

NACHHALTIGKEITS- BERICHT

2025



Vorwort

ES GEHT NUR MIT NACHHALTIGKEIT

Impressum

**Eigentümerin, Medieninhaberin,
Verlags- und Herausgeberadresse**
STANDARD Medien AG, Vordere
Zollamtsstraße 13, 1030 Wien,
Tel.: +43 (0)1 531 70-0, E-Mail:
nachhaltigkeit@derstandard.at

Geschäftsführung
Alexander Mitteräcker

ESG-Kernteam
Markus Hajszan-Meister, Stefan
Novotny, Henriette Gupfinger,
Vera Pichler

Grafik, Layout und Bildbearbeitung
EGGER & LERCH Corporate Media,
velcom GmbH, Vordere
Zollamtsstraße 13, 1030 Wien
David Gerstl, Andrea Kirschbaum,
Reinhard Lang

Fotos
DER STANDARD

Druck und Herstellungsort
Druckwerk6 GmbH, Werk-VI-
Straße 31, 8605 Kapfenberg

In einer Welt, die sich stetig verändert und tiefgreifenden Umbrüchen ausgesetzt ist, kommt Medien eine besondere Verantwortung zu. Als unabhängiges Medienhaus sehen wir es als unsere Aufgabe, Informationen, Zusammenhänge und unterschiedliche Perspektiven sichtbar zu machen sowie Werte zu vermitteln, die einen offenen und fundierten öffentlichen Diskurs ermöglichen. Der STANDARD steht seit jeher für eine kritische und konstruktive Auseinandersetzung mit den großen gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit – dazu zählt insbesondere auch das Thema Nachhaltigkeit.

Die Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts für das Berichtsjahr 2025 fällt in eine Zeit geopolitischer Spannungen, wirtschaftlicher Unsicherheiten und zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung. In vielen Bereichen scheint Nachhaltigkeit aktuell an Aufmerksamkeit zu verlieren. Aus unserer Sicht zu Unrecht. Denn Nachhaltigkeit ist kein kurzfristiger Trend und kein bloßes Schlagwort, sondern eine langfristige Verantwortung und eine wesentliche Voraussetzung für eine lebenswerte Zukunft.

Gerade in herausfordernden Zeiten halten wir es für entscheidend, Orientierung zu bieten, Entwicklungen kritisch zu begleiten und auch das eigene Handeln transparent zu reflektieren. Mit diesem Bericht möchten wir offen darlegen, wo die STANDARD-Gruppe in Bezug auf Nachhaltigkeit steht, welche Fortschritte wir bereits erzielt haben und welche Herausforderungen weiterhin vor uns liegen.

Nachhaltigkeit verstehen wir dabei als kontinuierlichen Prozess – ökologisch, sozial und wirtschaftlich. Diesem Anspruch wollen wir auch künftig mit Transparenz, Verantwortung und einer klaren Haltung begegnen.

INHALTS- VERZEICHNIS

1. HIGHLIGHTS

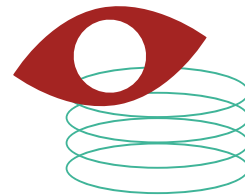
Seite 4

2. ÜBER DEN STANDARD

Seite 6

3. ÜBER DIESEN BERICHT

Seite 7



4. ESG

Seite 8

- 4.1 9 Strategische Verankerung von Nachhaltigkeit und Governance
- 4.2 9 Klimamanagement, Ressourceneffizienz und Umweltmaßnahmen

5. WESENTLICHKEITS- ANALYSE

Seite 10

7. SOZIALES

Seite 18

- 7.1 18 Mitarbeiter:innen im Fokus
- 7.2 20 Vielfalt im Unternehmen
- 7.3 21 Gesundheit am Arbeitsplatz
- 7.4 22 Einkommen & Dialog
- 7.5 24 Weiterbildung und Kompetenzentwicklung
- 7.6 26 Nachhaltigkeit beginnt beim Lesen
- 7.7 27 Qualitätsjournalismus und Meinungsfreiheit
- 7.8 28 Zugang zu Informationen
- 7.9 29 Datenschutz

6. UMWELT

Seite 12

- 6.1 12 Energie und Emissionen
- 6.2 14 Umweltverschmutzung
- 6.3 15 Wasser
- 6.4 16 Kreislaufwirtschaft

8. GOVERNANCE

Seite 30

- 8.1 30 Schutz von Hinweisgeber:innen & Anti-Korruption
- 8.2 32 Digitalisierung

9. ANHANG

Seite 34

- 9.1 34 VSME Index
- 9.2 39 Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft



1.

HIGHLIGHTS

„BESSER LEBEN“ IM SMART-ABO

In diesem Jahr hat DER STANDARD das Smart-Abo um die Serie „Besser Leben“ erweitert, die von Montag bis Donnerstag tägliche Serviceinhalte bietet und damit einen deutlichen inhaltlichen Ausbau darstellt. Ab Oktober beinhaltet das Abo auch die neue wöchentliche Schachkolumne. Verfasst wird sie von Anatol Vitouch, einem bekannten FIDE-Meister und langjährigen STANDARD-Autor.



NEUER FEED IN DER STANDARD-APP

DER STANDARD hat in seiner App einen neuen Feed eingeführt, der Nachrichten kompakter, schneller erfassbar und stärker personalisiert darstellt. Die Inhalte werden klar strukturiert und mithilfe von KI auf das Wesentliche reduziert, sodass Nutzer:innen relevante Artikel unmittelbar im Blick haben und das redaktionelle Angebot einfacher entdecken können.



Hansjörg Posch wird COO bei den STANDARD Marketplaces

Mit März 2025 übernimmt Hansjörg Posch die Funktion des Chief Operating Officers bei STANDARD Marketplaces. Der Geschäftsbereich wird im Zuge dessen neu strukturiert, um die Job- und Immobilienplattformen der STANDARD-Gruppe nachhaltig weiterzuentwickeln. Posch führt künftig das Managementboard und arbeitet mit seinem Team daran, Angebote wie jobs.derstandard.at, immobilien.derstandard.at und finden.at strategisch auszubauen und technologisch zu modernisieren, während Yvonne Fischer die Verkaufsleitung übernimmt.



DER STANDARD startet gemeinsam mit dem ORF eine Medienkompetenz-Initiative

DER STANDARD und der ORF haben gemeinsam die Initiative „Zukunft Medienkompetenz – #FaktenbrauchenVerbündete“ gestartet. Ziel ist es, Lehrer:innen dabei zu unterstützen, Desinformation zu erkennen, journalistische Arbeitsweisen zu vermitteln und Schüler:innen für einen reflektierten Umgang mit digitalen Inhalten zu stärken.

DER STANDARD MACHT WAS NEUES

DER STANDARD hat nach einer mehrmonatigen Workshop-Reihe von Vorstand, Marketing, Publizistik und einer externen Agentur seinen Markenauftritt erneuert. Der überarbeitete Purpose und drei neue Markenwerte bilden die Grundlage der aktuellen Launch-Kampagne, die seit Oktober in TV, Radio, Print, Online, Social Media und am Standort VZ13 sichtbar ist.



Erfolge bei den Fox Awards für Egger & Lerch

Nach einer strategischen Neuausrichtung feierte Egger & Lerch große Erfolge bei den Fox Awards: Alle vier eingereichten Projekte wurden jeweils doppelt prämiert. Besonders hervorgehoben wurde das Coffee-Table-Book für Liebherr mit der höchsten Auszeichnung. Auch die Printmagazine für Herba Chemosan und Otis überzeugten die Jury. Erstmals wurde zudem ein Social-Media-Projekt ausgezeichnet, nämlich der LinkedIn-Auftritt der PREIS Group. Die Fox Awards werden vom Branchenmagazin LOU.T.plus für wirksame und effiziente Kundenmagazine im D-A-CH-Raum vergeben.

MEHR NEW YORK TIMES IM STANDARD

Der STANDARD erweitert seine Zusammenarbeit mit der New York Times und bietet ausgewählte englischsprachige Inhalte als zusätzlichen Service für Leserinnen und Leser an. Die kuratierten Artikel sollen internationalen Qualitätsjournalismus zugänglich machen, die Berichterstattung ergänzen und das Angebot für ein global interessiertes Publikum stärken.



AUSZEICHNUNGEN FÜR DIE STANDARD-PODCASTS

Apple und Spotify haben drei Podcasts des STANDARD in ihre österreichischen Jahrescharts 2025 aufgenommen. „Thema des Tages“ wurde bei Apple zum Top-Podcast des Jahres gekürt und erreichte auch in den Spotify-Charts Platz eins. „Inside Austria“ belegte jeweils dritte Plätze, und der CEO-Podcast schaffte es in die Liste der beliebtesten neuen Podcasts. Damit bestätigen beide Plattformen die starke Reichweite und Relevanz der STANDARD-Audioformate im heimischen Markt.



Neue Ressortleitungen beim STANDARD

Beim STANDARD kommt es zu personellen Veränderungen in mehreren Ressorts: Oona Kroisleitner übernimmt allein die Leitung des Innenpolitik-/Chronik-Ressorts, während Stefanie Rachbauer ihre Stellvertreterin bleibt. Michael Völker wechselt zum Jahreswechsel in die Rolle des leitenden Redakteurs und wird verstärkt als Autor und Kommentator tätig. Zudem übernimmt Matej Kundračik die Leitung des Printteams, das für die Gestaltung der gedruckten Ausgabe verantwortlich ist.





ÜBER DEN STANDARD

Die STANDARD Medien AG zählt zu den modernsten und größten Medienunternehmen Österreichs. Unter dem Dach der STANDARD Medien AG befindet sich die STANDARD Verlagsgesellschaft m. b. H., in der sich das Multichannel-Nachrichten- und Diskursmedium DER STANDARD und die STANDARD Marketplaces befinden, und die Vertriebsservice- und Corporate-Publishing-Agentur velcom. Der Sitz der STANDARD Medien AG befindet sich in Wien.

Gegründet von Herausgeber Oscar Bronner, erschien DER STANDARD 1988 erstmals als Qualitätszeitung. Die STANDARD Medien AG ist heute zu einem Konzern mit 505 Mitarbeiter:innen gewachsen, der die Medienlandschaft Österreichs maßgebend verändert hat und den gesellschaftlichen Diskurs in Österreich aktiv fördert.

Seit 1. Jänner 2017 geschieht das unter der Leitung von Mag. Alexander Mitteräcker, dem alleinigen Vorstand der AG. Für das Geschäftsjahr 2025 wurde ein Umsatz von 59,5 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Bilanzsumme umfasste knapp 20 Millionen Euro.

Das Unternehmen bedient sowohl den B2C-Markt (Leser:innen und Abonnent:innen) als auch den B2B-Markt (Unternehmen,

Insertent:innen sowie Auftraggeber:innen von Corporate-Publishing-Leistungen). Die Beziehung zu den Kund:innen ist ein wesentliches Element für die STANDARD-Gruppe. Die Kund:innen werden über verschiedene Kanäle angesprochen, sowohl über klassische Printangebote wie auch über digitale Produkte und Services. Zudem sind die Lieferant:innen und Geschäftspartner ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Unternehmen. Die STANDARD-Gruppe setzt auf langfristige und vertrauensvolle Beziehungen entlang der Wertschöpfungskette.

Die Geschäftstätigkeit findet nur in Österreich statt. Zudem finden die Tätigkeiten zum überwiegenden Teil an einem Standort statt. Die Büros, welche in der Vordere Zollamtsstraße 13 in Wien liegen, werden von der STANDARD Medien AG gemietet und von der STANDARD Verlagsgesellschaft m. b. H. und der velcom GmbH genutzt.



3.

ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Bericht stellt die nachhaltigkeitsbezogenen Informationen der STANDARD Medien AG, der STANDARD Verlagsgesellschaft m. b. H. und der velcom GmbH dar. Es handelt sich um einen konsolidierten Nachhaltigkeitsbericht, in dem auf die STANDARD-Gruppe referenziert wird. Sofern nicht anders dargestellt, beziehen sich alle Informationen auf das Geschäftsjahr 2025, also auf den Zeitraum von Jänner bis Dezember 2025.

Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit dem Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs – VSME (Stand Dezember 2024) erstellt und umfasst das Basismodul sowie das Zusatzmodul dieses Berichterstattungsstandards.

Bei Fragen oder Ideen im Bereich Nachhaltigkeit nutzen Sie bitte gerne das Postfach **nachhaltigkeit@derstandard.at**



FRAGEN AN
**nachhaltigkeit@
derstandard.at**

4.

NACHHALTIGKEIT IN DER STANDARD-GRUPPE

Info

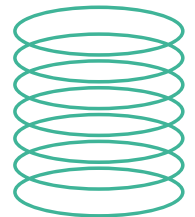
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Wer sich mit nachhaltiger Entwicklung beschäftigt, stößt schnell auf eine Vielzahl an Abkürzungen. Dazu zählt u. a. CSR, also Corporate Social Responsibility. CSR wurde 2011 von der Europäischen Kommission als die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft definiert. Während bei diesem Konzept die Verantwortung klar im Fokus liegt, zielt die Abkürzung ESG (Environment, Social, Governance) darauf ab, Nachhaltigkeit mit Kriterien messbar zu machen.

Nachhaltigkeit ist längst zu einem zentralen Thema in der Medien- und Verlagswelt geworden. Am deutlichsten zeigt sich die Verbindung zu nachhaltiger Entwicklung im Kerngeschäft. Die STANDARD-Gruppe leistet einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung und Wissensvermittlung, sowohl bei ökologischen als auch bei sozialen und Governance-Themen.

Nachhaltigkeit ist bei der STANDARD-Gruppe nicht nur ein Schlagwort, sondern Teil des gelebten Arbeitsalltags.

Der bewusste Umgang mit Ressourcen, faire Arbeitsbedingungen sowie transparente und zukunftsorientierte Unternehmensentscheidungen sind von großer Bedeutung, um den Anforderungen der Leser:innen, Partner und der Gesellschaft gerecht zu werden. Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht möchte die STANDARD-Gruppe aufzeigen, welche Schritte bereits unternommen wurden, wo sie aktuell steht und wie sie einen Beitrag zu einer nachhaltigen Medienlandschaft weiter ausbauen will.



4.1

Strategische Verankerung von Nachhaltigkeit und Governance

Die STANDARD Medien AG unterstützt den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft durch eine enge Verzahnung von Nachhaltigkeitsmanagement und konzernweiten strategischen Zielen. Nachhaltigkeit ist dabei kein isoliertes Handlungsfeld, sondern integraler Bestandteil der langfristigen Unternehmensausrichtung und der Big Goals (=Jahresziele) des Konzerns und der Geschäftsbereiche. Insbesondere die Big-Goal-Schwerpunkte wirtschaftliche Resilienz und Fokus tragen dazu bei, nachhaltige Wertschöpfung, effizienten Ressourceneinsatz und langfristige Handlungsfähigkeit sicherzustellen.

4.2

Klimamanagement, Ressourceneffizienz und Umweltmaßnahmen

Ein zentrales Element ist die systematische Erhebung und Analyse der unternehmensweiten Treibhausgasemissionen nach dem GHG Protocol. Auf Basis regelmäßiger Treibhausgas-Bilanzen sowie der Identifikation wesentlicher Emissionstreiber werden Maßnahmen zur Emissionsreduktion und zur effizienteren Nutzung von Ressourcen abgeleitet. Dies unterstützt nicht nur ökologische Zielsetzungen, sondern stärkt auch die wirtschaftliche Resilienz des Unternehmens im Sinne der Big Goals, indem Kostenrisiken reduziert und zukünftige regulatorische Anforderungen antizipiert werden.

Darüber hinaus verfolgt die STANDARD Medien AG das Ziel, Nachhaltigkeit systematisch in operative und strategische Entscheidungsprozesse zu integrieren. Verbindliche interne Richtlinien, etwa zur Abfalltrennung, zum ressourcenschonenden Einsatz von Materialien und zur Orientierung an anerkannten Umweltstandards, tragen zur Förderung von Kreislaufwirtschaft und Effizienz bei. Diese Maßnahmen zählen unmittelbar auf das Big Goal „Fokus“ ein, indem Ressourcen gezielt eingesetzt und organisatorische Komplexität reduziert werden.

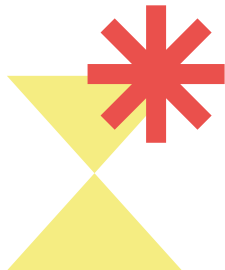
Die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie erfolgt entlang strukturierter Management- und Steuerungsprozesse. Regelmäßige Berichterstattung, die Durchführung von ESG-Zieleworkshops sowie die Nutzung zentraler Planungs- und Steuerungstools schaffen Transparenz über Fortschritte und Handlungsbedarfe. Die daraus abgeleiteten Ziele und Maßnahmen orientieren sich an den konzernweiten Big Goals und unterstützen eine langfristige Transformation in Richtung eines nachhaltigen und zukunftsfähigen Geschäftsmodells.

Die übergeordnete Verantwortung für die strategische Ausrichtung liegt bei der Geschäftsführung, welche den Big-Goal-Prozess initiiert und Nachhaltigkeit als zentrales Zukunftsthema verankert. Die operative Koordination erfolgt über klar definierte Zuständigkeiten im Nachhaltigkeitsmanagement sowie durch die enge Zusammenarbeit mit den Fachbereichen, um die Umsetzung der Maßnahmen konzernweit sicherzustellen.

5.

WESENTLICHKEITS-ANALYSE

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein Instrument, um jene Nachhaltigkeitsaspekte zu identifizieren, die besonders relevant für die Organisation sind. Basierend auf den Vorgaben der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) wurde für die STANDARD-Gruppe eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2024 durchgeführt.



Info

EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS (ESRS)

Im Rahmen der verpflichtenden Berichterstattung gemäß der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) wurde ein einheitlicher Berichtsstandard vorgesehen, die European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Diese Standards definieren u. a. Anforderungen an die Wesentlichkeitsanalyse oder auch Kennzahlen für die Berichterstattung. Derzeit erfolgt eine Überarbeitung der ESRS, um eine Vereinfachung zu erreichen. Für die freiwillige Berichterstattung von kleinen und mittleren Unternehmen wurde der Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs (VSME) entwickelt, der auch in diesem Nachhaltigkeitsbericht zur Anwendung kommt.

Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/umweltberichterstattung-berichtsstandards#einheitliche-eu-standards-fur-die-umwelt-und-nachhaltigkeitsberichterstattung>



Die Durchführung einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse umfasst einerseits die Analyse der Auswirkung des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft. Andererseits werden auch die finanziellen Chancen und Risiken für das Unternehmen beleuchtet.

In einem ersten Schritt wurden die Wertschöpfungskette und das Umfeld des Unternehmens analysiert sowie Auswirkungen (Impacts) der STANDARD-Gruppe identifiziert. Anschließend erfolgten Bewertung und Priorisierung der Auswirkungen gemäß der in den ESRS definierten Kriterien.

Zusätzlich erfolgten die Ermittlung und Bewertung von finanziellen Chancen und Risiken. Zur Einbindung von Stakeholdern und zur Berücksichtigung unterschiedlichen Perspektiven und Expertisen wurden Interviews durchgeführt. In 7 Gesprächen konnte die Bewertung der Auswirkungen validiert und konnten Chancen und Risiken für die STANDARD-Gruppe identifiziert werden. Zu den Gesprächspartnern zählten u. a. Leser:innen, Lieferanten, Interessensvertretungen und Umweltexpert:innen.

Auf Basis dieser Schritte wurden folgende Themen als wesentlich für die STANDARD-Gruppe bewertet:

- Klimawandel
- Umweltverschmutzung
- Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft
- Arbeitskräfte des Unternehmens
- Verbraucher und Endnutzer
- Unternehmensführung

Auf den folgenden Seiten werden die einzelnen Themenfelder beleuchtet, Daten und Kennzahlen offengelegt sowie Maßnahmen vorgestellt. Der Fokus liegt dabei auf den eigenen Tätigkeiten der STANDARD-Gruppe entsprechend den Vorgaben des Berichtsstandards VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard). Die Effekte in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette werden zusätzlich beschrieben, um ein umfassenderes Bild zeigen zu können.

6. UMWELT

In diesem Bereich werden die ökologischen Auswirkungen, Chancen und Risiken für die STANDARD-Gruppe beleuchtet. Im Fokus stehen dabei Effekte in Zusammenhang mit Energie und Emissionen sowie Wasser als Pflichtangaben des VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard). Umweltverschmutzung und Kreislaufwirtschaft werden aufgrund deren Relevanz in der Wertschöpfungskette zusätzlich beschrieben.

6.1

Energie und Emissionen

Der Klimawandel zählt zu den größten und dringendsten Herausforderungen unserer Zeit. Dieser Tatsache ist sich auch die STANDARD-Gruppe bewusst. Als Unternehmen trägt die STANDARD-Gruppe die Verantwortung, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren und aktiv Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Auch die Wesentlichkeitsanalyse zeigt deutlich, dass sowohl direkte als auch indirekte Auswirkungen im Zusammenhang mit dem Klimawandel bestehen. Entlang der Wertschöpfungskette entstehen zudem finanzielle Risiken, bspw. in Form erhöhter Kosten in der Lieferkette.

In diesem Abschnitt wird der Status quo beleuchtet sowie ein Überblick über umgesetzte und geplante Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasen entlang der gesamten Wertschöpfungskette gegeben.

Der Energieverbrauch der STANDARD-Gruppe umfasst den Stromverbrauch und Fernwärme-Einsatz am Standort sowie den Treibstoff für die Firmenfahrzeuge. Das Unternehmen bezieht bereits zu 100 % Grünen Strom, zertifiziert nach Umweltzeichen UZ 46. Die Beheizung der Büros erfolgt über Fernwärme Wien. Die Flotte umfasst 3 Fahrzeuge, wovon eines mit Benzin betrieben wird.

Daraus ergibt sich folgender **Gesamtenergieverbrauch für die STANDARD-Gruppe für das Jahr 2025:**

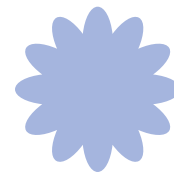
	Erneuerbar	Nicht erneuerbar	Gesamt
in kWh			
Strom	496.842	0	496.842
Brennstoff	187.935	9.981	197.916

Zur Reduktion des Energieverbrauchs wurden bereits Maßnahmen gesetzt. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf der Steigerung der Energieeffizienz im Bürobetrieb.

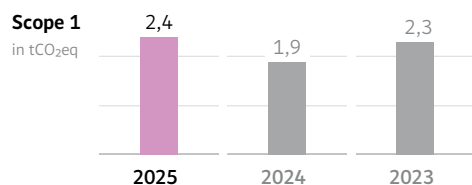
Zudem wird die klimafreundliche und gesunde Mobilität der Mitarbeitenden unterstützt, z.B. durch Fahrradabstellplätze und Duschmöglichkeiten im Haus.

Im Hinblick auf Klimaschutz sind auch die Treibhausgasemissionen der STANDARD-Gruppe von großer Bedeutung. Um die Wirkung der STANDARD-Gruppe bezogen auf den Klimawandel besser zu verstehen, wurden die direkten und indirekten Treibhausgasemissionen für Scope 1 und 2 ermittelt.



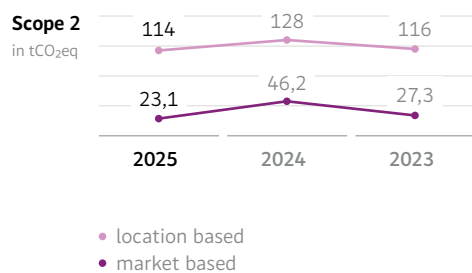


Während Scope-1-Emissionen aus Quellen umfasst, die direkt von Unternehmen verantwortet oder kontrolliert werden (z. B. Treibstoffe für den Fuhrpark), berücksichtigt Scope 2 indirekte Treibhausgasemissionen aus eingekaufter Energie wie Strom.



Scope 1 setzt sich in der STANDARD-Gruppe ausschließlich aus dem Verbrauch des Flottenwagens zusammen. Die Scope-1-Emissionen der STANDARD-Gruppe resultieren aus dem Verbrauch des Flottenfahrzeugs.

Die Werte sind jeweils in „CO₂ eq“ angegeben, da die Berechnungen nicht nur CO₂-Emissionen, sondern auch weitere Treibhausgase umfassen. Die Scope-1-Emissionen der STANDARD-Gruppe blieben im Zeitraum 2023 bis 2025 weitgehend stabil.



Bei den **Scope-2**-Emissionen zeigen sich hingegen jährliche Schwankungen, die vor allem auf Wetter und nutzungsbedingte Veränderungen beim Energieverbrauch für Heizung und Kühlung zurückzuführen sind. Die Berechnung der Scope 2 Emissionen erfolgt sowohl nach dem „Location based“ als auch nach dem „Market based“-Ansatz. Da die STANDARD-Gruppe ihren Strom zu 100% aus Ökostrom bezieht, liegen die „Market based“-Emissionen deutlich unter den „Location based“-Werten. Durch den Einsatz aktualisierter Emissionsfaktoren für Fern- und Raumwärme hat sich ein Rückgang bei den „Market based“-Scope-2-Emissionen im Jahr 2025 ergeben. Insgesamt zeigt die Entwicklung, dass die STANDARD-Gruppe ihre Scope-2-Emissionen im „Market based“-Ansatz nachhaltig senken konnte und damit konsequent auf eine emissionsärmere Energieversorgung setzt.

Im Rahmen der Durchführung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse wurden auch die finanziellen Chancen und Risiken der STANDARD-Gruppe im Hinblick auf den Klimawandel analysiert. Die Bewertung erfolgte entsprechend der Vorgaben der European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Dabei zeigte sich, dass insbesondere energiebezogene Aspekte von hoher Relevanz sind. Zum einen ist die Verfügbarkeit von Energie zu betrachten. Dies wird jedoch eher als mittel- und langfristig relevant eingestuft. Zum anderen sind die Energiepreise ein entscheidender Faktor. Hier können auch kurzfristige Effekte auftreten. Zur Minderung dieser Risiken wurden Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs sowie zur Umstellung auf erneuerbare Energien ergriffen.

Info

SECOND AUSTRIAN ASSESSMENT REPORT CLIMATE CHANGE (AAR2)

Im Juni 2025 wurde der 2. Sachstandsbericht zum Klimawandel in Österreich veröffentlicht. In diesem interdisziplinären Bericht wird die wissenschaftliche Literatur zum Klimawandel und seinen Folgen aufbereitet und es werden Vermeidungspotenziale, Anpassungsmöglichkeiten und Transformationspfade dargestellt. Der Bericht zeigt klar: Österreich ist vom Klimawandel besonders betroffen. Die Temperatur in Österreich ist seit 1900 um rund 3,1 °C gestiegen – mehr als doppelt so stark wie im globalen Durchschnitt. Die damit verbundenen Risiken und Auswirkungen nehmen mit der fortschreitenden Erwärmung zu. Der AAR2 ist ein Bericht des Austrian Panel on Climate Change (APCC).

Quellen: <https://aar2.ccca.ac.at/bericht>;
<https://ccca.ac.at/wissenstransfer/apcc/aar2>

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20250617_OTS0087/neuer-klimabericht-zeigt-klimawandel-trifft-oesterreich

Umweltverschmutzung

Umweltverschmutzung stellt eine bedeutende Herausforderung für nachhaltige Entwicklung dar. Sie gefährdet nicht nur Ökosysteme, sondern beeinträchtigt auch die Gesundheit von Menschen. Nachhaltige Entwicklung erfordert daher wirksame Maßnahmen zur Vermeidung und Reduzierung von Emissionen und Abfällen und damit den Schutz von Luft, Wasser und Boden.

Es ist mehr als eine formale Pflicht: Es ist eine Frage von Verantwortung und Glaubwürdigkeit gegenüber den Leser:innen und Werbekunden, die zunehmend auf nachhaltige Partner setzen, ebenso wie als Medienunternehmen selbst, das gesellschaftliche Verantwortung ernst nimmt.

Auch für die STANDARD-Gruppe wurden verschiedene Aspekte im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung im Rahmen der

Wesentlichkeitsanalyse als relevant bewertet. Dabei sind insbesondere auch Chancen und Risiken entlang der Wertschöpfungskette von hoher Bedeutung.

Um Verschmutzung entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren und hohe Standards aufrechtzuerhalten, wird der Erhalt des Umweltzeichens angestrebt. Mit sich ändernden Vorgaben sind dafür jedoch auch höhere Anstrengungen verbunden.

Zusätzlich sind potenzielle Vorgaben wie etwa durch strengere Regulierung im Transport bzw. Verkehr zu berücksichtigen. Diese können sowohl in der vorgelagerten Lieferkette, aber auch nachgelagert, bei der Zustellung der Zeitungen, relevant werden. Solche Themen können Einfluss auf das Unternehmen haben und werden deshalb regelmäßig evaluiert.

Info

MITARBEITER:INNEN-MOBILITÄT

Um das Thema Umweltverschmutzung erneut aufzugreifen, werden hier die Ergebnisse aus der aktuellen internen Umfrage zur Mitarbeiter:innen-Mobilität vorgestellt. An der Erhebung, die im März 2026 durchgeführt wurde, haben 20 Führungskräfte teilgenommen. Die Auswertung zeigt, dass der Großteil der Beschäftigten einen sehr kurzen Arbeitsweg hat: Die durchschnittliche einfache Distanz beträgt lediglich 3,65 km, wobei viele Mitarbeitende weniger als 5 km pendeln.

Verkehrsmittel nutzt. Rund 95 % der abgegebenen Antworten beinhalten die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, ergänzt durch einen hohen Anteil an Fahrrad- und Fußwegen. Der motorisierte Individualverkehr spielt in der aktuellen Erhebung eine sehr geringe Rolle. Zusätzlich zeigt die Umfrage, dass viele Teams regelmäßig im Homeoffice arbeiten. Die Mehrheit arbeitet 1–2 Tage pro Woche von zuhause aus. Dadurch verringert sich die Anzahl der wöchentlichen Pendelfahrten weiter.

und zeigen, dass die Belegschaft der STANDARD-Gruppe bereits jetzt einen bedeutenden Beitrag zur Reduktion von Emissionen leistet. Der hohe Anteil an Öffi-, Rad- und Fußwegen sowie der gestiegene Homeoffice-Anteil wirken sich deutlich positiv auf die Klimabilanz aus und unterstreichen die Wirksamkeit der internen Nachhaltigkeitsmaßnahmen.



Besonders erfreulich ist, dass ein überwiegender Anteil der Mitarbeitenden nachhaltige

Diese Informationen fließen, wie bereits im Vorjahr, in die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks ein

Im Jahr 2025 hat die STANDARD-Gruppe in diesem Bereich konkrete Fortschritte erzielt. Die Postzustellung wurde auf einen weitgehend elektrischen Betrieb umgestellt. Damit wurde ein sichtbarer Schritt hin zu einer emissionsärmeren Logistik gesetzt.

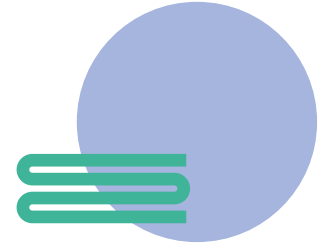
Gleichzeitig ist der STANDARD-Gruppe bewusst, dass es sich bei Umweltverschmutzung um einen Aspekt handelt, der hauptsächlich entlang der Wertschöpfungskette relevant ist und nicht direkt am Unternehmensstandort durch die eigenen Geschäftstätigkeiten. Deshalb setzt die STANDARD-Gruppe auf aktive Zusammenarbeit. Sie spricht ihre Dienstleister gezielt an, sensibilisiert für die Dringlichkeit des Themas und nutzt auch die Reichweite, um der Bedeutung von Umweltschutz Nachdruck zu verleihen. Entsprechend bestehen aufgrund des VSME-Standards keine Verpflichtungen zur Messung und Berichterstattung von Schadstoffemissionen.

Info

WASSERSTRESS

Wasserstress tritt auf, wenn die Nachfrage nach Wasser die verfügbare Menge während eines bestimmten Zeitraums übersteigt oder wenn die schlechte Qualität die Nutzung des Wassers einschränkt. Wasserstress führt zu einer Verschlechterung der Süßwasserressourcen in Bezug auf Quantität (Übernutzung von Grundwasserleitern, ausgetrocknete Flüsse usw.) und Qualität (Eutrophierung, Verschmutzung durch organische Stoffe, Eindringen von Salzwasser usw.).

Quelle: <https://www.eea.europa.eu/help/glossary/eea-glossary/water-stress>



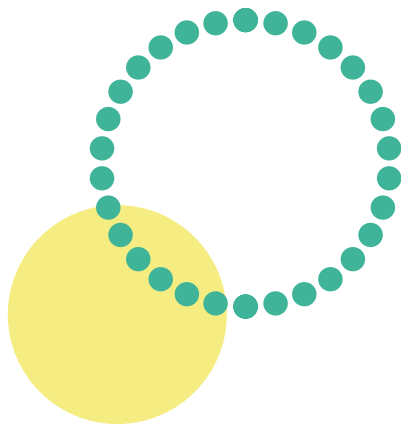
6.3

Wasser

Mit sich veränderten Umweltbedingungen spielt die Verfügbarkeit von Wasser eine zunehmend wichtige Rolle. Für die STANDARD-Gruppe spielt Wasser in der vor- bzw. nachgelagerten Wertschöpfungskette eine wesentliche Rolle. Insbesondere bei der Herstellung von Papier oder auch bei der Kühlung von Serverfarmen ist Wasser ein wichtiger Faktor ist.

Auch wenn die STANDARD-Gruppe am Standort eher wenig Wasser verbraucht, wird dazu transparent berichtet. Im Jahr 2025 hat die STANDARD-Gruppe 2.624 m³ Wasser entnommen. Das Wasser wird z. B. in den Küchen, im Sanitärbereich oder zum Gießen der Pflanzen auf der Terrasse eingesetzt.

Auf Basis des Aqueduct Water Risk Atlas, zur Verfügung gestellt vom World Resources Institut, kann auch festgehalten werden, dass der Standort in Wien sich derzeit nicht in einer Region mit hohem Wasserstress befindet. Veränderungen in Bezug auf Wasserstress, z. B. durch den fortschreitenden Klimawandel, werden beobachtet. Maßnahmen werden bei Bedarf definiert.



Info

UMWELTZEICHEN

Beim Österreichischen Umweltzeichen stellt der Einsatz von Recyclingpapier ein zentrales Kriterium dar. Weiters sind Aufzeichnungen über die gesamtbetrieblichen VOC-Emissionen* zu führen und je nach Druckverfahren unterschiedliche Grenzwerte einzuhalten. Außerdem sind Aufzeichnungen über die Makulatur zu führen und die Einhaltung eines Grenzwertes abhängig vom jeweiligen Produktionsprozess sicherzustellen.

*VOC-Emissionen: werden bei Raumtemperatur leicht gasförmig. Kommt vor allem in Farben und Reinigungsmitteln vor.

Quelle: <https://www.umweltzeichen.at/de/produkte/b%C3%BCro-papier-druck>

6.4

Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaft bedeutet, Ressourcen so lange wie möglich im Kreislauf zu halten, u. a. durch Wiederverwendung, Reparatur und recyclinggerechtes Design. Für ein Medienunternehmen wie die STANDARD-Gruppe, das in Produktion, Logistik und Eventbetrieb auf vielfältige Materialien und Dienstleistungen angewiesen ist, ist dieses Prinzip ein zentraler Hebel zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks.

Um Kreislaufwirtschaft weiter zu fördern, setzt die STANDARD-Gruppe auf mehreren Ebenen an: Im Büroalltag, bei Marketingaktivitäten und bei digitalen sowie Printprodukten. Für Veränderung braucht es vereinte Kräfte. Darum arbeitet die STANDARD-Gruppe auch in diesem Bereich mit Geschäftspartnern zusammen.

Das Geschäftsmodell der STANDARD-Gruppe umfasst insbesondere die Herstellung und Verbreitung von Printprodukten sowie digitale Angebote. Beide Bereiche erfordern den Einsatz natürlicher Ressourcen, wobei insbesondere die Produktion und Distribution von Druckerzeugnissen mit einem hohen Verbrauch an Holz, Wasser und Energie verbunden sind.

Zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft setzt die STANDARD-Gruppe gezielt auf den Einsatz von Recyclingpapier für die Tageszeitung. Ein zentraler Punkt dabei ist das Umweltzeichen für die Zeitung. Durch das Umweltzeichen der Richtlinie UZ 24 für Druck- und Recyclingpapierprodukte soll sichergestellt werden, dass ökologische und gesundheitliche Auswirkungen aus dem Produktions-

prozess möglichst reduziert werden. Zudem soll die Sammlung und Verwertung von Altpapier gefördert werden. Neben der Wirkung für Umwelt und Gesellschaft ist das Umweltzeichen auch von Bedeutung für die Leser:innen und den Anzeigenmarkt.

Auch Egger & Lerch, die Corporate Media Agentur der STANDARD Medien AG, arbeitet bei der Umsetzung von Printprodukten für ihre Kunden regelmäßig mit Druckereien zusammen, die Cradle-to-Cradle-zertifiziert und damit besonders nachhaltig sind.

Der schonende Einsatz von Ressourcen geht auch oft einher mit dem Trend zur Digitalisierung bzw. wirtschaftlichen Faktoren. So geht die Reduktion des Papierverbrauchs Hand in Hand mit dem gesteigerten Angebot an digitalen Produkten. Auch die Optimierung von Seitenzahlen oder die Reduktion von Testabos im Printbereich entsprechen diesen Entwicklungen.

Der STANDARD-Gruppe ist jedoch bewusst, dass auch die Nutzung von digitalen Produkten mit Ressourcenverbrauch, in der Regel mit Energieeinsatz, verbunden ist. Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Digitalisierung“.

Innerhalb der Organisation wird kontinuierlich auf Müllvermeidung, Wiederverwendung und die Mehrfachnutzung von Materialien geachtet. DER STANDARD setzt auf strukturierte Mülltrennung im Unternehmen, um eine saubere Abfalltrennung sicherzustellen und damit die Grundlage für ordnungsgemäße Entsorgung zu schaffen. Der Großteil des

Abfalls der STANDARD-Gruppe entfällt auf Altpapier. Insgesamt gab es 2025 ein Abfallaufkommen von rund 45,6 Tonnen. Davon waren 206 kg gefährliche Abfälle.

Nachhaltigkeit gewinnt auch im Marketingbetrieb zunehmend an Bedeutung. Kooperationspartner erwarten von der STANDARD-Gruppe entsprechende nachhaltige Ansätze bei Werbemitteln und Veranstaltungen. Gleichzeitig nehmen Leser:innen und Partner sehr genau wahr, wie konsequent diese in der Praxis umgesetzt werden.

Bei der Beschaffung von Give-aways und der Organisation von Veranstaltungen berücksichtigt die STANDARD-Gruppe Nachhaltigkeitskriterien. Ein internes Regelwerk für Streuartikel bietet Orientierung im Hinblick auf nachhaltige Aspekte in der Beschaffung der Marketingartikel. Die STANDARD-Gruppe hat auch bewusst auf den Einsatz von Kugelschreibern als Werbegeschenk verzichtet und setzt auf langlebige Produkte. Ein kleiner, aber symbolisch wichtiger Schritt.

Die Planung und Umsetzung von Events folgt weitgehend nach Nachhaltigkeitsprinzipien. Dazu zählen digitales Einladungsmanagement, Verzicht auf Drucksorten, regionales und zertifiziert nachhaltiges Catering sowie kurze Transportwege.

Gleichzeitig analysiert die STANDARD-Gruppe vermehrt die ökologischen Auswirkungen der eigenen Veranstaltungen. Dadurch soll das Abfallaufkommen weiter reduziert und ressourcenschonende Alternativen sollen genutzt werden.



7. SOZIALES

Die STANDARD-Gruppe lebt vom Engagement ihrer Mitarbeitenden und dem Vertrauen der Leser:innen. In diesem Kapitel folgt daher ein Überblick über soziale Themen, insbesondere über Aspekte im Zusammenhang mit der eigenen Belegschaft und den Leser:innen. Dabei stehen Teilhabe und ein respektvoller Umgang im Zentrum des Handelns, sowohl innerhalb des Unternehmens als auch in der Wirkung der Inhalte nach außen.

7.1

Mitarbeiter:innen im Fokus

Durch Vielfalt, individuelle Fähigkeiten und Kenntnisse sowie das Engagement schafft die STANDARD-Gruppe jeden Tag qualitativ hochwertige Produkte. Dadurch leisten die Mitarbeitenden auch einen entscheidenden Beitrag zu einer offenen Gesellschaft. Im Jahr 2025 beschäftigt die STANDARD-Gruppe durchschnittlich 505 Mitarbeiter:innen. Davon sind 497 Personen unbefristet angestellt. Die Fluktuationsrate belief sich für 2025 auf rund 16 %.

Mitarbeiter:innen der STANDARD Medien AG	2025	2024	2023
VZÄ	419,0	437,6	441,2

Bei der STANDARD-Gruppe stehen Zusammenarbeit, Offenheit und gegenseitiger Respekt im Zentrum des beruflichen Alltags. Wertschätzung zeigt sich nicht nur in der Art, wie miteinander kommuniziert wird, sondern auch in der Art, wie Arbeitsprozesse gestaltet sind. Mitarbeiter:innen finden hier eine Umgebung vor, in der Verantwortung übernommen, Mitsprache gefördert und individuelle Entwicklung unterstützt wird.

Transparenz ist dabei ein wesentlicher Grundsatz, sei es in organisatorischen Abläufen, strategischen Zielen oder im Umgang mit Daten. So gibt es etwa klare Informationen zur Datenverarbeitung im Arbeitsverhältnis,

verpflichtende Schulungen zu Datenschutz und Informationssicherheit sowie einfache digitale Tools zur Arbeitszeiterfassung und Abwesenheitsverwaltung.

Auch Austausch und Kommunikation dürfen nicht zu kurz kommen. Dafür hat die STANDARD-Gruppe 2025 verschiedene Formate umgesetzt wie einen Führungskräfte-Afterwork, ein Sit & Talk für alle Mitarbeiter:innen und ein Frühstück mit dem Vorstand für neue Mitarbeiter:innen.

Im vergangenen Jahr hat sich die STANDARD-Gruppe insbesondere auch mit den Themen Führung und Unternehmenskultur beschäftigt. Zum einen gab es eine spezielle Informationsveranstaltung für Mitarbeiter:innen mit Führungsverantwortung. Zum anderen lag der Fokus auf „Positive Leadership“, einem Führungsansatz, der auf den Erkenntnissen der Positiven Psychologie basiert.

Positive Leadership zielt darauf ab, das Wohlbefinden, die Stärken und das Engagement von Mitarbeitenden in den Mittelpunkt zu stellen. Die STANDARD-Gruppe setzt dabei konkret auf das wissenschaftlich fundierte Modell PERMA-Lead. Mit verpflichtenden eintägigen Trainings für alle Führungskräfte des Konzerns wurde hier ein wichtiger Grundstein gelegt.

Zusätzlich zu der Ausbildung der Führungskräfte zu diesem Thema wird in Zukunft der PERMA-Lead-Ansatz auch in die jährlichen Mitarbeiter:innengespräche integriert werden.

Neben der professionellen Zusammenarbeit kommt auch das Zwischenmenschliche nicht zu kurz: Regelmäßige Events stärken das soziale Miteinander. Wer hier arbeitet, ist Teil einer Organisation, die Haltung zeigt, im Journalismus wie im täglichen Miteinander.

Info

PERMA-LEAD

PERMA-Lead ist ein wissenschaftlich fundierter Führungsansatz, der Konzepte der Positiven Psychologie für die Mitarbeiterführung nutzt. Dieser Ansatz wurde von Dr. Markus Ebner entwickelt und zielt darauf ab, Stärken zu fördern, Arbeitszufriedenheit zu steigern und Höchstleistungen durch eine positive Arbeitsumgebung zu ermöglichen.

Aufbauend auf das PERMA-Modell von Martin Seligman, beschreibt PERMA Lead folgende grundlegende Ansätze:

Diese fünf Dimensionen bilden gemeinsam einen Rahmen, anhand dessen Führungsverhalten systematisch reflektiert und weiterentwickelt werden kann. PERMA-Lead kann zu einer resilienten, zukunftsfähigen Organisation beitragen.

Quelle: <https://www.perma-lead.com/perma-lead>



Positive Emotions: ermöglicht positive Emotionen



Engagement: fördert individuelles Engagement



Relationships: schafft tragfähige Beziehungen



Meaning: vermittelt Sinn in der Arbeit



Accomplishment: macht Erreichbares sichtbar

Vielfalt im Unternehmen

Eine besondere Rolle im Unternehmen spielt die gelebte Diversität. In der STANDARD-Gruppe wird auf geschlechtersensible Sprache geachtet, weil Kommunikation auf Augenhöhe und die Gleichstellung aller Menschen als Grundprinzip verstanden werden. Dieses Verständnis spiegelt sich auch in der breiten Palette an unterstützenden Materialien wider: von Glossaren und Raumplänen bis hin zu Plattformen, die neue Kolleg:innen ebenso wie langjährige Mitarbeiter:innen im Alltag unterstützen. Die Werte stärken auch die Attraktivität der Arbeitgebermarke für eine jüngere Zielgruppe.

Von den Mitarbeiter:innen sind im Jahr 2025 mehr als die Hälfte Frauen. In den Führungsebenen sind 43 % Frauen. Frauen verdienen durchschnittlich 7 % mehr.

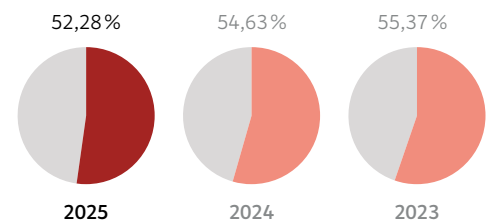
16 % der Beschäftigten sind unter 30 Jahre alt, 57 % gehören zur Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren und 27 % sind 50 Jahre oder älter. Die Altersverteilung spielt eine wesentliche Rolle, um unterschiedliche Sichtweisen im Unternehmen zu berücksichtigen, insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels.

Die STANDARD-Gruppe bietet Mitarbeitenden familienfreundliche und geregelte Arbeitszeiten. Dies wird z. B. durch unterschiedliche Arbeitszeitmodelle unterstützt. Die Teilzeitquote ist von 49,5 % im Vorjahr auf 49,7 % leicht angestiegen.

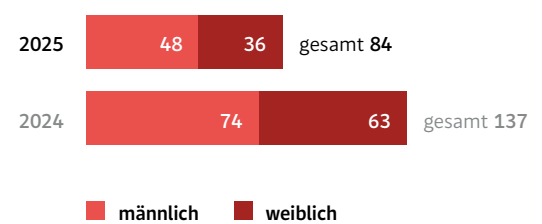
Für Menschen in unterschiedlichsten Lebenssituationen will die STANDARD-Gruppe zeitgemäße Arbeitsbedingungen bieten, beispielsweise mit flexiblen Arbeitszeitmodellen. Hierzu gibt es eine klare Homeoffice-Regelung, die vorgibt, dass an mindestens 2 Tagen in der Woche Anwesenheitspflicht im Büro besteht.

Weibliche Führungskräfte wurden im Rahmen der Führungskräfteumfrage Ende 2025 gezielt zum Thema Diversität und Chancengleichheit befragt. Dabei standen sowohl individuelle Wahrnehmungen als auch Unterstützungsbedarfe im Hinblick auf inklusive Führung und faire Entwicklungsmöglichkeiten im Fokus. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt derzeit und bildet die Grundlage für die Evaluation sowie die Ableitung weiterer Maßnahmen zur gezielten Stärkung von Diversität und Chancengleichheit im Unternehmen.

Frauenanteil



Führungskräfte nach Gender





7.3



Gesundheit am Arbeitsplatz

Das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen hat höchste Priorität. Ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld ist die Grundlage für Motivation, Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit.

Mit gezielten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung möchte die STANDARD-Gruppe sowohl die physische als auch die psychische Gesundheit stärken.

Zu diesen Maßnahmen zählt u. a. das Angebot des Movie-Gesundheitsbusses, bei dem wesentliche Vorsorgeuntersuchungen ermöglicht werden. Movie wird gezielt als unterstützendes Angebot genutzt, um psychischen Belastungen vorzubeugen und Mitarbeiter:innen frühzeitig zu entlasten.

Darüber hinaus wurde die jährliche kostenfreie ÖGK-Vorsorgeuntersuchung im Büro angeboten, die im Jahr 2025 sehr gut angenommen wurde.

Um Herausforderungen und Potenziale zu identifizieren und um Weiterentwicklung zu fördern, wird regelmäßig die aktuelle Situation durch Umfragen unter den Mitarbeiter:innen sowie durch ein Monitoring der Gesundheitsdaten analysiert. Hier kann erfreulicherweise festhalten werden, dass im Jahr 2025 kein Arbeits- oder Wegeunfall gemeldet wurde.

Arbeits- oder Wegeunfälle	2025	2024	2023
	0	0	3

Info

JOURNALISTINNEN

Während im Journalismus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts Frauen oftmals um ihre Positionen kämpfen oder sich hinter Pseudonymen verstecken mussten, sind sie in der heutigen Zeit immer stärker in der Medienbranche vertreten. Die „Pionierinnen der Presse“ legten den Grundstein dafür, dass heute viele kompetente und einflussreiche Journalistinnen wichtige Beiträge zur Demokratie und zur öffentlichen Repräsentation von Frauen leisten können. Doch genau wie damals haben auch die Journalistinnen der Gegenwart mit Barrieren und Vorurteilen zu kämpfen.

Quelle: <https://magazin.wienmuseum.at/journalistinnen-des-19-jahrhunderts>

Einkommen & Dialog

Die STANDARD Medien AG ist sich bewusst, dass eine faire und transparente Vergütung ein zentraler Aspekt der Wertschätzung gegenüber allen Mitarbeiter:innen ist und daher ein wichtiger Baustein für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Eine attraktive und faire Vergütung ist ein wichtiger Faktor für Zufriedenheit und Loyalität sowie notwendig, um qualifizierte Fachkräfte anzuziehen.

Das Unternehmen ist bestrebt, das Angebot an Vergünstigungen kontinuierlich auszubauen, weiters werden Gehaltsmodelle gefördert, die auf den jeweils gültigen Kollektivverträgen basieren, und durch Maßnahmen für ein ausgewogenes und nachvollziehbares Gehaltsgefüge ergänzt.

Dabei orientiert sich die STANDARD-Gruppe, wo möglich, an Marktstandards und berücksichtigt externe Benchmarks bei der Weiterentwicklung von Funktionen und Rollenprofilen.

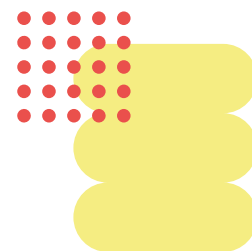
Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen setzen hier jedoch Grenzen. Dennoch wird kontinuierlich daran gearbeitet, für bestehende und neue Kolleg:innen faire und motivierende Rahmenbedingungen zu schaffen – mit Blick auf die Realität und mit dem

Anspruch, innerhalb der Möglichkeiten das Bestmögliche zu gestalten.

Der regelmäßige Austausch mit den Mitarbeiter:innen und die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat leisten einen wichtigen Beitrag zur Stärkung von Mitbestimmung und nachhaltiger Unternehmensentwicklung.

Betriebsräte gibt es in der STANDARD Medien AG, in der STANDARD Verlagsgesellschaft m. b. H. und in der velcom GmbH. Diese drei Körperschaften vertreten alle jeweiligen Mitarbeiter:innen der Firmen und handeln dabei unabhängig voneinander. Bei Projekten und Betriebsvereinbarungen, die die gesamte STANDARD-Gruppe betreffen, sind alle drei Betriebsratskörperschaften einzubinden. 2025 setzen sich die Körperschaften wie folgt zusammen:

- **velcom:** Martin Mende (Vorsitz),
Stephanie Grünberger, Bence Kovacs,
Greta Lun, Deana Dabran
- **Medien AG:** Barbara Zehntner (Vorsitz),
Beata Jagiello, Martin Grafendorfer,
Martin Aigner
- **Verlag:** Colette Schmidt (Vorsitz),
Michael Möseneder, Carsten Brüning,
Bettina Pfluger, Birgit Deisting,
Irene Brickner, Barbara Hautzendorfer



Die Einbindung der Mitarbeitenden ist in einer Zeitung besonders wichtig. Regelmäßig werden Befragungen der Mitarbeiter:innen durchgeführt und daraus konkrete Maßnahmen abgeleitet. Mit dieser Leitfrage „Wie kann die STANDARD-Gruppe freudvolles, gesundes und produktives Arbeiten noch besser ermöglichen?“ ist das Projekt M.I.N.D. im Jahr 2021 gestartet – eine konzernweite Initiative, die sich offen und selbstkritisch mit den Ergebnissen der internen Mitarbeiter:innen-Befragung auseinandergesetzt hat. Dabei wurde unter anderem das Projekthandbuch als wichtige Lösung aufgezeigt: Mit dem Projekthandbuch wurde eine Grundlage für ein

gemeinsames Projektverständnis geschaffen. Es enthält praktische Vorlagen, klare Strukturen und eine einfache Sprache, um auch Kolleg:innen ohne Projekterfahrung einen sicheren Einstieg zu ermöglichen. Im Fokus stehen die Phasen vor dem eigentlichen Projektstart, um die Zusammenarbeit von Beginn an professionell und klar aufzusetzen. Mittlerweile wurde das Projekthandbuch weiterentwickelt und ist jetzt ein Projektleitfaden geworden. Die Projektarbeit in der STANDARD-Gruppe funktioniert seit 2025 mit Hilfe von Asana und ist so strukturiert und transparent wie selten zuvor.



Info

SOZIALPARTNERSCHAFT IN ÖSTERREICH VERSUS EUROPA

Die Sozialpartnerschaft ist ein zentrales Merkmal des politischen Systems Österreichs der Zweiten Republik. Sie bezeichnet die freiwillige Zusammenarbeit der großen gesellschaftlichen Interessenvertretungen untereinander und mit der Bundesregierung bzw. den Bundesministerien. Auch als Wirtschafts- und Sozialpartnerschaft bezeichnet, gilt sie als ein wesentlicher Faktor für den Wiederaufbau Österreichs nach dem Zweiten Weltkrieg und für die Erhaltung des sozialen Friedens. Im europäischen Vergleich wird die österreichische Sozialpartnerschaft nach wie

vor als Paradebeispiel für eine umfassende und koordinierte Vertretung von Gruppeninteressen betrachtet (Mailand 2020). Diese Form der Kooperation, die gemeinhin auch als Austro-korporatismus bezeichnet wird, zeichnet sich durch ihre Breite aus, die nahezu alle Bereiche der Wirtschafts- und Sozialpolitik umfasst.

Eine zentrale Aufgabe der Sozialpartner ist die Verhandlung und der Abschluss von Kollektivverträgen, die die Rechte und Pflichten von Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen regeln. Im Gegensatz

zu vielen anderen Ländern, in denen diese Angelegenheiten gesetzlich (Mindestlohn) oder auf individueller Unternehmensebene bzw. durch freiwillige Interessenvertretungen getroffen werden, ist das österreichische Modell der Sozialpartnerschaft darauf ausgerichtet, dass Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen ihre Forderungen im Ausgleich beidseitiger Interessen und unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit der Wirtschaft verhandeln.

Quelle: <https://www.parlament.gv.at/fachinfos/rlw/Welche-Bedeutung-hat-die-Sozialpartnerschaft-in-Oesterreich>

Weiterbildung und Kompetenzentwicklung

Die gezielte Weiterentwicklung der Kompetenzen der rund 500 Mitarbeitenden bildet eine wesentliche Grundlage für die Qualität und Zukunftsfähigkeit der STANDARD-Gruppe. Im Fokus steht dabei die Sicherung publizistischer Qualität und die langfristige Wettbewerbsfähigkeit als unabhängiges Medienhaus ebenso wie die Stärkung digitaler und technologischer Kompetenzen, insbesondere im Bereich künstliche Intelligenz.

Angesichts struktureller Veränderungen im Medienmarkt kommt zudem der Förderung von Anpassungsfähigkeit, Innovation und bereichsübergreifender Zusammenarbeit eine zentrale Bedeutung zu.

Transparente Entwicklungsstrukturen leisten darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Unterstützung von Chancengleichheit. Zur strategischen Verankerung dieser Ziele wurde eine konzernweite Personalentwicklungsstrategie in der STANDARD-Gruppe eingeführt.

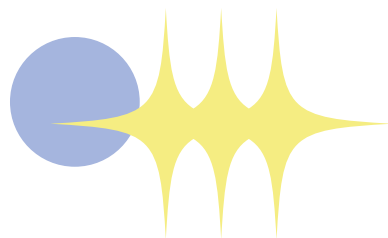
Die Strategie adressiert zentrale Zukunftsthemen wie Lernen im Arbeitsalltag, wirksame Führung, den Umgang mit Veränderung, den Ausbau digitaler Kompetenzen sowie eine stärkere Orientierung an Kund:innen und Innovation. Gleichzeitig wird ein besonderer Fokus auf die nachhaltige Verankerung von Entwicklung im Arbeitsalltag gelegt.

Ende 2025 wurde als konkreter Umsetzungsschritt eine Befragung von Führungskräften

durchgeführt, um den aktuellen Stand sowie den Unterstützungsbedarf entlang der Strategie zu erheben. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Ableitung gezielter Personalentwicklungsmaßnahmen im Jahr 2026. Zur Weiterentwicklung werden z. B. Schulungen und Trainings, Beratung und Coaching, aber auch Job-Enrichment und Job-Enlarge-ment sowie Austauschformate angeboten.

Zur bedarfsgerechten Weiterentwicklung des Weiterbildungsangebots wurden neben den bestehenden Kooperationen mit dem ÖPWZ und der ARS-Akademie in den vergangenen Jahren zusätzliche Bildungspartner eingebunden. Kooperationen mit ETC, ARGE Bildungsmanagement, next level consulting und Primas Consulting wurden teilweise bereits 2024 aufgebaut und im Berichtsjahr 2025 verstärkt genutzt. Die Zusammenarbeit erfolgt zum Teil auf Basis von Gegengeschäften, in deren Rahmen ein Kontingent an Weiterbildungsplätzen für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte zur Verfügung steht. Die Nutzung dieser Angebote erfolgt bedarfsorientiert und in Abstimmung mit der jeweiligen Führungskraft. Ein fixes individuelles Weiterbildungskontingent besteht nicht. Die Vergabe der verfügbaren Plätze richtet sich nach Rolle, Qualifizierungsbedarf und Priorität.

Ergänzend werden bei Bedarf auch kostenpflichtige Weiterbildungsmaßnahmen bei weiteren Anbietern über ein zentrales Budget finanziert. Die Weiterbildungsstunden pro



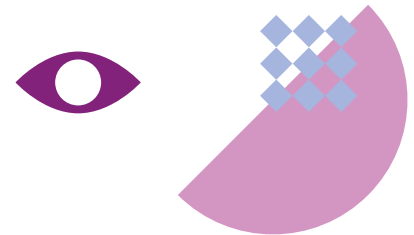
Mitarbeiter:in werden derzeit noch nicht erhoben. Mittels des Zeiterfassungssystems SAGE werden diese Daten jedoch seit 2025 erfasst. Die Verfügbarkeit der Daten ist für das Berichtsjahr 2026 geplant.

Zur besseren Zugänglichkeit und Transparenz werden sämtliche Angebote der Personalentwicklung gebündelt und im Intranet strukturiert dargestellt. Darüber hinaus werden die verpflichtenden Mitarbeiter:innengespräche fortgeführt. Im Jahr 2025 wurde hierfür der Gesprächsleitfaden aktualisiert und es wurden begleitende Schulungen für neue Führungskräfte angeboten. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf dem Ausbau des Führungskräfteprogramms, das sowohl verpflichtende als auch optionale Module umfasst und damit eine zielgerichtete Weiterentwicklung von Führungskompetenzen unterstützt.

Weitere umgesetzte Maßnahmen sind die Fortführung der Projektmanagement-Initiative zur Qualifizierung neuer Mitarbeiter:innen sowie zur Förderung von Vernetzung und fachlichem Austausch und die Definition verbindlicher Kompetenzstandards in ausgewählten Bereichen, etwa für die Nutzung von Asana, dem Projektmanagement-Tool der STANDARD-Gruppe.

Zusätzlich wurden verpflichtende IT-Security-Awareness-Schulungen eingeführt, um die Kompetenzen der Mitarbeitenden im Bereich Informationssicherheit gezielt zu stärken.

Im Jahr 2025 hat die STANDARD-Gruppe einen Schwerpunkt auf die Integration von Positive Leadership im Unternehmen gelegt. Positive Leadership ist ein Führungsverständnis, dass auf den wissenschaftlichen Grundlagen der Positiven Psychologie aufbaut. Der Fokus liegt dabei nicht auf der Behebung von Defiziten, sondern auf der Förderung von Stärken und Wohlbefinden (siehe Kapitel 7.1).



Info

BILDUNG FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (BNE)

Die UNESCO versteht unter BNE einen lebenslangen Lernprozess. Aufgrund der Entwicklungen und Herausforderungen unserer Zeit stellt Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) ein zentrales Thema dar. BNE soll allen Menschen die Chance zur Aneignung von Wissen, Werten und Kompetenzen bieten, um informierte Entscheidungen treffen zu können. Damit soll ein verantwortungsbewusstes Handeln zum Schutz der Umwelt sowie für eine bestandsfähige Wirtschaft und für eine gerechte Gesellschaft gefördert werden.

Dieses Bestreben steht auch in Einklang mit den Sustainable Development Goals (SDGs). Die SDGs sind 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die als Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung von der Generalversammlung der Vereinten Nationen

im September 2015 von allen Mitgliedstaaten verabschiedet wurden.

Die SDGs präzisieren im SDG 4 Hochwertige Bildung das Unterziel 4.7: Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung.

Quellen: <https://www.unesco.at/bildung/bildung-2030/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung>

<https://www.sdgwatch.at/de/ueber-sdgs/>

Nachhaltigkeit beginnt beim Lesen

Medien sind von großer Bedeutung für die Gesellschaft und ein unverzichtbarer Bestandteil einer funktionierenden Demokratie. Sie haben die Aufgabe, Bürger:innen unabhängig und vielfältig über Geschehnisse und Entwicklungen zu informieren. Damit tragen sie auch entscheidend zur Meinungsbildung bei. Dies sind Aufgaben, die die STANDARD-Gruppe ernst nimmt und die das Unternehmen auszeichnen.

Medien spielen auch eine zentrale Rolle für nachhaltige Entwicklung. Einerseits braucht es eine freie und verantwortungsvolle Medienlandschaft, die durch kritische Berichterstattung Transparenz und den öffentlichen Diskurs stärkt. Andererseits spielt das Sichtbarmachen von Herausforderungen wie der Klimakrise und den entsprechenden Lösungen eine entscheidende Rolle für die Weiterentwicklung.

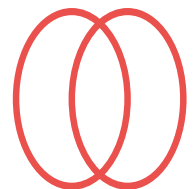
Die STANDARD-Gruppe sieht Nachhaltigkeit als ein großes Zukunftsthema. Dafür müssen jedoch jetzt die Weichen gestellt werden. Deswegen sieht man sich verpflichtet, in der Berichterstattung diesem Thema Raum zu geben. Neben der laufenden Berichterstattung über aktuelle Klimapolitik geht es auch darum, Inhalte zu vertiefen und auch möglich Lösungen für die Zukunft vorzustellen. Dafür gibt es auch Expertise wie z. B. ausgewiesene Expert:innen für Umweltthemen im Wirtschaftsressort. Auch im Ressort Edition Zukunft und in der Wissenschaft gibt es Schwerpunkte in diesen Bereichen.

2025 hat DER STANDARD die Berichterstattung in Spezialressorts zu den Themen Klima, Umweltschutz und Nachhaltigkeit erfolgreich fortgesetzt. Ein steigendes Interesse an den Themen wird auch durch den Gewinn weiterer Abonnent:innen für den Newsletter Klimaklartext sichtbar.

Der STANDARD engagiert sich in weiteren unterschiedlichen Bereichen:

- Gemeinsam mit dem ORF hat DER STANDARD die Medienkompetenz-Initiative gestartet. Bei dieser Initiative wurden Lehrer:innen im richtigen Umgang mit digitalen Medien, Quellen im Internet und künstlicher Intelligenz geschult. Es wurden u. a. kostenlose Unterrichtsmaterialien, Workshops und vieles mehr bereitgestellt. Das große Interesse an diesen Themen wird als klares Zeichen für einen erhöhten Bedarf an Maßnahmen zur Stärkung der Medienkompetenz interpretiert.
- Auch Egger & Lerch, die Corporate Media Agentur der STANDARD-Gruppe liegt das Thema Nachhaltigkeit am Herzen. 2023 entwickelte sie das Magazin „LOOP – Wirtschaft nachhaltig verändern“, welches seitdem zwei Mal jährlich als Beilage des STANDARD erscheint. Der Fokus liegt auf dem Thema Kreislaufwirtschaft. LOOP porträtiert Initiativen, Unternehmen und engagierte Persönlichkeiten im Bereich Nachhaltigkeit und veranschaulicht, wie nachhaltige Lösungen in der Praxis umgesetzt werden können.

Als Medienunternehmen trägt die STANDARD-Gruppe auch in der Vermarktung Verantwortung gegenüber den Zielgruppen und der Gesellschaft. Es wird darauf geachtet, dass die Kommunikation transparent gestaltet wird. Dafür braucht es klare Kennzeichnungen und die Vermeidung von irreführenden Aussagen. Ebenso zentral ist die Wahrung der redaktionellen Integrität im Zusammenspiel mit der Werbung.



Qualitätsjournalismus und Meinungsfreiheit

Von Beginn an ist DER STANDARD ein liberales Medium. „Es ist unabhängig von politischen Parteien, Institutionen und Interessengruppen und wendet sich an alle Leserinnen und Leser, die hohe Ansprüche an eine gründliche und umfassende Berichterstattung sowie an eine fundierte Kommentierung stellen.“ Diese ersten Sätze zum Gründungsgedanken aus dem Jahr 1988 haben nach wie vor Gültigkeit.

Im Sinne der Pressefreiheit gilt: Ohne unabhängige Medien kann ein demokratisches System nicht wirksam funktionieren. DER STANDARD positioniert sich bewusst als liberales, unabhängiges Medium, das kritisch berichtet und Missstände aufdeckt: „Zuverlässige und unabhängige Berichterstattung soll möglichst vielen Menschen frei zugänglich sein.“

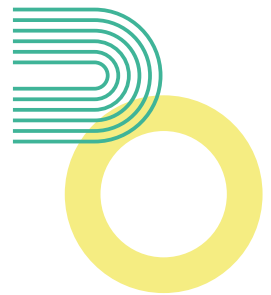
Die oben beschriebene Rolle kann nur gut erfüllt werden, wenn Journalismus nach hohen qualitativen Standards umgesetzt wird. Es braucht also Qualitätsjournalismus, um nachhaltige Entwicklung zu fördern. Die Redaktion blickt hinter die Kulissen der Macht, recherchiert, fragt nach und schaut dorthin, wo andere wegschauen. Jeder finanzielle Beitrag durch Unterstützer:innen fließt in den Ausbau der Redaktion und ermöglicht investigative Recherchen sowie kritischen Qualitätsjournalismus.

Um diesen Anspruch dauerhaft zu erfüllen, setzt DER STANDARD auf transparente redaktionelle Standards, kontinuierliche Weiterbildung im Unternehmen sowie die Stärkung unabhängiger Strukturen in Redaktion und Verwaltung. Das Redaktionsstatut des STANDARD, das u. a. Grundsätze redaktioneller Arbeit beschreibt, ist öffentlich für alle zugänglich: <https://about.derstandard.at/redaktion/redaktionsstatut/>

Als Mitglied des Presseclubs Concordia setzt DER STANDARD sich für unabhängigen Journalismus ein. Zudem ist DER STANDARD Mitglied des Presserats, einer Selbstregulierungseinrichtung im Pressebereich, die sich für die Sicherung journalistischer Qualität einsetzt. Zum Thema Qualitätsjournalismus wird auch auf die Zusammenarbeit mit internationalen Medien gesetzt:

- Der SPIEGEL ist ein zentraler Partner für Recherchen mit Deutschland-Bezug, während umgekehrt Themen aus Österreich gemeinsam bearbeitet werden. Die Zusammenarbeit ist durch den Podcast und Newsletter Inside Austria institutionalisiert und wird derzeit inhaltlich weiterentwickelt. Die Partnerschaft wurde im September 2025 um zwei Jahre verlängert.
- Die Kooperation mit der New York Times hat Tradition. Seit vielen Jahren erscheint wöchentlich eine eigene Beilage in der Printausgabe und im ePaper. Künftig wird die Zusammenarbeit weiter ausgebaut, indem ausgewählte Artikel, Fotos, Grafiken und Videos auch auf **derStandard.at** sowie in der Printausgabe veröffentlicht werden – überwiegend im englischen Original, teilweise in deutscher Übersetzung.

DER STANDARD versteht sich als unabhängiges Medienhaus mit dem Anspruch, täglich verlässliche und kritische Berichterstattung für eine breite Öffentlichkeit bereitzustellen. Dies ist insbesondere in Zeiten von Desinformation und zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung von besonderer Bedeutung. Als Unternehmen will DER STANDARD Raum für vielfältige Perspektiven und einen offenen, respektvollen Diskurs innerhalb der Gesellschaft fördern. Die redaktionelle Unabhängigkeit bildet dabei die Grundlage dafür, dass auch kontroverse Positionen sachlich und differenziert dargestellt werden können.



Zugang zu Informationen

Journalismus wirkt vor allem dann, wenn er die Bürger:innen erreicht. Im Gegensatz zu vielen anderen Medien ist DER STANDARD online frei und kostenlos zugänglich. Freier Zugang zu umfassender Nachrichten-Berichterstattung ermöglicht fundierte Meinungsbildung und fördert den gesellschaftlichen Diskurs. Der Zugang zu Informationen wird auch durch die Entwicklung von digitalen innovativen Produkten erleichtert bzw. gefördert.

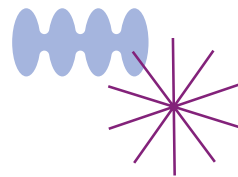
Diskriminierung jeglicher Art, sei es aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Religion, Alter, Behinderung oder sexueller Orientierung, hat bei der STANDARD-Gruppe keinen Platz. Das spiegelt sich intern in der Unternehmenskultur, aber auch in den Produkten wider. Die STANDARD-Gruppe setzt sich aktiv für eine inklusive und respektvolle Darstellung gesellschaftlicher Realitäten ein. Interne Richtlinien, Schulungen und Möglichkeiten für Meldungen helfen hierbei bei der Umsetzung.

In diesem Zusammenhang ist auch die Barrierefreiheit ein wichtiger Aspekt. Als Medienunternehmen übernimmt DER STANDARD Verantwortung, Inhalte möglichst barrierefrei, vielfältig und zielgruppengerecht bereitzustellen. Durch den Ausbau digitaler Angebote, aber auch durch faire Preismodelle und öffentlich zugängliche Inhalte stellt DER STANDARD sicher, dass die journalistischen Angebote möglichst viele Menschen erreichen.

Bei der Entwicklung digitaler Produkte wird Barrierefreiheit systematisch berücksichtigt. Dies umfasst sowohl die Bereitstellung von Untertiteln für Videos und Transkripten für Podcasts als auch technische Maßnahmen wie semantisches HTML, logisch strukturierte Inhalte und die Unterstützung barrierearmer Navigation. Ergänzend wurde 2025 eine Accessibility-Initiative gestartet, um die Barrierefreiheit von **derstandard.at** weiter zu verbessern und Accessibility als integralen Bestandteil von Design, Entwicklung und Testing digitaler Features zu verankern.

Zur Förderung dieses Dialogs tragen das STANDARD Forum sowie die offene Kommentarkultur bei, die Raum für konstruktive Diskussionen schaffen und die Vielfalt an Meinungen sichtbar machen. Darüber hinaus nimmt DER STANDARD die Perspektiven und Rückmeldungen seiner Leser:innen ernst. Mit dem Leser:innenbeauftragten besteht eine zentrale Anlaufstelle für Wünsche, Anregungen, Lob und Beschwerden.

Ergänzend schafft die STANDARD-Gruppe mit verschiedenen Angeboten zusätzliche Möglichkeiten zur Einbindung ihrer Nutzer:innen und Abonnent:innen. Dazu zählen unter anderem Live-Events für Abonnent:innen mit Einblicken hinter die Kulissen, die Weiterentwicklung digitaler Features, Paid-Content-Angebote für Print- und ePaper-Abonnent:innen sowie Podcast-Formate, etwa zu gesellschaftspolitischen Themen wie Burschenschaften.



Info

DER MARKENAUFTRITT DES STANDARD – MACHT WAS

DER STANDARD gestaltet seinen Markenauftritt so, dass er seinem publizistischen Selbstverständnis und seiner Rolle in der Gesellschaft entspricht. Dabei wird vor allem reflektiert, welche Grundhaltungen den Blick auf Themen prägen und wie das Medium öffentlichen Diskurs und gesellschaftspolitische Veränderungen begleitet.

Im Mittelpunkt steht eine journalistische Haltung, die Entwicklungen konstruktiv einordnet, vielfältige Perspektiven sichtbar macht und Fragen

gründlich und unbeirrt stellt. Diese Prinzipien bilden den Rahmen für den Markenauftritt und unterstützen ein Auftreten, das klar, nachvollziehbar und zeitgemäß bleibt.

So wird gewährleistet, dass DER STANDARD seinen Aufgaben als unabhängiges Medium verlässlich nachkommt – ohne sich von kurzfristigen Trends leiten zu lassen, aber mit dem Bewusstsein, dass gesellschaftliche Entwicklungen auch eine regelmäßige Reflexion des eigenen Auftretens erfordern.

Datenschutz

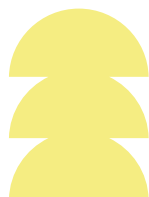
Der Schutz sensibler Daten von Leser:innen, Kund:innen und Mitarbeiter:innen hat für die STANDARD-Gruppe hohe Priorität. Als Medienunternehmen unterliegt DER STANDARD dabei strengen rechtlichen Anforderungen, insbesondere der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sowie einschlägigen nationalen medien- und datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Zur Gewährleistung eines angemessenen Datenschutz- und Sicherheitsniveaus werden technische und organisatorische Maßnahmen umgesetzt, darunter sichere IT-Systeme, interne Kontrollprozesse sowie regelmäßige Schulungen der Mitarbeiter:innen.

Angesichts der täglichen Verarbeitung großer Datenmengen kommt deren verantwortungsvoller und sicherer Handhabung besondere Bedeutung zu. Robuste Datenprozesse leisten dabei nicht nur einen wesentlichen Beitrag zum Schutz personenbezogener Daten, sondern auch zur Wahrung der journalistischen Integrität und Unabhängigkeit. Ein zentrales Ziel ist darüber hinaus die Minimierung von

Cyber Risiken und potenzieller Reputationsschäden durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen. Transparente Kommunikation über Datenverarbeitung, sichere IT-Systeme und die laufende Sensibilisierung der Beschäftigten stärken das Vertrauen in die digitalen Angebote und tragen zur Integrität der Geschäftsprozesse bei.

Für Anliegen rund um das Thema Datenschutz steht die Rechtsabteilung unter der E-Mail-Adresse **legal@derstandard.at** als interne Anlaufstelle zur Verfügung. Für externe Anfragen wurde mit **datenschutz@derstandard.at** eine eigene Kontaktadresse eingerichtet.

Zu den im Berichtsjahr umgesetzten Maßnahmen zählen die laufende Überarbeitung der Datenschutzerklärung zur Abbildung aktueller Entwicklungen sowie die Einführung einer verpflichtenden Online-Schulung zu IT-Sicherheit und Datenschutz für alle Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus ist 2026 ein Datenschutz-Audit geplant.



Info

BARRIEREFREIE HOMEPAGE

Seit 28. Juni 2025 ist das Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) in Kraft, welches private Wirtschaftsakteure, die gewisse Produkte oder Dienstleistungen anbieten, verpflichtet, Barrierefreiheitsanforderungen zu beachten. Das BaFG setzt die Richtlinie (EU) 2019/882 über die Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen – den sogenannten European Accessibility Act (EAA) – national für Österreich um.

In Österreich gibt es ungefähr 1,7 Millionen Menschen, die temporäre oder dauerhafte

Einschränkungen haben. Zu dieser Gruppe gehören nicht nur Personen mit Behinderungen, sondern auch Menschen, die Schwierigkeiten mit der deutschen Sprache haben (funktionaler Analphabetismus genannt). Auch für ältere Menschen und Personen, die vorübergehende Einschränkungen erleben, wie zum Beispiel eine Handverletzung, sind barrierefreie Websites wichtig.

Digitale Barrierefreiheit bedeutet, dass Websites so gestaltet sind, dass sie von allen Menschen genutzt werden können,

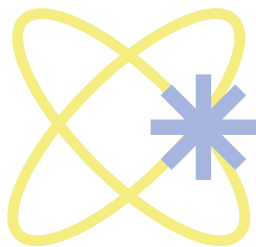
unabhängig von ihren körperlichen oder geistigen Fähigkeiten. Dies umfasst unter anderem die Anpassung von Texten für Menschen mit Sehbehinderungen, die Bereitstellung von Untertiteln oder Transkripten für multimediale Inhalte und die benutzerfreundliche Navigation für Menschen mit motorischen Einschränkungen.

Quelle: <https://www.derstandard.at/story/3000000251435/ab-2025-muessen-websites-in-oesterreich-barrierefrei-sein-was-zu-beachten-ist>

8.

GOVERNANCE

Nachhaltiges Handeln braucht klare Regeln und eine Kultur der Verantwortung. In der STANDARD-Gruppe bildet Governance den Rahmen für integriertes Verhalten, rechtssichere Entscheidungen und transparente Prozesse. Mit internen Richtlinien und Prozessen, aber auch den Unternehmenswerten sichert sich die STANDARD-Gruppe nicht nur die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, sondern fördert auch ein verantwortungsvolles Miteinander. In dieser Hinsicht wurde bereits im Jahr 2024 ein internes Kontrollsystem für die Bereiche Finanz, HR, IT und Sales aufgesetzt.



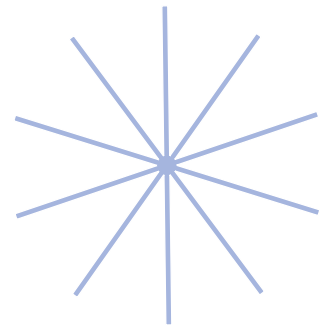
8.1

Schutz von Hinweisgeber:innen & Anti-Korruption

Korruption und mangelnde Transparenz zählen zu wesentlichen Risiken für Unternehmen und Gesellschaft gleichermaßen. Sie untergraben fairen Wettbewerb, beschädigen das Vertrauen von Stakeholdern und können wirtschaftliche sowie gesellschaftliche Strukturen destabilisieren. Ein konsequentes Bekenntnis zu Anti-Korruption und zum Schutz von Hinweisgeber:innen ist daher kein bloßes Compliance-Erfordernis, sondern Teil des Selbstverständnisses.

Zum Schutz von Hinweisgeber:innen betreibt DER STANDARD eine anonyme Hinweisgeberplattform, die es Mitarbeitenden sowie externen Partner:innen ermöglicht, schwerwiegendes Fehlverhalten oder Rechtsverstöße sicher und vertraulich zu melden. Die Plattform ist ein integraler Bestandteil der unternehmensweiten Compliance-Struktur und unterstützt die frühzeitige Identifikation sowie systematische Aufarbeitung potenzieller Missstände. Gleichzeitig gewährleistet sie die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen. Hinweisgeber:innen werden durch umfassende technische und organisatorische Maßnahmen geschützt. Im Berichtsjahr 2025 wurden erste Meldungen erfolgreich bearbeitet.

Ein umfassendes Regelwerk an Richtlinien, wie z. B. zur Prüfung und Unterzeichnung von Verträgen, zur datenschutzkonformen Verarbeitung personenbezogener Informationen oder zur rechtskonformen Gestaltung



des Impressums, unterstützt die Compliance in der Organisation. Effiziente, klar definierte Workflows zwischen der Rechtsabteilung und anderen Unternehmensbereichen stellen sicher, dass Meldungen angemessen geprüft und bearbeitet werden. Zudem hat die STANDARD-Gruppe die internen Compliance-Leitlinien weiterhin erfolgreich angewendet. Dazu werden Mitarbeiter:innen regelmäßig informiert und geschult.

Freunderlwirtschaft, undurchsichtige Inseratenvergaben und politische Einflussnahme sind in Österreich allgegenwärtig. Unter diesen Rahmenbedingungen ist Unabhängigkeit das höchste Gut für eine Qualitätszeitung.

Korruptionsprävention ist ein zentraler Bestandteil der Compliance-Strategie. Die STANDARD-Gruppe verfolgt eine Null-Toleranz-Politik gegenüber Bestechung und unlauterem Verhalten, sowohl intern als auch im Umgang mit externen Partner:innen. Durch klare Verhaltensrichtlinien und interne Kontrollmechanismen schafft das Medienunternehmen ein Bewusstsein für Risiken und stärkt eine integre Unternehmenskultur.

DER STANDARD berichtet frei und selbstbestimmt, weil er unabhängig ist. Hinter dem STANDARD steht kein Medienkonzern, sondern die Leserschaft. Jede Unterstützung sichert die Unabhängigkeit des STANDARD von ökonomischer und politischer Einflussnahme.

Info

KORRUPTIONSINDEX

Jedes Jahr veröffentlicht Transparency International (TI) den Korruptionsindex, der die „Wahrnehmung von Korruption“ zwischen verschiedenen Ländern vergleichen und darstellen soll. Im Jahre 2025 erreichte Österreich mit 69 Punkten den 21. Rang im Korruptionsindex. Das bis dahin schlechteste Ergebnis aus dem Jahr 2024 (Rang 25) konnte also leicht verbessert werden. Nicht zuletzt deshalb ist es wichtig, Transparenz auch in Organisationen zu fördern.

Quelle: <https://www.transparency.de/cpi/cpi-2025>

Digitalisierung

Die Digitalisierung verändert die Medienbranche entlang der gesamten Wertschöpfungskette: von der Produktion über die Verbreitung bis hin zur Nutzung von Inhalten. Sie eröffnet neue Möglichkeiten für journalistische und kommerzielle Angebote, verändert Geschäftsmodelle und erfordert eine kontinuierliche technologische Weiterentwicklung. Gleichzeitig sind mit der digitalen Transformation auch neue Herausforderungen verbunden, insbesondere im Hinblick auf ihre ökologischen Auswirkungen.

In der STANDARD-Gruppe werden redaktionelle Prozesse laufend weiter digitalisiert. Gleichzeitig wird ein wachsender Anteil der Erlöse im digitalen Bereich erzielt. Die fortschreitende Digitalisierung ist damit eine wesentliche Voraussetzung für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Da sich auch die Mediennutzung zunehmend in den digitalen Raum verlagert, ist die Weiterentwicklung digitaler Produkte und Erlösmodelle zentral, um die Relevanz im Markt zu sichern und die wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit nachhaltig abzusichern.

Auch für die STANDARD Marketplaces ist Digitalisierung von zentraler Bedeutung. Sie erhöht die Effizienz und Reichweite der Plattformen, ermöglicht eine schnellere Abwicklung sowie datenbasierte Optimierung von Inseraten und unterstützt die zielgerichtete Ansprache relevanter Zielgruppen. Darüber hinaus verbessert sie die Nutzererfahrung für Bewerber:innen und Interessent:innen und stärkt damit die Wettbewerbsfähigkeit des Geschäftsbereichs.

2025 wurden weitere Maßnahmen zur Weiterentwicklung der digitalen Infrastruktur und der digitalen Geschäftsmodelle umgesetzt. Klassische Abonnements wurden durch den

Zugang zu digitalen Smart-Features aufgewertet. Zugleich wurde die technische Grundlage für eine künftige Entkopplung der PUR-Features geschaffen. Darüber hinaus wurde eine neue Datenbank für die Community-Infrastruktur implementiert, ein eigenes Produktteam für digitale Werbung aufgebaut sowie eine neue technische Basis für **derStandard.at** geschaffen.

Im Bereich der digitalen Werbung wurde der Fokus weiter auf datengetriebene Entscheidungen ausgerichtet. So wurden AdServer-Daten vollständig in das Data Warehouse integriert und relevante Reportings für interne Stakeholder automatisiert. Zudem wurde die Ausspielung von Podcast-Werbung im Herbst 2025 auf eine neue technologische Lösung umgestellt.

Auch interne Arbeitsprozesse wurden konsequent weiter digitalisiert. Die unternehmensweite Umstellung auf „Laptop only“ sowie die Einführung von Asana als zentralem Kollaborationstool tragen zu effizienteren und flexibleren Arbeitsabläufen bei.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Migration bestehender Services in die Cloud. Anwendungen wie die Jobsuche, der Suchagent sowie Teile des Admin-Bereichs wurden von lokalen Servern in die AWS-Cloud überführt. Laut Anbieter zeichnet sich diese durch eine höhere Energieeffizienz aus und wird zu 100% mit erneuerbarer Energie betrieben. Im Zuge dieser Umstellung wurde auch der Drittanbieter Emarsys im Marketplaces-Bereich abgelöst und die entsprechenden Leistungen wurden vollständig in die Cloud integriert. Die Maßnahmen tragen sowohl zur Effizienzsteigerung als auch zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks bei.



Info

AUSWIRKUNG DIGITALISIERUNG

Rechenzentren sind das Rückgrat der Digitalisierung, und der Bedarf an zentraler Rechenleistung steigt. Es werden immer mehr und immer größere Rechenzentren gebaut. Damit wächst der Bedarf an Strom und natürlichen Ressourcen. Schon vor einigen Jahren errechnete die Hochschule Luzern, dass Rechenzentren etwa 4% des Stroms benötigen. Die Spannweite über den weltweiten Energiebedarf der Rechenzentren reicht von etwa 200 bis 1.000 Terawattstunden (TWh) im Jahr 2020, was in etwa 100 bis 500 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten entspricht. Die Herausforderung ist, die Auswirkungen auf die Umwelt möglichst gering zu halten.

Weltweit stehen fast 11.800 Rechenzentren. Fast die Hälfte davon befindet sich in den USA. Hinter den USA folgen Deutschland und Großbritannien mit je gut 500 Rechenzentren.

Das Umweltzeichen Blauer Engel zeichnet nunmehr seit zehn Jahren Rechenzentren aus, die besonders energieeffizient und ressourcenschonend betrieben werden. Mit dem Umweltzeichen für „Rechenzentren“ können solche Rechenzentren ausgezeichnet werden, deren technische Gebäudeausrüstung (TGA) besonders energieeffizient, klima- und ressourcenschonend betrieben wird, deren Betreiber eine langfristige Strategie zur Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz für das Rechenzentrum erarbeiten und erfolgreich umsetzen, deren Informationstechnik effizient betrieben wird, die ihre Kund:innen in die Lage versetzen, Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz umzusetzen, und die durch garantierte Mindeststandards und transparente Berichterstattung die Vorausset-

zung für IT-Betreiber schaffen, Informationstechnik energieeffizient zu betreiben.

Auch das Österreichische Umweltzeichen hat seit 2024 eine Richtlinie für Rechenzentren (UZ 80). Die aktuelle Version des deutschen Blauen Engels (UZ t228) wurde nun mit einer wesentlichen Anpassung ins österreichische UZ80 übernommen.

Der Blaue Engel lässt ausschließlich natürliche Kältemittel zu. Damit sind aber bisher nur wenige Kältemaschinen und Klimaschränke für den Rechenzentrum-Einsatz verfügbar und damit wäre fast der gesamte Rechenzentrum-Bestand in Österreich nicht zertifizierbar. Da das UZ 80 aber neben den Kältemitteln viele andere, sehr wertvolle Vorgaben macht, wurde für Österreich ein Weg gewählt, der eine Übergangsfrist beinhaltet. Rechenzentren, die heute marktübliche Kältemittel verwenden, können sich, wenn sie alle anderen Kriterien erfüllen, bereits jetzt zertifizieren und haben je nach eingesetztem Kältemittel bis 2030 bzw. 2035 Zeit, auf ein natürliches Kältemittel zu wechseln.

DER STANDARD berichtet frei und selbstbestimmt, weil er unabhängig ist. Hinter dem STANDARD steht kein Medienkonzern, sondern die Leserschaft. Jede Unterstützung sichert die Unabhängigkeit des STANDARD von ökonomischer und politischer Einflussnahme.

Quellen: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/digitalisierung/gruene-informati-onstechnik-green-it/rechenzentren#un-defined>

<https://www.inside-it.ch/weltweit-gibt-es-fast-12000-rechenzentren-20250123>
<https://frauscher.consulting/news/das-oesterreichische-umweltzeichen-fuer-rechenzentren-uz80-ist-da/>

Auch für die STANDARD-Gruppe ist Digitalisierung ein Treiber für Veränderung. Ein wichtiges Produkt ist das SMART-Abo des STANDARD. Mit dem SMART-Abo bietet DER STANDARD ein digitales Angebot, das weit über den klassischen Nachrichtenkonsum hinausgeht. Es richtet sich an alle, die nicht nur informiert, sondern gut informiert sein wollen – fundiert und alltagsnah.

Im Zentrum des SMART-Abos stehen exklusive Inhalte, die Orientierung und Mehrwert bieten. Dazu zählen vertiefende Ratgeber, Analysen und Geschichten aus den Bereichen Karriere, Gesundheit, Familie, Finanzen und Wohnen – verfasst von spezialisierten Redakteur:innen mit hohem Anspruch an Qualität und Relevanz. Ergänzt wird das Angebot durch den wöchentlichen „Im Fokus“-Newsletter, persönliche Leselisten und abwechslungsreiche Rätsel.

Das SMART-Abo ist für alle gängigen Endgeräte optimiert, kann monatlich oder jährlich abgeschlossen werden und ist flexibel kündbar. Wer einmal pausieren möchte, kann das dank SoftStorno® unkompliziert tun. Für bestehende Print-Abonent:innen besonders interessant: Die Inhalte des SMART-Abos sind automatisch im Print-Abo enthalten. Das bedeutet, alle, die die Zeitung klassisch auf Papier beziehen, profitieren zusätzlich von den digitalen Features – ohne Mehrkosten und ohne Aufwand.

Mit über 63.100 zahlenden Digitalabonent:innen zählt DER STANDARD zu den Vorreitern im österreichischen Qualitätsjournalismus im Netz. Das SMART-Abo ist ein Kernstück dieser digitalen Transformation. Es verbindet journalistische Tiefe mit technischer Nutzerfreundlichkeit und einem klaren Bekenntnis zu unabhängigem Journalismus. Wer den STANDARD liest, liest mehr – und mit dem SMART-Abo noch besser.

9.

ANHANG

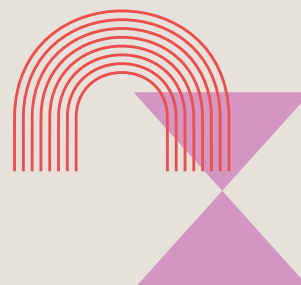
9.1

VSME Index

Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Allgemeine Informationen			
B1 Grundlagen für die Erstellung	24a	Die Wahl des Berichtsmoduls	Seite 7
	24b	Auslassen einer Angabe aufgrund von vertraulichen Informationen	nicht zutreffend
	24c	Berichterstattung nach VSME auf individueller oder konsolidierter Basis	Das Unternehmen berichtet auf konsolidierter Basis
	24d	Konsolidierungsbericht	Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht stellt die nachhaltigkeitsbezogenen Informationen der STANDARD Medien AG, der STANDARD Verlagsgesellschaft m. b. H. und der velcom GmbH dar.
	24 e-i	Rechtsform	Aktiengesellschaft
	24 e-ii	NACE-Code des Unternehmens	Die Tätigkeit der Unternehmensgruppe ist im Bereich „Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen“ und bezieht sich daher auf den NACE-Code J-58.12-0.
	24 e-iii	Bilanzsumme	Seite 6
	24 e-iv	Umsatz	Seite 6
	24 e-v	Anzahl der Mitarbeitenden	Seite 18
	24 e-vii	Geolokation des Unternehmens	48.20711275061219, 16.384334668012045
B2 Verfahrensweisen, Richtlinien und zukünftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	25	Nachhaltigkeitszertifikate oder Nachhaltigkeitslabel	Seite 16, Umweltzeichen
	26 a, b, cd, d	Nachhaltige Praktiken des Unternehmens sowie Konzepte und zukünftige Initiativen oder Pläne in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen und Ziele zur Implementierung von Konzepten	Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft, siehe Seite 39



Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Umwelt			
B3 Energie und Treibhausgasemissionen	29	Energieverbrauch	siehe Seite 12
	30 a, b	Emissionen in Scope 1	siehe Seite 13
	30 b	Emissionen in Scope 2 (location based)	siehe Seite 13
	31	Intensität der Treibhausgasemissionen	5,949 gCO ₂ eq/€ (Basis Scope 1 und 2)
B4 Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung	32	Schadstoffemissionen des eigenen Betriebs	Nicht zutreffend
B5 Biodiversität	33	Standorte in der Nähe von Gebieten mit schutzbedürftiger Biodiversität	Nicht zutreffend
	34 a, b, c, d	Flächennutzung an den Standorten	Nicht zutreffend
B6 Wasser	35	Menge der Wasserentnahme, gesondert auch für Standorte mit hohem Wasserstress	Seite 15
	36	Wasserverbrauch (bei Produktionsverfahren mit hohem Wasserverbrauch)	Nicht zutreffend
B7 Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallbewirtschaftung	37	Prinzipien zur Kreislaufwirtschaft im Unternehmen	Seite 16, 17
	38 a	Jährliches Abfallaufkommen	45,6 Tonnen
	38 b	Gesamtmenge an Abfällen für Wiederverwertung	23.000 kg
	38 c	Jährlicher Massenstrom relevanter Materialien (bei erheblichen Materialflüssen)	nicht zutreffend





Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Soziales			
B8 Arbeitskräfte – Allgemeine Merkmale	39 a	Anzahl der Beschäftigten, aufgeschlüsselt nach Art des Arbeitsvertrages	Seite 18
	39 b	Anzahl der Beschäftigten, aufgeschlüsselt nach Geschlecht	Seite 18, 20
	39 c	Anzahl der Beschäftigten, aufgeschlüsselt nach Land, in dem sie angestellt sind	Nicht zutreffend
	40	Mitarbeiter:innenfluktuationsrate	Seite 18
B9 Arbeitskräfte – Gesundheitsschutz und Sicherheit	41 a	Anzahl und Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	Seite 21
	41 b	Anzahl der Todesfälle infolge von arbeitsbedingten Verletzungen und Erkrankungen	keine
B10 Arbeitskräfte – Vergütung, Tarifverhand- lungen und Schulung	42 a	Arbeitnehmende, die einen Lohn entsprechend des geltenden Mindestlohns oder des Kollektivvertrages beziehen	Ja, alle Mitarbeiter wurden mindestens laut Kollektivvertrag bezahlt, ausgenommen sind die Geschäftsführer
	42 b	Prozentuales Entgeltgefälle zwischen männlichen und weiblichen Beschäftigten	+7,00% (Frauen verdienen durchschnittlich 7 Prozent mehr)
	42 c	Anteil der Mitarbeitenden, die dem Kollektivvertrag unterliegen	99,60%
	42 d	Durchschnittliche Anzahl an Schulungsstunden pro Mitarbeitenden pro Jahr	Seite 25
B11 – Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korrup- tion und Bestechung	43	Verurteilungen und Geldstrafen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung	keine



Zusatzmodul

Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Allgemeine Informationen			
C1 Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit – Zugehörige Initiativen	47 a, b, c, d	Kernelement der Unternehmensstrategie und des Geschäftsmodells einschließlich einer Beschreibung • der bedeutenden Produkte und Dienstleistungen • der bedeutenden Märkte • der wesentlichen Geschäftsbeziehungen • strategische Kernelemente in Bezug auf Nachhaltigkeit	die Tabelle befindet sich nicht auf der Seite 9
C2 Beschreibung von Verfahrensweisen, Richtlinien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	48	Beschreibung von Praktiken, Strategien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft	Seite 9
	49	Höchste Personalebene, die für die Umsetzung der Richtlinien verantwortlich ist	Leitungsrunde: Das Organ besteht aus allen Bereichsleiter:innen der Unternehmensgruppe und dem Verantwortlichen für Strategie- und Projektprozesse

Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Umwelt			
C3 THG-Reduktionsziele und Übergang für den Klimaschutz	54 a, b, c, d, e	Ziele zur Verringerung der THG-Emissionen	Nicht zutreffend
	55, 56	Übergangsplan für den Klimaschutz	Nicht zutreffend
C4 Klimabedingte Risiken	57 a, b, c, d	Beschreibung klimabedingter Gefahren und Übergangsereignisse einschließlich • Bewertung der Exposition und Empfindlichkeit der Vermögenswerte, Aktivitäten und Wertschöpfungskette • Zeithorizonte für die Ermittlung der klimabedingten Gefahren und Übergangsereignisse • Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel	Seite 12, 13
	58	Potenzielle negative Auswirkungen von Klimarisiken, die sich auf die finanzielle Leistungsfähigkeit oder die Geschäftstätigkeit auswirken können	Seite 12, 13





Angabe	Paragraf	Beschreibung	Seite/ Erläuterung
Soziales			
C5 Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Arbeitskräfte	59	Verhältnis von Frauen und Männern auf der Führungsebene	Seite 20
	60	Zahl der Selbstständigen ohne Personal, die ausschließlich für das Unternehmen tätig sind, sowie die Zahl der Leiharbeiter:innen	nicht zutreffend
C6 – Zusätzliche Informationen über die Arbeitskräfte des Unternehmens – Richtlinien für die Achtung der Menschenrechte und diesbezügliche Prozesse	61 a, b	Verhaltenskodex oder Menschenrechtspolitik für die eigene Belegschaft zu den Themen Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Menschenhandel, Diskriminierung, und Sonstiges	nicht zutreffend
	61 c	Beschwerdemechanismus für die eigene Belegschaft	Seite 22
C7 Schwerwiegende Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten	62 a, b	Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Menschenhandel, Diskriminierung und Sonstiges sowie Beschreibung der getroffenen Maßnahmen	keine
	62 c	Bestätigte Vorfälle, in die Arbeitnehmende in der Wertschöpfungskette, betroffene Gemeinschaften, Verbraucher:innen und Endverbraucher:innen involviert waren	keine
Unternehmensführung			
C8 Umsatzerlöse aus bestimmten Tätigkeiten und Ausnahme von EU-Referenzwerten	63	Einkünfte aus den Sektoren kontroverse Waffen, Tabakanbau und -produktion, fossile Brennstoffe, Herstellung von Chemikalien	nicht zutreffend
	64	Ausschluss von EU-Referenzwerten, die mit dem Pariser Klimaabkommen in Einklang stehen	nicht zutreffend (kein Ausschluss)
C9 Geschlechtervielfalt im Leitungsorgan	65	Geschlechtervielfalt im Aufsichtsrat	nicht zutreffend



Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

Themengebiet	es gibt bestehende Praktiken/Richtlinien/ zukünftige Initiativen [Ja/Nein]	diese sind öffentlich einsehbar [Ja/Nein]	es gibt dazu Ziele [Ja/Nein]
Klimawandel	Nein	Nein	Nein
Verschmutzung	Ja	Nein	Ja
Wasser und marine Ressourcen	Nein	Nein	Nein
Biodiversität und Ökosysteme	Nein	Nein	Nein
Kreislaufwirtschaft	Ja	Nein	Ja
Eigene Belegschaft	Ja	Nein	Ja
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	Nein	Nein	Nein
Betroffene Gemeinschaften	Nein	Nein	Nein
Verbraucher:innen und Endnutzer:innen	Nein	Nein	Ja
Unternehmenspolitik	Ja	Nein	Ja

Die STANDARD-Gruppe hat in ausgewählten Themenfeldern bereits Praktiken, Maßnahmen und Zielsetzungen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft etabliert. Im Bereich Verschmutzung liegt ein Schwerpunkt auf dem Einsatz von Zeitungspapier mit Recycling-Anteil, biologisch abbaubaren Druckfarben sowie Druckplatten aus 100 % recyceltem Aluminium. Im Zusammenhang mit der Trägerschaft des österreichischen Umweltzeichens besteht das Ziel, den Recycling-Anteil dauerhaft auf einem hohen Niveau zu halten und damit die entsprechenden Qualifikationsanforderungen weiterhin zu erfüllen. Aspekte der Kreislaufwirtschaft werden sowohl in der Beschaffung als auch in der Entsorgung berücksichtigt, indem auf die Herkunft von Materialien geachtet und eine möglichst konsequente Rückführung in Recyclingkreisläufe angestrebt wird; hierzu zählen auch operative Maßnahmen wie die erweiterte Mülltrennung für zusätzliche Stofffraktionen sowie der schrittweise Austausch von Leuchtstoffröhren durch LED-Röhren.

Für die eigene Belegschaft sind gute Arbeitsrahmenbedingungen und deren fortlaufende Verbesserung von wesentlicher Bedeutung, was sich auch in der strategischen Zielsetzung der STANDARD-Gruppe widerspiegelt. Gegenüber Verbraucher:innen und Endnutzer:innen wird insbesondere auf die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht, auf unabhängige Berichterstattung sowie auf die Normkonformität der entwickelten Produkte geachtet. In der Unternehmenspolitik besitzt Transparenz einen hohen Stellenwert; dies umfasst insbesondere den Anspruch, Governance-Fälle zu vermeiden, sowie die Bereitstellung eines Whistleblower-Postfachs für interne und externe Hinweisgebende. Insgesamt verdeutlicht die Darstellung, dass in mehreren relevanten Themenfeldern bereits konkrete Grundlagen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft bestehen, während andere Themenbereiche derzeit noch nicht in vergleichbarer Tiefe mit eigenen Praktiken oder Zielen hinterlegt sind.



ST

MEDIEN AG