



# 2018

## NACHHALTIGKEITSBERICHT

NWB – Gute Antwort. Auch in Zukunft.



## VORWORT

4



## STRATEGIE

6

NWB Nachhaltigkeitsstrategie .....	8
Wesentlichkeitsanalyse .....	10
NWB Nachhaltigkeitsziele .....	12
NWB Wertschöpfungskette .....	14



## SOZIALES

16

<b>MITARBEITER</b> .....	18	Qualifizierung .....	27
Mitarbeiterzufriedenheit und -einbindung .....	19	Zahlen und Fakten .....	28
Arbeitnehmerrechte bei NWB .....	19	<b>KUNDEN</b> .....	30
Vereinbarkeit von Familie und Beruf .....	20	Kundenzufriedenheit und -bindung .....	30
Chancengerechtigkeit und Vielfalt .....	22	Kundenservice und -nutzen .....	33
Vergütung und Anreizsysteme .....	23	<b>GESELLSCHAFT</b> .....	34
Gesundheit und Arbeitsschutz .....	24	Gemeinwesen .....	36
Mobilität .....	25	Menschenrechte .....	38
Werte leben und Verantwortung teilen .....	26	Politische Einflussnahme & Compliance .....	40



## ÖKOLOGIE

42

Unsere zentrale Ressource .....	44
<b>RESSOURCEN</b> .....	46
Papier .....	46
<b>KLIMA</b> .....	48
Zahlen und Fakten .....	50



## ÖKONOMIE

52

Strategieprojekt „NWB 2022“ .....	55
Innovations- und Produktmanagement .....	58
Produktlebenszyklus bei NWB .....	59

## AUSBLICK

60

## IMPRESSUM

61



# VORWORT

## Liebe Freunde von NWB,

die aktuelle Diskussion um Nachhaltigkeit und die nachhaltige Ausrichtung von Unternehmen bestätigt unser schon seit Jahren verfolgtes Nachhaltigkeitsengagement, das wir seit 2013 in jährlich erstellten Nachhaltigkeitsberichten dokumentieren.

2018 haben wir den Schwerpunkt unserer Aktivitäten auf zwei Themen gerichtet:

- ▶ **Handlungsfeld Kunden im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit:** Wir möchten unseren Kunden ein transparentes und attraktives Angebotsmodell bieten können. Dafür haben wir 2018 umfangreiche Vorbereitungen getroffen, um mit dem neuen Angebotsmodell Anfang 2019 an den Start gehen zu können.

- ▶ **Handlungsfeld Mitarbeiter im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit und Handlungsfeld Unternehmenswert im Bereich der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit:** Mit unserem Kultur- und Strategieprojekt „NWB 2022“ haben wir allen Kolleginnen und Kollegen bei NWB die Möglichkeit eingeräumt, aktiv unsere Zukunft zu gestalten. Denn sowohl bei der Definition der Ausrichtung und des Rahmens als auch bei der Umsetzung in den einzelnen Maßnahmen haben wir bereichs- und hierarchieübergreifend allen die Möglichkeit eingeräumt selbst mitzuarbeiten. Denn wir sind überzeugt, dass wir nur mit vernetztem Arbeiten und Denken sowie der Berücksichtigung der Expertise des einzelnen langfristig erfolgreich sein werden. Wir möchten uns also weiterhin gemeinsam weiterentwickeln, und dies weiterhin 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





# STRATE



GIE

# STRATEGIE



# NACHHALTIGKEIT

## NWB Nachhaltigkeitsstrategie

Als Familienunternehmen agieren wir bei NWB stets im Sinne eines langfristigen und nachhaltigen Wachstums. In Zeiten der Digitalisierung ist es existenziell für uns als Fachverlag, ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell und eine ganzheitliche Unternehmensstrategie zu verfolgen, mit der wir uns für den Wandel der Verlagswelt wappnen.

Im Herbst 2017 haben wir uns deshalb einem Strategieprozess gestellt, indem wir mit einem interdisziplinären und hierarchieübergreifenden Team von NWB Mitarbeitern sowie externen Exper-

ten an unserem Zukunftsbild als Fachverlag, unseren strategischen Zielen und den dafür wesentlichen Handlungsfeldern gearbeitet haben (siehe „Strategieprojekt ‚NWB 2022‘“). Unter dem Projektnamen „NWB 2022“ wurden dabei strategisch die für NWB wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte mit betrachtet. Die Zielsetzung ist es, mittelfristig die bisherige Nachhaltigkeitsstrategie in die Unternehmensstrategie NWB 2022 zu integrieren. Das seit 2014 mehrköpfige interdisziplinäre und abteilungsübergreifende Nachhaltigkeitsteam wird diesen Prozess weiterhin operativ unterstützen.



Die bisherige NWB Nachhaltigkeitsstrategie wurde durch unser NWB Nachhaltigkeitsteam mithilfe des Tools „N-Kompass“ entwickelt (siehe: „Wesentlichkeitsanalyse“). Dazu wurden alle Verlagsbereiche und nachhaltigkeitsrelevanten Themen in ihrer Tiefe analysiert und bewertet, um anschließend eine Priorisierung auf die folgenden wesentlichen Themen vorzunehmen:

- ▶ Kunden
- ▶ Gesellschaft
- ▶ Klima
- ▶ Mitarbeiter
- ▶ Ressourcen

Diese Handlungsfelder sollen kontinuierlich in die priorisierten Handlungsfelder aus dem Strategieprozess NWB 2022 integriert werden.

Da wir in Sachen Nachhaltigkeit alle Mitarbei-

ter mit an Bord holen und sensibilisieren wollen, wird die gesamte NWB Belegschaft regelmäßig über laufende und geplante Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert.

Seit 2013 veröffentlichen wir jedes Jahr einen Nachhaltigkeitsbericht, der entlang der DNK-Kriterien verfasst wird. Mit der regelmäßigen

Veröffentlichung informieren wir unsere externen als auch internen Stakeholder transparent über unsere Fortschritte. Zudem nutzen wir den DNK, um unsere strategischen Aktivitäten konsistent zu den Anforderungen des Kodex weiterzuentwickeln.

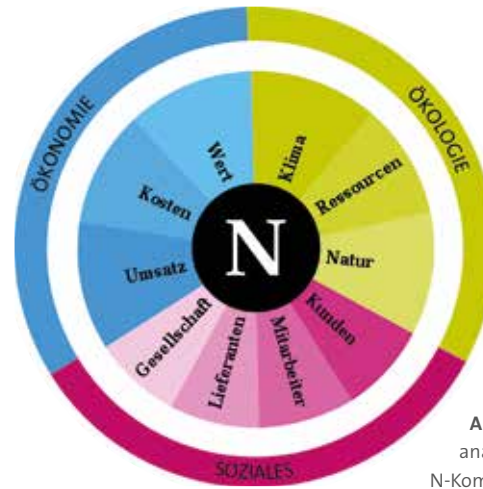




## Wesentlichkeitsanalyse

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu ermitteln und zu priorisieren, nutzen wir die N-Kompass-Methode, die komplementär zu den nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) definierten Kriterien ist und die darüber hinausgehende Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. Im Rahmen der detaillierten Analyse haben wir die Wesentlichkeit als auch unsere bisherige Leistung entlang der zehn N-Kompass-Handlungsfelder bewertet. Als wesentliche Handlungsfelder für 2018 (unabhängig unserer bisherigen Leistung) wurden die folgenden fünf Handlungsfelder definiert:

- ▶ Kunden
- ▶ Klima
- ▶ Mitarbeiter
- ▶ Gesellschaft
- ▶ Ressourcen (v. a. Papier)



**Abbildung:** Ergebnis der Unternehmensanalyse 2016 für den NWB Verlag mithilfe der N-Kompass-Methode

Übersicht der Handlungsfelder mit Details	Bewertung der Wesentlichkeit für Ihr Unternehmen (von 0 - 10)	Bewertung Ihrer persönlichen Leistungseinschätzung
Klima	3,1	★★★★
Ressourcen	2,7	★★★★
Natur	1,4	★★★★
Kunden	4,2	★★★★
Mitarbeiter	2,9	★★★★
Lieferanten	0,9	★★★★
Gesellschaft	2,9	★★★★
Umsatz	1,6	★★★★
Kosten	1,0	★★★★
Wert	2,0	★★★★

Als Fachverlag mit einer physischen Buch- und Zeitschriftenproduktion ist Papier eine zentrale Ressource. Mit ihr ist uns bewusst, dass auch wir einen Einfluss auf die Rodung von Wäldern haben und positionieren dieses wesentliche Thema entsprechend prominent in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Das gleiche gilt für die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei unserer Geschäftstätigkeit (z. B. Druck, Versand, zunehmende IT-Infrastruktur) und durch die Mitarbeitermobilität entstehen.

Neben der ressourcenschonenden und klimaneutralen Buch- und Zeitschriftenproduktion, haben wir als Mediendienstleister zudem ein Interesse daran, dass unsere Mitarbeiter und Kunden zufrieden sind. Das bedeutet, dass auf der einen Seite für die Kunden die Produkte einen klaren Nutzwert haben müssen und auf der anderen Seite, dass unsere Mitarbeiter gesund und zufrieden sind. Dazu bedarf es eines kundenorientierten und an relevanten Nachhaltigkeitskriterien orientierten Produktentwicklungsprozesses sowie einer fairen Arbeitsplatzgestaltung für unsere Mitarbeiter, damit sie Berufs- und Privatleben miteinander vereinen können. Dies stärkt unsere Arbeitgeberattraktivität, mit der wir dem Fachkräftemangel begegnen. Da der NWB Verlag zudem seit Gründung stark regional im Ruhrgebiet verwurzelt ist, zählt ein reges gesellschaftliches Engagement zu einem integralen Verständnis unserer unternehmerischen Verantwortung.





## NWB Nachhaltigkeitsziele

Nachdem im Jahr 2016 die wesentlichen Handlungsfelder für unsere Strategie mithilfe des Nachhaltigkeitstools „N-Kompass“ ermittelt und priorisiert wurden, arbeiten wir kontinuierlich an unseren Nachhaltigkeitszielen:

### KURZ- BIS MITTELFRISTIG (BIS 2021):

- ▶ Ressourcen- und Energieverbrauch reduzieren und Recyclingfähigkeit v. a. von Papier erhöhen (Handlungsfeld: Ressourcen)
- ▶ CO<sub>2</sub>-Emissionen senken und Klimaneutralität fortführen (Handlungsfeld: Klima)
- ▶ Lieferkette und Einkauf nachhaltig optimieren (Handlungsfeld: Lieferanten)
- ▶ Mitarbeiterzufriedenheit, Chancengleichheit und Vielfalt steigern sowie faire Arbeitsplatzgestaltung und Vergütung fördern (Handlungsfeld: Mitarbeiter)
- ▶ Neuen Bereich „Menschen & Kultur“ fest verankern (Handlungsfeld: Mitarbeiter)
- ▶ Neues NWB Angebotsmodell einführen (Handlungsfeld: Kunden)
- ▶ Anzahl geleisteter Stunden und monetäre Aufwände in sozialen Projekten steigern (Handlungsfeld: Gesellschaft)

### MITTELFRISTIG (BIS 2022):

- ▶ Nutzen und Einfachheit unserer Produkte für Kunden erhöhen (Handlungsfeld: Kunde)
- ▶ Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement ausbauen und eine strategische Verankerung in der Unternehmensstrategie NWB 2022 gewährleisten (Handlungsfeld: N-Management)
- ▶ Employer-Branding-Konzept weiterentwickeln und mit Nachhaltigkeitsthemen stärken (Handlungsfeld: Kommunikation)

Kurzfristig werden wir für die o. g. strategischen Ziele quantitative Zielwerte und Kennzahlen definieren, die dann in das Verlagscontrolling überführt werden. Die Steuerung der Datenerhebung sowie die Prüfung der Datenqualität und -konsistenz soll mittelfristig in enger Zusammenarbeit mit dem Verlagscontrolling gewährleistet werden, damit diese künftig in die regelmäßigen Berichte für unsere externen und internen Stakeholder einfließen.

Priorisiert werden unsere strategischen Ziele nach ihrer Wesentlichkeit in Bezug auf Nachhaltigkeit für die Geschäftstätigkeit von NWB im Verhältnis zum bereits erreichten Leistungsstand. Das bedeutet, dass die Ziele priorisiert werden, die auf ein wesentliches Handlungsfeld des Verlages einzahlen und wo zugleich hoher Handlungsbedarf besteht. In einigen Fällen werden Maßnahmen, die als sogenannte „Quick-wins für mehr Nachhaltigkeit“ wirken, priorisiert, so dass schnelle Erfolge umgesetzt werden können. In diesen Prozess fließen regelmäßig Feedbacks aus Mitarbeiter- und Kundenbefragungen ein. Perspektivisch wollen wir bei NWB zudem externe Stakeholder (Kunden, Partner und die Öffentlichkeit) stärker in den Prozess der Wesentlichkeitsanalyse einbinden.



### Globale Ziele, auf die NWB einzahlt

2017 haben wir erstmals unser Nachhaltigkeitsprogramm initial mit den Sustainable Development Goals (SDGs) der UN verprobt. Dabei haben wir erarbeitet, dass NWB auf die folgenden drei Ziele hinwirkt:

- ▶ SDG-Ziel 8: „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 einen 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.

Ein systematisches Mapping auf die SDGs und ihre Unterziele hin ist bisher noch nicht erfolgt.



## NWB 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 Servicebereiche z. B. Kundenservice, IT, Marketing.

Der Großteil unserer Wertschöpfung findet verlagsintern statt. Der Druck sowie der Versand unserer Publikationen und die Daten-

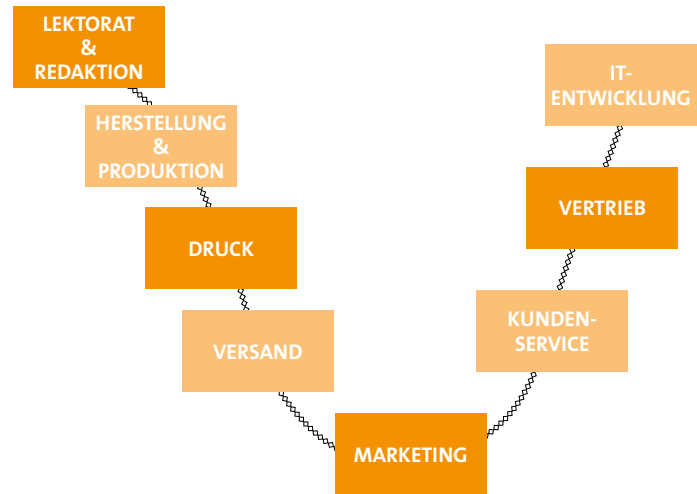
erfassung für unsere medienneutralen Beiträge werden extern an Dienstleister delegiert. Rund 95 % der NWB-Lieferanten sind Unternehmen aus Deutschland, von denen lokale Dienstleister, insbesondere Handwerksunternehmen, den bedeutendsten Teil der Lieferkette ausmachen. Die anderen 5 % haben ihren Sitz in Indien und Italien. Mit einem Großteil unserer Auftragnehmer pflegen wir Rahmenverträge, die die Basis für eine beiderseitig verlässliche und verbindliche Zusammenarbeit bilden.

## Herausforderungen entlang der Wertschöpfung

**LEKTORAT UND REDAKTION:** Unsere rund 800 NWB Autoren sind ein existenzieller Bestandteil unserer Wertschöpfungskette. In der Zusammenarbeit mit diesen achten wir daher auf faire Verträge und eine effiziente sowie kooperative Zusammenarbeit. Das Lektorat und die Redaktion werden durch unsere Verlagsmitarbeiter geleistet. Die besondere Herausforderung hier ist die Mitarbeiterbindung, da sowohl Lektorat als auch Redaktion durch hoch qualifizierte Mitarbeiter zu gewährleisten ist. Hier muss NWB vor allem im „war for talents“ als Arbeitgeber attraktiv genug sein, um entsprechende Fachkräfte an sich zu binden.

**HERSTELLUNG UND PRODUKTION:** Bei der Herstellung und Produktion gilt zum einen dieselbe Herausforderung wie bei „Lektorat und Redaktion“ und zum anderen kommt noch die medienneutrale Erfassung von Beiträgen in Indien hinzu, wo vor allem die Einhaltung von sozialen Standards beim Dienstleister zentral ist. Wenn man bei der Produktion bedenkt, dass eine große Datenmenge verarbeitet wird, können ökologische Aspekte wie CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie der Energieverbrauch durch die Server ebenso ins Gewicht fallen.

**DRUCK:** Beim Druck der Bücher und Zeitschriften sind die zentralen Herausforderungen vor allem ökologischer Natur, da soziale Standards durch die Dienstleisterstruktur (vorwiegend DE und EU) und unseren „Allgemeinem Einkaufsbedingungen“ mit entsprechendem Passus zur „Unternehmensverantwortung“ gewährleistet werden. Bedeutend sind vor allem die Papiernutzung (v. a. Recyclingpapier) und der damit einhergehende Energie- sowie Wasserverbrauch sowie die mögliche Umweltbelastung durch Druckfarben.



**VERSAND:** Bei diesem Teil der Wertschöpfung sind die CO<sub>2</sub>-Emissionen die zentrale Herausforderung, der wir mit einem CO<sub>2</sub>-neutralen Versand an den Kunden begegnen. Zudem sind einige Logistiker für ihre unterdurchschnittlichen sozialen Standards in Verruf geraten, weswegen wir auch hier einen Lieferantenkodex mit entsprechendem Passus zur „Unternehmensverantwortung“ einsetzen.

**UNTERSTÜTZUNGSFUNKTIONEN (MARKETING, VERTRIEB, KUNDEN-SERVICE, IT):** Hier gelten dieselben Herausforderungen wie in „Herstellung und Produktion“.







AIRES

**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, Richtigtuher, Freiräumer und Durchblicker zu sein. Die Kreativität, Kompetenz und geballte Erfahrung unserer Mitarbeiter sind 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. Es liegt in erster Linie in der Verantwortung unserer Mitarbeiter, mutige Entscheidungen zu treffen und diese konsequent umzusetzen. In der Zusammenarbeit orientie-

Bei NWB legen wir zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen Wert auf eine transparente Kommunikation mit unseren zentralen Stakeholdern. Dazu veröffentlichen wir seit 2013 jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht und sind Teil von diversen Ausschüssen und Nachhaltigkeitsinitiativen (z. B. B.A.U.M. e.V., UN Global Compact etc.).

Im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse, die unser interdisziplinäres und abteilungsübergreifendes Nachhaltigkeitsteam gemeinsam mit der Geschäftsführung durchgeführt hat, haben wir vor allem unsere Mitarbeiter und Kunden als zentrale Stakeholder identifiziert. Über Mitarbeiter- und Kundenbefragungen erfragen wir in regelmäßigen Abständen ihr Meinungsbild – auch zu Nachhaltigkeitsaspekten. Zudem beschäftigen wir uns in den Handlungsfeldern „Mitarbeiter“ und „Kunden“ unserer Strategie mit diesen beiden Stakeholdergruppen.

Perspektivisch wollen wir eine dezidierte Stakeholderanalyse durchführen und weitere zentrale Stakeholder (intern/extern) systematisch in unseren Analyseprozess einbinden.

ren sich unsere Mitarbeiter an den im Unternehmen etablierten „Grundsätzen des Miteinanders“. Diese Grundsätze geben Orientierung und beschreiben die Werte und das Verhalten, die wir bei NWB leben wollen.

Ein konkretes Beispiel für selbstorganisiertes und eigenverantwortliches Arbeiten ist der Bereich „Menschen & Kultur“. Dieser ist 2018 aus der Personalabteilung und der Unternehmenskommunikation entstanden und fokussiert sich auf die Arbeitnehmerbelange und die Entwicklung eines jeden Einzelnen bei NWB. Als Pilot für selbstorganisiertes Arbeiten sammelt das Team erste Erfahrungen mit agilen Arbeitsweisen außerhalb der IT.

## Mitarbeiterzufriedenheit und -einbindung

Die Zufriedenheit unserer rund 285 Mitarbeiter ist uns ein zentrales Anliegen. Um regelmäßig Feedback von unseren Mitarbeitern zu erhalten, führen wir u. a. regelmäßige Mitarbeiterbefragungen und -gespräche durch. In diesen holen wir uns proaktiv Rückmeldungen über die Zufriedenheit mit dem eigenen Arbeitsplatz, der Führung und der Unternehmenskultur bei NWB ein. 2018 wurden die Mitarbeiter aktiv zu den wesentlichen Handlungsfeldern der Nachhaltigkeitsstrategie befragt, um ihre Meinung einzubringen. Weitere interaktive Formate – u. a. zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen – wie die NWB Cafés, NWB Dialoge, NWB Strategie- und Teamrunden, als auch das verlagseigene Intranet sowie der jährliche Nachhaltigkeitsbericht informieren über Fortschritte in Sachen unternehmerischer Nachhaltigkeit bei NWB.

Seit 2014 gibt es zudem einen Personalbeirat, der mit Mitarbeitern verschiedener Abteilungen besetzt ist. Er beschäftigt sich mit personalentwicklungsrelevanten Themen und liefert Impulse sowie Maßnahmenvorschläge für den Verlag – auch zu Nachhaltigkeitsaspekten, die mit der Geschäftsführung diskutiert werden. In einem rotierenden System wird das Gremium alle zwei Jahre neu besetzt. Die NWB Geschäftsführung gibt dem Beirat bewusst Freiraum, damit er unabhängig und eigenverantwortlich tagen kann, sich jedoch regelmäßig mit der Geschäftsführung austauscht.



## Arbeitnehmerrechte bei NWB

Die Grundlage des Wirkens bei NWB ist die Einhaltung von nationalen Standards und Gesetzgebungen in Bezug auf Arbeitnehmerrechte und -schutz sowie Gesundheitsschutz. Die Basis aller Arbeitsverhältnisse zwischen NWB und seinen Mitarbeitern bildet das deutsche Arbeitsrecht und die Bindung an den Branchentarifvertrag. Als Mitglied des UN Global Compact verpflichtet sich NWB zudem zu den strengen Prinzipien rund um „Menschenrechte und Arbeitsnormen“ und engagiert sich so über gesetzliche Bestimmungen hinaus.

NWB achtet seit jeher auf die bedingungslose Einhaltung jeglicher Arbeitnehmerrechte und wird dies auch in Zukunft tun. Wir sind uns bewusst, dass die NWB Mitarbeiter maßgeblich zum Unternehmenserfolg beitragen. Eine Missachtung von Arbeitnehmerrechten wäre nicht nur geschäftsschädigend, sondern auch schlecht für die Arbeitgeberattraktivität von NWB, mit der wir engagierte und qualifizierte Mitarbeiter gewinnen und binden.



# WORK-LIFE-BALANCE

## Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit wollen wir bei NWB aktiv fördern. Berufstätigkeit, Führungsverantwortung und ein familienverträgliches Arbeitszeitmodell sollen keinen Widerspruch darstellen. Seit einigen Jahren bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, durch Vertrauensarbeitszeit und mobiles

Arbeiten ihre Tätigkeit flexibel zu gestalten. Vor dem Hintergrund, dass Standardlösungen nicht immer ausreichend auf die individuellen Anforderungen unserer Mitarbeiter eingehen können, bemühen wir uns, durch eine entsprechende Flexibilität Einzelfälle abbilden zu können. Zusätzlich unterstützen wir Mitarbeiter mit Kindern durch ein „Kindergeld“ auch monetär.



Hier einige Maßnahmen im Überblick zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf:

- ▶ **NWB SOMMERFERIEN-CAMP 2018:** Kinder-Feriencamp mit Betreuung und Verpflegung für NWB-Kinder zwischen sechs und 13 Jahren im benachbarten Circus Schnick-Schnack. Unter Anleitung von Trainern und Pädagogen konnten die Kinder die verschiedenen Elemente der Zirkuswelt kennenlernen und zum Abschluss eine Aufführung für die eigenen Eltern auf die Beine stellen.
- ▶ **NWB KINDERNIKOLAUSFEIER:** Die jährliche Kindernikolausfeier hat bei NWB Tradition. Eingeladen werden alle NWB-Kinder bis zwölf Jahre, die mit ihren Eltern einen ereignisreichen Nachmittag in der Adventszeit erleben. Bei Kakao und Kuchen werden gemein-

sam Weihnachtslieder gesungen und ein Kasperle-Theater aufgeführt. Höhepunkt des Nachmittags ist der Besuch des Nikolauses.

- ▶ **NWB FAMILIEN-SOMMERFEST:** 2018 haben wir eine NWB Familien-Beachparty gefeiert, um mit allen Kolleginnen und Kollegen sowie deren Familien gemeinsam einen gelungenen Sommertag mit Strand-Feeling, guter Laune, leckerem Essen und Trinken, toller Musik und glücklichen Kindern zu erleben.





## 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 seiner individuellen Kompetenzen und Stärken Anerkennung und Förderung bei uns finden.

Wir sehen Vielfalt als eine große Stärke, die es weiter auszubauen gilt. Auch das Thema, Frauen in Führungspositionen zu bringen, ist uns vor diesem Hintergrund ein wichtiges Anliegen: Die NWB Belegschaft ist zu zwei Drittel weiblich, was sich jedoch noch nicht in der bisherigen Führungsstruktur widerspiegelt. Dies soll mittelfristig durch eine strategische Personalentwicklung verändert 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 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 erfahren.

## Vergütung und Anreizsysteme

NWB entlohnt seine Verlagsmitarbeiter nach Tarifvertrag. Durch die Tarifbindung gewährleisten wir eine faire und für alle nachvollziehbare Vergütung. Eine 36-Stunden-Woche im Modell der Gleitzeit (unter Berücksichtigung einer Mindestpräsenzzeit von drei Stunden am Tag) stärkt zudem unseren Anspruch der Vereinbarung von Familie und Beruf. Zudem haben wir einen Sozialkatalog etabliert, der weitere Leistungen wie Zuschüsse zu gesundheitlichen Kosten zusichert, z. B. für Vorsorgeimpfungen oder den Kauf von Sehhilfen.

Nachhaltigkeitsbezogene Anreizsysteme, die in die Zielvereinbarung und Vergütungen unserer Mitarbeiter – Fach- und Führungskräfte eingeschlossen – Geltung finden, gibt es derzeit nicht. Mitarbeiter, deren Aufgaben maßgeblich in den Bereich Nachhal-

tigkeit fallen, erhalten in Abstimmung mit ihrer Führungskraft fachlich bezogene und somit z. T. nachhaltigkeitsrelevante Ziele. Im Zuge der Strategieumsetzung „NWB 2022“ ist geplant, dass 2019 das Konzept für Zielvereinbarungen bei NWB überarbeitet wird, um ein kollektives und individuelles Anreizsystem zu etablieren. Im Zuge dessen sollen auch Nachhaltigkeitsaspekte integriert werden.

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 eigenständig. Beispiele für beliebte Team-Events aus dem Jahr 2018 sind: Bauern-Olympiade, Geocaching, Zoobesuch und kulinarische Stadtführung.





## Gesundheit und Arbeitsschutz

In Angelegenheiten der Arbeitssicherheit und des betrieblichen Gesundheitsschutzes halten wir uns bei NWB 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 und gegenüber der Personalabteilung mit einem Zertifikat nachweisen. Zur Sicherstellung aller rechtlich und darüber hinaus notwendigen Anforderungen wurden gezielt Mitarbeiter zur Sicherung des Arbeitsschutzes berufen sowie aus- und weitergebildet. So haben wir mehrere Sicherheitsbeauftragte, Ersthelfer und Brandschutzbeauftragte, die für einen sicheren Arbeitsplatz bei NWB sorgen.

Als Fachverlag mit einem hohen Anteil an Büroarbeiten orientieren wir uns an dem Motto „Sitzen ist und bleibt die schlechtes-

te Haltung für den menschlichen Körper“ (Herbert Junghanns). Um dem entgegenzuwirken, unterstützen wir z. B. verschiedene sportliche Aktivitäten. Im Bereich des betrieblichen Gesundheitsschutzes bieten wir unseren Mitarbeitern zudem u. a. eine jährliche Grippevorsorgeimpfung sowie Beihilfen beim Zahnersatz und Arbeitsplatzbrillen. 2018 haben wir darüber hinaus für einen Großteil der Mitarbeiter höhenverstellbare Tische angeschafft, um einen ergonomisch gesunden Arbeitsplatz zu gewährleisten. Ein weiteres neues Angebot seit Dezember 2018: Alle Mitarbeiter haben zweimal monatlich die Gelegenheit, eine Nackenmassage in den Räumen des Verlages zu buchen.

Da auch eine ausgewogene Ernährung ein zentraler 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 täglich Wasser, Tee sowie Kaffee in der verlagseigenen Kaffeeküche kostenfrei zur Verfügung.





## Mobilität durch Fahrräder und E-Bikes

Wer mit dem Fahrrad zur Arbeit fährt, tut nicht nur etwas Gutes für seine Gesundheit, sondern auch für die Umwelt. Bei NWB besteht für alle Kolleginnen und Kollegen die Möglichkeit, über das Unternehmen Fahrräder und E-Bikes zu leasen. Die E-Bikes können während der Arbeitszeit an den Fahrradständern vor dem Verlag ganz bequem aufgeladen werden. Durch die Bruttoumwandlung der Leasing-Kosten erhalten die Kollegen und Kolleginnen viele Vorteile.

Seit einigen Jahren gibt es bei NWB die Fahrrad-Aktion „Zur Arbeit mit dem Rad – fit für den Tag!“ NWB Mitarbeiter, die mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen, können dabei ihre täglich gefahrenen Kilometer erfassen. 2018 sind dadurch 6.763 km zusammen gekommen und es wurden **ca. 1.400 kg CO<sub>2</sub>** eingespart.



## WERTE LEBEN UND VERANTWORTUNG TEILEN

Mit dem Strategieprozess „NWB 2022“ ist es uns gelungen, einen strategischen Rahmen zu setzen. Über die Definition einer Mission und Vision haben wir ein Zukunftsbild gezeichnet, das die Möglichkeit gibt, sich selbst, seine Rolle und seinen Beitrag zum Unternehmenserfolg bei NWB zu erkennen. Über das ausformulierte Zukunftsbild definieren wir die Werte, die uns wichtig sind. Zudem teilen wir in dem hierarchie unabhängigen partizipativen Feedback-Prozess zur Strategie „NWB 2022“ proaktiv Verantwortung. Dies hat vieles in Bewegung gebracht und wird auch in den nächsten Jahren noch viel bewegen. So ist zum Beispiel der neue Bereich „Menschen & Kultur“ – bestehend aus den Abteilungen Personal und Unternehmenskommunikation – entstanden, der als Vorausgeher und Befähiger NWB bei der Erreichung der strategischen Ziele untertützen soll. Dazu gliedern wir unsere Kernaufgaben zukünftig in fünf Felder: „Planen, Gewinnen, Binden, Entwickeln und Loslassen“. Wir gestalten einen Rahmen, in dem Menschen entsprechend ihrer Lebenssituation gut und gerne zusammenarbeiten und so ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten wollen.

Sandra Senftleben, Menschen & Kultur



## Qualifizierung

Die Leistungen und das Know-how unserer Mitarbeiter bilden die Basis dafür, dass wir uns als Verlag seit nunmehr rund 70 Jahren erfolgreich in der Branche und als führendes Unternehmen im Fachinformationsmarkt für Steuerberater behaupten. Um dies auch in Zukunft gewährleisten zu können, ist es unabdingbar, dass wir unsere Mitarbeiter gezielt aus- und weiterbilden. Ohne die strategische Gewährleistung der Beschäftigungsfähigkeit und Sicherung der Fachkompetenzen unserer Mitarbeiter würde NWB ein großes unternehmerisches Risiko eingehen. Schließlich sind es neben den Fachautoren unsere Mitarbeiter, die die Zukunftsfähigkeit des Verlages sichern. Zudem ist es essentiell, qualifizierte Nachwuchskräfte für uns zu gewinnen und diese auf die Fähigkeiten der Zukunft (z. B. digitale Kompetenz und agiles Arbeiten) vorzubereiten.

Daher bieten wir verschiedene interne und externe zielgerichtete Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten zur Förderung eines jeden Einzelnen an:

### ► INDIVIDUELLE FORTBILDUNGEN:

In den Jahres- und Halbjahresgesprächen zwischen Mitarbeitern und ihren Füh-

**2.295  
Stunden**  
für Aus- und  
Weiterbildung

rungskräften zu ihrer Leistung, zur Zusammenarbeit und zu Fähigkeiten und Kompetenzen werden notwendige Entwicklungsmaßnahmen gemeinsam geplant

### ► EXTERNE FORTBILDUNGSANGEBOTE:

individuelle Fortbildungen, Schulungen und Coachings (z. B. X.Mentoring), kollegiale Beratung in „Leitungswerkstätten“, Online-Videostrainings (z. B. Pink University)

### ► NWB WISSENSTRANSFER:

NWB Mitarbeiter teilen funktionsunabhängig ihr Expertenwissen mit anderen NWB Mitarbeitern

### ► AUSBILDUNG:

Ausbildung in den Berufsbildern „Medienkaufleute“ und „Fachinformatiker“, um qualifizierte Nachwuchskräfte zu gewinnen und zu binden (Übernahmequote im Jahr 2018: 100 %)

Insgesamt wurden bei NWB 2018 für die Gesamtbelegschaft 2.295 Stunden für die Aus- und Weiterbildung aufgewendet, was auf den Einzelmitarbeiter umgerechnet im Durchschnitt acht Stunden im Jahr bedeuten.

Anna Savas und Birgit Reupert



## Ausgezeichnete Azubis

Unsere Auszubildenden gehörten auch 2018 wieder zu den Besten. Ausgezeichnet wurden sie bei der Landesbestenehrung NRW sowie bei der Bundesbestenehrung in Berlin.

Unsere ehemalige Auszubildende Anna Savas war dabei so gut, dass sie ganze drei Mal ausgezeichnet wurde: bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet und bei der IHK auf Landes- sowie auf Bundesebene.



# ZAHLEN UND FAKTEN

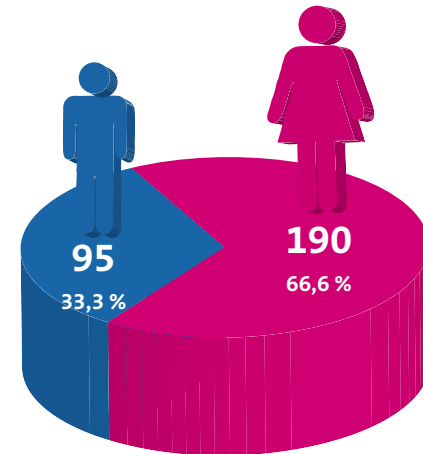
<b>(Soll-)Arbeitsstunden/Jahr</b>	
weibliche Mitarbeiter	284.269 Sollarbeitsstunden (63,22 %)
männliche Mitarbeiter	165.416 Sollarbeitsstunden (36,78 %)
<b>gesamt</b>	<b>449.685 Sollarbeitsstunden</b>

<b>Krankheitsausfälle (in Tagen)</b>	
weibliche Mitarbeiter	2.124 Tage (62,00 %)
männliche Mitarbeiter	1.302 Tage (38,00 %)
<b>gesamt</b>	<b>3.426 krankheitsbedingte Fehltag*</b>

\* 1 meldepflichtiger Unfall → 13 Ausfalltage

<b>Elternzeit</b>	
weibliche Mitarbeiter	5
männliche Mitarbeiter	5
<b>gesamt</b>	<b>10</b>

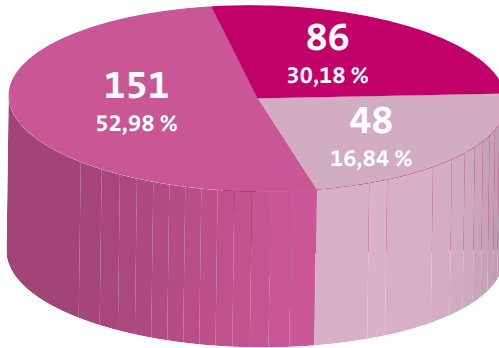
Rückkehrer: 11 Mitarbeiter (5 weiblich, 6 männlich)



**285**

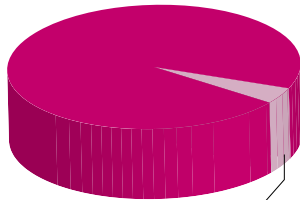
**Gesamtbelegschaft  
des NWB Verlages**

**Gesamtbelegschaft  
nach Alter**



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

**Mitarbeiteranzahl  
mit einer Behinderung**



**13**  
**4,56 %\***  
\* davon fachliche Leitung:  
1 Mitarbeiter

**Mitarbeiterentwicklung 2018**

Eintritte	22
Austritte	24

im Vergleich zu 2017: 4 Eintritte und 5 Austritte weniger

**Aus- und Weiterbildung (Stunden/Jahr)**

190 weibliche Mitarbeiter	1.543 Stunden/Jahr (67,23 %)
95 männliche Mitarbeiter	752 Stunden/Jahr (32,77 %)
<b>gesamt (285 Mitarbeiter)</b>	<b>2.295 Stunden/Jahr</b>

Mit rund 8 Stunden pro Mitarbeiter liegt der Wert leicht unter Vorjahresniveau.

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

2018	864,88 €/Mitarbeiter
2017	573,23 €/Mitarbeiter

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Ausgaben um knapp 34 % höher.



# KUNDEN

Bei NWB steht – neben unseren Mitarbeitern – der Kunde im Mittelpunkt. Wir versorgen ihn mit gesicherten Fachinformationen, die ihn zuverlässig bei der Arbeit unterstützen und ihm einen maximalen Mehrwert bringen. Nur wer seine Kunden versteht, kann die Qualität und die Handhabung seiner Produkte optimieren und

so langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein. Anregungen der Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Ausbilder werden bei NWB daher dankend aufgenommen, um mit unseren Kunden zusammen neue Ideen zu entwickeln, die auf zukünftige Herausforderungen vorbereiten.

## Kundenzufriedenheit und -bindung

Die Produktqualität, der Produktnutzen 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“).

Um die 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 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. Von 2017 auf 2018 hat sich der NPS für ausgewählte Produkte (Shop, Akademie, Datenbank) nur geringfügig verändert. Daher werden wir hier weitere Maßnahmen ergreifen, die in 2019 umgesetzt werden, wie z. B. die Überarbeitung des Angebotsmodells.

	2016	2017	2018
<b>NPS zum NWB Shop</b>	62,1 %	59,9 %	57,4 %
<b>NPS zur NWB Akademie</b>	51,6 %	51,3 %	50,4 %
<b>NPS zur NWB Datenbank</b>	16 %	7 %	8 %



*Im täglichen Kontakt mit unseren Kunden sind Glaubwürdigkeit und Vertrauen die Basis für eine nachhaltige Zusammenarbeit. Viele unserer Großkunden begleiten wir seit mehr als zehn Jahren. Bei den sich ändernden Anforderungen des Marktes helfen wir unseren Kunden im Individualgeschäft, die strategisch richtigen Entscheidungen zu treffen. Unser Blick auf den Markt macht uns hierbei zum partnerschaftlichen Berater, der hilft, den Blick auf die relevanten Trends zu fokussieren. Verlässliche Informationsbeschaffung und didaktisch aufbereitete Wissensvermittlung sind die entscheidenden Bausteine für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Mit dem innovativen Kiehl Content Cube stellen wir unseren Kunden granulare Wissensbausteine zur Verfügung, die so flexibel sind, dass sie sich perfekt an den Bedürfnissen unserer Kunden orientieren.*

Frank Hüsgen, Key Account Manager





*„ Als Mitarbeiterin am Empfang verstehe ich es als meine Aufgabe, dass Kunden und Partner sich bei NWB willkommen fühlen und einen positiven ersten Eindruck von uns als Unternehmen bekommen.*

*Dadurch, dass wir regelmäßig darüber informiert werden, was wir bei NWB im Bereich Nachhaltigkeit machen, freue ich mich, wenn ich Gästen darüber berichten kann. Es ist vielen Kunden und Partnern ein immer höheres Anliegen, dass wir als Verlag unsere unternehmerische Verantwortung wahrnehmen und für sie transparent machen.*

Verena Rittinghaus, Empfang







## Kundenservice und -nutzen

Unser NWB 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 Lösungen, sorgen für eine reibungslose Abwicklung der Bestellung und klären nutzerorientiert jegliche Anliegen. Sie sorgen für positive Kundenerlebnisse an allen Touchpoints entlang der Customer Journey und dafür, dass das Feedback in Neuerungen einfließt.

Unter Kundenservice verstehen wir daher zum einen eine organisatorische Unternehmenseinheit und zum anderen die Leistung dieser Abteilung für unsere Kunden. Der NWB Kundenservice gliedert sich

in vier Bereiche entlang der Touchpoints, über die Kunden mit uns in Kontakt treten können:

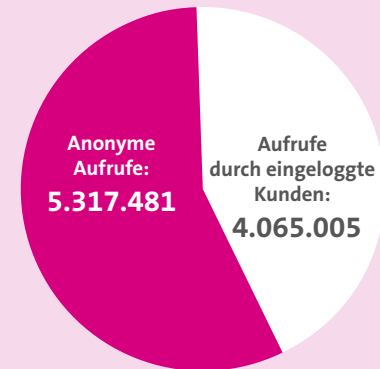
- ▶ Kundendialog/Adressteam/Empfang (Erstkontakt)
- ▶ Kundenservice Direktkunden und Buchhandel (Konkrete Kundenanfragen)
- ▶ externer Versand (Aussendung der Waren)
- ▶ Vertriebservice und Projektmanagement (Auflagenplanung, Preismodelle)

An den verschiedenen Touchpoints im Kundenservice planen wir mittelfristig, unsere Kunden über Kundenbefragungen und weitere Dialogformate tiefergehender zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen zu befragen.

# ZAHLEN UND FAKTEN

Aufrufe der NWB Datenbank gesamt:

## 9.382.486



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



# 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 befindet sich damit in bester Gesellschaft.

Trotz der vielen Standortvorteile ist das Ruhrgebiet immer noch eine zum Teil strukturschwache Region, in der der Anteil der sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen steigt und die Ungleichheit der Lebenschancen wächst. Als Wirtschaftsakteur

mit Sitz in Herne 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 2018





## Gemeinwesen

Bei NWB besteht das gesellschaftliche Engagement nicht allein aus einer umfangreichen Spendenpolitik. Wir unterstützen unterschiedliche soziale Projekte in der Region Herne, die die Bildungsförderung und die Verbesserung der Lebensqualität für benachteiligte Kinder in den Mittelpunkt stellen. So unterstützt NWB jedes Jahr und schwerpunktmäßig die Zeltwoche des Circus Schnick-Schnack (zirkuspädagogische Angebote für Kinder und Jugendliche der Region). In Kooperation mit Schulen, dem Kinderschutzbund und einzelnen anderen Initiativen, die sich in Herne um sozial benachteiligte Kinder kümmern, lädt der Circus rund 350 Kinder zum NWB Kinderfest inklusive Circus-Generalprobe ein. Zudem unterstützen NWB Mitarbeiter während der gesamten Circus-Zeltwoche ehrenamtlich das Projekt. Pro geleistete 100 Ehrenamtsstunden spendet NWB 1.000 € an das Circus-Projekt. Im Jahr 2018 konnten wir durch das rege Engagement unserer Mitarbeiter so eine Spende in Höhe von 1.600 € zusammenbringen.

nwb **Mittendrin  
statt nur dabei!**

## WEITERE MAßNAHMEN

### FÜR GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT SIND:

- ▶ Unterstützung der Aktion „Deckel gegen Polio“, um Kindern eine Impfung gegen Polio zu ermöglichen (2018: 102 Impfungen ermöglicht).
- ▶ Unterstützung der St. Elisabeth-Förderschule (Steinfurt) durch Sammeln von Kronkorken, die zur Weiterverwendung eingeschmolzen werden (2018: Erlös von 4.500 €).
- ▶ „Für Euch-Stiftung“: eine von Dr. Ludger Kleyboldt, NWB Verleger in dritter Generation, und seiner Ehefrau Alice ins Leben gerufene Stiftung. Stiftungsmotto ist: „Handwerkszeug für ein stabiles Leben“. Hier werden sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche im Ruhrgebiet in ihrer Entwicklung zu selbstständigen, stabilen und nachhaltig agierenden Menschen befähigt.
- ▶ Jährliche Geldspende an die Herner Suppenküche (2018: 1.500 €), die durch eine von NWB Mitarbeitern eigenorganisierte Waffelverkaufsaktion zustande kommt.
- ▶ Spende mit dem Versand von Geburtstagskarten an Kunden (0,50 € pro Karte gehen an eine karitative Einrichtung) (2018: 9.186 €).
- ▶ Weihnachtsspende an die Herner Tafel anstelle von Weihnachtsgeschenken an Autoren und Geschäftspartner (2018: 2.500 €).

**Spenden  
2018  
in Höhe  
von 44.220,50 €**

# FÜR EUCH-STIFTUNG

## HANDWERKSZEUG FÜR EIN STABILES LEBEN





## Menschenrechte

NWB hält sich in all seinen Geschäftstätigkeiten stets streng an die deutsche Gesetzgebung, die durch das Deutsche Grundgesetz die Wahrung der Menschenrechte als oberstes Gebot definiert. NWB hat es sich als Corporate Citizen zum Ziel gesetzt, Menschenrechte bedingungslos zu wahren und dafür zu sorgen, dass diese auch durch Zulieferer und Dienstleister eingehalten werden.

Im Jahr 2017 haben wir uns intensiv mit der Beachtung sozialer Standards, u. a. der Wahrung der Menschenrechte und fairer Arbeitsplatzgestaltung bei unseren Zulieferern, beschäftigt. Im Ergebnis haben wir 2018 „Allgemeine Einkaufsbedingungen“

formuliert, die für alle (Werk-)Verträge, bei denen NWB Käufer, Empfänger von Dienstleistungen bzw. Auftraggeber ist, gelten. Dort wurde der Aspekt „Unternehmerische Verantwortung“ (u. a. Umweltschutz, Arbeitsnormen, Korruptionsprävention prominent aufgenommen). Im nächsten Schritt werden 2019 diese „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ mit einem Einkaufs-/Lieferantenkodex, den das NWB Nachhaltigkeitsteam 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, ist unsere Wertschöpfungskette vorwiegend regional geprägt. Dadurch können wir mithilfe der „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ unsere Lieferkette belastbar zur Wahrung

# WE SUPPORT



menschenwürdiger Bedingungen kontrollieren.

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 Wahrung der Menschenrechte hält und menschenwürdige und faire Beschäftigungsbedingungen gewährleistet. Der Kontakt zu langjährigen Mitarbeitern vor Ort sorgt für Transparenz und stärkt diese Vereinbarung.

Zudem ist NWB seit 2016 Unterzeichner des UN Global Compact und verpflichtet sich einmal mehr zu den Grundprinzipien in den Bereichen Menschenrechte und Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsprävention. Durch den regelmäßigen Austausch mit dem Deutschen Global Compact Netzwerk sowie durch die Teilnahme an diversen Veranstaltungen und Schulungen sammelt NWB Impulse für weitere Maßnahmen, die ergriffen werden können, und berichtet jährlich über entsprechende Fortschritte.



## Politische Einflussnahme & Compliance

Als juristischer Fachverlag spielen bei uns die presserechtlichen Prinzipien wie Glaubwürdigkeit, Sorgfalt, Aktualität und Qualität sowie Unabhängigkeit eine zentrale Rolle. Diese Prinzipien sind die Voraussetzung, dass wir als Verlag Inhalte frei von jeglicher Einflussnahme veröffentlichen können. Aus diesem Grund ist NWB auch in keiner Form politisch engagiert. Lediglich auf fachlicher Ebene sind wir zum Zweck des Wissensaustausches und der Aktualität Mitglied in folgenden Organisationen und Initiativen:

- ▶ Berliner Steuergespräche e. V.
- ▶ Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.
- ▶ Bund der Steuerzahler Nordrhein-Westfalen e. V.
- ▶ IFA

Mit Bezug auf unser Nachhaltigkeitsengagement sind wir zudem Mitglied/Teilnehmer in folgenden Organisationen:

- ▶ B.A.U.M. e. V.
- ▶ UN Global Compact (siehe „Prinzip 10: Unternehmen sollen gegen Korruption in all ihren

Formen, einschließlich Erpressung und Bestechung vorgehen.“)

- ▶ Stiftungsinitiative der deutschen Wirtschaft „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“
- ▶ Verbund für Unternehmen & Familie e. V.
- ▶ Verein der Freunde und Förderer des Westfälischen Museums für Archäologie
- ▶ Literaturhaus Herne Ruhr e. V

Die Einhaltung der gesetzlich vorgegebenen Normen und Vorgaben sowie der presserechtlichen Grundprinzipien sind zentrale Faktoren für unsere Glaubwürdigkeit, die durch unseren Unternehmensbereich „Recht und Grundsatzfragen“ sowie unseren verlagseigenen Justitiar gewährleistet werden. Er ist in Rechtsfragen zentraler Ansprechpartner für alle Mitarbeiter bei NWB. Durch ein striktes Vier-Augen-Prinzip schaffen wir zudem Transparenz in jeglichen Rechtsgeschäften und verpflichten unsere Dienstleister durch die „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ zu gesetz- und regelkonformem Handeln. Zudem haben wir einen unabhängigen externen Datenschutzbeauftragten, der mit unseren Mitarbeitern die datenschutzrechtliche Compliance sicherstellt.







*Die Achtung des Urheberrechts gehört zu den Essentialia 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 Bereich „Recht und Grundsatzfragen“ sind wir erster Ansprechpartner für alle rechtlichen Fragen aus den Fachbereichen. In den letzten 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





ÖKO



A bright sun with rays shining over a green field. The sun is positioned in the upper right quadrant, creating a lens flare effect. The background is a soft-focus green field.

LOGGIE

**ÖKOLOGIE**



# ÖKOLOGIE

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

Nicht zuletzt die „fridays-for-future“-Bewegung zeigt uns, dass es von zentraler Bedeutung ist, seinen Beitrag zum Klimaschutz durch Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen zu leisten. Auch hier ergreifen wir bei NWB entsprechende Maßnahmen, um unserer unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden.

## UNSERE ZENTRALE RESSOURCE

Neben dem Verbrauch von Strom (seit vielen Jahren Ökostrom), Gas und Wasser für das Bürogebäudemanagement, verbrauchen wir vor allem die Ressource „Papier“. Dies betrifft schwerpunktmäßig



die Buch- und Zeitschriftenproduktion, aber auch diverse Vermarktungselemente wie Flyer und Beilagen sowie das Büropapier. So wurden im Bereich der Buch- und Zeitschriftenproduktion im Jahr 2018 allein insgesamt rund 587 Tonnen Recyclingpapier (von 732 Tonnen Papier insgesamt) verbraucht.

Zudem achten wir vor dem Hintergrund der globalen Bedeutung auf unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, den wir stetig minimieren wollen. Dieser wird vor allem beeinflusst durch die Produktion (Papier und Druck) und den Versand unserer Bücher und Zeitschriften sowie unsere Mitarbeitermobilität (z. B. auch die Anfahrten zum Büro und Reisetätigkeiten).

Für uns ist es zudem eine Selbstverständlichkeit, dass wir unsere Mitarbeiter im Umgang mit Abfällen dazu motivieren, Müll zu trennen. Dafür stellen wir entsprechende Müllbehälter zur Verfügung. Unsere Abfälle werden zudem von zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben entsorgt und der Wiederaufbereitung (Recycling) zugeführt.

Bei all unseren Printproduktionen legen wir viel Wert auf Nachhaltigkeit. Deshalb drucken wir unsere Zeitschriften klimaneutral und verwenden FSC-zertierte Papiere für unsere Produktionen. Die Papiere für unsere Zeitschriften und Textausgaben sind zudem auch „Blauer Engel“-zertifiziert. Anfang 2019 wollen wir noch einen Schritt weitergehen und dann auf das Einschweißen unserer Broschur-Titel verzichten, um den Plastikverbrauch zu reduzieren. Aber auch andere nachhaltige Kriterien spielen für uns eine Rolle, sodass fast alle unserer Produktionen bei Dienstleistern in Deutschland oder im benachbarten europäischen Ausland produziert und unsere Zeitschriften klimaneutral versendet werden.

Dass Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle spielt, ist in diesem Jahr noch spürbarer geworden. Deswegen können wir bei NWB stolz darauf sein, welche Schritte wir bereits gegangen sind. Allerdings dürfen wir uns nicht auf diesem Erfolg ausruhen, weshalb wir regelmäßig unsere Arbeitsweise reflektieren. Wir diskutieren, an welchen Punkten wir in der Produktion unserer Printprodukte noch nachhaltiger agieren und wie wir gleichzeitig ökonomisch handeln können, um Kosten und Ressourcen zu sparen.

Anna Savas, Mediendienstleitungen | Produktion



# RESSOURCEN

## Papier

Als Fachverlag mit einer Buch- und Zeitschriftenproduktion ist Papier eine der zentralen Ressourcen für uns. Mit ihr ist ein relevantes Risiko in Bezug auf die Rodung der Wälder als Ökosystem verbunden. Zudem ist die Papierherstellung energie- und wasserintensiv. Daher geht es für NWB strategisch vor allem um eine Reduktion des Papierverbrauchs, um so den eigenen Ressourcenfußabdruck (Rohstoffe, Energie, Wasser, CO<sub>2</sub>) seiner Produkte zu optimieren. Trotz der steigenden Digital-Angebote für unsere Kunden ist Papier nach wie vor der wichtigste Nachhaltigkeitshebel für uns als Verlag. Daher bemühen wir uns, unsere Druckauflagen so passgenau wie möglich zu planen, um den Einsatz von Ressourcen an allen Stellen der Produktionskette gering zu halten.

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 Um-

weltkriterien auch die Menschenrechte sowie die Mindestarbeitsstandards in den Fabriken gewährleisten. Unsere Zeitschriften werden zudem aus 100%igem Recyclingpapier mit FSC-Zertifizierung und EU Eco Label gefertigt. Die NWB Textausgaben werden ebenfalls auf 100%igem Recyclingpapier, das die „Blauer Engel“-Zertifizierung trägt, gedruckt. Das „WiraAusbilder Magazin“ wird auf einem Recyclingpapier aus 100 % Altpapier, das FSC-zertifiziert und mit dem EU Eco Label ausgezeichnet ist, gedruckt. Die 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. Seit 2018 unterstützt NWB zudem die „Initiative Pro Recyclingpapier“. Ziel der Initiative ist es, den Nutzen von Recyclingpapier für den Klima- und Ressourcenschutz zu unterstreichen sowie andere Unternehmen zur Umstellung auf Recyclingpapier zu motivieren.

Die Zukunft für unsere Print-Produktionen liegt in Print-on-Demand-Prozessen, bei denen wir nur dann Titel produzieren, wenn

diese auch von unseren Kunden geordert werden. Dieses haben wir bereits im Jahr 2014 mit einem Pilotprojekt getestet, unserem NWB Rapid. Die daraus gesammelten Erfahrungen haben wir im letzten Jahr genutzt, um die Produktion unserer sieben Grundwerke auf echtes Print-on-Demand umzustellen. Dies soll mittelfristig auf unsere Digitalisierungsstrategie einzahlen, die vorsieht, Produkte – wo möglich – zu digitalisieren. Ein nächster Meilenstein ist unsere Buchproduktion – auch bei dieser besteht die Möglichkeit, beachtliche Ressourcen einzusparen. Dazu stehen die internen Abläufe und Prozesse aktuell auf dem Prüfstand und konkrete Maßnahmen sollen 2019 ergriffen werden.

Um den internen Büropapier-Verbrauch zu reduzieren, haben wir bereits 2016 alle Drucksysteme auf Duplex-Druck umgestellt und damit 33 % unseres internen Papierverbrauchs reduziert. Intern stellen wir vielen unserer Mitarbeiter Tablets, Laptops oder Diensthandys (49 Tablets, 50 Laptops und 37 Diensthandys) zur Verfügung und ermöglichen das Arbeiten mit einem Scan-System.



**Papierverbrauch 2018:**

**732,73 TONNEN**  
für Zeitschriften und Bücher

**DAVON RECYCLING:**  
**587,98 TONNEN**

**= 80,25 %**



*Mehrweg statt Einweg, Verzicht auf Plastiktüten, CO<sub>2</sub>-Ausgleich bei Reisen – jeder kann im Kleinen bei sich selbst anfangen. Bei NWB ist die Dynamik und Relevanz, die das Thema Nachhaltigkeit erreichen kann und muss, deutlich in der täglichen Arbeit spürbar.*

*Durch fortschreitende Digitalisierung, Prozessoptimierung und Standardisierung fördern wir den Wegfall von Rohmaterialien wie z. B. Papierausdrucken. Dadurch wiederum Einsparung von Toner und Strom bis hin zur Reduzierung CO<sub>2</sub>-lastiger Wege zu Dienstleistern und Autoren. Zählerstände in Druckern und gut kalkulierte Volumenverträge unterstützen eine optimal regulierte Nutzung. Letztlich muss weniger Papier weggeschmissen und vernichtet werden.*

*Wir achten bei der Auswahl unserer externen Dienstleister ebenfalls auf eine nachhaltige Arbeitsweise im Sinne der Verlagsphilosophie. Mit einem gestärkten Bewusstsein in und über den Verlag hinaus, können wir für dieses wichtige Thema an vielen Stellen als Multiplikator eintreten. Jeder ist in der Lage, etwas zum großen Ganzen beizutragen. Denn unsere Erde ist nun mal kein Mehrweg-Produkt.*

Kirsten Lipka, Mediendienstleistungen | Produktion  
Leitung Kreativsatz





Auch wenn wir als Fachverlag keine CO<sub>2</sub>-intensive Produktion betreiben, tragen wir durch die Nutzung der Ressource „Papier“ eine gewisse Klimaschutzverantwortung. Daher haben wir das Handlungsfeld „Klima“ als ein wesentliches Handlungsfeld im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie definiert und priorisiert. Im Zuge dessen bemühen wir uns stetig, die von uns direkt und indirekt verursachten Emissionen – wo möglich – zu senken oder aber zu kompensieren.

Um die Entwicklungen der CO<sub>2</sub>-Emissionen nachvollziehen zu können, erheben wir mithilfe anerkannter CO<sub>2</sub>-Emissionsrechner (in unserem Fall: atmosfair) zum Ende eines jeden Jahres eine grobe CO<sub>2</sub>-Bilanz. Hierfür werden die unterschiedlichen Emissionsquellen – vor allem aus der Mitarbeitermobilität – im Detail erfasst. Um dies tun zu können, muss jeder Mitarbeiter zusammen mit seiner Reisekostenabrechnung eine sogenannte CO<sub>2</sub>-Abrechnung einreichen. Nur bei Vorlage dieser CO<sub>2</sub>-Abrechnung werden dem Mitarbeiter die entstandenen Reisekosten per Lohnabrechnung erstattet. Das Ziel ist es, die Emissionen über die Jahre vergleichen zu können. Da wir vor allem durch Dienstreisen den Großteil des Emissionen emittieren, halten wir unsere Mitarbeiter dazu an, Dienstfahrten – wenn möglich – mit der Bahn durchzuführen und beschaffen bei Bedarf eine Bahncard Business. Darüber hinaus ermutigen wir unsere Mitarbeiter mit Aktionen wie „Mit dem Rad zur Arbeit“ und der Möglichkeit des Leasings von Fahrrädern oder E-Bikes, mit dem Rad zur Arbeit zu kommen.



Seit 2014 ist NWB durch Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen klimaneutral. Zudem arbeitet die NWB Herstellung seit geraumer Zeit an einem Konzept, mit dem mittelfristig eine komplette klimaneutrale Produktion der NWB Zeitschriften möglich sein soll. Darauf zahlt seit 2011 der CO<sub>2</sub>-neutrale Versand unserer Zeitschriften und Briefe im Rahmen des „Go Green“-Programms der Deutschen Post DHL ein.

#### **WEITERE MASSNAHMEN ZUR REDUKTION UNSERER EMISSIONEN SIND DIE FOLGENDEN:**

- ▶ verlagseigene Photovoltaikanlage, die emissionsfreien Strom produziert und zur Senkung des Energieverbrauchs beitragen soll
- ▶ Bezug von Ökostrom für das gesamte Unternehmen
- ▶ Unterstützung unserer Mitarbeiter, die privat ein Elektroauto erwerben, indem wir ihnen Ökostrom-Zapfsäulen auf dem Parkplatz zur Verfügung stellen.
- ▶ Optimierung der Serverlandschaft, um den Energieverbrauch zu senken
- ▶ Optimierung des Rechenzentrums durch neues Klimatechniksystem, wodurch weniger Strom verbraucht und Emissionen emittiert werden





„ Unser Ziel bei NWB ist es, ein gesundes Gleichgewicht zwischen Umwelt- und Klimaschutz, wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Verantwortung herzustellen. In Sachen Klimaschutz kann jedes Unternehmen seinen ganz eigenen Beitrag dazu leisten, dass wir die Ambitionen und Ziele des Pariser Klimaabkommens miteinander erreichen. Jeder Beitrag ist wichtig, so auch unserer bei NWB!

Dr. Ludger Kleyboldt,  
Geschäftsführer





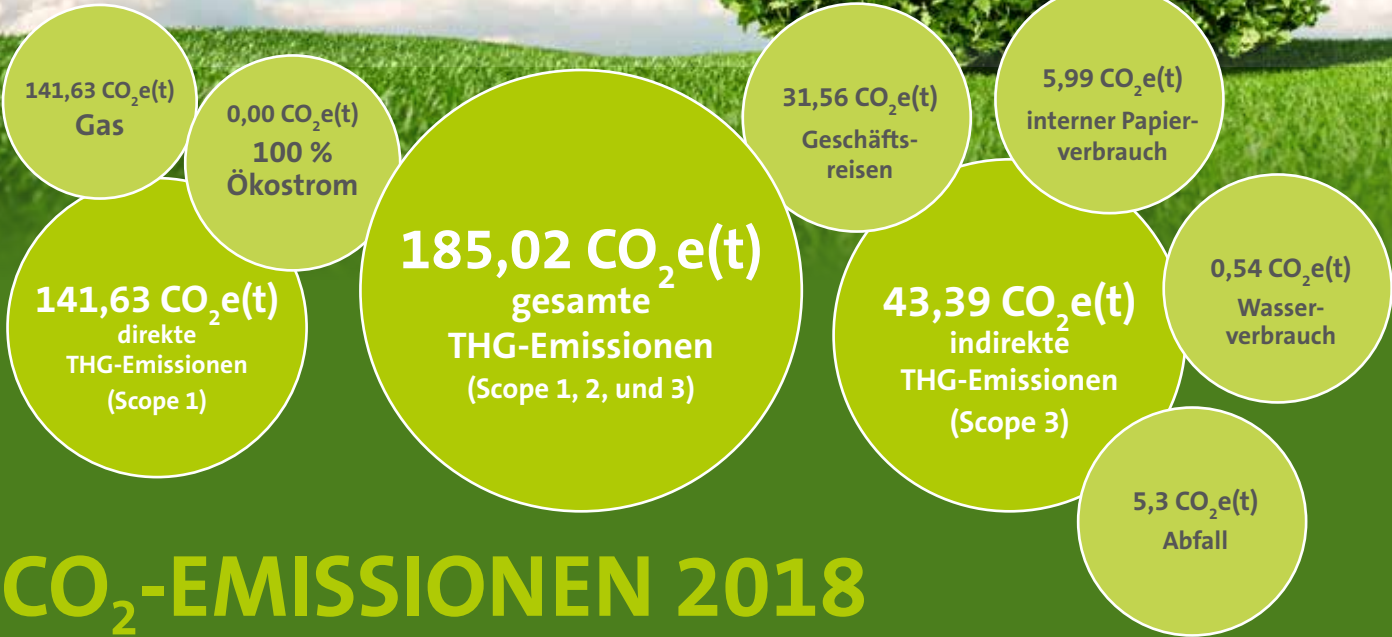
## NWB hat im Vergleich zum Vorjahr

- ▶ ... den internen Papierverbrauch um 18 % gesenkt.
- ▶ ... den Papierverbrauch Bücher um 27 % gesenkt.
- ▶ ... den Papierverbrauch Zeitschriften um 8 % gesenkt.
- ▶ ... den Stromverbrauch um 10 % erhöht. Gründe dafür sind die Vergrößerung des E-Auto-Fuhrparks sowie der heiße Sommer (Klimaanlage Rechenzentrum).
- ▶ ... den Gasverbrauch um knapp 14 % gesenkt.
- ▶ ... den Wasserverbrauch um 80 % gesteigert. Ausschlaggebender Grund dafür ist ein Leck in einer Heizungsanlage.
- ▶ Der Müllverbrauch insgesamt ist gestiegen. Hintergrund bei Papiermüll und Holz- und Kunststoffmüll ist die Auflösung von Lagerbeständen.

# ZAHLEN UND FAKTEN

	2018	2017
Papierverbrauch (intern)	1.201.074 Blatt / 5.993 kg	1.467.000 Blatt / 7.320 kg
Papierverbrauch (Bücher)	499,4 t	684,21 t
Papierverbrauch (Zeitschriften)	230,64 t	251,3 t
Energieverbrauch Strom	334.407 kWh	304.785 kWh
Energieverbrauch Gas	643.753 kWh	744.935 kWh
Wasserverbrauch	1.948 m <sup>3</sup>	1.082 m <sup>3</sup>

	2018	2017
Papiermüll	136,48 t	116,4 t
Holz- und Kunststoffmüll	0,69 t	0,3 t
Elektro- und Elektronikgerätemüll	0,2 t	0,514 t
Restmüll	15,6 t	15,6 t
Müll gesamt	139,94 t	132,81 t



# CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN 2018



ÖK

KONOMIE

**ÖKONOMIE**



**Abbildung rechts:**

Illustrierte Darstellung unseres Verlagslebens  
mit Geschichten und Einzelszenen  
aus der wimmeligen NWB-Welt 2022

# ÖKONOMIE

Die Verlagsbranche befindet sich – getrieben durch die fortschreitende Digitalisierung – bereits seit einigen Jahren in einer weitreichenden Transformation. Durch die Digitalisierung fallen nicht nur die klassischen Geschäftsmodelle (z. B. Verkauf von Printprodukten und Abo-Produkten) weg, auch die Arbeitsweise in einem Verlag wird immer digitaler und vernetzter, was neue Strukturen und Kompetenzen notwendig macht. Mit innovativen Ideen und gezielten Entwicklungsmaßnahmen nutzt NWB schon heute die Digitalisierung als Chance, um das eigene Geschäft zu transformieren und seine Position als führender Wissensanbieter im Bereich Steuern und Wirtschaft auszubauen. So hat der NWB Verlag schon früh die

Integration von Fachinhalten in die zunehmend digitalisierten Prozesse seiner Kunden vorbereitet und vorangetrieben.

Eine besondere Herausforderung ist für uns zudem die ebenso durch die Digitalisierung getriebene Transformation unserer Kernzielgruppe der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. Diese Zielgruppe definiert schon heute andere und neue Anforderungen an Fachinformationen: Unser Kunde sieht NWB dabei immer häufiger nicht nur als Fachverlag, sondern wünscht sich einen Wissensanbieter, der für seine individuelle Bedarfssituation Wissen liefert und ihn bei der erfolgreichen Weiterentwicklung der eigenen Arbeitsweisen unterstützt.

Strategieprojekt „NWB 2022“





Mit unserem Strategieprojekt „NWB 2022“ haben wir uns im Herbst 2017 auf eine spannende Reise begeben. Getrieben von den Fragen, wofür NWB in fünf Jahren stehen wird und welche Zukunftsherausforderung es zu meistern gilt, hat ein zwölfköpfiges Kernteam in zahlreichen Gesprächen und Workshops die Mission, das Zukunftsbild und die strategischen Ziele für NWB für das Jahr 2022 erarbeitet. In diesem Zusammenhang wurden Dimensionen wie Markt, Kunde, Mitarbeiter, Zusammenarbeit und Organisation diskutiert und entsprechende Handlungsfelder definiert. Die erarbeiteten Zwischenergebnisse des Kernteams „NWB 2022“ wurden im Frühjahr und Sommer 2018 in Mitarbeiter-Dialogen allen NWB Mitarbeitern präsentiert und gemeinsam diskutiert. Durch „Gallery

Walks“ hatten alle die Möglichkeit, sich zu den Zwischenergebnissen in einzelnen Stationen intensiver auszutauschen, Feedback zu geben und so am Strategieprozess teilzuhaben.

Im Oktober 2018 startete schließlich die Arbeit in den sieben Handlungsfeldern mit abteilungsübergreifenden und selbstorganisierten Teams zu Themen wie „Kundenverständnis ausbauen“, „Kernprozesse standardisieren und verschlanken“ oder „Zusammenarbeitskultur weiterentwickeln“. In allen sieben Handlungsfeldern haben unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte eine Relevanz. Ziel ist es, bis 2022 die Nachhaltigkeitsstrategie mit ihren wesentlichen Aspekten in die Unternehmensstrategie zu integrieren.





**”** *Nachhaltigkeit im Unternehmen heißt für mich auch Teilhabe – gemeinsam den Wandel zu gestalten. Das impliziert ein hohes Maß an Eigenverantwortung jedes Einzelnen. Wie Eigenverantwortung gestärkt werden kann, wie wir zukünftig zusammenarbeiten werden, welches Mindset und welche neuen Führungsrollen es dafür braucht, waren Fragen eines Handlungsfeldes des Strategieprozesses „NWB 2022“. Um diese zu beantworten, haben sich Teams aus ganz unterschiedlichen Bereichen gebildet, die sich schnell Wissen über Kulturthemen angeeignet und hochmotiviert an Ergebnissen gearbeitet haben. Einige Ergebnisse sind bereits im Umsetzungsprozess, andere in einer Roadmap priorisiert.*

*Was mich besonders beeindruckt hat, ist die neue Art der Zusammenarbeit bei NWB, mit wieviel Leidenschaft und Motivation die Teams über Hierarchieebenen hinweg gemeinsam um gute Lösungen gerungen haben. Diese Erfahrungen waren spannend und herausfordernd zugleich.*

*Unseren Veränderungsprozess aktiv mitzugestalten, ist ein wichtiger Beitrag zur Zukunftssicherung des Verlags. Ein Schlüssel zum Erfolg ist das große Vertrauen in die Arbeit der Teams. Deshalb freue ich mich auf die nächsten Etappen in den Umsetzungsprojekten, um gemeinsam auf diesem Weg die Zukunft mitgestalten zu können.*

Sylke Nietz  
Leitung Team Ausbildung, Kiehl





## Innovations- und Produktmanagement

Die veränderten Anforderungen und die notwendige Innovationsfähigkeit erfordern vielfältige Fähigkeiten und Ideen der Mitarbeiter, um diese zur Intelligenz des Unternehmens zu machen. Die Innovationsförderung im Kerngeschäft ist bei NWB zentral, was wir vor allem durch die Einführung von agilen Methoden (Scrum, 3x3, PEP) in Kernprozessen ermöglichen. Darüber hinaus gibt es bei NWB ein zentrales Projekt- und Prozessmanagement-Office. Dieses unterstützt die Mitarbeiter im Fortschritt der jeweiligen Projekte und steuert den Ressourceneinsatz. Ziel ist es, die Erfolgchancen von Einzelprojekten im Verlag zu erhöhen und effiziente Prozessstrukturen zu etablieren. Zudem wurde 2016 das „BooX-Projekt“ zur Optimierung des Kernprozesses zur Buchproduktion angestoßen. Ziel des Projektes ist: Ressourcen schonen und besser nutzen, effizienter bereichsübergreifend zusammenarbeiten und schneller werden. Unterstützt wurde dies durch knapp

2.300 Schulungsstunden für Themen wie Kommunikation, Scrum oder auch Tools zur digitalen vernetzten Kommunikation. Denn die veränderte Arbeitsweise führt auch zu veränderten Anforderungen an die Unternehmenskommunikation. Zur Förderung von Innovation und Partizipation ist eine transparente Bottom-up-Kommunikation für uns unerlässlich.

Auch die räumlichen Bedürfnisse haben sich verändert und so gibt es bei NWB inzwischen Strategieräume für kurze Daily-Stand-Up's oder Workshops. Zudem wird der Bereich der NWB Cafeteria oder im Sommer die Terrasse mehr und mehr auch für mobiles individuelles Arbeiten genutzt. Darüber hinaus stehen uns allen auch die verlagseigene Kreativräume zur Verfügung, in denen ein freies kreatives Arbeiten möglich ist. Es geht darum, die Menschen im Unternehmen zur Entfaltung ihrer Potenziale zu bringen und einen hierfür ansprechenden Raum zu gestalten.





## Produktlebenszyklus bei NWB

Da wir einen großen Teil unserer Umsätze aktuell noch durch Printprodukte generieren, legen wir im ständigen Austausch mit unseren Druckdienstleistern großen Wert auf die ökologische Nachhaltigkeit, vor allem auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Produkte sowie den Energie- und Wasserverbrauch durch die Papiernutzung. Das bedeutet für uns, dass fast alle unserer Produktionen bei unseren lokalen Druckdienstleistern in Deutschland stattfinden.

Auch der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck digitaler Produkte soll mittelfristig genauer betrachtet werden. Dabei wird der Energieverbrauch in der Nutzung im Vordergrund stehen.

Alle Aufträge vergeben wir dabei nach den gleichen Kriterien und unter Hinweis auf unsere Warenanlieferung-Richtlinien, 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.

In der Nutzung und der Entsorgung unserer Printprodukte gilt es vor allem auf umweltfreundliche Druckfarben zu achten, da diese bei Nutzung und Entsorgung potenziell schädlich wirken können. Die recyclingfähige Verpackung sowie das Papier können mit der Entsorgung wiederverwertet werden.



# AUSBLICK

Der Weg zur unternehmerischen Nachhaltigkeit ist kein Sprint, sondern ein Marathon und bedarf eines langen Atems. Für die nächsten Jahre haben wir uns viel vorgenommen:

## KURZFRISTIG

- ▶ Einkaufs- und Lieferantenkodex finalisieren und einführen
- ▶ Einkauf nach Nachhaltigkeitskriterien optimieren
- ▶ Gesellschaftliches Engagement ausbauen
- ▶ Nachhaltigkeits-Netzwerk durch die Mitgliedschaft im UN Global Compact ausbauen

## KURZ- BIS MITTELFRISTIG

- ▶ Maßnahmen zur Vereinfachung der Produkthandhabung und zur Erhöhung des Produktnutzens beim Kunden definieren
- ▶ Erste relevante Kennzahlen und Zielwerte in den Bereichen Personalstruktur und -entwicklung, Ressourcenverbrauch, Emissionen und Kundenzufriedenheit und -nutzen definieren und messen

## MITTELFRISTIG

- ▶ Nachhaltigkeitsaspekte in die Unternehmensstrategie „NWB 2022“ integrieren
- ▶ Konzept zur Verankerung der definierten Kennzahlen im Controlling erarbeiten
- ▶ Konzept für einen strategischen Stakeholder-Dialog in Nachhaltigkeitsangelegenheiten und dessen Umsetzung erarbeiten
- ▶ Employer-Branding-Konzept weiterentwickeln und mit Nachhaltigkeitsthemen stärken



## Impressum:

© NWB Verlag GmbH & Co. KG, 44629 Herne, 2019

[www.nwb.de](http://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.

**Sonstige Mitwirkende:** Sebastian Lecher und Kirsten Lipka (Layout und Satz), Nina Vennhoff und Nina Voß (Redaktion)

## Bildquellenverzeichnis:

### Fotos:

Titel: © adimas – stock.adobe.com, WavebreakmediaMicro – stock.adobe.com, S. 2: © Stefan Kuhn, © graphixchon – stock.adobe.com, S. 3: © zakokor – stock.adobe.com, © sarayut\_sy – stock.adobe.com, © Romolo Tavani – stock.adobe.com, S. 4: © Stefan Kuhn, S. 5: © Stefan Kuhn, S. 6/7: © graphixchon – stock.adobe.com, S. 8: © Stefan Kuhn, S. 9: © Stefan Kuhn, © TimeStopper – stock.adobe.com, S. 11: © tortoon – stock.adobe.com, S. 12: © beermedia – stock.adobe.com, S. 13: © julia\_arda – stock.adobe.com, S. 14: © Stefan Kuhn, S. 16/17: © zakokor – stock.adobe.com, S. 18: © Stefan Kuhn, S. 19: © Rawpixel.com – stock.adobe.com, S. 20: © Fokussiert – stock.adobe.com, S. 21: © Brian Jackson – stock.adobe.com, © dule964 – stock.adobe.com, S. 22: © cienpiesnf – stock.adobe.com, S. 23: © Robert Kneschke – stock.adobe.com, S. 24: © kritchanut – stock.adobe.com, S. 25: © ponsulak – stock.adobe.com, S. 26: © Stefan Kuhn, S. 27: © Stefan Kuhn, S. 31: © Privat, S. 32: © Stefan Kuhn, S. 33: © One Pixel Studio – stock.adobe.com, S. 34: © SimpleLine – stock.adobe.com, S. 35: © Stefan Kuhn, S. 36: © Stefan Kuhn, S. 37: © Watchara – stock.adobe.com, S. 38: © Sergey Nivens – stock.adobe.com, S. 39: © UN Global Compact, S. 40: © zephyr\_p – stock.adobe.com, S. 41: © Stefan Kuhn, S. 42/43: © sarayut\_sy – stock.adobe.com, S. 44: © Africa Studio – stock.adobe.com, S. 45: © Stefan Kuhn, S. 46: © nnudoo – stock.adobe.com, S. 47: © Stefan Kuhn, S. 48: © ongap – stock.adobe.com, S. 49: © Stefan Kuhn, S. 50: © proslgn – stock.adobe.com, S. 51: © malp – stock.adobe.com, S. 52/53: © Philip Steury – stock.adobe.com, S. 54: © alphaspirt – stock.adobe.com, S. 55: ORÖ GmbH, S. 56: ORÖ GmbH, S. 57: © Stefan Kuhn, S. 58: ORÖ GmbH, S. 59: © Julien BASTIDE – stock.adobe.com, S. 60: © Stefan Kuhn, S. 61: © Stefan Kuhn, S. 62: © Stefan Kuhn, S. 63: © Sebastian Lecher, S. 64: © Stefan Kuhn

**Icons:** S. 6, 10, 12, 14, 16, 20, 22, 24, 26, 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40, 42, 44, 46, 48, 50, 52, 54, 56, 58: © Happy Art – stock.adobe.com

### 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 Voß**

[n.voss@nwb.de](mailto:n.voss@nwb.de)

Tel. 02323. 141-151

Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 des NWB Verlages wurde nach den Leitlinien und Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (GRI SRS) verfasst. Er bezieht sich auf den Hauptstandort Herne.