

---

# CSR-rapport 2019

---

 **Jysk fynske medier**  
sammen om det lokale liv

---

# Jysk Fynske Medier – demokrati og sammen- hængskraft

Jysk Fynske Mediers vision og det vigtigste vi mener vi bidrager med til samfundet er, at støtte demokrati og sammenhængskraft i hele Danmark og med rod i det lokale. Ansvarlighed er et væsentligt element i vores kerneopgave om, at støtte de demokratiske principper og agere som vogtere over ansvarlighed i samfundene i vores udgivelsesområder. Jysk Fynske Mediers fokus er på aktiviteter, der ligger i tråd med Jysk Fynske Mediers mission og kerneopgave. Vi lægger indsatsen til gavn for det omgivende samfund og samtidig til gavn for virksomheden, så den fortsat kan udføre missionen fremadrettet. Jysk Fynske Medier udgiver ikke medier for at tjene penge, men tjener penge for at udgive medier lokalt.

Netop lokalt og regionalt, hvor vi er Danmarks største mediekoncern, har vi særligt valgt at værne om. Vi mener at hvis der blandt andet ikke er fokus på og historier om lokalforeningerne, lokalpolitikernes debatter eller de lokale virksomheders weekendtilbud, er der ingen der ved at foreningerne eksisterer, eller hvad politikkerne beslutter og butikker risikerer at lukke, hvis ingen ser tilbuddene. Vi mener at hvis lokalsamfundene skal blive ved med at eksistere, så skal der tages ansvar for at værne om det lokale, understøtte lokalsamfundets demokrati og sammenhængskraft og det har vi valgt som vores kerneopgave i Jysk Fynske Medier. Med journalistik i høj kvalitet informerer og inspirerer vi på alle platforme, om alt det der sker lige rundt om hjørnet, alt det der sker i det lokale, der hvor livet leves.

Derudover følger Jysk Fynske Medier de internationale principper fra FN's, OECD's og ILO's retningslinjer via den danske lovgivning.



# Jysk Fynske Medier - forretningsbeskrivelse

Jysk Fynske Medier er Danmarks næststørste mediekoncern, der når ud til ca. 2 millioner danskere hver uge igennem 13 dagblade, 54 ugeaviser og 4 radiostationer samt en lang række nyhedssites og andre digitale brands. Herudover omfatter vores forretningsmodel områder, der skaber kommunikation mellem mennesker. Heriblandt er trykkerier og trykformidlere, distributionsfirmaer, dealselskab, app-udviklere samt film-, web-, og reklamebureau, hvor der skabes kreativ konceptudvikling, kampagner og kommunikationsstrategier. I 2019 vandt vi sammen med et konsortium bestående af 8 andre virksomheder, hvor Jysk Fynske Medier har en ejerandel på 67,8%, udbuddet af FM4, som blev døbt Radio4.

Jysk Fynske Medier har en decentral organisationsstruktur, hvor vi er spredt ud på 47 lokationer, og herved kan vi skabe fokus på lokalområderne i vores fulde udgivelsesområde. Det indbefatter en stor respekt for lokal handlekraft og råderum redaktionelt, kommercielt og ledelsesmæssigt, fordi der lokalt er et kendskab til de lokale forhold.

Jysk Fynske Medier har mange centraliserede politikker, men agerer gennem Jysk Fynske Mediers værdier, hvor ansvar og respekt går forud for henholdsvis mål og udvikling samt konsekvens og motivation, med udmundning i ordentlighed.



# Samfundsansvar

Jysk Fynske Medier arbejder med fem indsatsområder, hvor den mest tungtvejende er det lokale samfundsansvar udenfor organisationen, fordi det falder i tråd med Jysk Fynske Mediers mission og kerneopgave.

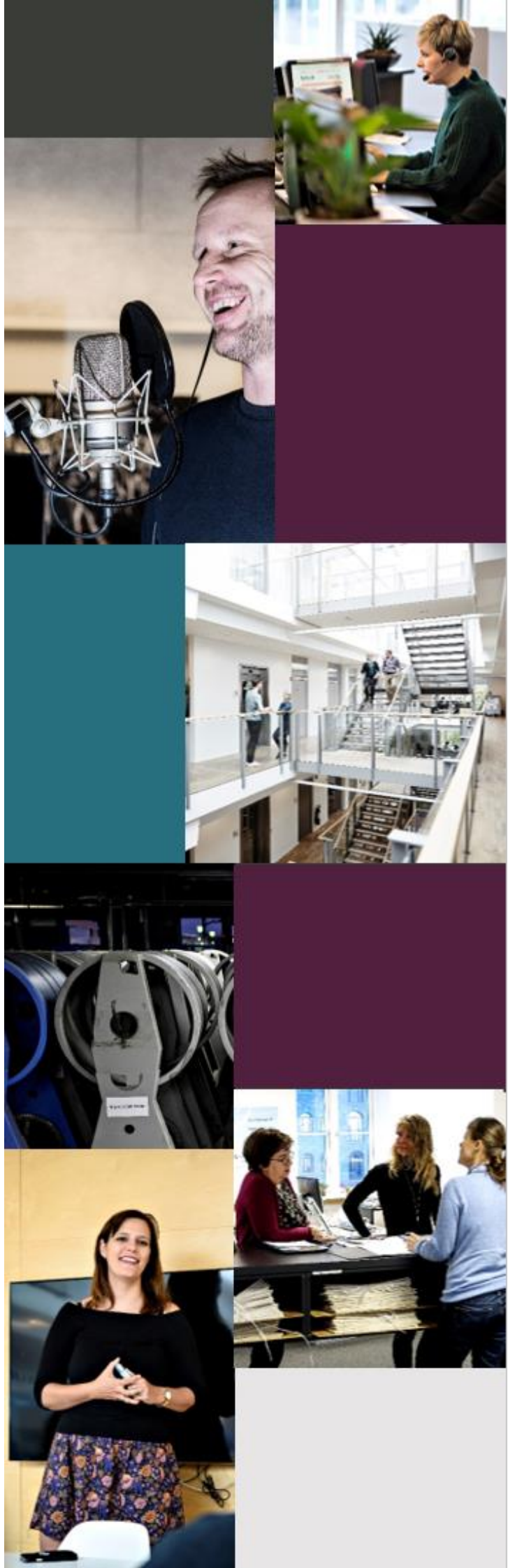
## Fem politikområder:

1. Miljø- og klimaforhold
2. Engagement i lokalsamfundet
3. Medarbejderforhold
4. Menneskerettigheder
5. Antikorrupcion og bestikkelse

Der vil løbende i rapporten blive gennemgået væsentlige risici i relation til beskrevne emner og virksomhedens forretningsaktiviteter, og hvordan man håndterer disse risici.

I nærværende rapport gennemgår vi de fem områder og opridser, hvilken tilgang og strategi Jysk Fynske Medier overordnet har på området. Der redegøres for, hvilke overordnede politikker og mål der findes for området, og der gennemgås, hvilke tiltag der er gennemført.

I samme henseende ser vi også på hvorledes Jysk Fynske Medier forholder sig indenfor ovenstående politikområder ift. FN's 17 verdensmål for bæredygtig udvikling.



# Miljø- og klimaforhold

I en medievirksomhed som Jysk Fynske Medier med produktion og distribution af aviser har virksomheden væsentlige risici ift. miljø og klima. Her er den miljøvenlige belastning set i form af papirforbrug, forarbejdning og CO2. Derudover betyder en decentral organisering at Jysk Fynske Medier varetager driften af mange ejendomme, og derfor er det de områder der er i fokus i Jysk Fynske Mediers miljøstrategier og nærværende rapport.

Jysk Fynske Medier har et stort ønske om at arbejde med miljøforbedringer inden for de givne økonomiske rammer og særligt indenfor de områder, hvor der er den største effekt som i trykproduktion, distributionen og ejendomsdriften.

## TRYK

I 2019 har vi kigget på at skifte til kemifrie trykplader. Netop dette påbegyndes i 2020, hvor vi skifter til kemifrie trykplader på trykkeriet i Svendborg. Hermed kan vi eliminere vores fremkalderenhed i processen dvs. vi mindsker energiforbruget og udgifterne til rengøring og vedligeholdelse. Kemiforbruget nulstilles helt og herved forbedres arbejdsmiljøet, da der fremadrettet ikke vil være tunge løft af dunke og kemihåndtering. Ved brug af kemifrie trykplader fjerner vi desuden bortskaffelsen af kemiaffald samt den belastning på miljøet det medfører.

Test af dette påbegyndes i Q1 2020.



## Distribution

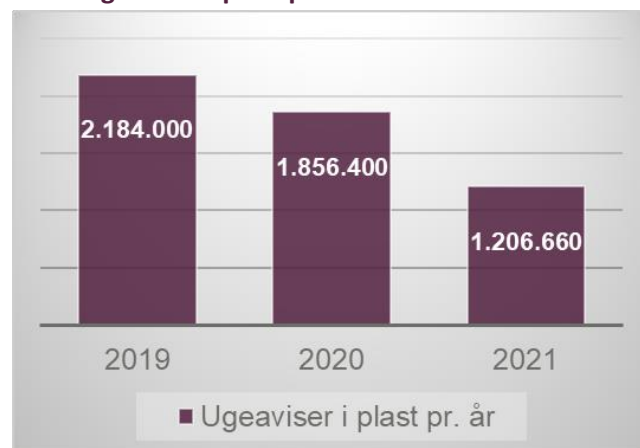
I 2019 har vi gennemført en stor plastreduktion i pakkeriet/distributionen i Odense. Vi bruger ikke længere store plastposer ved levering til omdelerne på Ærø, samt alle de aviser vi tidligere fik plastpakket til plejehjem, sommerhusområder m.m. plastpakkes ikke længere. Denne leveringsform hvor aviser er plastpakket, er vi i gang med at afskaffe løbende over de kommende 3 år.



I 2019 reducerede vi plastpakkeriet for både ugeaviser og dagblade med 5%. Reduktionen for ugeaviser forventes reduceret med 15% i 2020 og 35% i 2021. For dagblade forventes plastpakkeriet reduceret med 5% i 2020 og 10% i 2021.

I diagrammerne nedenfor kan reduktionen ses for antal ugeaviser i plast pr. år og antal dagblade i plast pr. år.

Antal ugeaviser i plast pr. år:



Antal dagblade i plast pr. år:



## Ejendomsdrift

Jysk Fynske Medier har driften af mange ejendomme og lejemål, med forbrug af strøm, vand og varme etc. Der er fokus på at vi samler vores funktioner på færre lokationer, for blandt andet på denne måde at spare ressourcer og samtidig mindske forbruget, til gavn for økonomi og klima.

Vi har i løbet af 2019 lukket 9 lokationer, hvor vi fra ultimo 2018 havde 56 lokationer og ved udgangen af 2019 var nede på 47 lokationer. Heriblandt et af vores trykkerier i Vonsild. Lukningen af trykkeriet i

---

Vonsild, har medført en reduktion i kørte kilometer, for at frembringe aviserne til distributionen, dette er især i forhold til Århus Stiftstidende og Randers Amts Avis, idet de nu trykkes i udgivelsesområdet.

Ved ombygninger og renoveringer af nye og eksisterende lokationer, indtænkes altid materialer til gavn for klima og miljø, eksempelvis LED belysning og energisparende motorer.

De fleste af vores lokationer har CTS styring, derved opnås minimalt forbrug udenfor vores medarbejderes arbejdstid.

En risiko ift. driften af ejendomme kan være, at ældre ejendomme muligvis belaster miljøet, hvis der anvendes mere energi, herigennem strøm og varme.

## Engagement i lokalsamfundet

Jysk Fynske Mediers eksistensberettigelse er medieudgivelse lokalt og regionalt. Den rolle er vi meget bevidst om, har en stor betydning for sammenhængskraften og dynamikken i de lokale områder, hvor specielt nogle områder har begrænsede muligheder ift. fællesskab, tilbud og formidling.

Dele af Jysk Fynske Mediers udgivelsesområde er udfordret af udkantseffekter. Der er også meget lidt opmærksomhed på problemerne i disse områder, hvorfor Jysk Fynske Mediers medier har en særlig forpligtelse til at være disse borgeres talerør og dermed understøtte demokratiet.

Det er vigtigt at have en dynamik og initiativer, som engagerer og skaber effekter, der er gavnlige i et lokalsamfund. Derfor engagerer Jysk Fynske Medier sig løbende i diverse initiativer der understøtter udsatte borgere, borgernes sundhed og forretningslivet i lokalsamfundet etc.

Risici ift. engagement i lokalsamfundet kan for Jysk Fynske Medier være, at der er områder i lokalsamfundet, hvorpå vi ikke engagerer os som der ønskes. Da vi har et stort dækningsområde, kan der være risici for alle området ikke bliver tilgodeset som der ønskes.

Herunder kan vi fremhæve et udpluk af initiativer, hvor Jysk Fynske Medier engagerer sig i områder der understøtter udsatte borgere, borgernes sundhed og velvære samt forretningslivet i lokalsamfundet etc.

En af vores største måder hvor med vi bidrager i lokalområdet, er vores journalistik, hvor vi i alle vores medier skriver om udsatte og sætter fokus på problemer af en hver art. Ved at fremhæve problemer regionalt og lokalt mener vi i Jysk Fynske Medier, at vi kan flytte noget.

Som hvert år har det stor betydning at børn i økonomisk nødlidende familier får samme gode jul som deres kammerater i skolen. Her har blandt andet Randers Amtsavis, Aarhus Stiftstidende og Fyens Stiftstidende gjort en forskel i lokalsamfundet.

Randers Amtsavis har siden 2013 været kommunens største indsamler til julehjælp. Seneste år har Amtsavisen samarbejdet med Lions Club Randers Gudenaa og indsamlede i 2019 et rekordbeløb på over 350.000 kr.

Igennem "Fyn hjælper Fyn" indsamlede Fyens Stiftstidende over 300.000 kr. til trængende familier.

Aarhus Stiftstidende samarbejder med AGF og otte forskellige velgørende organisationer for at samle ind til værdigt trængende familier. Målet er at få indsamlet en million kroner hvert år.

I 18 år har Dagbladet Holstebro været vært for området største løbefællesskab under navnet Avis-Marathon. Her er ambitionen at skabe fællesskab, sundhed og oplevelser i Holstebro, hvor der er fælles løbetræning, foredrag og events.

Tiltaget er for alle grupper, hvor man vælger at gå, starte løb helt fra bunden eller være med som rutineret marathnløber.

Ugeavisen Kolding har som andre mediehuse taget kampen op imod butikslukninger. Ugeavisen Kolding har valgt at tage løsningshatten på og spille en aktiv rolle for at bevare en levende midtby og på sigt minimere butiksdøden. I samarbejde med læserne har Ugeavisen Kolding lavet et idekatalog med forslag til,

hvordan Koldings midtby kan blive mere attraktiv. Idekataloget vil blive afleveret til Kolding byråd og andre væsentlige parter når kampagnen slutter i marts.

”Kloge Hænder” blev i 2017 igangsat af Randers Amtsavis og Dansk Industri Randers Norddjurs for at give virksomheder og uddannelsessøgende muligheden for at møde hinanden og netværke. En årlig avis-kampagne og jobmesse er mødepunktet for industri-virksomheder og unge uddannelsessøgende. Heri-gennem får industrien den kvalificerede arbejdskraft den ønsker og mangler samt den unge får den ud-dannelse de søger.

## Medarbejderforhold

I Jysk Fynske Medier arbejder vi målrettet med vores værdier, da de udgør den ”kontrakt”, som vi har med hinanden på tværs af afdelinger og fag. De er vores fælles fundament for adfærd, og vi vurderer løbende om vi lever op hertil via dialog på roadshows med di-rektionen, på 1-1 samtaler og medarbejderudvik-lingssamtaler med egen chef, i feedback mellem medarbejdere og som en naturlig del af vores feed-back til hinanden. For at gøre vores værdier mere operationelle og målbare, har vi i andet halvår 2019 revideret disse, da det skal være tydeligt for alle, hvad vi forventer af hinanden i forhold til adfærd.

De økonomiske måltal er forsat vigtige pejlemærker i vores virksomhed, men de sikrer ikke alene et sundt og solidt fundament for vores fundats. Derfor måler vi også på, at vi optræder som en enhed, der udviser rettidig omhu og tager ansvar for vores kunder, vo-res produkter, for hinanden og for en værdibaseret kultur i Jysk Fynske Medier. Det er en daglig udfor-dring og ambition, som vi alle har et ansvar for at løfte. Derfor har vi alle et ansvar for og pligt til, at gøre en forskel for hinanden og for forretningen. Det gør vi blandt andet ved at lytte til hinanden, udfordre hinanden og støtte hinanden.

Vi respekterer vores forskelligheder og spiller hinan-den stærke. Vores mix af kompetencer er en styrke, som vi skal udnytte og udvikle i fællesskab, og derfor søger vi samarbejde og sparring på tværs. Respekt

går hånd i hånd med vores fundats og er sammen med ansvar pulsslaget i alt, hvad vi gør – uanset pro-dukt.

Respekt hos os er også, at vi har det sjovt og kærer os om hinanden. Vi taler ordentligt til og om hinan-den og har som fælles målsætning, at vi alle går hjem og har haft en god arbejdsdag. Respekt for diversitet er en styrke i et mediehus, der har som ambition at gå forrest, sætte dagsordenen og give de små røster ekstra lydstyrke.

Derfor er det afgørende, at vores medarbejdere er motiverede og glade for at gå på arbejde, er sunde og raske og trives både på jobbet og privat. Vi ansætter hele

mennesker og ved, at hvis man er udfordret et sted i sit liv, så smitter det negativt af på andre facetter af livet. Konkret arbejdes der aktivt og i dialog med medarbejderne på at forbedre både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø. Denne dialog foregår dels i ar-bejdsmiljøorganisationen, hvor målet er proaktivt at identificere problemer og uhensigtsmæssigheder og afhjælpe disse, og dels i den daglige ledelse. I ar-bejdsmiljøorganisationen arbejder man med foran-dringer og hvordan man bedst som individ og gruppe kan håndtere dette, ligesom håndtering af stress også fylder en del i arbejdet. Jysk Fynske Medier har en omfattende personalepolitik og har således ned-skrevne regler og retningslinjer for håndtering af problemer som mobning, sexchikane samt trusler og chikane. Væsentligste risici som Jysk Fynske Medier ønsker at undgå, er de-motivation af medarbejdere, som kan føre til utilsigtede handlinger.

Vores hverdag er præget af en åben og ærlig dialog, hvor ordentlighed, ansvar og respekt er nøgleord. Alle har et stort råderum til at varetage deres ar-bejde selvstændigt således der også sikres en ba-lance i forhold til livet uden for arbejdspladsen. Dette understøttes af vores ledelseskultur, der er ka-rakteriseret ved:

- Beslutninger træffes på det laveste mulige organisatoriske niveau, hvor der er det nød-vendige dispositionsgrundlag.



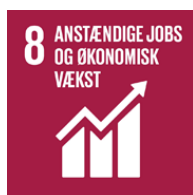


- En tillidsfuld ledelseskultur, hvor lederne får store frihedsgrader til at gennemføre deres arbejde.
- Alle ledere opfatter udmøntning af Jysk Fynske Mediers værdier som en højt prioriteret opgave.

I Jysk Fynske Medier arbejder vi målrettet med at udvikle vores ledere, fordi vi tror på, at man med god ledelse skaber fundamentet for motiverede medarbejdere. Vi bruger mange ressourcer på at dygtiggøre både vores ledere og medarbejdere, så vi sikrer en kultur, hvor vi tager ansvar for vores indsats og vores produkter. Dette gør vi blandt andet ved hjælp af månedlige 1:1 samtaler mellem medarbejder og nærmeste chef, medarbejderudviklingssamtaler og tavlemøder, hvor der følges op på mål, udfordringer og forbedringsprojekter. Sideløbende hermed arbejder vi på struktureret vis med både udvikling af virksomheden og løbende forbedringer. I 2019 har vi eksempelvis haft fokus på robotteknologi for at fjerne administrative tunge arbejdsopgaver. Dette har effektiviseret flere interne arbejdsgange og medarbejdere har i stedet kunne konvertere tiden på arbejdsopgaver, der skaber større værdi for både dem selv og for virksomheden.

I Jysk Fynske Medier har vi et særligt fokus på motivation, fordi det ses som hjørnestenen i arbejdsglæde og trivsel. Derfor er der etableret et lederudviklingskursus for samtlige ledere med fokus på det motiverende lederskab, på systematisk feedback og løbende forbedringer af arbejdsgange og -processer. Alle ledere gennemgår dette forløb. Vi supplerer løbende med uddannelse af teams i ekstraordinær produktivitet, hvor der fokus på opnåelse af ekstraordinære resultater / det mest værdiskabende.

Der gennemføres løbende trivselsundersøgelser forskellige steder i virksomheden for at afdække trivsel/engagement og innovationslyst med henblik på, at der igangsættes et målrettet arbejde med forbedring af disse



parametre. I det arbejde inddrages såvel lokale ledere som medarbejdere.

Vi fastholder medarbejdere, der kan og vil, ved at vægte intern rekruttering højt inden for og på tværs af faggrupper og niveauer.

Jysk Fynske Medier løfter uddannelsespligten. Vi har både journalistpraktikanter og salgstrainees, hvor vi ved sidste nævnte tilbyder en 1 års uddannelse for at tiltrække og udvikle branchens stærkeste medierådgivere. Denne uddannelse blev opstartet i 2017. I diagrammet nedenfor ses antallet af journalistpraktikanter og salgstrainees.



Antal journalistpraktikanter og salgstrainees:



Aldersfordelingen blandt medarbejdere i Jysk Fynske Medier spænder bredt. 84,8% af medarbejderne er mellem 50 og 59 år, mens 4,8% er under 20 år og 10,4% er over 60 år.

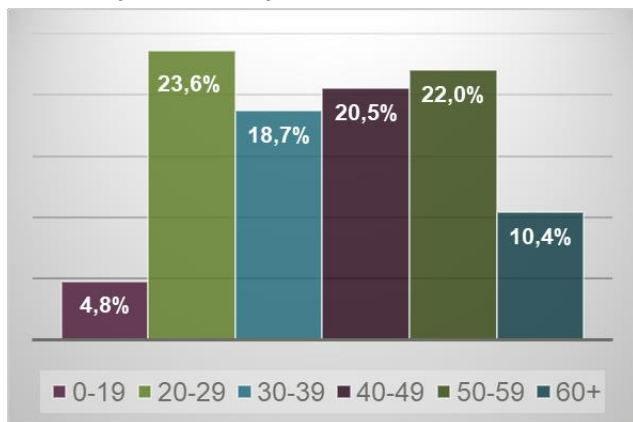
52,6% af medarbejderstaben i Jysk Fynske Medier har arbejdet i koncernen i op til 4 år. Hvorfor vi i 2019 valgte at have større fokus på preboarding og onboarding af nye medarbejdere i koncernen og hvor der laves undersøgelser op til 10 måneder efter opstart, for at sikre medarbejderes trivsel på jobbet og hermed også beholde medarbejderne længere tid i koncernen.



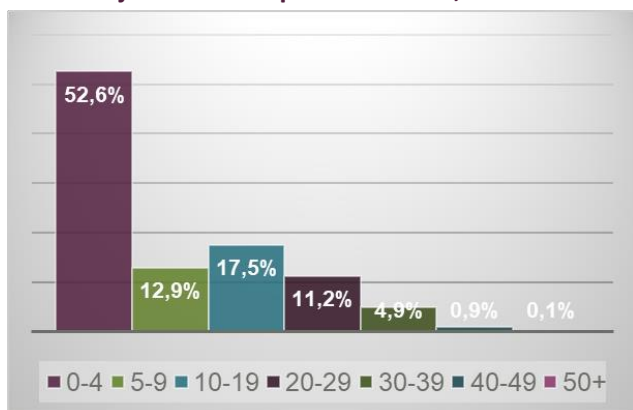


Aldersfordeling og fordeling af anciennitet kan ses i nedenstående diagrammer.

#### Medarbejder fordelt på alder, år:



#### Medarbejdere fordelt på anciennitet, år:



Jysk Fynske Medier har en mangfoldig medarbejdergruppe, der er en afspejling af det samfund, vi er en del af.

## Det underrepræsenterede køn

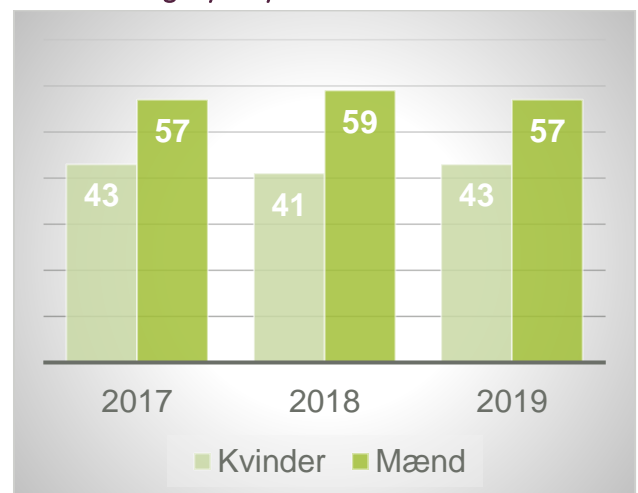
Jysk Fynske Medier arbejder for og bekender sig til, at alle medarbejdere uanset køn, etnicitet (etnisk oprindelse), seksualitet, religion etc. har lige muligheder for at opnå karriere i virksomheden, idet alene stærke kompetencer, vilje og holdning er altafgørende for den enkeltes muligheder. Det understøttes af virksomhedsværdierne MÅL, UDVIKLING, KONSEKVENNS og MOTIVATION, der alle står på en bund af



ORDENTLIGHED, ANSVAR og RESPEKT. Vores værdier er vores fælles aftale med hinanden i forhold til vores adfærd, og er derfor også bærende elementer i medarbejderudviklingssamtaler (MUS) og de løbende 1:1 samtaler mellem chef og medarbejder. Det er selskabets politik at ansætte de bedst kvalificerede uden hensyntagen til køn, alder, seksualitet, religion og nationalitet, idet vi altid vurderer ud fra faglige og personlige kompetencer, således vi sikrer, at vi altid er stiller det stærkeste hold.

Kønsfordelingen blandt de ansatte i Jysk Fynske Medier er ultimo 2019 43 % med lige cpr. nr. og 57 % med ulige cpr. nr., hvilket er en lille stigning blandt dem med lige cpr. nr. mod tidligere 41 % med lige cpr. nr. I nedenstående tabel ses kønsfordelingen i Jysk Fynske Medier over de sidste par år.

#### Kønsfordeling i Jysk Fynske Medier:



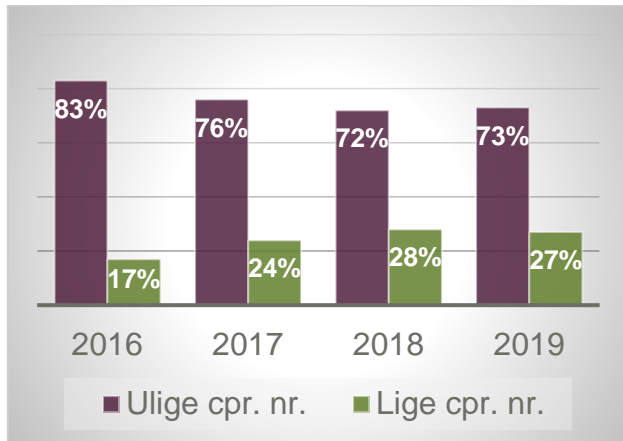
Jysk Fynske Medier arbejder på at opnå en god balance mellem kønnene på alle ledelsesniveauer ved følgende:

- Opfordrer alle til at søge ledige stillinger
- Løbende at vurdere indholdet i personalepolitikkerne med henblik på, om politikkerne giver alle lige muligheder for at gøre karriere
- Der skal ved alle ansættelser, forudsat der er kvalificerede emner af flere køn, indkaldes minimum 1 kvalificeret af alle køn til samtale

I Jysk Fynske Medier består direktionen udelukkende af personer med ulige cpr. nr. Der har siden 2018 ikke været foretaget ændringer i sammensætningen

her. I næste ledelseslag ses en lille nedgang af antal ledere med lige cpr. nr. idet der ultimo 2018 var 28 % med lige cpr. nr., mens der ultimo 2019 er 27 %. I nedenstående tabel ses kønsfordeling for ledere der refererer til direktionen.

#### Kønsfordeling – ledere der refererer til direktionen:



Den generalforsamlingsvalgte bestyrelse på 10 personer vælges efter indstilling fra ejerselskaberne Jyske Medier, Fynske Medier og Den sydvestjyske Venstrepressen. Der er i 2019 ikke sket ændringer i selskabets generalforsamlingsvalgte bestyrelse, hvorfor der som tidligere, ikke er lige cpr. nr. repræsenteret. For at opnå ligelig kønsfordeling i bestyrelsen skal fordelingen mellem kønnene være på 40 % og 60 % af henholdsvis lige cpr. nr. og ulige cpr. nr., jf. Erhvervsstyrelsens vejledning fra marts 2016.

Det mål anser bestyrelsen ikke for at være opnåeligt, og bestyrelsen har derfor fastsat et ambitiøst mål, at hvert køn skal være repræsenteret med mellem 3 og 7 medlemmer af den generalforsamlingsvalgte bestyrelse. Målet skal være opfyldt senest ultimo 2020. Selskabet anser det for et meget ambitiøst mål, da der i ejerselskaber ikke har været tradition for bestyrelsesmedlemmer med lige cpr. nr. i de generalforsamlingsvalgte bestyrelser.

## Menneskerettigheder

Jysk Fynske Medier hviler på en tro på demokrati, lighed og ytringsfrihed og har derfor også respekt for organisationsfriheden internt i selskabet. Der kan her være risici der kan påvirke de "eksterne" og

"interne" faktorer. Risici ved eksempelvis ytringsfrihed kan være, at journalister bliver truet i forbindelse med deres redaktionelle udgivelser, hvor den "interne" risici eksempelvis kunne være diskrimination mod andre medarbejdere pga. religion, køn, seksualitet etc.

Jysk Fynske Medier er som en del af mediebranchen reguleret efter de overenskomster, der er i branchen, som baserer på den danske model, de danske lighedsprincipper og ligeledes de internationale menneskerettigheder.

Alle Nye medarbejdere deltager i intromøde, hvor de introduceres for vores personalehåndbog. Heri kan medarbejdere blandt andet læse om, hvordan de skal forholde sig ift. arbejdsmiljø, sundhed, etik, mobning, chikane og vold. Dette gennemgås eksplicit på intromøder, ligesom der i det generelle arbejde omkring arbejdsmiljø er stor fokus herpå. I 2019 er der blevet implementeret preboarding program, hvor medarbejdere bliver budt velkommen og informeret omkring Jysk Fynske Medier allerede inden de starter. I samme forløb er vores onboarding, hvor intromøder indgår, blevet markant forbedret.

Der er ikke konstateret overtrædelser af menneskerettigheder i 2019 i Jysk Fynske Medier.

## Antikorruption og bestikkelse

Jysk Fynske Medier har overvejende aktiviteter i Danmark, der i mange internationale undersøgelser vurderes som et af verdens mindst korrupte lande.



Bestikkelse og korruption er ikke fremherskende i hverken Danmark eller Jysk Fynske Medier. Ordentlighed er samtidig en stærk værdi i Jysk Fynske Medier.

I Jysk Fynske Medier er en restriktiv holdning til modtagelse af penge, gaver, rejser eller andre incitamenter fra kunder og leverandører. Der er tydelige etiske

---

regler for adfærd generelt i alle områder af organisationen.

Det kan ses som en risiko for Jysk Fynske Medier at medarbejdere kan modtage penge, gaver, rejser og andre incitamenter, som påvirker den journalistiske dækning, uafhængighed samt ytringsfrihed.

Redaktionelt arbejdes der dagligt ud fra presseetikken via de nationale presseetiske regler. De lokale presseetiske regler præciserer og indskærper yderligere de nationale presseetiske regler i det redaktionelle arbejde med kilder, borgere og læsere, så der er respekt for deres rettigheder i forhold til persondataloven og menneskerettighederne.

Der er ikke konstateret brud på regler ift. antikorruption i 2019 i Jysk Fynske Medier.

## Økonomisk IT-sikkerhed

GulogGratis indgik i 2019 et samarbejde med LCIK, center mod IT-relateret økonomisk kriminalitet.

GulogGratis er repræsenteret i to interessegrupper: Samhandel – handel mod private og Datadeling.

Interessegrupperne behandler de problemstillinger de repræsenterede virksomheder oplever, for sammen at arbejde konstruktivt og målrettet med at forebygge og mindske it-relateret økonomisk kriminalitet. GulogGratis har via interessegrupperne mulighed for at yde indflydelse og påvirke beslutningstager og lovgivning i en forebyggende retning.

GulogGratis arbejder kontinuerligt på at sikre deres brugere mod økonomisk kriminalitet. Samarbejdet med LCIK er med til at styrke indsatsen for at beskytte brugerne mod en stigende it-relateret økonomisk kriminalitet.