



Neue Perspektiven
Tag für Tag

Nachhaltigkeits- bericht 2024

Inhaltsverzeichnis

3	Einleitung <hr/>
	4 Ein Wort des Verwaltungsrats
	5 Ein Wort unserer Chief Communications and Sustainability Officer
	6 Neuigkeiten unserer Nachhaltigkeitsreise
7	Geschäftsaktivitäten und Produkte <hr/>
10	Unser Ansatz <hr/>
12	Sozialbelange <hr/>
	13 Konzept
	16 Risiko
	17 Massnahmen
	19 Qualität im Journalismus
	25 Medienkompetenz
	26 Thought Leadership
28	Belange der Mitarbeitenden <hr/>
	29 Überblick
	31 Diversität
	32 Gesundheit am Arbeitsplatz
	33 Zukunftsfähige Belegschaft
35	Umweltbelange <hr/>
	36 Strategie
	37 Fussabdruck
41	Achtung der Menschenrechte <hr/>
	42 Konzept
	43 Risiko
	45 Massnahmen
47	Bekämpfung der Korruption <hr/>
	48 Konzept
	49 Risiko
	50 Massnahmen



Einleitung

Ein Wort des Verwaltungsrats

Dieser Bericht spiegelt das langjährige Engagement der TX Group für Nachhaltigkeit und unterstreicht das Verantwortungsbewusstsein im Umgang mit Fragen, welche die Umwelt, Gesellschaft und Governance betreffen (ESG).

«Der Zweck und das Ziel unserer Arbeit ist eine informierte Gesellschaft, in der die Menschen sich ihre eigenen Meinungen bilden können. Mit dieser liberalen Grundhaltung möchten wir zu einer pluralistischen Gesellschaft, zum demokratischen Gemeinwesen und letztlich zur Freiheit der Menschen beitragen.»

Dr. Pietro Supino
Präsident & Verleger



Freigegeben durch unseren Verwaltungsrat →

Ein Wort unserer Chief Communications and Sustainability Officer



Dr. Ursula Nötzli

Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur ein Schlagwort, sondern ein zentraler Bestandteil unseres Unternehmens. Wir bewahren folgende Prinzipien:

- **Nachhaltigkeit als strategischer Kern**

Die TX Group hat Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und auf oberster Führungsebene verankert. Besonders im Fokus steht die soziale Verantwortung durch das klare Bekenntnis zu unabhängigem Qualitätsjournalismus sowie zur Förderung von Medienkompetenz.

- **Ökologischer Fussabdruck im Fokus**

Eine Herausforderung bleibt der umweltschonende Betrieb der Druckereien, doch mit der geplanten Schliessung von zwei der drei Standorte innerhalb der nächsten zwei Jahre werden erhebliche Emissionsreduktionen erwartet.

- **Verbesserung der Governance**

Die TX Group übernimmt Verantwortung, indem sie die Transparenz ihrer Aktivitäten kontinuierlich verbessert. Die Berichterstattung wurde um zusätzliche Daten im Bereich Ökologie sowie für zentrale Unternehmensbeteiligungen erweitert, um ein umfassenderes Bild der Nachhaltigkeitsleistung zu vermitteln.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'U. Nötzli'.

Ursula Nötzli

Chief Communications & Sustainability Officer

Neuigkeiten unserer Nachhaltigkeitsreise

April 2024

Erweiterung des Datenumfangs der Geschäftstätigkeiten

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird mit Daten von Goldbach Neo Out of Home, JobCloud, Zattoo und Doodle erweitert.



Oktober 2024

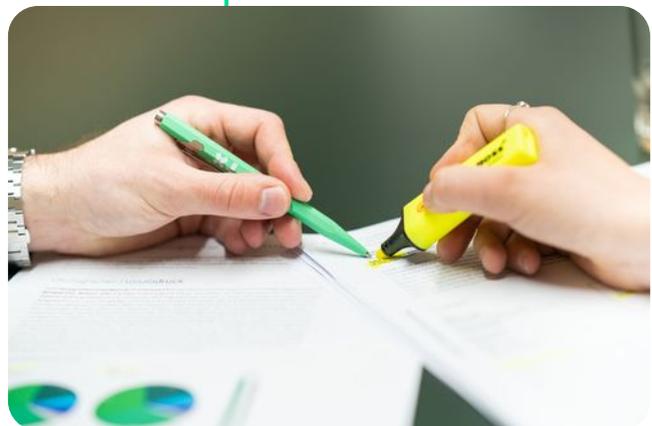
Erweiterung der berichteten Kategorien der Umweltauswirkungen

Die Berichterstattung über Umweltauswirkungen wird durch die Veröffentlichung von zusätzlichen Daten transparenter.

Dezember 2024

Einführung von Richtlinien für Lieferanten

Die Nachhaltigkeitsrichtlinien für Lieferanten werden in den integrierten Unternehmen und Gruppendiensten eingeführt.



A modern office interior featuring a glass-walled corridor and a staircase. The office space is visible through the glass, showing desks, chairs, and bookshelves. The staircase has a metal railing and wooden steps. The overall design is clean and contemporary.

Geschäfts- aktivitäten und Produkte

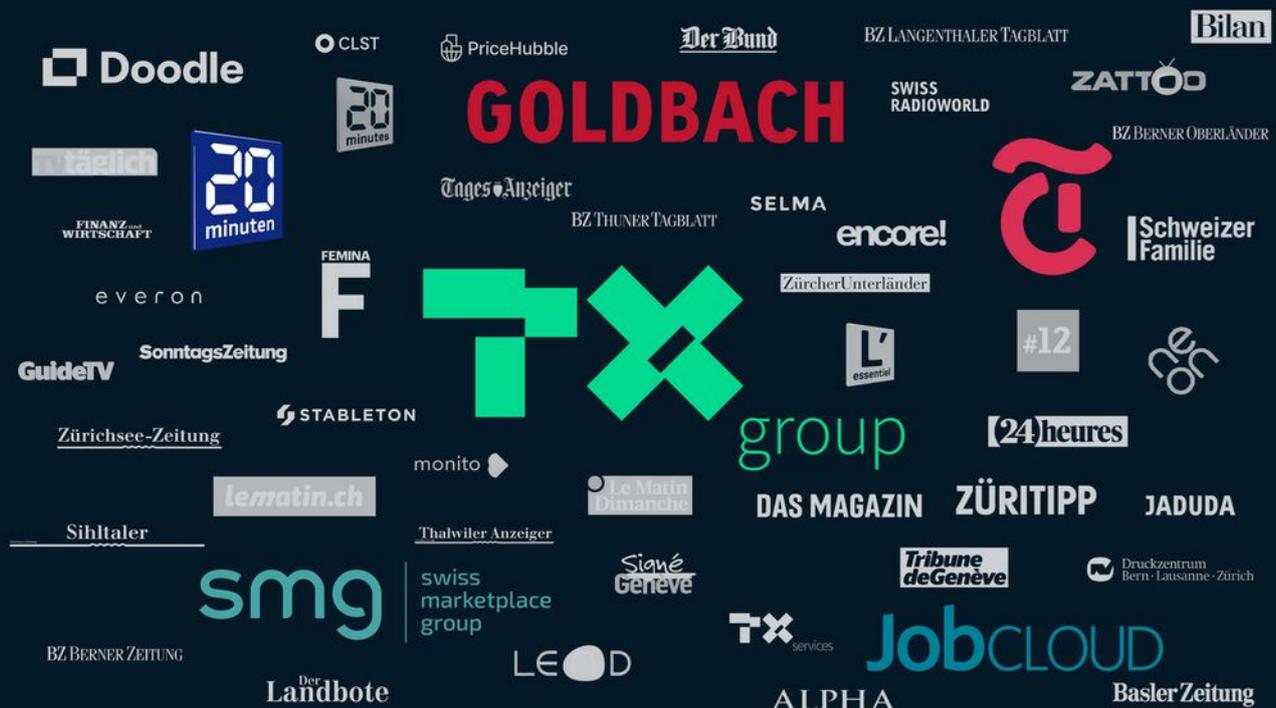
Geschäftsaktivitäten und Produkte

Eine solide betriebliche Grundlage ermöglicht es uns, unserer Verpflichtung nachzukommen, umfassende Informationen für eine vielfältige Gesellschaft bereitzustellen. Unsere verschiedenen Marken und Medien tragen zur sozialen Nachhaltigkeit bei, indem sie zuverlässige und hochwertige Informationen bieten – ein wichtiges Element der Nachhaltigkeit.

Geschäftsmodelle

Die TX Group bildet ein Netzwerk von Plattformen und Beteiligungen, die einer breiten Nutzerschaft Informationen, Orientierung, Unterhaltung sowie Hilfestellungen für den Alltag bieten. Die Wurzeln liegen in der Publizistik mit den vielfältigen Zeitungen von Tamedia sowie den Medien von 20 Minuten. Ergänzt wird das Portfolio durch die Werbevermarkterin Goldbach. Die TX Group ist Ankeraktionärin der SMG Swiss Marketplace Group und von JobCloud, hält Mehrheitsbeteiligungen an Doodle und Zattoo und ist durch TX Ventures als Investorin im Bereich Fintech engagiert.

Über 50 starke Marken in unserem Portfolio



Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst Daten der vollkonsolidierten Unternehmen der Gruppe, einschliesslich JobCloud. Ausnahmen werden dort vermerkt, wo dies relevant ist.



Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1300 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen. Darüber hinaus gehören auch Zeitungsdruckereien und eine eigene Vermarktungseinheit zum Portfolio. WWW.TAMEDIA.CH



20 Minuten

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zur reichweitenstärksten Schweizer Medienmarke mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. News aus der Schweiz und der Welt, Unterhaltung und Inspiration: 20 Minuten erzählt Geschichten, die für Gesprächsstoff sorgen. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll, neutral und kostenlos überall verfügbar. Auf den digitalen Kanälen sowie auf Social Media bietet 20 Minuten eine breite Palette multimedialer Inhalte. Die 20 Minuten Gruppe umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligung L'essentiel in Luxemburg. WWW.20MINUTEN.CH

GOLDBACH

Goldbach

Goldbach vermarktet und vermittelt Werbung in den Bereichen TV, Radio, Print, Online, Mobile, Aussenwerbung und Performance Marketing. Die Werbeinventare stammen grösstenteils von TV-Sender(-gruppen), Radiostationen, Eigentümern von Aussenwerbeflächen oder Anbietern von Standorten für Aussenwerbeflächen, Websites (Online-Publisher) und Zeitungsverlagen. Bis Ende 2024 vermarktet Goldbach auch die Werbeinventare von 20 Minuten und Tamedia.

WWW.GOLDBACH.COM



Unser **Ansatz**

Unser Ansatz: Strategische Verpflichtungen

Eine nachhaltige Geschäftsstrategie

In Anbetracht der hohen Reichweite unserer Geschäftstätigkeiten in der Schweiz liegt der Schwerpunkt unseres nachhaltigen Engagements im Jahr 2024 auf der sozialen Verantwortung. Wir setzen unser Bestreben fort, die Öffentlichkeit mit Wissen für fundierte Entscheidungsfindungen zu stärken.

Wesentlichkeitsanalyse

Die Wesentlichkeitsanalyse zeigt, dass soziale Aspekte, die den Beitrag der Gruppe zur Gesellschaft und unser Engagement für die Mitarbeitenden betreffen, von grosser Relevanz sind.





Sozialbelange

Sozialbelange: Konzept

Unsere Beiträge mit Wirkung

Über die Jahre hat die TX Group ihre Wirkung durch die Weiterentwicklung, Innovation und Diversifizierung der journalistischen Berichterstattung ausgebaut. Diese Entwicklung hilft dabei, die Anspruchsgruppen zu engagieren und ihnen zuverlässige, zugängliche Informationen zur Verfügung zu stellen.

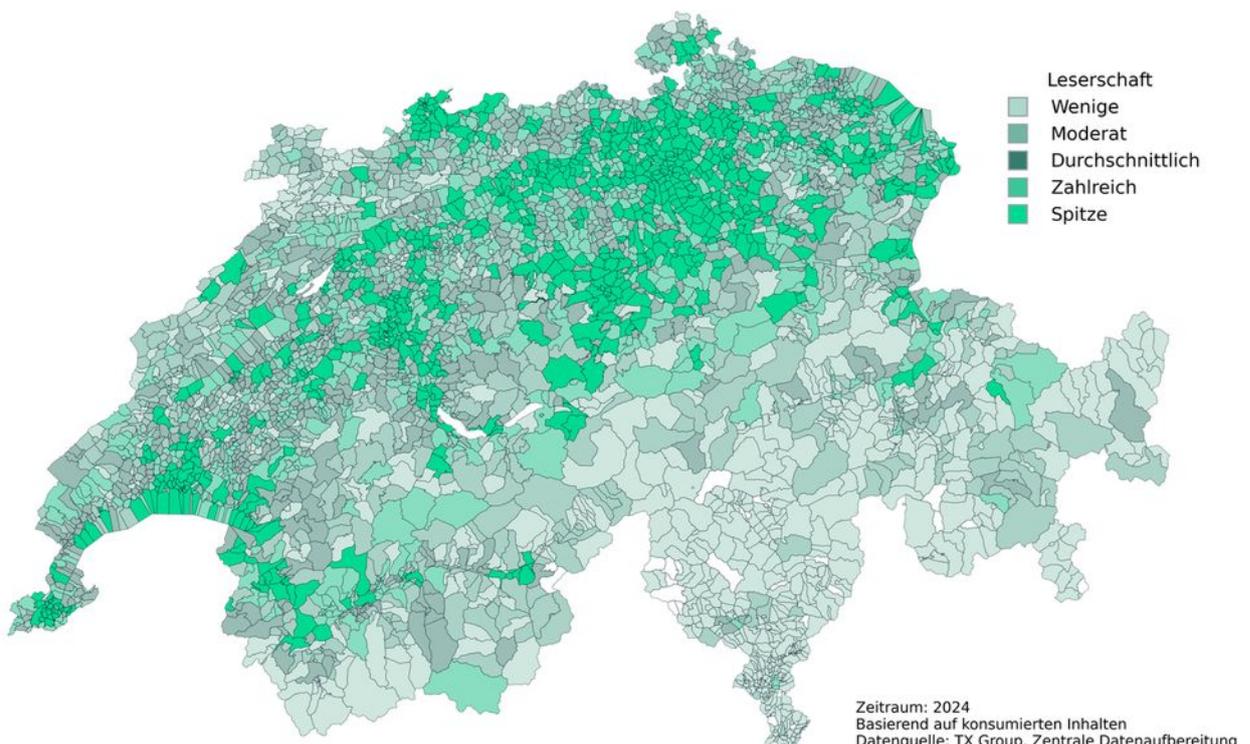
Landesweite Reichweite der Leserschaft

Fast zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren konsumieren mehrmals pro Woche unsere journalistischen Inhalte. Wir stellen damit den Zugang zu Informationen im ganzen Land sicher und erreichen kontinuierlich mindestens 56 Prozent der Bevölkerung in jeder Gemeinde, unabhängig von Grösse oder Standort.* Diese hohe Reichweite unterstreicht unser Engagement für Nachhaltigkeit, vor allem im Bereich der sozialen Verantwortung.

*Quelle: «WEMF MACH Strategy 2024», einschliesslich Zattoo-Daten als Teil unserer journalistischen Produkte.

1.

Tamedia und 20 Minuten: Geografische Verteilung unserer Leserschaft



Unser Journalismus erreicht mehrmals pro Woche

63%

der Bevölkerung in der Schweiz, die 15 Jahre oder älter sind

und mindestens

56%

der Bevölkerung in jeder Gemeinde, unabhängig von Grösse und Lage.*

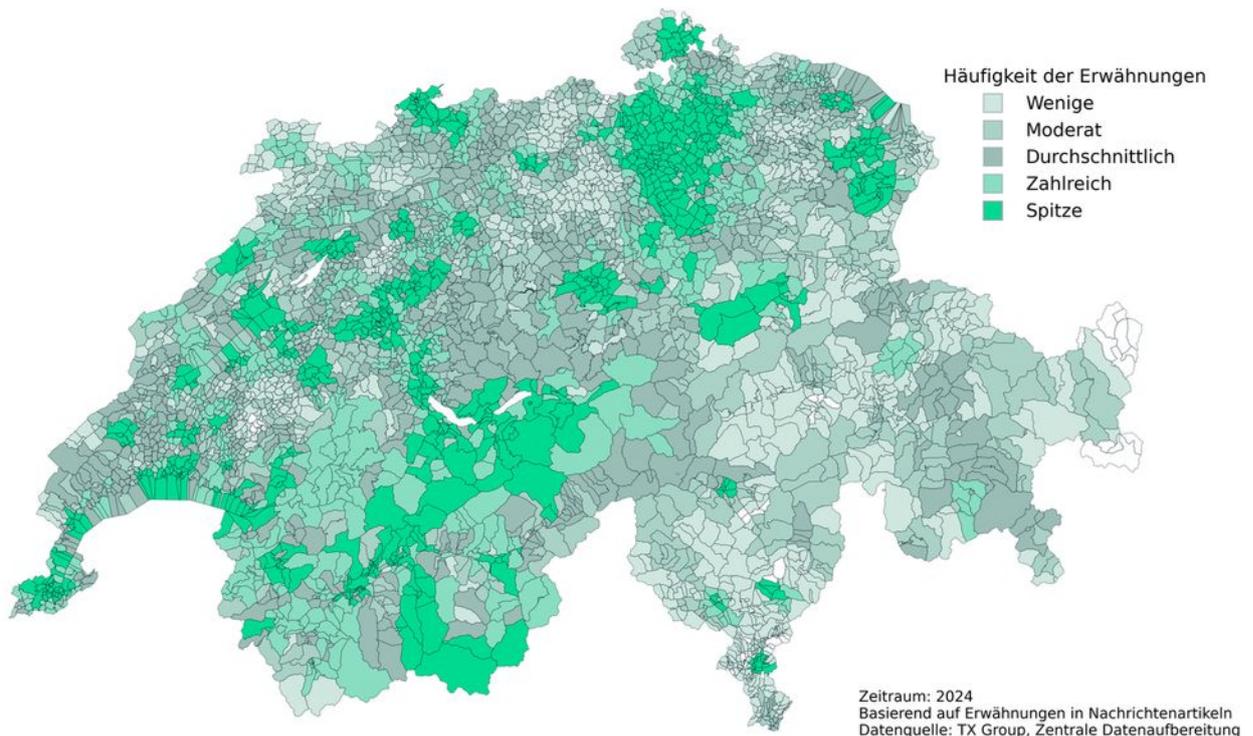
*Quelle: «WEMF MACH Strategy 2024» einschliesslich Zattoo-Daten als Teil unserer journalistischen Produkte.

Nationale Vertretung

Unsere journalistische Berichterstattung liefert fortlaufend aktuelle Nachrichten und befasst sich mit brisanten Fragestellungen und Themen aus der ganzen Schweiz. Durch die Förderung von Transparenz, öffentlichem Bewusstsein und aktivem gesellschaftlichem Engagement sind unsere journalistischen Produkte von wesentlicher Bedeutung für unser Bestreben die direkte Demokratie zu stärken.

2.

Tamedia und 20 Minuten: Mediale Berichterstattung

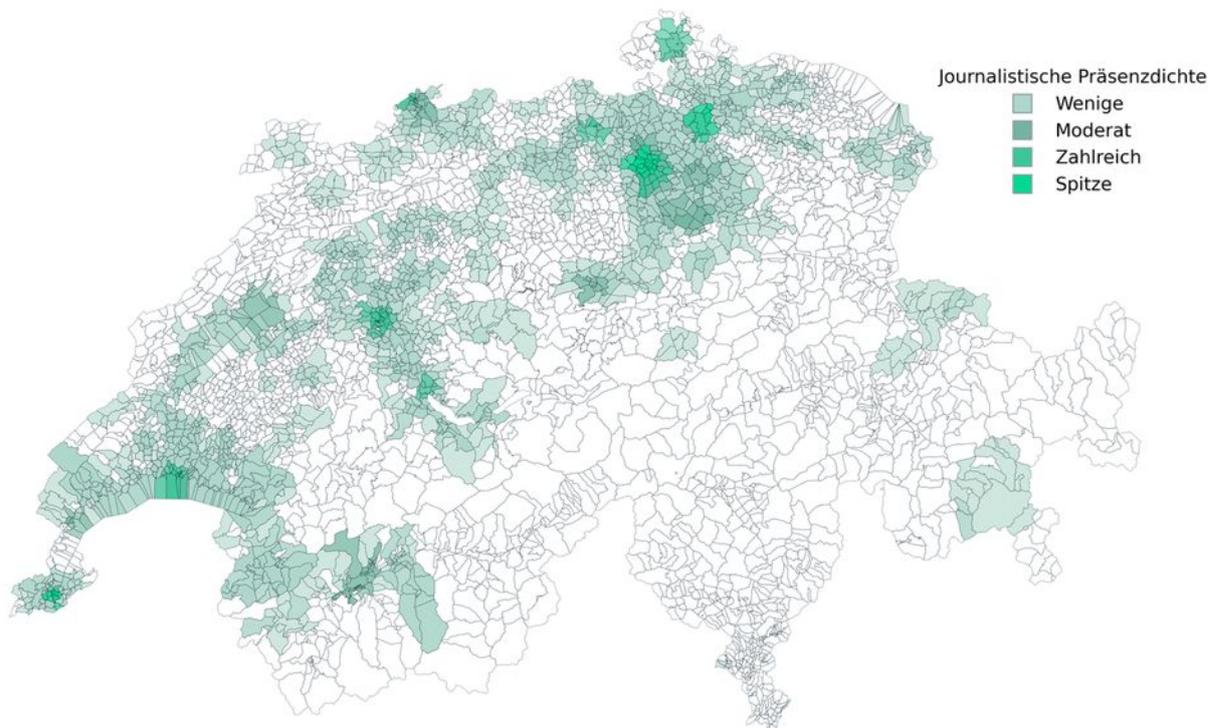


Lokale Repräsentation

Wir bemühen uns, das Leben vor Ort zu verstehen. Die Wohnsitzverteilung unserer Journalistinnen und Journalisten zeigt einen vielfältigen lokalen Beitrag in der ganzen Schweiz, wobei eine höhere Dichte in der Nähe unserer Büroräume – aufgrund der Pendlernähe – feststellbar ist.

3.

Tamedia und 20 Minuten: Geografische Verteilung unserer Medienschaffenden



Sozialbelange: Risiko

Unsere Beiträge mit Wirkung

Die Wahrung und Sicherung der Qualität im Journalismus ist von existenzieller Bedeutung.

Die Unternehmen der TX Group sind sich ihrer Verantwortung bewusst, ihre strategisches Fachwissen und technische Infrastruktur einzusetzen, um die Gesellschaft als Ganzes zu informieren, zu verbinden und zu engagieren. Unser nachhaltiges Engagement für die Gesellschaft basiert auf dem Streben, unsere Kernkompetenzen mit höchster Qualität und Integrität zu erfüllen. Die TX Group konzentriert sich auf die Vorbeugung und Abschwächung von Risiken in Bezug auf:

Qualität ist unsere Verantwortung

- Die TX Group legt traditionell grossen Wert auf die Qualität der Medien und ihre soziale Verantwortung.
- Wir haben die Verantwortung, die Öffentlichkeit über relevante Themen zu informieren und für gesellschaftliche Herausforderungen zu sensibilisieren.
- Unsere Medien bilden Plattformen für den Austausch von Informationen, Ideen und für sinnvolle Debatten, die die individuelle Meinungsbildung fördern. Auf diese Weise können Menschen in der Schweiz unvoreingenommene Entscheidungen treffen.

Glaubwürdigkeit ist das wichtigste Kapital unserer Medien

- Der Schaden einer fehlerhaften oder unangemessenen Berichterstattung ist für die direkt Betroffenen und für die Gesellschaft gross, auch das Reputationsrisiko für unser Unternehmen darf nicht unterschätzt werden.
- Unsere Journalistinnen und Journalisten zeigen Lösungsansätze auf oder hinterfragen sie kritisch, um konstruktive Beiträge zur Bewältigung von Problemen in allen Lebensbereichen zu leisten.
- Gründlich recherchierte und ausgewogene Informationen über Umweltfragen, soziale Themen und wirtschaftliche Entwicklungen helfen der Öffentlichkeit, ein besseres Verständnis für die Herausforderungen und Chancen in diesen Bereichen zu entwickeln.

Sozialbelange: Massnahmen

Unsere Beiträge mit Wirkung

Wir fördern die Einbindung von Interessengruppen, um unsere Rolle und Wirkung in der Gesellschaft zu gestalten.

Unsere Anspruchsgruppen



Unsere vorrangigen sozialen Verantwortungen

Unsere entscheidende Rolle in der Gesellschaft und unsere stärkste Wirkung haben wir in den folgenden drei Bereichen identifiziert:



1.

Qualität im Journalismus

- Einhaltung unseres Handbuchs für Qualität in den Medien, veröffentlicht im Jahr 2023
- Definition von Standards und Erarbeitung von Richtlinien für die journalistische Arbeit und Ausführung
- Systematisches Qualitätsmonitoring



2.

Medienkompetenz

- Fähigkeiten vermitteln, um Informationen und Nachrichten kritisch zu analysieren und verantwortungsbewusst zu nutzen
- Freie Meinungsbildung auf Grundlage von konsumierten Informationen fördern
- Fokus auf Jugendliche und junge Erwachsene



3.

Thought Leadership

- Entwicklung innovativer Ideen
- Veranstaltung von Fachaustausch und Events
- Materialisierung kreativer Lösungen und Ansätze

Qualität im Journalismus: Journalistische Grundsätze

Tamedia

Das «Handbuch für Qualität in den Medien» von Tamedia unterstützt Journalistinnen und Journalisten dabei, unsere verbindlichen Standards einzuhalten. In Bezug auf das journalistische Handwerk sind die folgenden Aspekte von hoher Bedeutung:

1. Trennung von redaktionellem Teil und Werbung
2. Fehlerfreiheit und Wahrheit
3. Fairness
4. Transparenz und kritische Distanz
5. Trennung von Fakten und Kommentar/Meinung
6. Journalistische Sprache
7. Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI)

20 Minuten

Die Kriterien für die Qualität der 20 Minuten Gruppe in den Medien wurden an die besonderen Bedürfnisse der freien Medien angepasst und mit Schlüsselementen wie folgt ergänzt:

1. Erreichung der jungen Zielgruppe
2. Qualität der Online-Kommentare
3. Qualität der Community und der nutzergenerierten Inhalte

Monitoring



- 2016 hat Tamedia für alle Medienmarken ein Qualitätsmonitoring eingeführt, um die Arbeit aller Redaktionen jährlich zu überprüfen.
- In den Prozess werden auch der Verlag und renommierte unabhängige Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis einbezogen, um einen ganzheitlichen Ansatz zu gewährleisten.
- Die Ergebnisse des Qualitätsmonitorings werden zusammengefasst und bilden einen Eckpfeiler der Nachhaltigkeitsstrategie von Tamedia und ihrer Muttergesellschaft TX Group.



- Die Qualitätskontrolle bei der 20 Minuten Gruppe erfolgt sprach- und länderübergreifend.
- Die Chefredaktion setzt Ziele und bewertet deren Erreichung gemeinsam mit dem Leiter der Qualitätskontrolle, dem langjährigen Luxemburger Journalisten Alvin Sold.
- Die Redaktionen, der CEO und der Verleger besprechen die Ergebnisse jährlich.

Prozess

Tamedia hat 2023 das Qualitätsmonitoring aktualisiert und führt es nach folgendem Verfahren durch:



Prüfung durch Chefredaktion & Analyse der KPIs

- Best practices (und Schwachstellen) durch Chefredaktion
- Analyse KPIs (Reichweite, Verkauf, Kundenzufriedenheit): Durch die Expertinnen und Experten des Consumer Business



Input: Deep-Dive-Experten & Datenlabor

- Experten-Input von diversen Medienexpertinnen und -experten
- Daten-Input (Gendergleichheit, Standorte) vom Daten-Team



Austausch mit dem Verleger & Verlagsmanagement

- Gespräche mit dem Verleger Pietro Supino und dem publizistischen Leiter

Datengestützte Massnahmen

1.

News Avoidance & Stimmungsanalyse

Für die Medien ist es wichtig, die durch die Veröffentlichungen erzeugte Stimmung zu messen und zu berücksichtigen, um den Bedürfnissen der Zielgruppen gerecht zu werden.

2.

Irreführende Titel

Irreführende Überschriften können das Vertrauen in die Medien langfristig beeinträchtigen. Wir beobachten, inwieweit Titel von der Leserschaft als tendenziös oder sensationsheischend wahrgenommen werden, wie diese identifiziert und zum Verständnis von Artikeln genutzt werden können.

3.

Visibilität von Frauen in Publikationen

Obwohl unsere Berichte die bestehende männliche Besetzung von öffentlichen Schlüsselrollen spiegelt, sind wir bestrebt, Beiträge von und über Frauen miteinzubeziehen, um Vielfalt und eine faire, zukunftsorientierte Medienpraxis zu fördern.

Die Sichtbarkeit von Frauen in Veröffentlichungen ist je nach Geschlecht des Autors bzw. der Autorin unterschiedlich. Obwohl Autorinnen immer noch mehr über Frauen schreiben als ihre männlichen Kollegen, ist in den letzten zehn Jahren ein stetiger Anstieg der durchschnittlichen Sichtbarkeit von Frauen in unseren Veröffentlichungen zu beobachten.

Die Rolle unserer Medien in der direkten Demokratie der Schweiz

Unsere Medien sind sich ihrer wesentlichen Rolle in der Förderung des gesellschaftlichen Dialogs zur Unterstützung einer informierten, engagierten Gesellschaft in der Schweiz bewusst. Durch qualitativ hochstehenden Journalismus, der auf einer sachlichen und neutralen Berichterstattung basiert, tragen wir zur öffentlichen Debatte bei.

Zusätzlich organisieren unsere Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz Veranstaltungen, um den Wissensaustausch zu fördern und Diskussionen zwischen politischen Entscheidungsträgern, Kandidierenden und der Öffentlichkeit zu ermöglichen. Diese Bemühungen stehen im Einklang mit unserem ESG-Engagement für soziale Verantwortung, da sie Transparenz, gesellschaftliches Engagement und einen offenen Diskurs fördern.

Podiumsdiskussionen

Öffentliche Podien (wie das Tages-Anzeiger-Podium) werden von unseren Journalistinnen und Journalisten organisiert und moderiert. Diese Veranstaltungen stossen auf grosses Interesse in der Bevölkerung.

Die Tamedia-Redaktionen in der deutschsprachigen Schweiz organisierten im Jahr 2024 die folgenden Podiumsdiskussionen zu verschiedenen Abstimmungen:

- 21. Februar: Können wir uns die 13. AHV-Rente leisten? Live-Debatte im Werdino (Tages-Anzeiger)
- 21. Februar: 2 Jahre Ukrainekrieg: Podium im Kaufleuten (Tages-Anzeiger)
- 26. Februar: Der wahre Sonderfall – Schweizer Dialekte: Live-Veranstaltung im Kaufleuten (Tages-Anzeiger)
- 29. April: Die Gesundheitsversicherungsinitiativen: Live-Veranstaltung im Kaufleuten in Zürich (Tages-Anzeiger)
- 7. Juni: Ist Klimaschutz ein Menschenrecht? Live-Debatte im Werdino (Tages-Anzeiger)
- 20. September: Politische Arena Basel für die Wahlen – Live am Novartis Campus in Basel (Basler Zeitung)
- 12. November: Der Bund im Gespräch: Kampf um die Stadtpräsidentenschaft Bern – live im Bierhübeli in Bern (Der Bund)
- 18. November: Brauchen wir mehr Autobahnen? «Politbüro» live in Zürich (Tages-Anzeiger)

Tamedia-Journalistinnen und Journalisten haben die Moderation verschiedener Events und Podien externer Veranstalter verantwortet.





Durchschnittliches digitale Engagement beim Tages-Anzeigers im Rahmen von öffentlichen Podiumsdiskussionen:

(pro Veranstaltung im Jahr 2024)

11'700

Seitenaufrufe nach der Veröffentlichung jeder Debatte

18 Stunden nach der Debatte

4'500

Seitenaufrufe während jeder Debatte

Livestreaming

3'400

Seitenbesucher während jeder Debatte

Livestreaming

Durchschnittliche physische Präsenz: 180 Personen pro Veranstaltung*

*Abonent*innen, Gäste und verkaufte Tickets



Ist Klimaschutz ein Menschenrecht?
Debatte mit Helen Keller und Daniel Jositsch

Der Entscheid des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte bewegt das Land. Am 17. April hat das Gericht eine Beschwerde des Vereins der Klimaseniorinnen gutgeheissen. Und festgestellt, dass die Schweiz das Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens verletzt hat, weil sie im Klimaschutz zu wenig tut.

Ist dies das lange erwartete Grundsatzurteil zu Klimaschutz und Menschenrechten? Oder hat hier der Gerichtshof die Menschenrechte überdehnt?

Darüber debattieren:

- **Helen Keller**, Rechtsprofessorin an der Universität Zürich, Spezialistin für Klimaschutz und Ex-Richterin am Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte.
- **Daniel Jositsch**, Rechtsprofessor an der Universität Zürich, Spezialist für Strafrecht, SP-Ständerat und Präsident der ständerätlichen Rechtskommission, die den Klimaseniorinnen-Entscheid kritisiert.

Moderation

Mario Stäubli, Ressortleiter Inland des Tages-Anzeigers.

Donnerstag, 27. Juni 2024

Tamedia, TX Group, Werdstrasse 21, Zürich
Türöffnung ab 19.30 Uhr, Beginn 20.00 Uhr

Der Anlass ist für TA-Abonent*innen und -Abonnenten **kostenlos**, wer kein Abonnement hat, zahlt CHF 15.-. Anmeldung und Vorverkauf: www.tagesanzeiger.ch/klimaseniorinnen

Der Anlass wird live auf www.tagesanzeiger.ch gestreamt.

Tages-Anzeiger

Live-Berichterstattung

20 Minuten bietet vor, während und nach eidgenössischen Abstimmungen eine umfassende und neutrale Berichterstattung. So kann sich die Öffentlichkeit eine fundierte Meinung bilden. Zu den wichtigsten Initiativen gehören:

- Dedizierte Landing Page: Eine Sonderseite, auf der alle Artikel zu den Abstimmungen zugestellt sind und den Leser*innen einen Überblick über die zur Diskussion stehenden Themen bietet. [Link](#)
- Exklusive Interviews mit Mitgliedern des Bundesrates.
- «Chunsch drus» Videos: Kurze Videos, die die Abstimmungsvorlagen erklären, einschliesslich der wichtigsten Argumente dafür und dagegen.
- Abstimmungsumfragen und Nachanalysen, die in Zusammenarbeit mit Tamedia durchgeführt werden und eine tiefgehende Analysen ermöglichen.
- Ergebnisanalyse: Echtzeitberichterstattung im Wahlticker, detaillierte Artikel und Live-Diskussionen im Studio.
- Abstimmungsgrafiken: Visuelle Darstellung der Ergebnisse, die veranschaulichen, wie die Schweiz, die Kantone und die Gemeinden abgestimmt haben.
- Moderation von Diskussionen an Abstimmungssonntagen zur Förderung des Dialogs. [Link](#)

Beispiel: «Chunsch drus» Videos



Die durchschnittliche digitale Reichweite von 20 Minuten an drei Wahltagen im Jahr 2024:



3'340'600

Durchschnittliche
Visits* pro Wahlsonntag

*Interne Messgrößen für 03.03.2024,
09.06.2024, 22.09.2024

1'452'909

Durchschnittliche
Unique Clients** pro
Wahlsonntag

**Mediapulse Online Content Traffic Data,
Schweiz & International, 20 Minuten,
01.01.2024 –18.11.2024, Total Visits/IDs

Zusätzliche Engagement im Sinne der direkten Demokratie:

1.

Moderation von Kommentaren:

Es werden erhebliche Ressourcen für die Moderation der Kommentare bereitgestellt, um bedeutungsvolle Diskussionen der Nutzer*innen zu verschiedenen Themen zu ermöglichen.

2.

Bekämpfung von Fake News:

Eine spezielle Taskforce für Faktenprüfung untersucht Gerüchte und Geschichten, die in sozialen Medien kursieren, und veröffentlicht die Ergebnisse in einem gesonderten Abschnitt.

3.

Engagement in Medienbildung:

Engagierter Einsatz für Medienkompetenz, insbesondere durch Redaktionführungen für Schulklassen und interessierte Gruppen.

Medienkompetenz

Die Förderung von Medienkompetenz ist uns ein wichtiges Anliegen. Sie bildet daher die Grundlage für zahlreiche Initiativen von der TX Group, Tamedia und 20 Minuten.

Die Stärkung unserer Jugend mit Wissen ergänzt unser nachhaltiges Engagement. Es soll sicherstellen, dass die nächste Generation über die Fähigkeiten verfügt, mit Medien umzugehen.

Beispiele:

- [YouNews](#) (findet 2024 zum siebten Mal im Rahmen der Jugendmedienwoche statt) bietet Schülerinnen und Schülern zwischen 13 und 20 Jahren exklusive Einblicke in die Arbeit der Deutschschweizer Medien.
- Aktiver Beitrag von Videos zur Lernplattform [Evolvpo](#) über Medienkompetenz und die Bedeutung von unabhängigen Medien für die Gesellschaft.
- Regelmässige **journalistische Führungen** für Schulen und Universitäten in unserer Zentrale und den Redaktionen.



Thought Leadership

Wir sind bestrebt, mit unserem Fachwissen, unseren Erkenntnissen und unserer Erfahrung einen verlässlichen Beitrag für den Fortschritt unserer Branche und die Gesellschaft zu leisten.

Um dies zu erreichen, organisieren wir eigene Veranstaltungen, laden externe Partner in unsere Räumlichkeiten ein und nehmen zusätzlich an Vorlesungen an verschiedenen Hochschulen teil.

Unser Ziel geht über den Wissensaustausch hinaus: Wir wollen gemeinsam soziale und wirtschaftliche Werte schaffen. Dieser Ansatz unterstützt unsere ESG-Grundsätze, indem er Partnerschaften fördert, Bildung unterstützt und eine nachhaltige positive Wirkung für unsere Gesellschaft und Branche schafft.

1.

Newsroom Summit 2024

in Partnerschaft mit «World Association of News Publishers (WAN-IFRA)»

Webseite →



2.

Schweizer Fintech & AI Investor Day

Webseite →



3.

Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN

[Webseite →](#)

**SCHWEIZER
MEDIEN**
125 Jahre Verlegerverband

4.

Edit-a-thon: Erhöhung der Sichtbarkeit von Frauen auf Wikipedia

[Webseite →](#)

EDIT-A-THON
FÜR MEHR SICHTBARKEIT AUF WIKIPEDIA



Impressionen des Newsroom Summits 2024





Belange der Mitarbeitenden

Belange der Mitarbeitenden: Überblick

Wir widmen uns der Förderung und dem Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden

Bei der TX Group stehen die Mitarbeitenden im Mittelpunkt. Wir sind uns bewusst, dass das Wohlbefinden jedes Einzelnen die nachhaltige Leistung beeinflusst, und pflegen daher eine respektvolle, auf Chancengleichheit ausgerichtete Unternehmenskultur. Durch regelmässige Befragungen der Mitarbeitenden suchen wir kontinuierlich nach Verbesserungsmöglichkeiten. So stellen wir sicher, dass wir auf sich verändernde Bedürfnisse eingehen. Unsere laufenden Initiativen zielen darauf ab, die Zufriedenheit, die Motivation und den Teamgeist der Mitarbeitenden zu fördern.



Diversität, Inklusion und Chancengleichheit

Wir integrieren Vielfalt in die Arbeitserfahrung unserer Mitarbeitenden. Respekt, Wertschätzung und eine darauf aufbauende Führungskultur sind wesentliche Grundsätze. Nur wenn alle Mitarbeitenden gleiche Chancen bei Lohn, Weiterentwicklung und Karriere haben, kann echte Diversität und Inklusion auch gelebt werden.



Gesundheit am Arbeitsplatz

Wir setzen uns für die Gesundheit unserer Mitarbeitenden ein. Ihre körperliche und geistige Gesundheit ist uns wichtig. Unser Ziel ist es, ein modernes Arbeitsumfeld zu schaffen, wobei wir uns auch auf Schutz und Sicherheit konzentrieren, insbesondere an unseren Produktionsstandorten.



Arbeitsplatz der Zukunft

Wir legen grossen Wert auf die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden mit dem Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit und Qualitätsstandards im dynamischen Umfeld der Medienbranche zu erhalten. Der Fokus auf die volle Entfaltung des Führungspotenzials schafft eine sichere, unterstützende Arbeitsatmosphäre, die zur Weiterentwicklung anregt.

Personenkennzahlen 2024*

	2023	2024	Veränderung in %
Personalbestand	2'782	3'361	20.8%
davon unbefristet beschäftigt	2'560	3'051	19.2%
davon befristet beschäftigt	33	26	-21.2%
davon Praktikant*innen, Auszubildende, «Voluntary»	85	90	5.9%
Auf Stundenbasis beschäftigt	104	194	86.5%
Frauenanteil insgesamt in %	39.40%	39.70%	0.3%
Frauenanteil im Management (ohne Top Mmt) in %	32.90%	34.00%	1.1%
Frauenanteil im Top Management in %	21.70%	21.20%	-0.5%
Frauenanteil im Board of Directors in %	42.90%	42.90%	0.0%
Gesamtzahl der Mitarbeiter > 50 Jahre alt	835	904	8.3%
Gesamtzahl der Mitarbeiter 31 bis 50 Jahre alt	1'419	1'858	30.9%

Gesamtzahl der Mitarbeiter <=/= 30 Jahre alt	528	599	13.4%
% der Mitarbeiter in Managementfunktionen > 50 Jahre alt	31.00%	23.70%	-7.3%
% der Mitarbeiter in Managementfunktionen <=/= 30 Jahre alt	2.00%	2.10%	0.1%
% der Mitarbeiter in Top-Managementfunktionen > 50 Jahre alt	70.00%	47.00%	-23.0%
% der Mitarbeiter in Top-Managementfunktionen <=/= 30 Jahre alt	0.00%	0.00%	0.0%
Vollzeitstellen (FTE)	1'815	3'122	72.0%
Teilzeitangestellte	1'210	1'270	5.0%
Teilzeitquote	43.50%	37.80%	-5.7%
Teilzeitquote Frauen in %	56.50%	50.20%	-6.3%
Teilzeitquote Männer in %	35.00%	29.60%	-5.4%
Fluktuationsrate Frauen in %	13.30%	20.30%	7.0%
Fluktuationsrate Männer in %	12.60%	16.80%	4.2%
Neu eingetretene Mitarbeitende	264	450	70.5%

*Die Personenkenzahlen für 2024 enthalten neu Goldbach NEO OOH, JobCloud, Doodle und Zattoo, was die Erhöhung des Personalbestands erklärt. Die Kennzahlen 2023 und 2024 umfassen zudem alle integrierten Unternehmen (TX Group AG (das beinhaltet auch die Mitarbeitenden von 20 Minuten), Tamedia ZRZ AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Goldbach Premium Publishing AG, Tamedia Espace AG, DZB Druckzentrum Bern AG, Berner Oberland Medien AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Publications romandes SA, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Goldbach Group AG, Goldbach neXT AG, Goldbach Media AG, Goldbach Audience AG, Swiss Radioworld AG, Goldbach Manufaktur AG) sowie TX Services doo (ltd). Nachfolgende Gesellschaften werden nicht dargestellt: Heute Online, Goldbach Germany, Goldbach Austria und Jaduda.



Belange der Mitarbeitenden: Diversität

Diversität, Inklusion und Chancengleichheit

Die TX Group setzt auf eine ausgewogene Mischung aus Geschlechtern und Generationen. Unterschiedliche Perspektiven stärken Innovation und Kreativität, fördern die Wettbewerbsfähigkeit und erhöhen das Verständnis für die Bedürfnisse unserer heterogenen Kundenbasis. Um dies zu erreichen, verfolgen wir die folgenden Ziele:

- Nulltoleranz gegenüber Diskriminierung und Belästigung
- Erhöhung des Frauenanteils auf allen Hierarchieebenen
- Eine ausgewogene Verteilung der verschiedenen Altersgruppen

40%

der Mitarbeitenden sind Frauen

21%

Frauenanteil im Top Management

40%

Frauenanteil im Executive Team

43%

des Verwaltungsrats sind Frauen

Massnahmen

- **Datentransparenz und -controlling** mit einem internen Gender-Dashboard und Teilnahme an nationalen Benchmarking
- **Überarbeiteter Einstellungsprozess** zur Gewinnung vielfältiger Talente
- Angebot von **Sensibilisierungs- und Führungskursen**, die auf die Förderung von Vielfalt abzielen
- «Women Connect» Netzwerk- und **Austauschveranstaltungen für TX-Frauen**
- **Partnerschaft mit dem führenden Schweizer Netzwerken** für Geschlechtergleichstellung in der Wirtschaft
- Verbessertes und **schnelles Case Management** bei Belästigung am Arbeitsplatz
- **Mentorenprogramm** für den generationsübergreifenden Wissensaustausch

Belange der Mitarbeitenden: Gesundheit am Arbeitsplatz

Gesundheit am Arbeitsplatz

Die TX Group hat ein umfassendes betriebliches Gesundheitsmanagementsystem (BGM) eingeführt, um ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das die Gesundheit durch Arbeitsabläufe, Organisation und Verhalten fördert. Dieses System umfasst Präventions-, Interventions- und Integrationsmassnahmen, die die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern. Diese Initiativen wurden in den letzten Jahren gezielt ausgebaut, was sich positiv und nachhaltig auf unsere Belegschaft ausgewirkt hat und unser Engagement für langfristige, verantwortungsvolle Geschäftspraktiken bekräftigt.

3%

Fehlzeitenquote

71%

Reintegration

Vorsorge

- **Schutz und Sicherheit am Arbeitsplatz:** Das Management ist verantwortlich für die Erfüllung der relevanten gesetzlichen und behördlichen Anforderungen. Ein entsprechender Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Ausschuss trifft sich viermal im Jahr, um Massnahmen zur Vermeidung von Verletzungen oder Unfällen, insbesondere in den Druckzentren, zu bewerten und Erkenntnisse aus Vorfällen zu gewinnen.
- **Förderung von Massnahmen und Aktivitäten zur Vermeidung oder Verringerung von Krankheiten, Unfällen und anderen gesundheitlichen Beeinträchtigungen,** einschliesslich Grippeimpfung, Gesundheitsplattform KINASTIC (digitaler Gesundheitscoach mit Angeboten in den Bereichen Fitness, mentale Ausgeglichenheit und ausgewogene Ernährung).

Konflikte

- Mitarbeitende können sich an **speziell geschulte interne Vertrauenspersonen** (22 Personen im gesamten Unternehmen) oder an die **externe Partnerorganisation MOVIS** (die auch persönliche Herausforderungen behandelt) wenden.

Intervention und Integration

- Zielt darauf ab, mögliche Langzeiterkrankungen **zu verhindern oder zu verkürzen.**
- Bei längeren Abwesenheiten (mehr als 30 Tage) wird das Case Management einbezogen, um die **betroffenen Mitarbeitenden wieder in den Arbeitsprozess und ihr soziales Umfeld zu reintegrieren.** SIZ Care, ein externer Partner, unterstützt den Integrationsprozess auf individueller Basis, um Effizienz und Vertraulichkeit zu gewährleisten.

Belange der Mitarbeitenden: Zukunftsfähige Belegschaft

Zukunftsfähige Belegschaft

Die TX Group legt grossen Wert auf die kontinuierliche Schulung und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden und bietet ihnen ein modernes, dynamisches Arbeitsumfeld. Dieses Engagement fördert nicht nur das Fortkommen unserer Mitarbeitenden, sondern ermöglicht es uns auch - durch die Schaffung eines kompetenten, qualifizierten und zukunftsorientierten Teams - die hohen Qualitätsstandards unserer dynamischen Branche aufrechtzuerhalten.



Flexibles Arbeiten

Die TX Group bietet ihren Mitarbeitern ein attraktives Angebot an flexiblen Arbeitszeitmodellen und hybriden Arbeitsmöglichkeiten, wo immer dies aus betrieblicher Sicht möglich ist.



Auszubildende

Die TX Group trägt ihrer sozialen Verantwortung durch die Ausbildung von Lernenden und bietet sechs verschiedene Lehrberufe an.



Personalentwicklung

Der Fokus-Dialog bei der TX Group ist ein stärkenorientierter Dialog und basiert auf gegenseitigem Feedback, Entwicklungsbereichen und Zielen.

Weiterbildung und Ausbildung

1.

TX Academy

Die TX Academy ist eine gruppenweite, interne Weiterbildungsplattform, die für alle Mitarbeitenden Kurse und verschiedene Entwicklungsmöglichkeiten in den unterschiedlichen Geschäftsbereichen anbietet.

2.

Future of Work

Die Arbeit erfordert in Zukunft neue oder zusätzliche **Führungskompetenzen**. Deshalb investiert die TX Group als Unternehmen aktiv in die Entwicklung ihrer Führungskräfte, um sie zu befähigen, in einem sich ständig verändernden Umfeld zu agieren, Innovationen zu fördern und Mitarbeiter zu motivieren.

3.

Besondere Programme

Spezifische Programme an der Columbia University bieten ausgewählten und herausragenden Journalistinnen und Journalisten sowie Führungskräften von Tamedia und 20 Minuten die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten in den Bereichen Daten, investigative Berichterstattung und Führung weiterzuentwickeln.

4.

Gezielte KI-Schulungsprogramme für Mitarbeitende

Die TX Group bietet auch spezielle Schulungen an, um unsere Teams mit grundlegenden Fähigkeiten im Bereich der künstlichen Intelligenz (KI) auszustatten, damit sie neue Technologien wirksam einsetzen, die Effizienz steigern und nachhaltige Innovationen innerhalb unserer Organisation vorantreiben können. Durch die Förderung von KI-Kenntnissen und -Fachwissen in allen Bereichen befähigen wir unsere Mitarbeitenden, sich an technologische Fortschritte und Branchenveränderungen anzupassen. Diese Initiative unterstützt nicht nur die persönliche und berufliche Weiterentwicklung, sondern steht auch im Einklang mit unserem Engagement für eine verantwortungsvolle digitale Transformation und stellt sicher, dass unsere Belegschaft agil, belastbar und auf die Zukunft vorbereitet bleibt.

9h**Interne Weiterbildung**

Stunden pro Mitarbeitende

38%**Auszubildende**

mit Festanstellung nach der Lehre.

83%**Fokus-Dialog**

Ausfüllquote





Umweltbelange
Unsere Schritte zu
einem umwelt-
freundlicheren
Betrieb

Umweltbelange: Strategie

Unsere Schritte zu einem umweltfreundlicheren Betrieb

Konzept, wesentliche Risiken und Massnahmen

Die Berichterstattung umfasst die wichtigsten Nachhaltigkeitsstandards sowie unseren internen Transformationsprozess. Wir sind bestrebt, uns kontinuierlich an den aktuellsten Standards auszurichten und unsere Umweltauswirkungen im Zuge der Weiterentwicklung unserer Geschäftstätigkeit zu reduzieren.

Ziele:



Wir verpflichten uns zu Transparenz und Rechenschaft in unserer nichtfinanziellen Berichterstattung. Aufgrund der vorgeschlagenen Änderungen der Schweizer Regulierung (externer Einfluss) und der operativen Entwicklung unserer Gruppe (interner Faktor) stellen wir im Folgenden unsere Struktur der Berichterstattung und unseren Fokus der Nachhaltigkeit für 2024 klar. Angesichts dieser internen und externen Faktoren hat die TX Group für 2024 kein formelles Konzept für ihre Offenlegungen zu Klimafragen verabschiedet.

Externe Faktoren:

Vorgeschlagene Änderungen der Schweizer Regulierung

Die Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), an der sich in der Vergangenheit unsere Strategie für die Berichterstattung über Klimafragen orientiert hat, wurde inzwischen aufgelöst. Die International Financial Reporting Standards (IFRS) sollen die TCFD zwar ersetzen, doch die Einzelheiten dieses Übergangs sind noch unklar. Daher muss unser derzeitiger Ansatz für die Offenlegung von Klimafragen in zukünftigen Berichten möglicherweise an neue Rahmenbedingungen oder Richtlinien angepasst werden, die sich aus den IFRS ergeben. Wir sind jedoch weiterhin fest entschlossen, unser Ziel Klimaneutralität zu erreichen.

Interne Faktoren:

Die operative Entwicklung der TX Group

Die TX Group, vor allem Tamedia, befindet sich in einer Transformationsphase, die darauf abzielt, die Wirtschaftlichkeit des Betriebs zu verbessern. Dadurch wird auch der ökologische Fussabdruck verringert werden. Unsere Druckzentren, die in der Vergangenheit einen grossen Teil zu unserer Umweltbelastung beitrugen, stehen nämlich im Fokus dieser Transformationsphase. Die Umstrukturierung und die erforderlichen Massnahmen zur Steigerung der Effizienz und Nachhaltigkeit können dazu führen, dass das Konzept und die Nachhaltigkeitsziele in Bezug auf die Offenlegung von Klimaauswirkungen angepasst werden, sobald wir unsere Prozesse umgestellt haben.

Umweltbelange: Fussabdruck

Mit Blick auf den Klimawandel ist sich die TX Group ihrer Verantwortung als Unternehmen bewusst, natürliche Ressourcen schonend zu nutzen und möglichst wenig klimaschädliche Treibhausgasemissionen zu verursachen.

Berechnung des ökologischen Fussabdrucks



Die berechneten Daten umfassen Emissionen, die sich auf Folgendes beziehen:

- Betriebsprozesse (Scope 1 und 2)
- Ausgewählte vorgelagerte und nachgelagerte Emissionen (Scope 3), wie z. B. die Mobilität der Mitarbeitenden, die Verwendung von Materialien wie Tinten, Aluminiumplatten oder Papier sowie die Produktion und der Transport von Zeitungen.
- Die Bereitstellung und Nutzung digitaler Nachrichtenprodukte wie E-Paper, Apps und Websites.



Primärdaten, die in die Berechnung einbezogen sind:*

- Standorte mit mehr als 100 Mitarbeitenden
- Zusätzliche Abteilungen, die eine Fussabdruckberechnung auf Basis von Primärdaten anfordern.

*Für die kleineren Standorte und Unternehmen werden die Berechnungen modelliert.

Gesamtemissionen der Gruppe aus Scope 1, 2 und 3*

	2023	2024	Veränderung in %
Total Scope 1			
Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	3'645	3'511	-4%
Wärme & Kälte	516	549	7%
Transport	3'129	2'962	-5%
Total Scope 2			
Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	605	550	-9%
Elektrizität	532	464	-13%
Fernwärme	72	84	16%
Transport	0	2	
Total Scope 3			
Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent (nach Kategorie)	67'131	59'757	-11%
Elektrizität	710	711	0%
Digitales Arbeiten (Cloud Storage)	125	116	-7%
Wärme & Kälte	96	112	17%
Mobilität	3'799	3'062	-19%
Transport	2'616	2'475	-5%
Getränke & Verpflegung	373	389	4%
Material	56'535	49'223	-13%
Abfall & Recycling	653	570	-13%
Nutzung digitaler Produkte - Energieverbrauch bei Endnutzern	2'224	3'097	39%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	71'381	63'818	-11%

*Die Daten für 2024 enthalten neu die Emissionen von JobCloud, nicht mehr inkludiert sind Heute Online, Goldbach Germany, Goldbach Austria und Jaduda.

Erweiterung des Datenumfangs

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2024 enthält neu die Daten zu Goldbach Neo Out of Home, JobCloud, Zattoo und Doodle.



Mehr Details zu wichtigen Kategorien

Die Berichterstattung zu den Umweltauswirkung wurde um detailliertere Informationen zum Material- und Energieverbrauch erweitert.



Jährlicher Datenvergleich

Diese beiden Verbesserungen wirken sich auf die jährliche Vergleichbarkeit aus, da die Daten für 2023 nicht rückwirkend um die neu hinzugefügten Unternehmen ergänzt und neu berechnet wurden.



Gesamtemissionen aufgeteilt nach Unternehmen

	2023	2024	Totale Veränderung in %
TX Group (gesamt)			
Scope 1 nach Unternehmen	3'645	3'511	-4%
Scope 2 nach Unternehmen	605	550	-9%
Scope 3 nach Unternehmen	67'131	59'757	-11%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	71'381	63'818	-11%
Tamedia			
Scope 1 nach Unternehmen	2'746	2'802	2%
Scope 2 nach Unternehmen	224	237	6%
Scope 3 nach Unternehmen	54'487	46'190	-15%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	57'456	49'230	-14%
20 Minuten			
Scope 1 nach Unternehmen	529	238	-55%
Scope 2 nach Unternehmen	44	39	-12%
Scope 3 nach Unternehmen	9'476	9'480	0%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	10'049	9'757	-3%
Goldbach*			
Scope 1 nach Unternehmen	308	375	22%
Scope 2 nach Unternehmen	198	185	-6%
Scope 3 nach Unternehmen	1'794	2'509	40%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	2'299	3'069	34%
Group & Ventures			
Scope 1 nach Unternehmen	63	27	-56%
Scope 2 nach Unternehmen	139	85	-39%
Scope 3 nach Unternehmen	1'374	1'067	-22%
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent	1'576	1'179	-25%
TX Markets**			
Scope 1 nach Unternehmen	nicht bilanziert	68	
Scope 2 nach Unternehmen	nicht bilanziert	4	
Scope 3 nach Unternehmen	nicht bilanziert	511	
Total Treibhausgasemissionen in tCO₂ equivalent		583	

*Goldbach: Die Daten 2023 wurde aufgrund der Übernahme von Clear Channel Schweiz neu berechnet, 2024 wurden Goldbach Austria, Goldbach Germany und Jaduda nicht mehr erfasst./** TX Markets: Die Emissionen von JobCloud wurde im Jahr 2024 zum ersten Mal erfasst.



Treibhausgasemissionen (Scope 1, 2 und 3)

Im Jahr 2024 konnte die TX Group die Gesamtemissionen im Vergleich zum Vorjahr um 11% reduzieren. Dieser Rückgang ist vor allem auf den geringeren Verbrauch von Zeitungspapier zurückzuführen, auch die Emissionen für Druckplatten, Druckfarben, Entwickler und Finisher sanken. Im Gegensatz dazu stiegen die Emissionen im Bereich digitaler Produkte aufgrund der gemessenen erhöhten Nutzung an.

Material- und Energie-Fussabdruck im Detail

	2023	2024	Veränderung in %
Material			
Papiereinsatz in Tonnen	52'472	43'823	-16%
CO ₂ -Intensität: tCO ₂ e je t Druckprodukte	1.36	1.46	7%
Anteil Recycling-Papier	90%	90%	0%
Für Dritte gekauftes und bedrucktes Papier (Anteil in %)	54%	53%	-3%
Druckplatten (in Tonnen)	240	207	-14%
Druckfarben (in Tonnen)	1'350	1'242	-8%



Der Papierverbrauch ging deutlich zurück. Die CO₂-Intensität je produzierter Tonne Druckprodukte stieg leicht an, da Druckproduktmengen stärker abgenommen haben als die Gesamtemissionen.

	2023	2024	Veränderung in %
Energie			
Strom in kWh			
Verbrauch Erneuerbare Energie	4'166'739	5'520'670	32%
Verbrauch konventioneller Strom (CH Mix)	21'110'033	20'497'992	-3%
Verbrauch total	25'276'772	26'018'662	3%
Wärme & Kälte			
Heizöl (in l)	69'978	92'638	32%
Erdgas (in kWh)	634'795	565'599	-11%
Biogas (in kWh)	95'451	234'734	146%
Solarthermie (in kWh)	203'808	203'808	0%
Fernwärme (in kWh)	854'575	1'411'048	65%



Der Gesamtstromverbrauch von Strom blieb weitgehend konstant, wobei der Anteil erneuerbarer Energien weiter erhöht wurde. Der Anstieg des Heizölverbrauchs ist hauptsächlich auf den 2024 erstmals berücksichtigten Verbrauch von JobCloud zurückzuführen. Vor allem am Hauptsitz an der Werdstrasse wurde verstärkt Biogas eingesetzt.



Achtung der
Menschenrechte

Achtung der Menschenrechte

Konzept

Die TX Group setzt sich für den Schutz und die Achtung international anerkannter Menschen- und Arbeitsrechte ein, darunter psychische Gesundheit, faire Behandlung und Schutz vor sexueller Belästigung. 2024 wurden die Massnahmen zur Sicherung der Menschenrechte weiter gestärkt und ausgebaut.

Konzept und angewandte Sorgfaltsprüfung

Die Grundlage für die Berichterstattung der TX Group bildet das Bekenntnis zu den globalen Menschenrechtsstandards, insbesondere den von der Schweiz ratifizierten internationalen Menschenrechtsnormen, wie dem Internationalen Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte (ICESCR), dem Internationalen Pakt über bürgerliche und politische Rechte (ICCPR) sowie einschlägigen UN-Konventionen (ICERD, CEDAW, CAT, CRC, CRPD, CPED). Ergänzend orientiert sich die TX Group an den Grundsätzen der ILO-Kernarbeitsnormen sowie den Empfehlungen der Global Reporting Initiative (GRI). Für das Jahr 2024 wurden darüber hinaus [die neuesten Anpassungen und Empfehlungen der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen](#) und der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte berücksichtigt, die verstärkt menschenrechtliche Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten einfordern.

Als zentrales Instrument zur Operationalisierung der Menschenrechtspolitik der TX Group und Grundlage für verantwortungsvolles und rechtskonformes Verhalten dient der Verhaltenskodex der TX Group AG. Seit 2024 ist dieser Kodex verpflichtend im Onboarding integriert, und regelmässige Schulungen sensibilisieren die Mitarbeitenden umfassend. Zudem wird die TX Group ihre Lieferanten und Partner aus Ländern, die nicht als Länder mit geringem Risiko für Kinderarbeit gelten und keine angemessene ESG-Zertifizierung vorlegen können, künftig durch einen neuen Lieferantenkodex in ihre Standards einbeziehen, dessen verbindliche Umsetzung für 2025 geplant ist. Dieser Kodex, der auf den zehn Prinzipien des UN Global Compact basiert, verpflichtet die Lieferanten zur Offenlegung ihrer Einhaltung menschenrechtlicher Standards sowie zur Darlegung von Massnahmen zur Minimierung menschenrechtlicher Risiken.

Zur Identifizierung potenzieller Menschenrechtsrisiken im Bereich Kinderarbeit hat die TX Group 2023 eine erste Risikoprüfung in ihrer Lieferkette durchgeführt, beginnend mit der Tochtergesellschaft TX Services in Serbien. Diese Prüfung wird sukzessive auf weitere Lieferanten aus Ländern mit erhöhtem Risikoring ausgeweitet, wobei die Einstufungen «Enhanced» oder «Heightened» gemäss dem [UNICEF Children's Rights in the Workplace Index](#) im Fokus stehen. Im Jahr 2024 wurden primär Lieferanten aus den USA berücksichtigt, da die USA das höchste Volumen an Leistungen aus Ländern mit erhöhtem Risikoring abdecken. Ein festgelegter Schwellenwert von CHF 100'000 Geschäftsvolumen pro Lieferant (Stichtag Ende Oktober 2024) wurde als Prüfungsgrenze festgelegt.

Achtung der Menschenrechte

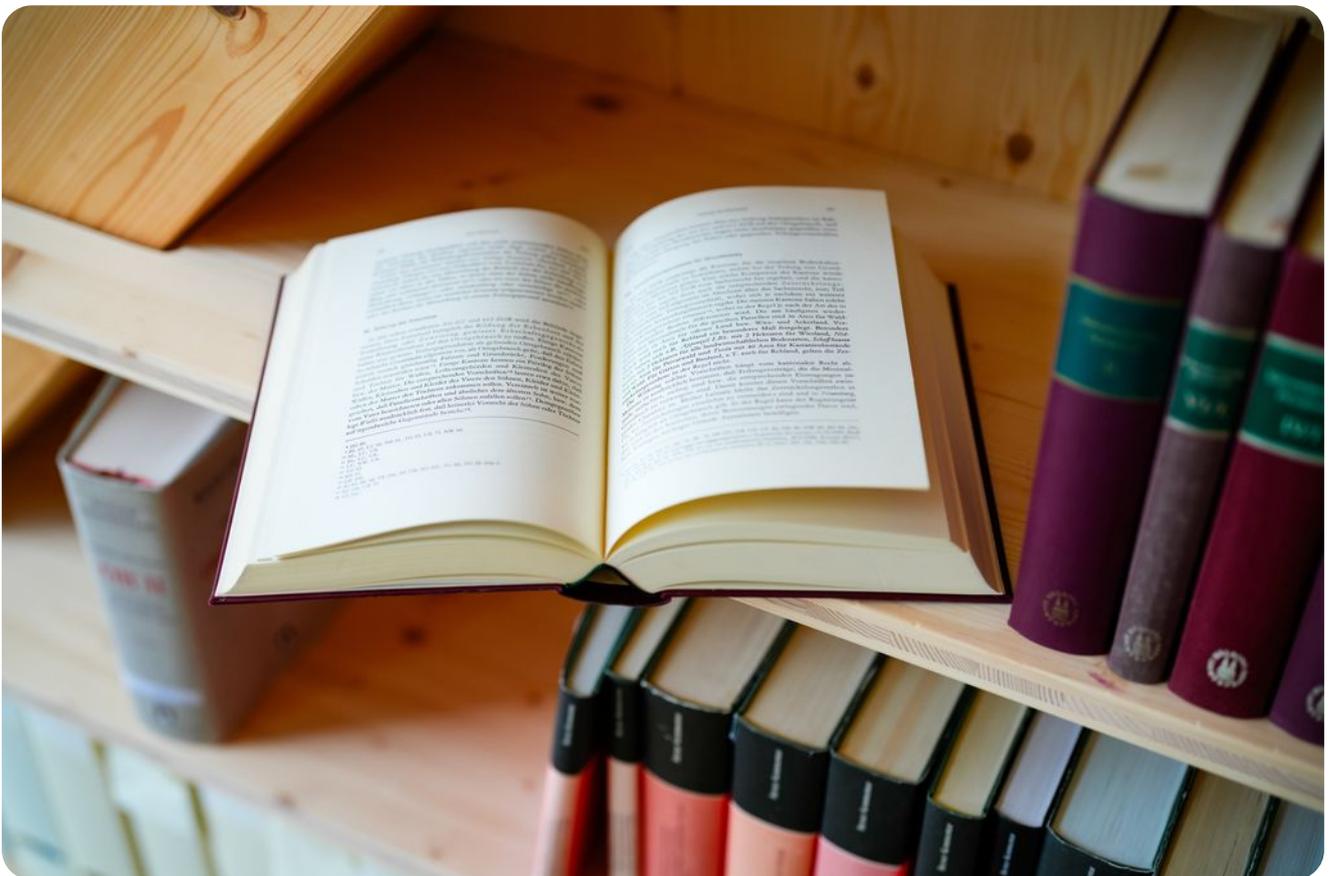
Risiken

Materielle Risiken und Risikobehandlung

Im Berichtsjahr 2024 hat die TX Group keine Überprüfung ihrer menschenrechtlichen Risikobewertung vorgenommen. Die Kerntätigkeiten der TX Group in der Schweiz, in Deutschland und (bis Ende 2024) in Österreich, wo strenge Arbeits- und Menschenrechtsstandards bestehen, lassen nach wie vor auf ein geringes Risiko für Menschenrechtsverletzungen schliessen. Auch in Serbien, wo die TX Group ein Zentrum für Produktentwicklung und Programmierung betreibt, sowie bei Lieferanten aus Regionen mit erhöhtem Risikoring, wird das Risiko aufgrund der bezogenen Dienstleistungen als gering eingeschätzt. Das gilt ebenso für die Gruppengesellschaften von Doodle und Zattoo in den USA.

Der Fokus der Tätigkeiten der TX Group liegt auf digitalen Dienstleistungen sowie Zeitungsproduktion und -vermarktung. Entsprechend besteht der Grossteil der globalen Beschaffungsaktivitäten weiter aus der Lieferung von professionellen Dienstleistungen, Inhalte, Energie, Papier, Tinte sowie IKT-Hardware und -Software. Lieferanten ausserhalb Europas sind häufig freiberufliche Berater, Journalisten und Fotografen; daneben bestehen Geschäftsbeziehungen zu Dienstleistern im Bereich digitale Angebote und Softwareentwicklung.

Als potenzielle Risikobereiche werden Arbeitsrechte, Gesundheit, Sicherheit und Datenschutz identifiziert. Mögliche Risiken umfassen etwa die unbeabsichtigte Weitergabe persönlicher Daten sowie das Risiko von Diskriminierung (siehe [Kennzahlen 2024](#)). Die TX Group ist jedoch überzeugt, dass bestehende Systeme und Verfahren zur Risikominderung ausreichen, um diese Gefährdungen angemessen zu adressieren.



Kennzahlen 2024

Unsere Risiken

Risiko	Bewertung (eigene Einschätzung)	Vergleich zu 2023
<ul style="list-style-type: none">Risiko für die persönliche Sicherheit/ Gesundheit am Arbeitsplatz	mässig	unverändert
<ul style="list-style-type: none">Risiko von Belästigung/- Diskriminierung von Mitarbeitern (Rasse, Geschlecht, Glauben, Sexualität, gleiche Bezahlung usw.)	mässig	unverändert
<ul style="list-style-type: none">Offenlegung personenbezogener Daten an unbefugte Empfänger	mässig	unverändert
<ul style="list-style-type: none">Gefährdung der Arbeitnehmerrechte/ Kinder- und Zwangsarbeit in der Lieferkette	niedrig	unverändert

Achtung der Menschenrechte

Massnahmen

Massnahmen und Wirksamkeit

Der Verhaltenskodex bildet die ethische Grundlage der TX Group und verankert Werte wie Integrität, Sicherheit, Diskriminierungsverbot und die Förderung von Diversität. Die Inhalte werden über das Intranet und die Geschäftsablage zur Verfügung gestellt und seit Oktober 2023 über ein E-Training an alle Mitarbeitenden der TX Group sowie mehrheitlich kontrollierter Tochtergesellschaften vermittelt.

Mitarbeitende haben die Möglichkeit, sich in Personalkommissionen zu organisieren. In der Westschweiz gilt ein Gesamtarbeitsvertrag für Tamedia-Mitarbeitende, der auf freiwilliger Basis auch auf 20-Minuten-Mitarbeitende angewendet wird.

Die Betriebe der TX Group befinden sich überwiegend in Ländern mit hohen Regulierungsstandards wie der Schweiz und Deutschland. Der Fokus möglicher Risiken liegt weiterhin auf Arbeitsrechten, Gesundheit und Sicherheit. Ein Überblick über diesbezügliche Aktivitäten im Jahr 2024 findet sich im Abschnitt [Kennzahlen](#).

Im Jahr 2024 wurden zudem folgende Massnahmen aufgelegt respektive umgesetzt:

- **Entwicklung und Anwendung eines Fragenkatalogs für Lieferanten aus Ländern mit erhöhtem UNICEF-Risikoring:** Dieser Katalog deckt nebst dem Risiko von Kinderarbeit spezifische Risiken wie Arbeitsbedingungen, Lohnstandards, Diskriminierung und Datenschutz ab. Er wurde 2024 erstmals zum Risiko von Kinderarbeit auf ausgewählte Lieferanten aus den USA angewendet, die keine angemessene ESG-Zertifizierung beibringen konnten (siehe oben). Ab 2025 wird die TX Group die Ergebnisse jährlich für die Risikobewertung einfließen lassen, um gegebenenfalls geeignete Massnahmen zur Risikobehandlung einzuleiten (siehe nachfolgend Einführung Lieferantenkodex).
 - **Einführung eines gruppenweiten Lieferantenkodex zur Förderung der Menschenrechte und Lieferkettentransparenz:** Ab 2025 verlangt die TX Group die formelle Unterzeichnung dieses Kodex von allen Lieferanten aus Ländern, die nicht als Länder mit geringem Risiko für Kinderarbeit gelten, und die weder eine angemessene ESG-Zertifizierung vorlegen noch den Fragekatalog für Lieferanten aus Ländern mit erhöhtem UNICEF-Risikoring beantworten. Der Kodex basiert auf den zehn Prinzipien des UN Global Compact und verpflichtet Lieferanten, bei Verdacht auf menschenrechtliche Risiken die TX Group zu informieren und geeignete Gegenmassnahmen zu ergreifen. Ziel ist es, auf vorgelagerter Stufe Mindeststandards entlang der Lieferkette zu sichern und präventiv auf mögliche Verstösse zu reagieren.
 - **Einrichtung einer Whistleblower-Line für externe Stakeholder:** Zur weiteren Förderung der Transparenz entlang der Lieferkette plant die TX Group 2025 die Einführung einer externen Whistleblower-Line, die anonyme Meldungen von potenziellen Menschenrechtsrisiken, ermöglichen würde. Diese wird Lieferanten und betroffenen Gemeinschaften offenstehen und unterstützt die Verantwortung der TX Group entlang ihrer Lieferkette.
-

Kennzahlen 2024

Unsere Aktivitäten



Aktivitäten



Teilnehmende

1. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

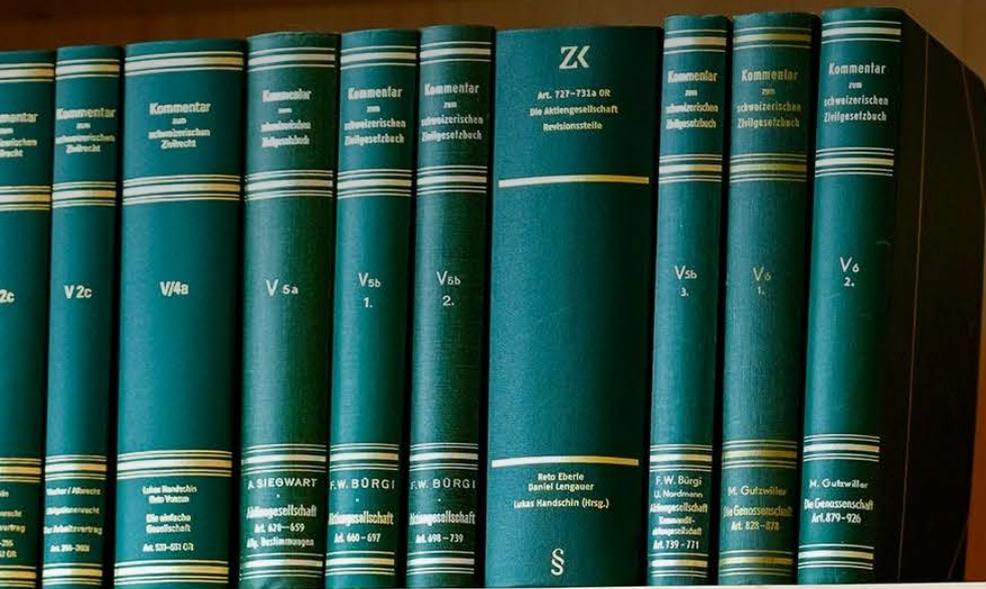
- Jährliche Kontrollen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz an den Standorten der TX Group und Behebung von Mängeln
- Einführung Alert Tool, um Mitarbeitende über Notfälle zu informieren
- Sicherheitskoordinator und Sicherheitsbeauftragte an den Standorten
- alle Mitarbeitenden an allen Standorten der TX Group

2. E-Learnings

- Schulungen Verhaltenskodex
- Mitarbeitende in der Weiterverarbeitung in den Druckzentren und Plakatierer ohne Zugang zur E-Training Plattform erhalten ein Infoblatt zum Verhaltenskodex.
- 2'134 von 2'577 Mitarbeitenden mit Zugang zur E-Training Plattform, entsprechend rund 83%. Ziel ist eine Durchführungsquote von mindestens 90%.

3. Kurse

- Kurse im Bereich Diskriminierung, Bias etc.
- 151 Führungskräfte verteilt auf 13 Schulungen.



Bekämpfung der Korruption

Bekämpfung der Korruption

Konzept

Korruption gefährdet Vertrauen, Wettbewerb und gesellschaftliches Wohlergehen. Die TX Group bekennt sich zu einem fairen und verantwortungsvollen Geschäftsumfeld, gestützt auf ihren Verhaltenskodex und transparente Berichterstattung. Mit einem klaren Fokus auf Integrität stärken wir unser Engagement gegen Korruption.

Korruption bleibt ein bedeutendes globales Problem, das nicht nur das Vertrauen in Geschäftspraktiken und den fairen Wettbewerb untergräbt, sondern auch das gesellschaftliche Wohlergehen beeinträchtigt. TX Group ist weiterhin entschlossen, Korruption aktiv zu verhindern und zur Schaffung eines fairen und verantwortungsvollen Geschäftsumfelds beizutragen. Dies auf der Basis unseres Verhaltenskodex und transparenter Berichterstattung über unsere Geschäftsaktivitäten und Ziele. Dabei setzen wir weiter auf einen gruppenweiten Ansatz zur Risikominimierung und orientieren uns für die Berichterstattung am GRI-Standard 205 betreffend Antikorruption.

Konzept und angewandte Sorgfaltsprüfung

Im Jahr 2024 operierte die TX Group überwiegend in Ländern mit geringem Korruptionsrisiko, basierend auf dem Korruptionswahrnehmungsindex von Transparency International. Die lokalen, standortbezogenen Geschäftsaktivitäten tragen zu einem niedrigen grenzüberschreitenden Korruptionsrisiko bei. Analysen bestätigten, dass keine wesentlichen Veränderungen in den Risikofeldern vorlagen. Schwerpunktbereiche wie Werbung, Vermarktung von Werbeflächen und Journalismus bleiben jedoch potenziell anfällig für Korruption.

Besonders Interessenkonflikte stellen ein potenzielles Risiko dar, das durch präventive Massnahmen und klare Meldewege gemindert werden kann. TX Group hat im Berichtsjahr 2024 den Umgang mit Interessenkonflikten weiter spezifiziert und setzt auf eine transparente Kultur der Offenlegung und Kommunikation. Mitarbeitende sind dazu angehalten, potenzielle Interessenkonflikte umgehend ihrem direkten Vorgesetzten zu melden. Dieser entscheidet, allenfalls in Rücksprache mit dem Chief Compliance Officer, über das weitere Vorgehen. Zudem werden die Mitarbeitenden in sensiblen Positionen (z.B. Vertrieb, Procurement, Marketing) spezifisch zum Umgang mit Interessenkonflikten geschult, um Prävention und Offenlegung zu fördern. Im Jahr 2024 wurde überdies ein dokumentierter Interessenkonflikt analysiert, dessen Aufarbeitung zu einer Stärkung der Governance in einer ausländischen Tochtergesellschaft führte.

Der Verhaltenskodex bleibt Grundlage unserer Null-Toleranz-Politik gegenüber Bestechung und wird auf verschiedene Weise (Intranet, Merkblätter, Schulungen etc.) aktiv an die Mitarbeitenden kommuniziert. Im Jahr 2024 wurde die Nutzung digitaler Schulungsinstrumente intensiviert, um die Einhaltung des Verhaltenskodex zu fördern und das Bewusstsein für Korruptionsrisiken zu stärken, einschliesslich der Einführung eines Self-Assessment-Tools zur Bewertung von Geschenken und Zuwendungen.

Spenden- und Sponsoringaktivitäten wurden erneut auf Auffälligkeiten geprüft, um verdeckte Bestechung auszuschliessen. Die Überprüfungen basierten auf den gleichen Schwellenwerten wie im Vorjahr und ergaben keine Hinweise auf Unregelmässigkeiten.

Bekämpfung der Korruption

Risiko

Materielle Risiken und Risikobehandlung

Geschäftsbeziehungen mit Dritten: Geschäftsbeziehungen zu Agenturen, Werbekunden und Lieferanten bergen das Risiko intransparenter Zahlungen. Besonders bei Provisions- und Vergütungszahlungen, die nicht marktüblich («arm's length») erfolgen, können Korruptionsrisiken auftreten. Gegenmassnahmen umfassen:

- Transparenz- und Informationspflichtklauseln in Verträgen
- Regelmässige Überprüfung von Vergütungsstrukturen
- Schulungen für relevante Abteilungen und Compliance-Prüfungen von Verträgen und Zahlungsflüssen

Zahlungen an fremde Bankkonten: Zahlungen an nicht verifizierte Bankkonten bergen ein hohes Risiko. Spezielle Kontrollmechanismen stellen sicher, dass alle Zahlungen an überprüfte und vertrauenswürdige Konten erfolgen. Der Fokus liegt hier auf der Implementierung effektiver Kontrollsysteme: Im Kreditorenbereich gewährleisten die Systeme für Rechnungsprüfung, Datenmanagement und Risikoanalyse eine hohe Sicherheit durch automatisierte Prüfungen, Doppelzahlungs- und Betrugserkennung sowie ein Vier-Augen-Prinzip bei Stammdatenänderungen. Zusätzlich werden Fake-Rechnungen stichprobenartig getestet, um Schwachstellen im Genehmigungsprozess zu identifizieren. Im Debitorenbereich sind die Vorsysteme in den Bereichen Abrechnung, Werbemanagement und Zahlungsabwicklung mehrheitlich ebenfalls gut abgesichert, vereinzelt noch mit Optimierungspotenzial hinsichtlich ihrer Einbindung in die interne Governance.

Missbräuchliche Einladungen und Geschenke: Die missbräuchliche Nutzung von Geschenken und Einladungen, insbesondere in Bereichen wie Einkauf, Vertrieb und Marketing, wird durch einen Genehmigungsprozess und ein Self-Assessment-Tool minimiert. Mitarbeitende prüfen Zuwendungen eigenständig auf ihre Vereinbarkeit mit den internen Richtlinien und beantragen erforderlichenfalls eine Genehmigung.

Bekämpfung der Korruption

Massnahmen

Massnahmen, Wirksamkeit

TX Group duldet keine Korruption und hat im Jahr 2024 eine Reihe spezifischer Massnahmen zur Prävention und Bekämpfung von Korruption umgesetzt. Diese Massnahmen wurden eingeführt, um das Bewusstsein für potenzielle Korruptionsrisiken zu schärfen, Transparenz zu fördern und Verstösse proaktiv zu verhindern.

Whistleblower-Plattform und anonyme Meldewege: Die Whistleblower-Plattform ermöglicht anonymes Melden von potenziellen Verstössen. 2024 wurde ein neuer Vorfall gemeldet und geprüft, ohne dass sich eine direkte Relevanz für Compliance-Themen ergeben hat. Dies erlaubt noch keine unmittelbare Beurteilung der Wirksamkeit präventiver Massnahmen. Es können auch externe Ombudsstellen und Vertrauenspersonen genutzt werden. Vermutlich ist die Plattform trotz verstärkter Kommunikation noch zu wenig bekannt. 2025 sind daher weitere Kommunikationsmassnahmen und eine Mitarbeitendenumfrage geplant.

Schulung und Sensibilisierung: Im Jahr 2023 wurden verpflichtende E-Trainings zum Verhaltenskodex und spezifische Schulungen für exponierte Abteilungen eingeführt. Mit einer Teilnahmequote von rund 85% (bzw. 88%, wenn noch nicht fällige Trainings ausgeschlossen werden) wurde ein wichtiger Schritt in Richtung des angestrebten Ziels von mindestens 90% erreicht. Mitarbeitenden in sensiblen Positionen wurden gezielte Schulungen angeboten, um Risiken frühzeitig zu erkennen und wirksam zu adressieren. Diese Massnahmen schärfen das Bewusstsein für Korruptionsrisiken und stärken die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden.

Digitalisierter Genehmigungsprozess für Einladungen und Zuwendungen: Im Jahr 2024 wurde ein Genehmigungsprozess für Geschenke und Einladungen oberhalb der festgelegten Schwellenwerte eingeführt, unterstützt durch ein digitales Self-Assessment-Tool. Mitarbeitende können mithilfe des Tools eine Selbsteinschätzung vornehmen und bei Bedarf eine Genehmigung anfordern. Das Tool hilft den Mitarbeitenden dabei, potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen und Verstösse zu vermeiden. Damit ergänzt es die bestehenden Richtlinien und Schulungen optimal und stärkt die Prävention im Alltag.

Kontrolle von Spenden und Sponsoring: Spenden, Sponsoring und Barter-Verträge wurden auf Schwellenwerte über CHF 2'000 für Spenden und Sponsoring sowie CHF 20'000 für Barter systematisch geprüft. Die Überprüfung ergab keine Hinweise auf missbräuchliche Aktivitäten, was die Effektivität der Kontrollmechanismen bestätigt.

Lieferantenkodex: Im Jahr 2024 wurde der Lieferantenkodex finalisiert und steht nun für die Einführung ab 2025 bereit. Lieferanten aus Ländern mit erhöhtem Risiko und ohne angemessene ESG-Zertifizierung sollen verpflichtet werden, diesen und die darin definierten Korruptionsstandards einzuhalten. Der Rollout soll schrittweise erfolgen.

Kennzahlen 2024



Aktivitäten

- **Schulung zum Verhaltenskodex**



Teilnehmende

- 2'246 von 2'635 Mitarbeitern, welche das e-Training zugewiesen erhalten haben, haben dieses absolviert. Dies entspricht rund 85%, unter Ausschluss der noch nicht fälligen Trainings (92) rund 88%.

- **Schulungen zur Bekämpfung von Bestechung**

- Auffrischungsschulung für Goldbach-Mitarbeitende als e-Training: Von 53 Personen, die das Training zugewiesen erhalten haben, haben alle das Training absolviert
- Abgabe Infoblatt zum Code of Conduct für Mitarbeitende der Goldbach- und Tamedia-Druckzentren & Logistik ohne Zugang zu e-Trainings.

- **Einführung Selbsttest-Tool und Genehmigungsprozess für Zuwendungen**

- 20 Anfragen eingegangen 2 genehmigt.
- 18 Anfragen beanstandet und abgelehnt oder an Chief Compliance Officer verwiesen

- **Kontrolle Spenden und Sponsorings**

- Stichprobenprüfungen im Bereich Barter, Spenden und Sponsoring ergaben keine Hinweise auf missbräuchliche Aktivitäten.



Vorfälle

- Aufdeckung eines potenziellen Interessenkonflikts im Rahmen einer internen Due Diligence

Ergebnis

- Umsetzung von Massnahmen zur Stärkung der Governance und Schulungen

Impressum

TX Group

Werdstrasse 21
Postfach 8021
Zürich
Tel.: +41 (0) 44 248 41 11
www.tx.group
kommunikation@tx.group

Nachhaltigkeit

TX Group AG
Dr. Ursula Nötzli
Chief Communications & Sustainability Officer
Werdstrasse 21
8021 Zürich
Tel. +41 (0) 76 462 52 45
investor.relations@tx.group
LEI (Legal Entity Identifier) TX Group AG: 506700302V28Y6O14985

Rechtlicher Hinweis

- TX Group Corporate Communications (Verfasser und Projektmanagement)
- Marco Zangger, 20 Minuten Video & Photo Agency (Fotografie)
- NeidhartSchön AG, Zürich (Design und technische Umsetzung)

Electronic Sustainability Report and downloads at:

www.tx.group,

Investor Relations, Financial Reports