



Vi er Nordjylland, og Nordjylland er os
Vi skaber viden og fællesskaber mellem mennesker

Environmental, Social and Governance 2022

Lovpligtig redegørelse for dataetik, samfundsansvar samt
kønsbaseret sammensætning i ledelsen ifølge årsregnskabsloven



Vi er fællesskabere

FÆLLESSKABERE – DET NORDJYSKE MEDIEHUS' TILGANG TIL SAMFUNDET, MEDBORGERE OG MEDARBEJDERE.

Det ligger Det Nordjyske Mediehus stærkt på sinde at være fællesskabere i Nordjylland.

At være fællesskabere betyder, at man som medarbejder ved, at sammen er vi bedst – både i det daglige arbejde, når hjulene skal køre, og i arbejdet med at lægge planer for fremtiden og føre dem ud i livet. "Sammen" mener vi helt bogstaveligt. Uanset hvilken afdeling man kommer fra, arbejder vi respektfuldt og konstruktivt sammen om at finde den bedst mulige løsning for virksomheden.

At være fællesskabere sker ikke af sig selv. Det kræver, at den enkelte medarbejder i Det Nordjyske Mediehus tænker fællesskabere ind i det daglige arbejde. Hver gang en af husets ansatte går på arbejde, skal det ske med en bevidsthed om, at man på arbejdspladsen har et ansvar for at bakke op om fællesskabere-tanken.

Vi ved, at medarbejdere og kolleger, der føler sig set og hørt og oplever mening i det daglige arbejde, leverer bedst. Vi ved, at tryghed og tillid er det mest effektive brændstof for at få et hold til at fungere og yde optimalt.

Derfor taler vi ordentligt til hinanden og giver konstruktiv feedback. Vi taler ikke om hinanden, og dagens brok om stort og småt holder vi ude af arbejdsdagen. For det gode eksem-

pel har – som det dårlige – en smittende virkning, hvorfor det at være fællesskabere er et mindset, en holdning til det at arbejde i Det Nordjyske Mediehus.

Fællesskabere-ånden går igen i vores relationer til mennesker udenfor Det Nordjyske Mediehus. Uanset om det er kunder, kilder, læsere eller lyttere, holder vi en ordentlig og løsningsorienteret tone. At tale med en medarbejder fra Det Nordjyske Mediehus skal opleves som respektfuldt uanset situationen. For vi ser vores partnere og kontakter som mulige ambassadører for vores virksomhed og vægter, at vi bliver opfattet som et godt bekendtskab. Derfor anerkender og retter vi også vores fejl, når de sker.

At være fællesskabere i Det Nordjyske Mediehus handler om at ville fællesskabet. At turde anerkende at vi ikke alle kan det samme, men at alle kan bidrage med noget. At styrken i Det Nordjyske Mediehus netop ligger i at pulje kræfterne og trække på samme hammel.



Indhold

VI ER FÆLLESSKABERE	2
Ansvarlig ledelse.....	4
Vores værdier	4
VORES SAMFUNDSANSVAR.....	6
Om Det Nordjyske Mediehus.....	6
Mission og vision	6
Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorruption og bestikkelse	7
Dataetik	8
Ansvarlig markedsføring.....	9
Ansvarlige investeringer	9
Medieansvar og demokratisk rolle	9
Vores journalistik	11
Vi tager ansvar for debatten	13
Mere for flere	15
Fællesskabere-aktiviteter	15
Aktiviteter, der bakker op om det nordjyske erhvervsliv	17
Sponsorsamarbejde – nysgerrigt samskabende	19
VORES SOCIALE ANSVAR	22
Eksterne tiltag med økonomisk støtte	22
Jobmuligheder og rekruttering.....	22
Nye medarbejdere.....	23
Unge og uddannelse.....	23
Job, der favner bredden.....	25
VORES MEDARBEJDERANSVAR.....	27
Kompetenceudvikling	27
Engagements- og trivselsmåling.....	30
Fællesskabere på arbejdspladsen.....	31
Uønsket seksuel opmærksomhed og trusler.....	31
Ligestilling	36
Status/udvikling af kønsfordeling i koncernen.....	36
Udviklingen i kønsfordelingen i de øverste organisatoriske niveauer i koncernen	36
Udvikling i aldersfordeling.....	37
Sygefravær.....	38
Sociale- og sundhedsfremmende arrangementer.....	38
VORES ANSVAR FOR KLIMA OG BÆREDYGTIGHED	40
Papirforbrug	40
Affaldssortering.....	40
Energi.....	42
Samarbejde om genbrug.....	42
Verdensmålene	43



Ansvarlig ledelse

Ansvarlig ledelse handler om at tage ansvar. Ansvar for vores virksomhed, for vores medarbejdere og for samfund, miljø og klima.

I denne rapport kommer vi ind på nogle af de fokusområder, vi har i koncernen, som skal sikre vores position som en ansvarlig og moderne medievirksomhed, der tager ansvar. Vi vil således komme ind på emner som vores samfundsansvar, vores sociale ansvar, vores ansvar for klima og bæredygtighed og vores medarbejderansvar.

I Det Nordjyske Mediehus ønsker vi, at vores organisationskultur skal være det bærende element, der sikrer værdiskabende og ansvarlig ledelse. Lovgivningen, interne regelsæt og politikker skaber et stabilt fundament, som vores kultur kan bygge på, og kulturen danner herpå rammen for vores normer, vores værdier og vores handlinger.

Vi arbejder for en stærk VI-kultur og ønsker at skabe begejstring, puls og aktivitet i alt, hvad vi foretager os, både internt i organisationen og udadtil, hvorfor ansvarlig ledelse hos os i høj grad handler om åbenhed, deltagelse og ligeværdighed i fællesskabet.

Ansvarlig ledelse er en forudsætning for at opretholde og udvikle vores forretning, vores medarbejdere og vores relationer til alle interessenter og dermed bidrage til det nordjyske samfund, som vi er fællesskabere af.

Vi arbejder med lovbestemte nøgletal, egne nøgletal og fokus på over halvdelen af FN's Verdensmål for herved at sikre, at vi er en bæredygtig og etisk drevet arbejdsplads. Det gør vi blandt andet gennem værdibaseret ledelse. Vi tror på, at ledelsen skal sætte retning for vores mål i forhold til vores strategi og herefter frigive den organisatoriske kraft, styrke og understøtte medarbejderne til at føre det ud i livet.

Vores værdier:

Modige

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

Ordentlige

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

PASSIONEREDE

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

Åbne

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



VORES SAMFUNDSANSVAR

Vi er Nordjylland, og Nordjylland er os. Vi skaber viden og fællesskaber mellem mennesker. Så enkelt kan Det Nordjyske Mediehus' rolle i samfundet beskrives.

Om Det Nordjyske Mediehus

Vi har siden 1767 haft det overordnede mål at nytte og fornøje. Det gør vi gennem udgivelse af en bred vifte af medier; digitale udgivelser, radio, podcasts, dagblad og lokalaviser. De sikrer tilsammen en omfattende dækning af samfundsforhold og understøtter opinionsdannelsen. Vi bringer dagligt nyheder og fortællinger, der giver indsigt i blandt andet politik, klima, retsforhold, sundhed, erhverv, innovation, kultur og sociale forhold.

Hertil kommer en lang række udgivelser og erhvervsnyheder fra datterselskabet Nordiske

Medier A/S, som med selvstændigt driftsansvar og egen organisation og ledelse er til stede i både Danmark og Sverige, hvor der udgives både digitale og trykte medier.

Det Nordjyske Mediehus' mission i sig selv tegner en samfundsmæssig forpligtelse, og hvor der er en naturlig sammenhæng med vores forretninger, ønsker vi også at spille en aktiv rolle i forhold til at forbedre samfundsmæssige, sociale, klima- og miljømæssige forhold og at være fællesskabere i Nordjylland.

Det Nordjyske Mediehus har ikke opstillet langsigtede målbare resultater for samfundsansvar, men søger gennem interne politikker og retningslinjer at sikre et øget fokus på de beskrevne områder. Vi opstiller i vores Code of Conduct en række retningslinjer for ansvarlige forretningsaktiviteter, og alle kan tilgå vores

VORES MISSION:

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

VORES VISION:

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

Code of Conduct og tidligere CSR- og ESG-redegørelser på www.dnmh.dk.

Vi ser environmental, social and corporate governance (ESG) som en måde, hvorpå vi kan styrke koncernens konkurrenceevne og indtjening. Vi fokuserer på et forretningsdrevet samfundsansvar og på vores indsats i forhold til de områder, der passer ind i vores strategi, værdier, udfordringer og markedsrelationer. ESG-indsatsen skal både nu og fremover skabe værdi for samfundet og selskaberne i Det Nordjyske Mediehus-koncernen, og denne redegørelse udgør en bestanddel af ledelsesberetningen i Det Nordjyske Mediehus' årsrapport.



Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorrupktion og bestikkelse

Selskaberne i Det Nordjyske Mediehus-koncernen har i videst muligt omfang hver især forholdt sig til de enkelte leverandører. Vi vælger som udgangspunkt leverandører, der har samme holdninger som os til bæredygtige løsninger og overholdelse af menneskerettigheder.

Det er især vigtigt at koble leverandørstyring og menneskerettigheder, når leverandører er placeret i lande, hvor risikoen for at overtræde de internationalt anerkendte menneske- og arbejdstagerrettigheder er større.

I vores Code of Conduct er der udarbejdet retningslinjer for både leverandører, ansatte og ledelsen. I retningslinjerne opfordrer vi blandt andet alle ansatte til at indrapportere mistanke om bestikkelse til nærmeste leder.

Som i de foregående år har der i 2022 ikke været indrapporteret tilfælde af brud på vores retningslinjer.





Der har i 2022 ikke været sager om brud på menneskerettigheder i koncernen.

Koncernen har i 2022 heller ikke haft sager om leverandører, ansatte eller leders involvering i korruption eller bestikkelsessager.

Vi anser det ikke for en væsentlig risiko, at der vil ske overtrædelse af menneskerettigheder i koncernen, da vores forretningsaktiviteter fortsat er lokaliseret i Skandinavien, som er kendetegnet ved en lav rate af menneskerettighedssager, og som bygger på demokratiske værdier. Derfor anser vi heller ikke leverandørstyring som en væsentlig risiko på dette område.

Vi understreger i vores Code of Conduct, at vi værdsætter ærlig, ordentlig og etisk opførsel, både internt og eksternt. Det betyder, at vi bruger vores sunde fornuft og dømmekraft til at afstå fra enhver form for korruption og bestikkelse. I denne sammenhæng beskriver vores Code of Conduct vores forventninger til både ansatte og samarbejdspartnere. Vi vurderer det derfor heller ikke som en væsentlig risiko, at der vil ske korruption.

Skulle der ske grove personrelaterede hændelser, kritisable eller direkte ulovlige handlinger, har interne og eksterne interessenter mulighed for at lave en anonym indberetning via vores whistleblowerordning.

Koncernen har et løbende fokus på området og vil løbende vedligeholde og udvikle politikker efter behov.

Dataetik

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

Det Nordjyske Mediehus har i 2022 vedtaget en politik for dataetik. Politikken udgør den overordnede ramme for etisk behandling af al data i koncernen og finder anvendelse i alle koncernens selskaber. Samtlige ansatte i koncernen er omfattet, uanset om disse er ansat på fuldtid, deltid eller som konsulenter.

Det Nordjyske Mediehus har udover en politik for dataetik også grundige etiske retningslinjer for arbejdet med redaktionelle udgivelser, samt en intern og ekstern politik for databeskyttelse.

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

Vi indsamler og benytter kun data, der er nødvendige og behandler, ud over i ansættelses-



mæssige sammenhæng, udelukkende almindelige personoplysninger. Indsamling af data skal ske på et oplyst grundlag, og der benyttes udelukkende data, som kommer direkte fra registrerede, offentlig tilgængelige erhvervsregistre og automatisk indsamling, typisk via cookies.

Det Nordjyske Mediehus' politik for dataetik understreger, at vi til enhver tid behandler data i overensstemmelse med gældende lovgivning. Der må ikke benyttes data til formål, som vil kunne underminere dataintegriteten. Der er ligeledes gennemsigtighed af hvilke typer af data, vi behandler og af formålet med behandlingen.

Politikken revurderes en gang årligt og godkendes af direktionen, som også sikrer, at politikken implementeres i de pågældende forretningsområder.

IT-sikkerhedsniveauet er et væsentligt parameter for en stabil og pålidelig drift, og denne reguleres af vores IT-sikkerhedspolitik. Foranstaltningerne har til formål at beskytte os og vores kunder mod databrud og utilsigtet adgang til data.

Ansvarlig markedsføring

Vi har i Det Nordjyske Mediehus tilsluttet os Rettighedsalliancens annonsekodex, som er et initiativ, der er startet i 2017 af Kulturministeriet.

Formålet med annonsekodexet er at bekæmpe ulovligheder på internettet, og ved at tilslutte os har vi samtidig erklæret, at vi tager afstand fra,

at vores produkter og tjenester anvendes til at understøtte kriminelle forhold.

Konkret betyder det, at vi afviser annoncører, hvis vi vurderer, at de ikke holder sig inden for rammen af lovlige aktører på internettet.

Rettighedsalliancen deler løbende en opdateret liste over internetsider, der tilbyder ulovlige tjenester. Vi har hos os implementeret procedurer, som betyder, at sådanne ulovlige tjenester blokeres med det samme. Det er ikke kun noget, vi siger: Vi har flere gange i 2022 afvist annoncører, som ikke lever op til annonsekodexet.

Ansvarlige investeringer

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

Medieansvar og demokratisk rolle

Det Nordjyske Mediehus er en fondsejet virksomhed. Vi står til ansvar over for fonden, for vores læsere, kunder og offentligheden. Vi er uafhængige af politiske, økonomiske og personlige interesser.

Den vigtigste opgave for Det Nordjyske Mediehus er at udgive medier, som oplyser om væsentlige samfundsforhold og bidrager til den



offentlige debat og dermed den demokratiske infrastruktur i Nordjylland.

Især digitalt fylder vi mere og mere i billedet i Nordjylland. Nordjyske.dk har i dag dobbelt så mange nordjyske brugere som Berlingske, Politiken og Jyllands-Posten – tilsammen. Selv medier som BT, Ekstra Bladet og DR læses ikke af lige så mange nordjyder som Nordjyske.dk.

Vores nye digitale erhvervsmedie Vigeur blev lanceret i september 2021 og har i sit første leveår oplevet stigende brugertal og engagement, og virksomheder og offentlige institutioner bakker op ved at indgå partnerskaber med os.

Missionen er at udvikle den professionelle og ambitiøse nordjyde – og derigennem regionen. Vi finder inspiration til moderne formidling og producerer skræddersyet indhold til dem, der både kan, vil og tør mere. Vi portrætterer det sprudlende lokale arbejdsliv gennem menneskelige fortællinger – fuld af personlighed, engagement og mod på livet. Vores eksistensgrundlag er, gennem Vigeur, at gøre Nordjylland til et bedre sted. Gennem solid journalistik og i et stærkt samarbejde med nordjyske virksomheder vil vi skubbe til opfattelsen af Nordjylland.

Vigeur sætter fokus på de mere bløde værdier forbundet med arbejdslivet. Derved ønsker vi blandt andet at få bedre fat i de erhvervsinteresserede kvinder i Nordjylland. Missionen ser ud til at lykkes, idet vores brugertal viser, at fordelingen mellem vores brugere i dag er cirka 50/50 kvinder og mænd.

I forbindelse med Vigeur kan det også nævnes, at Vigeur 2. juni 2022 modtog Danske Mediers Designpris i kategorien "Innovativt design". Juryens begrundelse var:

Det Nordjyske Mediehus har med sit nye erhvervsmedie Vigeur skabt et frisk koncept fyldt med gode historier om erhvervslivet i respekt for såvel det kommercielle som det publicistiske. De udviser en stor forståelse for såvel marked som bruger, og Vigeur får begge verdener til at mødes på en virkelig velfungerende måde. Designet er originalt, gennemført og taler klart samtidig med, at eksperimentelle greb adskiller mediet fra sine konkurrenter.

I 2022 er også vores syv lokale sites under det fælles navn Ligeher.nu vokset til at blive blandt de ti mest læste nyhedssites i Nordjylland. Her bringer vi de helt nære lokalhistorier om især butikslivet og nærområdernes ildsjæle.

Vi er altså det mediehus, som har den absolut

16 FRED, RETFÆRDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER



største og tætteste kontaktflade med nordjyderne. Derfor er vores lokale kontorer også en essentiel del af os, og derfor har vi i 2022 valgt to nye centrale lokationer i både Hobro og Thisted. Det kunne vi have fejret med champagne og kransekager for byernes spidser, men i stedet valgte vi at gå efter hotdogs og åbent mediehus for alle:

Åbent mediehus for alle borgere i Hobro: 50 gæster vandt billetter til intim koncert med Hjalmer. ANRs Anders og Matilde sendte programmet "Morgenkøterne" live fra Hobro. Lokale erhvervsdrivende kom til "Business for Breakfast".

Åbent mediehus for alle borgere i Thisted: 250 gæster vandt billetter til koncert med Jonah Blacksmith. Radio Nordjyskes Niels Skovmand sendte programmet "Go' morgen" live fra Thisted. Den lokale medieskole fik en times improviseret fortælling om mediehuset.





Vores journalistik

Vi er os selv og tager stilling fra sag til sag. Men vi er styret af værdier, og de er grundlaget for både vores journalistik og vores holdninger. Derfor er vi modige, ordentlige, åbne og passionerede.

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

Det Nordjyske Mediehus tager naturligvis ansvar for indholdet i vores medier og er tilmeldt Dansk Pressenævn. Vi stræber efter at følge de presseetiske regler i alt, hvad vi gør. Det skærmer os ikke for pressenævnsager, for der kan være mennesker, virksomheder eller organisationer, som har et andet syn på vores dækning af en sag, end vi selv har. Sager ved Pressenævnet kan ofte være et udtryk for en sådan situation,

ligesom det kan være et udslag af fejl fra vores side. Uanset baggrunden forsøger vi at lære af sager ved Pressenævnet, både dem der falder ud til vores fordel, og dem der ender med kritik af vores journalistik. Det er ikke altid, at vi er enige i Pressenævnets afgørelser, men vi tager hver eneste til efterretning, diskuterer dem og bringer de meddelelser, som nævnet pålægger os.

Pressenævnet er en vigtig institution i et det danske demokrati. Nævnet er alene med sin eksistens med til at holde justits i mediebranchen, og ingen medier, der er tilsluttet Pressenævnet, ønsker at modtage kritik herfra. Dermed bidrager Pressenævnet til at modvirke falske nyheder.

Som medieforbruger vil vi opfordre dig til at læse medier, der er tilknyttet Pressenævnet. Det er din bedste garanti for, at du kan stole på, at de nyheder, du læser, er efterprøvet af professionelle journalister og produceret i tråd med de presseetiske regler.



I 2022 er vi blevet indbragt for pressenævnet i seks sager. To sager for Nordiske Medier, hvoraf den ene endnu ikke er afsluttet, mens der i den anden ikke er udtalt kritik. Fire sager for Nordjyske, hvoraf der i den ene ikke er udtalt kritik, mens de tre andre førte til kritik for henholdsvis manglende forelæggelse, en for brug af foto og en for manglende anonymisering og afindeksering.

Det hører med til at være et frit og uafhængigt mediehus, at vi påtager os rollen som offentlighedens vagthund over for de folkevalgte. I 2022 har vi i flere artikelsier på nordjyske.dk og i Nordjyske Stiftstidende vist, at den lokale presse er af afgørende betydning for at få væsentlige sager frem til offentlighedens kendskab. Det er en forpligtelse, vi tager meget alvorligt.

Her er nogle af vores vigtigste afsløringer fra 2022:

Rod på borgmesterkontoen: Når politikere og embedsmænd bruger penge, skal de gøre det til gavn for borgerne og ikke nødvendigvis for dem selv. I en sribe artikler undersøgte Nordjyske i 2022 borgmesterforvaltningen i Aalborg Kommune. Vi kunne kaste lys over en kultur, hvor der i årevis har været betalt for markedsføring, velkomstreceptioner og restaurantbesøg uden tanke på, at det er borgernes penge, der er brugt på egen fornøjelse eller på "venner af huset". Efter vores afsløringer gik Ankestyrelsen ind i sagen, og Aalborg Kommune iværksatte en revision af alle kommunens eventudgifter siden 2015. Som lokalt medie sørger vi for, at politikerne og embedsmændene ikke glemmer det ansvar, vi som borgere har placeret hos dem.

Skandale i ældreplejen: I sommeren 2021 beskrev Nordjyske de sidste syv uger, som den 78-årige Jørgen Jørgensen levede på plejecenteret Margrethelund i Dronninglund. Jørgen Jørgensens sidste tid var præget af uværdige forhold og dårlig pleje på plejecenteret, der hører hjemme i Brønderslev Kommune. Det viste sig snart, at Jørgen Jørgensens oplevelser desværre ikke var et enestående eksempel. For problemerne var store på det pågældende plejecenter – og i det hele taget var ældreplejen under pres i Brønderslev Kommune, hvilket blandt andet gik ud over en række beboere på plejecentrene.

I første omgang satte politikerne ind med handplaner - og senere også flere millioner kroner

for at give ældreområdet et løft. Men Nordjyske har i 2022 kunnet fremlægge talrige eksempler på, at man slet ikke er i mål, hvis seniorlivet skal være præget af værdighed og ordentlig pleje. Og vi har naturligvis ikke skrevet den sidste artikel om emnet endnu.

Nordjylland snydes for kulturstøtte: Elleve procent af Danmarks befolkning bor i Nordjylland, men under tre procent af statens kulturstøtte går hertil. Den ulighed har massive konsekvenser for de nordjyske borgeres adgang til oplevelser og dannelse og for regionens konkurrencedygtighed inden for turisme, egnsudvikling og bosætning.

I det seneste år har Nordjyske gjort forskellen tydelig. Vi har fortalt om Aalborg Teater, et teater i forfald, hvor skuespillere dækker vinduerne til med kostumer om vinteren for at holde varmen. På Skagens Kunstmuseer er der heller ikke midler til at renovere og beskytte værkerne af verdenskendte danske malere. Vi har serveret tal, eksempler og beretninger fra lokale kulturledere, erhvervsfolk og politikere, der kæmper – og har for alvor fået sat problematikken på den nationale dagsorden. I sommeren 2022 gik samtlige borgmestre og nordjysk valgte folketingsmedlemmer sammen om et fælles brev til daværende kulturminister Ane Halsboe-Jørgensen (S), der er gået med til at nedsætte en ekspertgruppe, der skal se på fordelingen. En lige fordeling af kulturmilliarderne er også blevet et udtalt mål hos flere partier.

Skandalen på supersygehuset: Historien om det voldsomme skred i pris og åbningsdato for supersygehuset i Aalborg udspringer af den kulegravning, som Nordjyskes undersøgende journalister udførte under kommunalvalgkampen i 2021. De afslørende artikler fik den senere regionsformand Mads Duedahl (V) til at afgive et valglofte om at få vendt alle sten i byggeriet, og resultatet heraf kan læses i den seneste statusrapport for projektet. Det journalistiske arbejde har tvunget regionen til at handle og har gjort en forskel for Nordjylland. Som borgere er vi i dag blevet klogere og mere oplyste takket være Nordjyskes journalistik. Som skatteborgere kan begejstringen nok ligge på et mindre sted, men den situation må regionspolitikere tage sig af.

Urent trav hos hestehandleren: Med serien "Urent trav" har Nordjyskes undersøgende journalister vendt op og ned på fortællingen om stifteren af salgs- og træningscentret Helgstrand Dressage, Andreas Helgstrand, der er



blevet milliardær på at sælge dressurheste. De landsdækkende medier har skrevet en lang række positive historier om store millionoverskud i Helgstrand Dressage, men billedet er krakeleret efter Nordjyskes afsløringer af, hvordan han i årevis har ført sine forretningspartnere bag lyset. Nordjyskes dækning opfylder en af journalistikkens vigtigste opgaver: At afprøve om en fasttømret myte i samfundet nu også er sand.

Vi tager ansvar for debatten

Det Nordjyske Mediehus er også til stede og synlige på de sociale medier med vores medieprodukter. Det er af helt afgørende betydning for at komme i kontakt med nye og ikke mindst yngre målgrupper. Alle steder vokser vi på de sociale medier, og mellem hver tredje og hver fjerde bruger engagerer sig i vores indhold, hvilket er en høj andel.

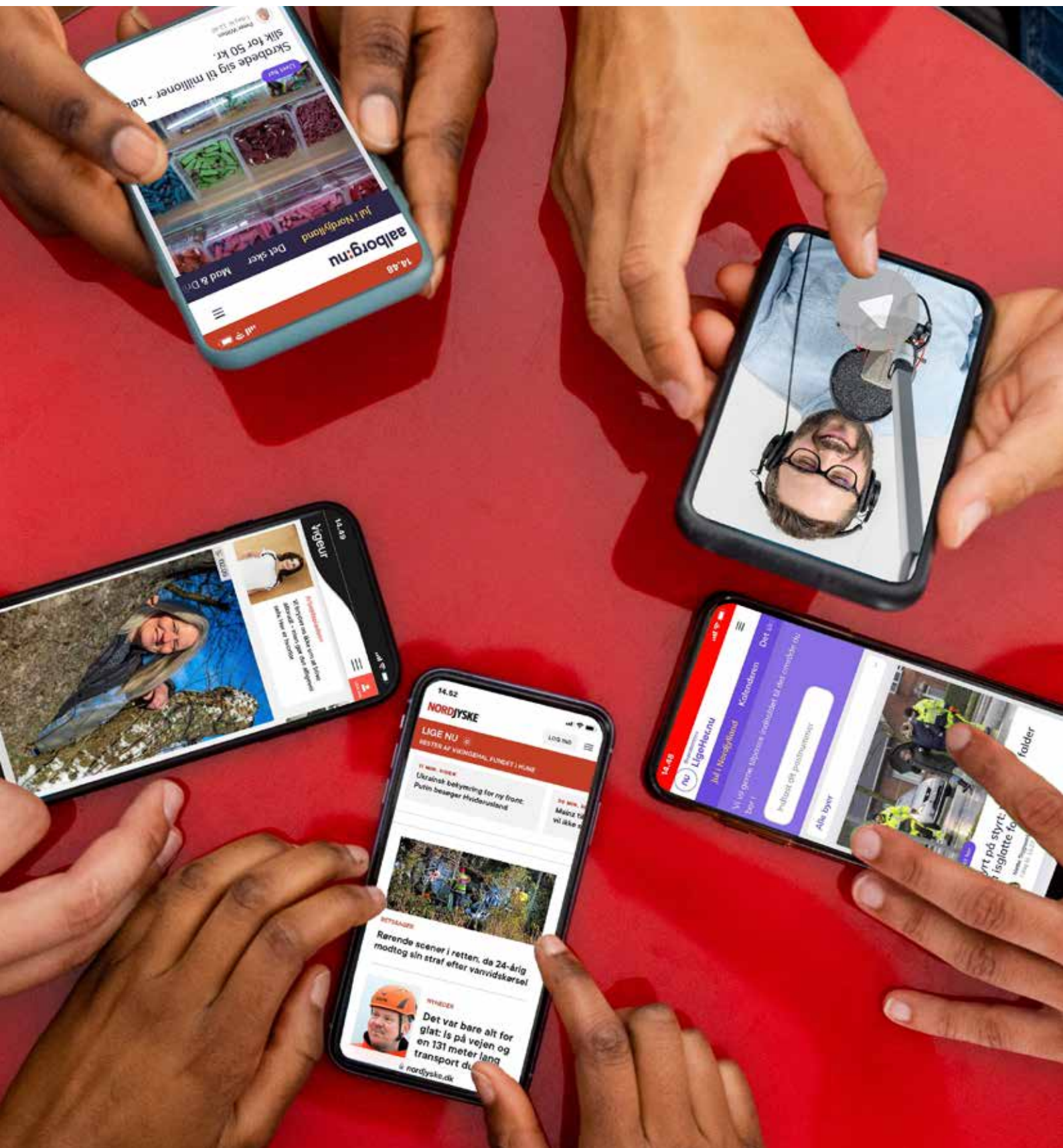
Vi har udarbejdet retningslinjer for, hvordan vi vil opføre os på de sociale medier, og vi tager

ansvar for at moderere debatten på vores profiler og opslag, hvor der ofte bliver gået til stålet. Andre mediehus har opgivet at moderere debatten, og enkelte har helt lukket ned for brugernes mulighed for at kommentere mediernes journalistik. Det, mener vi, er en forkert vej at gå.

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

Debatten i Nordjylland er i det hele taget sprællevende. Engagementet viser sig blandt andet i form af læserbreve til både digitale medier og vores printmedier: I 2022 bragte vi tæt på 5.000 læserbreve! Det viser, at Det Nordjyske Mediehus er en central facilitator for den offentlige debat i Nordjylland, og det er en rolle, vi er stolte af.





Vigeur

aalborg:nu

LigeHer.nu

NORDJYSKE

RADIONORDJYSKE

ANR

 NORDJYSKE



Mere for flere

Vi ved, at vi skal være et mediehus, der konstant er "mere for flere". Udover at optimere på vores eksisterende mediebrands betyder det også, at vi skal lancere nye medier, der adresserer nye målgrupper og/eller andre behov hos vores målgrupper.

Derfor har vi sat gang i et nyt innovationsprojekt, der skal sparke døren ind til det unge publikum – i tæt samarbejde med unge.

Projektet giver plads til unges meninger og faciliterer unges holdninger. Afgørende er det, at vores mediehus er parat til at følge digitale tendenser, at vi er modige og tager chancer, fordi vores initiativer skal bevæge sig sammen med målgruppen. Initiativerne skal også give værdi for målgruppen, og derfor er engagement og ambassadørskab vigtigt. Innovationsprojektet har derfor et ungdomspanel. Panelet har mulighed for at blive co-creator på fremtidens medier, og ligeledes har projektet et korps af unge-ambassadører, der er med til at gøre os klogere – både på målgruppen, men også på konkrete mediebehov, når man er mellem 16 og 29 år.

Hvad enten projektet ender ud i et nyt digitalt format, et fysisk event eller alene ny viden vides på nuværende tidspunkt ikke, men der arbejdes videre med projektet i 2023.

Fællesskabere-aktiviteter

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

Derfor er en vigtig del af det nordjyske fællesskabere-begreb de aktiviteter, der rækker ud ad huset. Det kan være i form af samarbejder med eksterne partnere om fælles mål, som arrangører eller moderatorer i lokale debatter, som partnere i kulturelle begivenheder eller som journalister, der viderebringer viden og oplevelser til tusindvis af læsere. Det kan også være podcasts, hvor vi sammen med lokale aktører vender og drejer aktuelle begivenheder.

At være fællesskabere ses blandt andet i vores journalistik og aktiviteter. Helt konkret bringer vi mennesker sammen om noget, der peger fremad.

Her er nogle eksempler på redaktionelle fællesskabere-aktiviteter i 2022. Det er langt fra en komplet oversigt!

Vi flyttede valget ud i folks ører: Nordjyskes Valgpodcast var en af valgkampens publicistiske højdepunkter. Hver anden hverdag i måneden op til valget i november kunne vælgerne få et underholdende og indsigtfuldt indblik i valgkampens temaer og personer – direkte i ørerne. Mediehusets politiske journalister analyserede alt fra De Konservatives krise til Frie Grønnes eksistensgrundlag og tilbød lytterne et kig om bag den bølge af politiske budskaber, de udsættes for i en valgkamp, hvor så mange partier kæmper om taletiden og opmærksomheden.

Se os! Se os! Holdet bag de lokale sites Ligeher.nu indtog i sommeren de nordjyske festivaler med en "selfiescene". Med selfiescenen bevidste vi, at vi er fællesskabere, som er til stede, når der er fest og musik i lokalområdet. Billederne fra selfiescenen blev uploadet til både aalborg.nu og ligeher.nu, hvor vores læsere, gæster og kunder kunne se sig selv, hvorved der blev skabt en festlig symbiose mellem medie og brugere. Rammen om selfiescenen var festivalerne og koncerterne, som blev dækket redaktionelt og kommercielt både før, under og efter afviklingen. Det skete i år både til Rock i Frederikshavn, Thy Rock i Thisted, Nibe Festival, Femhøje Festival i Hjørring og Vesterhavs Rock i Fjerritslev.

I forbindelse med selfiescenen modtog vi i 2022 Danske Mediers pris for "Årets Kommercielle Indsats". Prisen gives til medier, der har løftet det kommercielle produkt eller ved succesfuldt og resultatorienteret at have samarbejdet med det lokale erhvervsliv.

Juryen lægger vægt på, om der er skabt målbare resultater og om mediet på kreativ vis er gået nye, utraditionelle eller kreative veje for at skabe kommercielle resultater, og det er Det Nordjyske Mediehus med "Selfie-scenen".

Juryens begrundelse lød:

"Prisen for årets kommercielle indsats går til et marketingfremstød, der blander fysisk og online tilstedeværelse og taler direkte ind i tidsånden. Idéen er veludført og innovativ og har skabt merværdi for brugerne såvel som mediet bag, der formåede at ramme på tværs af aldersgrupper med imponerende resultater til følge."



I forbindelse med selfiescenen modtog vi i 2022 Danske Mediers pris for "Årets Kommercielle Indsats".



Hva' så, Nibe! Nibe Festival er en af Nordjyllands absolut største kulturbegivenheder – ikke mindst for det unge publikum. Det Nordjyske Mediehus har via radiokanalen ANR et tæt, strategisk samarbejde med festivalen, og ANR har etableret sig på de unges camp, hvorfra der sendes festivalradio og produceres So-Me-indhold primært til Instagram gennem hele festivalen. Det er vigtigt for ANR på den måde at være en del af de unges liv og begrebsverden og at være tydeligt til stede både for det publikum, som er på festivalen, og de lyttere, som følger med hjemmefra. På festivalen er ANR's base et samlingspunkt, hvor gæsterne kan møde værterne og være medskabende i det indhold, der produceres. Og for lytterne er ANR's værter repræsentanter, som prøver festivallivet på egen krop og breder begivenheden ud i hele dækningsområdet.

Valgtræf: I forbindelse med folketingsvalget samarbejdede Nordjyske med TV2 Nord og P4 Nordjylland om at bringe de nordjyske vælgere tættere på folketingskandidaterne i en historisk valgkamp. Over tre aftener afholdt vi Nordjysk Valgtræf – i Aars, Vrå og Aalborg – hvor alle 14 partier deltog. Der var debat for alle pengene, også med de mange engagerede fremmødte, der stillede gode spørgsmål til kandidaterne. Alle arrangementer var gratis – også digitalt, hvor de blev livestreamet på Nordjyske.dk. Over 1000 nordjyder var fysisk tilstede i løbet af de tre aftener, og flere af dem benyttede muligheden for at få en snak og yderligere kommentarer fra kandidaterne efter debatterne.

Morgenkøterne får dig ud af fjerene med et smil: Radiokanalen ANR's morgenflade "Morgenkøterne" er et radiofonisk refugium for alle hverdagsramte nordjyder. På ANR er sloganet "festen starter her", og det gælder også klokken seks om morgenen, når værterne Anders og Matilde åbner mikrofonerne og byder lytterne op til radiodans. Hvad end det er lytterdilemmaer, kærlighedshistorier eller samfundsaktuelle temaer, der står for skud, er sangen, legen og ikke mindst fællesskabet omdrejningspunktet. Lytterinvolvering er Morgenkøternes bærende søjle, og via værterne knyttes et mangfoldigt udbud af nordjyder dagligt sammen på vej til job og studie.

Podcast: Det Nordjyske Mediehus står bag adskillige podcasts. Vores morgenprogram på ANR, Morgenkøterne, blev 18. marts lanceret som podcast, og allerede fem dage efter, lå

den nummer et på Spotifys podcastchart, foran blandt andet Mørkeland, Genstart og Curlingklubben.

Erhvervslivet og dets dilemmaer sætter vi fokus på i podcasten Vi Arbejder Med Det, mens fodbold bliver analyseret og debatteret i podcasten Ripodsten, hvor det primære fokus er på AaB.

Årets satire-radio-julekalender blev i 2022 også udgivet som podcast. Titlen i 2022 var "Farlig jul: Jul på supersygehuset".

Aktiviteter, der bakker op om det nordjyske erhvervsliv

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

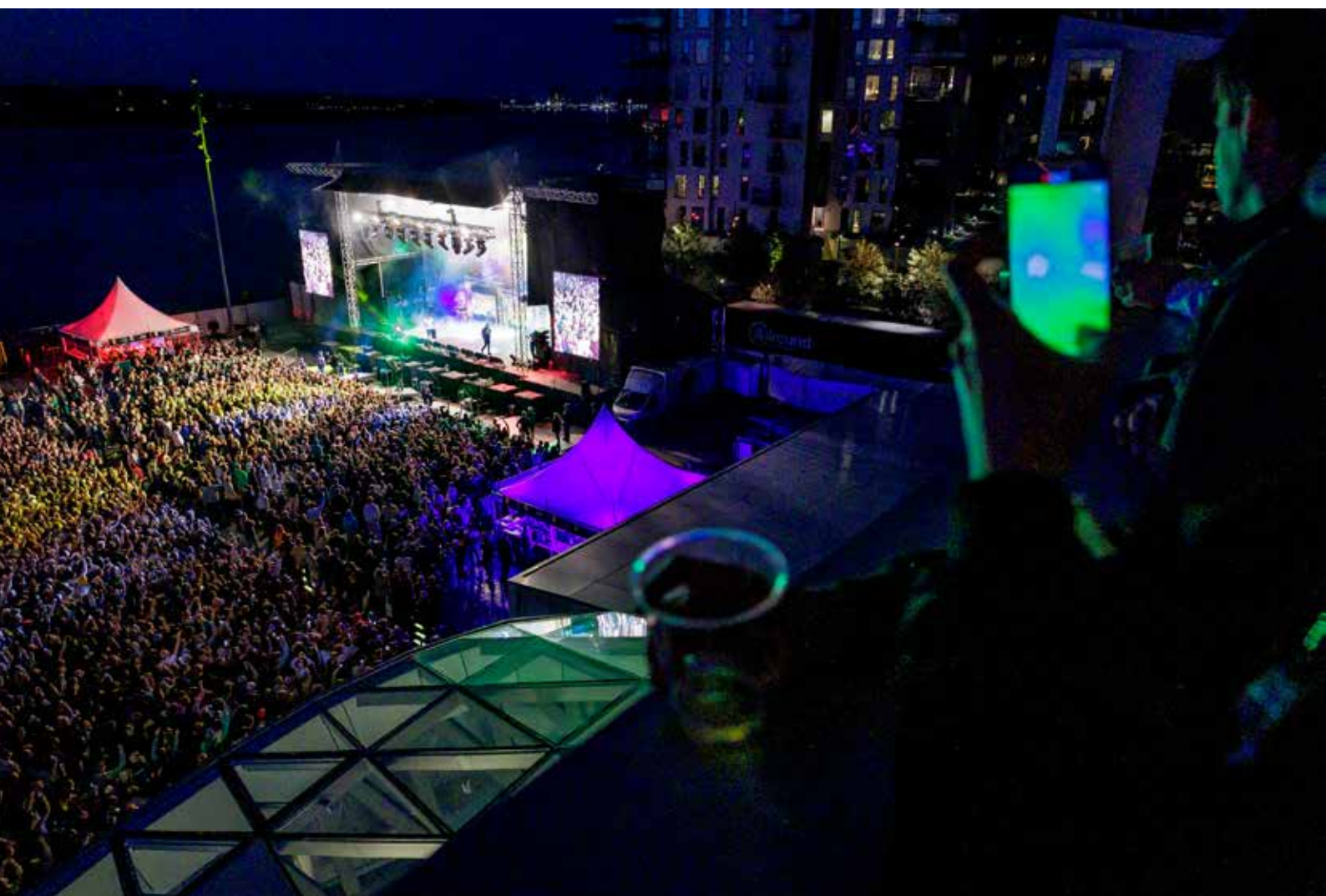
Nordjylland byder på et væld af muligheder og aktive, stærke fællesskaber. Det vil vi bidrage til. Med kampagner og aktiviteter ønsker vi at bakke op om det nordjyske erhvervsliv, blandt andet ved at sætte fokus på det lokale liv og handelsliv - og ikke mindst ved at bakke op om og støtte det miljø,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

Her er et udpluk af de mange aktiviteter i 2022, som bakker op om det nordjyske erhvervsliv.

Rådgivning: Udover at tilbyde partnere og kunder professionel medierådgivning og interessante miljøer for deres markedsføringsbudskaber ønsker vi i høj grad også at møde vores erhvervs-kunder fysisk. Det gør vi blandt andet ved at invitere til webinarer, events og netværksmøder med fokus på trends og tendenser i samfundet samt viden og indsigter om markedsføring. Det Nordjyske Mediehus inviterer også gerne kunder indenfor på vores lokationer. Vi tilbyder mulighed for at låne et lokale hos os til afholdelse af eksempelvis handelsstandsforeningers generalforsamlinger, årsmøder mm.

Vigueur Business Lounge – et netværk for de ambitiøse nordjyder: Målet med Vigueur er at skabe Danmarks stærkeste region og skabe konstruktive forbindelser mellem de nordjyske





virksomheder og erhvervsaktive nordjyder. Det gør vi eksempelvis ved at sætte spot på den grønne omstilling som en fabelagtig erhvervs-mæssig mulighed. En omstilling, der kan blive en motor for et Nordjylland i udvikling, og som kan skabe en attraktiv landsdel for nye generationer – også når de skal vælge mellem karrieremuligheder.

Som fællesskabere har vi udlevet dette ved at lave en serie af events og begivenheder, hvor der er journalistik på scenen, og hvor der er dannet netværk blandt de fremmødte. Det er blevet til tre aftenarrangementer med titlen Vigeur Business Lounge. Et afholdt hos Helgstrand Dressage, et i Aalborg Lufthavn og et i Musikkens Hus i Aalborg.

Fælles for disse er, at de har haft et overordnet emne, som de to interviewgæster på scenen har haft forskellige perspektiver på. I det første satte vi den kompromisløse forretningsmand Andreas Helgstrand overfor stifteren af tøjmærket ELSK, der har en ganske anderledes, holistisk tilgang til at drive en virksomhed med en bæredygtig profil. Anden gang handlede det om verdensambitioner med vicepresident of operations hos LEGO, Jesper Toubøl, overfor direktør i Aalborg Håndbold, Jan Larsen. Senest var det Green Hub Denmark's bestyrelsesformand, Lene Espersen, som overfor direktør i Aalborg Portland, Søren Holm Christensen, diskuterede fremtidens erhvervs muligheder og løsninger på klimakrisen.

Derudover har vi afholdt Vigeur Live i Musikkens Hus. En dagskonference med paneldebatter, foredrag, live-podcast og networking. Samlet set har ca. 700 gæster deltaget i arrangementerne.

Sommer i Nordjylland: Vi afvikler i løbet af året også en række kampagner i vores lokalmedier for vores erhvervs-kunder. De tager udgangspunkt i aktuelle emner, som skal sætte fokus på det nordjyske handels- og forretningsliv. I 2022 har vi for eksempel gennemført kampagnen 'Sommer i Nordjylland', der havde til formål at inspirere både nordjyder og turister til en aktiv sommerferie i hele regionen. Det skete blandt andet gennem artikler og annoncer om attraktioner, spisesteder, udflugter og andre oplevelser i det nordjyske sommerland. I efteråret havde vi et tema om 'Bolig & Livsstil' med fokus på blandt andet den grønne omstilling.

Handler du i nærheden? Det Nordjyske Mediehus har i efteråret 2022 kørt en annonce-

kampagne i egne lokalmedier for at støtte det lokale handelsliv. Mange butikker lider under stigende energipriser, faldende forbrugertillid og høj inflation, der kommer i kølvandet på flere måneders politisk bestemte nedlukninger. Annoncerne kan ikke skabe mirakler. De kan dog sende et signal til det samlede handelsliv om, at vi står sammen i en svær tid. Danskernes forbrug er ikke faldet under energikrisen, selv om pengene er blevet mindre værd. Det viser en oversigt fra Nordea over den indenlandske kortomsætning. Så budskabet om, at man kan gøre en forskel ved at handle lokalt, giver god mening.

Panel Nordjylland: Vores kampagner bakker vi ofte op med brugerundersøgelser udført af Panel Nordjylland. Panel Nordjylland gør os klogere på nordjydernes holdninger, interesser og adfærd. Denne viden deler vi gerne med vores erhvervs-kunder. Hver måned giver panelets 2.000 nordjyder deres holdninger til kende om konkrete emner. Det giver et troværdigt og nuanceret billede af, hvordan nordjyderne forholder sig til emnerne, og hvordan nordjyderne ser på sig selv, landsdelen, resten af verden og livet. Panelets medlemmer er repræsentativt udvalgt på baggrund af køn, alder og bopæl og repræsenterer derfor statistisk omkring 475.000 personer over 18 år i Nordjylland. Panel Nordjylland er et samarbejde mellem Jysk Analyse og Det Nordjyske Mediehus.

Levering af værnemidler: Siden 1. juli 2020 har distributionen i samarbejde med Homerunner haft en ekstra opgave med at levere pakker med værnemidler for Aalborg Kommune. Opgaven dækker over ikke færre end 600 mulige kommunale leveringsadresser såsom plejehjem, skoler, tandklinikker og daginstitutioner, der blandt andet får leveret ansigtsvisirer, engangshandsker og håndsprit. Der er i 2022 leveret cirka 20.000 pakker.

Sponsorsamarbejde – nysgerrigt samskabende

I vores sponsorsamarbejde handler dialogen om at finde en fælles opgave, der kan binde os sammen, og som vi kan løfte i fællesskab. Det gør, at vi sammen udnytter vores styrker. Selv om det kan være en svær øvelse, er det også en givende øvelse, der i sidste ende forstærker fællesskabere-målet, og som skaber troværdige og energiske oplevelser.



Eksempler på aktivering, der gavner begge veje:

Ishockeyklubben Aalborg Pirates var i februar vært for årets finalestævne i pokalturneringen - den såkaldte Metal Final4. I ugen op til stævnet varmede Det Nordjyske Mediehus op med livestreaming fra det pressemøde, der blev afviklet som en del af den traditionelle Media Day med trænere og spillere fra alle fire deltagende klubber.

Pressemødet blev ledet af sportsjournalister fra Nordjyske, og Vigeur deltog også som mediepartner.

I samarbejde med Hobro IK afholdt vi i maj fodboldturneringen Ligerher.nu cup for børn fra 10-12 år – både piger og drenge. Vi var til stede med popcorn og aktiviteter for børnene, der talte 24 fodboldhold. Børnene havde en god dag, og vi fik vist og fortalt om Ligeher.nu.

Musikkens Hus tog sammen med ANR i august godt imod musikeren "50 Cent", da han gæstede pladsen foran Musikkens Hus. Vi var mediepartner på begivenheden, men vi stoppede ikke der. En af vores radioværter spillede videre til efterfest i Aalborg på en højhellig søndag.

Sammen med Musikkens Hus støttede vi også op om fremtidens talenter inden for elektronisk musik, da vi var en del af "Future Beats Battle" i oktober 2022 – en konkurrence for nye talenter på den elektroniske musikscene.

I oktober og november blev der afholdt "Company Day" hos Aalborg Kongres & Kultur Center og AaB. Her fik alle medarbejdere i Det Nordjyske Mediehus gennem oplæg et indblik i de to virksomheder, ligesom vi efterfølgende så virksomhedernes produkter live i form af musicalen Pretty Woman og kampen AaB-OB. Det er samtidig en god mulighed for os at styrke vores relationer ved at mødes eksternt og på tværs af afdelinger.

To gange om året har vi desuden mulighed for at invitere mange af vores kunder og medarbejdere til hhv. "Sommer i Zoo" og "Jul i Zoo" i Aalborg Zoo. Her bliver Aalborg Zoo eksponeret, og vi skaber forbindelsen mellem Zoo og vores kunder.





VORES SOCIALE ANSVAR

I Det Nordjyske Mediehus påtager vi os et socialt ansvar både internt og eksternt. Internt kommer det blandt andet til udtryk gennem fokus på kultur, kompetencer, social kapital, trivsel og engagement. Vi tager også et socialt ansvar i forhold til støtte og udvikling af regionen. Det sker blandt andet gennem en håndsrækning til de mennesker, der står uden for eller skal stifte bekendtskab med arbejdsmarkedet.

Eksterne tiltag med økonomisk støtte

Aalborg Stiftstidendes Fond, som ejer aktierne i koncernen, engagerer sig også socialt og samfundsmæssigt. Siden 1967 har Aalborg Stiftstidendes Fond uddelt legater til 744 studerende. I 2022 nåede tallet op på 754 studerende, da der blev uddelt legater til 10 studerende. Hver legatportion er på 15.000 kroner. Legaterne tildeles studerende ved højere læreanstalter i Nordjylland. Et af kriterierne er, at den studerende vil tilbringe en periode i praktik eller studere et semester i udlandet.

Det Nordjyske Mediehus valgte i forbindelse med sommerferien at give 10.000 kroner til Dansk Folkehjælps feriehjælpsprogram. Programmet har til hensigt at skabe gode ferieminder for udsatte enlige forsørgere og deres børn.

I forbindelse med julen 2022 valgte vi at donere 5.000 kroner til Røde Kors' julehjælp og 5.000 kroner til Børns Vilkår, nærmere bestemt til BørneTelefonen, der sikrer, at svigtede børn kan tale med en voksen.

Det Nordjyske Mediehus støttede i 2022 desuden følgende:

Familier med kræftramte børn: 3.000 kroner. Julemærkemarchen i Skagen: 2.800 kroner. Julemærkemarchen i Hobro: 1.400 kroner. Danske Hospitalsklovne: 7.500 kroner. Lions Club Aalborgs julemarked: Indrykning af gratis annonce i Nordjyske Stiftstidende og Aalborg:NU.

I Aalborg Kommune har vi et samarbejde med forsyningen om at køre affaldsposer til alle husstande ud til bestemte foreninger, som står for hustandsomdelingen. Omdelerne tjener på den måde penge til deres forening, når de omdeler affaldsposer til alle husstande i kommunen.

For at støtte op om det skrevne medies udbredelse og tilgængelighed, har vi et samarbejde med Aalborg Bibliotek, hvor brugerne gratis kan læse dagens e-avis.

Jobmuligheder og rekruttering

I løbet af 2022 har Det Nordjyske Mediehus deltaget i en række job- og karrieremesser. Vores fokus ved deltagelsen har været at udvide kendskabet til Det Nordjyske Mediehus' mange jobmuligheder og rekruttering af nye medarbejdere. Deltagelsen på messerne har muliggjort, at vi har været mere synlige ude på eksempelvis uddannelsesinstitutionerne, og at vi gennem dialog er kommet mere i øjenhøjde med potentielle kommende medarbejdere.

I foråret 2022 stod mange uden arbejde efter en ihærdig indsats som podere gennem coronapandemien. I den forbindelse var der arrangeret ekstra jobmesser, og vi deltog på messerne rundt om i hele landsdelen med særligt henblik på jobmuligheder i vores distribution.

I Det Nordjyske Mediehus fortsætter vi vores employer branding-indsats på forskellige medieplatforme for at fortælle om vores jobmuligheder. For at gøre det endnu lettere at søge job i Det Nordjyske Mediehus har vi i 2022 taget et nyt digitalt rekrutteringssystem i brug.

Rekrutteringssystemet giver vores kandidater en digital, GDPR-sikker og professionel oplevelse, når de søger et job i Det Nordjyske Mediehus-koncernen. Samtidig tilbyder vi også interesserede kandidater at abonnere på vores jobagent, så de får tip om ledige stillinger hos os, ligesom det er muligt at søge uopfordret og blive en del af vores kandidatbank. Desuden understøtter rekrutteringssystemet en forbedret kommunikation med den enkelte kandidat i rekrutteringsprocessens forskellige faser.

Alle ledere har fået oplæring i brugen af det nye system, ligesom vi har gennemført træning med inspiration til hele rekrutteringsprocessen – lige fra profilafklaring til tiltrækning og ansættelse. Desuden udvider vi løbende "værktøjskassen" med eksempelvis interviewguides og inspiration, der understøtter vores ledere i ansættelse af nye medarbejdere med fokus på at få ansat den rette kandidat og samtidig give ansøgerne en god oplevelse af processen og virksomheden.

Nye medarbejdere

Når vi ansætter nye medarbejdere, vil vi fortsat have fokus på pre- og onboarding, så vi på bedste vis og hurtigst muligt integrerer vores nye kolleger både socialt, kulturelt og opgavemæssigt. Det sker dels gennem lokale introduktionsprogrammer i afdelingerne, der er med til at sikre, at vores nye kolleger falder godt til, både fagligt og socialt. Dels gennem afholdelse af velkomstmøder, hvor nyankomne kolleger møder hinanden på tværs af afdelinger og får et indblik i alt fra vores strategiske ambition til nyttige informationer om at være medarbejder hos os. Vi holder desuden skræddersyede velkomstmøder for nye ledere og løbende for udvalgte medarbejdergrupper efter behov, eksempelvis praktikanter og studerende.

Unge og uddannelse

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

For studerende på længerevarende uddannelser tilbyder vi at være case i forhold til projekt-skrivning, eksempelvis for studerende på Aalborg Universitet (AAU) og studerende på University College Nordjylland (UCN). På et år har vi typisk mellem 5-10 grupper på besøg.

Vi har også en række stillinger til studentermedhjælpere fordelt på forskellige afdelinger. Her giver vi de studerende et indblik i, hvad deres uddannelse kan føre til. På den måde får de





relevant erhvervserfaring, som kan gøre dem endnu mere klar til arbejdsmarkedet. I 2022 havde vi 70 studentermedhjælpere fordelt på vores mange afdelinger. Dette niveau vil vi forsøge at fastholde i 2023, fordi vi fortsat ønsker at påtage os et socialt ansvar i forhold til unge under uddannelse.

Vi tilbyder praktikantstillinger til journaliststuderende ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX), Roskilde Universitet (RUC) og Syddansk Universitet (SDU). I 2022 har vi ansat 8 praktikanter fra DMJX. Praktikanterne tilknyttes praktikvejledere og får en praktisk uddannelse i journalistik, hvor de lærer at håndtere de forskellige journalistiske genrer. Vi giver journalistpraktikanterne ansvar, og derfor skriver ingen til skraldespanden i Det Nordjyske Mediehus.

Vi tilbyder også virksomhedspraktik for ledige, som kommer i praktik via jobcentret for at få erfaring på CV'et og dermed stå bedre i fremtidig jobsøgning.

Vi byder også velkommen til erhvervspraktikanter fra grundskolens 8. og 9. årgang, som gerne vil have afklaret, om det at være journalist er noget for dem. Her følger de et nøje planlagt program, så de både får information om forskellige aspekter af faget, men også selv får lov at prøve kræfter med konkrete opgaver. I 2022 har vi haft 16 erhvervspraktikanter i huset til et intensivt 1-uges-forløb, og vi fortsætter med at byde erhvervspraktikanter velkommen i 2023.

I forhold til undervisning i medier og kommunikation tilbyder vi en digital skoleworkshop til grundskolens ældste klasser. Den består af en række faglige videooplæg med dertilhørende opgaver om journalistik og hele den journalistiske praksis. Til hvert oplæg tilhører en række opgaver, der både kan løses på klassen, i grupper og individuelt.

Job, der favner bredden

I Det Nordjyske Mediehus tror vi, at diversitet er godt for en arbejdsplads. Det er en vigtig forudsætning for både nytænkning og udvikling af vores virksomhed, at vi er forskellige, ikke kun hvad angår køn, men også i forhold til alder, kultur, kompetencer, baggrund osv.

I vores IT-afdelingen har vi en praktikantstilling

i samarbejde med AspIT, som er en erhvervsrettet IT-uddannelse for unge med en Autisme Spektrum Forstyrrelse. Det giver den unge mulighed for at opnå dokumenterbare, personlige og IT-mæssige kompetencer, ligesom vi som virksomhed lærer at se nye vinkler i forhold til opgaveløsning.

Vi har gennem mange år også haft et samarbejde med Ressource-Center Aalborg (RCA), hvis kerneopgave er at tilbyde beskæftigelses- og uddannelsesrettede forløb for en bestemt gruppe af ledige borgere for at styrke deres forudsætninger for at få fodfæste på arbejdsmarkedet. I distributionen har vi en stor mængde cykeltrailere, som flere af vores omdelere benytter til omdeling. Når en trailer går i stykker, indleveres den til RCA, hvor den sættes i stand. Hvis den ikke kan sættes i stand, skilles den ad, og stumperne bruges som reservedele til andre trailere. På den måde er der også et bæredygtigt element i opgaven.

Diversitet ses også i vores distribution, hvor vi tilbyder job/fritidsjob til en meget bred gruppe mennesker – alt fra grundskoleelever og universitetsstuderende til pensionister: Alderen på de ansatte spænder fra 13 år til 86 år.

Ser man på omdeling af reklamer og lokalaviser, har vi hver uge cirka 250 voksne omdelere og 850 unge omdelere i alderen 13-17 år på arbejde. De omdeler hver uge lokalaviser og reklamer til ca. 240.000 husstande fra Skagen til Hobro, og cirka 50 procent af omdelingen foregår ved hjælp af en trailer, som man enten vælger at gå med eller kobler på en cykel.

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

Vi tror på, at det er godt for de helt unge at have et arbejde. Med arbejdet følger et ansvar, og ansvar vokser man med. Derudover kommer der også penge ind på kontoen, så det beta-



ler sig at arbejde, hvilket, vi mener, er en god læring.

Vi ved også, at mange forældre synes, det er et godt første job, fordi forældrene har mulighed for at hjælpe deres børn godt i gang. Desuden er det en fordel at have jobbet som omdeler på sit CV, når den unge skal søge sit næste job, fordi flere arbejdsgivere ved, at har man været omdeler, er man både mødestabil og pligtopfyldende.

Omdelerjobbet udføres naturligvis ude i lokalsamfundet og mange gange alene. Det betyder også, at det er sværere for de unge mennesker at identificere sig med Det Nordjyske Mediehus, netop fordi alt foregår på distancen. For at skabe bedre relationer til vores omdelere under 18 og få dem til at føle at de er værdsatte og en del af virksomheden, afholdt vi i efteråret 2022 derfor et stort arrangement for alle omdelere under 18 og deres familier. Arrangementet var en succes, og rundt regnet 600 besøgende lagde vejen forbi Det Nordjyske Mediehus den dag. Dagen bød på målscore-konkurrence

med Aalborg Håndbold, reklamekast-konkurrence, Kahoot-sjov, gaming med Johnni Gade og freestyle rap med Johnni Gade. Stort set alle gæster var på rundvisning i huset og trykkeriet, og alle blev tilbudt lidt godt til ganen i form af pølser fra Slagter Stillers pølsevogn, kage, kaffe, sodavand og popcorn.

Det Nordjyske Mediehus' distribution kan også tilbyde omdelerjob og lagerarbejde til faglærte og ufaglærte, uanset nationalitet. Som omdeler i Det Nordjyske Mediehus skal man enten tale og/eller skrive dansk eller engelsk.

Vi har i dag cirka 50 forskellige nationaliteter i vores omdelerkorps, så alle kan - uanset nationalitet - få en mulighed for at komme i job under ordnede forhold og som en del af deres integration, når de kommer til Danmark fra andre lande, herunder også de krigsramte flygtninge fra Ukraine. I 2022 har vi ansat flere ukrainere, både voksne og deres børn mellem 13-17 år. Det Nordjyske Mediehus hjælper eksempelvis også de ukrainske flygtninge med at sikre de nødvendige papirer for at komme i job i Danmark.

8 ANSTÆNDIGE JOBS
OG ØKONOMISK
VÆKST



VORES MEDARBEJDERANSVAR

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

Det kan vi kun lykkes med, når vi har kolleger, der brænder for at udfordre sig selv og vores kunder og som kan se vigtigheden af, at Det Nordjyske Mediehus skaber sammenhængskraft og er fællesskabere i vores område. Derfor er vores medarbejdere vores vigtigste ressource.

Kompetenceudvikling

Som Nordjyllands største mediehus er det vigtigt for os at have medarbejdere med mange forskellige kompetencer. Derfor er løbende kompetenceudvikling helt naturligt for os, og den skal være med til både at sikre et fagligt højt niveau og at fastholde, at Det Nordjyske Mediehus er en attraktiv arbejdsplads for de dygtigste inden for virksomhedens fagområder.

Det er vores ambition, at al kompetenceudvikling støtter op om vores strategiske ambition, der særligt fordrer digitale kompetencer, herunder at hver enkelt medarbejder får mulighed for at udvikle sine egne evner, ambitioner og engagement i videst muligt omfang.

Vi ønsker også, at kompetenceudviklingen understøtter vores kulturelle PubComTech-tilgang, der netop har fokus på at styrke samarbejdet og co-creation på tværs af afdelinger og faggrænser i virksomheden.

Vi vil skabe og understøtte en kultur, som hele tiden efterspørger – og holder os op på – målsætninger og motivation for udvikling og læverance. Vi vil flytte og udfordre hinanden på ambition og data, så viden, kunnen og mening træder sammen. Kompetenceudvikling sker derfor både gennem eksterne kurser og uddannelsesdage, som planlægges henover året,



4 KVALITETS-
UDDANNELSE



men vi benytter os også af interne kurser, som gennemføres i huset, enten med eksterne eller egne medarbejdere som undervisere.

Vi har stort fokus på såvel formel som uformel læring og benytter os også af et internt læringskoncept ved navn LIP (Lærings- og Inspirations Pitstop). Her er kollegial læring sat i system, så man med sine eksisterende kompetencer deler ud af sine viden til kolleger under et "pitstop" på eksempelvis 25 minutter.

I en evig foranderlig digital hverdag, hvor vi som koncern tilstræber at se hverdagen med nye øjne og ører, stilles der krav til vores digitale færden og mindset. Foruden at forholde os til vores omgivelser bliver vi også nødt til at udvikle vores kompetencer og viden i overensstemmelse med de udfordringer, der er forbundet med at være et digitalt mediehus. Derfor tog vi i 2021 en helt ny e-læringsplatform i brug, der på en let og sjov måde skulle være med til at styrke vores medarbejders viden og kompetencer. Med øget digital færden skal vi have skærpet opmærksomhed på IT-sikkerhed. Derfor har vi designet et særligt IT-sikkerhedsforløb, som alle medarbejdere gennemfører årligt. Kurset er samtidig lagt ind som en integreret del af vores onboarding-program, så vi styrker vores medarbejders viden om IT-sikkerhed allerede fra jobstart. Vi har høstet gode erfaringer med læringsformen, som vi derfor har fastholdt og benyttet også i 2022. I 2023 har vi planlagt, at alle medarbejdere gennemfører et forløb med fokus på GDPR.

Redaktionelt har vi tilbudt – og vil også fremover tilbyde – uddannelse i forhold til vores indhold, så hver enkelt står stærkere inden for håndværket, det kan eksempelvis være rubrikskrivning og fotografering. Samtidig har journalisterne som en del af et tværfagligt samarbejde fået – og vil fortsat få – undervisning af kommercielt ansatte i at anvende data til at udvikle den journalistiske kvalitet. På redaktionen har vi i 2022 også opbygget og implementeret et nyt redaktionelt system, så vi udnytter fordelene ved at arbejde digitalt. Alle medarbejdere har været på kursus i at kunne anvende systemet, ligesom der også er produceret video-vejledninger.

I lighed med forrige år har vi også i 2022 haft fokus på lederudvikling for at styrke virksomhedens ledelseskraft inden for såvel strategisk ledelse, driftsledelse, personaleledelse og egen

drift. Det Nordjyske Mediehus er en koncern i bevægelse, og der har derfor også været fokus på forandringsledelse, hvor alle ledere har fået indsigt i menneskelige og psykologiske dimensioner. Det skal sikre, at de bedre kan lede deres medarbejdere gennem forandringer i en hybrid verden. Dette er suppleret med et MBTI-forløb for alle ledere.

MBTI er et persontypeværktøj, hvor man bliver bevidst om egne præferencer – det vil sige, det der falder en nemt og intuitiv. Samtidig giver det også en bevidsthed om, hvor vi skal være særligt opmærksomme. At vide, hvordan man som leder bruger sine styrker og præferencer bedst muligt i ledelsesopgaven er et enormt stærkt afsæt. Men det er også vigtigt at huske på, at god ledelse skal favne bredt, og at vi derfor er nødt til at kompensere for, hvor vi ikke står så stærkt. Forståelse af vores egne og andres MBTI-profiler giver et fælles sprog og er et godt udgangspunkt for optimering af ikke kun egne præstationer, men også teamets præstationer.

Desuden har alle distributionsledere været gennem et lederforløb på fem moduler med fokus på værdibaseret ledelse, herunder at være rollemodel. Der har samtidig været særligt fokus på kulturforståelse og ledelse på distancen, da de fungerer som virksomhedens "single point of contact" for de mange omdelere i hele landsdelen.

I 2022 er uddannelsesforløbet Forandringsagenten fortsat og afsluttet siden opstarten i 2021. Forandringsagenten er for udvalgte medarbejdere, hvis opgaveportefølje kræver, at de skal gennemføre diverse projekter uden at have en lederkasket. Deltagerne har fået værktøjer, de kan bruge i deres daglige arbejde og projektledelse. De er dermed forandringsagenter – både i deres afdelingen, på tværs af fagområder og i mindre projektorganiseringer.



Engagements- og trivselsmåling

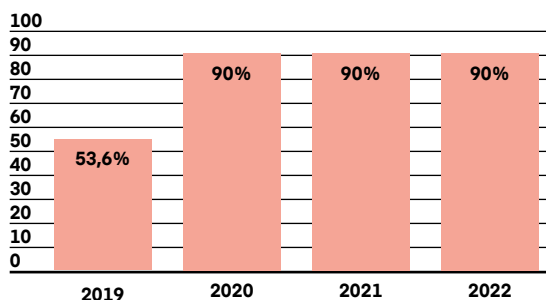
Uden medarbejdere, intet mediehus. Vores medarbejdere er vores vigtigste aktiv, og derfor arbejder vi kontinuerligt for at skabe og fastholde et arbejdsmiljø, der engagerer alle medarbejdere og understøtter den gode trivsel på arbejdspladsen.

Hvert år gennemfører vi i koncernen en måling af engagement og trivsel blandt vores medarbejdere. Resultaterne fra målingen bruges til at kortlægge de områder, hvor vi med fordel kan udvikle os i en mere positiv retning, men også områder hvor vi allerede gør det rigtig godt og derfor skal holde fast. Resultaterne anvendes både på koncern-, virksomheds- og afdelingsniveau.

Siden 2020, hvor vi implementerede et nyt digitalt og datadrevet værktøj til målingen af vores medarbejders engagement og trivsel, har må-

let været at nå en svarprocent på minimum 90. Hvert år lægges der derfor et stort arbejde i at få så mange som muligt til at besvare målingen. Jo flere svar vi får ind, des bedre afsæt er der for det videre arbejde med handlingsplaner, som i sidste ende skal sikre, at vi udvikler os som organisation, ledere og medarbejdere.

Målingen blev i 2022 sendt ud til 553 medarbejdere fordelt på ni forskellige lokationer i både Danmark og Sverige, og for tredje år i træk



Udviklingen i deltagerprocenten. Tal fra trivselsundersøgelse i 2019, APV-måling i 2020 og Engagements- og trivselsmåling i 2021 og 2022. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR



Fordelelingen mellem tilfredse/meget tilfredse (score 9-10), neutrale (score 7-8) og mere eller mindre utilfredse medarbejdere (score 0-6)

nåede vi en svarprocent på 90. Med så flot en deltagelse lægger vi os hele 11 procentpoint over benchmark, hvilket vi er meget stolte af. Den høje svarprocent giver os ikke kun et repræsentativt grundlag at arbejde ud fra, det fortæller os også, at vores medarbejdere støtter op om målingen og tror på værktøjet som en understøttende del til udvikling af deres engagement og sikring af deres trivsel.

Koncernen havde i lighed med 2020 og 2021 også en målsætning om at ligge i top-25% blandt sammenlignelige virksomheder. I 2022 nåede vi målet med en eNPS-score på 41, som ligger pænt i top-25%, hvor intervallet er mellem 38 og 52. Årets resultat placerer os 14 point over benchmark.

Den høje deltagelse og eNPS-scoren viser, at vores medarbejdere engagerer sig og har en generel positiv oplevelse af at arbejde i koncernen.

Med afsæt i målingen fra 2021 blev der på koncernniveau udpeget særlige fokusområder for 2022. Fire områder med særligt fokus blev således Samarbejde, Strategi, Anerkendelse og Team. På tre ud af de fire områder har vi flyttet os i en positiv retning, hvilket indikerer, at den styrkede indsats har gjort en forskel.

Mediebranchen udvikler sig med hastige skridt i disse år, og det stiller store krav til vores medarbejdere, da der løbende sker forandringer på arbejdspladsen. Forandringer kan skabe usikkerhed, og usikkerhed blandt medarbejdere påvirker naturligt både engagement og trivsel. Det stiller store krav til os som medievirksomhed, hvis det gode resultat skal fastholdes. Vi tror imidlertid på den indsats, vi som mediehus gør for at få alle medarbejdere med, hvorfor vi for 2023 vil fastholde vores mål om et fortsat højt engagement og en høj trivsel, der placerer os i top-25 i forhold til sammenlignelige virksomheder og desuden en høj svarprocent på minimum 90.

Fællesskabere på arbejdspladsen

I Det Nordjyske Mediehus vil vi som nævnt være "fællesskabere", men for at vi kan være det eksternt, skal vi også være det internt. Vi tror på relationen og kalder os derfor en tilstedeværelsesarbejdsplads med fleksibilitet. For at understøtte det, arbejder vi sammen på tværs af afdelinger, men vi sidder også sammen for at

dele viden, skabe en fælles kultur på tværs af faggrænser og for at skabe sociale og faglige relationer. Vi kalder det PubComTech.

Vi fokuserer på det fysiske såvel som det psykiske arbejdsmiljø og ønsker at skabe de optimale rammer for vores medarbejdere, så omgivelserne samtidig bliver en kilde til produktivitet og innovation. Derfor har vi et kontinuerligt fokus på, hvad der skal til for at skabe balance mellem vilkår, trivsel og produktivitet.

Fokus på relationer og hele fællesskaber-tanken er således også tænkt ind i forhold til indretningen af vores nye mediehus i Aalborg, hvor vi flytter ind i 2023.

Her er det ikke kun den fysiske indretning, der skal styrke vores relationer. For at nudge til et større fællesskab, er der således også blevet taget flere principbeslutninger, som skal ændre hele vores måde at tænke fællesskabere på, så snart vi møder ind på arbejdspladsen. Blandt andet vil vi tænke alle på én sal, hvilket skal sikre, at vi ikke sidder spredt ud på alle etager de dage, hvor mediehuset ikke er fyldt. Samtidig er det også besluttet, at alle spiser i husets Sky Lounge, så vi møder andre kollegaer og andre lejere i huset.

Disse principper understøtter ikke kun vores PubComTech-tilgang, men også temaet for årets arbejdsmiljøarbejde "Fællesskabere i praksis i en sammenhængende, dynamisk og fleksibel organisation".

Udadtil vil vores nye fysiske placering i Aalborg – og vores placeringer i Hobro, Thisted, Hjørring og Frederikshavn – signalere synlighed, åbenhed og dynamik – et miljø med puls, sammenhæng og samarbejde på tværs. Et mediehus, hvor alle er velkomne.

Uønsket seksuel opmærksomhed og trusler

Vi har i Det Nordjyske Mediehus altid været vores medarbejderansvar bevidst. Fokus på chikane og krænkende adfærd på arbejdspladsen har altid været et særligt fokusområde, da vi ikke accepterer nogen form for krænkelse.

Vores adfærdspolitik fokuserer først og fremmest på gensidig respekt og god adfærd, og den giver gode råd til, hvordan vi hver især kan værne om og bidrage til den gode adfærd. Politikken giver også anvisning til, hvordan virksomheden tackler det, hvis nogen udviser



dårlig adfærd som eksempelvis mobning, (sex) chikane, trusler eller diskrimination kan håndteres.

Vi har klare retningslinjer for, hvor man kan henvende sig med henblik på en fortrolig samtale, hvis man føler sig udsat for krænkelse. Vi lægger vægt på, at alle skal føle sig trygge og respekterede, når de er på arbejdspladsen, og vi opfordrer altid til åbenhed og mod. Netop derfor skal alle kunne henvende sig trygt til nogen, såfremt de oplever grænseoverskridende adfærd. Alle henvendelser behandles fortroligt, og den forurettede vil have medindflydelse på, hvordan vi går videre med sagen.

Til at understøtte det fortrolige og trygge rum, som åbenhed og mod kan kræve, er emner som trusler og uønsket seksuel opmærksomhed også en del af vores årlige engagements- og trivselsmåling. Målingen gennemføres via et system, der giver den enkelte medarbejder mulighed for at henvende sig anonymt, hvis man har oplevet krænkende adfærd. Engagements- og trivselsmålingen understøtter desuden det daglige samarbejde mellem ledere og medarbejdere, så der er fokus på det, der rører sig i hverdagen. Feedback og dialog er nøgleord for at sikre, at vi kan handle - ikke kun på bagkant, men også forebyggende.

Ved engagements- og trivselsmålingen i 2022 fik Det Nordjyske Mediehus en score 22 point over benchmark på spørgsmålet vedrørende vores medarbejdere tiltro til, at vi som virksomhed vil reagere på en passende måde i tilfælde af chikane, mobning og andre former for dårlig opførsel. Det fortæller os, at vores kultur, politikker og procedure fungerer og sikrer en tryk ramme for alle medarbejdere i Det Nordjyske Mediehus.

”Det Nordjyske Mediehus ønsker at afspejle det omgivende samfund, og derfor vægter vi diversitet i medarbejderstaben højt.”







47%

af koncernens
ansatte
er kvinder



5 LIGESTILLING MELLER KØNNENE



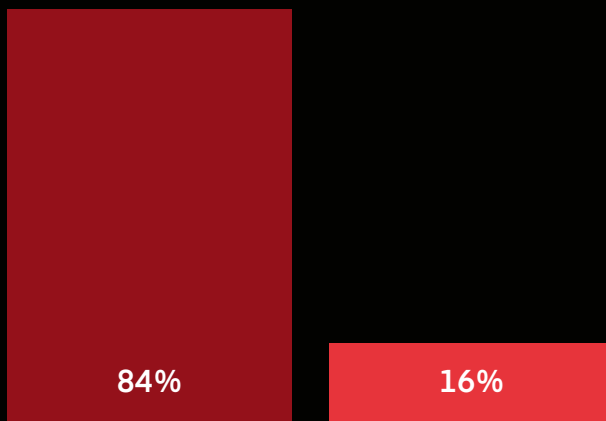
	Bestyrelse (GF-valgte)			Bestyrelse			Koncernledelse			Mellemledere		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Mænd	25	50	50	43	57	57	84	84	84	71	62	68
Kvinder	75	50	50	57	43	43	16	16	16	29	38	32

Udviklingen i kønsfordelingen i %.

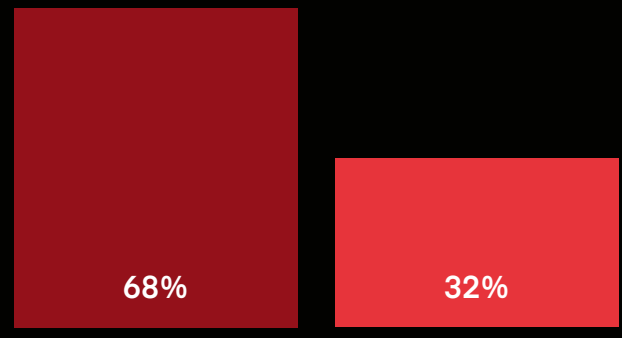
	2020	2021	2022
Mænd	57%	55%	53%
Kvinder	43%	45%	47%

Kønsfordelingen blandt ansatte i koncernen, eksklusive udenlandske datterselskaber og omdelere.

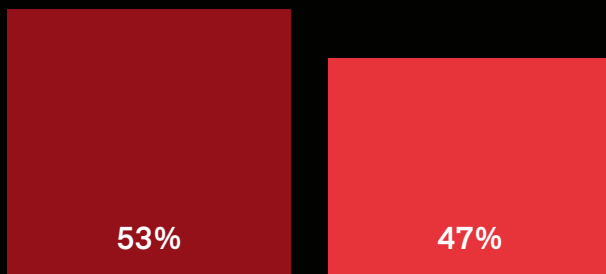
■ Mænd ■ Kvinder



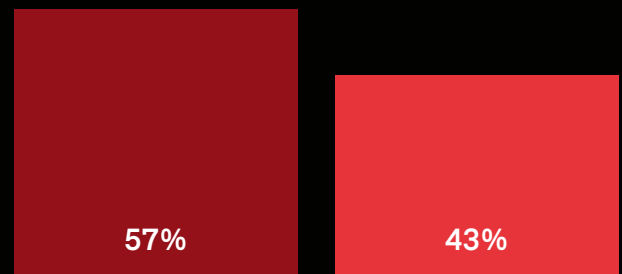
Koncernledelse



Mellemledere



Medarbejdere



Mediebestyrelsen



Ligestilling

Hos Det Nordjyske Mediehus ønsker vi at afspejle det omgivende samfund, og derfor vægter vi også diversitet i medarbejderstaben højt.

Vi tror på, at diversitet er en vigtig forudsætning for nytænkning og udvikling af vores virksomhed. Kompetencer er altid det afgørende parameter, når vi ansætter og forfremmer, men det er vigtigt for os, at alle, uanset livsanskuelse, etnisk baggrund, alder, køn eller seksuel orientering, får de samme muligheder.

I vores ligestillingspolitik forpligter vi os til årligt at måle på virksomhedens generelle kønsfordeling og kønsfordelingen på ledelsesniveau. For at understøtte en positiv udvikling og sikre en god balance mellem kønnene tilstræber vi, at begge køn er repræsenteret ved jobsamtaler. Dette gør sig gældende, både når rekrutteringen gennemføres af interne ledere i virksomheden og af rekrutteringsfirmaer. Dog vil alle stillinger blive besat på baggrund af kompetencer.

I koncernens selskaber har vi særligt fokus på at øge antallet af det underrepræsenterede køn på alle niveauer. Det betyder i praksis, at vi på lederniveau arbejder hen imod at øge repræsentationen af det underrepræsenterede køn til 50%. Det gør vi ved at tilstræbe, at lederjobbet er attraktivt for alle koncernens ledertalenter uanset køn, og at alle oplever de samme gode muligheder for udvikling og support i lederjobbet.

For at afspejle det omgivende samfund opfordrer vi desuden i koncernens stillingsopslag alle til at søge stillingerne, uanset personlig baggrund og orientering.

Status/udvikling af kønsfordeling i koncernen

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

I Det Nordjyske Mediehus har vi ikke konkrete måltal for kønsfordelingen blandt vores medarbejdere, men vi tilstræber en så ligelig fordeling som muligt, da diversiteten blandt vores medarbejdere er en vigtig katalysator for vores udvikling, succes og vækst.

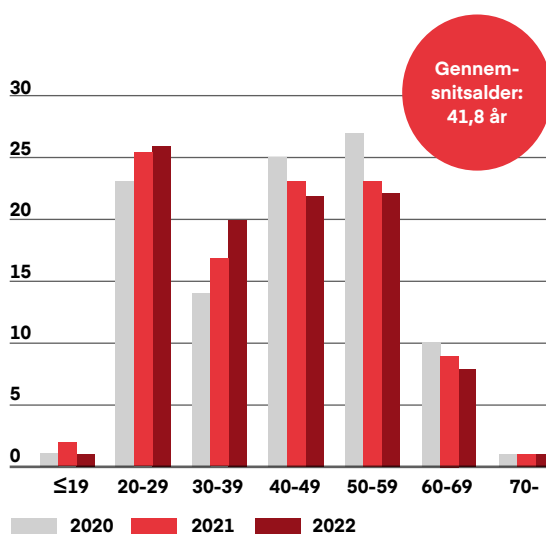
Gennem de seneste år har der været en positiv udvikling, og vi har reduceret forskellen mellem kønnene med 8 procentpoint, således at vi ved udgangen af 2022 næsten ikke kan tale om det underrepræsenterede køn. Fordelingen blandt mænd og kvinder i koncernen er nu 53% mænd og 47% kvinder.

Udviklingen i kønsfordeling i de øverste organisatoriske niveauer i koncernen

I 2019 blev der gennemført en organisatorisk ændring af ledelsesniveauer, hvor der blev etableret en koncernledelse og et mellemlederniveau. Derfor er sammenligningerne foretaget siden 2019. I koncernledelsen er der en kvinde og fem mænd.

I driftsbestyrelsen er fordelingen mere ligelig med to kvinder og to mænd, som er generalforsamlingsvalgte, og dertil kommer en kvinde og to mænd, som er medarbejdervalgte.

For mellemlidergruppen er der i løbet af 2022 sket et lille fald i andelen af det underrepræsenterede køn. Således udgør andelen af kvinder nu 32% og andelen af mænd 68%. Ændringen skyldes primært interne organisatoriske ændringer. Blandt nyansatte ledere i 2022 er der to kvinder og en mand.



Aldersfordeling i procent blandt ansatte ved Det Nordjyske Mediehus i 2020-2022. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR



Udvikling i aldersfordeling

Vi tror på mangfoldighed. Mangfoldighed giver os en bred viden, erfaring og muligheder for at tilgå vores opgaver på forskellig vis, så vi opnår den bedste og mest hensigtsmæssige løsning. Derfor tilstræber vi også at ansætte medarbejdere med forskellige baggrunde og i alle aldersgrupper.

I Det Nordjyske Mediehus har vi et ønske om at være bredt repræsenteret i alle arbejdsdygtige aldersgrupper. Ser man på aldersfordelingen for ansatte ved Det Nordjyske Mediehus, eksklusive omdelere og udenlandske datterselskaber, er fordelingen blandt medarbejderne blevet mere jævn hen over de seneste år.

Medarbejdere mellem ≤ 19 og 29 år udgør således nu 27%, medarbejdergruppen mellem 30 og 49

år udgør 42% og de sidste 31% udgøres af medarbejdere i alderen 50 til 70+. Denne udvikling afspejler sig også i vores gennemsnitsalder, som er faldet fra 45 år i 2020 til 41,8 år i 2022. Dermed er vi meget tæt på gennemsnitsalderen på landsplan, som ifølge Danmarks Statistik er 42,2 år.

Vi ved, at menneskers vilkår varierer i forskellige livsfaser og livssituationer, og vi ønsker at tilgodese vores medarbejdere i livets forskellige faser. Derfor har vi et ønske om, at vores politikker skal bidrage med rammer for vores medarbejders livsfasebestemte behov. Målet er på sigt at udarbejde en livsfasepolitik for at formalisere de mange gode tiltag, som vi allerede gør for at skabe udvikling, arbejdsglæde og balance mellem arbejdsliv og privatliv til gavn for den enkelte medarbejder og virksomheden.



Sygefravær

Som led i at være en attraktiv arbejdsplads er det Det Nordjyske Mediehus-koncernens mål at håndtere sygefravær i dialog og med et balanceret fokus på den enkeltes, teamets og organisationens behov. Vi ønsker en kultur præget af tillid og ordentlighed.

Vi betragter vores værdier, åbne, modige, passionerede og ordentlige, som vigtige byggesten til at forebygge sygefravær gennem god dialog og til at finde gode løsninger for såvel medarbejdere og virksomheden i tilfælde af sygdom.

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

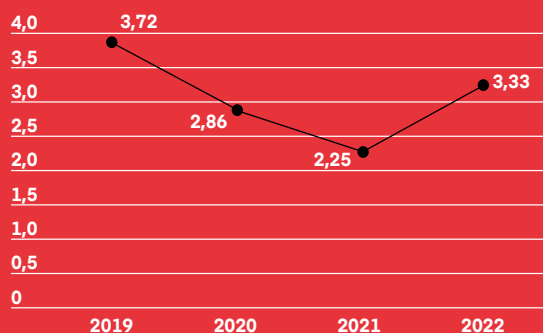
Vi tror på, at synlig og nærværende ledelse skaber større tillid blandt leder og medarbejder. Synlig og nærværende ledelse understøtter vi blandt andet ved at gennemføre 10 årlige 1:1-samtaler mellem den enkelte medarbejder og nærmeste leder. Samtalerne styrker dialogen og giver lederen bedre forudsætninger for at understøtte medarbejderens engagement og trivsel - og derigennem også forebygge arbejdsrelateret sygefravær. Vi arbejder kontinuerligt på at udvikle vores sygefraværskoncept og de seneste års øgede fokus på tidlig indsats og løbende dialog.

Et godt arbejdsmiljø og lavt sygefravær kræver en helhedsorienteret indsats med fokus på både det psykiske og det fysiske arbejdsmiljø. Derfor har vi også en stærk arbejdsmiljøorganisation, der arbejder aktivt for at skabe et fælles afsæt og et fælles fundament for indsatsen.

Arbejdsmiljøorganisationen sikrer blandt andet, at vores APV (arbejdspladsvurdering) revideres, når der sker ændringer på arbejdspladsen, der kan have betydning for arbejdsmiljøet. Ligeledes har arbejdsmiljøorganisationen en vigtig rolle i forbindelse med tilrettelæggelse og gennemførelse af vores årlige engagements- og trivselsmåling.

Sygefraværet for hele organisationen ekskl. om-

delere og udenlandske datterselskaber har siden 2019 generelt udviklet sig i en positiv retning. Hvor sygefraværet i 2019 lå på 3,72%, ligger vi i 2022 på 3,33%. I de mellemliggende år har sygefraværsprocenten været endnu længere nede, men har også båret præg af nedlukninger i samfundet, som naturligt gjorde, at risikoen for smitte og sygdom blandt kolleger blev minimeret. Det generelle fald kan primært forklares ved, at langtidssygefraværet er reduceret som følge af den tidlige indsats og løbende dialog. Vores mål for 2023 er, at sygefraværet ikke overstiger 3%.



Sygefraværsporcet fra 2019-2022. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR

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

Sociale- og sundhedsfremmende arrangementer

I 2022 har vi gennemført en række sociale- og sundhedsfremmende arrangementer blandt ansatte i Det Nordjyske Mediehus.

Vores mantra er, at "den bedste stilling er den næste stilling". Begrebet er opstået i forbindelse med vores uddannelsesforløb i arbejdsmiljø, hvor der blandt andet er fokus på at tænke bevægelse ind i vores hverdag, eksempelvis ved at gå en tur, afholde stående møder og tage trappen i stedet for elevatoren.

I arbejdet for at forbedre vores fysiske og mentale velbefindende deltog Det Nordjyske Mediehus igen i år i DHL Stafetten - i år med otte løbehold og ti gåhold. Ligeledes blev "Vi Cykler Til Arbejde" arrangeret af Dansk Cyklistforbund gennemført i maj med 47 deltagere, som alle cyklede på arbejde i stedet for at tage bil eller offentlig transport.



Hos Det Nordjyske Mediehus har vi en del medarbejdere under 30 år, eksempelvis studentermedhjælpere, der arbejder i forskellige afdelinger på lokationer rundt om i Nordjylland. Dem har vi samlet i en gruppe under navnet "young community", og for denne gruppe har vi i juni og oktober lavet arrangementer med både socialt- og fagligt indhold, så de kan lære hinanden at kende, dele viden og få et stærkt fællesskab.

I 2021 satte coronavirus en stopper for vores sommerfest, men i 2022 kunne den gennemføres, ligesom også vores årlige julefrokost blev gennemført. Begge arrangementer er med til at styrke fællesskabet både i og på tværs af afdelinger. Det samme gælder de medarbejderarrangementer, vi har holdt eksternt i samarbejde

med AaB, Aalborg Zoo og Aalborg Kongres & Kultur Center.

Vi vil også i 2023 gennemføre sociale- og sundhedsfremmende arrangementer, hvis formål er at fremme sundheden og styrke kulturen og fællesskabet på tværs af organisationen. Dermed skaber vi et stærkt fundament for at udvikle vores forretning og samfundet omkring os i tråd med fællesskabere-ånden. For, som nævnt i starten af denne rapport, at være fællesskabere i Det Nordjyske Mediehus handler om at ville fællesskabet. At turde anerkende at vi ikke alle kan det samme, men at alle kan bidrage med noget. At styrken i Det Nordjyske Mediehus netop ligger i at pulje kræfterne og trække på samme hammel gennem de gode relationer.



VORES ANSVAR FOR KLIMA OG BÆREDYGTIGHED

I Det Nordjyske Mediehus er det et afgørende parameter, at vi tænker klima og bæredygtighed ind i vores aktiviteter, produkter, arbejdsgange osv. blandt andet for at støtte op om flere af FN's verdensmål.

Distribution af aviser, pakker og breve er en transporttunge aktivitet og en stor kilde til CO₂-udledning. Derfor arbejder vi for at sikre det bedste miljømæssige set-up med henblik på at få det bedste energiregnskab. Vi arbejder løbende med at samkøre mest muligt og sikre den mest optimale kørsel, så vi minimerer kørte kilometer, og så spildkørsel bliver så minimal som muligt på hver eneste rute. Vores tiltag i 2022 betyder, at vi har sparet minimum en million kilometer i kørsel på vores morgentag.

Der arbejdes på tværs af landet mellem distributionsselskaberne på at skabe en systemløsning, der kan være med til at beregne vores CO₂-udledning pr. omdelt produkt, så vi med afsæt i den beregning kan sætte os yderligere mål for den samlede udledning i forbindelse med omdeling af produkter til postkasserne i Nordjylland. Her er en vigtig faktor også at sikre, at vi udnytter de køretøjer, vi dagligt har på gaden, mest optimalt ved at have noget med - både når der køres ud, og når der køres hjem igen.

Det Nordjyske Mediehus' distribution er også sammen med CoolRunner partnere i et projekt under Aalborg Kommune, hvor vi skal optimere på logistikken for omdeling i og omkring Aalborg by, herunder også mulige tiltag i forhold til den cirkulære økonomi. Et projekt, der skal udvikles og forventeligt implementeres i 2023.

Papirforbrug

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

Avispapir udgør den største del af vores leverandørs råvareforbrug i produktionen. For at minimere miljøbelastningen blev de trykte udgivelser i 2022 udelukkende produceret med miljøvenligt FSC-godkendt papir, der sikrer, at

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

Vi har som udgangspunkt et ønske om at begrænse vores miljø- og klimabelastning og bidrage til et bedre miljø og klima i det omfang, det er muligt.

På trods af en voldsom prisstigning på papir i 2022, har vi derfor prioriteret at fastholde brugen af det miljørigtige FSC-godkendte papir. I forlængelse heraf har vi indført et mindre miljøtillæg på vores print-produkter.

Papirforbrug til print i kontorvirksomheder er dog også en af de store kilder til CO₂-udledning. Da vi foruden at hjælpe miljøet også ønsker at sikre vores medarbejderes sundhed, er det besluttet, at det kun vil være muligt at printe på én etage, når vi flytter til vores nye domicil i foråret 2023. Herved nudges den enkelte medarbejder både til at tænke sig om en ekstra gang, inden der printes, og der kommer mere bevægelse ind i dagligdagen, fordi man skal gå længere, hvis man vurderer, at et fysisk print er nødvendigt.

TOTAL KG	2019	2020	2021	2022
Papir	5.271.852	4.498.025	4.402.948	3.723.430
Sort fv	59.954	47.035	33.453	33.555
Kulørt fv	63.335	51.677	38.788	42.048

Affaldssortering

Vi har i 2022 skærpet vores fokus på affaldssortering på alle lokationer i vores distribution og i vores pakkeri. Her deles affaldet op i følgende fraktioner: aviser, reklamer/magasiner, pap, plast og brændbart, og denne sortering skal naturligvis fortsætte fremover og eventuel opdeles endnu mere.





11 BÆREDYGTIGE BYER OG LOKALSAMFUND



13 KLIMA-INDSATS



7 BÆREDYGTIG ENERGI



7 BÆREDYGTIG ENERGI



Af hensyn til miljøet har vi desuden miljøstationer med affaldssortering (papir/pap og rest) på alle andre lokationer.

Vores mål for de kommende år er at affaldssortere i flere fraktioner på samtlige lokationer, hvor de primære mængder er papir, pap, plast og brandbart.

Energi

På grund af den ventede energikrise i vinteren 2022/23 har vi igangsat flere tiltag for at spare på energien på alle lokationer i Det Nordjyske Mediehus.

Vi har blandt andet skruet ned på mængden af julelys og tiden, de er tændt. Ligeledes opfordrer alle medarbejdere til at være opmærksomme på at slukke lys/lamper de steder, hvor lyset ikke automatisk tænder og slukker, at slukke tv-skærme i eksempelvis mødelokaler efter brug, låse (slumre) sin computer, når man går væk fra den og slukke computeren efter endt arbejde.

Når vi indgår aftaler om nye lejemål, er det vigtigt for os at sikre, at der er sikret lavt energiforbrug. Det kan eksempelvis være ved solfilm på vinduer, automatisk LED-belysning osv. Desuden tilpasser vi lejemålene, så vi ikke får tomme kvadratmeter, der skal varmes op. Disse krav har i allerhøjeste grad også gjort sig gældende i forbindelse med lejen af vores nye domicil i Aalborg, hvor vi flytter ind i 2023.

Samarbejde om genbrug

Det Nordjyske Mediehus har siden 2020 samarbejdet med Aalborg-virksomheden NordVirk, der har fokus på cirkulær økonomi og bæredygtighed. NordVirk aftager og genanvender brugt it-udstyr fra Det Nordjyske Mediehus.

Hos Ressource-Center Aalborg (RCA) indleverer vi omdelernes cykeltrailere, hvis de går i stykker. Cykeltrailerne repareres herefter af RCA. Hvis de ikke kan repareres, bruges stumperne som reservedele til andre trailere.

I forbindelse med flytningen til vores nye domicil i Aalborg, vil vi ligeledes sikre genanvendelse af al inventar fra vores tidligere domicil. Vi har indgået en aftale med en virksomhed, der tilbyder en ansvarlig og veldokumenteret take-back-løsning, hvor møblernes levetid forlænges i form af videresalg, genbrug, restaurering og donationer.

Verdensmålene

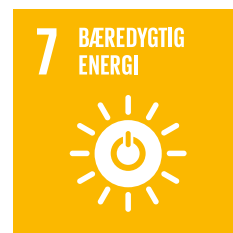
For at skabe en bedre verden skal vi kontinuerligt have fokus på Verdensmålene. Ikke bare internationalt. Ikke bare nationalt. Men også lokalt her i Nordjylland og i Det Nordjyske Mediehus.

Som du formentlig har lagt mærke til i denne rapport, er Verdensmålene tænkt ind i vores arbejde og meget af det, vi gør og står for.

Som nordjysk virksomhed kan vi ikke bidrage til samtlige Verdensmål. Det er verdens udfor-

dringer trods alt for store til. Som fællesskabere gør vi i stedet en stor indsats i forhold til de af Verdensmålene, vi som virksomhed kan påvirke.

Vi lykkes nemlig kun, hvis vi hver især bidrager med løsninger og skaber forandringer for en mere bæredygtig verden. Det ansvar er vi os fuldt bevidst, og derfor tænker vi Verdensmålene ind i de aktiviteter, vi allerede har og dem, vi skaber i fremtiden.





Mediehuset i Aalborg,
som vi i 2023 flytter ind i.