

**ESG-Bericht 2024**

**RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG**

Übersicht	
1 Einleitung .....	3
2 RMS x Nachhaltigkeit .....	3
3 Bericht – VSME .....	6
4 Unternehmen.....	7
B1 – Basis für die Erstellung .....	7
C1 – Geschäftsmodell und Strategie:.....	9
5 Umwelt .....	11
B3 – Energie und Treibhausgasemissionen .....	11
B4 – Wasserverbrauch und Wasserstress.....	12
B7 – Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfall.....	12
ESRS E1 – Anpassung an den Klimawandel und Klimaschutz .....	13
6 Soziales.....	15
B8 - Belegschaft - Allgemeine Merkmale, C5 – Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Belegschaft.....	15
B9 - Belegschaft - Gesundheit und Sicherheit.....	16
B10 Belegschaft – Vergütung, Tarifverträge, Schulungen.....	16
C6 - Menschenrechtspolitik.....	16
C7 - Schwere Verstöße gegen Menschenrechte .....	16
ESRS S1: Sichere Beschäftigung .....	17
ESRS S1: Gleichbehandlung für alle .....	17
ESRS S1: Vereinbarkeit Beruf- und Privatleben.....	18
ESRS S1 - Nicht-diskriminierung + Belästigung am Arbeitsplatz.....	19
ESRS S2: Datenschutz.....	19
ESRS S4: Qualität und Zugang zu Informationen .....	20
ESRS S3 - Meinungsfreiheit .....	21
ESRS S4 – Diversität und Soziale Inklusion .....	21
ESRS S4 - Verantwortungsvolle Praktiken.....	22
7 Unternehmensführung.....	23
B11 - Korruption und Bestechung .....	23
ESRS G1 - Beziehung zu Lieferanten.....	23
ESRS G1 - Unternehmensstruktur .....	24
Abschluss und Ausblick .....	25

# 1 Einleitung

Liebe Leserinnen und Leser,

liebe Partnerinnen und Partner,

mit diesem Dokument legen wir den ersten ESG-Bericht in der Geschichte von RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (im Folgenden: RMS) vor – und wir tun dies aus voller Überzeugung und aus freien Stücken. Als Unternehmen sind wir nicht verpflichtet, einen Bericht dieser Art zu veröffentlichen. Aber wir sind überzeugt: Verantwortung beginnt nicht mit Pflichten, sondern mit Haltung.

Für RMS ist Nachhaltigkeit weit mehr als die Betrachtung von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Sie ist ein strategischer Kompass für die Zukunft unseres Unternehmens, unseres Marktes und unseres gesamten Audioökosystems. Wir verstehen Nachhaltigkeit als Zusammenspiel aus ökologischer Verantwortung, sozialem Anspruch und einer widerstandsfähigen, zukunftsorientierten Unternehmensführung. Genau deshalb bildet dieser Bericht die Grundlage für die Entwicklung einer umfassenden ESG-Strategie, die wir in den kommenden Monaten konsequent ausarbeiten und verankern werden.

Ein zentrales Leitmotiv für RMS ist Resilienz – die Fähigkeit, Stabilität zu gewährleisten und gleichzeitig flexibel auf Veränderungen zu reagieren. Diese Resilienz prägt unser Portfolio, unseren Beitrag zur Medienbranche, unsere Partnerschaften und unsere Unternehmenskultur. In einer Medienwelt, die sich schneller wandelt als je zuvor, wollen wir nicht nur reagieren, sondern aktiv gestalten: technologisch innovativ, unternehmerisch verantwortungsvoll und gesellschaftlich wirksam.

Mit diesem ersten ESG-Bericht machen wir transparent, wo wir heute stehen, welchen Beitrag wir bereits leisten – und welchen Weg wir vor uns haben. Wir wollen offen, ambitioniert und lernbereit zeigen, was Nachhaltigkeit im Audiomarkt bedeuten kann: für Werbekunden, für die Medienlandschaft, für unsere Mitarbeitenden und für die Gesellschaft.

Wir laden Sie ein, uns auf diesem Weg zu begleiten – kritisch, konstruktiv und partnerschaftlich. Resilienz entsteht im Miteinander. Und genau dieses Miteinander macht RMS seit jeher aus.

Stefan Mölling Sven Thölen

Geschäftsführer

RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG

## **2 RMS & Nachhaltigkeit**

RMS startete vor mehr als 30 Jahren im Jahr 1989 als reiner Radiovermarkter, gegründet von den drei privaten Radiosendern Radio Hamburg, radio ffn und R.SH. Mittlerweile ist RMS zum führenden Vermarkter für Audiowerbung in Deutschland gewachsen. Wir bieten Werbetreibenden ein umfassendes Radio- und Digital Audio-Portfolio für eine effiziente und zielgruppenspezifische Ansprache. Mit individuellen Lösungsansätzen und maßgeschneiderten Angeboten ermöglicht RMS eine effektive Zielgruppenansprache über sämtliche Audio-Devices. Das Leistungsspektrum umfasst Werbezeiten und -formate von 256 privaten Radiosendern, über 2.800 Digital-Audio-Streams und mehr als 1300 Podcasts. Mit dem flächendeckenden Start des Privatradios in Österreich gründete RMS zudem die RMS GmbH Austria als Tochterunternehmen<sup>1</sup>.

Als Unternehmen sind wir uns unserer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung bewusst und möchten mit diesem Bericht erstmals Transparenz über unsere Nachhaltigkeitsbemühungen schaffen. Wie in unserem Hauptgeschäft setzen wir uns auch im Bereich Nachhaltigkeit hohe Standards, weshalb wir uns dazu entschieden haben, freiwillig einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen, angelehnt an dem CSRD-Rahmenwerk des VSMEs.

Im Verlauf dieses Berichtes stellen wir kurz unser eigenes Nachhaltigkeitsmanagement vor, um daraufhin näher auf die verwendeten Standards einzugehen. Die Berichterstattung orientiert sich in der Struktur an den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG: Environmental, Social, Governance).

1. Allgemeine Unternehmensinformationen
2. Umwelt
3. Soziales
4. Unternehmensführung

Wir als RMS möchten mit dieser Berichterstattung unseren Beitrag dazu leisten, Nachhaltigkeit als Thema und nachhaltige Maßnahmen in der Medienbranche zu etablieren.

Das Thema Nachhaltigkeit wird bei uns durch unseren ESG-Manager Daniel Alexander Grimm in Zusammenarbeit mit den Direktoren der Fachabteilungen gesteuert. Gemeinsam mit der Geschäftsführung entwickeln wir so eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit klaren Verantwortlichkeiten, Maßnahmen und Zielen. Unsere Mitarbeitende sowie unsere Partner werden regelmäßig über die Fortschritte informiert und aufgefordert sich aktiv zu dem Thema einzubringen.

Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse ist ein zentrales Element unseres Ansatzes zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bei RMS. Sie hilft uns, die relevanten ESG-Themen zu identifizieren, die sowohl für unser Unternehmen als auch für unsere Stakeholder von entscheidender Bedeutung sind. Bei dieser Analyse berücksichtigen wir zwei Perspektiven: einerseits die finanzielle Materialität, die sich auf die finanziellen Auswirkungen von Nachhaltigkeitsfragen auf unser Unternehmen bezieht, und andererseits die Impact Materialität, die die sozialen und ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf die Gesellschaft und die Umwelt in den Fokus rückt.

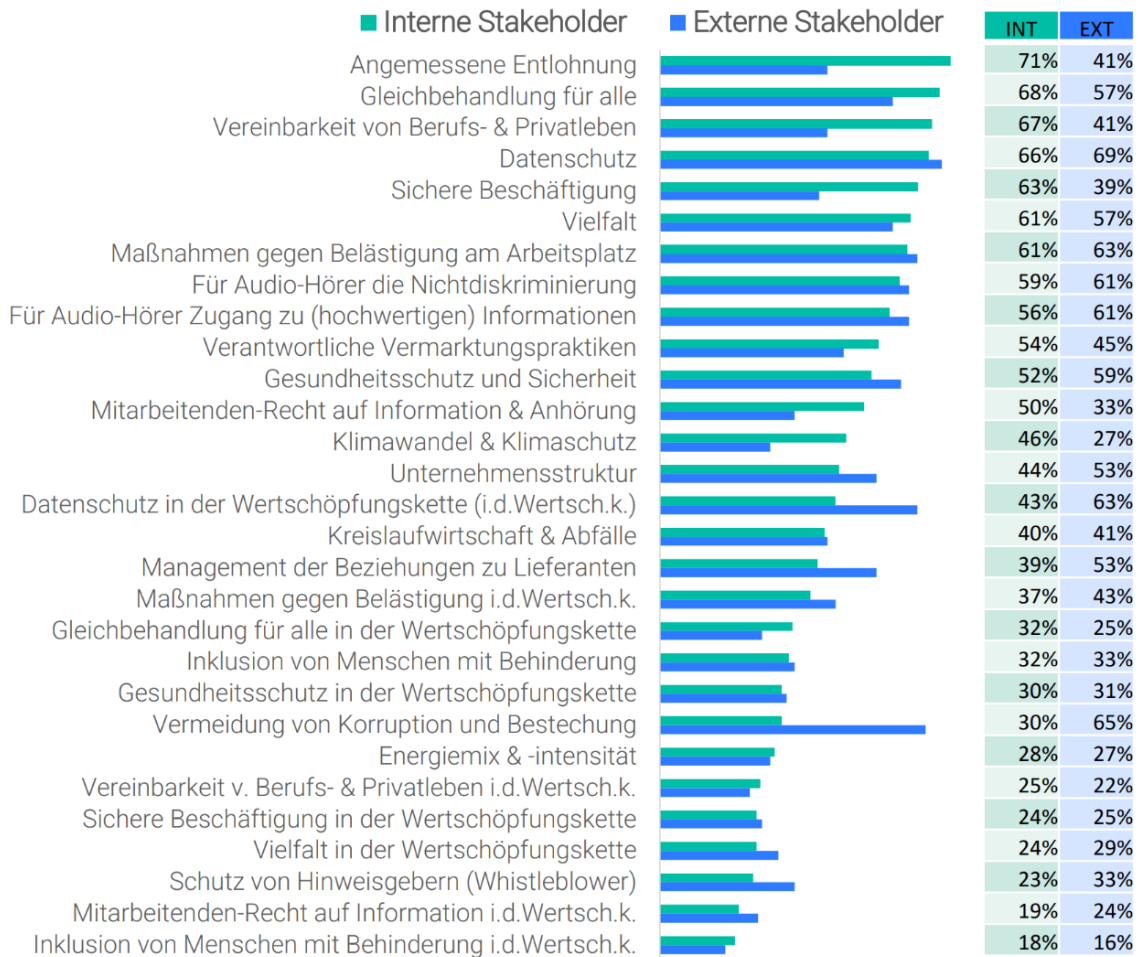
Hierfür haben wir eine Vorauswahl an ESG-Themen getroffen, die wir direkt aus den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) abgeleitet haben. In einer umfassenden Umfrage haben wir unsere Mitarbeitenden sowie weitere Stakeholder gebeten, diese Themen

---

<sup>1</sup> RMS KG hält 100 % an der RMSi. RMSi hält 79 % an der RMS Austria.

hinsichtlich ihrer Relevanz für RMS zu bewerten. Anschließend wurden alle als relevant identifizierten Themen auf ihre Materialität hin bewertet:

Wie relevant solte das folgende Thema für RMS als Unternehmen sein?  
Top 2-Werte, absteigend sortiert nach den internen Stakeholdern



Hier wird ein Fokus auf soziale Themen besonders deutlich. Als reines Dienstleistungsunternehmen sind unsere ökologischen Auswirkungen begrenzt, Governance-Themen treten nur vereinzelt auf und sind von mittlerer Relevanz. Die Ergebnisse fließen direkt in die weitere Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie ein und bilden den Fokus unseres Engagements. Unser Anspruch ist es stetig besser zu werden, weshalb wir die Wesentlichkeitsanalyse bei Bedarf wiederholen werden, um die Entwicklung zu analysieren.

### **3 Bericht – VSME**

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde gemäß dem freiwilligen VSME-Berichtsstandard der EU (Stand 12/2024) für kleine und mittlere Unternehmen, kurz KMU erstellt. Der VSME-Standard wurde von EFRAG im Auftrag der EU-Kommission entwickelt, um KMU eine vereinfachte Nachhaltigkeitsberichterstattung zu ermöglichen und sie von den umfassenden Nachhaltigkeitsberichtsrichtlinien der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) zu befreien. Die gesamte CSRD-Richtlinie sowie die dazugehörigen ESRS und VSME-Standards werden derzeit im Rahmen des laufenden Omnibus-Verfahrens angepasst. Durch die erneute Parlamentsabstimmung Ende 2025 und der Verschiebung des Trilogs wird allerdings nicht vor einer Umsetzung der Überarbeitung vor 2026 gerechnet. Dennoch haben wir uns dazu entschlossen, den Nachhaltigkeitsbericht umzusetzen, denn durch diesen Bericht erleichtern wir verschiedenen Stakeholdern den Zugang zu relevanten Nachhaltigkeitsinformationen und ermöglichen den Vergleich mit anderen Unternehmen.

Der nachfolgende Bericht wurde auf Basis der Version Dezember 2024 erstellt. Im Rahmen der Vorbereitung für den VSME-Bericht haben wir uns für Option B der Berichterstattung entschieden und berichten somit sowohl über die wesentlichen Themen des Basismoduls als auch des Zusatzmoduls. Der modulare Aufbau des VSME-Standards deckt alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ab: Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG: Environmental, Social, Governance).

Wie in Kapitel 2 erwähnt, haben wir zur Identifikation der für uns und unsere Stakeholder wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und Datenpunkte eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse haben wir zusätzlich für uns relevante Themenfelder erschlossen. Daher haben wir uns entschieden, an ausgewählten Stellen die VSME um Datenpunkte aus den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) zu ergänzen. Diese Ergänzungen erhöhen die Qualität und Relevanz der Informationen und stärken die Vergleichbarkeit und Nachvollziehbarkeit der Aktivitäten von RMS im internationalen Kontext. Alle Datenpunkte, die von uns als wesentlich identifiziert wurden, sind in diesem Bericht integriert, sodass ein umfassendes Bild der Nachhaltigkeitsaktivitäten von RMS entsteht. Innerhalb der einzelnen Oberkapitel berichten wir zuerst die VSME-Datenpunkte und anschließend die ergänzenden ESRS-Datenpunkte.

Im Rahmen unserer ersten Wesentlichkeitsanalyse sowie der anschließenden Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts haben wir festgestellt, dass zahlreiche als wesentlich identifizierte Themen die Erhebung spezifischer Datenpunkte in der Berichterstattung erfordern, die wir derzeit entweder noch nicht erfassen oder bislang nicht ausreichend umgesetzt haben. Diese Aspekte möchten wir keinesfalls unbeachtet lassen. Daher haben wir für jedes einzelne Thema gezielte Maßnahmen entwickelt, um künftig die relevanten Daten zu erheben und einen nachhaltigen Mehrwert in diesen Bereichen zu schaffen. Unser Vorgehen orientiert sich dabei am Prinzip „Policies, Actions und Targets (PAT)“, um eine strukturierte und wirkungsvolle Umsetzung sicherzustellen.

Policies, Actions und Targets sind ein zentrales Instrument zur strukturierten Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie im Rahmen des VSME-Standards. Sie ermöglichen es, die unternehmerische Verantwortung transparent und nachvollziehbar darzustellen. Policies beschreiben die grundlegenden Werte und Prinzipien, nach denen das Unternehmen handelt, sowie die geplanten Richtlinien zur Steuerung von Nachhaltigkeitsaspekten. Actions umfassen die konkreten Maßnahmen und Prozesse, die umgesetzt werden, um diese Grundsätze in die Praxis zu übertragen. Targets definieren messbare Ziele und Zeitrahmen, anhand derer die Wirksamkeit der Maßnahmen überprüft und Fortschritte dokumentiert werden können. Im Nachhaltigkeitsbericht dienen PATs dazu, die Verbindung zwischen strategischen Absichten,

operativen Handlungen und überprüfbaren Ergebnissen klar und glaubwürdig gegenüber Stakeholdern zu kommunizieren.

Obwohl die Nachhaltigkeitsberichterstattung für RMS nicht verpflichtend ist, bringt sie uns zahlreiche Vorteile: Sie erhöht die Transparenz gegenüber unseren Stakeholdern, unterstreicht unser Engagement für nachhaltige Praktiken und hilft, Verbesserungsmöglichkeiten in Prozessen und Leistungen zu identifizieren.

## **4 Unternehmen**

### **B1 – Basis für die Erstellung**

**Konsolidierter Bericht:** Der vorliegende Bericht wird im Auftrag der RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG auf konsolidierter Basis angefertigt. Da unser Hauptgeschäft sich auf den deutschen Markt fokussiert umfasst dieser Bericht alle Tochtergesellschaften aus Deutschland.

**Rechtsform:** Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

**NACE-Code:** 73.12 Media representation

Unternehmensstandorte:	Bilanzsumme aus den Jahresabschlüssen 2024 in Euro (€)
RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG	37.768.215,66
RMSi Radio Marketing Service interactive GmbH	14.633.206,50
RMN Radio Media Nord GmbH (Hamburg)	853.276,77
RMS Radio Media Süd GmbH (München)	982.527,77
Radio Media Süd-West Wiesbaden GmbH (Frankfurt)	985.233,44
Radio Media West GmbH (Düsseldorf)	1.099.016,54
Beteiligungsgesellschaft RMS Radio Marketing Service mbh	115.685,23
<b>Summe</b>	<b>56.437.161,91</b>

Unternehmensstandorte:	Umsatzerlöse aus den Jahresabschlüssen 2024 (Gewinn- und Verlustrechnung) in Euro (€)
RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG	24.728.382,76
RMSi Radio Marketing Service interactive GmbH	9.017.663,43
RMN Radio Media Nord GmbH (Hamburg)	1.520.174,54
RMS Radio Media Süd GmbH (München)	1.314.089,36
Radio Media Süd-West Wiesbaden GmbH (Wiesbaden)	758.369,43
Radio Media West GmbH (Düsseldorf)	1.698.657,55

Beteiligungsgesellschaft RMS Radio Marketing Service mbh	0
<b>Summe</b>	<b>39.037.337,07</b>

<b>Unternehmensstandorte:</b>	<b>Anzahl Beschäftigte (Vollzeitäquivalent)</b>	<b>Anzahl Beschäftigte (Kopfzahl)</b>
RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG	99,97	112
RMSi Radio Marketing Service interactive GmbH	23,13	24
RMN Radio Media Nord GmbH (Hamburg)	9,38	10
RMS Radio Media Süd GmbH (München)	8	8
Radio Media Süd-West Wiesbaden GmbH (Frankfurt)	3	3
Radio Media West GmbH (Düsseldorf)	6,88	8
Beteiligungsgesellschaft RMS Radio Marketing Service mbh	0	0
<b>Summe</b>	<b>150,36</b>	<b>165</b>

**Land der Haupttätigkeit:** Deutschland

**Standorte:**

<b>Standort</b>	<b>Adresse</b>	<b>Stadt</b>	<b>Land</b>	<b>Koordinaten</b>
RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG	Barmbeker Str. 4	22303 Hamburg	Deutschland	53.582 N, 10.021 E
RMN Radio Media Nord GmbH	Barmbeker Str. 4	22303 Hamburg	Deutschland	53.582 N, 10.021 E
Beteiligungsgesellschaft RMS Radio Marketing Service mbh	Barmbeker Str. 4	22303 Hamburg	Deutschland	53.582 N, 10.021 E
RMSi Radio Marketing Service interactive GmbH	Barmbeker Str. 4	22303 Hamburg	Deutschland	53.582 N, 10.021 E
Radio Media West GmbH	Niederkasseler Lohweg 185	40548 Düsseldorf	Deutschland	51.240 N, 6.735 E
Radio Media Süd-West Wiesbaden GmbH <sup>2</sup>	Otto-von-Guericke Ring 10	65205 Wiesbaden	Deutschland	50.058 N, 8.334 E

<sup>2</sup> Der Standort ist 2025 nach Frankfurt umgezogen. Die neue Adresse lautet: Mainzer Landstr. 41, 60239 Frankfurt.

RMS Radio Media Süd GmbH <sup>3</sup>	Welfenstr. 22	81541 München	Deutschland	48.122 N, 11.588 E
---------------------------------------	---------------	---------------	-------------	-----------------------

### **Nachhaltigkeitszertifizierungen oder Gütesiegel:**

Da sich das Nachhaltigkeitsmanagement von RMS noch im Aufbau befindet, wurde bisher auf formale Zertifizierungen verzichtet. Stattdessen liegt der Schwerpunkt aktuell auf der Identifikation relevanter Handlungsfelder und der Entwicklung messbarer Ziele. Eine Prüfung geeigneter Zertifizierungssysteme (z. B. EcoVadis, ISO 14001, Responsible Media Index) ist für die Zukunft vorgesehen. Ziel ist es, das bestehende Engagement so künftig auch extern validieren zu lassen.

### **C1 – Geschäftsmodell und Strategie:**

RMS ist der führende Vermarkter für Audiowerbung in Deutschland. Unser Geschäftsmodell konzentriert sich auf die Vermarktung verschiedener Audiowerbeformate wie klassische UKW-Radiowerbung bei Privatsendern, digitale und programmatische Audiowerbung, Podcast-Vermarktung sowie Beratung und Forschung zur Optimierung audiobasierter Kommunikationsstrategien.

Unser Hauptgeschäftsmarkt ist Deutschland, wo wir mit unserem Audio-Portfolio täglich Millionen von Hörerinnen und Hörern erreichen. Wir haben Kooperationen mit privaten Radiosendern im ganzen Land sowie mit digitalen Audio-Plattformen.

Neben der klassischen UKW-Vermarktung wächst der Anteil programmatisch buchbarer Audioinventare. Hier bedienen wir die Nachfrage nach datengetriebener digitaler Werbung, z.B. in Podcasts, Webstreams oder Smart Speaker-Umgebungen.

Unsere Hauptkunden sind Mediaagenturen und werbetreibende Unternehmen, die nationale Reichweite, Zielgruppengenauigkeit und Wirkungsnachweise erwarten. RMS fungiert hier als Planungs- und Beratungspartner.

Auf der Angebotsseite haben wir ein Partnernetzwerk mit Lieferanten wie privaten Radiosendern, Podcast- und Streaming-Plattformen sowie Technologie- und Datenanbietern. Wir bündeln und vermarkten das nationale Werbeinventar zahlreicher privater Hörfunksender, kooperieren mit reichweitenstarken Publishern, Plattformen und Streamingdiensten sowie Adtech-Plattformen, Targeting-Anbietern und Analytics-Dienstleistern für Abwicklung, Aussteuerung und Erfolgsmessung digitaler Kampagnen.

Auf der Nachfrageseite haben wir Kundenbeziehungen zu großen Mediaagenturen und Netzwerkagenturen sowie zu Direktkunden und Markenunternehmen für Sonderwerbeformen, maßgeschneiderte Audiostrategien und Forschung.

Unsere Vertriebskanäle sind der Direktvertrieb durch unser eigenes Sales-Team mit spezialisierten Units sowie programmatische Audio-Plattformen für automatisierte Buchungen.

Letztendlich erreichen wir als Endkonsumenten die Audiohörerinnen und -hörer in Deutschland, die die Zielgruppe der von uns vermarkteten Audiowerbung sind, auch wenn sie keine direkten Vertragspartner darstellen.

### **RMS und Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell**

---

<sup>3</sup> Der Standort ist 2025 innerhalb von München umgezogen. Die neue Adresse lautet: Ridlerstr. 35a, 80339 München.

Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit ist ansatzweise im Geschäftsmodell von RMS integriert, sowohl in den Produkten und Dienstleistungen als auch in den internen Prozessen und Beziehungen zu Partnern und Lieferanten. RMS verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, um den wachsenden Anforderungen an eine verantwortungsvolle und zukunftsfähige Unternehmensführung gerecht zu werden. Die Aspekte der Nachhaltigkeit finden sich in folgenden Bereichen des Geschäftsmodells wieder:

**Branchenweiter ESG-Dialog und Standardisierung:** RMS engagiert sich aktiv im Branchen-dialog zur Entwicklung standardisierter ESG-Kriterien (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) für die Media- und Werbewirtschaft - beispielsweise im Rahmen von Initiativen wie dem IU Value Media Projekt. Das Ziel ist die Etablierung vergleichbarer, transparenter Kennzahlen für gattungsübergreifende Nachhaltigkeitsbewertungen, um einen belastbaren Orientierungsrahmen für Werbekunden zu schaffen.

**Förderung nachhaltiger Werbeformen und Inhalte:** RMS setzt sich dafür ein, Audio als nachhaltigen Werbekanal sichtbarer zu machen - unter anderem durch Studien zur Energieeffizienz von Audio im Vergleich zu anderen Mediengattungen sowie Beratung zu nachhaltiger Mediaplanung. Umweltaspekte fließen aktiv in die Weiterentwicklung von Produkten und Vermarktungsstrategien ein, etwa durch die Unterstützung CO<sub>2</sub>-kompensierter Audio-Kampagnen und nachhaltiger Werbeformate. Auch redaktionelle Inhalte in Podcasts und Senderumfeldern mit gesellschaftsrelevanten Themen (z.B. Bildung, Vielfalt und Gesundheit) werden bewusst hervorgehoben und vermarktet.

**Ressourcenschonende, digitale Vertriebswege:** Die zunehmende Verlagerung von Werbung auf digitale und programmatische Kanäle nutzt RMS, um Kampagnen effizienter, gezielter und damit ressourcenschonender auszusteuern. Dies reduziert Streuverluste und optimiert den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck medialer Kommunikation.

**Interne Verantwortung und Lieferkette:** RMS verfolgt auch unternehmensinterne Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit, etwa durch Vermeidung von Dienstreisen, hybride Arbeitsmodelle, papierarme Prozesse sowie die Auswahl verantwortungsvoller Dienstleister in der technischen Infrastruktur.

## **5 Umwelt**

Obwohl RMS als Audiovermarkter nicht in einem Industriesektor tätig ist, der durch hohen Ressourceneinsatz und hohe Energieintensität geprägt ist, sind wir uns unserer ökologischen Verantwortung bewusst. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden und im Austausch mit unseren externen Stakeholdern setzen wir uns dafür ein, einen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels und zum Schutz unserer Umwelt zu leisten. Dies umfasst insbesondere einen verantwortungsbewussten und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie die Reduzierung unseres Energieverbrauchs und CO<sub>2</sub>-Ausstoßes.

Als Unternehmen sind wir uns bewusst, dass unsere Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf die Umwelt und den Klimawandel hat. In unserer Wesentlichkeitsanalyse haben wir identifiziert, dass die **Bereiche Energie und Treibhausgasemissionen, Wasser, Abfallmanagement** sowie **Klimaschutz** die größte Relevanz haben. Wir konzentrieren unsere Anstrengungen und unsere Berichterstattung daher auf diese Kernthemen, um die negativen Umweltauswirkungen unseres Handelns möglichst effektiv zu reduzieren.

### **B3 – Energie und Treibhausgasemissionen**

#### **Energieverbrauch:**

Der Energieverbrauch von RMS setzt sich im Wesentlichen aus dem Bezug von Strom, Wärme und Treibstoff<sup>4</sup> zusammen. Die nachfolgende Tabelle 1 skizziert diesen Energieverbrauch von RMS für das Jahr 2024. Der Gesamtenergieverbrauch innerhalb des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2024 574,6 Megawattstunden.

Der Anteil von Energie aus erneuerbaren sowie nicht erneuerbaren Quellen am Gesamtenergieverbrauch für das Jahr 2024 wurde nicht systematisch erfasst und kann daher nicht quantifiziert werden. Zudem erfolgt der Energiebezug überwiegend über externe Dienstleister bzw. Vermieter, sodass keine detaillierten Herkunftsnachweise vorliegen. Das Unternehmen prüft derzeit geeignete Maßnahmen zur zukünftigen Erhebung und Auswertung dieser Kennzahlen.

	Erneuerbare Energien	Nicht erneuerbare Energien	Gesamt
Elektrizität	n. a.	93,19	93,19
Brennstoffe	n. a.	481,41	481,41
Gesamtenergieverbrauch	n. a.	574,6	574,6

Tabelle 1: Energieverbrauch RMS im Jahr 2024 in MWh

#### **Treibhausgasemissionen (PAT):**

Die Erfassung von Treibhausgasemissionen ist für RMS hochrelevant. RMS beteiligt sich deshalb an der GREEN GRP Initiative von Mediaplus und ClimatePartner, um Transparenz und einheitliche Standards für die CO<sub>2</sub>-Erfassung und -Reduktion in der Mediawertschöpfung zu fördern. Durch die gemeinsame Messmethodik konnten wir entscheidende Erkenntnisse gewinnen: So wurde sichtbar, welche Emissionsquellen innerhalb audiobasierter Kampagnen den größten Einfluss haben und wie differenziert sich digitale, lineare und programmatische Ausspielung verhalten. Die Teilnahme hat uns geholfen, konkrete Optimierungspotenziale zur Senkung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks zu identifizieren und unsere Rolle als verantwortungsbewusster Audiovermarkter weiter zu stärken.

---

<sup>4</sup> Bei der Berechnung des Treibstoff-Verbrauchs der RMS Firmenfahrzeuge haben wir eine Hochrechnung aufgrund der Abrechnungsdaten des Monats Dezember 2024 vorgenommen.

Um den Anforderungen an Transparenz und Nachvollziehbarkeit gerecht zu werden, planen wir jedoch, unsere Unternehmens-Emissionen künftig auch nach dem international anerkannten GHG Protocol zu erfassen. Dieses Rahmenwerk unterteilt die Erfassung der Emissionen in drei Scopes: direkte Emissionen (Scope 1), indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie (Scope 2) und weitere indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3).

Insbesondere bei der Erhebung von Scope 2 und Scope 3 Emissionen bestehen aktuell Herausforderungen, da hierfür Daten von externen Partnern und Dienstleistern erforderlich sind, die zum derzeitigen Zeitpunkt unzureichend verfügbar waren oder schwer zu beschaffen sind.

Für das Berichtsjahr 2024 liegen daher noch keine relevanten Emissionsdaten vor. Um diese Anforderungen zu erfüllen, werden wir schrittweise Prozesse und Strukturen etablieren, die eine kontinuierliche Verbesserung der Datenqualität und -verfügbarkeit ermöglichen. Wir planen die Ermittlung unseres ökologischen Fußabdrucks für RMS durch die Zusammenarbeit mit zertifizierten Drittanbietern wie ClimatePartner/Cedara zu ermitteln. Durch die Implementierung dieser Erfassung streben wir an, einen transparenten Überblick über unsere gesamten Treibhausgasemissionen zu gewinnen und gezielte Maßnahmen zur Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks zu entwickeln. Zudem streben wir die Implementierung eines Umweltmanagementsystems nach EMAS/ ISO 14001 an, um unsere Maßnahmen systematisch zu erfassen und zu unseren Auswirkungen auf die Umwelt zu verbessern.

## **B4 – Wasserverbrauch und Wasserstress**

### Gesamte Wasserentnahmen:

Die wesentlichen Geschäftstätigkeiten von RMS weisen keine wasser- oder abwasserintensiven Tätigkeiten und keine produzierenden Tätigkeiten mit größeren Ressourcenzuflüssen oder -abflüssen auf. Der Wasserverbrauch beschränkt sich auf unsere Bürogebäude. Im Jahr 2024 verzeichneten alle unsere Standorte eine Wasserentnahme von 504,40 m<sup>3</sup>, wobei der Großteil des Verbrauchs auf die Nutzung von Toiletten, Waschbecken und in den Küchen entfällt. Es gibt keine anderen Wasserquellen wie Grundwasser aus eigenen Brunnen, Wasser aus Flüssen, Seen, oder Regenwasser.

### Wasserstress

Derzeit ist in Deutschland kein flächendeckender Wasserstress vorhanden. In einigen Regionen, in denen wir Standorte haben, wie Wiesbaden, liegt der Wasserstress jedoch gemäß des „Aqueduct Water Risk Atlas“<sup>5</sup> knapp über dem Schwellenwert von 40%. Daher werden die Daten zur Wasserentnahme für diesen Standort nachfolgend gesondert ausgewiesen.

Der Wasserverbrauch am Standort Wiesbaden lag 2024 bei 89 m<sup>3</sup> und ist damit auf einem unkritischen Niveau und stellt kein Risiko dar. Durch den Umzug nach Frankfurt liegt der Standort aber auch in Zukunft in einer Wasserstress-Region und wir werden ihn weiterhin beobachten. Falls sich herausstellt, dass Frankfurt im Vergleich zu anderen Standorten einen erhöhten Wasserverbrauch verzeichnet, werden wir gezielte Maßnahmen entwickeln (beispielsweise Erstellung von Informationsmaterialien zum Umgang mit Wasser im Büro), um den Verbrauch zu senken.

## **B7 – Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfall**

### Jährliche Abfallaufkommen

Transparente Berichterstattung im Abfallmanagement ist für uns ein zentrales Anliegen. Da unsere Standorte von mehreren Unternehmen genutzt werden und die Erfassung der

---

<sup>5</sup> Aqueduct (2023): [Aqueduct Water Risk Atlas](#)

Abfallmengen gemeinsam erfolgt, liegen derzeit keine belastbaren, RMS-spezifischen Kennzahlen zum jährlichen Abfallaufkommen vor. Eine getrennte Ausweisung nach Abfallarten (nicht gefährlich/gefährlich) sowie die Differenzierung zwischen Gesamtmengen und den Anteilen, die recycelt oder wiederverwendet werden, ist aktuell nicht möglich. Auf Hochrechnungen verzichten wir aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten. Um diese Transparenzlücke zu schließen, prüfen wir Optionen für eine getrennte Messung an unseren Standorten und definieren relevante Kriterien.

Derzeit praktiziert RMS bereits eine verantwortungsbewusste Mülltrennung und verfolgt das Ziel, Abfallmengen aktiv zu reduzieren. Verpackungsmüll und Restmüll werden konsequent getrennt. Papier wird separat gesammelt und über den Vermieter einer fachgerechten Wiederverwertung zugeführt. Batterien und andere Sonderabfälle werden von RMS selbst gesammelt und an zertifizierte Entsorgungsstellen übergeben. Die finale Abwicklung der Abfallentsorgung am Standort Hamburg übernimmt beispielsweise die Firma Schroder Real Estate KVG, die als Vermieter des Standorts fungiert und die Entsorgungsprozesse über ihre beauftragten Dienstleister steuert.

Unser Ziel ist es, künftig präzisere Daten bereitzustellen und darauf basierend ein Abfallkonzept mit klaren Prioritäten für Vermeidung, Wiederverwendung und Recycling umzusetzen – und damit unseren Beitrag zu einer konsequenten Kreislaufwirtschaft zu leisten.

#### Anwendung der Grundsätze der Kreislaufwirtschaft

Wir sind uns der Bedeutung der Kreislaufwirtschaft bewusst und erkennen die Notwendigkeit, nachhaltige Praktiken in unsere Geschäftsabläufe zu integrieren. Wir setzen derzeit auf das Prinzip des papierlosen Büros, um Druckaufkommen und Abfallmengen langfristig zu reduzieren. Durch digitale Prozesse und bewusstes Ressourcenmanagement trägt RMS zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks im Büroalltag bei. Wir streben an, Abfall und Verschmutzung durch verbessertes Abfallmanagement zu reduzieren. In diesem Zusammenhang planen wir, Schulungen zu Abfallvermeidung durchzuführen. Unser Ziel ist es, Abfallquellen frühzeitig zu identifizieren und zu minimieren, um unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern.

#### **ESRS E1 – Anpassung an den Klimawandel und Klimaschutz**

RMS erkennt die wesentlichen Auswirkungen des Klimawandels sowie die damit verbundenen ökologischen Risiken und Chancen an und befindet sich derzeit im Prozess der formalen Ausgestaltung entsprechender Richtlinien. Aufbauend auf einer abgeschlossenen Wesentlichkeitsanalyse arbeiten wir an einer klimarelevanten Unternehmenspolitik, die Maßnahmen zu mehr Klimaschutz verankert. Die Politik soll klar definierte Grundsätze enthalten, etwa zur Reduktion von Treibhausgasen, zur Energie- und Ressourceneffizienz, zur Stärkung nachhaltiger Lieferketten sowie zur systematischen Einbindung relevanter Stakeholder. Bei der Ausformulierung legen wir besonderen Wert auf Praktikabilität und Skalierbarkeit, sodass die Maßnahmen umsetzbar und schrittweise realisierbar sind.

Die geplanten Maßnahmen sollen organisatorische, technische und prozessuale Schritte umfassen. Organisatorisch werden wir Stakeholder-Dialoge und interne Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen etablieren, um Bewusstsein und Verantwortlichkeiten für Klimahandeln zu verankern. Auch werden umweltfreundliche Arbeitsweisen wie die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, digitales Arbeiten und Energieeinsparungen organisatorisch unterstützt und kommunikativ gestärkt. Auf Prozessebene sollen regelmäßige Überprüfungen und Anpassungen der Politik sowie ein Monitoring- und Berichtswesen eingeführt werden, das die Wirksamkeit der Maßnahmen bewertet. Parallel dazu streben wir an, den Anteil erneuerbarer Energien in der Energieversorgung zu erhöhen, etwa durch den Bezug von zertifiziertem Grünstrom allen Standorten. Für die Hamburger Standorte ist dies 2025 schon erfolgt. Ergänzend werden

Maßnahmen zur Ressourceneffizienz und Abfallvermeidung in den Betriebsablauf integriert und Nachhaltigkeitsaspekte in die Bewertung unserer Partner übernommen.

Parallel zur Festlegung der Politik und der Maßnahmen planen wir die Definition spezifischer, messbarer Ziele. Derzeit fokussieren wir uns jedoch noch auf eine Status Quo Analyse anhand derer wir konkrete Ziele festlegen können. Beispiele für Zielgrößen sind die laufende Reduktion des Energieverbrauchs pro Rechenleistungseinheit, die Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien am Gesamtstrombezug und die Etablierung von Kennzahlen zur Ressourceneffizienz.

## **6 Soziales**

Auch wenn die RMS als Audiovermarkter nicht in einem sozial besonders risikobehafteten Industriesektor tätig ist, nehmen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung ernst.

In unserer Wesentlichkeitsanalyse haben wir identifiziert, dass die Bereiche **Vergütung, Gleichbehandlung sowie die Vereinbarkeit von Berufs- & Privatleben** die größte Relevanz besitzen. Wir konzentrieren unsere Maßnahmen und unsere Berichterstattung daher auf diese Kernthemen, um unsere positive soziale Wirkung effektiv zu stärken.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und im Dialog mit externen Stakeholdern fördern wir faire, inklusive und sichere Arbeitsbedingungen, respektieren die Menschenrechte und unterstützen die persönliche sowie berufliche Entwicklung. Dazu zählen unter anderem die Stärkung von Vielfalt und Gleichstellung, die Förderung des Wohlbefindens von Mitarbeitenden und Work-Life-Balance sowie ein respektvoller, wertschätzender Umgang in unserer Unternehmenskultur.

### **B8 - Belegschaft - Allgemeine Merkmale, C5 – Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Belegschaft**

Wir sind ein Unternehmen im Wachstum. Zum Jahresende 2024 beschäftigten wir bei RMS insgesamt 165 Mitarbeitende in Deutschland, von denen lediglich 4 Mitarbeitende befristet angestellt waren.

In unserer Belegschaft haben wir einen geringfügig höheren Frauenanteil von 52% (86 Frauen) als Männeranteil mit 48% (79 Männern). Wir sind bestrebt, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das Chancengleichheit und Wertschätzung für jede Person fördert. Auf Führungsebene streben wir ebenfalls eine annähernd gute Gleichstellung an. Im Jahr 2024 betrug der weibliche Anteil der Führungskräfte bereits 39,4%.

Im Berichtszeitraum beschäftigte RMS Selbstständige, diese waren jedoch temporär und projektbezogen tätig und somit nicht ausschließlich für uns mandatiert. Es waren keine Zeitarbeiter angestellt, die von Unternehmen bereitgestellt werden, die hauptsächlich Beschäftigungstätigkeiten ausüben. Die Fluktuationsrate lag in diesem Jahr bei 15,8%.

<b>Vertragsart</b>	<b>Anzahl der Mitarbeitenden (Kopfzahl)</b>
Befristeter Vertrag	4
Unbefristeter Vertrag	161
Gesamtzahl Beschäftigte	165

<b>Gender</b>	<b>Anzahl der Mitarbeitenden (Kopfzahl)</b>
Männlich	79
Weiblich	86
Sonstige	0
Nicht angegeben	0
Gesamtzahl Beschäftigte	165

## **B9 - Belegschaft - Gesundheit und Sicherheit**

Arbeitsbedingte, registrierbare Unfälle oder gar Todesfälle infolge arbeitsbedingter Verletzungen oder Erkrankungen haben wir bei RMS dieses Jahr keine verzeichnet.

## **B10 Belegschaft – Vergütung, Tarifverträge, Schulungen**

Alle Mitarbeitenden bei RMS erhalten Löhne, die mindestens dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn entsprechen. Bei RMS werden Arbeitsverträge individuell abgeschlossen, daher beträgt der Anteil an Tarifverträgen 0%.

Frauen verdienen im Durchschnitt 15,3% weniger pro Stunde als Männer. Wir erkennen an, dass es hier noch Verbesserungsbedarf gibt, und setzen aktiv Maßnahmen um, um die Gleichstellung zu fördern. Hierzu gehören gezielte Mentoring-Programme und Weiterbildungsangebote, die darauf abzielen, Frauen in ihrem beruflichen Werdegang zu unterstützen und sie auf Führungspositionen vorzubereiten.

Um die Kompetenzen und Chancen unserer Mitarbeitenden zu verbessern, legen wir großen Wert auf die berufliche sowie persönliche Weiterbildung. Im letzten Jahr haben unsere Mitarbeitenden im Durchschnitt 15 Stunden für ihre Weiterbildung investiert, was unsere Ambitionen zur kontinuierlichen Entwicklung und Qualifizierung unterstreicht.

## **C6 - Menschenrechtspolitik**

Die RMS betrachtet menschenrechtliche Sorgfaltspflichten als integralen Bestandteil verantwortungsvoller Unternehmensführung. Auch wenn wir zum aktuellen Zeitpunkt keine offizielle Richtlinie zu unserer Menschenrechtspolitik veröffentlicht haben, bekennen wir uns selbstverständlich dazu, diese Rechte zu achten und systematisch Risiken zu identifizieren und zu adressieren. Vor diesem Hintergrund planen wir, kurzfristig eine formelle Menschenrechtspolitik zu etablieren und diese schrittweise durch konkrete Maßnahmen zu untermauern.

Bei der Umsetzung setzen wir auf eine klare Priorisierung: Kurzfristig liegt der Fokus auf der Festlegung einer verbindlichen Grundsatzerklärung, der Benennung von Verantwortlichkeiten und der Einrichtung eines zugänglichen Meldesystems, um erste Schutzmechanismen schnell zu gewährleisten. Mittelfristig werden wir eine initiale Risiko- und Lieferantenprüfung durchführen, verpflichtende Awareness-Schulungen für relevante Funktionen anbieten und menschenrechtliche Anforderungen in Beschaffungsprozesse integrieren, um Schwachstellen systematisch zu adressieren. Langfristig streben wir ein etabliertes Monitoring- und Auditprogramm, die kontinuierliche Einbettung menschenrechtlicher Kriterien in Governance- und Vergütungssysteme sowie transparente Berichterstattung an, um Fortschritte nachzuverfolgen und kontinuierlich zu verbessern.

Dieser stufenweise Ansatz erlaubt es uns, rasch handlungsfähig zu werden und gleichzeitig die notwendigen Kapazitäten und Prozesse für nachhaltige Wirkung aufzubauen. Wir werden unsere Maßnahmen regelmäßig überprüfen und in den Governance-Rahmen der RMS integrieren, um Verantwortung, Prävention und Abhilfe fortlaufend zu stärken.

## **C7 - Schwere Verstöße gegen Menschenrechte**

Vor dem Hintergrund unserer Tätigkeit im Mediasektor und der fehlenden Nähe zu Hochrisikobranchen und -regionen liegen uns nach aktuellem Kenntnisstand keine dokumentierten

Fälle schwerer Verstöße gegen die Menschenrechte im Unternehmen vor. Eine formale Menschenrechtsrichtlinie bzw. ein Verhaltenskodex ist bislang nicht etabliert. Wir evaluieren, inwieweit entsprechende Leitlinien künftig formalisiert und veröffentlicht werden können, um unsere Transparenz weiter zu stärken.

### **ESRS S1: Sichere Beschäftigung**

Bei RMS stehen die sichere Beschäftigung und das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden an erster Stelle, daher sind alle Mitarbeitenden unserer Belegschaft bei RMS umfassend gegen Einkommensverluste abgesichert. Dieser Schutz gilt von Beginn des Arbeitsverhältnisses an und umfasst sowohl laufende Leistungen als auch Vorkehrungen für außergewöhnliche Situationen wie großangelegten Stellenabbau. Unser Ziel ist ein sicheres und förderliches Arbeitsumfeld zu schaffen, das die wirtschaftliche Sicherheit in den beispielweise folgenden Lebenssituationen der Mitarbeitenden berücksichtigt.

- Im Falle von **Arbeitslosigkeit** greifen Regelungen, wie Abfindungszahlungen, die Mitarbeitenden ab Eintritt ins Arbeitsverhältnis Schutz vor finanziellen Einbußen bieten und den Übergang nach einer Beendigung begleiten.
- Zur Absicherung bei **Arbeitsunfällen** haben wir Maßnahmen, wie Arbeitssicherheitsunterweisungen/Schulungen vorgesehen, die der Vorbeugung von Arbeitsunfällen dienen. Im Falle eines Arbeitsausfalls unterstützen wir finanziell im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben.
- Während des **Elternurlaubs** erhalten alle Mitarbeitenden außer der Geschäftsführung die erforderliche Unterstützung, die einen Schutz während dieser Auszeit gewährleisten und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern. Zudem unterstützen wir alle Mitarbeitenden in privaten Lebenslagen wie Familie und Kinderbetreuung durch die anonyme Beratung vom pme Familienservice. RMS erhält keine Informationen über die Inanspruchnahme, was Datenschutz und Vertrauen stärkt.
- Für den Übergang in den **Ruhestand** bieten wir Angebote, wie eine betriebliche Altersvorsorge an, die auf eine angemessene Absicherung im Alter ausgerichtet sind und die langfristige Planung der Mitarbeitenden berücksichtigen.

Die Wirksamkeit der Schutzmaßnahmen wird regelmäßig überprüft und bedarfsgerecht angepasst, um den sich wandelnden Anforderungen unserer Belegschaft und der rechtlichen Rahmenbedingungen gerecht zu werden.

### **ESRS S1: Gleichbehandlung für alle**

In Bezug auf die Gleichbehandlung planen wir insbesondere auf Führungsebene dies weiterzuentwickeln. Besonders erfreulich ist, dass im Berichtsjahr 2024 der Anteil der Frauen bereits 39,4% betrug. Wir sind uns bewusst, dass Diversität auf Führungsebene von großer Bedeutung ist, und erkennen die Herausforderungen in diesem Bereich an. Als Unternehmen setzen wir uns aktiv dafür ein, die Geschlechtervielfalt zu fördern. Ein zentraler Baustein hierfür ist die Chancengleichheit von Frauen systematisch auszubauen und strukturelle Benachteiligungen nachhaltig abzubauen. Schwerpunkte sind dabei Female Leadership sowie die Vereinbarkeit von Familie und Karriere.

Mit diesen Maßnahmen möchten wir aktiv dazu beitragen, eine geschlechtergerechte Unternehmenskultur zu fördern und die Balance in unserer Führungsebene langfristig zu verbessern. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem unterschiedliche Perspektiven repräsentiert sind und alle Mitarbeitenden die Möglichkeit haben, in Führungspositionen aufzusteigen.

## **ESRS S1: Vereinbarkeit Beruf- und Privatleben**

Unser Ziel ist ein verlässliches, unterstützendes Arbeitsumfeld zu schaffen, das die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben fördert. Dafür bieten wir auch ein umfassendes und sozial ausgewogenes Benefit-Programm an, das gezielt auf die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden eingeht und ihnen in verschiedenen Lebenslagen zur Seite steht.

### **Flexible Arbeitszeitmodelle und Urlaub aus familiären Gründen**

Um den gestiegenen Anforderungen im Arbeitsalltag gerecht zu werden, bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle an. Diese ermöglichen es unseren Mitarbeitenden, ihre Arbeitszeiten individuell zu gestalten und so Familie, Freizeit und Beruf optimal miteinander zu vereinbaren. Zusätzlich haben alle Mitarbeitenden – mit Ausnahme der Geschäftsführung – Anspruch auf Urlaub aus familiären Gründen. Im Jahr 2024 haben 6,7 % unserer Mitarbeitenden dieses Angebot genutzt, was die Relevanz und Akzeptanz dieser Unterstützung unterstreicht.

### **Finanzielle Sicherheit und Entlastung**

Wir fördern die finanzielle Sicherheit unserer Mitarbeitenden durch eine betriebliche Altersvorsorge (bAV) mit attraktiven Konditionen und einem monatlichen Arbeitgeberzuschuss ab dem siebten Monat der Betriebszugehörigkeit. Über unsere Benefit-App bieten wir einen monatlich Essenzuschuss von bis zu 108,45 € steuer- und abgabenfrei sowie ein jährliches Guthaben von bis zu 660 € (steuerfreier Sachbezug) über die digital Gutscheinkarte. Diese Leistungen tragen zur finanziellen Entlastung bei und unterstützen eine gesunde Ernährung.

### **Gesundheit, Wohlbefinden und Freizeit**

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden liegt uns besonders am Herzen. Mit exklusiven Rabatten beim Urban Sports Club und der Förderung von Teamsportaktivitäten schaffen wir vielfältige Möglichkeiten, sich sportlich zu betätigen und die Work-Life-Balance zu stärken. Kooperationen wie mit Bäderland ermöglichen vergünstigte Eintritte in Hamburger Schwimmbäder. Zudem bieten wir die Möglichkeit zum Fahrradleasing über BusinessBike, was nachhaltige Mobilität, Gesundheit und CO<sub>2</sub>-Reduktion fördert. Kostenlose Getränke und frisches Obst am Arbeitsplatz sind eine Selbstverständlichkeit für uns und für ein gesundes Arbeitsumfeld.

### **Gesellschaftliches Engagement und soziale Verantwortung**

Wir unterstützen gesellschaftliches Engagement, indem unsere Mitarbeitenden bis zu 10 % ihrer Arbeitszeit für ehrenamtliche Tätigkeiten einsetzen können. Dieses Angebot stärkt nicht nur die gesellschaftliche Verantwortung, sondern fördert auch das freiwillige Engagement und die persönliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden.

### **Unterstützung in besonderen Lebenslagen**

Mit dem pme Familienservice bieten wir anonyme Beratung und Unterstützung in herausfordernden privaten Situationen – von Kinderbetreuung über Pflege bis hin zu Lebens-Coaching. Der Zugang zu einem Online-Portal mit weiterführenden Informationen gewährleistet, dass unsere Mitarbeitenden jederzeit diskrete und professionelle Hilfe erhalten. Die Inanspruchnahme bleibt vertraulich und stärkt das Vertrauen in unser Unternehmen.

### **Mitarbeiterbindung und Wertschätzung**

Wir legen großen Wert auf die Bindung und Motivation unserer Mitarbeitenden. Prämien für erfolgreiche Mitarbeiterempfehlungen, die Würdigung von Betriebsjubiläen und der Zugang zu Corporate Benefits mit Sonderkonditionen namhafter Marken sind Ausdruck unserer Wertschätzung und fördern den Zusammenhalt im Team.

Mit unserem ganzheitlichen Benefit-Programm schaffen wir die Voraussetzungen für eine ausgewogene Balance zwischen Beruf und Privatleben. Wir bieten nicht nur finanzielle Sicherheit und Gesundheitsförderung, sondern auch flexible Arbeitsmodelle, gesellschaftliches Engagement und gezielte Unterstützung in besonderen Lebenslagen. So stärken wir die soziale Nachhaltigkeit, die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden und unsere gesellschaftliche Verantwortung.

### **ESRS S1 - Nicht-diskriminierung + Belästigung am Arbeitsplatz**

Aktuell gibt es in der RMS keine offizielle Richtlinie, welche ein Verbot jeglicher Diskriminierung aufgrund von Rasse, ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, sexueller Orientierung, Geschlechtsidentität, Behinderung, Alter, Religion, politischer Meinung, nationaler oder sozialer Herkunft durchsetzt.

Allerdings soll an dieser Stelle ausdrücklich betont werden, dass die RMS den angesprochenen Diskriminierungen im Rahmen ihrer gelebten Werte und des täglichen Miteinanders keinen Raum gibt. Gleichzeitig erkennt die RMS die Notwendigkeit einer offiziellen und verbindlichen Anti-Diskriminierungsrichtlinie sowie die Verpflichtung zur Förderung von Vielfalt und Inklusion in allen Unternehmensbereichen an.

Zusätzlich zu der Anfertigung einer Anti-Diskriminierungs-Richtlinie setzt die RMS auf mehrere Maßnahmen. Dazu planen wir regelmäßige Schulungen und Sensibilisierungsprogramme: Alle Mitarbeitenden nehmen im besten Fall jährlich an Trainings zu Antidiskriminierung, Diversity und inklusiver Sprache teil, während Führungskräfte zusätzlich in inklusiver Führung geschult werden. Ergänzend wird ein anonymes Beschwerdesystem eingerichtet, beispielsweise über ein Online-Formular oder eine unabhängige, unternehmensexterne Ansprechperson, mit klar definierten Bearbeitungsfristen und transparenter Kommunikation der Ergebnisse.

Kurzfristig strebt RMS an, innerhalb eines Jahres sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden mindestens ein Antidiskriminierungs-Training absolvieren. Darüber hinaus wird ein funktionierendes Beschwerdesystem eingerichtet, das eine transparente und effiziente Bearbeitung von Meldungen gewährleistet.

### **ESRS S2: Datenschutz**

Der Schutz personenbezogener Daten und der vertrauliche Umgang mit Beschwerden haben bei uns höchste Priorität. Dies gilt insbesondere für sensible Bereiche wie arbeitsbezogene Menschenrechtsthemen, Diskriminierung, Datenschutz und ethisches Fehlverhalten. Unser Verfahren basiert auf der strikten Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und gewährleistet die vollumfängliche Wahrung der Rechte auf Privatsphäre und Datenschutz. Im Berichtszeitraum 2024 gab es keine wesentlichen Kontroversen im Zusammenhang mit Datenschutz oder Informationssicherheit. Weder wurden Bußgelder oder Verwarnungen gegen unser Unternehmen verhängt, noch wurden behördliche Untersuchungen durch Datenschutz- oder Aufsichtsbehörden eingeleitet oder abgeschlossen.

Unser Beschwerdeverfahren ermöglicht Mitarbeitenden ihre Anliegen sowohl anonym als auch namentlich über interne Meldestellen, eine unabhängige, unternehmensexterne Ansprechperson sowie über das gesetzlich verpflichtenden digitale Hinweisgebersystem einzureichen. Sämtliche eingehenden Beschwerden werden in einem geschützten System erfasst, ausschließlich von befugten Stellen bearbeitet und nur mit expliziter Zustimmung weitergegeben. Die Bearbeitung der Beschwerden erfolgt nach festgelegten Prinzipien: Sie ist diskriminierungsfrei, vertraulich und berücksichtigt stets die Aspekte der Verhältnismäßigkeit und Transparenz. Um Beschwerdeführende vor möglichen negativen Konsequenzen zu schützen, haben wir umfassende Anti-Retaliation-Maßnahmen implementiert. Die Prozesse werden

regelmäßig auf Datenschutzkonformität und Wirksamkeit überprüft, bei Bedarf unter Einbindung des Datenschutzbeauftragten.

### **Datenschutzpolitik für Mitarbeitende**

Unser Unternehmen verfolgt eine klare und umfassende Datenschutzpolitik zum Schutz der personenbezogenen Daten unserer Mitarbeitenden. Diese Politik geht teilweise über die gesetzlichen Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) hinaus, indem sie zusätzliche interne Standards implementiert.

Zentrale Grundsätze unserer Datenschutzpolitik sind Zweckbindung, Datenminimierung, Transparenz und Datensicherung. Wir erheben und verarbeiten personenbezogene Daten ausschließlich für klar definierte, legitime Zwecke. Unsere Mitarbeitenden werden transparent und umfassend über die Art und den Umfang der Datenverarbeitung informiert, wie es die Informationspflichten gemäß Art. 13 und 14 DSGVO vorsehen. Der Zugang unterliegt strikten Beschränkungen, ist nur von autorisierten Personen gestattet und durch technische sowie organisatorische Maßnahmen (TOMs) geschützt. Diese werden regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft und bei Bedarf angepasst. Ein wesentlicher Bestandteil unserer Datenschutzstrategie sind regelmäßige Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen für alle Mitarbeitenden.

### **Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS)**

Zur systematischen Sicherung unserer sensiblen personenbezogene Daten sowie betriebsrelevanter Informationen und zum Schutz vor internen und externen Bedrohungen haben wir ein umfassendes Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS) eingeführt, das Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit gewährleistet. Im Rahmen dieses Systems haben wir eine detaillierte Informationssicherheitsrichtlinie entwickelt und eine entsprechende ISMS-Governance-Struktur aufgebaut.

Zu den konkreten Maßnahmen gehören die Einführung rollenbasierter Zugriffsrechte, regelmäßige Sicherheitsaudits, ein proaktives Schwachstellenmanagement sowie ein umfassendes Schulungsprogramm für alle Mitarbeitenden. Technische Schutzmaßnahmen umfassen den Einsatz moderner Firewall-Systeme, Verschlüsselungstechnologien, sowie robuste Backup-Strategien. Aktuell befindet sich unser ISMS in der Aufbauphase. Für den Herbst 2025 ist die Erstellung eines detaillierten Havariekonzepts geplant. Eine Zertifizierung nach ISO/IEC 27001 ist derzeit nicht vorgesehen, wird aber als zukünftige Option in Betracht gezogen.

### **ESRS S4: Qualität und Zugang zu Informationen**

Die Sicherstellung hochwertiger, transparenter und zugänglicher Informationen ist ein zentrales Anliegen von RMS und eng mit unserem Geschäftsinteresse verbunden. Auch wenn wir keine physischen Produkte oder klassische Endverbraucherdienstleistungen anbieten, tragen wir als Teil der audiovisuellen Wertschöpfungskette maßgeblich dazu bei, dass Endnutzer verlässliche und verständliche Informationen erhalten.

Wir setzen uns für eine klare Trennung und eindeutige Kennzeichnung von redaktionellen und werblichen Inhalten ein. Dies ist essenziell, um irreführende oder manipulative Kommunikation zu vermeiden und die Medienkompetenz der Konsumenten zu stärken. Unsere vertraglichen Anforderungen an Publisher und Plattformpartner gewährleisten, dass Werbeinhalte stets transparent und gesetzeskonform gekennzeichnet werden.

Im Rahmen datenbasierter Targeting-Dienstleistungen legen wir besonderen Wert auf die transparente Information über die Nutzung personenbezogener Daten. Auch wenn RMS keine direkten Nutzerinteraktionen durchführt, übernehmen wir Verantwortung innerhalb der Wertschöpfungskette, indem wir Datentransparenz und Nutzerkontrolle fördern. Dies geschieht

durch klare Standards und die Zusammenarbeit mit Brancheninitiativen für ethische und transparente Werbung

Wir erkennen die Risiken, die aus fehlenden oder unzureichenden Informationen entstehen können – etwa Vertrauensverlust, sinkende Medienkompetenz oder unbeabsichtigte Exposition gegenüber sensiblen Inhalten. Um diesen Risiken vorzubeugen, haben wir Standards für die Gestaltung und Distribution digitaler Audio-Werbeformate etabliert und arbeiten kontinuierlich an deren Weiterentwicklung.

Unser Ziel ist es zudem, Geschäftskunden mit hochwertigen und transparenten Informationen zu unterstützen, damit sie ihre Endnutzer gemäß gesetzlichen und ethischen Vorgaben informieren und schützen können. So leisten wir bei RMS einen wichtigen Beitrag zur Qualität und Zugänglichkeit von Informationen entlang der gesamten audiovisuellen Wertschöpfungskette.

### **ESRS S3 – Meinungsfreiheit**

Die RMS handelt bereits auf Grundlage seiner eigenen Werte nach den Prinzipien der Meinungsfreiheit und respektiert die Rechte betroffener Gemeinschaften. Mitarbeitende werden gezielt ermutigt, eigene Ideen für nachhaltige Initiativen einzubringen. Interne Austauschformate und projektbezogene Anerkennung schaffen Raum für Innovation und Engagement. Diese Grundhaltung ist fest in der Unternehmenskultur verankert, wurde jedoch bisher nicht in einer formellen Richtlinie festgehalten. Wir streben an, diese gelebten Werte künftig in einer offiziellen Richtlinie zu dokumentieren, die sich an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sowie den OECD-Leitsätzen orientiert.

Ziel ist es, die bestehenden Praktiken zur Bereitstellung transparenter, zugänglicher und legitimer Kanäle für Anliegen und Beschwerden verbindlich zu machen und ihre Wirksamkeit regelmäßig zu überprüfen. Die Kanäle werden öffentlich kommuniziert, beispielsweise über unsere Website sowie in internen Kommunikationskanälen. Abhilfeprozesse werden in das Risikomanagement integriert und mit unseren Partnern geteilt. Geschäftspartner werden regelmäßig befragt, um sicherzustellen, dass auch sie über geeignete Beschwerdekkanäle verfügen. Zusätzlich wird ein Monitoring-System implementiert, das die Nachverfolgung und Bewertung von Beschwerden ermöglicht. Die Bewertung erfolgt anhand der Wirksamkeitskriterien der UN-Leitprinzipien (Prinzip 31 - Menschenrechtsverletzungen). Mitarbeitende und Partnerunternehmen erhalten Schulungen zu Menschenrechten und Beschwerdeverfahren.

Im Laufe des nächsten Jahres 2026 wird versucht ein entsprechendes Beschwerdesystem zu implementieren. Alle Mitarbeitenden und Partner werden bis zu einem bestimmten Zeitpunkt über die Existenz und Anwendung des Beschwerdesystems informiert. Die Wirksamkeit aller Kanäle wird jährlich überprüft und im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Wir verpflichten uns zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Systeme auf Basis von Feedback und Monitoring-Daten.

### **ESRS S4 – Diversität und Soziale Inklusion**

Bei der RMS handeln wir bereits nach dem Grundsatz der sozialen Inklusion und berücksichtigen die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen sowie anderen potenziell benachteiligten Gruppen in unseren Prozessen und Angeboten. Aktuell liegt der Prozentsatz der Mitarbeitenden mit Behinderungen in unserer Belegschaft bei 0,6 %. Wir sind bestrebt, diesen Anteil zu erhöhen und arbeiten aktiv daran, dass unsere Arbeitsumgebung für alle zugänglich und unterstützend ist.

Ziel ist es, die Zugänglichkeit für alle Verbraucher, Endnutzer und Mitarbeitende sicherzustellen und Barrieren systematisch abzubauen. Es werden Schritte unternommen, um die Perspektiven besonders vulnerabler Gruppen wie Menschen mit Behinderungen, Kinder oder ältere Menschen einzubeziehen, etwa durch Nutzerbefragungen, Fokusgruppen und

Kooperationen mit Organisationen für Barrierefreiheit. Intern wird die Barrierefreiheit für Mitarbeitende verbessert, z. B. durch angepasste Arbeitsplätze, barrierefreie Softwarelösungen und Sensibilisierungsschulungen für Teams. Wir setzen uns aktiv mit unseren Partnern dafür ein, digitale Audiowerbung so zu vermarkten, dass sie für Menschen mit Beeinträchtigungen besser zugänglich ist, z.B. durch Audiohinweise und barrierefreie Player.

Im Laufe des nächsten Jahres werden wir mit unseren Partnern in den Dialog treten, um die aktuelle Verbreitung und Möglichkeiten der Ausweitung von barrierefreien Formaten zu eruieren. Darüber hinaus verpflichten wir uns alle unsere Mitarbeitenden mit Behinderung aktiv zu unterstützen und in Feedbackprozesse zu involvieren. Unseren Fortschritt möchten wir fortlaufend in unseren nächsten Nachhaltigkeitsberichten dokumentieren, um kontinuierliche Verbesserungen sicherzustellen.

### **ESRS S4 - Verantwortungsvolle Praktiken**

RMS handelt nach dem Grundsatz verantwortungsvoller Geschäftspraktiken und berücksichtigt die Auswirkungen seiner digitalen Audiowerbung auf Verbraucher und Endnutzer. Geplant ist, diese Werte und unsere Maßnahmen künftig besser zu kommunizieren und festzuhalten, um sicherzustellen, dass Inhalte und Prozesse keine wesentlichen negativen Auswirkungen haben. Dazu gehören die Einhaltung redaktioneller Ethik, klare Leitlinien für eine nachhaltigkeitsbezogene Agenda sowie die Verpflichtung, Datenschutz und Transparenz zu gewährleisten.

Exemplarisch seien hier einige Initiativen aufgezeigt, die positive Effekte für Verbraucher und Endnutzer erzielen:

- Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts im Rahmen des Projekts ESG
- die Teilnahme an „Projekt Zuversicht“
- Kooperationen mit Partnern wie IU International University of Applied Sciences (Pionier-Partner der Forschungsprojekts „Value Media“ innerhalb des Research Center for Sustainable Media & Marketing).

Wir setzen uns die vollständige Dokumentation und Implementierung aller Initiativen und Prozesse in der die RMS involviert ist als Ziel. Wir streben an, durch diese Engagements einen aktiven Beitrag zu leisten, das Thema Nachhaltigkeit in voller Breite in der Mediabranche zu verankern und aktiv weiterzuentwickeln. Die umgesetzten Maßnahmen und deren Wirkung möchten wir nächstes Jahr im Nachhaltigkeitsbericht aufnehmen, um Fortschritte zu kommunizieren und uns kontinuierlich zu verbessern.

## **7 Unternehmensführung**

RMS übernimmt Verantwortung für eine integre und zukunftsfähige Unternehmensführung. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und im Dialog mit externen Stakeholdern setzen wir verbindliche Verhaltensstandards, fördern ethisches Handeln und schaffen transparente Entscheidungs- und Kontrollprozesse.

In unserer Wesentlichkeitsanalyse haben wir identifiziert, dass die Themen **Datenschutz, Vermeidung von Korruption und Bestechung und Maßnahmen gegen die Belästigung am Arbeitsplatz sowie Zugang zu hochwertigen Informationen**, die größte Relevanz für den Verantwortungsbereich der Geschäftsführung besitzen. Wir konzentrieren unsere Maßnahmen und unsere Berichterstattung daher auf diese Kernthemen: durch eine transparente Datenschutzerklärung, Entwicklung eines Verhaltenskodex, zielgerichtete Schulungs- und Kontrollformate sowie transparente Kommunikation über Fortschritte und Ziele. So erhöhen wir die Resilienz unseres Unternehmens und schaffen die Grundlagen für langfristig nachhaltige Wertschöpfung.

### **B11 - Korruption und Bestechung**

Im Berichtszeitraum 2024 kam es zu keiner Verurteilung oder Geldstrafen aufgrund von Verstößen gegen die Gesetze zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung. Um ein klares Zeichen gegen Korruption und Bestechung zu setzen und auch künftig höchste Integritätsstandards zu gewährleisten, beabsichtigen wir, eine umfassende Compliance-Richtlinie einzuführen. Darüber hinaus werden wir grundlegende ethische Leitlinien sowohl für interne als auch externe Geschäftsbeziehungen in einem verbindlichen Business-Ethik-Kodex verankern.

### **ESRS G1 - Beziehung zu Lieferanten**

Bei der RMS haben wir als Dienstleistungsunternehmen keine Lieferanten im klassischen Sinne, sondern verschiedene Partner, mit denen wir im Rahmen der Vermarktung von Audiowerbung zusammenarbeiten. Dabei können wir auf eine Vielzahl von langjährigen und vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen zurückblicken. Bei der Auswahl und der Zusammenarbeit mit unseren Partnern prüfen wir die Vertragsunterlagen gemäß den geltenden gesetzlichen Vorgaben, insbesondere im Hinblick auf Datensicherheit. Unsere Vorgaben umfassen aktuell allerdings keine explizit sozialen oder ökologischen Kriterien im Verständnis der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Geplant ist unsere Strategie bei der Auswahl an Partnern, um Punkte zu ergänzen, die sicherstellen, dass soziale und ökologische Kriterien bei der Auswahl von Vertragspartnern berücksichtigt werden.

Ziel ist es, die Lieferkette und unser Partnermanagement so zu gestalten, dass sie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement unterstützt, die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards zu gewährleisten.

Dazu wollen wir explizit die verantwortlichen Personen bei der RMS weiterbilden sowie in den Dialog mit unseren Partnern treten, um zu fördern, dass Nachhaltigkeitsfaktoren zukünftig Teil von Partnervereinbarungen sind.

Die Zielsetzung umfasst eine vollständige Erarbeitung einer Partner-Richtlinie, die soziale und ökologische Kriterien mit einbezieht. Die RMS strebt an, dass 100 % der relevanten Partner die definierten Standards erfüllen. Die Ergebnisse dieser Maßnahmen werden jährlich

überprüft und in einem Bericht veröffentlicht, um Fortschritte transparent darzustellen und die Wirksamkeit des Partnermanagements zu bewerten.

## **ESRS G1 – Unternehmensstruktur**

Die RMS ist sich ihrer Verantwortung im Bereich der Nachhaltigkeit bewusst und setzt diese Verantwortung im Rahmen vieler Engagements (bspw. Forschungsprojekt „Value Media“ und Projekt Zuversicht) in die Tat um. Ökologische Themen wie Klimaschutz und Ressourcenschonung sind fester Bestandteil der regelmäßigen Managementdiskussionen. Das Führungsteam setzt sich kontinuierlich mit den Chancen und Risiken des Klimawandels auseinander – stets mit Blick auf die eigenen Geschäftstätigkeiten, die digitale Infrastruktur und die Zusammenarbeit mit Marktpartnern wie Radiostationen, Agenturen und Werbekunden. Eine formulierte Richtlinie oder eine Strategie zur Eindämmung des Klimawandels oder der Anpassung an seine Folgen gibt es allerdings nicht. Eine nachhaltige Unternehmenskultur soll jedoch aktiv gefördert werden. Ziel ist es, Nachhaltigkeit als festen Bestandteil der Unternehmensstrategie und Entscheidungsprozesse zu verankern und dies transparent in zukünftigen Nachhaltigkeitsberichten darzustellen.

Zur Umsetzung dieser Grundsätze führt RMS regelmäßige Sitzungen der Geschäftsführung und relevanter Gremien durch, in denen Nachhaltigkeitsthemen und Klimarisiken besprochen werden. Die wichtigsten Themen wie CO<sub>2</sub>-Reduktion und nachhaltige Medienpraktiken werden intern kommuniziert und in die tägliche Arbeit integriert. Führungskräfte geben klare Leitlinien vor, um eine Kultur der Verantwortung zu fördern, und stellen Instrumente wie interne Schulungen und Awareness-Kampagne bereit. Mitarbeitende werden aktiv in die Umsetzung eingebunden, beispielsweise durch Programme zur Förderung nachhaltiger Arbeitsweisen und durch die Integration von ESG-Zielen in die Unternehmenskommunikation.

Im Laufe des nächsten Jahres sollen alle relevanten Richtlinien zur Förderung einer nachhaltigen Unternehmenskultur offiziell dokumentiert und implementiert sein. Die Leitungsorgane verpflichten sich, Nachhaltigkeitsthemen quartalsweise zu erörtern und die Ergebnisse transparent zu mit den Mitarbeitenden zu kommunizieren. RMS strebt an, die Teilnahme an internen Nachhaltigkeitsschulungen zu ermöglichen und die Wirksamkeit der Maßnahmen durch regelmäßige Feedbackprozesse und Kennzahlen wie CO<sub>2</sub>-Reduktion im operativen Geschäft zu bewerten. Darüber hinaus wird jährlich ein Bericht veröffentlicht, der die Fortschritte bei der Förderung einer nachhaltigen Unternehmenskultur darstellt – beginnend mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht.

## **Abschluss und Ausblick**

In den Geschäftsjahren 2024 und 2025 hat sich RMS erstmals intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt und im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse sowie der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts 2024 zahlreiche relevante Handlungsfelder für die Zukunft identifiziert.

Auch wenn viele Maßnahmen noch in der Entwicklung sind, ist für uns klar: Die Integration verantwortungsvoller und nachhaltiger Mediapraktiken ist für unser Unternehmen von zentraler Bedeutung. Wir sehen es als unsere Aufgabe, nachhaltige Standards in der Medienbranche aktiv mitzugestalten und voranzutreiben.

Unser Ziel ist es, Schritt für Schritt nachhaltige Prozesse zu implementieren – von der Erfassung unseres Product Carbon Footprint über den verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien bis hin zur nachhaltigen Ausgestaltung unserer Geschäftsabläufe. Wir setzen auf kontinuierliche Verbesserung, transparente Kommunikation und die enge Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitenden und Partnern, um innovative und tragfähige Lösungen zu entwickeln.

Wir sind überzeugt, dass verantwortungsvolles Handeln im Media-Bereich nicht nur einen positiven Beitrag zur Umwelt leistet, sondern auch die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens stärkt. Dieser Bericht bildet die Grundlage für unsere nächsten Schritte und dient als Ausgangspunkt für weitere Initiativen und Verbesserungen.

Wir danken allen Stakeholdern für ihre Unterstützung und freuen uns darauf, gemeinsam den Weg in eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten. Unsere Fortschritte werden wir weiterhin offen und transparent kommunizieren.

### **Kontakt:**

Für weitere Informationen oder Anfragen zu unserem Nachhaltigkeitsbericht, kontaktieren Sie bitte:

Daniel Alexander Grimm

[daniel.grimm@rms.de](mailto:daniel.grimm@rms.de)

## **Glossar**

Zur besseren Verständlichkeit des ESG-Berichts haben wir ein kurzes Glossar der wichtigsten in diesem Bericht verwendeten Begriffe zusammengestellt.

### **Arbeits- und Gesundheitsschutz**

Maßnahmen und Standards zum Schutz der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz. Dabei geht es vor allem um präventive, bedarfs- und zielgruppenorientierte sowie gesundheitsförderliche Maßnahmen, die während oder außerhalb der Arbeitszeit stattfinden können.

### **CO2-Fußabdruck**

Der CO2-Fußabdruck ist das Ergebnis einer Emissionsberechnung bzw. einer CO2-Bilanzierung. Der CO2-Fußabdruck ist die Gesamtmenge an Treibhausgasemissionen, die durch ein Unternehmen, eine Privatperson, eine Veranstaltung, ein Produkt oder eine Dienstleistung verursacht werden. Für die Berechnung wird in direkte und indirekte Emissionen (Scopes) unterschieden. Gewöhnlich wird der CO2-Fußabdruck in sogenannten CO2-Äquivalenten (CO2e) angegeben.

### **Code Of Conduct**

Ein Verhaltenskodex (Code of Conduct) für Mitarbeiter\*innen enthält neben den Gesetzen, die Unternehmen einhalten müssen, eine Sammlung von unternehmensinternen Richtlinien und Vorschriften für den Geschäftsalltag. In der Regel vom zuständigen Compliance Officer erstellt, dient der Code of Conduct den Mitarbeiter\*innen als Leitfaden für rechtlich und ethisch korrektes Verhalten. Zugleich hilft er den Unternehmen, rechtliche Risiken zu erkennen und intern zu kommunizieren.

### **Compliance**

Compliance beschreibt die Erfüllung von Anforderungen in Form der Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und anderen Normen. Compliance-Maßnahmen werden in Unternehmen ergriffen, um sowohl eine rechtskonforme Unternehmensführung als auch das notwendige Verhalten der Mitarbeiter\*innen sicherzustellen. Diese Maßnahmen sind notwendig, um Verstöße aufzudecken oder zu verhindern.

### **CSRD**

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ist eine europäische Richtlinie zur Berichtspflicht von Nachhaltigkeitsaspekten in der Unternehmensberichterstattung. Sie erweitert die bestehende CSR-Richtlinie und erhöht die Rechenschaftspflicht durch spezifische Anforderungen zur Nachhaltigkeit. Unternehmen müssen detailliert darlegen, wie ihre Geschäftsmodelle und Strategien mit den Zielen der Nachhaltigkeit vereinbar sind. Die geplante Einführung der Berichtspflicht wurde im Februar 2025 von der EU-Kommission im Rahmen der Omnibus-Regulierungen auf voraussichtlich 2027 verschoben und wird insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) vereinfacht.

### **Diversität**

Diversität oder der englische Begriff Diversity bezieht sich auf die Vielfalt und Unterschiede innerhalb von Gruppen. Die Diversität zeigt sich erst in der Zusammensetzung von Teams und Organisationen. Es existieren verschiedene Dimensionen der Diversität. Die Kern-

Dimensionen sind am bekanntesten, darunter zählen Alter, Geschlecht, Geschlechtsidentität, sexuelle Orientierung, Herkunft, Religion, körperliche und geistige Fähigkeiten.

## **EFRAG**

Die EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) ist ein unabhängiges, europäisches Beratungsgremium, das die EU-Kommission bei der Entwicklung und Einführung von Rechnungslegungs- und Nachhaltigkeitsstandards unterstützt. Im Kontext der CSRD ist sie insbesondere für die Ausarbeitung der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) zuständig. Diese Standards legen fest, wie Unternehmen über Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen berichten sollen. EFRAG arbeitet dabei im Austausch mit Unternehmen, Zivilgesellschaft und Fachgremien, um praxisnahe und transparente Vorgaben zu schaffen.

## **Environmental (Umwelt)**

Environmental meint, wie sehr ein Unternehmen Umweltaspekte beim Wirtschaften berücksichtigt. Es bezieht sich auf die Auswirkungen eines Unternehmens auf die Umwelt, einschließlich Themen wie Klimawandel, Energieeffizienz, Ressourcenverbrauch, Abfallmanagement und Umweltverschmutzung. Der Aspekt Environmental spielt im Rahmen von Nachhaltigkeit und Zukunftsorientierung also eine wichtige Rolle.

## **ESRS**

Die European Sustainability Reporting Standards sind ein Set von standardisierten Vorschriften, die Unternehmen in der EU dazu verpflichten, umfassend und standardisiert über ihre Nachhaltigkeitsleistungen zu berichten. Sie gehören zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und zielen darauf ab, die Transparenz und Vergleichbarkeit von Nachhaltigkeitsinformationen zu verbessern. Die ESRS umfassen 12 Standards, dazu gehören die allgemeinen Standards („Cross-Cutting Standards“) ESRS 1 und ESRS 2 sowie die zehn themenspezifischen Standards: Umwelt (E1-E5), Soziales (S1-S4) und Governance (G1).

## **Gender Pay Gap**

Der Gender Pay Gap beschreibt den Verdienstabstand pro Stunde zwischen Frauen und Männern. Der unbereinigte Gender Pay Gap wird als Differenz zwischen den durchschnittlichen Bruttostundenverdiensten von Frauen und Männern in Prozent des durchschnittlichen Bruttostundenverdienstes männlicher Beschäftigter definiert. Es handelt sich hierbei um die Lohnlücke ohne Anpassungen, bestehende Unterschiede, die auf der Ausübung unterschiedlich bezahlter Berufe, unterschiedlicher Karrierelevel oder Qualifikationen beruhen, bleiben enthalten. Der bereinigte Gender Pay Gap berücksichtigt strukturelle Unterschiede zwischen den Geschlechtern und rechnet diesen Teil des Verdienstunterschieds heraus.

## **Gleichberechtigung**

Die Gleichberechtigung (Equality) bezeichnet die formale und rechtliche Gleichbehandlung von Personen und Personengruppen. In Deutschland wurde 1949 das Recht auf Gleichberechtigung im Grundsatz verankert, doch Ungleichheiten finden sich auch heute noch im Alltag, denn im Gegensatz zur Gleichstellung (Equity) werden vorhandene Ungleichheiten aufrechterhalten.

## **Gleichstellung**

Die Gleichstellung (Equity) bezeichnet die Chancengleichheit aller Individuen. Dabei werden Identitäten, Herkunft und Hintergrund, etc. berücksichtigt und Ungleichheiten ausgeglichen. Eine von Gleichstellung inspirierte Vorgehensweise identifiziert Barrieren und Ungleichheiten und hilft dabei, die unterschiedlichen Startpunkte auszugleichen, um Chancengleichheit für

alle zu ermöglichen. Das bedeutet, dass alle die gleichen Chancen bekommen und so gefördert werden sollten, wie sie es von ihren persönlichen Voraussetzungen her benötigen.

### **Governance (Steuerung/Führung)**

Governance, bezieht sich auf die Art und Weise, wie ein Unternehmen geführt und kontrolliert wird. Hier steht die interne und externe Nachhaltigkeit der Unternehmensführung im Fokus. Beispiele dafür sind Integrität, Transparenz, Vorstandszusammensetzung, unabhängige Prüfung und die Einhaltung von Vorschriften. Governance wird im ESG-Kontext meist mit (verantwortungsvoller) oder ethischer Unternehmensführung gleichgesetzt. Hier geht es um Werte wie Transparenz und Fairness.

### **Menschenrechte**

Menschenrechte sind Rechte, die sich aus der Würde des Menschen herleiten und begründen lassen, sie sind unveräußerlich, unteilbar und unverzichtbar. Diese Rechte stehen allen Menschen zu, unabhängig davon, wo oder wie sie leben. Beispiele für Menschenrechte sind unter anderem das Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit, das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit, auf Glaubens-, Gewissens- und Bekenntnisfreiheit oder das Recht der freien Meinungsäußerung.

### **Nachhaltigkeitsstrategie**

Eine Nachhaltigkeitsstrategie formuliert, welche Nachhaltigkeitsziele ein Unternehmen erreichen will und welche Rahmenbedingungen für deren Umsetzung vorgesehen sind. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist damit ein Leitfaden für die praktische Umsetzung geplanter Nachhaltigkeitsaktivitäten und beinhaltet Instrumente und Methoden zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung. Die Nachhaltigkeitsstrategie kann sowohl auf politischer und unternehmerischer Ebene als auch auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene formuliert werden.

### **SCOPE 1**

Die Unterteilung in Scope 1, 2 und 3 Emissionen stammt aus dem Greenhouse Gas Protocol der GHG Protocol Initiative. Scope-1-Emissionen umfassen Treibhausgasemissionen aus Quellen, für die das eigene Unternehmen direkt verantwortlich ist oder die es kontrolliert. Dazu gehören Emissionen aus standorteigenen Energieträgern, wie Erdgas und Brennstoffe, Kühlmittel, sowie Emissionen aus dem Betrieb von Heizkesseln und Öfen. Scope 1 umfasst auch Emissionen aus dem unternehmenseigenen Fuhrpark (z.B. Autos, Lieferwagen, LKW).

### **SCOPE 2**

Scope-2-Emissionen umfassen indirekte Treibhausgasemissionen aus zugekaufter Energie wie Strom, Wasserdampf, Fernwärme oder -kälte, die außerhalb der unternehmenseigenen Systemgrenzen erzeugt aber vom Unternehmen verbraucht wird. Dem GHG Protocol zufolge sind die Scope 2-Emissionen eine der größten Quellen für die gesamten globalen Treibhausgasemissionen.

### **SCOPE 3**

Scope 3 umfasst alle indirekten Emissionen, die entlang der Wertschöpfungskette (vor- und nachgelagert) entstehen. Zur eindeutigen Unterscheidung zwischen Scope 2 und Scope 3, definiert die US Environmental Protection Agency (EPA) Scope 3-Emissionen als „das Ergebnis von Aktivitäten aus Anlagen, die nicht im Besitz Ihres Unternehmens sind oder von ihm kontrolliert werden, aber Ihr Unternehmen diese Aktivitäten innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette unmittelbar beeinflusst.“

## **Social (Soziales)**

Der soziale Aspekt von ESG betrifft die Beziehungen eines Unternehmens zu Mitarbeiter\*innen, Kund\*innen, Lieferant\*innen, Gemeinschaften und anderen relevanten Stakeholder\*innen. Social bedeutet in diesem Sinn, sich auch um soziale Themen Gedanken zu machen. Dazu gehört im Kern die Menschenwürde, aber auch die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, einheitliche Standards in der Beschäftigungspolitik und Mitgestaltungsmöglichkeit durch Mitarbeiter\*innen.

## **VSME & VSME +**

Der Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs (VSME) ist ein freiwilliger Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die nicht nach der CSRD dazu verpflichtet sind gemäß ESRS zu berichten. Dieser Standard ermöglicht eine vereinfachte Offenlegung von Nachhaltigkeitsdaten im Bereich Umwelt, Soziales und Governance und umfasst zwei Module. Das Basic Module beinhaltet die zu erfüllenden Basisanforderungen in neun Themenbereichen, während das Comprehensive Module zusätzliche Datenpunkte für eine tiefere Berichtserstattung darlegt. Die Relevanz der zu berichtenden Themen wird durch die Wesentlichkeitsanalyse bestimmt. Der Begriff „VSME+“ bezeichnet einen Ansatz, bei dem Unternehmen auf beiden Modulen des VSME-Standards aufbauen und diese um individuelle, unternehmensspezifische Kennzahlen oder Angaben ergänzen.

## **Wesentlichkeitsanalyse**

Eine Methode zur Identifikation der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen für ein Unternehmen und dessen Interessenvertreter\*innen. Zunächst wird eine umfassende Liste potenziell relevanter Themen, die Long List, erstellt. Diese dient als Ausgangspunkt für die Priorisierung. Das Endergebnis ist die Short List, eine Liste der als am wichtigsten identifizierten Nachhaltigkeitsthemen, häufig visualisiert in einer Wesentlichkeitsmatrix. Die Analyse berücksichtigt die Doppelte Wesentlichkeit, die sowohl die Inside-Out-Perspektive (Impact Materiality) –die Auswirkungen des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft –als auch die Outside-In-Perspektive (Financial Materiality) –Risiken und Chancen durch globale ESG-Herausforderungen –umfasst.