

**Vi er Nordjylland
og Nordjylland er os.
Vi skaber viden
og fællesskaber
mellem mennesker.**

Environmental, Social and Governance 2021

Lovpligtig redegørelse for samfundsansvar
samt kønsmæssig sammensætning i ledelsen
ifølge årsregnskabsloven



**Det — Nordjyske
Mediehus**

Vi er fællesskabere

FÆLLESSKABERE – ER EN TILGANG TIL SAMFUNDET OG VORES ARBEJDE I DET NORDJYSKE MEDIEHUS

Det ligger Det Nordjyske Mediehus stærkt på sinde at være fællesskaber i Nordjylland. Men at udfylde denne rolle sker ikke af sig selv. Det kræver, at den enkelte medarbejder i Det Nordjyske Mediehus tænker det at være fællesskaber ind i at gå på arbejde. Hver gang en af husets ansatte går ind ad en af mediehusets mange entrédøre for at passe sit job, skal det ske med en bevidsthed om, at man på arbejdspladsen har et ansvar for at bakke op om fællesskabere-tanken.

At være fællesskaber 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.

Vi ved, at medarbejdere og kolleger, der føler sig set og hørt og oplever mening i det daglige arbejde, leverer bedst. Vi ved, at tryk 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. For det gode eksempel har – som det dårlige – en smittende virkning, hvorfor det at være fællesskaber er et

mindset, en holdning til det at arbejde i Det Nordjyske Mediehus.

Fællesskabere-ånden går igen i vores relationer til mennesker uden for 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. 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 fællesskaber 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
Fællesskaber - er en tilgang til samfundet og vores arbejde i Det Nordjyske Mediehus...	2
Ansvarlig ledelse	4
SAMFUNDSANSVAR	6
Om Det Nordjyske Mediehus-koncernen	6
Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorrupsion og bestikkelse	7
Medieansvar og demokratisk rolle	8
Vi tager ansvar for debatten - også online	9
Mere for flere – betyder flere medier i mediehuset	10
Fællesskaber-aktiviteter	12
Socialt ansvar	14
Ansvarlig markedsføring	16
Dataetik	17
Ansvarlige investeringer	17
Økonomisk støtte	17
KLIMA OG BÆREDYGTIGHED	18
Papirforbrug	18
Affaldssortering	18
Samarbejde om IT-genbrug	18
Bygningsdrift	18
Distribution	19
MEDARBEJDERANSVAR	21
Kompetenceudvikling	21
Engagements- og trivselsmåling	24
Sexisme	25
Kontorfællesskaber	26
Ligestilling	26
Status/udvikling af kønsfordeling i koncernen	26
Udviklingen i kønsfordeling i de øverste organisatoriske niveauer i koncernen	28
Udvikling i aldersfordeling	28
Sygefravær	29
COVID-19	30
Sociale- og sundhedsfremmende arrangementer	30

Vores værdier

Vores værdier er: Modige, ordentlige, åbne og passionerede.

Vi er modige, fordi 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.

Vi er ordentlige, fordi vi sætter en ære i at behandle kunder, samarbejdspartnere, samfundet og hinanden på samme måde, som vi gerne selv vil behandles. 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.

Vi er åbne, fordi 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 vi forstår, at resultater skabes gennem inspirerende samarbejder.

Vi er passionerede, fordi 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.

Ansvarlig ledelse

Ansvarlig ledelse i Det Nordjyske Mediehus handler bl.a. om åbenhed, deltagelse og ligeværdighed i fællesskabet – alt sammen med afsæt i vores værdier, der rammesætter vores adfærd. Vi arbejder for en stærk VI-kultur på tværs af koncernen og ønsker at skabe begejstring, puls og aktivitet i alt, hvad vi foretager os.

På tværs af de fire ledelsesroller – strategisk ledelse, driftsledelse, personale- og teamledelse samt egen drift - sættes det personlige lederskab i spil. Det skal dels understøtte vores kultur og den kontekst, den enkelte leder er en del af.

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



Passionerede

Modige

Ordentlige

Åbne



VORES MISSION:

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

VORES VISION:

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



Samfundsansvar

Om Det Nordjyske Mediehus-koncernen

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

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, dagblade, lokalaviser, magasiner, podcasts og radio. 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 fællesskaber i Nordjylland.

Som mediehus har vi en særlig forretningsmæssig interesse i at fokusere på områder som ytringsfrihed og formidling, korruption og bestik-

kelse, arbejdsmiljø og sikkerhed. Det Nordjyske Mediehus har ikke opstillet langsigtede målbare resultater for samfundsansvar, men søger gennem interne politikker og retningslinjer at sikre en øget fokus på de beskrevne områder. Vi opstiller i vores Code of Conduct en række retningslinjer for ansvarlige forretningsaktiviteter, og alle har adgang til at se vores Code of Conduct, tidligere CSR-redegørelser og denne ESG-rapport 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 skabe værdi for samfundet og selskaberne i Det Nordjyske Mediehus, og denne redegørelse udgør en bestanddel af

ledelsesberetningen i Det Nordjyske Mediehus' årsrapport.

Respekt for menneskerettigheder og politik for antikorrupition og bestikkelse

Selskaberne i Det Nordjyske Mediehus 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 arbejdsrettigheder er stor.

I vores Code of Conduct er der udarbejdet ret-

ningslinjer 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 2021 ikke været tilfælde med brud på vores retningslinjer.

Der har i 2021 ikke været sager om brud på menneskerettigheder i koncernen.

Koncernen har i 2021 ikke haft sager om leverandører, ansatte eller lederes involvering i korrupsion eller bestikkelsessager.

Vi anser det ikke for at være en væsentlig risiko, at der vil ske overtrædelse af menneskerettigheder på koncernniveau, da koncernens forretningsaktiviteter 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.

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

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

I december 2021 har vi eksempelvis implementeret en whistleblowerpolitik, der giver interne og eksterne interessenter mulighed for anonymt at indberette grove personrelaterede hændelser, kritisable eller direkte ulovlige handlinger.

Medieansvar og demokratisk rolle

Som beskrevet i vores mission, er vi Nordjylland, og Nordjylland er os. Vi skaber viden og fællesskaber mellem mennesker. Vi oplyser, engagerer og inspirerer. Vi kan indtage den rolle, fordi vi dagligt er i kontakt med en meget stor del af nordjyderne. Hver uge er vi i kontakt med 578.000 læsere og lyttere, heraf 420.000 i Nordjylland. Det betyder, at vi når ud til 81 % af alle personer over 12 år i regionen. Med en frekvens på 4,7 betyder det, at

420.000 nordjyder i gennemsnit bruger et eller flere af vores medier 4,7 gange i løbet af en uge.

Op til kommunal- og regionsrådsvalget i november 2021 viste Det Nordjyske Mediehus, hvad det vil sige at være et moderne lokalt og regionalt medie, der tager ansvar for demokratiet.

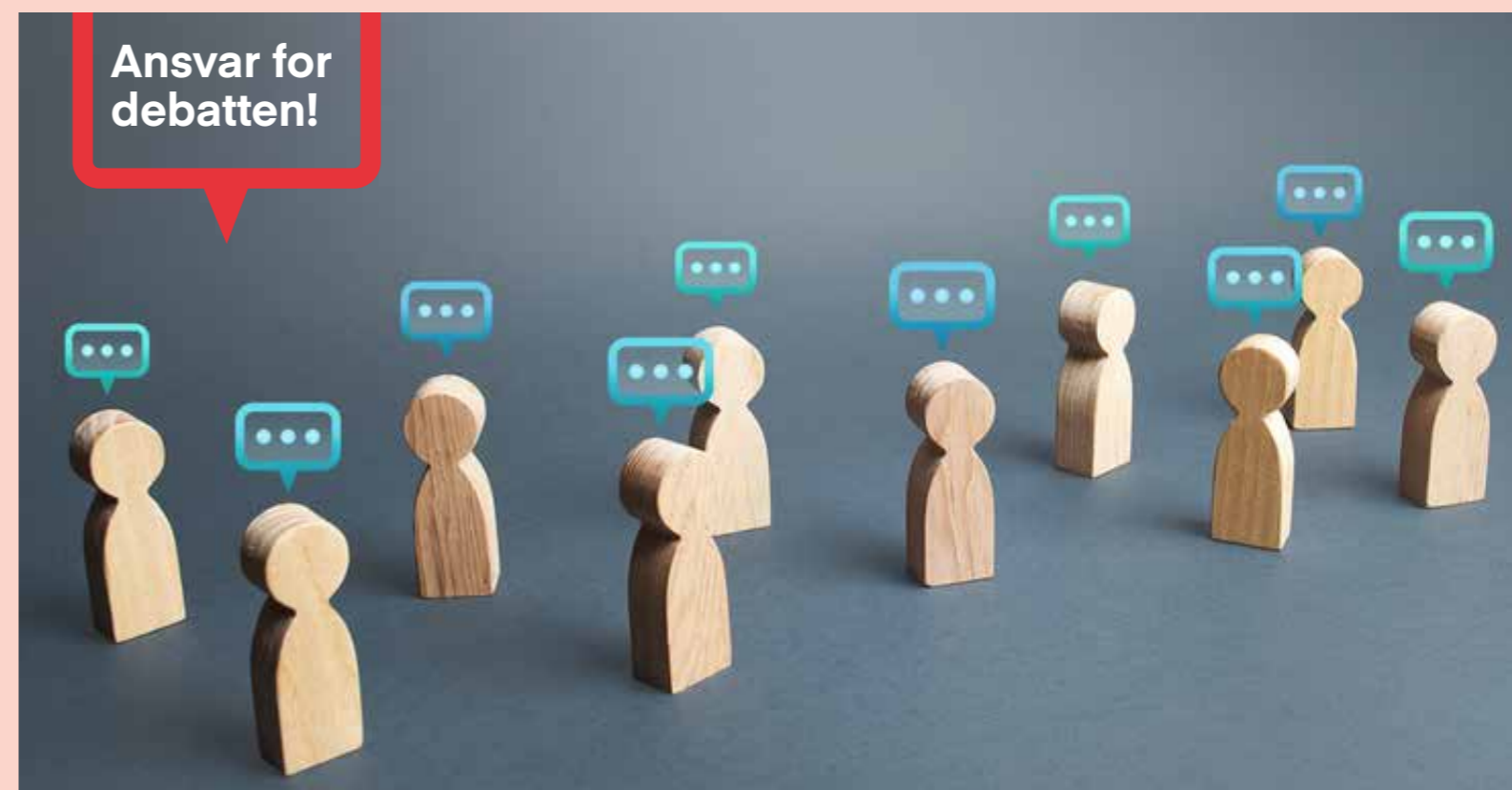
Nordjyderne får i dag deres nyheder og informationer fra mange forskellige platforme: lyd, papir, mobiltelefonen. Vi har en forpligtelse til at nå ud til så mange af dem som muligt, og derfor satte vi alle vores medier i spil.

Allerede i sensommeren kørte vi Nordjylland tyndt med en campingvogn, hvor borgere kunne få en snak med vores journalister om de kommende valg. Det blev til mange timers udsendelser på Radio Nordjyske om alle de udfordringer og ønsker, som optager nordjyderne ude i de enkelte samfund. Turen var arrangeret i samarbejde med Region Nordjylland og bidrog til at skabe opmærksomhed om valgene. Forhåbentlig var turen endda med til at få stemmeprocenten op.

I selve valgkampen arrangerede Det Nordjyske Mediehus valgmøder i alle kommuner. Vi kaldte dem "Det Omvendte Vælgermøde". Her var borgerne i centrum, og politikerne var med som observatører. Møderne var en succes, mange steder deciderede tilløbsstykker, og mange politikere sagde efterfølgende, at de gik fra møderne med nye erkendelser om borgernes behov. Alle De Omvendte Vælgermøder blev transmitteret direkte på nordjyske.dk og førte til flere nyhedshistorier.

Sideløbende har nordjyske.dk og Nordjyske Stiftstidende hver eneste dag i ugerne og månederne op til valget informeret om kandidaterne og deres politik, der er bragt hundredvis af debatindlæg fra både politikere og borgere, og vi har stillet en kandidattest til rådighed, hvor nordjyderne kunne finde ud af, hvilke af kandidaterne de var mest og mindst enige med. Lige så vigtigt har vi stillet kritiske spørgsmål til kandidaterne og bragt journalistiske afsløringer af kritisable beslutninger og embedsførelse. Det hører også med til at være et frit og uafhængigt mediehus, at vi påtager os rollen som offentlighedens vagthund over for de folkevalgte.

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. Det gør vi både i og uden for valgsæsonen. I 2021 satte vi også særligt fokus på minkforløbet, 3. Limfjordsforbindelse, den skæve kulturstøtte mellem hovedstad og provins samt en række socialsager. Med ANR ramte vi samtidig et yngre publikum, og programmet Morgenkøterne modtog den prestigefyldte Prix Audio som årets bedste morgenflade i Danmark.

Især digitalt fylder vi mere og mere i billedet. I 2021 blev nordjyske.dk det største nyhedssite målt på antal brugere i Nordjylland – foran dygtige konkurrenter fra alle de landsdækkende medier. Vores nye digitale erhvervsmedie Vigeur blev lanceret i september 2021 og har fra første dag oplevet stigende engagement, og virksomheder og offentlige institutioner bakker op ved at indgå partnerskaber med os. Sammen styrker vi fællesskaberne i Nordjylland, og det vil vi gøre endnu mere ud af i 2022 og årene frem.

I vores journalistik og på lederplads, hvor vi skriver vores holdning til aktuelle sager og begivenheder, er vi uafhængige af politiske og økonomiske interesser og personlige relationer. Vi er os selv og tager stilling fra sag til sag. Men vi er styret af koncernens værdier, og de er grundlaget

for både vores journalistik og vores holdninger. Vi arbejder desuden 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 presseskik, og vi har udbygget og præciseret dem yderligere. Se mere her: <https://nordjyske.dk/hjaelp/etik>

Det Nordjyske Mediehus tager altså ansvar for indholdet i vores medier, og vi er tilmeldt Dansk Pressenævn. I 2021 blev vi indbragt for pressenævnet i seks sager. Tre med frifindelse og dermed ingen kritik. Tre førte til kritik, heraf en for manglende forelæggelse, en for brug af foto og en for manglende afindeksering.

Vi tager ansvar for debatten - også online

Alle mediehusets kanaler på de sociale medier vokser, og mellem hver tredje og hver fjerde bruger engagerer sig i vores indhold, hvilket er en høj andel. Engagementet viser sig blandt andet i form af læserbreve til både vores printmedier og digitale medier; I 2021 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.

Debatten og dialogen, altså den demokratiske samtale, er altafgørende i et velfungerende demokrati. Det betyder ikke kun noget, at vi udgiver indlæg i avisen eller online. I en moderne medievirkelighed skal vi tænke meget bredere.

Derfor har vi i 2021 kørt en målrettet indsats på tværs af kommercielle og publicister for at styrke vores tilstedeværelse i de mange digitale nordjyske fællesskaber, hvor vi er vært. Desuden er en dybdegående forståelse af de digitale sociale spilleregler også en forudsætning for, at vi kan bevæge os fremad, både når det kommer til at kunne skalere driften af vores digitale tilstedeværelse og til vores ageren som innovativt mediehus. Hjørnestenen i arbejdet er dokumenterne "De 10 bud til god moderation", "Debathåndbogen" og "Kendetegn på sociale medier". Derudover er der udarbejdet en omfattende strategi og plan for det videre arbejde med SoMe i Det Nordjyske Mediehus. Allerede i indeværende år har projektet været med til at skabe både kvantitative og kvalitative resultater for vores digitale debat.

Vi er en del af den demokratiske infrastruktur. For samtalen og debatten er en uløselig del af et frit, demokratisk samfund. Sådan skal det også være fremover. Ligesom Det Nordjyske Mediehus på alle andre områder skal følge med tiden, så skal vi også rykke os, når det kommer til debat. For fortsat at have den position og rolle som nordjydernes debatplatform skal vi være dér, hvor brugerne er – online. Derfor har vi i 2021 udviklet en debathåndbog. Her præsenterer vi en klar strategi for og brugbare værktøjer til debatten og vores håndtering af den på alle de platforme, hvor vi deler indhold og interagerer med borgerne nu og i fremtiden.

Debat i SoMe-regi er ikke kun, når vi har lokalpolitikere til debat på et Facebook-livestream. Det handler også om, hvordan vi interagerer med læserne i kommentarsporene eller præsenterer en artikel på Facebook. Vi vil oprigtigt gerne have gode og skarpe debattråde på Facebook og Nordjyske.dk, men her skal vi være bevidste om, hvordan vi lægger op til debat, og hvordan vi modererer den. Det er vores mulighed – og pligt! – at sætte tonen og skabe rummet, hvor brugerne finder det naturligt at indgå i en meningsfuld debat fremfor hovedløst mudderkasteri.

For at kunne levere på netop dét, er det nødvendigt, at de medarbejdere, der arbejder direkte med debatten i SoMe-regi, har konkrete værktøjer og retningslinjer at arbejde med og ud fra. Derfor har vi udviklet håndbogen, hvor der blandt andet er guidelines til god delings-praksis, tone of voice-fif og de bedste moderationsværktøjer. Alle, der i løbet af en arbejdsdag skal håndtere vores digitale debat, skal altid vide, hvad de skal gøre. Man kan også finde de konkrete regler, der er for brugerne, på vores Facebook-sider og Nordjyske.dk. I håndbogen er de udførlige, mens de fremgår i forkortet og lettilgængelig udgave på de enkelte platforme. Brugere skal ikke være i tvivl om, hvad de må – og vi skal heller aldrig være i tvivl om, hvad det er, vi håndhæver. Derfor vil vi også i årene fremover vægte dette emne meget højt.

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.

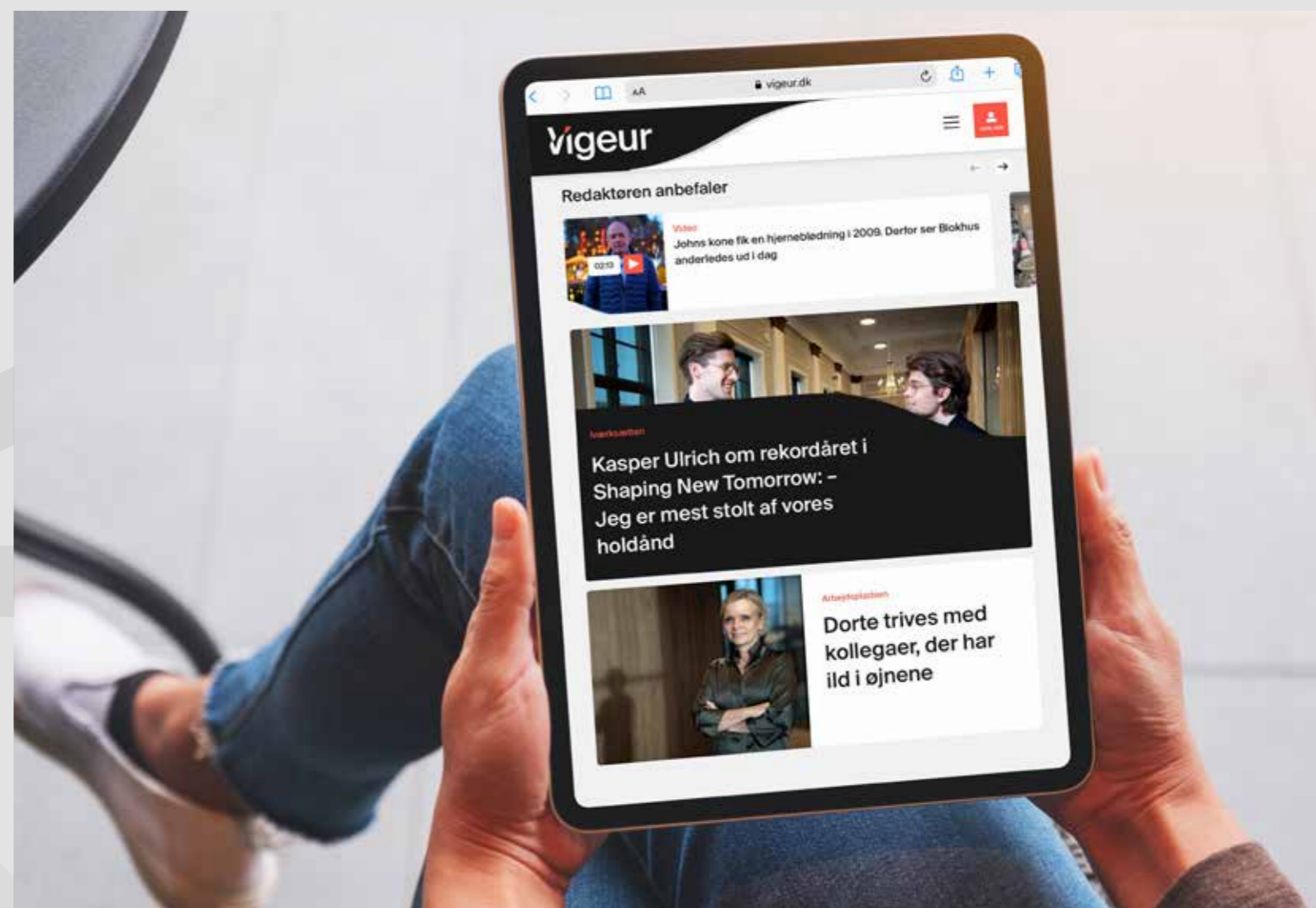
I 2021 skalerede vi vores "proof of concept" fra LigeHer.nu – Hjørring til at LigeHer.nu dækker hele Nordjylland i dag. Formålet er at bringe de nærlokale historier ud på de digitale kanaler og være nordjyske fællesskabere. Som LigeHer.nu skriver: "Vi hylder det lokale liv og dets helte."

Et andet medie, vi har lanceret i 2021, er Vigeur. Mediet er bygget ud fra den tese, at der ligger mange relationer og potentialer og venter i Nordjylland, og derfor har vi skabt en medieplatform, der kan styrke sammenhængskraften mellem ambitiøse, erhvervsaktive nordjyder fra alle sektorer, køn og alder – og der skal være med til at gøre vores landsdel stærkere. Redaktionen bag Vigeur kalder det "at sætte livet over bundlinjen".

Vores mål er, at vi også skal være mere for andre målgrupper. Derfor vil vi også fremover udvikle os på forskellige kanaler og områder.



» Vores mål er, at vi også skal være mere for andre målgrupper. Derfor vil vi også fremover udvikle os på forskellige kanaler og områder. «



Fællesskaber-aktiviteter

Det Nordjyske Mediehus har som ambition at være fællesskaber i Nordjylland. Fordi ingen kan alt, men sammen kan vi det hele. Det gælder internt i organisationen, men i endnu højere grad på tværs af landsdelen. Derfor er en vigtig del af nordjyske fællesskaber-begrebet de aktiviteter, der rækker ud af huset. Det kan være i form af samarbejder med eksterne partnere om fælles mål, understøttelse af eksisterende programmer, begivenheder enten i rollen som arrangerende eller deltagende eller det kan være som initiator

ved at bringe mennesker eller aktører sammen i nye eller genoptagne forbindelser. At være fællesskaber udmønter sig altså både i vores journalistik og vores aktiviteter. Det er, at vi bringer mennesker sammen om noget, der peger fremad.

I det følgende vises en række eksempler på ovenstående. Det er på ingen måde en komplet oversigt, da en meget stor del af Det Nordjyske Mediehus' aktiviteter har karakter af ovenstående i større eller mindre grad:



I en serie morgenmadsarrangementer, Business for Breakfast, samlede vi lokale erhvervsdrivende i Hjørring og Aalborg til et fagligt oplæg og netværk. Denne type arrangement vil også blive gennemført forskellige steder i Nordjylland i 2022.

Til lanceringen af vores nye erhvervsmedie, Vigeur, i september bragte vi 150 nordjyske beslutningstagere sammen til præsentationen, et fagligt oplæg og styrkelsen af relationer. Vigeur er desuden et medie bygget på ambitionen om at være fællesskaber. Eksempelvis er flere formater direkte designet til dette.

Sammen med AAU og Folkeuniversitetet holdt vi et læserarrangement med forfatter Anne Sofie Kragh og bogen om Mette Frederiksen's første år som statsminister.



Med "LIVE fra nordjydernes liv" har vi som mediehus fundet et greb, der når vores målgrupper. Vi har også fundet en model med agil produktion og målrettet distribution. Fra tidligere at dække enkeltstående begivenheder så som flytning af Rubjerg Knude Fyr og AaBs træningskampe, har vi nu fået bredt liveformatet ud til også at dække både håndbold, fodbold og ishockey, rekordforsøg i Zoo ved Stine Rex og talks med blandt andre Anne Sofie Kragh og Mette Frederiksen. På den måde dækker vi begivenheder, der ikke er store nok til at nå "de store" kanaler, men som nordjyder alligevel viser stor interesse i, og vi gør det selvfølgelig i tæt samarbejde med regionens sportslige og kulturelle fyrtårne.

Vi opbyggede også en ny, journalistisk serie med titlen 100 Nordjyske Fællesskaber. Her portrætterer vi nordjyder, der skaber eller aktiverer fællesskaber. Serien skabes på tværs af redaktioner, ligesom konceptet er skabt på tværs af fagkompetencer og afdelinger. Serien fortsætter de næste to år, altså frem til og med 2023.

Forfordelingen af kultur støtte var et journalistisk tema i foråret. Her bragtes aktører, debattører og politikere i spil i jagten på dels at afdække den skæve fordeling i national støtte, dels at skabe nye visioner for kulturelle fyrtårne og aktiviteter i Nordjylland. Vi afholdt en debat på Kulturmødets hovedscene om emnet.

I forbindelse med kommunal- og regionalvalget bragte vi nordjyske vælgere og politikere sammen på flere måder: I De Omvendte Vælgermøder bragte vi på hvert møde et par vælgere i centrum og lod dem være udgangspunktet for en debat med de lokale spidskandidater. Ambitionen var at politikerne i højere grad skulle spørge og lytte. Møderne besøgte alle 11 nordjyske kommuner og regionen og var debat 'bragt ud'. De afholdtes nemlig i frokostpausen på lokale arbejdspladser og institutioner, som på forskellig vis var aktuelt for centrale temaer i valgkampen.

Radio Nordjyskes Den fjerde Limfjordsforbindelse rejste rundt blandt nordjyske borgere og politikere hen over tre måneder op til valget. Alle kommuner blev besøgt og rundturen sluttede hos Region

Nordjylland, som også var samarbejdspartner på turen.

Forud for valget lagde vi hus til et 'God Kamp'-arrangement afholdt af Constructive Institute. Det bragte journalister fra de største nordjyske medieaktører sammen og gav inspiration til at dække valgkampen med konstruktiv journalistik.

Ved demokratifestivalen Demokratiets Genklang stod vi for at indsamle spørgsmål digitalt moderatøren af den digitale del af debatten og deltagelse i paneldiskussioner.



Radioen afholdt intimkoncerter med Hugo Helvig. Her kunne et publikum bestående af radiovindere og inviterede opleve et af tidens populære navne i en koncert, hvor man kom lidt tættere på både fysisk og i historiefortællingen.

Vi var en del af Cold Hawaii Games og Water Festival, hvor vi tilbød muligheden for at dyste mod en professionel SUP boarder.



Fremover vil vi byde på endnu flere aktiveringer af nordjyske fællesskabere, hvor vi i nye konstellationer vil skabe nye relationer som en naturlig del af vores daglige tilstedeværelse i Nordjylland. Eksempelvis med vores nye medie Vigeur, hvor vi vil bringe ambitiøse Nordjyder sammen på tværs af uddannelser og jobforhold. Eller i vores engagement i der store festlige nordjyske begivenheder.

Vi vil i 2022 også byde erhvervslivet og borgere indenfor på vores nye lokationer i Hobro og Thisted. Det gør vi blandt andet gennem events, som vi målretter mod henholdsvis erhvervslivet og borgerne, og hvor vi gennem forskellige tiltag markerer os som fællesskabere i de to byer.

I forbindelse med Tall Ships Races (TSR) 2022 lader vi 11 unge ambassadører for Nordjylland påmønstre skibe, der deltager i sejladsen. De bliver en del af besætningen og møder dermed andre kulturer ombord. Som vores ambassadører er deres opgave, at de undervejs skal udbrede kendskabet til Nordjylland og samtidig berette om turen gennem forskellige medier under Det Nordjyske Mediehus.

Socialt ansvar

Hos Det Nordjyske Mediehus har vi en bred palette af jobmuligheder. Vi tager socialt ansvar, hvilket blandt andet kommer til udtryk ved at give en håndsækning til de mennesker, der står uden for arbejdsmarkedet og ligeledes dem, der skal hjælpes ind på arbejdsmarkedet.

I løbet af 2021 har Det Nordjyske Mediehus deltaget i en række job- og karrieremesser. Vores fokus ved deltagelsen har været at udbrede kendskabet til Det Nordjyske Mediehus' mange jobmuligheder og rekruttering af nye medarbejdere. Deltagelsen på messerne har muliggjort, at vi har kunnet være mere synlige ude på eksempelvis uddannelsesinstitutionerne, og at vi gennem dialog er kommet mere i øjenhøjde med potentielle kommende medarbejdere.

For at fortælle om de mange jobmuligheder i Det Nordjyske Mediehus vil vi fortsætte vores employer branding-indsats på forskellige medieplatforme, og for at gøre det let at søge job i Det Nordjyske Mediehus vil vi i 2022 tage et nyt rekrutteringsmodul i brug via vores hjemmeside.

Rekrutteringsmodulet er et datadrevet og brugervenligt rekrutteringssystem, hvorigennem kandidater let kan uploade ansøgning, cv osv., og desuden vil systemet også hjælpe os til at forbedre kommunikationen med den enkelte kandidat.

Når vi ansætter nye medarbejdere, vil vi fortsætte med at have fokus på pre- og onboarding, så vi på bedste vis og hurtigst muligt integrerer nye medarbejdere.

I Det Nordjyske Mediehus har vi også valgt at påtage os en rolle i forhold til unges uddannelse og uddannelsesvalg.


Derfor tilbyder vi praktikantstillinger, elevstillinger og tilbud til studerende, som skriver bachelor eller kandidatprojekt. For studerende på længevarende uddannelser tilbyder vi at være emne i forhold til projekt-skrivning, eksempelvis for studerende på Aalborg Universitet (AAU) og studerende på University College Nordjylland (UCN).

Vi tilbyder også fortsat "Student Innovation Programme" for studerende, der skriver speciale. Hvert år er der plads til i alt 10 studerende, som også tilbydes tilskud til studierejser.

Vi har også en række stillinger til studentermedhjælpere fordelt på flere forskellige afdeling, så vi kan give de studerende et indblik i, hvad deres uddannelse kan føre til, og så de kan få en seriøs erhvervs erfaring, som kan skrives på et CV. I 2021 havde vi 70 studentermedhjælpere fordelt på vores mange afdelinger, og dette niveau vil vi forsøge at fastholde i 2022, 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) og Syddansk Universitet SDU. I 2021 har vi ansat 9 praktikanter: 8 fra DMJX og 1 fra SDU. Praktikanterne tilknyttes praktikvejledere og får en praktisk uddannelse i journalistik, hvor de lærer at håndtere de forskellige journalistiske genrer.

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. For at give eleverne et indtryk af dagligdagen på en journalistisk arbejdsplads, byder vi fire gange om året et antal folkeskoleelever indenfor på vores redaktion. Her følger de et nøje planlagt program, så de både får informa-



» Vi tager socialt ansvar, hvilket blandt andet kommer til udtryk ved at give en håndsækning til de mennesker, der står uden for arbejdsmarkedet og ligeledes dem, der skal hjælpes ind på arbejdsmarkedet. «

tion om forskellige aspekter af faget, men også selv får lov at prøve kræfter med konkrete opgaver. Konceptet for afviklingen er et nyt koncept, som første gang blev afviklet i oktober 2021. Efterfølgende blev et spørgeskema udsendt til alle erhvervspraktikanterne, og der var 100% enighed om, at "erhvervspraktikken har hjulpet mig, så jeg nu kan sige, at jeg måske gerne vil være journalist eller at jeg ikke vil være journalist". Vi ser frem til at byde endnu flere erhvervspraktikanter velkommen i 2022..

I forhold til undervisning i medier og kommunikation, har vi i 2021 opdateret vores eksisterende skoleindsats, så det i højere grad kan tilbydes som en digital medieworkshop til grundskolens ældste klasser.

Vi har desuden 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.

I Det Nordjyske Mediehus' distribution tilbyder vi fritidsjob til en meget bred gruppe mennesker – alt fra grundskoleelever og universitetsstuderende til pensionister. Vi kan således se, at alderen på de ansatte spænder fra 13 år til 86 år.

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 2021 leveret cirka 46.000 pakker.

I sommeren 2021, hvor mange danskere valgte at holde ferie i Danmark på grund af coronapandemien, iværksatte vi i samarbejde med det nordjyske erhvervsliv projektet "En Særlig Sommer", hvor vi blandt andet i vores lokalaviser gav nordjyder og turister i Nordjylland inspiration til, hvad

Nordjylland tilbyder af oplevelser, attraktioner, aktiviteter osv. Dette var ikke blot tænkt som en service i forhold til den enkelte læser, men havde også til hensigt at bidrage til at holde gang i hjulene hos erhvervsdrivende i vores lokalsamfund.

Som afslutning på året valgte vi i 2021, at året julegave skulle gives, ikke blot til gavn for vores medarbejdere, men også til gavn for et trængt erhvervsliv. Årets julegave blev derfor et landsdækkende gavekort fra brancheorganisationen Danmarks Restauranter og Cafeer (DRC). Med gavekortene støtter vi branchen direkte med et økonomisk boost, og det garanteres, at pengene til gavekortene forbliver i oplevelsesbranchen og ikke ender i andre led – en naturlig opgave for os som fællesskabere.

Ansvarlig markedsføring

I al markedsføring holder Det Nordjyske Mediehus og datterselskaber sig inden for markedsføringslovens paragraffer. Det vil sige, at der altid udvises god markedsføringsskik i forhold til markedsføringsloven, der slår fast, at man ikke må foretage handlinger, som strider mod god markedsføringsskik, og at markedsføringsaktiviteter er lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige.

Vi har i Det Nordjyske Mediehus fra starten tilsluttet os Rettighedsalliancens annoncekodex, som er et initiativ, der er startet i 2017 af Kulturministeriet. Formålet med annoncekodexet 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. Desuden deler Rettighedsalliancen løbende en opdateret liste over internetsider, der tilbyder ulovlige tjenester – vi har hos os implementeret procedurer, så disse blokeres med det samme, når vi modtager dem.

Vi arbejder målrettet for at sikre høj kvalitet i de annonceplaceringer, vi tilbyder vores annoncører. Det er samtidig vigtigt for os, at læserne oplever et balanceret medie, med så høj en grad af relevans for læserne i vores region som muligt, og hvor helheden i læseoplevelsen er i højsædet. Det



Dataetik

Det Nordjyske Mediehus A/S er dataansvarlig for og behandler de oplysninger, vores kunder giver os, eller som vi indsamler om vores kunder. Vi er alle bevidste om, at samtlige kundeoplysninger skal behandles med respekt for oplysningernes fortrolighed og for kundernes privatliv.

Vi har desuden en bevidsthed om, at personoplysninger bruges ansvarsfuldt med respekt for kundernes privatliv og selvfølgelig så den til enhver tid gældende databeskyttelseslovgivning overholdes, herunder Databeskyttelsesloven og Databeskyttelsesforordningen. Vi er dog bevidste om, at dataetiske hensyn er mere end bare overholdelse og efterlevelse af lovgivningen.

Vi er i gang med at formulere vores dataetiske retningslinjer i en politik for dataetik, og indtil den er klar og implementeret (i 2022) mener vi, at vores privatlivspolitik, IT-sikkerhedspolitik samt den løbende fokus på disse emner blandt alle medarbejdere gør det sikkert for vores kunder at dele data med os.

Det kan eksempelvis være i forbindelse med, at kunder benytter vores digitale tjenester, har et abonnement hos os, har tilmeldt sig nyhedsbreve, notifikationer eller arrangementer, bruger tjenester på sociale medier og/eller accepterer brug af cookies.

Ansvarlige investeringer

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

Økonomisk støtte

Aalborg Stiftstidendes Fond, som ejer 93,25 % af aktierne i koncernen, engagerer sig også socialt og samfundsmæssigt. Siden 1967 har Aalborg Stiftstidendes Fond uddelt legater til 744 studerende. I 2021 var fonden desværre nødt til at aflyse legatuddelinger, da de færreste studierejser kunne gennemføres på grund af rejse- og indrejserestriktioner under coronapandemien. Som et plaster på såret og som tak for ansøgningerne sendte vi en gave til de ansøgere, som kunne være kommet i betragtning, hvis legaterne blev uddelt. Eftersom det er andet år i træk, fonden må aflyse legaterne på grund af coronapandemien, vil fonden i 2022 forhøje hver legatportion fra 10.000 kroner til 15.000 kroner. I maj 2022 vil 10 studerende modtage et legat til en studierejse.

Det Nordjyske Mediehus valgte i forbindelse med julen i 2021 at donere kr. 5000 til Dansk Folkehjælps julehjælp. Denne hjælp går til enlige forsørgere til at kunne holde juleaften for deres børn. Samtidig donerede vi 5000 kroner til Headspace. Headspace er et gratis og uforpligtende tilbud til børn og unge mellem 12 og 25 år om nogen at tale med, enten ved fysisk fremmøde på afdelingerne i Aalborg og Hjørring eller via chat.

Det Nordjyske Mediehus støttede i 2021 desuden: Familier med kræftramte børn med 3000 kroner, Danske Hospitalsklovne med 6.000 kroner og Julemærkemarchen med 1150 kroner.

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.

Klima og bæredygtighed

Papirforbrug

I en medievirksomhed som Det Nordjyske Mediehus med udgivelse og distribution af aviser har virksomheden væsentlige risici ift. miljø og klima. Her er den miljøvenlige risiko papirforbrug, forarbejdning og CO2.

Avispapir udgør den største del af vores leverandørs råvareforbrug i produktionen. For at minimere miljøbelastningen blev de trykte udgivelser i 2021 udelukkende produceret med miljøvenligt FSC-godkendt papir, som 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.

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. Da avispapir udgør den største del af råvareforbruget i vores produktion, vil vi derfor fremover minimere vores forbrug. Hvis vi måtte have et unødigt forbrug af papir eller energi, kunne det have konsekvenser for miljøet.

Det Nordjyske Mediehus' papir- og farveforbrug er faldet siden 2018:

TOTAL KG	2018	2019	2020	2021
Papir	5.879.079	5.271.852	4.498.025	4.402.948
Kulørt fv	68.930	63.335	51.677	38.788
Sort fv	66.603	59.954	47.035	33.453

Affaldssortering

Vi har i 2021 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.

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

Samarbejde om IT-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.

Bygningsdrift

Det Nordjyske Mediehus tager som udgangspunkt højde for mindst mulig klimabelastning, når der foretages investeringer og/eller vedligeholdelse.

I 2021 har vi lejet os ind i et nybyggeri på Kystvejen i Nørresundby, hvor dele af vores pakkeri er flyttet hen. Investering i nyt sorteringsanlæg betyder, at mange tunge løft kan undgås, fordi de i stedet foretages af maskineriet under sorteringen.

Endnu et nybyggeri på Kystvejen i 2022 kommer til at huse vores distribution, og i den forbindelse vil vi stille krav om en grøn profil, eksempelvis med solceller på taget, LED-lys i bygningen og med el-ladestander på p-pladsen. Vi vil desuden have fokus på temperatur, så indeklimaet bliver optimalt.

I foråret 2023 står vores nye domicil, Mediehuset, klar ved havnefronten i Aalborg. I den forbindelse stiller vi krav til ejerne og os selv om bæredygtige- og arbejdsmiljømæssige løsninger. Ikke kun i tilblivelsen af Mediehuset, men også i den fremtidige brug og løbende optimering af husets ressourcer og forbrug af energi. I samarbejde med eksterne partnere vil vi løbende måle på husets udnyttelsesgrad, fordeling af varme og nyttig eller unødig nedkøling af lokaler. Dette vil ske via sensorer, som registrerer lokalernes brug, deres temperatur, eventuelt træk og støjniveau, og dermed kan vi løbende optimere lokalerne til glæde for brugerne – og samtidig undgå unødigt energispild ved opvarmning/nedkøling af lokaler. I forhold til bæredygtighed og genanvendelse har Det Nordjyske Mediehus samtidig kravspecificeret husets indretning, så der løbende forsøges at



inddrage og udnytte overskudsmaterialer eller spildmaterialer fra andre brancher/byggerier, som kan indgå i husets indretning.

Det Nordjyske Mediehus ejer også selv bygninger, der huser flere af vores forretningsaktiviteter, og i forbindelse med løbende vedligeholdelse og istandsættelse af bygningerne tilstræbes forbedringer af bygningernes miljømæssige belastninger.

På Langagervej 1 har vi udskiftet langt de fleste lyskilder til LED fra Greenlight, ligesom vi også har installeret rumfølere, så lyset tænder, hvor der er bevægelse, og slukker af sig selv, når der ikke er.

Det er vores mål frem mod 2023, at samtlige lyskilder på Langagervej er udskiftet til LED. Dermed forventer vi at spare mindst 70% på elregningen.

På vores udendørsarealer på Langagervej 1 har vi omdannet cirka 1/4 af de grønne græsområder til bede med vilde blomster til gavn for blandt andet sommerfugle og bier.

For at spare brændstof har vi fortsat el-drevne robotplæneklippere til at slå de store græsarealer.

Transport

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. Eksempelvis vil vi, hvis vores vognpark skal udvides, og når det er muligt, fortrinsvis investere i eksempelvis el-ladcykler, el-scootere og el-løbehjul.

Vi har desuden arbejdet på at beregne de mest optimale ruter, så spildkørsel bliver så minimal som muligt på hver rute.



Medarbejderansvar

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 i de brancher, vi repræsenterer.

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 på tværs af faggrænser i virksomheden.

Kompetenceudvikling sker både gennem eksternt og intern uddannelse, og vi har stort fokus på såvel formel som uformel læring. En del af kompetenceudviklingen er gennemført via kurser med interne undervisere, ligesom vi også benytter os af en 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, stiller det 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 medarbejderes viden og kompetencer indenfor IT-sikkerhed. Kurset er samtidig lagt ind som en integreret del af vores onboarding-program, så vi styrker vores medarbejderes viden om IT-sikkerhed allerede fra jobstart. Læringsformen vil i 2022 ligeledes danne rammen for et kursus for alle medarbejdere, så vi sikrer at kompetencerne opretholdes.

I 2021 har der været en kraftig stigning i antallet af uddannelsesaktiviteter for den samlede personalegruppe. Eksempelvis har vi for den samlede medarbejdergruppe tilbudt opkvalificering i brugen af LinkedIn med både et grund- og et udvidet kursus. Det har styrket medarbejdernes digitale kompetencer og samtidigt styrket branding af koncernens medarbejdere.

For at sikre, at vi kontinuerligt bliver pirret til at være nysgerrige på, hvordan vi som mediehus kan udvikle os, har vi også sat ekstern inspiration til alle i system. Det betyder, at vi har haft talere på besøg, eksempelvis Lars Silberbauer fra IOC, der talte om den globale medieinnovation, Michael Nørager, ph.d. og lektor i innovation og forandringsledelse på Århus Universitet, der gav inspiration til innovative måder at samarbejde på og ledelsesrådgiver, forfatter og foredragsholder Pia Hauge, der fortalte om, hvordan man undgår kontorkoma under transformation, og hvordan nye arbejdsformer kan give god kontorkarma.

Arbejdet med input og provokationer fra atypiske sider kommer til at fortsætte, både på ledelsesniveau og medarbejderniveau, fordi det er nødvendigt, hvis vi skal kunne bevæge os fremad i et mediebillede, der er mere volatilt end nogensinde før.

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 fo-

tografering. 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. Afledt heraf er der udviklet et redskab, "Vector", som giver et dynamisk billede af forbedringer og udviklingsmuligheder. På redaktionen har vi i 2021 også været i gang med at opbygge og indføre et nyt redaktionelt system, så vi udnytter fordelene ved at arbejde digitalt. Arbejdet fortsætter i 2022, selvfølgelig med fokus på alle medarbejdere, som skal anvende systemet.

Trods Corona har vi i 2021 i lighed med forrige år også 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 kan lede deres medarbejdere gennem forandringer. Dette er suppleret med, at alle ledere har fået indsigt i egne præferenceprofiler via værktøjet Myers-Briggs Type Indicator, og med baggrund heri også indsigt i flere af deres kollegaers præferencer. Det er et godt udgangspunkt for øget mellemmenneskelig forståelse og optimering af team-præstationer.

I 2021 er der ligeledes igangsat et uddannelsesforløb, Forandringsagenten, for udvalgte medarbejdere, hvis opgaveportefølje kræver, at de skal gennemføre diverse projekter uden at have en lederkasket. Uddannelsesforløbet, der fortsætter i 2022, skal styrke dem i projektlederrollen.

Som medarbejder i Det Nordjyske Mediehus ved vi alle, at vi skal ud for at skabe relationer. Det kan vi kun gøre gennem aktiv deltagelse i diverse netværk og aktiviteter. Derfor har vi haft stort fokus på at møde op i de netværk, der måtte være relevante for os og måske også komme lidt længere ud. Således har vores konceptchef for eksempel været på AAU Business Model Conference for at fortælle om vores innovationsarbejde, og vores ansvarshavende chefredaktør har meldt sig på Team Rynkeby i 2022.

Endelig har alle, som følge af corona-pandemien, fået et digitalt kompetenceløft i forhold til at kunne møde kunder, kilder og kolleger virtuelt på forskellige platforme.





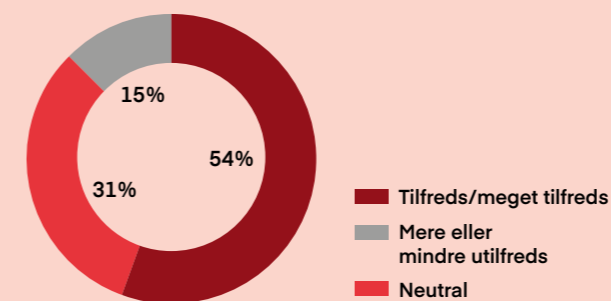
Engagements- og trivselsmåling

Da vi er en medievirksomhed i en branche i stor transformation, er de væsentligste risici utryghed og stress. Konkret arbejder vi aktivt og i dialog med medarbejderne på at have et godt fysisk og psykisk arbejdsmiljø. Dialogen foregår dels i arbejdsmiljøorganisationen og dels i den daglige ledelse.

I Det Nordjyske Mediehus tror vi på, at medarbejderne er vores vigtigste aktiv. At være en attraktiv arbejdsplads er derfor en del af vores strategiske ambition. Gennem nærværende ledelse skaber vi et arbejdsmiljø præget af høj trivsel, faglighed og kompetence. Til at understøtte dette, implementerede vi i 2020 et digitalt og datadrevet værktøj, Peakon, til måling af vores medarbejders engagement og trivsel. Værktøjet understøtter en stærk feedback og læringskultur. Det er desuden med til at skabe større sammenhængskraft mellem ledere og medarbejder og til at sikre en hyppigere dialog.

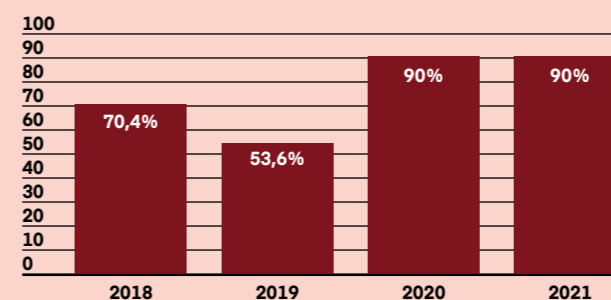
I 2021 gennemførte vi vores anden måling via det nye værktøj. Som noget nyt i 2021 blev engagements- og trivselsmålingen gennemført i den samlede koncern. Det vil sige, at den også blev gennemført i Sverige og ikke kun i Danmark, som var tilfældet i 2020. I alt har 558 medarbejdere derfor haft mulighed for at afgive deres score og kommentere ind på forskellige emner relateret til deres engagement og trivsel på arbejdspladsen.

Koncernen havde i lighed med 2020 en målsætning om at ligge i top-25% med alle de virksomheder, vi benchmarker os med. Vi nåede målet med en eNPS score på 38, som placerede os solidt i top-25%-segmentet, som ligger fra 27-50. Fordelingen mellem tilfredse/meget tilfredse (score 9-10), neutrale (score 7-8) og mere eller mindre tilfredse medarbejdere (score 0-6) fordeles sig som vist på næste side:



90 procent af alle medarbejdere deltog i målingen i 2021, hvilket er en flot fastholdelse af sidste års resultat.

Grafikken herunder viser udviklingen i deltagerprocenten:



Tal fra trivselsundersøgelse i 2018, APV-måling i 2019 og Engagements- og trivselsmåling i 2020 og 2021. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR

Den fortsatte høje deltagerprocent indikerer, at medarbejderne oplever værktøjet som et godt redskab til at understøtte den løbende feedback- og læringskultur - en væsentlig faktor på en attraktiv arbejdsplads. Medarbejderne føler sig hørt.

På baggrund af målingens resultater udarbejder de enkelte ledere i samarbejde med medarbejderne handlingsplaner for deres afdelinger. Herigennem sikres, at målingerne bliver et dynamisk værktøj, der bruges aktivt i hele organisationen året rundt og bidrager til udvikling og styrkelse af organisationen.

Vores mål for 2022 er at fastholde engagement og trivsel blandt medarbejderne og at styrke indsatsen på de fra undersøgelsen udpegede fokusområder. Desuden er vores mål, at vi fortsætter med at være i top-25% blandt de virksomheder, vi benchmarker os med, og at vi fastholder den høje deltagerprocent.

Sexisme

Vi har i Det Nordjyske Mediehus altid været bevidste om vores medarbejderansvar, og 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 og diskrimination.

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 de 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.

Mediebranchens parter gik i 2020 sammen om at udforme et fælles kodeks til forebyggelse af seksuelle krænkelser på arbejdspladsen. Dette kodeks tilsluttede vi os naturligvis, og det er fortsat en inkorporeret del af vores adfærdspolitik.

Som tidligere nævnt har Det Nordjyske Mediehus Koncernen i december 2021 etableret en whistleblowerportal, der giver mulighed for indrapportering af potentielle uregelmæssigheder; herunder også grove overtrædelser af vores adfærdspolitik. Vi opfordrer dog medarbejderne til at disse forhold i første omgang løses ved, at

man henvender sig til sin nærmeste leder eller leder på højere niveau, som det er beskrevet i vores adfærdspolitik.

Kontorfællesskaber

I Det Nordjyske Mediehus vil vi som nævnt være "fællesskabere". Dette med afsæt i, at alle kan noget, og at vi sammen kan det hele. Vi ønsker, at vores fysiske placering og tilstedeværelse skal signalere synlighed, åbenhed og dynamik – et miljø med puls, sammenhæng og samarbejde på tværs. For at understøtte det, har vi en målsætning om, at 80% af vores medarbejdere skal arbejde i kontorfællesskaber. Gennem disse fællesskaber skaber vi en fælles kultur på tværs af faggrænser, flere sociale og faglige relationer, bedre samarbejde og mere videndeling. Vi kalder det PubComTech.

For at skabe de optimale rammer for vores medarbejdere, så omgivelserne samtidig bliver en kilde til produktivitet og innovation, har vi et kontinuerligt fokus på, hvad der skal til for at skabe balance mellem vilkår, trivsel og produktivitet. Vi fokuserer på det fysiske såvel som det psykiske arbejdsmiljø. For at sikre den bedste atmosfære har vi bl.a. opsat akustikplader, der samtidig er designet i henhold til retningslinjerne for vores nye brandingkoncept. Det understøtter identitetsfølelsen til virksomheden. Ligeledes er der sikret mulighed for stillerum, når der skal arbejdes koncentreret. For at understøtte medarbejdernes trivsel og læring i at arbejde i kontorfællesskaber, har vi ligeledes afholdt fyraftensmøder med fokus på "meningsfulde relationer" og "arbejde i storrumskontor", der bl.a. indebærer udarbejdelse af leveregler, der understøtter hverdagen i kontorfællesskaberne. Ved årets afslutning var 70% af medarbejderne del af et kontorfællesskab.

I 2023 flytter vi til et nyt domicil i Aalborg, og det skal også være med til at understøtte vores kernefortælling om at være fællesskabere. Som del af processen er der nedsat en arbejdsgruppe på tværs af afdelinger for at sikre medarbejdernes involvering, følelse af ejerskab og ikke mindst for at komme med input og ideer til bl.a. indretningen af det nye domicil. Samtidig er alle medarbejdere blevet opfordret til at indsende

alle deres gode input og ideer til det nye domicil.

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.

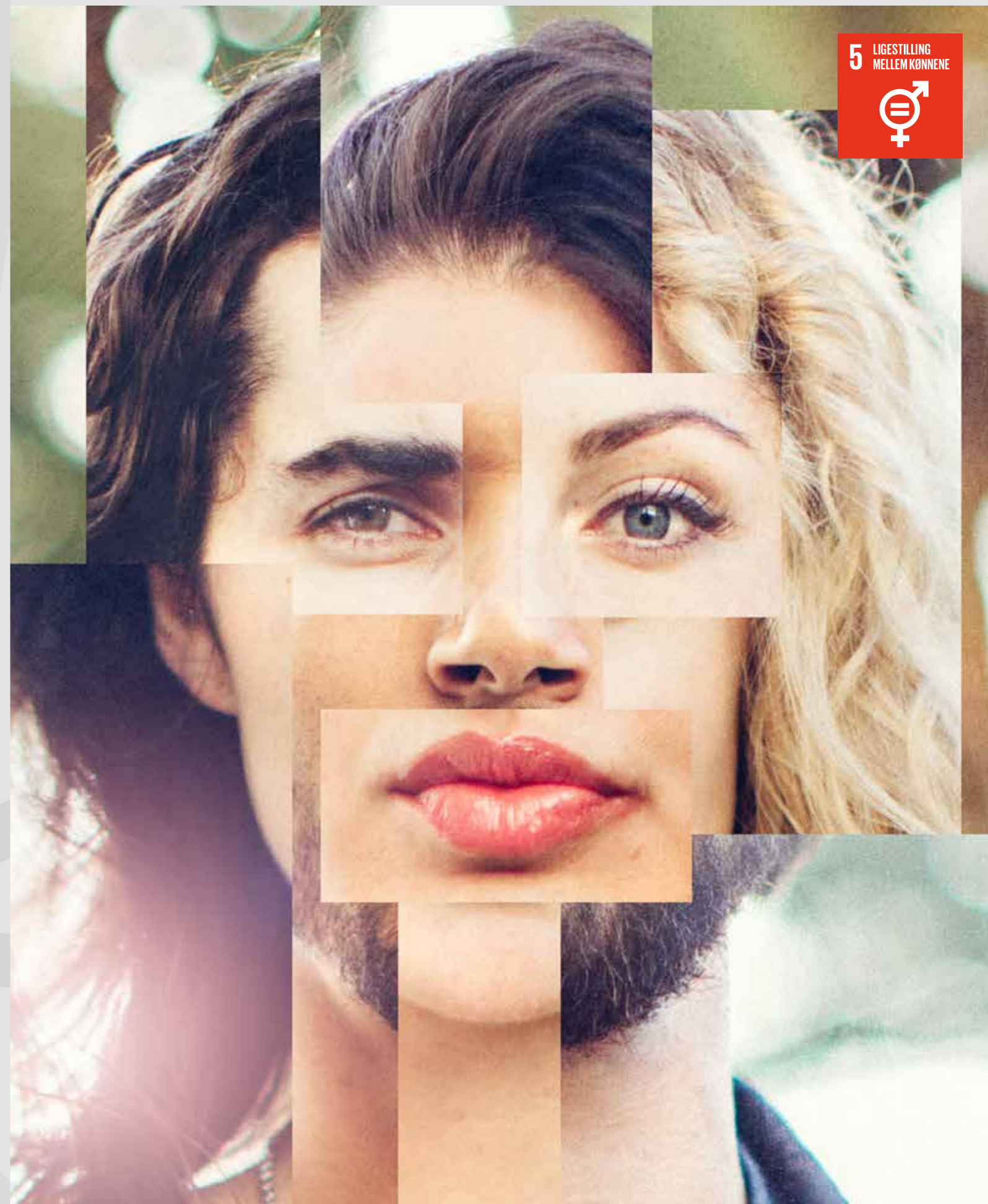
I vores ligestillingspolitik forpligter vi os til årligt at måle på virksomhedens generelle kønsfordeling samt kønsfordelingen på ledelsesniveau. For at understøtte en positiv udvikling og sikre en god balance mellem kønnene tilstræber vi, at begge køn er repræsenteret ved jobsamtaler, medmindre branchemæssige forhold taler imod. Dette gør sig gældende, både når rekrutteringen gennemføres af ledere internt 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 fordelingen 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 samme gode muligheder for udvikling og support i lederjobbet.

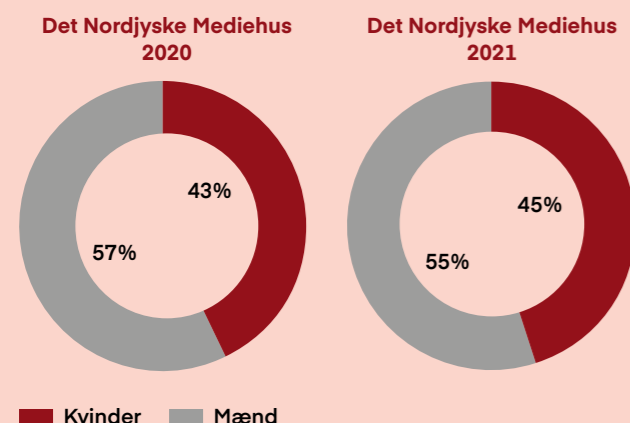
For at afspejle det omgivende samfund opfordrer vi desuden i koncernens stillingsopslag alle til at søge stillingerne, uanset personlig baggrund og orientering.

Status/udvikling af kønsfordeling i koncernen

Gennem de seneste år har der været en positiv udvikling, så vi nærmer os en mere ligelig fordeling mellem mænd og kvinder. Ved udgangen af 2021 var fordelingen således 55 % mænd og 45 % kvinder, hvilket er en forbedring på 4 procentpoint i forhold til 2020.



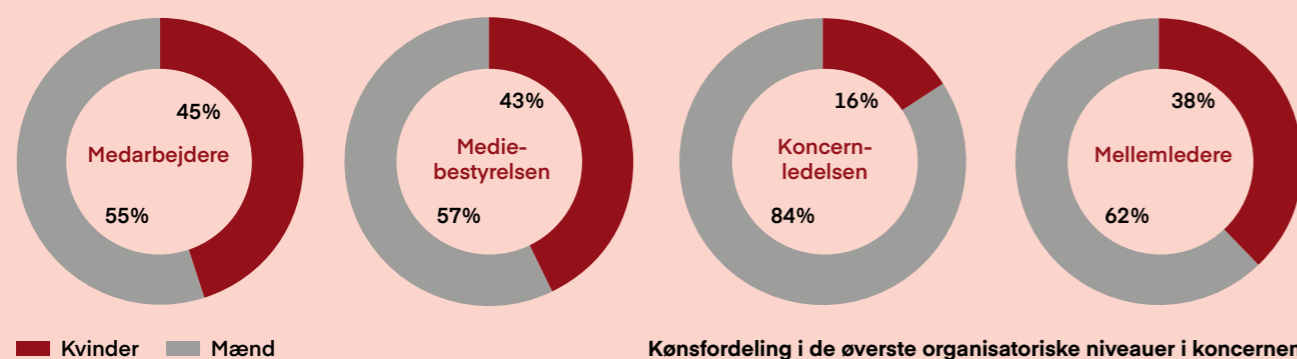
Nedenstående grafik viser udviklingen i kønsfordelingen blandt ansatte i koncernen, eksklusive udenlandske datterselskaber og omdelere:



Udviklingen i kønsfordeling i de øverste organisatoriske niveauer i koncernen

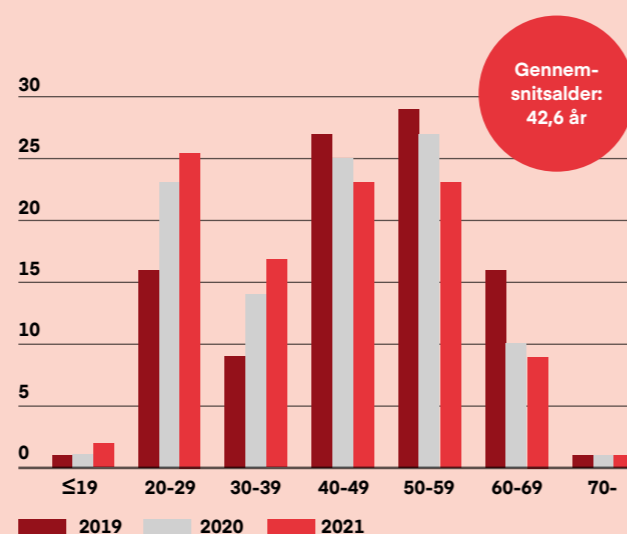
I 2019 blev der gennemført en organisatorisk ændring af ledelsesniveauer, hvor der blev etableret en koncernledelse og et mellemliderniveau. Derfor er sammenligningerne foretaget fra 2019. I koncernledelsen er der en kvinde og fem mænd. I bestyrelsen er fordelingen mere ligelig, hvor der er to kvinder og to mænd, som er generalforsamlingsvalgte, og dertil kommer en kvinde og to mænd, som er medarbejdervalgte. Ændringen i sammensætningen af bestyrelsen er sket efter afholdelse af suppleringsvalg i foråret 2021 grundet en fratrædelse blandt bestyrelsens medlemmer. For mellemliderniveauet er andelen af kvinder øget med 9 procentpoint siden 2020, og vi er hermed nærmere vores målsætning om en ligelig fordeling af kønne. Se tabellen herunder:

	Bestyrelse			Koncernledelse			Mellemlidere		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Mænd	43	43	57	84	84	84	75	71	62
Kvinder	57	57	43	16	16	16	25	29	38



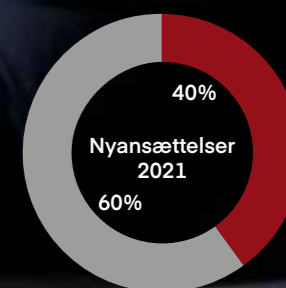
Udvikling i aldersfordeling

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 28%, medarbejdergruppen mellem 30 og 49 år udgør 39% og de sidste 33% udgøres af medarbejdere i alderen 50 til 70+. Denne udvikling afspejler sig også i vores gennemsnitsalder, som er faldet fra 45 i 2020 til 42,6 i 2021.



Aldersfordeling i procent blandt ansatte ved Det Nordjyske Mediehus i 2019-2021. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR

Vi tror på mangfoldighed. Mangfoldigheden giver os 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 aldre.



Vi ved, at menneskers vilkår varierer i forskellige livsfaser og livssituationer, og ønsker at tilgode vores medarbejdere i livets forskellige faser. Derfor har vi et ønske om, at vores politikker skal bidrage med rammer for vores medarbejders livsfasebestemte behov. Vi tror på, at vi herigen kan skabe udvikling, arbejdsglæde og balance mellem arbejdsliv og privatliv gennem hele arbejdslivet til gavn for den enkelte medarbejder og virksomheden.

Sygefravær

I koncernen har vi et klart mål om at fremme sundhed og trivsel på arbejdspladsen og derigennem også sikre et lavt sygefravær og forebyggelse af ulykker.

Et godt arbejdsmiljø og lavt sygefravær kræver en helhedsorienteret indsats. Vi har derfor en stærk og aktiv arbejdsmiljøorganisation, som har fokus på både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø. I arbejdsmiljøorganisationen lægges vægt på – med udgangspunkt i vores værdier: åbne, modige, ordentlige og passionerede – at skabe et fælles sprog, fælles afsæt og fælles fundament for indsatsen.

Vi understøtter et godt arbejdsmiljø gennem sundhedsfremmende aktiviteter, så vi får fysisk og psykisk sundhed ind i vores hverdag. Se mere under afsnittet om sociale og sundhedsfremmende arrangementer.

Vi tror på, at synlig og nærværende ledelse skaber større tillid blandt leder og medarbejder. Synlig og nærværende ledelse understøtter vi

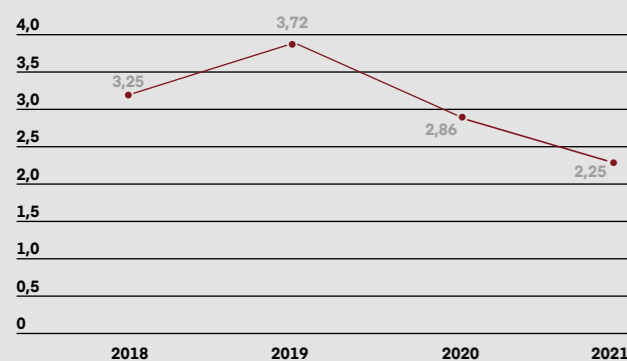
bl.a. ved at gennemføre 10 årlige 1:1-samtaler mellem den enkelte medarbejder og nærmeste leder. Samtalerne styrker dialogen og giver lederen bedre forudsætninger for at understøtte medarbejderens engagement og trivsel - og derigennem også forebygge arbejdsrelateret sygefravær.

Vi arbejder kontinuerligt på at udvikle vores sygefraværskoncept og har gennem de seneste år haft øget fokus på tidlig indsats og løbende dialog.

Sygefraværet for hele organisationen ekskl. om-delere og udenlandske datterselskaber har siden 2019 udviklet sig i en positiv retning og var i 2021 på 2,25 procent, hvilket er et fald på 0,61 procentpoint i forhold til 2020 og 1,47 procentpoint i forhold til 2019. Faldet kan primært forklares ved, at landtidssygefraværet er reduceret som følge af den tidlige indsats og løbende dialog.

Det kan dog heller ikke udelukkes at corona-restrictioner og overholdelse af sundhedsmyndighedernes seks gode råd - især øget rengøring og fokus på håndhygiejnen - har haft en positiv indvirkning på det generelle sygefravær. For at understøtte denne positive udvikling vil vi naturligvis bruge vores erfaringer på området fremover, ligesom vi fortsat vil efterleve de anbefalinger, der måtte komme fra sundhedsmyndighederne.

Se udviklingen i nedenstående grafik:



Sygefraværspoint fra 2018-2021. Kilde: Det Nordjyske Mediehus/HR

COVID-19

Siden coronapandemiens start har Det Nordjyske Mediehus haft et kontinuerligt fokus på og bevidsthed om vores ansvar, både i forhold til vores medarbejderes ve og vel og i forhold til vores kerneopgave som mediehus.

Vi har til hver en tid fulgt myndighedernes anbefalinger, retningslinjer og rejsevejledninger, og vi har balanceret disse med et samtidigt fokus på at producere indhold til vores platforme, servicere vores kunder og sælge vores produkter.

Til trods for den gradvise åbning og aftagende smitte hen over sommeren 2021 har COVID-19 i den grad sat sit præg på året. Det øgede behov for podere har haft en mærkbar konsekvens for det generelle medarbejderudbud, hvilket også har udfordret rekrutteringen af nye medarbejdere til nogle stillinger i Det Nordjyske Mediehus. Derfor har vi i 2021 haft fokus på at komme så bredt ud som muligt, når vi har rekrutteret til ledige stillinger. Her har samarbejde med flere forskellige jobsites og brug af sociale medier spillet en afgørende rolle.

Med stigningen i smitte og indlæggelser især december 2021 forventer vi, at de aktuelle markedsforhold fortsætter ind i 2022. Vi vil derfor fortsat have fokus på, at alle medarbejdere føler sig trygge på arbejdspladsen i relation til håndteringen af COVID-19 og forebyggelse af smitte med coronavirus. Derfor vil overholdelse af Sundhedsstyrelsens seks gode råd også være en fast del af hverdagen i Det Nordjyske Mediehus i 2022, ligesom vi fortsat indretter os efter sundhedsmyndighedernes anbefalinger.

Sociale- og sundhedsfremmende arrangementer

Den gradvise genåbning af Danmark i løbet af foråret 2021 gjorde det muligt igen at gennemføre 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, tage trappen i stedet for elevatoren o.lign. I arbejdet for at forbedre vore fysiske og mentale velbefindende deltog Det Nordjyske Mediehus igen i år i DHL Stafetten - i år med 7 løbehold og 9 gåhold. Ligeledes blev "Vi Cykler Til Arbejde" arrangeret af Dansk Cyklistfor-



bund gennemført både i maj og september, mens vores gå-coach fra DGI aktiverede medarbejderne i maj og juni.

Med indførelsen af coronapas og udbredelse af vaccinationer i samfundet, fik vi i august 2021 mulighed for at genåbne vores massage- og zoneterapiordning, som i lang tid havde været et savnet tilbud blandt medarbejderne.

Samtidig blev det muligt igen at afholde førstehjælpskurser for vores medarbejdere. Kurserne bliver først og fremmest afholdt for at skabe sikkerhed og tryghed for vores medarbejdere. Kurserne sikrer desuden, at vores medarbejdere kan tage ansvar og handle hurtigt, hvis der skulle ske en ulykke på arbejdspladsen, eller når de færdes andre steder, hvad enten der er tale om småskader eller livstruende situationer. Vi vil naturligvis fortsætte med at tilbyde disse kurser fremover, så kompetencerne kan blive holdt ved lige.

Ultimo september fejrede Det Nordjyske Mediehus grundstensnedlæggelse ved det nye mediehus, der skal bygges ved havnefronten i Aalborg, og forventeligt står færdigt i foråret 2023. Efterfølgende blev den festlige begivenhed fejret med et par timers hyggeligt samvær med mad og drikke for medarbejderne.

Hos det Nordjyske Mediehus er der mange studentermedhjælpere, der arbejder i forskellige afdelinger på lokationer rundt om i Nordjylland. I november blev der afholdt et socialt arrangement for netop studentermedhjælperne. Formålet var at styrke fællesskabet blandt dem. Arrangementet foregik i Padel Lounge Aalborg, hvor det første på programmet var en times padel-tennis. Efterfølgende var der lagt op til, at studentermedhjælperne kunne netværke med hinanden på tværs af afdelingerne. Det blev til nogle hyggelige timer med fysisk aktivitet og socialt samvær.

Sommerfesten måtte desværre aflyses i 2021 på grund af corona, men julefrokost blev gennemført i den danske del af koncernen, naturligvis med overholdelse af Sundhedsstyrelsens retningslinjer. For at deltage skulle man vise gyldigt coronapas, ligesom alle blev opfordret til at lade sig teste inden.

Alle arrangementer er gennemført for at understøtte fællesskabet og dannelsen af relationer på tværs af afdelinger og fagområder og for at bidrage til, at vores medarbejdere har mulighed for at have en sund og aktiv hverdag.

Hvis der ikke er restriktioner i forhold til coronavirus, forventer vi at fastholde vores deltagelse i blandt andet DHL Stafetten og Vi Cykler Til Arbejde i 2022 samt afholde eksempelvis sommer-

fest og julefrokost for gennem disse formelle og uformelle tiltag at understøtte de gode relationer medarbejderne imellem.

Med styrkelse af de meningsfulde fællesskaber på tværs af organisationen skaber vi således et stærkt fundament for at udvikle vores forretning og samfundet omkring os i tråd med fællesskaber-ånden. For, som nævnt i starten af denne rapport, at være fællesskaber 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.

