

## NACHHALTIGKEITZIELE



**UMWELT**  
Net-zero bis 2050\*  
& Klimaneutral  
bis 2025

\*SBTi

**MITARBEITENDE**  
Qualität der  
Personalarbeit  
sicherstellen

**GESCHÄFTSPARTNER  
& GESELLSCHAFT**  
Nachhaltige  
Lösungen ausbauen

**GOVERNANCE**  
Governance-Systeme  
robust weiter-  
entwickeln

## KLIMASTRATEGIE



### INNOVATION



**Portfolio gezielt weiterentwickeln  
mit Blick auf den Klimawandel**

Ausbau der digitalen Kommunikationsinfrastruktur  
und Klimaresilienz der Außenwerbung  
sicherstellen.

Kreislaufwirtschaft und Lebenszyklus:  
Auswahl der Komponenten, Wartung im laufenden  
Betrieb, Entsorgung von Materialien.

**THG-Emissionen vermeiden und  
kontinuierlich reduzieren**

Umstellung auf regenerative Energiequellen,  
Verbesserung der Energieeffizienz und Einkauf  
von klimaschonenden Gütern und  
Dienstleistungen.

### REDUKTION



### KOMPENSATION

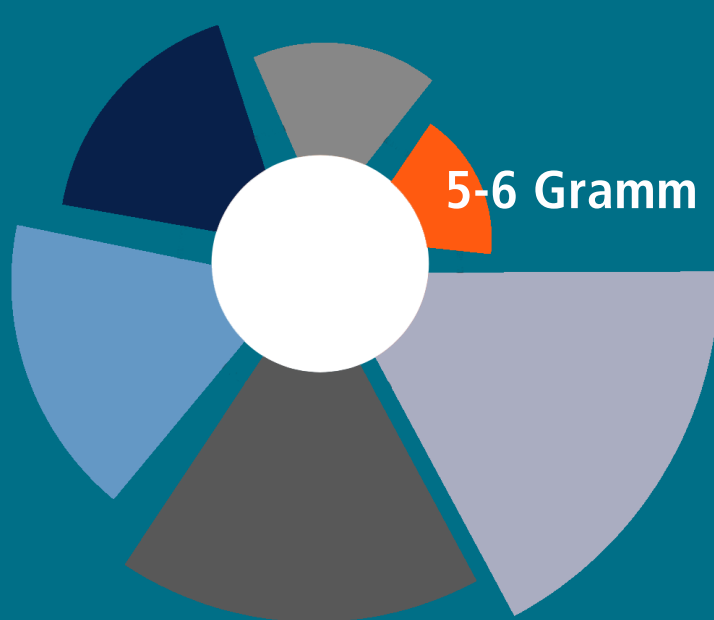


**Nicht vermeidbare THG Emissionen  
ausgleichen**

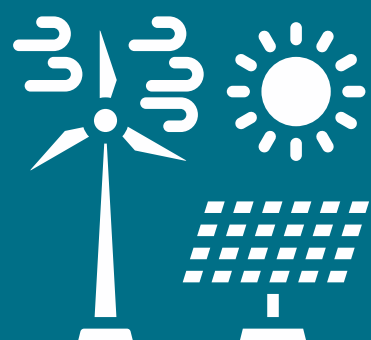
Bis mindestens 2025 jährlich vollständiger  
Ausgleich des Product Carbon Footprint.

Ab 2025 jährlich vollständiger Ausgleich des  
Corporate Carbon Footprint.

## KOMMUNIKATIONSLÖSUNGEN



**DOOH mit dem geringsten CO<sub>2</sub>  
Ausstoß im Gattungsvergleich  
(für 1.000 DOOH-Kontakte)**



**100% Ökostrom bei  
unseren digitalen  
Medienträgern in  
Deutschland**



**Verringerung des Carbon Footprints  
von Werbekampagnen durch OOH  
und DOOH im Media-Mix**

## REICHWEITE



**20 Millionen Euro**  
Mediavolumen pro Jahr für  
Pro-bono-Werbeleistungen



**Mehr als 7.000**  
digitale Medienträger  
warnen die Bevölkerung  
bei Gefahrenlagen im  
öffentlichen Raum



**Green Voice**  
Distribution von  
Nachhaltigkeitsthemen  
online und im öffentlichen  
Raum