



2022

Jahresbericht



Wir sind **MADSACK**

Impressionen aus 2022



Inhaltsverzeichnis

6	Editorial
8	MADSACK Digitaloffensive: Wir wachsen digital und regional
9	Die Zukunft des Journalismus gestalten
11	Digitaljournalismus voraus
12	Das Netzwerk wächst
14	Kernkompetenz mit Leidenschaft und Verstand: unser Journalismus
15	Ausgezeichnete Arbeit
17	Journalismus in Krisenzeiten
18	Politik und Protestgruppen treffen aufeinander
19	Mit Kunden regional verbunden
20	Mit Durchblick neue Zielgruppen im Digitalen erschließen
21	Verbrechen aus der Nachbarschaft
22	Große Eröffnung
23	Perspektiven zum Fachkräftemangel beim Kieler KräfteHack
24	Nachhaltigkeit bei MADSACK: unsere Verantwortung heute und in Zukunft
25	Nachhaltigkeitsansatz der MADSACK Mediengruppe
26	Wir erhalten und fördern die demokratischen Grundwerte.
27	Wir ermöglichen digitale Teilhabe durch glaubwürdige Inhalte.
28	Wir bieten der Öffentlichkeit eine differenzierte Berichterstattung über Nachhaltigkeit.
29	Wir denken ökonomisch, deshalb hat Zukunftsfähigkeit oberste Priorität.
30	Wir arbeiten energieeffizient und ressourcenschonend.
31	Wir unterstützen unsere Mitmenschen.
33	Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld.
35	Impressum

Editorial

Wir sind ein digitales Medienunternehmen

Liebe Leserinnen und Leser,

wir sind mit viel Optimismus nach zwei Jahren der Corona-Pandemie in das Jahr 2022 gestartet. Die Belastungen der Jahre 2020 und 2021 waren gesamtgesellschaftlich, wirtschaftlich und persönlich für jeden Einzelnen enorm groß. Zu Beginn des Jahres 2022 hatten die allermeisten von uns zu Recht das Gefühl, die Pandemie sei in den Griff zu bekommen. Wir durften zuversichtlich sein, wieder Schritt für Schritt zurück zu mehr „Normalität“ zu kommen.

Doch seit dem 24. Februar 2022 hat sich das Weltgeschehen erneut auf dramatische Art und Weise verändert. Russland befindet sich in einem völkerrechtswidrigen Angriffskrieg auf die Ukraine. Ein skrupelloser Krieg mitten in Europa. Ein Krieg, der sich auch gegen unser Wertesystem, unsere Vorstellungen von Demokratie und Freiheit richtet. Die Statik der weltpolitischen Grundordnung ist aus den Angeln gehoben. Auch wenn niemand die langfristigen Folgen vollends abschätzen kann, ahnt jeder, dass dieser Krieg auch in den kommenden Jahren über Landesgrenzen hinweg gesellschaftliche und wirtschaftliche Zerwürfnisse herbeiführen wird. Und über allem steht das unermessliche Leid der Ukrainerinnen und Ukrainer. Dieser Krieg ist für die Ukraine eine humanitäre Katastrophe.

Parallel zu der in 2022 noch nicht überwundenen Pandemie verstärkte dieser Krieg den Druck auf alle Wirtschaftsunternehmen. Wirtschafts- und Energiekrise, Inflation, Kaufzurückhaltung, lange Lieferzeiten, fallende Börsenkurse waren die Überschriften des vergangenen Jahres.

Auch die MADSACK Mediengruppe ist von den Auswirkungen des Krieges betroffen. Unsere Beschaffungspreise sind in 2022 deutlich gestiegen: Dies gilt insbesondere für unsere Energiekosten (+53 %) und viel mehr noch für die Papierkosten, die sich innerhalb eines Jahres fast verdreifacht haben.

Als wären diese wirtschaftlichen Belastungen nicht schon groß genug, hat sich zudem auch die Zustellung von gedruckten Zeitungen durch die 25 %-ige Mindestlohnerhöhung in 2022 noch einmal drastisch verteuert.

Dies alles erfolgreich zu bewältigen und immer wieder einen Weg nach vorne zu erarbeiten, ist für ein Medienunternehmen wie MADSACK eine große Herausforderung. Dies umso mehr, da wir ohnehin durch die „once-in-a-lifetime-Aufgabe“ der digitalen Transformation von viel Veränderung geprägt sind.

In dem schwierigen Jahr 2022 ist unser Konzern erneut über sich hinausgewachsen! Die Führungskräfte der MADSACK Mediengruppe haben gemeinsam mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die großen Herausforderungen angenommen und das Jahr für MADSACK erfolgreich gestaltet.

Wir haben uns trotz der vielen negativen externen Einflüsse erneut wirtschaftlich und verlegerisch sehr robust gezeigt. Vielleicht noch viel wichtiger: Wir konnten auf dem Weg hin zu einem digitalen Medienunternehmen schöne und nachhaltige Erfolge feiern. Unser Digitalumsatz wächst stetig. Die Art und Weise, wie wir gesellschaftlich relevanten Journalismus betreiben, kommt bei den Leserinnen und Lesern gut an. Wir legen aktuell ein festes Fundament dafür, um auch in einer digitalen Welt ein für unser demokratisches Gemeinwesen unverzichtbares und dabei wirtschaftlich erfolgreiches Medienunternehmen zu sein.

Wir gehen trotz der schwierigen Rahmenbedingungen mit einer guten Portion Zuversicht in die Zukunft!

Die innere Verfasstheit unseres Konzerns ist stabil, wir bleiben im Vorwärtsgang und wir vertrauen dem Weg, den wir eingeschlagen haben:

- Wir halten jeden Tag unser journalistisches Qualitätsversprechen.
- Wir digitalisieren mit Nachdruck unsere starken Medienmarken.
- Wir legen weiterhin viel Herzblut in unser Printgeschäft, wollen jedoch gleichzeitig aktuell hohe Fixkostenbereiche in der Produktion und der Logistik weiter variabilisieren.
- Wir sehen uns in Print und Digital mehr denn je in der Rolle des Partners und Konsolidierers in der Branche.
- Wir wollen auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein und Talente für MADSACK gewinnen.

Wir setzen dabei weiterhin auf unseren starken Verbund und einen ausgeprägten Teamgedanken.

Ich möchte mich im Namen der Geschäftsführung bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Führungskräften sowie dem Aufsichtsrat und den Gesellschaftern der MADSACK Mediengruppe sehr herzlich für die Zusammenarbeit bedanken.

Mit besten Grüßen



Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung
der MADSACK Mediengruppe

MADSACK

Digitaloffensive:

Wir wachsen digital und regional



Die Zukunft des Journalismus gestalten

Die MADSACK-Digitalstrategie

Die Digitalisierung stellt die Medienbranche vor große Herausforderungen: Bedürfnisse von Leserinnen und Lesern verändern sich, im digitalen Werbemarkt treffen etablierte Unternehmen auf neue Player, Printauflagen, -Abonnements und -Werbeerlöse sinken, während Kosten in der Produktion und Zustellung steigen. Aus diesem Grund gehen wir journalistisch und wirtschaftlich neue Wege. Das 2022 entwickelte Strategieprojekt MADSACK Digital Track begleitet uns dabei. Es vereint regionale und zentrale Projekte zur Digitalisierung unserer journalistischen Arbeit. Unser Ziel ist es, den digitalen Anteil des publizistischen Umsatzes drastisch zu steigern – von 15 % im Jahr 2022 auf 25 % bis 2025. Im Jahr 2030 sollen 75 % des Umsatzes durch unser Digitalgeschäft erwirtschaftet werden.

Der MADSACK Digital Track setzt sich aus acht wesentlichen Zielsetzungen für den Erfolg unseres Gesamtvorhabens bis 2030 zusammen:

- Wir haben ein digitales Mindset in allen Bereichen, auf allen Ebenen.
- Wir haben effiziente IT-Prozesse.
- Unsere Redaktionen arbeiten mit vollem Digitalfokus.
- Wir steuern KPI-getrieben alle unsere Aktivitäten.
- Wir haben erstklassige Digitalprodukte am Markt.
- Wir bieten Werbekundinnen und -kunden erstklassige Werbeplätze im Digitalen.
- Wir betreiben die führende Digitalplattform für Regionalverlage.
- Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber für Talente.

Die Umsetzung dieser Ziele umfasst fünf Projektstränge, die im MADSACK Digital Track parallel vorangetrieben werden:

1. Redaktionen
2. Business & Data
3. Verlagsbereiche
4. Supportbereiche
5. Digitalreporting / digitale KPIs

In allen fünf Projektbereichen wurden 2022 standortübergreifend konkrete Projekte gestartet – von der Weiterentwicklung des E-Papers über neue Inhalte bis zur Arbeitgebermarke. In den kommenden Jahren werden diese und weitere Projekte ausgearbeitet und umgesetzt.

Digitaljournalismus voraus

RND OnePlatform

Mit *RND OnePlatform* etablierte die MADSACK Mediengruppe 2022 eine intelligente Verzahnung ihrer regionalen Medienmarken und dem *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) hin zu einer digitalen Produktwelt aus einem Guss.

In der ersten Jahreshälfte starteten zunächst die MADSACK-Regionaltitel mit einer neuen gemeinsamen Markenarchitektur auf der ganzheitlichen Publishing-Plattform *RND OnePlatform*. Sie vereint digitale journalistische Inhalte, redaktionelle Prozesse, Content-Management, Plus-Abo-Marketing sowie die Werbevermarktung auf einer skalierbaren und hochmodernen Software- und Daten-Plattform.

Im Jahresverlauf wurden darüber hinaus erste externe Verlage wie die *Siegener Zeitung*, die *Oberhessische*

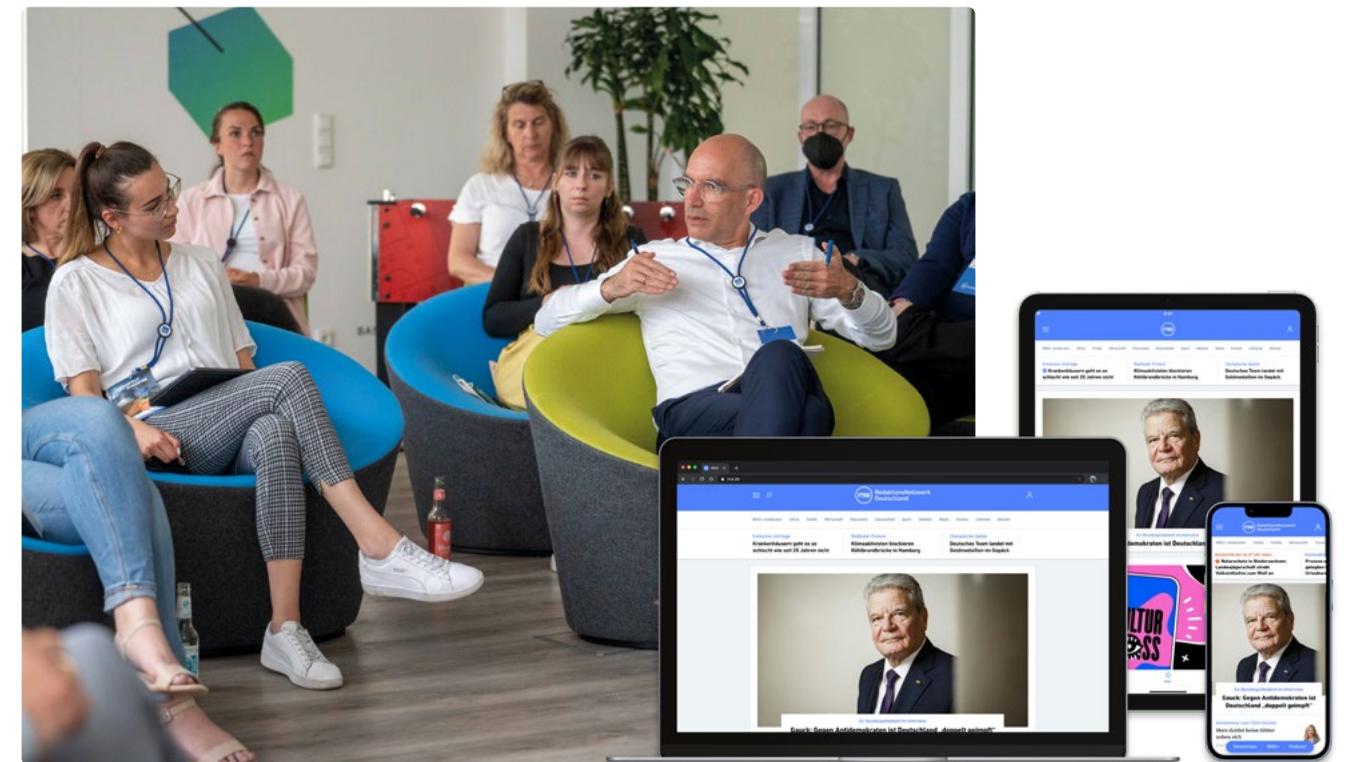
Presse und die *Landeszeitung für die Lüneburger Heide* angebunden.

Redaktionell bietet das RND dabei den „digitalen Mantel“, der an 365 Tagen im Jahr das journalistische Fundament der regionalen Medienmarken bildet.

Gleichzeitig startete das RND für interne und externe Verlagspartner mit einem zusätzlichen Angebot: dem E-Paper am Sonntag. Das ausschließlich digitale Wochenendmagazin, das in der neuen Markenarchitektur der jeweiligen Regionalmarke erscheint, überzeugt Leserinnen und Leser mit exklusiven Interviews, spannenden Reportagen, Analysen mit Tiefgang sowie modernem Layout.



Thomas Düffert, CEO der MADSACK Mediengruppe, und **Bernhard Bahners**, CDO der MADSACK Mediengruppe und Geschäftsführer des RND, informieren alle Kolleginnen und Kollegen bei Prelaunch-Events zu *RND OnePlatform* und den damit einhergehenden Veränderungen der digitalen Transformation.



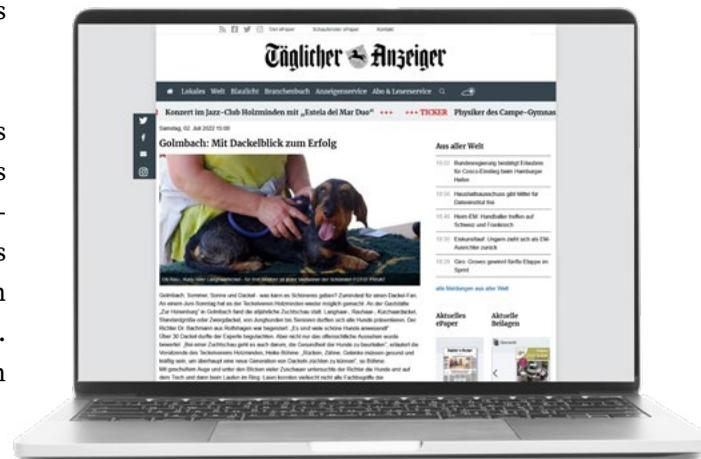
Das Netzwerk wächst

DIE HARKE und der Tägliche Anzeiger Holzminden kommen in die MADSACK Mediengruppe

Es ist der nächste Schritt in der Geschichte einer engen Zusammenarbeit.

Die MADSACK Mediengruppe übernimmt mit 67 % die Mehrheit am Druck- und Verlagshaus Hüpke & Sohn.

Das führende Produkt des Regionalverlags ist der *Tägliche Anzeiger Holzminden* (TAH). Als bedeutendste Tageszeitung in dem südniedersächsischen Landkreis bedient sie ein breites Spektrum an lokaler Berichterstattung von Politik über Wirtschaft bis Kultur und Sport. Unterstützt durch das RND ist der TAH auch als E-Paper erhältlich.



„Wir sind froh über ein noch intensiveres Zusammenrücken mit der MADSACK Mediengruppe. Es liegen viele Projekte vor uns, die mit einem engen Schulterschluss erst möglich werden.“

Christian Rumpeltin, Sprecher der Familiengesellschafter

„Durch die Ergänzung des Druck- und Verlagshauses Hüpke & Sohn intensivieren wir eine jahrelange Zusammenarbeit und können Fachkompetenzen bündeln, die uns bei den Herausforderungen der Digitalisierung voranbringen. Wir freuen uns sehr, mit dem *Täglichen Anzeiger Holzminden* einen weiteren lokal etablierten Titel zu unserem hochwertigen Produktportfolio zählen zu dürfen.“

Günter Evert, Konzernbereichsleiter Mitte der MADSACK Mediengruppe

Ausbau einer gewachsenen Partnerschaft

Im Mai 2022 erhöhte die MADSACK Mediengruppe ihre Beteiligung an dem Unternehmen J. Hoffmann GmbH & Co. KG auf 51 %.

Neben der im Jahr 1871 gegründeten Tageszeitung *DIE HARKE* (verkaufte Auflage knapp 16.000 Exemplare) gehören zum Unternehmen unter anderem das Anzeigenblatt *DIE HARKE am Sonntag* (HamS), ein Reisebüro sowie eine Beteiligung an dem privaten Hörfunksender *Radio Mittelweser*.

Mit dem Zeitungstitel *DIE HARKE* gewinnt die Mediengruppe eine lokal fest verankerte und wertvolle Marke im Mittelweser-Raum.





Kernkompetenz mit Leidenschaft und Verstand: **unser Journalismus**

Ausgezeichnete Arbeit

Preise für MADSACK-Kolleginnen und Kollegen

Auszeichnungen

rnd 5 x European Newspaper Award

Das neue Design von rnd.de | Kategorie: Web design for news websites
Blickpunktseite | Kategorie: News-Page Corona-Krise
Blickpunktseite | Kategorie: Small Infographics
Sonntagtitelseite | Kategorie: Sectional Front Pages Regional Newspaper
Sonntagtitelseite | Kategorie: Supplements for special occasions

LVZ Medium Magazin

2. Platz „Chefredaktion regional“ | Hannah Suppa

MAZ Theodor-Wolff-Preis

Reportage „Gustavs letzter Gang“
Kategorie: Lokales
Judith von Plato

LN European Newspaper Award

Lübeck – früher und heute | Kategorie: Social Media

TVN CORPORATE MEDIA Deutscher Digital Award

Silber: Web-Serie „Gesundheit unter vier Augen“ (Techniker Krankenkasse)
Kategorie: Branded Content Video Serie

OZ Otto-Brenner-Preis

2. Platz: mehrteilige Reportage „Wie Sklaven gefühlt“ | Martina Rathke

Nominierungen

Judith von Plato ▶

HAZ Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

Shortlist: die *Hannoversche Allgemeine Zeitung*, die sich in der Reihe „Wie reden wir miteinander?“ mit Alltagsrassismus, Gendern und der Frage, wie wir miteinander umgehen, beschäftigte

LVZ Deutscher Reporter:innenpreis 2022

Die beste Lokalreportage für den Text „Herr Giese kauft ein“ | Denise Peikert

MAZ STERN Preis

Recherche seit 2021 zum Bad Belziger Stadtwerke-Skandal | Kategorie: Lokales | Hermann M. Schröder



Journalismus in Krisenzeiten

Globale Zusammenhänge und lokale Geschichten

RedaktionsNetzwerk Deutschland Einordnung politischer Zusammenhänge

In der überregionalen Berichterstattung dominierte der Krieg gegen die Ukraine. Dem *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) gelang es, die komplexe globale Krise auf den Alltag der Menschen herunterzubrechen: Wie funktionieren Strom- und Gaspreisbremse? Wie schlägt die Inflation durch? Was bedeuten Waffenlieferungen an die Ukraine für die Sicherheit Deutschlands? Reportagen aus der Ukraine und Anrainerstaaten sowie Analysen und Hintergründe gaben den Leserinnen und Lesern umfassende Orientierung in der Krise.



Startseite › Wirtschaft › Gaspreisbremse und Strompreisbremse: Was Sie jetzt wissen müssen

Größere Entlastungen als erwartet

Fertiger Gesetzentwurf: So sollen Strom- und Gaspreisbremse wirken



Es war ein langes Ringen, nun hat Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck die Preisbremsen für Strom und Gas in einen Gesetzentwurf gegossen. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher können sich ab dem kommenden Jahr auf größere Entlastungen als erwartet freuen, auch die Industrie wird üppig bedacht. Letzteres gefällt nicht jedem.

Leipziger Volkszeitung Energiedemos

Der russische Angriffskrieg trieb die Energiekosten in die Höhe und Menschen auf die Straße, vor allem in Ostdeutschland. Der angekündigte „heiße Herbst“ fiel zwar aus, dennoch demonstrierten Rechtsextreme und Linke teilweise Seite an Seite, mit denselben Forderungen nach einem Ende des Kriegs und sinkenden Preisen. Eine Herausforderung auch für die Berichterstattung. Die LVZ bildete ab, was die Menschen bewegte – ohne den Extremisten eine Stimme zu geben. Sie analysierte, wie die Proteste einzuordnen sind und achtete dabei stets auf Ausgewogenheit und Neutralität.

Ostsee-Zeitung OZ für Ukrainer

Unmittelbar nach Kriegsbeginn brachte die *Ostsee-Zeitung* (OZ) ein rein digitales Format für ukrainische Geflüchtete an den Start. Mit dem Format „OZ für Ukrainer“ berichtet OZPlus mit Video-Formaten und Texten – in ukrainischer Sprache beziehungsweise zweisprachig über alles, was für Geflüchtete in Rostock und in Mecklenburg-Vorpommern wichtig ist. Der Schwerpunkt bei dieser rein digitalen Berichterstattung liegt auf dem Service. Wie lege ich ein Bankkonto an? Wie komme ich an eine Wohnung? Wo gibt es Jobs? Wer hilft mir bei der deutschen Bürokratie? Aber auch persönliche Schicksale und Fluchtgeschichten hat die OZ erzählt. Die Drähte der Redaktion zu den Geflüchteten sind sehr eng. Die Ukrainerinnen Tanja Radschenko, Velissa Kuzmenko und Vira Makovska entwickelten das Format maßgeblich mit und produzierten die Videos und Texte mit.



Neue Presse Mutmacher

Nach den Corona-Jahren sollte 2022 alles besser werden, doch das Gegenteil geschah. Ein Krieg brach in Europa aus, die Preise spielten verrückt – und krank wurden immer noch viele. Aber es gab auch Schönes und darauf legte die *Neue Presse* (NP) einen Fokus: Sie erzählte Mutmacher-Geschichten aus den vergangenen zwölf Monaten.

In den Geschichten geht es um ergriffene Chancen, erfüllte Träume und neue mutige Wege.



Jetzt nachlesen ▶
[www.ostsee-zeitung.de/
themen/oz-nachrichten-auf-ukrainisch/](http://www.ostsee-zeitung.de/themen/oz-nachrichten-auf-ukrainisch/)

Politik und Protestgruppen treffen aufeinander

HAZ-Forum zum Ausbau des Südschnellwegs



Der Ausbau des Südschnellwegs in Hannover ist ein lokales Politikum. Beim HAZ-Forum im Dezember brachte die Redaktion Verkehrsminister Olaf Lies (SPD), die Landtagsabgeordnete Martina Machulla (CDU) und sowie die Umweltaktivistinnen und -aktivisten, die den Ausbau kritisieren, zusammen.

Sie alle diskutierten fast zwei Stunden lang kontrovers – und zwar direkt am Ort des Geschehens. Denn das Forum fand draußen statt, im Matsch der Lei-

nemasch in der Nähe des Protestcamps unter einer der Südschnellwegbrücken. Mit 150 Zuhörenden erreichte das Format einen Teilnehmerrekord.

Begleitend zu der Veranstaltung erfolgte eine umfangreiche Berichterstattung: Interviews mit Klimaaktivistinnen und -aktivisten, Politikerinnen und Politikern sowie Einwohnerinnen und Einwohnern von Hannover.



Mit Kunden regional verbunden

Die OZ feiert mit Leserinnen und Lesern 70-jähriges Jubiläum

Nachdem das 70-jährige Bestehen bereits im März im Rahmen des Jahresempfangs mit geladenen Gästen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport gefeiert wurde, nahm die *Ostsee-Zeitung* das traditionelle Hoffest zum Anlass, das Jubiläum auch mit Leserinnen und Lesern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu feiern – mit viel Austausch, Unterhaltung und Aktionen für Groß und Klein.





Mit Durchblick neue Zielgruppen im Digitalen erschließen

Der MAZ-Familienkompass

Junge Familien sind eine wichtige Zielgruppe für das digitale Wachstum in den Regionen. Aber wie denkt diese Zielgruppe, was bewegt sie und wie familienfreundlich ist Brandenburg überhaupt? In Kooperation mit zwei weiteren Regionalzeitungen startete die Märkische Allgemeine Zeitung (MAZ) eine landesweite Umfrage. Die Resonanz war riesig: Fast 10.000 Mäckerinnen und Märker haben mitgemacht.

Die Redaktion konnte die neuen Erkenntnisse für eine umfangreiche Berichterstattung nutzen, während der Leserkreis sich über neue Kontakte und spannende Zielgruppen-Insights freute.



Verbrechen aus der Nachbarschaft

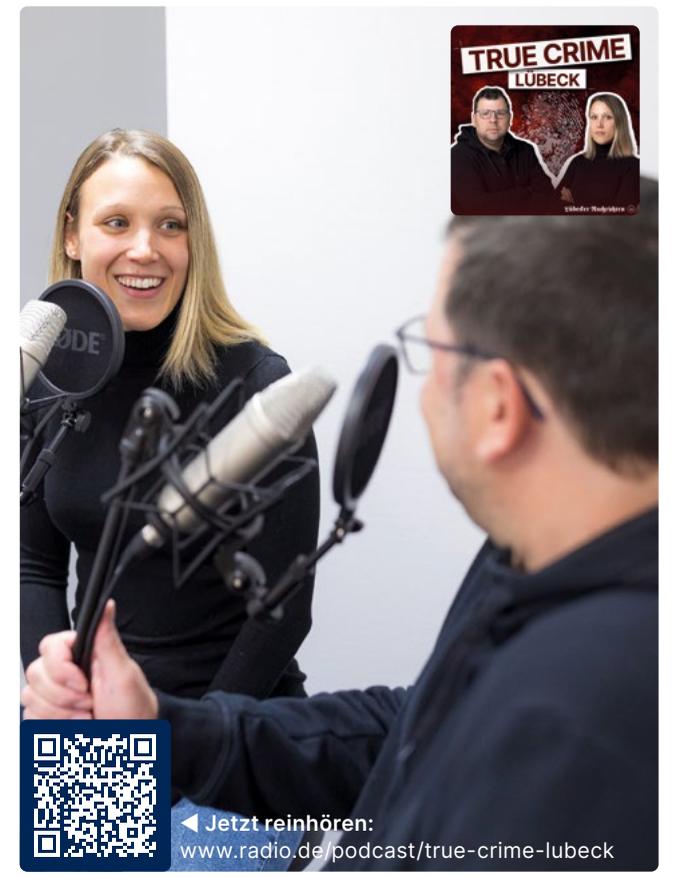
True Crime Podcasts sind voller Erfolg

Die Bezeichnung „True Crime“ steht für wahre Kriminalfälle – ein Thema, das sich im Podcast-Format extremer Beliebtheit erfreut. Und doch gab es bislang keinen Podcast, der über die Fälle berichtet, die in der direkten Nachbarschaft für Aufsehen gesorgt haben. In den Regionalredaktionen der MADSAK Mediengruppe wurde dies mit Formaten wie „True Crime in Hannover“ der NP und „True Crime Lübeck“ der LN im vergangenen Jahr geändert.



◀ Jetzt Reinhören:
www.radio.de/podcast/true-crime-hannover

Die erste Staffel „True Crime Lübeck“ mit sechs Folgen konnte seit Veröffentlichung 40.000 Downloads und Streams sowie 22.000 Unique Users verzeichnen. Derzeit befindet sich die zweite Staffel in Produktion, ferner ist eine Aufnahme vor Live-Publikum geplant.



◀ Jetzt Reinhören:
www.radio.de/podcast/true-crime-lubeck

Das Konzept geht auf: Mit „True Crime in Hannover“ erreicht die Neue Presse mittlerweile fast eine halbe Million Downloads und Streams – ein Meilenstein für die NP. Im Jahr 2022 folgte daher die Veröffentlichung einer zweiten und dritten Staffel.



„Wir sehen unsere Aufgabe als regional verwurzeltes Medienunternehmen darin, eine Kommunikationsplattform zu sein und mit Ihnen in den Austausch zu kommen.“

Thomas Düffert, Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung der MADSACK Mediengruppe, bei der Begrüßung der Gäste

Perspektiven zum Fachkräftemangel beim Kieler KräfteHack

Voneinander lernen und sich vernetzen

In einem Hackathon (Kombination aus „Hacking“ und „Marathon“) treffen interdisziplinäre Teams aus unterschiedlichen Bereichen aufeinander, um gemeinsam Ideen zu spezifischen Themen zu entwickeln. Das neue Format der *Kieler Nachrichten* (KN) und der *knk Gruppe* regte zur Suche nach kreativen Lösungen an.

Beim KräfteHack 2022 kamen im August Recruiterinnen und Recruiter, Personalerinnen und Personaler, Führungskräfte, Wissenschaft und Politik, Start-ups, Schülerinnen und Schüler sowie interessierte Studierende in Kiel zusammen. Bei einem Austausch auf Augenhöhe konnten die Teilnehmenden viel voneinander lernen: Wie müssen sich Unternehmen in Zukunft aufstellen, um den Personalbedarf decken zu können? Wie sieht moderne Kräftegewinnung aus? Was erwarten junge Menschen von ihrem Job? Welche Barrieren gibt es zwischen Nachwuchs und Unternehmen?

Nach eineinhalb Tagen intensivem Arbeiten war es endlich so weit – alle Teams konnten ihre Ergebnisse auf der Bühne präsentieren. Die Jury hatte dann die schwierige Aufgabe, sich für fünf Siegerinnen und Sieger zu entscheiden.

Große Eröffnung

Neuer Newsroom von HAZ und NP

Die *Hannoversche Allgemeine Zeitung* (HAZ) und die *Neue Presse* (NP) arbeiten seit Februar 2022 in einem gemeinsamen Newsroom zusammen.

Im Sommer luden Verlag und Redaktionen erstmals zum „Newsroom-Update“ in die neue Schaltzentrale. Mehr als 350 Besucherinnen und Besucher aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft nutzten bei dem Fest die Gelegenheit, die Räume zu besichtigen und mit Journalistinnen und Journalisten ins Gespräch zu kommen.



Nachhaltigkeit bei MADSACK: unsere Verantwortung heute und in Zukunft

Nachhaltigkeitsansatz der MADSACK Mediengruppe

Grundverständnis

Nachhaltigkeit verstehen wir als Handlungsprinzip. Eine nachhaltige Unternehmensentwicklung bedeutet für die MADSACK Mediengruppe, den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg in eine Balance mit Umweltverträglichkeit und gesellschaftlichem Zusammenhalt zu setzen.

Wir richten unser Handeln daher an den drei tragenden Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Soziales – aus.

Ökonomischer Erfolg war für MADSACK noch nie Selbstzweck, sondern die Grundlage für die Verwirklichung unseres Anspruchs, den August Madsack prägte, als er im Februar 1893 den *Hannoverschen Anzeiger* als „Unparteiisches Organ für Jedermann“ auf

den Markt brachte. Dieses Bekenntnis zu unvoreingenommener, überparteilicher und unabhängiger Berichterstattung ist heute noch genauso aktuell wie vor 130 Jahren.

Die vielfältigen publizistischen Produkte und unternehmerischen Aktivitäten der Unternehmensgruppe leisten ihren Beitrag für die in einer liberalen und pluralen Gesellschaft unverzichtbaren Debatten und Kontroversen.

Der Journalismus der MADSACK Mediengruppe tritt konsequent für die Werte unserer rechtsstaatlichen parlamentarischen Demokratie und die unveräußerlichen Grund- und Menschenrechte ein, ohne die eine nachhaltige Gesellschaftsordnung nicht denkbar ist.

Die MADSACK Mediengruppe lässt sich im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie von sieben Grundprinzipien für nachhaltiges Handeln leiten. Auch im Jahr 2022 gab es zahlreiche Projekte, Maßnahmen und Aktionen in allen Unternehmensbereichen zur Umsetzung dieser Strategie, von denen einige ausgewählte in diesem Jahresbericht vorgestellt werden sollen.

Wir erhalten und fördern die demokratischen Grundwerte.

Unser Kerngeschäft ist regionaler und überregionaler Qualitätsjournalismus. Mit diesem trägt MADSACK zu Meinungsbildung, Diskurs und Transparenz in der Gesellschaft bei. Unabhängiger, kritischer und vielseitiger Journalismus informiert die Öffentlichkeit, bildet verschiedene Meinungen ab und ermöglicht Teilhabe.

Diese gesellschaftliche Verantwortung ist unsere Grundüberzeugung und Mittelpunkt unseres unternehmerischen Handelns. Wir bekennen uns zum Pressekodex und bewahren die Objektivität und Integrität des Journalismus.

RND vor Ort

Bei sechs Terminen der Veranstaltungsreihe „RND vor Ort“ stellten sich deutsche Politikerinnen und Politiker den Fragen unserer Redakteurinnen und Redakteure sowie der Leserinnen und Leser aus den Regionen.



Bürgerforen der OZ

Unter starker Leserbeteiligung hat die Ostsee-Zeitung Bürgerforen zur Oberbürgermeisterwahl in Rostock durchgeführt.



MAZ-Talk

Im MAZ-Talk zur Bürgermeisterwahl Werder stellte die Redaktion kritische Fragen und lud Bürgerinnen und Bürger dazu ein, ihre Fragen an die Politik einzureichen.

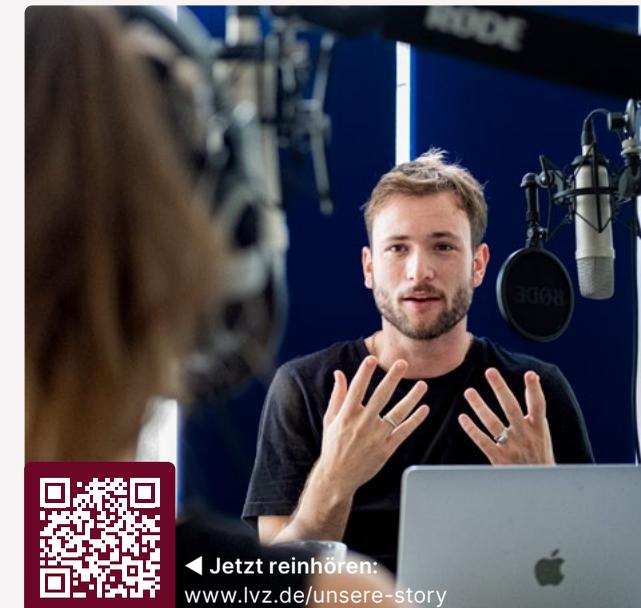


Wir ermöglichen digitale Teilhabe durch glaubwürdige Inhalte.

In einer digitalisierten Welt ist es nicht immer einfach, manipulative oder unwahre Informationen von Fakten und Tatsachen zu unterscheiden.

Durch unsere journalistische Arbeit an zahlreichen Standorten – in Digital und Print – bieten wir Bürgerinnen und Bürgern eine Quelle für glaubwürdige Informationen. Umfassende Berichterstattung zu Themen wie Politik, Wirtschaft und Kultur ermöglicht die Teilhabe an den gesellschaftlichen Diskussionen unserer Zeit – auf lokaler, bundesweiter und globaler Ebene.

Dabei nutzen die MADSACK-Medienmarken verschiedenste Medien und Formate, um dem Auftrag gerecht zu werden, möglichst viele Menschen aus allen Bereichen der Bevölkerung zu erreichen.



Podcast im Regionalen

Die Leipziger Volkszeitung (LVZ) macht mit dem wöchentlichen Audioangebot „LVZ Unsere Story“ journalistische Arbeit transparenter.

Digitale Live-Formate in Rostock

Die Redaktion berichtet direkt von Ereignisorten und spricht mit den Menschen vor Ort.

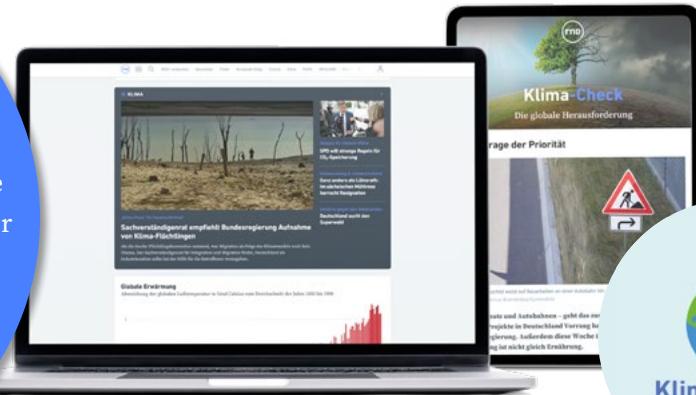


Wir bieten der Öffentlichkeit eine **differenzierte** **Berichterstattung über Nachhaltigkeit.**

Wenn unsere publizistischen Inhalte sich mit Nachhaltigkeit befassen, legen wir auch hier wie bei allen anderen Themen unser Augenmerk darauf, unserer Leserschaft ein unvoreingenommenes, kritisches und differenziertes Bild zu aktuellen Nachhaltig-

keitsdebatten zu verschaffen. Mit verschiedenen Formaten und Inhaltsschwerpunkten, bei denen wir unterschiedliche Perspektiven beleuchten, informiert die Mediengruppe über diesen von den Leserinnen und Lesern nachgefragten Themenkomplex.

Auf RND.de gibt es einen Themenbereich „Klima“, der direkt auf der Startseite integriert ist. Hier sind neben aktuellen Themen auch Grafiken und weitere Klimaformate zu finden. Der Newsletter „Klima-Check“ informiert Leserinnen und Leser jeden Freitag über Studien, Hintergründe und Entwicklungen der globalen Klimadiskussion.



▲ Jetzt Reinhören:
www.rnd.de/klima-und-wir

Der Klimawandel bewegt auch die Menschen in den Regionen. Die MADSACK-Regionaltitel berichten über lokale Entwicklungen und Aktionen sowie Initiativen von vor Ort.



Wir denken **ökonomisch**, deshalb hat Zukunftsfähigkeit oberste Priorität.

Wir sind davon überzeugt, dass langfristiger Erfolg wertvoller ist als kurzfristige Gewinnmaximierung ohne ökonomische Nachhaltigkeit. Nur so können wir unserer publizistischen Verantwortung gerecht werden und auch künftigen Generationen wirtschaftlich und finanziell unabhängige Publikationen aus unserem Haus garantieren. Dabei werden gedruckte Tageszeitungen nur noch für einen begrenzten Zeitraum einen signifikanten Beitrag für die Finanzie-

rung von Journalismus leisten können. Der Digitalisierung unseres Geschäftsmodells kommt daher eine essenzielle Bedeutung für die nachhaltige Zukunftssicherung unseres Unternehmens zu. Wir gehen diesen Weg daher konsequent und haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, schon im Jahr 2025 in unserem publizistischen Kerngeschäft 25 % unserer Umsätze mit digitalen Produkten zu erzielen und bis 2030 diesen Anteil mehr als zu verdoppeln.



Der nächste Schritt in der Digitalisierung unseres Kerngeschäfts:
Ab März 2022 wurden alle journalistischen Digitalangebote der MADSACK Mediengruppe einem grundlegenden Relaunch unterzogen. RND.de machte den Anfang und auch die MADSACK-Regionaltitel folgten im Laufe des Jahres mit einer gemeinsamen Markenarchitektur. Im RND wurde der Go-live mit Sekt und Kuchen gefeiert.



Onboarding-Termin mit der Landeszeitung für die Lüneburger Heide:
Die LZ ist einer der ersten externen Partnerverlage, der in 2022 auf die neue Publishing-Plattform RND OnePlatform setzt.



„Newsroom Update“:
350 Gäste konnten den Journalistinnen und Journalisten von HAZ und NP beim „Newsroom Update“ über die Schulter gucken und Einblicke in die journalistische Arbeit erhalten.

In Hannover sorgt ein neues Blockheizkraftwerk für mehr Energieeffizienz.



TVN setzt in Berlin auf eine reine E-Mobilitätsflotte.



Klimafreundliche Kilometer sammeln: Die Lübecker Nachrichten unterstützen die Aktion Stadtradeln – auch mit einem eigenen LN-Team.



Göttinger Tageblatt und Eichsfelder Tageblatt forsten mit Baumpflanzaktion 4.000 Quadratmeter im Göttinger Stadtwald auf.

Wir arbeiten effizient und ressourcenschonend.

Wir tragen heute die Verantwortung dafür, all unsere Aktivitäten von heute so ressourcen- und umweltschonend wie möglich zu gestalten, schließlich wäre ohne den Erhalt unserer ökologischen Lebensgrundlagen zukünftiger publizistischer oder wirtschaftlicher Erfolg nicht denkbar. Daher gestalten wir unsere Herstellungsprozesse, Lieferketten und Ressourcenverbräuche so, dass etwaige negative ökologische Auswirkungen auf ein Minimum begrenzt sind. Wir setzen als MADSACK Mediengruppe auf eine Vielzahl von Maßnahmen, um dies zu erreichen. Bei der Herstellung und dem Vertrieb unserer Zeitungen nutzen wir in hohem Maße nachwachsende Rohstoffe und Recyclingprodukte. Genauso setzen wir bei unseren Energiequellen auf die Vermeidung oder Verringerung der Nutzung fossiler Brennstoffe. Um unsere Umwelt zu schützen, gehen wir auch über äußere Anforderungen hinaus und engagieren uns für Biodiversität und Artenvielfalt.

Wir unterstützen unsere Mitmenschen.

Durch soziales Engagement fördert die MADSACK Mediengruppe gezielt Personen oder Gruppen, die unserer Hilfe und Unterstützung bedürfen.

Ob in der Weihnachtshilfe oder bei der Suche nach Rückenmarkspenden: Mit unserem Netzwerk können wir mehr erreichen und im besten Falle mithelfen,

Leben zu retten oder wieder ein wenig lebenswerter zu machen. Darüber hinaus nutzen wir die Bekanntheit und Verwurzelung unserer Medienmarken, um vor Ort in den Regionen den für unsere soziale Marktwirtschaft so wichtigen Gründergeist ebenso zu fördern wie mittelständisches Unternehmertum.

Rekordsummen bei Spendenaktionen

An allen Standorten der MADSACK Mediengruppe wurden auch im Jahr 2022 Rekordsummen bei Spendenaktionen zu Weihnachten gesammelt. Rund um die Spendenaktionen veranstalteten die Regionalmarken verschiedenste Aktionen und Spendenevents.



OZ-Existenzgründerpreis

Der OZ-Existenzgründerpreis feierte 20-jähriges Jubiläum. Die Verleihung stand 2022 voll und ganz im Zeichen von Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Mehr Infos: [oz-existenzgruenderpreis.de](https://www.oz-existenzgruenderpreis.de)



Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein **attraktives Arbeitsumfeld.**

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der MADSACK Mediengruppe sind der Kern unseres Erfolgs.

Ihre Kreativität und ihr Engagement fördern wir durch die Weiterentwicklung ihrer Potenziale und Talente sowie einer von Vertrauen und gegenseitigem Respekt geprägten Zusammenarbeit.

Flexiblen Arbeitsmodellen stehen wir grundsätzlich offen gegenüber und bieten freiwillige Sozialleistungen wie zum Beispiel das konzernweite Job-Ticket an. So schaffen wir sowohl für junge Nachwuchskräfte als auch für erfahrene Beschäftigte ein attraktives Arbeitsumfeld.



◀ weitere Einblicke zu „Plan F“ im MADSACK-Blog



In Nienburg kommen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei einem gemeinschaftlichen Fest von *DIE HARKE* zusammen.



„Cheers to 5 years!“ Der MADSACK Medien Campus feierte sein fünfjähriges Bestehen und lud dazu eine Vielzahl aktueller und ehemaliger Nachwuchskräfte ein.



„Plan F - Frauen in Führung“ ging 2022 an den Start. Im Verlauf des Jahres konnten bereits zwei Durchgänge mit Potenzialträgerinnen aus der gesamten Mediengruppe durchgeführt werden, die sich mit ihrer Karriereplanung bei MADSACK auseinandersetzen.



Mit „Croissants und Conversion“ startete die LVZ eine interne Tour durch die Lokalredaktionen. Bei diesem Format werden digitale Unsicherheiten besprochen und gemeinsam an Lösungen gearbeitet.

Impressum

Herausgeberin

Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG
August-Madsack-Straße 1
30559 Hannover
www.madsack.de

Gesamtverantwortung

Kathrin Petersen

Gestaltungskonzept, Design und Realisation

TVN CORPORATE MEDIA GmbH & Co. KG
Goseriede 9
30159 Hannover
www.tvn-cm.de

Redaktion und Konzeption

MADSACK Mediengruppe
Tobias Westermann

Autorinnen und Autoren

Rüdiger Ditz, Tobias Westermann, Franziska Zahn,
Andreas Ebel, Robert Nößler

Fotos

MADSACK Mediengruppe, MADSACK Medien Campus,
RedaktionsNetzwerk Deutschland, Agentur 54°, BDZV/Zumbansen, Niklas
Barnert, Ralf Büchler, Jonas Dengler, Rainer Droese, Dennis Eve, Julius
Frick, Fabian Frühling, Patrick Góralski, Roger Grabowski, Kilian Haller,
Alexander Körner, Christina Hinzmann, Mara Kakoschke, Dirk Knofe, Julia
Konerding, Katrin Kutter, Dietmar Lilienthal, Christian Modla, Lübecker
Nachrichten, Ostsee-Zeitung, Frank Peter, Neue Presse, Oliver Reetz, Elena
Richert, Photothek.net, Bert Scharfenberg, Tim Schaarschmidt, Wolfgang
Sens, Seydlitz GmbH & Co. KG, Frank Söllner, TVN GROUP, VierEcken,
Leipziger Volkszeitung, Märkische Allgemeine Zeitung

