

Communication on Progress (COP) in Beckmann Verlag

Elemente	2016
Firmenname	Beckmann Verlag GmbH & Co. KG
Firmensitz	Lehrte
Eigentümerstruktur und Rechtsform	inhabergeführte Personengesellschaft (Kommanditgesellschaft)
Angaben zur Unternehmensgröße am Ende des Berichtszeitraums	20 Personen, 17 FTE (full time employees)
Mitgliedschaft in Verbänden oder Interessenvertretungen	Bundesverband Lohnunternehmen e.V., DLG e.V., Verband der Zeitschriftenverlage Nord e.V., Verein Deutsche Fachpresse
Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum	keine
Wichtigste Produkte und Dienstleistungen	Fachmedien (Fachzeitschriften, Bücher, Newsletter, Werbe- und Marketingdienstleistungen)
Erklärung	
Erklärung des Geschäftsführers zur fortgesetzten Unterstützung des Global Compact	Der Geschäftsführer erklärt explizit seine fortgesetzte Unterstützung des UN Global Compact für den Berichtszeitraum und das laufende Jahr. Dabei bekennen wir uns zu den zehn Prinzipien des Global Compact: zu Menschenrechten, fairen Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Anti-Korruption und wollen deren Umsetzung in unserem Verantwortungsbereich weiter verbessern.
Technische Berichtsangaben	
Berichtszeitraum für die im Bericht enthaltenen Informationen	1.1.2016 - 31.12.2016, bei Stichtagsbetrachtungen der 1.1.2016
Berichtszyklus	kalenderjährlich
Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und dessen Inhalt	Jan-Klaus Beckmann, Inhaber
Differenzierungslevel	Learner
Steuerung	
Anreizsysteme zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	keine
Kennzahlen zur Steuerung	siehe in den einzelnen Themen
Auswahl der Interessengruppen	Zentrale Stakeholder sind die Gesellschafter, wichtige Lieferanten und wichtige Kunden. Hinzu kommen Kunden und weitere Lieferanten.
Beschreibung der Kundenbeziehungen (Wertschöpfungskette) und der Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit	Leser, User und Werbekunden. Keine besonderen Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit.
Beschreibung der Lieferbeziehungen (Wertschöpfungskette) und der Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit	Druckereien, Post, diverse Dienstleister. Besondere Herausforderungen bei Druckereien und Post (Logistik).
Nachhaltigkeitsziel	Wir im Beckmann Verlag sind uns der Verantwortung für die Auswirkungen unseres Wirtschaftens auf Umwelt und Gesellschaft bewusst. Diese versuchen wir unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten ausgewogen zu gestalten. Dabei orientieren wir uns dazu an „UN Global Compact“ / „Deutsches Global Compact Netzwerk“. Wir sind uns bewusst, dass diese Ziele nur gemeinschaftlich und langfristig erreicht werden können. Aber wir haben diesen Weg beschritten und werden ihn verfolgen.

Menschenrechte	
Prinzip 1*	Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten
Prinzip 2*	Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.
Wo betrifft das Thema "Menschenrechte" uns?	Verlagsintern haben wir das Thema im Blick. Auch unsere Lieferanten wählen wir unter anderem unter diesem Aspekt aus. Unklarer wird es, je weiter die Lieferkette von uns entfernt ist, das betrifft insbesondere Rohstoffe der Druckereien sowie eventuelle Baumaterialien.
Einhaltung von Menschenrechte	Wir sind wachsam, wo Risiken für mögliche negative Auswirkungen bestehen und welche tatsächlichen negativen Auswirkungen unsere Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte haben könnten (human rights due diligence). Überprüft und für unkritisch befundene Bereiche sind Auswirkungen auf Entwicklungs- und Schwellenländer, Ausbeutung oder Kinderarbeit innerhalb der Lieferkette.
Sozialstandards Lieferkette	Vereinbarungen zur Einhaltung des Mindestlohngesetzes sind mit allen relevanten Dienstleistern unterzeichnet.
Gleichbehandlung von nicht traditionellen Familienkonstellationen	ist gegeben
Mögliche Diskriminierung aufgrund der Herkunft, Hautfarbe, sexuellen Orientierung, Religion	keine
Anteil Frauen an Gesamtbeschäftigten	75%
Anteil Frauen auf Abteilungsleiterebene	50%
Anteil von Teilzeitstellen	45%
Ausbildungsbetrieb?	ja, 1 Auszubildende
Anteil der MitarbeiterInnen, die mindestens einen Tag vom home office aus gearbeitet haben (ohne Azubi)	68%
Durchschnittliche Tage Weiterbildung je Person (ohne Azubi)	0,8 Tage
<i>Ziele für das Folgejahr</i>	<i>Neue Dienstleister entsprechend auswählen bzw. überprüfen</i>

Arbeitsnormen	
Prinzip 3*	Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner
Prinzip 4*	für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit
Prinzip 5*	die Abschaffung der Kinderarbeit
Prinzip 6*	die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.
Vereinigungsfreiheit	Die MitarbeiterInnen können sich jederzeit zu gemeinsamen Zwecken und Zielen zusammenschließen und diese gemeinsam anstreben.
Kollektivverhandlungen	Die MitarbeiterInnen können sich Gewerkschaften anschließen (einige nutzen das) und können kollektiv mit dem Arbeitgeber verhandeln bzw. Kollektivmaßnahmen zur Verteidigung ihrer Interessen ergreifen.
Manteltarif- und Lohntarifvertrag	Der Verlag ist nicht tarifgebunden. Der Verlag orientiert sich bei der Bezahlung an den Tariflöhnen, in Teilbereichen wie bei den Auszubildenden, den Volontären und der Redaktion entspricht der Lohn dem Tariflohn. Bei der Ausgestaltung der ARbeitsverträge orientiert sich der Verlag seit 2016 am Manteltarifvertrag.
Maßnahmen zur Einbeziehung von Mitarbeiterinteressen	offene Gesprächskultur, Angebot für ein werteorientiertes Mitarbeitergespräch für jeden Mitarbeiter
Sozialstandards intern	Sozial- und Arbeitsräume im Erdgeschoss sind barrierefrei. Jeder Mitarbeiter hat einen elektrisch höhenverstellbaren Schreibtisch.
Berufsgenossenschaft	Berufsgenossenschaftliche Auflagen werden geschult und eingehalten.
Anteil MitarbeiterInnen mit festen Arbeitsverträgen	100%
Anteil der MitarbeiterInnen mit unbefristeten Arbeitsverträgen	80%
Weiterbildungstage pro Mitarbeiter	1,55 Tage
Anzahl der Betriebsunfälle	0
<i>Ziele für das Folgejahr</i>	<i>Den zu geringen Arbeitsschutz unseres Dienstleisters für die Grünflächenpflege verbessern. Wir führen eine Mitarbeiterversammlung durch, in der wir anonym und systematisch die Zufriedenheit erfragen.</i>

Umwelt und Klima	
Prinzip 7*	Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen.
Prinzip 8*	Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen.
Prinzip 9*	Die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.
Baukörper	2geschossiger Bürobau mit Flachdach, ohne Keller
Bürofläche	516 qm Gesamtfläche, davon 332 qm Bürofläche
Wasserverbrauch	74 m ³
Stromverbrauch	23.225 kWh
Gasverbrauch	36.442 kWh
CO2-Verbrauch Strom/Erdgas	84.729 kg CO2
Anzahl der intern ausgedruckten Seiten	46.717 Seiten
Gefahrstoffe oder umweltgefährdende Stoffe	keine
Entsorgung	4fache Mülltrennung. Entsorgung des Hausmülls durch lokalen Fachbetrieb, Sonderentsorgung in regionalen Wertstoffhöfen. Separate Entsorgung von Batterien/Akkus sowie der Tonerkartuschen.
Raumklima/Beschattung	ca 50% des Flachdaches begrünt, Außenjalousien vor allen Fenstern, keine Klimaanlage in den Büros.
Fortschritte im direkten Ressourcenverbrauch	2016 ist die letzte Glühlampe durch eine LED-Lampe ersetzt worden. Alle Standby-Geräte werden abends zentral aus- und morgens wieder zentral angeschaltet.
Umweltbewusstsein bei Druckereien	Bei der Auswahl der Druckereien achten wir auf ein nachhaltiges Klimaschutzkonzept (Einsatz zertifizierter Papiere, sorgfältig definierte Logistikkösungen, Strom aus regenerativen Energien, Verzicht auf Industrialkohol und die weitest gehende Nutzung mineralölfreier Farben, ISO 12647, PEFC) sowie klimafreundlichen Versand mit GoGreen.
Versand unserer Zeitschriften	Weil zu häufig unsere Zeitschriften nicht einwandfrei bei ihren Abonnenten ankamen, versenden wir diese verpackt. Nach Beratungen mit der Druckerei verwenden wir dazu eine normale PE-Folie (guter Schutz der Zeitschrift, Material rückstandsfrei verbrennbar sowie grundwasserneutral).
Regionalität	Wir beschäftigen ausschließlich lokale Handwerker, beziehen Gas-Wasser-Strom von den lokalen Stadtwerken.
Elektronik	Wir versuchen, so viel Kommunikation wie möglich elektronisch abzuwickeln. Besonders positiver Effekt: seit 2016 versenden wir elektronische Rechnungen (wo vom Kunden gestattet).
<i>Ziele für das Folgejahr</i>	<i>"Besserer" Einkauf mit Blick auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien (Corporate Carbon Footprint). Wenn Server ersetzt werden, sollen sie virtualisiert werden (Stromverbrauch reduzieren).</i>

Integrität & Korruptionsprävention	
Prinzip 10*	Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.
Richtlinien zur Vermeidung von Korruption und Interessenkonflikten	Anfang 2016 haben wir einen „Compliance - Zuwendungen von/an Kunden“ verabschiedet.
Umgang mit Fällen von Korruption	Meldung an Geschäftsleitung, Androhung von arbeitsrechtlichen und ggf. strafrechtlichen Konsequenzen.
Fortschritte oder Auffälligkeiten im Bereich Korruptionsprävention	0 Fälle
<i>Ziele für das Folgejahr</i>	<i>Einhaltung des Compliance überwachen.</i>
Weiteres	
Bürgerschaftliches Engagement des Unternehmens	Jährliche Spende an Kinderschutzbund anstelle der traditionellen Weihnachtspost an Geschäftspartner.
Publizistische Verantwortung	Als Fachmedienhaus stehen wir in einer besonderen Verantwortung, durch redaktionelle Beiträge unseren Lesern einen positiven CSR-Impact zu vermitteln. Redaktionell verbreiten wir daher „Best Practice“ und den „Stand der Technik“ wie zum Beispiel: a) für Kommunen der Einsatz von E-Mobilität und strombetriebenen Geräten, effizientes und ressourcenschonendes Fuhrpark- und Gerätemanagement. b) für Lohnunternehmer der verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Boden, effektiver Einsatz von Technik und Pflanzenschutzmitteln. Unterstützung der Initiative "Profis mit Rücksicht" des BLU. c) für Schädlingsbekämpfer „Integrated Pest Management“, Monitoring und wirkstofffreie Köder, aber auch exaktes Wissen um die Schädlinge und aktuelle Bekämpfungsstrategien.
<i>Ziele für das Folgejahr</i>	<i>weiterhin über unsere Medien "best practice" verbreiten</i>

* Prinzipien des UN Global Compact bzw. vom Deutsches Global Compact Netzwerk