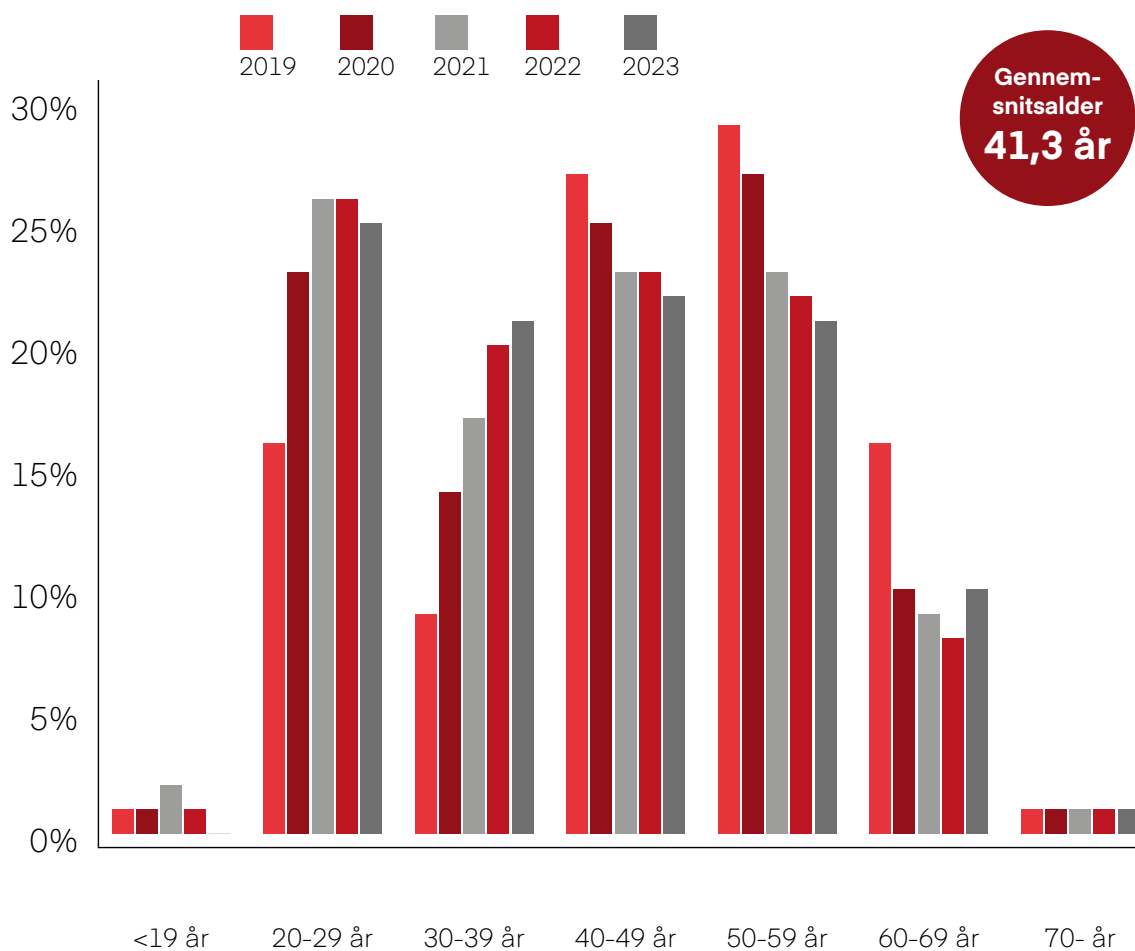
Vi tror på mangfoldighed, og derfor tilstræber vi som nævnt at ansætte medarbejdere med forskellige baggrunde, herunder i alle aldersgrupper.

Ser vi på aldersfordelingen for vores samlede medarbejderstab, eksklusive omdelere og udenlandske datterselskaber, er fordelingen blevet mere jævn hen over de seneste år.

Medarbejdere i aldersgruppen op til 29 år udgør 25 % i 2023. Medarbejdere i aldersgruppen mellem 30 og 49 år udgør 43 %. Og de sidste 32 % udgøres af medarbejdere i aldersgruppen 50 til 70+. Der har gennem de senere år været en forskydning af medarbejdere i disse aldersgrupper, hvilket betyder, at gennemsnitsalderen er faldet fra 45 år i 2019 til 41,3 år i 2023.

Vi ved, at medarbejderes livsvilkår varierer gennem livets forskellige faser og situationer, og vi ønsker at imødekomme vores medarbejdere i disse faser. Derfor har vi et ønske om, at vores politikker skal bidrage med rammer for vores medarbejderes livsfasebestemte behov, da vi er overbevist om, at det øger jobglæden og afføder gode forretningsresultater.

Intentionen er på sigt at udarbejde en livsfasepolitik for at formalisere de mange gode tiltag, som vi allerede gør for at skabe udvikling, arbejdsglæde og balance mellem arbejdsliv og privatliv til gavn for både den enkelte medarbejder og virksomheden.



Aldersfordeling i procent blandt ansatte ved Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber 2019-2023.

Sygefravær og trivsel under forandringer

Som led i at være en attraktiv arbejdsplads er det vores mål at håndtere sygefravær i dialog og med et balanceret fokus på den enkeltes, teamets og virksomhedens behov. Vi ønsker en kultur præget af tillid og ordentlighed og har derfor fokus på tiden både før, under og efter en medarbejders sygdomsforløb.

Vi betragter vores værdier – åbne, modige, passionerede og ordentlige – som vigtige byggesten til at forebygge sygefravær gennem dialog og til at finde gode løsninger for såvel medarbejder og virksomheden.

En åben og løbende dialog mellem leder og medarbejder er vigtig, både når der er risiko for fravær og i forbindelse med faktisk fravær. Dialogen har til formål at undersøge den aktuelle situation, afklare den enkeltes behov for hjælp og støtte fra arbejdspladsens side, og om fraværet er relateret til arbejdspladsen eller arbejdsmiljøet.

Vi tror på, at synlig og nærværende ledelse i dagligdagen skaber større tillid mellem leder og medarbejder. Som en forebyggende indsats tilstræber vi derfor, at medarbejder og leder gennemfører 10 årlige 1:1-samtaler. Samtalerne giver lederen bedre forudsætninger for at understøtte medarbejderens engagement og trivsel og derigennem forebygge eventuelt arbejdsrelateret sygefravær.

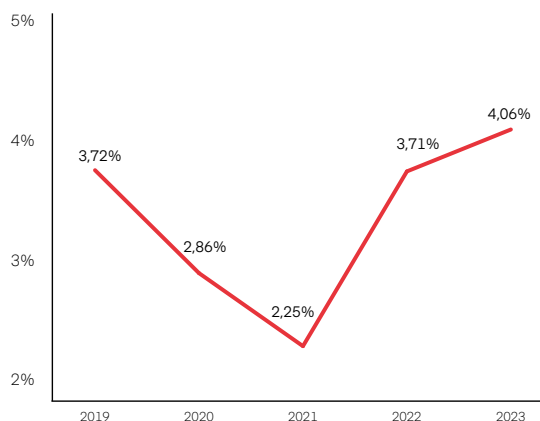
Vi arbejder kontinuerligt på at udvikle vores sygefraværskoncept og har øget fokus på tidlig forebyggende indsats og løbende dialog med sygemeldte medarbejdere.

Gennem dialog tilpasses f.eks. arbejdstider og opgaver, så den sygemeldte kan vende gradvist tilbage til arbejdet.

Herudover har vi en række afhjælpende foranstaltninger, hvis arbejdslivet – eller livet – bliver svært. F.eks. stiller vi psykologhjælp til rådighed via Falck Healthcare Psykologisk Rådgivning.

Udvikling i sygefravær: Udviklingen af sygefraværet for hele virksomheden ekskl. omdelere og udenlandske datterselskaber er siden 2019 præget af mindre udsving i op- og nedadgående retning. Hvor sygefraværet i 2019 lå på 3,72 %, er sygefraværet i 2023 på 4,06 % for den samlede virksomhed. Sygefraværsprocenten for 2022 er opjusteret i forhold til ESG-rapporten 2022 grundet efterreguleringer.

I Det Nordjyske Mediehus er der sket et fald i sygefraværsprocenten fra 3,33 % til 3,09 % fra 2022 til 2023. Faldet kan primært forklares med en reduktion i langtidssygefraværet som følge af tidlig indsats og løbende dialog. I samme periode er sygefraværsprocenten i Nordiske Medier steget grundet flere forløb med langtidssygefravær. Sammenlagt betyder det en stigning i det samlede sygefravær.



Sygefraværprocent blandt ansatte ved Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier ekskl. omdelere og udenlandske selskaber 2019-2023.

Mellem 2019 - 2023 har sygefraværsprocenten været helt nede på 2,25 %. Det kan bl.a. forklares med corona-nedlukninger i samfundet, som naturligt reducerede smitte og sygdom blandt kolleger. Det kan heller ikke udelukkes, at hjemmearbejde bl.a. som følge af coronanedlukning, har betydet, at nogle medarbejdere ikke registrerede deres faktiske sygefravær. Vores mål for 2024 er, at sygefraværet ikke overstiger 3 % i alle selskaber i virksomheden.

Trivsel og engagement under forandringer:

Et godt arbejdsmiljø og et lavt sygefravær kræver en helhedsorienteret indsats med fokus på både det psykiske og fysiske arbejdsmiljø.

En stærk arbejdsmiljøorganisation er central i arbejdet med et fælles afsæt for indsatsen.

Med øje for den virkelighed mediebranchen som helhed står i, og de flytninger, som 2023 har budt på, har arbejdsmiljøorganisationen valgt "Trivsel og engagement under forandringer" som årets tema for arbejdsmiljøarbejdet. Under denne overskrift har bl.a. flytningen til vores nye mediehus og af vores distribution fyldt en del i 2023. Flytninger i denne kaliber medfører forandringer på mange planer – lige fra indretning til akustik og ændringer af adfærd, vaner og kultur med bl.a. begreber som free seating og storrumskontor i spil. Medarbejderne har været inddraget i hele processen.

Vi har naturligvis gennemført arbejdspladsvurdering (APV) for alle berørte medarbejdere i forbindelse med flytningerne, med pæne resultater til følge. Der er udarbejdet handlingsplaner for de indsatsområder, som vi aktivt og løsningsorienteret skal arbejde videre med. Ligeledes har vi i forbindelse med flytningen truffet nogle

valg for vores færden i Mediehuset, som understøtter kulturen og nye vaner. Du kan læse mere i afsnittet Fællesskabere på arbejdspladsen.

Forebyggende aktiviteter: Som forebyggende indsats for sundhed og sygefravær har arbejdsmiljøorganisationen tilbudt vores medarbejdere at deltage i en række aktiviteter. Bl.a. tilbød vi i foråret 2023 et gratis sundhedstjek til alle vores natarbejdere i distributionen. Medarbejderne fik mulighed for at få indsigt i deres almene sundhedstilstand og en unik mulighed for at sætte fokus på deres helbred.

I foråret 2023 afviklede vi to førstehjælpskurser, hvor kursisterne blev klædt på til at takle situationer med basal førstehjælp og brug af hjertestarter. Endelig har arbejdsmiljøorganisationen en vigtig rolle i forbindelse med gennemførelse af og opsamling på den årlige engagements- og trivselsmåling, som du kan læse om i afsnittet Engagements- og trivselsmåling.

Vi understøtter desuden et godt arbejdsmiljø gennem forskellige aktiviteter, så vi får fysisk og psykisk sundhed naturligt ind i vores hverdag.





Sociale og sundhedsfremmende medarbejderaktiviteter

I 2023 har vi gennemført en række sociale og sundhedsfremmende aktiviteter, som alle medarbejdere i Det Nordjyske Mediehus har haft mulighed for at deltage i. Aktiviteterne har til formål at styrke fællesskab og fremme sundhed og spænder lige fra festlige begivenheder til familievenlige aktiviteter, mulighed for bevægelse og kulturelle oplevelser for at imødekomme forskellige interesser og livsfaser blandt vores medarbejdere. For at nævne et bredt udvalg:

Sport og bevægelse: Igen i år deltog vi i DHL Stafetten – med seks løbehold og otte gåhold – som et led i at forbedre vores fysiske velbefindende og understøtte det sociale sammenhold. Golfinteresserede medarbejdere fik ligeledes mulighed for at deltage i DNMH personale-mesterskaberne i golf, der afvikles forskellige steder i Nordjylland og i år hos Ørnehøj Golfklub

i Gistrup. Håndboldinteresserede medarbejdere blev i foråret inviteret med til en af Aalborg Håndbolds hjemmekampe.

Indflytningen i vores nye Mediehus: Et af årets højdepunkter var fejringen af indflytningen i vores nye mediehus på Østre Havnegade i Aalborg – endda ad to omgange. Den første indflytterfest afholdt vi 15. juni i vores egen del af huset og med vores egne medarbejdere som gæster. Alle medarbejdere modtog en indflyttergave og fik en rundvisning i huset via en såkaldt tour de chambre, hvor repræsentanter fra forskellige afdelinger fortalte om deres arbejde og opgaver. Efterfølgende kunne vi nyde socialt samvær og en let anretning i vores fælles kantine, Sky Lounge, på øverste etage i Mediehuset.

Den anden indflytterfest blev holdt 18. august i samarbejde med bygherre, A. Enggaard A/S og de andre lejere i huset, Ernst & Young og Jyske Bank.





Officiel indvielse
af Mediehuset



Gæsterne var kunder og samarbejdspartnere, og de kunne overvære, at den røde snor til huset blev klippet. Efterfølgende kunne både eksterne gæster og husets medarbejdere komme på rundvisning hos alle husets virksomheder. Dagen sluttede med tapas i Sky Lounge.

Aktiviteter for alle: En lang række medarbejdere havde efterspurgt en familiebesøgsdag i Mediehuset. Den blev afholdt i november, og mange benyttede sig af tilbuddet. For at gøre det lidt mere spændende for de børn, der kom på besøg, havde vi arrangeret en skattejagt rundt i huset.

Vi afviklede også familiearrangementer i samarbejde med Aalborg Zoo, hvor vi inviterede til både Sommer i Zoo og Jul i Zoo. I samarbejde med Aalborg Kongres & Kultur Center inviterede vi til koncert med Benjamin Hav. Endeligt sluttede vi 2023 med årets julefrokost, som blev afholdt i Sky Lounge.

Medarbejderaktiviteter 2024: I 2024 vil vi gennemføre et udvalg af medarbejderaktiviteter for fortsat at fremme sundheden og styrke kulturen på tværs af virksomheden. Det er vores håb, at placeringen af vores nye mediehus i centrum af Aalborg vil give anledning til flere gåture blandt medarbejderne i Aalborg, f.eks. langs med havnefronten, den nærliggende Stjerneplads eller i byen.

Vi arrangerer og står selv bag de fleste sociale og sundhedsfremmende tiltag, men samarbejder også med eksterne partnere for at forebygge mentale sundhedsudfordringer og styrke arbejdsfællesskab, trivsel og arbejdsglæde.

Der er mulighed for, at vi indgår lignende samarbejder i det kommende år. Vores øvrige selskaber arrangerer tilsvarende aktiviteter.



VORES ANSVAR FOR KLIMA OG BÆREDYGTIGHED

I Det Nordjyske Mediehus er det et afgørende parameter, at vi tænker klima og bæredygtighed ind i vores aktiviteter, produkter og arbejdsgange.

Distribution af aviser, pakker og breve er en transporttunge aktivitet og en stor kilde til CO₂-udledning. Derfor arbejder vi for at sikre det bedste miljømæssige set-up med henblik på at få det bedste energiregnskab. Vi arbejder løbende med at samkøre mest muligt og sikre optimal kørsel, så vi minimerer kørte kilometer, og så spildkørsel bliver minimeret på hver eneste rute.

Vores tiltag i 2023 betyder, at vi har sparet et stort antal kørte kilometer på vores logistik og transport i den samlede drift. Dertil ser vi ind i at reducere antallet af lokaler til brug for udlevering af produkter til omdeling, så vi reducerer det samlede forbrug af el, vand og varme til fordel for CO₂-aftrykket. Med forventning om at omfanget af trykte aviser i de kommende år reduceres til fordel for digitale udgaver, forventes yderligere markante reduktioner.

Der arbejdes på tværs af landet mellem distributionsselskaberne på at skabe en systemløsning, der kan være med til at beregne vores

CO₂-udledning pr. omdelt produkt, så vi med afsæt i den beregning kan sætte os yderligere mål for den samlede udledning i forbindelse med omdeling af produkter til postkasserne i Nordjylland. Her er en vigtig faktor også at sikre, at vi udnytter de køretøjer, vi dagligt har på gaden, mest optimalt ved at have noget med – både når der køres ud, og når der køres hjem igen. Vi forventer i 2024 at kunne sætte mere præcise tal på vores CO₂-aftryk.

I 2023 har vi desuden investeret i 13 elcykler med lad til brug i vores omdeling. Cyklerne vil primært være kørende i de større nordjyske byer og vil skulle erstatte biler og scootere til gavn for den grønne omstilling. Vi vil løbende se ind i at investere i køretøjer, der er eldrevne, som erstatning for andre køretøjer med et højere CO₂-aftryk.

Det Nordjyske Mediehus' distribution er sammen med HomeRunner partnere i et projekt under Aalborg Kommune, hvor kommunen skal optimere på logistikken for transportkørsel i og omkring Aalborg by, herunder også mulige tiltag i forhold til den cirkulære økonomi. Et projekt, der skal udvikles og forventeligt implementeres i 2024.



Papirforbrug

I en medievirksomhed som Det Nordjyske Mediehus med udgivelse og distribution af aviser har virksomheden væsentlige risici ift. miljø og klima. Her udgør risici papirforbrug, forarbejdning og CO₂-udledning.

Avispapir udgør den største del af vores leverandørs råvareforbrug i produktionen. For at minimere miljøbelastningen blev de trykte udgivelser i 2023 udelukkende produceret med miljøvenligt FSC-godkendt papir. Det sikrer, at papiret er produceret i bæredygtigt skovbrug, hvor der tages hensyn til gendannelse 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 2022 har vi reduceret vores forbrug af papir til dagblade og lokalaviser med ca. 25 %.

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. På trods af en voldsom prisstigning på papir i 2023, har vi derfor prioriteret at fastholde brugen af miljørigtigt FSC-godkendt papir. I forlængelse heraf har vi indført et mindre miljøtillæg på vores printprodukter.

Pga. stigende omkostninger i forbindelse med avisproduktionen og vores samtidige bestræbelser på at reducere miljøbelastningen, tilbydes der ikke længere rabatordninger eller andre former for tilbud på den trykte avis til egne medarbejdere. Medarbejderne er i stedet tilbudt et abonnement på den digitale version af avisen.

Papirforbrug til print i kontorvirksomheder er dog ligeledes en af de store kilder til CO₂-udledning. Da vi foruden at hjælpe miljøet ønsker at sikre vores medarbejderes sundhed, blev det med flytningen til vores nye mediehus besluttet, at det kun skulle være muligt at printe på én etage. Den ændrede adfærd og begrænsede adgang til printere har resulteret i et reduceret forbrug af kopipapir på mellem 30-40 % efter juni 2023.

Affaldssortering

Vi har i 2023 skærpet vores fokus på affaldssortering på alle lokationer i vores distribution. På de større lokationer deles affaldet op i følgende fraktioner: aviser, reklamer/magasiner, pap, plast og brændbart. Denne sortering skal naturligvis fortsætte fremover og evt. opdeles yderligere.

Af hensyn til miljøet har vi desuden miljøstationer med affaldssortering (papir/pap, bio og rest) på alle andre lokationer. Vores mål for de kommende år er at affaldssortere i flere fraktioner på samtlige lokationer, hvor de primære mængder er papir, pap, plast og brandbart.

Total kg	2019	2020	2021	2022	2023
Papir	5.271.852	4.498.025	4.402.948	3.723.430	2.813.900
Sort	59.954	47.035	33.353	33.555	28.269
Kulørt	63.335	51.677	38.788	42.048	38.826

Papir- og farveforbrug i Det Nordjyske Mediehus og Nordiske Medier





Energi

Det Nordjyske Mediehus har flere lejemaal rundt i landet. Når vi indgår aftaler om nye lejemaal, er det vigtigt for os at sikre et lavt energiforbrug. Det kan f.eks. være ved solfilm på vinduer, automatisk LED-belysning osv. Desuden tilpasser vi lejemaalene, så vi ikke får tomme kvadratmeter, der skal varmes op.

Disse krav har i allerhøjeste grad også gjort sig gældende i forbindelse med lejen af vores nye mediehus i Aalborg. Flytning til nye lokaler, herunder reduktion af tilgængelige kvadratmeter, optimeret belysning, overgang til nye skærme m.v. har reduceret vores energiforbrug med ca. 80 %.

Primo 2024 er lokalkontorerne i henholdsvis Hobro og Frederikshavn lukket. Det forventes at betyde en besparelse i energiforbrug i mindre omfang. En væsentlig del af møblelementet er genanvendt på øvrige lokationer.

Samarbejde om genbrug

Selskaber under Det Nordjyske Mediehus har siden 2020 samarbejdet med Aalborgvirksomheden NordVirk – en socialøkonomisk virksomhed med fokus på genanvendelse af brugt IT-udstyr og social bæredygtighed. Her skabes der mulighed for mennesker med autisme, så de kan bruge og udvikle deres arbejdsevner og ressourcer i uddannelse og

job. I løbet af 2023 har NordVirk aftaget og genanvendt 98 computere og modtaget 350 skærme fra Det Nordjyske Mediehus.

Vi har ligeledes et samarbejde med Ressource-Center Aalborg (RCA), hvortil vi indleverer cykeltrailere til reparation. RCAs kerneopgave er at tilbyde beskæftigelses- og uddannelsesrettede forløb for en bestemt gruppe af ledige borgere for at styrke 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 den måde er der også et bæredygtigt element i processen.

Endelig har vi haft et stort fokus på genbrug og bæredygtighed i forbindelse med vores flytning til vores nye mediehus.



Bæredygtig flytning

Det har været vigtigt for os at tænke miljø og bæredygtighed ind i flytningen til vores nye Mediehus. Flytningen giver os ikke kun en strategisk bedre placering, den sikrer en mere moderne og bæredygtig bygning, hvor vi har tænkt over alt fra materialer til indeklima. Samtidig er det slut med at varme tomme kvadratmeter op. Alt i alt en flytning, der sikrer de bedste forudsætninger for at leve op til vores ansvar for virksomheden, vores medarbejdere og for samfund, miljø og klima.

Vi har haft krav og ønsker til udlejer vedrørende energirigtige løsninger i det nye byggeri, ligesom vi har prioriteret at forlade vores gamle bygning med mindst muligt negativt aftryk på miljøet. Således er al inventar fra det gamle mediehus sikret nyt liv på forskellig vis. Vi har sendt flere møbler til vores lokalkontorer, som på den måde har fået opdateret inventaret, møbler er solgt videre til den nye ejer, og endelig har medarbejdere haft mulighed for at købe flere møbler og genstande. Møbler af en vis værdi er videresolgt på auktion via auktionshuset Bruun Rasmussen.

Endelig er alt overskydende opkøbt af Holmrisk B8, der sikrer videresalg af møbler eller donerer dem til medlemmer i deres donationsnetværk, bl.a. frivillige organisationer, skoler, idræts- og spejderforeninger. På den måde forlænges møblernes levetid, affaldsmængder mindskes, og der spares ressourcer til produktion af nye møbler.

I det nye mediehus har vi generelt fokus på miljøet. En meget stor del af inventaret er leveret af Holmrisk B8, hvis møbler i langt de fleste tilfælde er miljøcertificerede, produceret af overskudsmaterialer eller kommer med CO2e-tal.

Det bæredygtige element er også tænkt ind i vores hverdag. Som nævnt har vi skåret kraftigt ned på antallet af printere, og samtidig er de to tilbageværende printere placeret på 2. sal, så vi skal bevæge os efter print. Hermed nudges vores medarbejdere til at overveje, om det er nødvendigt at printe. Endelig har vi udskiftet alle engangskrus til almindelige krus, der vaskes hver dag. Ligeledes er plastikvandflasker udskiftet til genanvendelige vandflasker. Små greb, der tilsammen gør en forskel.



Det Nordjyske Mediehus

Vi skaber
viden og fællesskaber
mellem mennesker

Det Nordjyske Mediehus A/S
Østre Havnegade 63-65
9000 Aalborg
CVR 18096641
www.detnordjyskemediehus.dk

Følg med her 