



NWB – Gute Antwort.
Auch in Zukunft.

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2017



VORWORT

Liebe Freunde von NWB,

zu unseren Erfolgsfaktoren als über 70 Jahre altes Familienunternehmen gehört, dass wir uns ständig weiterentwickeln. So haben wir im Herbst 2017 mit „NWB 2022“ ein zentrales Strategie- und Kulturprojekt gestartet. Ziel ist es, die zukünftigen Herausforderungen für NWB zu ermitteln und notwendige Veränderungen für unsere Organisation zu definieren. Ein klarer Beitrag zur ökonomischen Nachhaltigkeit.

In 2017 haben wir auch erstmals unser Nachhaltigkeitsprogramm mit den Sustainable Development Goals (SDGs) der UN verprobt. Wir zahlen u. a. direkt auf die folgenden drei Ziele ein:

- ▶ SDG-Ziel: „Decent work and economic growth“
Durch die Weiterentwicklung von Mitarbeitern und Organisation möchten wir NWB zukunftsfähig halten und damit auch die Arbeitsplätze sichern.

- ▶ SDG-Ziel 9: „Industry, innovation and infrastructure“
Wir sehen uns als ein Vorreiter der Fachverlagsindustrie an und unterstützen durch neue Geschäftsmodelle und digitale Lösungen die erfolgreiche Entwicklung der Verlagsbranche.

- ▶ SDG-Ziel 13: „Climate action“
Als seit Jahren klimaneutrales Unternehmen tragen wir mit dazu bei, den Klimawandel und seine Auswirkungen einzugrenzen.

Diese Ziele können wir nur dank der besonderen Unterstützung unserer Mitarbeiter und Partner erreichen, gepaart mit unserer gemeinsamen Strategie, unserem Wertesystem und unserem konkreten Nachhaltigkeitsprogramm. Wir sind dankbar und froh, dass wir gemeinsam NWB erfolgreich entwickeln können, und das heute nicht auf Kosten von morgen, hier nicht auf Kosten von anderswo und grundsätzlich nicht auf Kosten von anderen.

Dr. Ludger Kleyboldt

Dr. Felix Friedlaender

Mark Liedtke



”

*70 Jahre NWB – Und es bleibt dabei:
NWB – Gute Antwort. Auch in Zukunft.*

INHALT

VORWORT

1



5

STRATEGIE

Strategie 7
Nachhaltigkeit 9

7
9



13

SOZIALES

Mitarbeiter 15
Zahlen und Fakten – Mitarbeiter 23
Kunden 27
Zahlen und Fakten – Datenbankaufrufe 30
Gesellschaft 31

15
23
27
30
31



39

ÖKOLOGIE

Ressourcen 43
Zahlen und Fakten – Energieverbrauch 46

43
46



51

ÖKONOMIE

Wert und Umsatz 53

53

AUSBLICK

Impressum

59
61



STRATEGIE



STRATEGIE



Nachhaltigkeitsmanagement bei NWB

Nachhaltig zu agieren ist ein wichtiger Leitgedanke für NWB. Daher haben wir bereits vor einigen Jahren begonnen, uns nachhaltig auszurichten. Motivation ist es, die zentralen Risiken mangelnder Nachhaltigkeit, aber auch die sich ergebenden künftigen Chancen für unser Geschäft im ersten Schritt transparent zu machen und im zweiten Schritt notwendige Maßnahmen strategisch zu verankern.

Die Risiken und Chancen haben wir nach der Methode „N-Kompass“, angelehnt an existierende Standards, analysiert und darüber hinaus die zentralen Handlungsfelder der Nachhaltigkeit betrachtet.

Seit 2013 veröffentlichen wir jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, der nach DNK-Kriterien (GRI G4) verfasst wird. Mit der regelmäßigen Veröffentlichung informieren wir sowohl unsere externen als auch internen Stakeholder transparent über unsere Fortschritte in Sachen Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeitsteam

Die NWB-Geschäftsführung hat 2014 ein 13-köpfiges, interdisziplinäres und abteilungsübergreifendes Nachhaltigkeitsteam damit beauftragt, sich der fortlaufenden strategischen Ausrichtung hin zu mehr Nachhaltigkeit zu widmen. Die Besonderheit unseres Nachhaltigkeitsteams besteht darin, dass sich alle Teammitglieder freiwillig und aus intrinsischer Motivation für ihr Engagement bereit erklärt haben und für entsprechende Aufgaben zusätzlich Zeit zur Verfügung stellen.

Das Team hat aufbauend auf einer Analyse eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Dazu wurden alle Verlagsbereiche und nachhaltigkeitsrelevanten Themen in ihrer Tiefe analysiert und bewertet, um anschließend eine Priorisierung auf wesentliche Themen vorzunehmen. Über die Ergebnisse und abgeleiteten strategischen Maßnahmen berichtet das Team in regelmäßigen Abständen an die Geschäftsführung im Rahmen der Geschäftsführer-Runden. Dieser Austausch gewährleistet, dass die strategischen Nachhaltigkeitsthemen zur Unternehmensstrategie konsistent sind und dort integriert werden.

Die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie koordiniert unser Nachhaltigkeitsteam, das bei Bedarf durch die relevanten Fachbereiche im Haus unterstützt wird. Um eine fortlaufende Weiterentwicklung und die konsequente Umsetzung unserer Einzelmaßnahmen gewährleisten zu können, kommt das Team alle drei Wochen zusammen und bespricht die aktuellen Themen.

Da wir in Sachen Nachhaltigkeit alle Mitarbeiter mit an Bord holen möchten, wird die gesamte NWB-Belegschaft regelmäßig über die laufenden und geplanten Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert. Dazu nutzt das Nachhaltigkeitsteam verschiedene interne Kommunikationsinstrumente, vom verlagseigenen Intranet über die Strategiejournale für Fach- und Führungskräfte bis hin zu den Teamrunden. Darüber hinaus informiert auch die jährliche Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts unsere eigenen Mitarbeiter über erzielte Fortschritte.





NACHHALTIGKEIT

NWB Nachhaltigkeitsziele

Nachdem im Jahr 2016 die wesentlichen Handlungsfelder für unsere Strategie mithilfe des Nachhaltigkeitstools „N-Kompass“ ermittelt und priorisiert wurden, haben wir im Jahr 2017 konkrete Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen erarbeitet, die richtungsgleichend für die Arbeit des Nachhaltigkeitsteams waren.

Für die kommenden Jahre wird das interdisziplinäre und abteilungsübergreifende Nachhaltigkeitsteam jeweils zu Jahresbeginn konkrete Umsetzungsmaßnahmen gemeinsam mit der Geschäftsführung festlegen und priorisieren, die das Nachhaltigkeitsprogramm für das jeweilige Jahr bestimmen und auf die Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele einzahlen. In diesen Prozess werden wir regelmäßig Meinungsbilder aus Mitarbeiter- und Kundenrückmeldungen einfließen lassen. Perspektivisch wollen wir auch externe Stakeholder (Kunden, Partner und die Öffentlichkeit) in den Prozess der Wesentlichkeitsanalyse einbinden.

Ökologisch

► Ressourcen schonen

Konkrete Maßnahmen:

- Internen Papierverbrauch senken
- Recyclefähigkeit der Produkte weiter erhöhen (Einkauf und Verkauf)
- Energieverbrauch senken

► Klima schützen

Konkrete Maßnahmen:

- CO₂-Emissionen senken
- Klimaneutralität fortführen

Ökonomisch

- Nutzen und Einfachheit von Produkten erhöhen
- Finanzielle Einsparungen durch ökologische Maßnahmen steigern
- Nutzen und Einfachheit von Service-Leistungen für externe Kunden prüfen und ggf. erhöhen
- Mitarbeitergewinnung und -bindung analysieren und optimieren
- Anzahl geleisteter Stunden und monetäre Aufwände in sozialen Projekten steigern
- Ethisches Verhalten im Unternehmen sicherstellen

Übergreifend

► Nachhaltigkeitsmanagement ausbauen

Konkrete Maßnahmen:

- Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie berücksichtigen
- Kontinuierliches Controlling relevanter Messkriterien
- Kommunikation intern und extern

► Lieferkette und Einkauf optimieren

Konkrete Maßnahmen:

- Digitalisierungsgrad in Produkten und Prozessen erhöhen
- NWB Einkaufskodex erstellen
- Lieferanten und Dienstleister für nachhaltiges Handeln sensibilisieren
- Synergien heben



Wertschöpfungskette

NWB setzt sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette seiner Geschäftstätigkeit für hohe ökologische, ökonomische und soziale Standards ein. Die Wertschöpfungskette des Verlages teilt sich in verschiedene Kernbereiche auf (siehe Abbildung).

Unterstützt werden unsere Kernbereiche durch die Funktionsbereiche z. B. wie den IT-Betrieb, das Personalwesen sowie das Marketing.

Der Großteil unserer Wertschöpfung findet verlagsintern statt, nur der Druck unserer Publikationen und die Datenerfassung für unsere medienneutralen Beiträge werden extern an Dienstleister delegiert. Rund 95 % der NWB-Lieferanten sind Unterneh-

men aus Deutschland, von denen lokale Dienstleister, insbesondere Handwerksunternehmen, den bedeutendsten Teil der Lieferkette ausmachen. Die anderen 5 % haben ihren Sitz in Indien und Italien. Mit einem Großteil unserer Auftragnehmer pflegen wir Rahmenverträge, die die Basis für eine beiderseitig verlässliche und verbindliche Zusammenarbeit gründen. Neben diesen Lieferanten sind unsere rund 800 NWB-Autoren ein existenzieller Bestandteil unserer Wertschöpfungskette.

In der Zusammenarbeit mit diesen achten wir daher auf faire Verträge und eine effiziente sowie kooperative Zusammenarbeit.





SOZIALES



MITARBEITER

Bei NWB steht der Mensch im Mittelpunkt. Unsere erfolgreichen und intelligenten Lösungen beruhen auf den vielfältigen und individuellen Stärken unserer Mitarbeiter. Diese werden aktiv dazu motiviert, Mehrdenker, Richtigtuer, Freiräumer und Durchblicker zu sein. Die Kreativität, Kompetenz und geballte Erfahrung unserer Mitarbeiter sind nämlich zentral für unseren Erfolg, auch in Zukunft.

Daher sind flache Hierarchien, Vertrauen und eigenverantwortliches Arbeiten bei NWB genauso wichtig wie ein respektvolles und soziales Miteinander. Wir bieten immer wieder einen Rahmen, in dem sich unsere Mitarbeiter aktiv mit Verbesserungsvorschlägen und neuen Impulsen zu allen Verlagsbereichen konstruktiv einbringen können.

Letztendlich liegt es in erster Linie in der Verantwortung unserer Mitarbeiter, mutige Entscheidungen zu treffen und diese konsequent umzusetzen.

In der Zusammenarbeit orientieren sich unsere Mitarbeiter an den im Unternehmen etablierten „Grundsätzen des Miteinanders“. Diese Grundsätze geben Orientierung und beschreiben die gewünschten Verhaltensregeln und Werte, die wir bei NWB leben wollen.

Unsere Bemühungen um die Zufriedenheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeiter werden regelmäßig im Detail geprüft. So tragen wir seit Ende 2015 mit Stolz das Siegel „Ausgezeichneter Arbeitgeber“ vom TÜV-Rheinland.



Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung

Die Zufriedenheit unserer rund 290 Mitarbeiter ist uns ein zentrales Anliegen. Um regelmäßig Feedback von unseren Mitarbeitern zu erhalten, führen wir Mitarbeiterbefragungen durch. In diesen holen wir uns Rückmeldungen über die Zufriedenheit mit dem eigenen Arbeitsplatz, der Führung und der Unternehmenskultur bei NWB ein. Die Ergebnisse werden transparent und selbstkritisch behandelt, sodass wir uns alle als Gemeinschaft weiterentwickeln können.

Zudem haben wir im Jahr 2016 als Personalentwicklungsinstrument erstmals das sogenannte „270 Grad Feedback“ eingeführt. Durch diesen Prozess findet eine individuelle Standortbestimmung für jede Führungskraft bei NWB durch das Feedback von Vorgesetzten, Kollegen, Mitarbeitern und durch Selbsteinschätzung statt. Im Fokus steht das wahrnehmbare Verhalten mit Blick auf die NWB-Kompetenzen (u. a. strategisches Denken, Innovationsfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Fachkompetenz und Authentizität).

Ziel ist es, diese Kompetenzen in der Führung bei NWB weiter zu fördern und auszubauen. Mit dem „270 Grad Feedback“ wollen wir eine offene und ehrliche Feedbackkultur bei NWB fördern, in der Mitarbeiter die Möglichkeit erhalten, sich über Verbesserungspotenziale zu äußern und so dazu beitragen zu können, die Zufriedenheit mit ihrem Arbeitsplatz zu erhöhen.

Mitarbeiterrechte

Die Grundlage aller Arbeitsverhältnisse zwischen NWB und seinen Mitarbeitern bildet das deutsche Arbeitsrecht und die Bindung an den Branchentarifvertrag.

Darüber hinaus gibt es seit zwei Jahren einen Personalentwicklungsbeirat, der aus Mitarbeitern verschiedener Verlagsabteilungen besteht. Damit dieser Beirat personalentwicklungsrelevante Themen und neue Impulse kritisch diskutieren kann, gibt die NWB-Geschäftsführung ihnen bewusst einen unabhängigen und eigenverantwortlichen Freiraum. In diesem Rahmen kann auch das NWB-Nachhaltigkeitsteam zentrale Nachhaltigkeitsherausforderungen in der Personalarbeit bei NWB mit einbringen.

Ziel ist es, dass konkrete Vorschläge des Personalentwicklungsbeirats in Zusammenarbeit mit der Personalabteilung abgestimmt und umgesetzt werden können.

Work-Life-Balance

Die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit wollen wir bei NWB aktiv fördern. Führungsverantwortung und ein familienverträgliches Arbeitszeit-Modell soll keinen Widerspruch darstellen. Seit einigen Jahren bieten wir unseren Mitarbeitern daher die Möglichkeit, durch Vertrauensarbeitszeit und gesonderte Home-Office-Regelungen ihre Arbeit flexibel zu gestalten. Vor dem Hintergrund, dass Standardlösungen nicht immer ausreichend auf die individuellen Anforderungen unserer Mitarbeiter eingehen können, bemühen wir uns, auch solche Fälle durch eine entsprechende Flexibilität abbilden zu können.

Zusätzlich unterstützen wir Mitarbeiter mit Kindern auch monetär. Sie erhalten gemäß unseres Sozialkatalogs daher ein zusätzliches „Kindergeld“.



Vergütung und Anreizsysteme

NWB agiert als Verlag tarifgebunden. Durch die Tarifbindung gewährleisten wir eine faire Vergütung und eine 36-Stunden-Woche im Modell der Gleitzeit (unter Berücksichtigung einer Mindestpräsenzzeit von drei Stunden am Tag). Zudem haben wir einen Sozialkatalog etabliert, der weitere Leistungen wie Zuschüsse zu gesundheitlichen Kosten, z. B. für Vorsorgeimpfungen oder den Kauf von Sehhilfen, zusichert.

Um das Wir-Gefühl in den jeweiligen Teams zu stärken, haben wir jährliche Team-Events eingeführt. Der Verlag unterstützt diese Events finanziell, indem er pro Person einen Pauschalbetrag von 40 € zur Verfügung stellt. Die einzelnen Teams legen ihre eigenen Events selbst fest und planen diese auch eigenständig. Beispiele für die beliebten Team-Events aus dem Jahr 2017 sind: Bauerngolfs, Minigolf, Museumsbesuche, Stadtführungen, Bogenschießen, Escape Room, Geocaching und eine Alpaka-Trekking-Tour.

Nachhaltigkeitsbezogene Anreizsysteme, die in den Zielvereinbarungen und Vergütungen unserer Fach- und Führungskräfte sowie Mitarbeiter Geltung finden, sind noch nicht etabliert. Mitarbeiter, deren Aufgaben maßgeblich in den Bereich der Nachhaltigkeit fallen, erhalten in Abstimmung mit ihrer Führungskraft fachlich bezogene und z. T. nachhaltigkeitsrelevante Ziele.

Chancengerechtigkeit und Vielfalt

Die Chancengleichheit und Möglichkeit der Entfaltung eines jeden Einzelnen hat bei uns in der Unternehmenskultur einen hohen Stellenwert. So soll jeder Mitarbeiter gemäß seinen individuellen Kompetenzen und Stärken Anerkennung und Förderung bei uns finden. Wir sehen Vielfalt als eine große Stärke, die es noch weiter auszubauen gilt.

Auch das Thema „Frauen in Führung“ ist uns vor diesem Hintergrund ein wichtiges Anliegen, da die NWB-Belegschaft zu mehr als der Hälfte (67,24 %) weiblich ist, die bisherige Führungsstruktur dies allerdings wenig repräsentativ widerspiegelt. Dies soll mittelfristig durch eine strategische Personalentwicklung verbessert werden. Dabei sollen weiterhin Führungsaufgaben bei NWB nach persönlicher Kompetenz, Qualifizierung sowie Leistung und nicht durch eine pauschale Frauenquote vergeben werden.

In unserer Unternehmenskultur ist eine unwiderrufliche Nicht-Akzeptanz von Diskriminierung jeglicher Art fest verankert. Durch ein bisher stets respektvolles Betriebsklima und eine offene Kultur kam es bei uns bis dato zu keinen gemeldeten Diskriminierungsfällen.

Seit 2017 haben alle Mitarbeiter bei NWB die Möglichkeit, sich in schwierigen Lebenssituationen kostenfrei und anonym an einen Familienservice, eine telefonische Ersthilfe, zu wenden, bei der sie Unterstützung in ihrer akuten Situation erhalten und die Möglichkeit einer Vermittlung an weitere qualifizierte Anlaufstellen bekommen.



Gesundheit und Arbeitsschutz

In Angelegenheiten der Arbeitssicherheit und des betrieblichen Gesundheitsschutzes halten wir uns bei NWB selbstverständlich streng an die rechtlichen Vorschriften. Uns ist es darüber hinaus wichtig, dass unsere Mitarbeiter ein hohes Bewusstsein für einen gesunden und sicheren Arbeitsplatz entwickeln. Aus diesem Grund bekommen alle Neuestellten innerhalb der ersten Wochen verpflichtend eine Arbeitsschutzunterweisung. An einer solchen Unterweisung in Sachen Arbeits- und Brandschutz muss auch die bestehende Belegschaft einmal jährlich verpflichtend teilnehmen.

Zur Sicherstellung aller rechtlich und darüber hinaus geforderten Anforderungen wurden gezielt Mitarbeiter zur Sicherung des Arbeitsschutzes berufen sowie aus- und weitergebildet. So haben wir mehrere Sicherheitsbeauftragte, Erst-Helfer und Brandschutzbeauftragte, die für einen sicheren Arbeitsplatz bei NWB sorgen.

Die Gesundheit unserer Belegschaft liegt uns am Herzen. Als Fachverlag mit einem hohen Anteil an Büroarbeiten orientieren wir uns an dem Motto „Sitzen ist und bleibt die schlechteste Haltung für den menschlichen Körper“ (Herbert Junghanns). Um dem entgegenzuwirken, unterstützen wir u. a. verschiedene Arten des Betriebssports (wie Fußball und Rudern). Im Bereich des betrieblichen Gesundheitsschutzes bieten wir unseren Mitarbeitern zudem u. a. eine jährliche Grippevorsorgeimpfung sowie Beihilfen beim Zahnersatz und Arbeitsplatzbrillen.

Außerdem sorgen wir bei akutem Bedarf für einen zusätzlich rückenfreundlicheren und höhenverstellbaren Arbeitsplatz.

Unter dem Motto „Wir wollen Ihnen den Rücken stärken“ fand im März 2017 der NWB Gesundheitstag statt. In den Räumlichkeiten des Verlages konnten sich die Mitarbeiter an den Ständen verschie-



der Krankenkassen und Rückenschulen. Übungen für eine bewegliche Pause zeigen lassen, sich ausführlich informieren oder durch eine Massage Entspannung während des Arbeitsalltags genießen.

Da eine ausgewogene Ernährung einen weiteren zentralen Faktor für das Wohlbefinden und die Gesundheit am Arbeitsplatz darstellt, bieten wir unseren Mitarbeitern an zwei Tagen in der Woche frisches, regional angebautes Obst an und stellen jederzeit Wasser, Tee sowie Kaffee in der verlageseigenen Kaffeeküche kostenfrei zur Verfügung.



”

Ich verstehe meine Rolle im Bereich Personal als Vorweggeber und Wegbereiter für die Begleitung der Transformation des Unternehmens im Rahmen der Digitalisierung.

D. h. wir selbst lernen, im Team mit agilen Methoden zu arbeiten, richten unsere strategisch relevanten Prozesse zur Unterstützung der Führungskräfte aus und gestalten und prägen durch transparentes Handeln eine eigenverantwortliche Kultur.

Sandra Senftleben, Personalentwicklung

Kompetenzwechsel initiieren und begleiten

Die Leistungen und das Know-how unserer Mitarbeiter bilden die Basis dafür, dass wir uns als Verlag seit nunmehr über 70 Jahren erfolgreich in der Branche und als Marktführer im Fachinformationsmarkt für Steuerberater halten. Um dies auch in Zukunft gewährleisten zu können, ist es unabdingbar, dass wir unsere Mitarbeiter im Kompetenzauf- und -umbau begleiten. Dazu bieten wir verschiedene interne und externe Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Insgesamt wurden bei NWB im Jahr 2017 für die Gesamtbelegschaft 2.453 Stunden für die Aus- und Weiterbildung aufgewendet, was auf den Einzelmitarbeiter umgerechnet rund 9 Stunden im Jahr ausmachen.

Um die individuellen Fähigkeiten und die zukunftsweisenden Handlungskompetenzen unserer Mitarbeiter zu fördern, ist es uns in besonderem Maße wichtig, zielgerichtete Entwicklungsmaßnahmen anzubieten, bei denen die Förderung eines jeden Einzelnen im Fokus steht. Die Entwicklungsarbeit findet dabei zwischen dem Mitarbeiter

und seiner Führungskraft statt. In regelmäßigen Feedbackgesprächen wird über Aufgaben, Ereignisse und Kompetenzen sowie Führung und Zusammenarbeit gesprochen. Integraler Bestandteil ist es, in diesem Gespräch über notwendige Entwicklungsmaßnahmen zu sprechen und diese festzulegen. Ziel soll es sein, unsere Mitarbeiter zu befähigen, ihre Ziele zu erreichen und ihre Kompetenzen zu stärken. Unsere Personalabteilung fungiert hierbei als Impulsgeber und Berater.

In einem ersten Schritt haben wir in eine eher statische Kultur Bewegung gebracht. So hatten im Jahr 2017 die Mitarbeiter über interne Stellenausschreibungen die Möglichkeit sich intern weiterzuentwickeln – meist horizontal durch Bereichswechsel, Aufgabenveränderungen oder Übernahme neuer Rollen. Damit schaffen wir gelebte Beispiele für einen neuen Karrierebegriff und binden Mitarbeiter.

Zudem schaffen wir Vorbilder im Unternehmen durch die Ernennung einer Führungskraft in Teilzeit, das Ermöglichen von Elternzeit auch als Führungskraft und die Vergabe von strategischen Aufgaben an Mitarbeiter aus einzelnen Teams anstatt

klassisch an die Führungskraft. So fördern wir Wachstum und initiieren den Kompetenzumbau.

Die angebotenen Trainings reichen bei NWB von Schulungen an externen Fortbildungsinstituten über individuelle Coaching-Maßnahmen für Nachwuchskräfte, z. B. im Rahmen des sogenannten „X-Mentoring-Programms“, bis hin zu einem kollegialen Beratungskonzept – den sogenannten „Leitungswerkstätten“. Bei den im Jahr 2014 eingeführten Leitungswerkstätten lernen Fach- und Führungskräfte voneinander. Zudem haben wir die Online-Videotraining-Plattform Pink University in unser Fortbildungsangebot aufgenommen. Jeder Mitarbeiter bekommt mithilfe dieser Plattform die Gelegenheit, sich zu einer beliebigen Zeit an einem beliebigen Ort themenspezifisch fortzubilden. Darüber hinaus wurde 2017 das interne Format „NWB Wissenstransfer“ eingeführt, bei dem Mitarbeiter funktionsunabhängig ihr Expertenwissen an andere Mitarbeiter weitergeben und somit selbst in die Referentenrolle schlüpfen.

Zur Überprüfung der Wirkung solcher Maßnahmen haben wir im Jahr 2017 eine grundlegende

2.453
Stunden
für Aus- und
Weiterbildung

Mitarbeiterumfrage durchgeführt, bei der sich 205 von 286 Mitarbeitern beteiligt haben. So konnten wir wertvolles Feedback erhalten und ermöglichen neben Top-down-Prozessen auch Bottom-up-Beteiligungen.

Neben der Weiterbildung unserer bestehenden Mitarbeiter, ist uns die Ausbildung und Befähigung junger Menschen, vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, ebenso wichtig. Daher versteht sich NWB als Ausbilder für die Region und für die Berufsbilder des „Medienkaufmanns“ und des „Fachinformatikers“. Im Durchschnitt gab es bei NWB im Jahr 2017 acht Auszubildende.

ZAHLEN UND FAKTEN

(Soll-)Arbeitsstunden/Jahr	
weibliche Mitarbeiter	304.439 Sollarbeitsstunden (66 %)
männliche Mitarbeiter	154.997 Sollarbeitsstunden (34 %)
gesamt	459.436 Sollarbeitsstunden

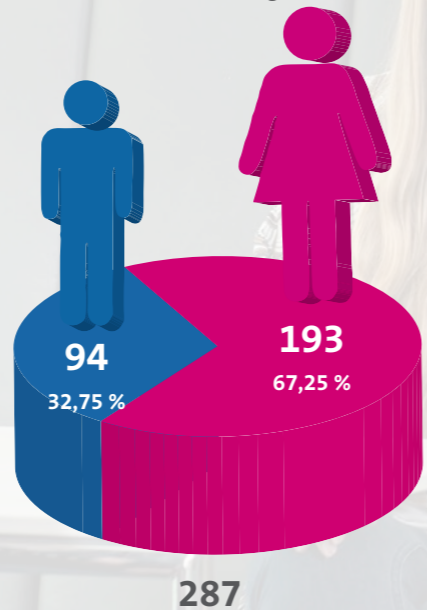
Krankheitsausfälle (in Tagen)	
weibliche Mitarbeiter	1.748 Tage (4,13 %)
männliche Mitarbeiter	1.123 Tage (5,22 %)
gesamt	2.871 krankheitsbedingte Fehltag*

* 2 meldepflichtige Unfälle → 4 Ausfalltage

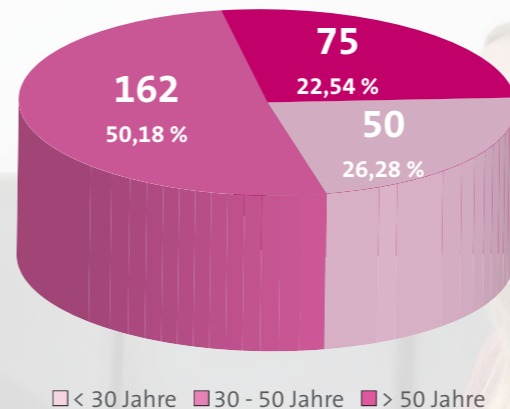
Elternzeit	
weibliche Mitarbeiter	6
männliche Mitarbeiter	3
gesamt	9

Rückkehrer: 4 Mitarbeiter (3 weiblich, 1 männlich)

Gesamtbelegschaft des NWB Verlages



Gesamtbelegschaft nach Alter



□ < 30 Jahre □ 30 - 50 Jahre □ > 50 Jahre

Aus- und Weiterbildung (Stunden/Jahr)

weibliche Mitarbeiter (193 Mitarbeiter)	1.865 Stunden/Jahr (0,61 %)
männliche Mitarbeiter (94 Mitarbeiter)	588 Stunden/Jahr (0,38 %)
gesamt (287 Mitarbeiter)	2.453 Stunden/Jahr

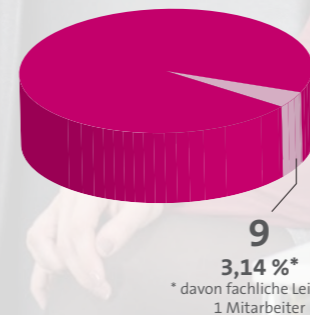
Mit rund 9 Stunden pro Mitarbeiter liegt der Wert auf Vorjahresniveau.

Aus- und Weiterbildung (durchschnittliche Ausgaben pro MA/Jahr)

2017	573,23 €/Mitarbeiter
2016	480,00 €/Mitarbeiter

Im Vergleich zum Vorjahr sind es knapp 20 % mehr.

Mitarbeiteranzahl mit einer Behinderung





”

NWB Mitarbeiter agieren nachhaltig! Das geschieht bei uns nicht nur durch die hervorragende Unterstützung von Projekten, mit denen wir unserer sozialen und ökologischen Verantwortung nachkommen, sondern auch und vor allem indem wir unternehmerisch im Sinne des langfristigen, gesunden Erfolges für NWB nachhaltig agieren. Diese Denkweise ist mittlerweile Teil der DNA unserer Kultur und darüber sind wir sehr froh, denn wir merken immer wieder, wie wichtig und erfolgsentscheidend diese klare Haltung bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter, bei der Zusammenarbeit mit Partnern und bei der Weiterentwicklung des Unternehmens und der Unternehmenskultur ist.

Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns ganz klar keine bloße Modeerscheinung, sondern das Leitbild unseres Handelns.

Mark Liedtke, Geschäftsführer



26
Einstellungen

Mitarbeiterentwicklung

Im Jahr 2017 wurden insgesamt 26 neue Mitarbeiter beim NWB Verlag eingestellt und 29 Personen haben das Unternehmen verlassen. Von den 26 Eintritten sind 17 Frauen und 9 Männer. Davon waren zum Zeitpunkt des Eintritts 10 Personen unter 30 Jahre, 14 zwischen 30 und 50 Jahre und 2 über 50 Jahre alt. Bei den Austritten handelt es sich um 18 Frauen und 11 Männer. Davon waren 16 Personen unter 30 Jahre, 6 Personen zwischen 30 und 50 Jahre und 7 Personen über 50 Jahre alt. Im Vergleich zum Vorjahr gab es im Jahr 2017 bei NWB 10 Ein- und 9 Austritte weniger.

29
Austritte





KUNDEN

Da der Kunde bei NWB König ist, soll dieser stets zufrieden mit unseren Produkten sein und sich im Bedarfsfall gut unterstützt fühlen. Denn nur zufriedene Kunden sind bekanntermaßen wiederkehrende Kunden.

Nur wenn wir es auch künftig verstehen, unseren Kunden die richtigen Produkte anzubieten, die für sie einen maximalen Nutzen brin-

gen, können wir als Fachverlag erfolgreich wirtschaften. Dabei gilt es, den Kunden – den Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder Ausbilder – in seinen alltäglichen Arbeitsherausforderungen zu verstehen und mit ihm gemeinsam an effizienten Lösungen zu arbeiten. Zentral sind für uns daher ein ehrliches Marketing, eine hohe Qualität sowie ein kundenorientierter und effizienter Service entlang der Customer Journey.

zwischen „Promotoren“ und „Detraktoren“ des Unternehmens. Der Anteil der Promotoren und Detraktoren wird ermittelt, indem einer repräsentativen Gruppe von Kunden die folgende Frage gestellt wird: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie NWB bzw. NWB-Produkte einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen werden?“ Gemessen werden die Antworten auf einer Skala von 0 (unwahrscheinlich) bis 10 (äußerst wahrscheinlich). Als Promotoren werden Kunden bezeichnet, die mit 9 oder 10 antworten. Als Detraktoren hingegen diejenigen, die mit 0 bis 6 antworten.

	2015	2016	2017
NPS zum NWB Shop	58,3 %	62,1 %	59,9 %
NPS zur NWB Akademie	39,6 %	51,6 %	51,3 %
NPS zur NWB Datenbank	13 %	16 %	7 %

Kundenzufriedenheit und -bindung

Die Produktqualität, der Produktnutzen für den Kunden sowie der Erstkontakt im Servicefall sind ausschlaggebend für die Zufriedenheit eines Kunden. Nur wenn der Kunde diese Faktoren positiv erlebt, wird die Beziehung zu ihm eine langfristige sein. Daher arbeiten wir bei NWB seit vielen Jahren konsequent an der Verbesserung des Kundenerlebnisses. Dabei spielt vor allem unser Kundenservice eine zentrale Rolle (siehe: Kundenservice und -nutzen auf der Seite 30).

Um die Entwicklungen in der Zufriedenheit unserer Kunden messbar zu machen, erheben wir in regelmäßigen Abständen den sogenannten **Net Promoter Score (NPS)**. Der NPS ist eine Kennzahl, die die Weiterempfehlungsbereitschaft eines Kunden misst. Berechnet wird der NPS durch die Differenz

”

Im Zeitalter der Digitalisierung und der Austauschbarkeit von Produkten und Dienstleistungen ist ein professionelles Beziehungsmanagement zum Kunden essenziell für den Unternehmenserfolg. Daher legen wir im Key Account Management auf die Nachhaltigkeit der Kundenbeziehung besonderen Wert. Die Marke NWB verkörpert Glaubwürdigkeit und diese Glaubwürdigkeit wird vom NWB Vertriebler auch in seiner täglichen Arbeit authentisch und professionell repräsentiert. Denn nur eine lange und nachhaltige Intensivierung der Kundenbeziehung kann zu einer Festigung der Kundenloyalität führen. Dabei gewinnen wir nicht nur „neue Kunden“, sondern wir gewinnen das Vertrauen des Menschen, der mit uns eine neue Geschäftsbeziehung eingeht.

Veli Yaman, Key Account Manager





”

*Erfolg durch nachhaltige Kundenbeziehungen:
Für uns bedeutet Nachhaltigkeit, unseren Kunden zu helfen, erfolgreich zu sein.*

Die Einbindung von Nachhaltigkeit in neue Serviceangebote kann nicht nur dem Image der Unternehmen nützen, sondern auch ganz neue Geschäftsfelder erschließen. Eine frühzeitige Sensibilisierung und Einbindung der Kunden für den Markterfolg nachhaltiger Services ist allerdings von entscheidender Bedeutung. Wir sind dabei!

Ein effizientes Kundenbindungsmanagement (Customer-Relationship-Management, abgekürzt CRM) ist für kleine und mittelständische Unternehmen essenziell, um Kundenbeziehungen dauerhaft zu pflegen. Darüber erfassen und verwalten wir nicht nur Daten, sondern schaffen uns auch die Grundlage für eine individuelle Ansprache jedes einzelnen Menschen. Wir sind dabei!

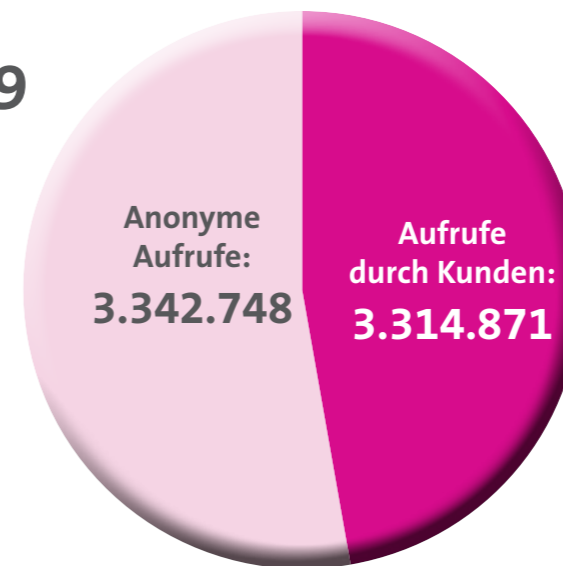
Manuela Krol, Kundendialog

ZAHLEN UND FAKTEN

**Aufrufe der
NWB Datenbank
gesamt:**

6.657.619

Mit der NWB Datenbank liefern wir Kunden und Interessierten Lösungshilfen für ihre individuellen Fragen und Problemstellungen.



Kundenservice und -nutzen

Der Kundenservice ist erster Ansprechpartner in allen Belangen unserer Kunden.

Hier treten Menschen in den Dialog mit Menschen. Unsere Servicemitarbeiter helfen bei der Recherche, unterstützen bei der Suche nach passgenauen Produkten, sorgen für eine reibungslose Abwicklung der Bestellung und klären freundlich und nutzerorientiert alle Anliegen. Sie sorgen für positive Kundenerlebnisse an allen Touchpoints entlang der Customer Journey und dafür, dass das Feedback in die zukünftige Produktentwicklung einfließt.

Konkrete Maßnahmen zur Vereinfachung der Produkthandhabung und zur Erhöhung des Produktnutzens wird das NWB Nachhaltigkeits-team in Zusammenarbeit mit dem Kundenservice bis Ende 2017 erarbeiten und festlegen. Der Fortschritt in der Erhöhung des Produktnutzens soll dabei durch ein entsprechendes Kennzahlen-Set mittelfristig messbar und nachvollziehbar gemacht werden.



GESELLSCHAFT

NWB ist seit Gründung ein regional stark verwurzelt Unternehmen im Herzen des Ruhrgebiets. Die Region ist mit 4.435 Quadratkilometern das größte Ballungsgebiet Deutschlands und vereint in sich ein von der Industrialisierung und den Oberzentren wie Dortmund, Essen und Bochum kulturell geprägtes Bild. Auch für die Medienbranche ist die Region ein wichtiger Ankerpunkt, in der sich u. a. Medien der Funke Mediengruppe und der Ruhr Nachrichten tummeln. NWB findet sich hier somit in guter Gesellschaft wieder.

Trotz der vielen Standortvorteile ist das Ruhrgebiet immer noch eine zum Teil strukturschwache Region, in der der Anteil der sozialschwachen Bevölkerungsgruppen steigt und die Ungleichheit der Lebenschancen wächst. Als Wirtschaftsakteur mit Sitz in Her-

ne sind wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung, die mit dem Standort einhergeht, bewusst. Daher setzen wir uns in der Region und auch darüber hinaus für die Förderung sozial Benachteiligter ein und arbeiten in unterschiedlichen Konstellationen daran mit, die Region zu einem kulturell, aber auch wirtschaftlich starken Standort weiterzuentwickeln.

Unsere gesellschaftliche Verantwortung beziehen wir dabei allerdings nicht nur auf unsere eigene Region. In einer immer weiter vernetzten und enger rückenden Welt verstehen wir, unsere Verantwortung auch auf globaler Ebene. Auch hier versuchen wir unseren Beitrag zu leisten, um Missständen und Ungleichheiten entgegenzuwirken.

Zeltwoche 2017





”

Mittendrin statt nur dabei: Für uns NWBs ist es jedes Jahr wieder eine große Freude, wenn die Zeltwoche des Cirkus Schnick-Schnack hier in Herne ansteht. Die Mitarbeiter des Verlages unterstützen bereits seit 2009 durch die ehrenamtliche Mitarbeit in ihrer Freizeit am Grill, bei der Getränkeausgabe oder am Popcornstand den Cirkus, weil das soziale Engagement uns Mitarbeitern ein persönliches Anliegen ist

Mit Unterstützung von NWB und in Kooperation mit Schulen, dem Kinderschutzbund und einzelnen anderen Initiativen, die sich in Herne um sozial benachteiligte Kinder kümmern, lädt der Cirkus außerdem jedes Jahr ca. 350 Kinder zum NWB Kinderfest inklusive Speisen und Getränk ein.

Ich bin von Anfang an mit dabei und es macht jedes Mal wieder riesigen Spaß ... die strahlenden Kinderaugen, die Nervosität der Kids vor ihren Auftritten ... für mich ist die Zeltwoche immer ein Highlight des Jahres!

Tanja Tietz, Mediendienstleistungen und Produktion

Gemeinwesen

Bei NWB definiert sich das gesellschaftliche Engagement nicht allein durch eine umfangreiche Spendenpolitik. Deshalb unterstützen wir unterschiedliche soziale Projekte in der Region Herne, die die Förderung der Bildung und die Verbesserung der Lebensqualität für benachteiligte Kinder zum Schwerpunkt haben.

So unterstützt NWB jedes Jahr die Zeltwoche des Cirkus Schnick-Schnack (zirkuspädagogische Angebote für Kinder und Jugendliche der Region) und eröffnet die Woche mit einem von NWB finanzierten Kinderfest. In Kooperation mit Schulen, dem Kinderschutzbund und einzelnen anderen Initiativen, die sich in Herne um sozial benachteiligte Kinder kümmern, lädt der Cirkus ca. 350 Kinder zum NWB Kinderfest inklusive Cirkus-Generalprobe ein. Zudem unterstützen NWB-Mitarbeiter während der gesamten Cirkus-Zeltwoche ehrenamtlich das Projekt. Pro geleistete 100 Ehrenamtsstunden spendet NWB zudem 1.000 € an den Cirkus. Im Jahr 2017 konnten wir durch das rege Engagement unserer Mitarbeiter eine Spende in Höhe von 1.000 € zusammenbringen.

2017 organisierten die NWB-Auszubildenden zum zweiten Mal für die Mitarbeiter des Verlages die Teilnahme an der Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“, mithilfe derer insgesamt 30 Kinder auf der ganzen Welt zu Weihnachten einen Schuhkarton mit Geschenken erhielten.

Zudem spenden wir jedes Jahr der Herner Suppenküche einen Betrag (2017: 1.500 €), der durch eine von NWB Mitarbeitern eigenorganisierte Waffelverkaufsaktion zustande kommt. Eine weitere festverankerte Aktion ist die Spende im Zusammenhang mit dem Versand

von Geburtstagskarten: Für jede versendete Geburtstagskarte an einen Kunden spenden wir 0,50 € an eine karitative Einrichtung. Im Jahr 2017 ist auf diesem Weg eine Spende in Höhe von 8.695,50 € zustande gekommen. Darüber hinaus hat NWB 2017 anstelle der sonst üblichen Weihnachtsgeschenke (Buchgeschenk) an Autoren und Geschäftspartner eine Spende in Höhe von 2.500 € an die Herner Tafel entrichtet.

Des Weiteren unterstützt NWB die Aktion „Deckel gegen Polio“, um so Kindern eine Impfung gegen Polio zu ermöglichen. Durch die stetige Beteiligung vieler Kollegen konnten im Jahr 2017 56 Impfungen gegen Polio durchgeführt werden. Auf der Grundlage der positiven Mitarbeiterresonanz für solche Projekte haben wir uns 2016 zudem einem Projekt eines regional engagierten Herner Ehepaars angeschlossen, die Kronkorken sammeln und diese einschmelzen lassen. Der Erlös kommt der St. Elisabeth-Förderschule (Steinfurt) zugute.

Mit der „Für Euch-Stiftung“ engagiert sich Dr. Ludger Kleyboldt, NWB Geschäftsführer in dritter Generation, zusammen mit seiner Ehefrau Alice getreu dem Stiftungsmotto „Handwerkzeug für ein stabiles Leben“ für die Förderung von sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen im Ruhrgebiet. Ziel ist es, die Erziehung und Entwicklung von Kindern und Jugendlichen hin zu selbstständigen, stabilen und nachhaltig agierenden Menschen zu unterstützen.

**Spenden
2017
in Höhe
von 35.257,76 €**



Menschenrechte

NWB hält sich in all seinen Geschäftstätigkeiten stets streng an die deutsche Gesetzgebung, die in ihren unterschiedlichen Facetten immer auch dem Deutschen Grundgesetz unterliegt, das die Wahrung der Menschenrechte als oberstes Gebot definiert.

Im Jahr 2017 haben wir uns intensiv mit dem Thema Zulieferer beschäftigt und „Allgemeine Einkaufsbedingungen“ formuliert. Diese gelten für alle (Werk-)Verträge, bei denen NWB Käufer, Empfänger von Dienstleistungen bzw. Auftraggeber ist; aufgenommen wurde dabei auch der Punkt „Unternehmerische Verantwortung“ (u. a. Umweltschutz, Arbeitsnormen, Korruptionsprävention). Im nächsten Schritt werden diese Allgemeinen Einkaufsbedingungen mit einem Einkaufs-/Lieferantenkodex, den das Team Nachhaltigkeit erstellt hat und der die Wahrung menschenwürdiger Bedingungen zur

Grundlage von Vertragsbeziehungen macht, abgeglichen.

Da wir zu über 90 % mit deutschen Zulieferern und Partnern zusammenarbeiten und unsere Wertschöpfungskette hauptsächlich regional verankert ist, haben wir eine gute Kontrolle über unsere Lieferkette. So achten wir als Verlag ohne eigene Druckerei beispielsweise bei der Auswahl nicht betriebszugehöriger Druckservices stets darauf, dass diese in Europa ansässig sind und mindestens den gesetzlichen, in Deutschland geltenden Arbeitsvorschriften unterliegen. Mit einem indischen Dienstleister arbeiten wir bereits seit 15 Jahren für die Aufbereitung medienneutraler Daten zusammen. Bei Vertragsabschluss haben wir uns schriftlich versichern lassen, dass dieser sich an die Menschenrechte hält und menschenwürdige Beschäftigungsbedingungen gewährleistet. Der Kontakt zu lang-

jährigen Mitarbeitern vor Ort sorgt für Transparenz und stärkt diese Vereinbarung. In unserer Lieferkette sowohl im Ausland als auch vor Ort sind uns bis dato keine negativen Vorfälle bezüglich unmenschlicher Beschäftigungspraktiken (z. B. Vorfälle von verbalen, psychischen, körperlichen oder sexuellen Missbrauchs) oder Fälle von Ausbeutung durch unmenschliche Arbeitsbedingungen (Gesundheits- und Arbeitsschutz sowie Vergütung) bekannt.

WE SUPPORT



Im Rahmen unserer Teilnahme am UN Global Compact hatten wir durch direkten Austausch mit dem Team des Deutschen Global Compact Netzwerkes und durch die Teilnahme an einem Einstiegs-Coaching Gelegenheit, eigene Aktivitäten in den Bereichen Menschenrechte und Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsprävention mit Handlungsfeldern des Global Compact abzugleichen. Darüber hinaus konnten wir hier wertvolle Anregungen mitnehmen.



Compliance

Als Fachverlag für Steuerrecht spielen bei uns Grundprinzipien wie Glaubwürdigkeit, Aktualität und Qualität sowie Unabhängigkeit eine zentrale Rolle. Diese Prinzipien sind die Voraussetzung dafür, dass wir als Verlag eigenständig Inhalte veröffentlichen können – frei von jeglicher Einflussnahme.

Als Unternehmen mit Sitz in Deutschland unterliegen wir dem deutschen und europäischen Recht. Die Einhaltung der gesetzlich vorgegebenen Normen und Vorgaben sind zentrale Faktoren für unsere Glaubwürdigkeit, die durch unseren

verlagseigenen Justiziar gewährleistet werden. Unser NWB-Justiziar ist in Rechtsfragen zentraler Ansprechpartner für alle Mitarbeiter.

Zudem pflegen wir ein striktes Vier-Augen-Prinzip bei der Unterzeichnung von Vereinbarungen oder Rechnungen, sodass rechtswidriges Verhalten umgehend sichtbar würde. Des Weiteren unterstützt uns ein externer Datenschutzbeauftragter durch regelmäßige Mitarbeiterschulungen dabei, sicherzustellen, dass alle Datenschutzrichtlinien bekannt sind und eingehalten werden.

”

Wissen um urheberrechtliche Zusammenhänge gehört zu den Grundlagen verlegerischer Tätigkeit. Denn das Geschäftsmodell Verlag definiert sich über den Erwerb und die Vermarktung von Rechten. Der durch faire und ausgewogene Verträge erworbene Content bildet das Fundament ökonomischer Wertschöpfungsketten.

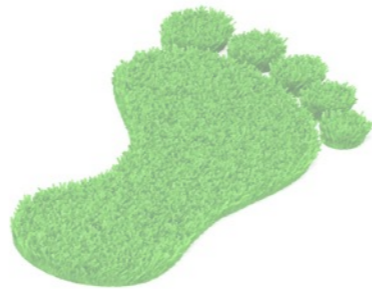
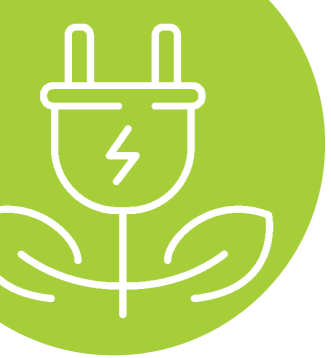
Aber natürlich gehen die Herausforderungen für Verlage heutzutage weit über die rein urheberrechtlichen Fragestellungen hinaus. Mit dem neu geschaffenen Bereich „Recht und Grundsatzfragen“ sind wir erster Ansprechpartner für alle rechtlichen Fragen aus den Fachbereichen. In den letzten zwei Jahren änderten sich durch Gesetzgebung und Rechtsprechung die Rahmenbedingungen für Verlage deutlich. Weitere strukturelle Veränderungen sind teilweise konkret erkennbar. Wir haben uns daher für diese komplexen und umfangreichen Themen neu aufgestellt, um top beraten zu sein und gezielt zu agieren.

Martin Balsliemke, Leitung Recht und Grundsatzfragen



A pair of hands, one larger and one smaller, are shown holding a small, realistic globe of the Earth. The globe is centered on the Atlantic Ocean, showing parts of North and South America. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting grass or foliage. The overall image conveys a sense of care and responsibility for the planet.

ÖKOLOGIE



Die Ressourcen der Erde sind endlich und wachsen auf natürlichem Weg nicht so schnell nach, wie es die Industrie bei ihrem aktuellen Ressourcenverbrauch fordert. Daher sind zwei wichtige Hebel die Ressourcenvermeidung und -schonung. Dessen sind wir uns als Verlag bewusst und wollen hier – an den zentralen Ressourcen für unsere Geschäftstätigkeit – unseren Teil der Verantwortung tragen.

Neben dem Verbrauch von Strom (seit vielen Jahren Ökostrom), Gas und Wasser für die alltägliche Instandhaltung und Ausübung unserer Geschäftstätigkeit nehmen wir vor allem die Ressource Papier in Anspruch. Dies betrifft schwerpunktmäßig die Buch- und Zeitschriftenproduktion, aber auch für Vermarktungselemente wie Flyer und Beilagen sowie das Papier für Verwaltungsprozesse in den Büros. So wurden im Bereich der Buch- und Zeitschriftenpro-

duktion im Jahr 2017 insgesamt rund 600 Tonnen Recyclingpapier verbraucht.

Zudem achten wir vor dem Hintergrund der globalen Bedeutung auf unseren CO₂-Fußabdruck, den wir stetig minimieren wollen. Dieser wird vor allem beeinflusst durch die Produktion (Papier und Druck) und den Versand unserer Bücher und Zeitschriften. Auch die Anfahrten zum Büro und die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter haben einen Effekt auf unsere CO₂-Bilanz.

Im Umgang mit Abfällen motivieren wir unsere Mitarbeiter dazu, Müll zu trennen. Dafür stellen wir entsprechende Müllbehälter zur Verfügung. Unsere Abfälle werden zudem von zertifizierten Entsorgungsbetrieben entsorgt und der Wiederaufbereitung (Recycling) zugeführt.

”

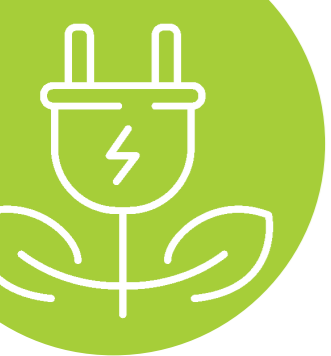
Da wir einen großen Teil unserer Umsätze aktuell noch durch Printproduktionen generieren, legen wir im ständigen Austausch mit unseren Druckdienstleistern großen Wert auf ökologische Nachhaltigkeit.

Das bedeutet für uns auch, dass fast alle unserer Produktionen bei unseren lokalen Druckdienstleistern in Deutschland oder – für wenige spezielle Produkte – auch im benachbarten europäischen Ausland stattfinden. Alle Aufträge vergeben wir dabei nach den gleichen Kriterien und unter Hinweis auf unsere Warenanlieferungsrichtlinien, die beispielsweise recyclingfähige Verpackungen vorsehen.

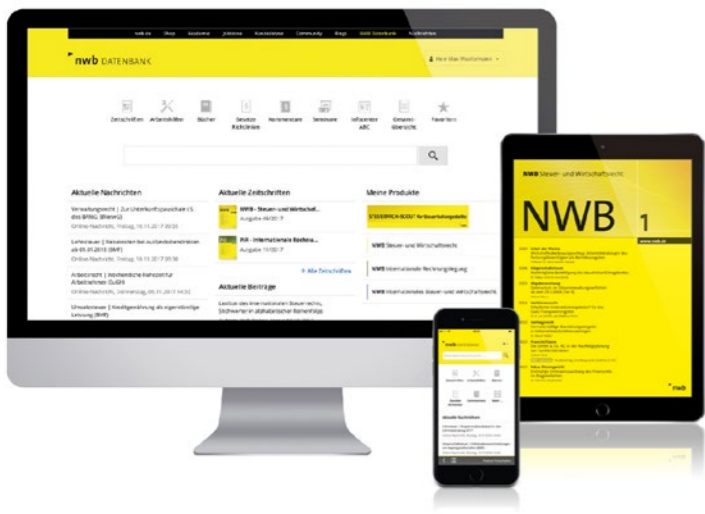
Der NWB Verlag verwendet für seine Buch- und Zeitschriftenproduktionen außerdem ausschließlich Papiere, die aus FSC-zertifizierten Quellen stammen, sowie Papiere, die mit dem Umweltsiegel Blauer Engel zertifiziert sind.

*Carsten Schlumm,
Leiter Mediendienstleistungen und Produktion*





RESSOURCEN



Papier

Als Verlag ist für unsere Buch- und Zeitschriftenherstellung die Ressource Papier eine der zentralen Ressourcen. Daher ergibt sich hier ein wesentlicher Nachhaltigkeitshebel. Doch auch die Belastung der Umwelt durch die Druckfarben spielt eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund haben wir unsere Buch- und Zeitschriftenproduktion vor einigen Jahren einer konsequenten Analyse unterzogen, in der wir uns schwerpunktmäßig die Papierarten und die Druckfarben angeschaut haben.

Seit nun einigen Jahren verwenden wir bei der Buchproduktion ein 70-80 Gramm Offset-Preprintpapier mit FSC-Zertifizierung. Diese Zertifizierung erhalten ausschließlich Papierarten, die in der Produktion neben Umweltkriterien auch die Menschenrechte sowie die Mindestarbeitsstandards in den Fabriken gewährleisten.

Unsere Zeitschriften werden aus 100-prozentigem Recyclingpapier mit FSC-Zertifizierung und EU Eco Label gefertigt. Die NWB Textausgaben werden ebenfalls auf 100-prozentigem Recyclingpapier, das die „Blauer Engel“-Zertifizierung trägt, gedruckt. Die NWB

Steuer- und Wirtschaftsrecht – Flaggschiff des Verlags – ist als einzige Zeitschrift eine Rollenproduktion, die auf dünnerem Papier gedruckt wird. Der Inhalt der NWB-Zeitschrift wird ebenfalls auf hundertprozentigem Recyclingpapier mit „Blauer Engel“-Zertifizierung gedruckt. Der Umschlag der NWB wird aus hundertprozentigem Recyclingpapier hergestellt und ist zudem FSC-zertifiziert und trägt das EU Eco Label.

Zudem vertreiben wir ein Magazin, das noch einmal andere Produktionsanforderungen mit sich bringt. Das „WirAusbilder Magazin“ wird auf einem Recyclingpapier aus 100 % Altpapier, das FSC-zertifiziert und mit dem EU Eco Label ausgezeichnet ist, gedruckt. Besonderheit bei diesem Magazin ist, dass es sowohl klimaneutral als auch mit reinen Bio-Druckfarben (mineralölfrei und ausschließlich mit Bindemitteln aus nachwachsenden Rohstoffen) produziert wird. Bei der sonstigen Buch- und Zeitschriftenproduktion achten wir ausnahmslos darauf, dass unsere Dienstleister mit mineralölfreien Druckfarben arbeiten.

Bei den wenigen Dienstleistern im europäischen Ausland, vor allem in Italien, prüfen wir vor Auftragsvergabe ebenfalls, ob diese entsprechende Papier- als auch Druckfarbenanforderungen einhalten. Künftig sollen diese sich durch den geplanten Lieferantenkodex zu entsprechenden Umwelt- und Sozialstandards schriftlich verpflichten.

Bereits seit geraumer Zeit arbeitet unsere Herstellung an einem Konzept, mit dem mittelfristig eine komplette klimaneutrale Produktion der NWB-Zeitschriften möglich sein soll. Darauf zahlt seit April 2011 der CO₂-neutrale Versand unserer Zeitschriften und Briefe im Rahmen des „Go Green“-Programms der Deutschen Post DHL ein.

Neben Produktion und Versand, achten wir auch bei den Versandtaschen (aus Karton) für unsere Titel darauf, dass diese bei nicht Beschädigung wiederverwendet werden können.

Im Sinne der Ressourcenschonung arbeiten wir zudem systematisch an der Optimierung unserer Titel- und Druckauflagenplanung. Dies soll mittelfristig auf unserer Digitalisierungsstrategie einzahlen, die vorsieht, Produkte – wo möglich – zu digitalisieren.

Intern stellen wir vielen unserer Mitarbeiter Tablets, Laptops oder Diensthandys (49 iPads, 40 Laptops und 37 Diensthandys) zur Verfügung und ermöglichen das Arbeiten mit einem Scan-System.

Papierverbrauch 2017:
935,51 Tonnen
für Zeitschriften und Bücher
Davon Recycling:
601,01 Tonnen



”

Nachhaltiges Tun und Handeln wird bei uns groß geschrieben. Es ist egal, ob dies ökologische, soziale oder ökonomische Aspekte beinhaltet. So drucken wir seit diesem Jahr alle Zeitschriften klimaneutral. Die Papiere, die wir für unsere Produktionen verwenden, sind FSC- und Blauer Engel- zertifiziert. Wir stehen im engen und offenen Austausch mit unseren Dienstleistern, um das Werteverständnis von NWB auch nach außen zu tragen. Diese gute Zusammenarbeit macht sich auch bei unseren Kunden bemerkbar, welche qualitativ hochwertige und nachhaltig hergestellte Ware erhalten.

Jedoch orientieren wir uns nicht nur an den ökologischen und sozialen Zielen. Auch die ökonomischen Ziele behalten wir im Blick, indem wir regelmäßig unsere Arbeitsweise reflektieren und versuchen, effizient Kosten und Ressourcen zu sparen.

Leonie Kubica, Mediendienstleistungen und Produktion

ZAHLEN UND FAKTEN

	2017	2016
Papierverbrauch (intern)	1.467.000 Blatt/7.320 kg	1.200.000 Blatt/5.988 kg
Papierverbrauch (Bücher)	684,21 t	525,74 t*
Papierverbrauch (Zeitschriften)	251,3 t	270,4 t*
Energieverbrauch Strom	304.785 kWh	397.397 kWh
Energieverbrauch Gas	744.935 kWh	737.849 kWh
Wasserverbrauch	1.082 m³	1.325 m³

NWB hat im Vergleich zum Vorjahr ...

- ▶ ... den internen Papierverbrauch um 22 % erhöht. Hintergrund ist ein Dienstleisterwechsel und damit verbundene interne Abläufe im Workflow.
- ▶ ... den Papierverbrauch Bücher um 30 % gesteigert. Dies ist z. T. auf mehr Titel bzw. mehr Seiten pro Titel als im Vorjahr zurückzuführen.
- ▶ ... den Papierverbrauch Zeitschriften um 7 % gesenkt.
- ▶ ... den Stromverbrauch um 23 % gesenkt. Gründe dafür sind eine neue Klimaanlage und energieeffizientere IT-Strukturen.
- ▶ ... den Gasverbrauch nahezu auf Vorjahresniveau gehalten.
- ▶ ... den Wasserverbrauch um 18 % gesenkt. Grund dafür ist ebenfalls die neue Klimaanlage, die ohne Berieselungsanlage auskommt.
- ▶ 13 % mehr Müll produziert. Dies ist hauptsächlich auf den erhöhten Papierverbrauch zurückzuführen (Entsorgungsart Recycling).

	2017	2016
Papiermüll	116,4 t	100,49 t
Holz- und Kunststoffmüll	0,3 t	1,04 t
Elektro- und Elektronikgerätemüll	0,514 t	0,554 t
Restmüll	15,6 t	14,8 t
Müll gesamt	132,81 t	116,88 t

* Auf Grund eines internen Berechnungsfehlers sind die zuvor veröffentlichten Zahlen über den Papierverbrauch Bücher und Zeitschriften nachträglich für 2016 korrigiert worden.

Strom, Gas und Wasser

Auch wenn der Hebel bei Strom, Gas und Wasser im Kontext der Geschäftstätigkeit eines Verlages nicht so ins Gewicht fällt wie die Ressource Papier, haben wir uns aufgrund ihrer Bedeutung für die alltägliche Instandhaltung der Büros entschieden, auch hier einen genaueren Augenmerk auf unseren entsprechenden Verbrauch zu legen.

Wie 2016 geplant konnten wir den Wasserverbrauch in 2017 deutlich reduzieren. Hier arbeiten wir weiterhin daran einen Mindestverbrauch zu erreichen. Für die Stromversorgung sind wir seit ein paar Jahren zu 100 % auf Ökostrom umgestiegen und produzieren durch eine hauseigene Photovoltaikanlage zusätzlichen Strom. Auch eine neue Klimaanlage und energieeffizientere IT-Strukturen wirken sich positiv auf die Bilanz aus. So konnten wir 2017 im Vergleich zum Vorjahr unseren Stromverbrauch um 23 % senken. Der Gasverbrauch in 2017 liegt nahezu auf Vorjahresniveau. Wir prüfen aktuell welche weiteren Maßnahmen ergriffen werden können, um den Gasverbrauch weiter zu reduzieren.



”

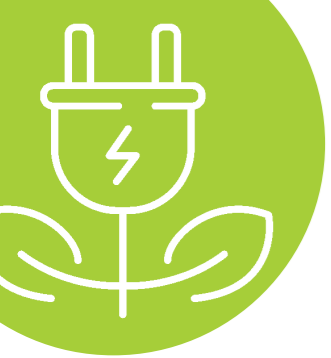
Als Verantwortlicher der Abteilung IT-Operations sowie Organisator des Bereichs Nachhaltigkeit schlagen zwei Herzen in meiner Brust. Im Kontext der Informations-Technologie stehen die sehr hohe Kundenzufriedenheit, Verfügbarkeit der Infrastruktur, der Kostendruck sowie innovative Konzepte und Technologien für NWB im Vordergrund. Im Bereich der Nachhaltigkeit geht es um soziale, ökonomische sowie ökologische Themen.

Das Zusammenbringen dieser Themenfelder klingt nach einem Widerspruch? Mitnichten, denn der annähernd größte Anteil am elektrischen Energieverbrauch eines Verlages entfällt auf die IT!

In den vergangenen Jahren haben wir die Anzahl unserer physischen Server durch die Virtualisierung und Prozessoptimierung massiv minimiert und dadurch den Energieverbrauch erheblich gesenkt. Im Jahr 2017 haben wir in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Zentrale Dienste außerdem die Kühlung des Rechenzentrums durch die Erschaffung eines komplett neuen Klimaanlage-Systems optimiert. Neben der Erhöhung der Verfügbarkeit stand dabei bereits in der Konzeptionsphase die Nachhaltigkeit im Vordergrund, was dazu führt, dass wir – unter anderem durch sogenannte Kaltgänge – im Jahr 2017 bereits rund 74.000 kWh Energie einsparen konnten.

Das zeigt, dass die Themen Nachhaltigkeit und IT sich hervorragend ergänzen können – und müssen! Das Mindset macht den Unterschied zwischen profanem Green-Washing und echtem Willen zur Veränderung aus.

Oliver Kleis, Leitung IT-Betrieb



Anlässlich des 70-jährigen Firmenjubiläums und der Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts 2016 hat NWB in Zusammenarbeit mit *Treedom* Bäume gepflanzt und jedem Mitarbeiter einen dieser Bäume geschenkt!

Ziel dieser Aktion war es, die CO₂-Emissionen, die NWB im Jahr 2016 verursacht hat, zu kompensieren und so die Klimaneutralität fortzuführen. Um dies zu erreichen, hat NWB sich dazu entschieden, einen ganzen NWB Wald auf Haiti entstehen zu lassen. Ob Kakaobaum oder Zeder – jeder Mitarbeiter kann nun verfolgen, wie der eigene Baum wächst und erhält regelmäßige Updates und Fotos aus dem NWB Wald.



Das Stoppen des Klimawandels ist eine der großen aktuellen Herausforderungen der Menschheit. Denn durch den Klimawandel können viele Landstriche auf der Welt unbewohnbar werden, was zu großen Völkerwanderungen auch zu uns nach Europa führen kann. Als klimaneutrales Unternehmen achten wir stets darauf, unsere CO₂-Emissionen zu senken und die nicht zu vermeidenden Emissionen zu kompensieren.

*Dr. Ludger Kleyboldt,
Geschäftsführer*



ÖKONOMIE





WERT UND UMSATZ



Es ist Teil unserer Strategie, unser Portfolio weiter auszubauen – sei es durch organisches Wachstum oder Akquisitionen. Vor diesem Hintergrund haben wir 2016 den Kölner Branchenverlag JUVE erworben. JUVE, 1998 gegründet, ist Herausgeber des jährlich erscheinenden JUVE Handbuchs Wirtschaftskanzleien mit Branchenrankings und Analysen. Zudem erscheinen hier die Branchenzeitschriften JUVE Rechtsmarkt sowie das Pendant für den österreichischen Markt – JUVE Magazin Österreich – und die Zeitschriften für den juristischen Nachwuchs, azur und azur100. Was war unsere Motivation bei dieser Akquisition? Gemeinsam wollen wir den erfolgreichen Weg von JUVE weitergehen und im Sektor Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, also den Kernzielgruppen von NWB, expandieren. Die ersten Schritte sind wir bereits erfolgreich gegangen: Seit 2017 erscheint als weitere Publikation der JUVE Steuermarkt. Hier informiert der JUVE Verlag – ausgestattet mit der Erfahrung aus 20 Jahren Berichterstattung für Rechtsberater – nun auch die Steuerberaterbranche mit Analysen, Interviews, Kennzahlen und Rankings. Darüber hinaus werden wir mit unserem technischen Know-how die Digitalstrategie von JUVE vorantreiben – hier arbeiten JUVE und NWB bereits heute sehr eng und konstruktiv zusammen.

”

Natürlich sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und das Entwicklungspotential bei einer Akquisition für uns wichtig. Und beides stimmt bei JUVE. Aber mindestens so wichtig ist auch die Frage: Passen wir auch kulturell zusammen? Dies ist meines Erachtens der Schlüssel für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit von NWB und JUVE: Wir teilen die gleichen Werte und verfügen damit über ein robustes Fundament als Basis für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Und was auch nicht unwichtig ist: Die Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen in Köln macht einfach Spaß!

Dr. Felix Friedlaender, Geschäftsführer





Innovations- und Produktmanagement

Innovationen sind für NWB aufgrund der schnellen Veränderungen im steuerrechtlichen Umfeld und der dynamischen Entwicklung der digitalen Medien ein zentraler Erfolgsfaktor. Daher ist uns, neben den in Kernprozessen eingeführten agilen Methoden (Scrum, 3x3, PEP), die gesonderte Innovationsförderung außerhalb des Kerngeschäfts wichtig. Im Zuge dessen haben wir bereits Mitte 2015 eine Ideenschmiede zunächst mit Sitz in Dortmund gegründet. Sie ist ein Inkubator zur Erschließung neuer Geschäftsfelder und Zielgruppen innerhalb und außerhalb des Kerngeschäfts. In den Fällen, in denen die etablierten Prozesse bei NWB einen agilen Entwicklungsprozess nicht zulassen, wird die Konzeption und Umsetzung in der Innovations schmiede übernommen. Gleichzeitig sollen die Mit-

arbeiter vor Ort selbst neue Produktideen entwickeln und am Markt erproben. Dazu werden ihnen die entsprechenden strategischen und operativen Freiräume gegeben.

Darüber hinaus gibt es bei NWB ein zentrales Projekt- und Prozessmanagement. Dieses unterstützt die Mitarbeiter im Fortschritt der jeweiligen Analyse- und Umsetzungsprojekte und steuert den Ressourceneinsatz. Ziel ist es, die Erfolgchancen von Einzelprojekten im Verlag zu erhöhen und effiziente Prozessstrukturen zu etablieren. Ein Kernprojekt stellt das Projekt BooX, eine Software für den Buchproduktionsprozess von der ersten Idee bis zur Vermarktung, dar. Ziel dieses Projektes: Ressourcen schonen und besser nutzen, effizienter bereichsübergreifend zusammenarbeiten und schneller werden.

”

„Spirit '47“ war der Arbeitstitel für die Ideenschmiede von NWB: in Erinnerung an das Gründungsjahr des NWB Verlages und den Aufbruchgeist der Nachkriegszeit. Inzwischen steht der Name, der bleiben soll: „code and butter“. Man hört noch „Brot und Butter“ heraus: Auf der einen Seite steht das Bodenständige des Ruhrgebiets und das Kerngeschäft des Fachverlages NWB mit seinen Schwerpunkten Steuer- und Wirtschaftsrecht. „Code“ hingegen steht auf der anderen Seite für die digitale Transformation, die Innovationskraft und die Start-up-Mentalität. Neben dem Namen steht nun auch der neue Standort fest: Herne – in direkter Nachbarschaft des NWB Verlages.

Guido Neuhaus, Leitung code and butter





”

Mit unserem Strategieprojekt „NWB 2022“ haben wir uns im Oktober 2017 auf eine spannende Reise begeben. Dabei steht die Fragestellung „Wofür steht NWB in 5 Jahren?“ im Mittelpunkt. In vielen Gesprächen und Workshops werden wir intensiv miteinander diskutieren und ringen, um im Ergebnis die Mission und das Zukunftsbild von NWB in 2022 zu entwickeln sowie die strategischen Ziele und Handlungsfelder konkret zu gestalten. Das Zukunftsbild „NWB 2022“ soll somit künftig allen NWB Mitarbeitern Orientierung in ihrem Tun und Entscheiden geben sowie unsere Zusammenarbeit bei NWB beschreiben. Insbesondere auf diesen letzten Punkt sind wir gespannt: Die Frage, wie wir – neben allem Streben nach wirtschaftlichen Zielen – bei NWB dabei miteinander umgehen, führt uns auch auf eine kulturelle Werteebene, auf die wir uns besonders freuen.

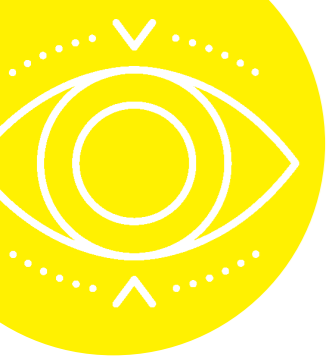
*Carsten Giesa,
Leitung Projekt- und Prozessmanagement*



NWB 2022 – Strategieprojekt

Am 15. und 16. November 2017 war offizieller Kick-off des Strategieprojekts NWB 2022, in dem das 12-köpfige Kernteam sich erstmalig gemeinsam an die Arbeit gemacht hat. Im ersten Workshop wurden die zuvor mit NWB Mitarbeitern geführten Einzelgespräche ausgewertet, um einen Überblick über unsere Stärken, Schwächen sowie Chancen und Herausforderungen zu erhalten. Zudem hat sich das Team der Fragestellung „Was ist die Daseinsberechtigung von NWB?“ gewidmet.

In einem zweiten Workshop am 14. und 15. Dezember 2017 hat das Team die Business Mission auf Grundlage des 1. Workshops erarbeitet und an der Konkretisierung eines Zukunftsbildes für NWB gearbeitet. Dabei war die Fragestellung „Wofür steht NWB in 5 Jahren?“ richtungsweisend. In diesem Zusammenhang wurden Dimensionen wie Markt, Kunde, Mitarbeiter, Zusammenarbeit und Organisation näher diskutiert.



AUSBlick

Nachhaltigkeit ist ein Weg, und wir wollen diesen Weg stetig weitergehen, auch in Zukunft. Dazu wollen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten bei NWB weiter systematisieren und strategisch verankern.

Kurz- bis mittelfristig wollen wir unter Berücksichtigung einer regelmäßigen Wesentlichkeitsanalyse weiterführende Maßnahmen umsetzen.

Jede Maßnahme ist für uns ein weiterer Schritt auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft:

**NWB – Gute Antwort.
Auch in Zukunft.**

„Heute nicht auf Kosten von Morgen, hier nicht auf Kosten von Anderswo und grundsätzlich nicht auf Kosten von Anderen.“

kurzfristig

- ▶ Finalisierung und Einführung des Einkaufs- und Lieferantenkodex
- ▶ Nachhaltigkeitsoptimierung im Einkauf
- ▶ Gesellschaftliches Engagement weiter ausbauen
- ▶ Nachhaltigkeits-Netzwerk durch die Mitgliedschaft im UN Global Compact weiter ausbauen

kurz- bis mittelfristig

- ▶ Definition von Maßnahmen zur Vereinfachung der Produkthandhabung und zur Erhöhung des Produktnutzens beim Kunden
- ▶ Definition und Festlegung erster relevanter Kennzahlen und Zielwerte in den Bereichen Personalstruktur und -entwicklung, Ressourcenverbrauch, Emissionen und Kundenzufriedenheit und -nutzen

mittelfristig

- ▶ Erarbeitung eines Konzepts zur Verankerung der definierten Kennzahlen im Controlling
- ▶ Erarbeitung eines Konzepts für einen strategischen Stakeholder-Dialog in Nachhaltigkeitsangelegenheiten und dessen Umsetzung
- ▶ Employer Branding Konzept weiterentwickeln und mit Nachhaltigkeitsthemen stärken

Impressum:

© NWB Verlag GmbH & Co. KG, 44629 Herne 2018
www.nwb.de

Alle Rechte vorbehalten.

Dieser Bericht und alle in ihm enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.
Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages unzulässig.

Bildquellenverzeichnis:

Titel: © Marcel Verheggen,
Icons: S. 5 - 11, 13 - 37, 51 - 55: © Happy Art – fotolia; S. 39 - 49, 59; © andrei45454 – fotolia,
S. 2, 3+4, 17, 21, 23+24, 25, 29, 42, 45, 47+48, 50, 54, 59+60, 62, 36: © Stefan Kuhn, S. 5+6: © oatawa – stock.adobe.com,
S. 9: © amenic181 – fotolia, S. 13+14: © zakokor – stock.adobe.com, S. 15: © Martin Schmüdderich,
S. 11+12, 20, 28, 32, 33, 38, 43, 53, 57, 58: © NWB, S. 26: © skvoor – stock.adobe.com, S. 31: © JiSign – fotolia,
S. 36: © UN Global Compact, S. 39+40: © kate – stock.adobe.com, S. 41: © V. R. Murralinath –
stock.adobe.com, S. 49: © treedom, S. 51+52: © Romolo Tavani – stock.adobe.com, S. 56: © Jennifer Picht

NWB Nachhaltigkeitsteam 2017:

v. l.: Oliver Kleis
Jana Limke
Robin Kalkowski
Manuela Krol
Carsten Schlumm
Beate Blechschmidt
Stephan Oluschinski
Bernd Köhler

nicht auf dem Foto:

Reiner Andreas
Nadine Brößkamp
Daniel Gregg
Corinna Ziegler

Sonstige Mitwirkende:

Kirsten Lipka (Layout)
Nina Vennhoff (Redaktion)
Nina Voß (Redaktion)

Hinweis zur Genderneutralität:

Bei sämtlichen in männlicher Form enthaltenen Pronomen und Bezeichnungen gilt die weibliche Form als miteingeschlossen.



KONTAKT

Sie haben Fragen?

Wenden Sie sich bitte an:

Nina Vennhoff
n.vennhoff@nwb.de
(Tel. 0 23 23 - 14 14 64)

oder

Nina Voß
n.voss@nwb.de
(Tel. 0 23 23 - 14 11 51).

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 des NWB Verlages wurde nach den Leitlinien und Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (GRI G4) verfasst. Er bezieht sich auf den Hauptstandort Herne.

