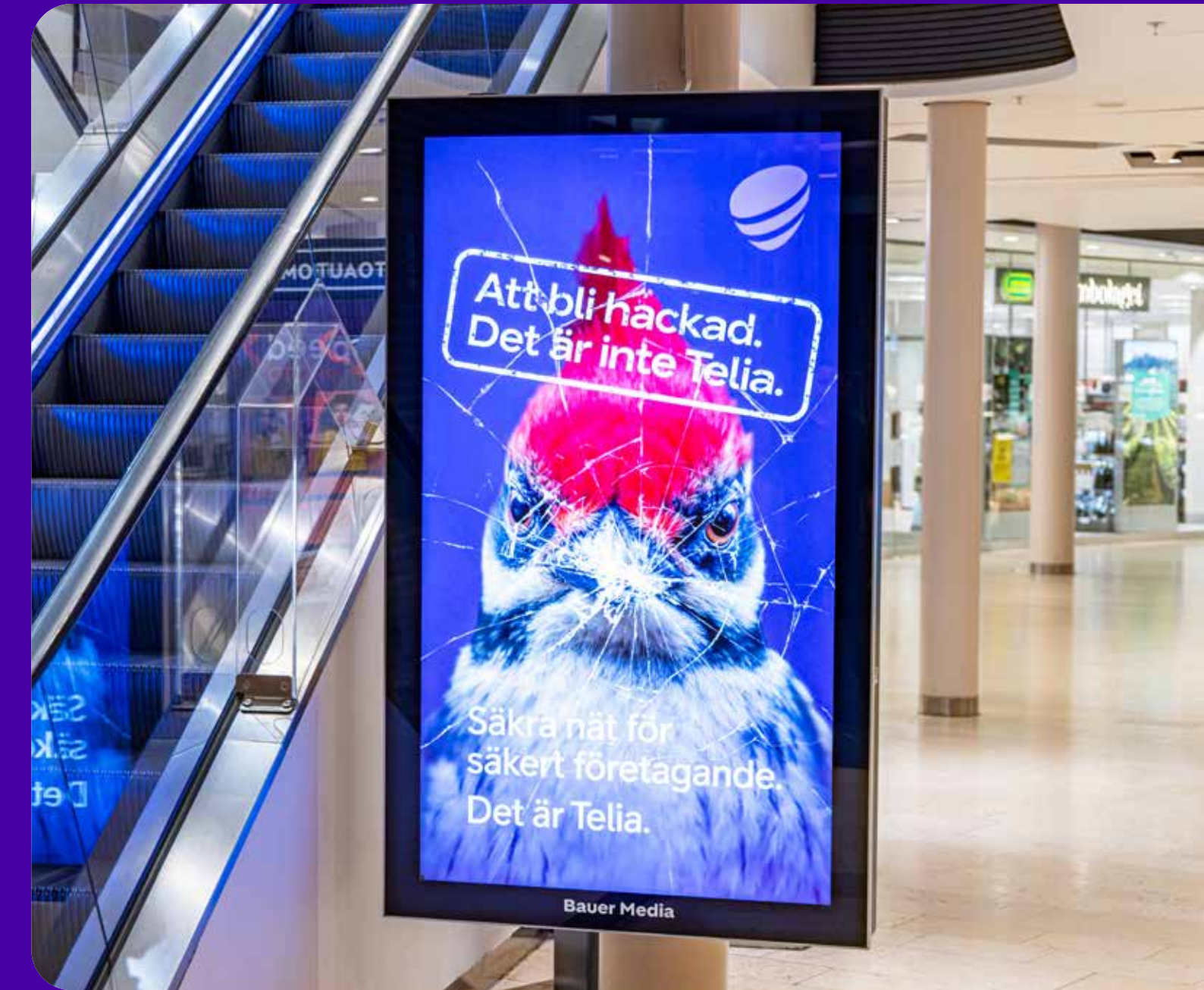


ESG-rapport 2025



Inhoudsopgave

1 Voorwoord

2 Onze inzet voor een duurzaam bedrijfsmodel

3 Onze aanpak van ESG

4 Wie we zijn

6 Onze waardeketen

8 Afstemming op het Better World Playbook van de Bauer Media Group

9 De aandachtsgebieden ten aanzien van ESG van Bauer Media Outdoor in 2025

10 Onze vooruitgang en impact

12 Creatie van gedeelde waarde met onze partners

13 Governance en verantwoordelijkheid

14 Ondersteuning van een betere wereld: onze planeet

16 Onze milieustrategie

17 Het bepalen en openbaar maken van ons doel op het gebied van koolstofneutraliteit

18 Het Climate Transition Plan (Klimaattransitieplan) van Bauer Media Outdoor

19 Betrokkenheid van personeel bij de klimaatstrategie

19 Voorbeeld van decarbonisatiemiddelen: transport met lagere emissies

20 Evaluatie en controle van klimaatrisico's

20 Hoe inkoop en due diligence ons milieuprogramma ondersteunen

21 Belangrijke risicogebieden die wij evalueren

22 Voorbeelden van klimaatveranderingsrisico's

23 Belangrijke veronderstellingen en afhankelijkheden die van invloed zijn op ons traject naar koolstofneutraliteit

26 Belangrijke aspecten van ons milieuprogramma

38 Ondersteuning van een betere wereld: ons personeel

40 Gezondheid, veiligheid en welzijn

41 Eerlijkheid, beloning en werkomstandigheden

42 Vaardigheden, capaciteit en gereedheid voor de toekomst

43 Leren en ontwikkeling

43 Onze propositie voor werknemerswaarde

44 Diversiteit, gelijkheid en inclusie

45 De stem, betrokkenheid en verantwoordelijkheid van werknemers

46 Ondersteuning van een betere wereld: onze gemeenschappen

48 Onze Platform for Good-benadering

49 Boodschappen betreffende overheidsdiensten

50 Een schildersdoek in de open lucht dat creativiteit promoot

51 Onderwijs en werk

52 Bevorderen van diversiteit, gelijkheid en inclusie in onze markten

53 Ondersteuning van de volksgezondheid en het geestelijk welzijn

54 Leveren van maatschappelijke waarde en voordelen voor gemeenschappen

54 Pro deo activiteiten van werknemers

55 Sociale waarden in onze toeleveringsketen

55 Ons beleid en onze procedures inzake mensenrechten

56 Casestudy bedrijfsafdeling: Bauer Media Outdoor Denemarken

60 Ondersteuning van een betere wereld: onze governance

62 Omvang en context

62 De governancestructuur van Bauer Media Outdoor

63 Risicobeheer en waarborgen

64 Beleid en normen

65 Inkoop, due diligence, en governance van de toeleveringsketen

65 Ethische bedrijfsvoering

66 Verantwoordelijke reclamenormen en overheidsbeleid

67 Privacy, gegevensbescherming en cyberbeveiliging

69 Vooruitblikken: onze toekomstige ESG-prioriteiten

70 Woordenlijst van belangrijkste termen

Voorwoord

2025 was een jaar vol transformaties voor Bauer Media Outdoor, aangezien we deel gingen uitmaken van de Bauer Media Group. Dit betekent een belangrijke mijlpaal in onze groei, en biedt ons de schaal, middelen en ondersteuning op lange termijn om de verantwoordelijke ontwikkeling van onze Out of Home-activiteiten in heel Europa te versnellen.

Te midden van deze verandering bleven we ons duidelijk richten op het leveren van meer waarde aan onze partners, onze adverteerders en de gemeenschappen waarin we werken.

In 2025 hebben we innovatieve nieuwe producten op de markt gebracht, die een weergave vormen van de manier waarop Out of Home zich blijft ontwikkelen. Voorbeelden bestaan uit ons Milestone-bushokje dat is ontwikkeld om toegankelijkheid, veiligheid, comfort en duurzaamheid te vergroten en ons Revive-programma dat het leven van bedrijfsmiddelen verlengt door het renoveren en hergebruiken van bestaande bouwwerken in plaats van nieuwe te produceren. Beide initiatieven tonen hoe praktische innovatie kan bijdragen aan het verminderen van afval, het verlagen van emissies en het creëren van commerciële waarde.

Het komende jaar staat uitvoering centraal: opschalen wat werkt en garanderen dat duurzaamheid deel uitmaakt van elke investeringsbeslissing die we nemen. Nu we een onderdeel zijn van de Bauer Media Group hebben we de mogelijkheid - en de verantwoordelijkheid - om de voor Out of Home gewekte verwachtingen nog groter te maken.

Wij danken onze teams, partners en klanten voor hun voortdurende steun tijdens een uitzonderlijk jaar van verandering. We zien ernaar uit om samen verder te bouwen aan een innovatiever, duurzamer en verantwoordelijker bedrijf.



Justin Cochrane

President Outdoor en CEO Bauer Media Outdoor UK

Onze inzet voor een duurzaam bedrijfsmodel

Bauer Media Outdoor zet zich ervoor in een Platform for Brands en een Platform for Good te zijn. Als een Out of Home (OOH) mediabedrijf vinden we dat geweldige media voor zowel de mensen als de adverteerders moeten werken. Als onderdeel van de Bauer Media Group bouwen we aan een platform dat werkt voor onze planeet, ons personeel en onze gemeenschappen, zodat we een effect creëren met als doel bedrijfsresultaten te stimuleren, het openbare leven te verrijken en onze milieuvoetafdruk te verkleinen. Als exploitant van publieke media-infrastructuur, zijn effectieve ESG-praktijken essentieel voor het blijvende vertrouwen van steden, partners en de gemeenschappen waarin we werken.

Via ons bedrijfsmodel streven we ernaar commercieel succes te combineren met verantwoordelijkheid voor het milieu en de maatschappij. Door duurzaamheidsprincipes te integreren in het ontwerp, de exploitatie en de governance van ons netwerk, trachten we te garanderen dat het creëren van waarde voor adverteerders ook helpt bij het leveren van waarde voor gemeenschappen in de dorpen en steden waar we aanwezig zijn.



Onze aanpak van ESG

Als een belangrijk Europees OOH-bedrijf, helpt Bauer Media Outdoor gemeenschappen bij het hanteren van een aantal van de - grote en kleine - uitdagingen die van invloed zijn op het dagelijks leven van mensen. Ons medium is aanwezig in openbare ruimtes en daarmee hebben we de gelegenheid om technologie, ontwerp en creativiteit te gebruiken op manieren die volgens ons meerwaarde kunnen leveren.

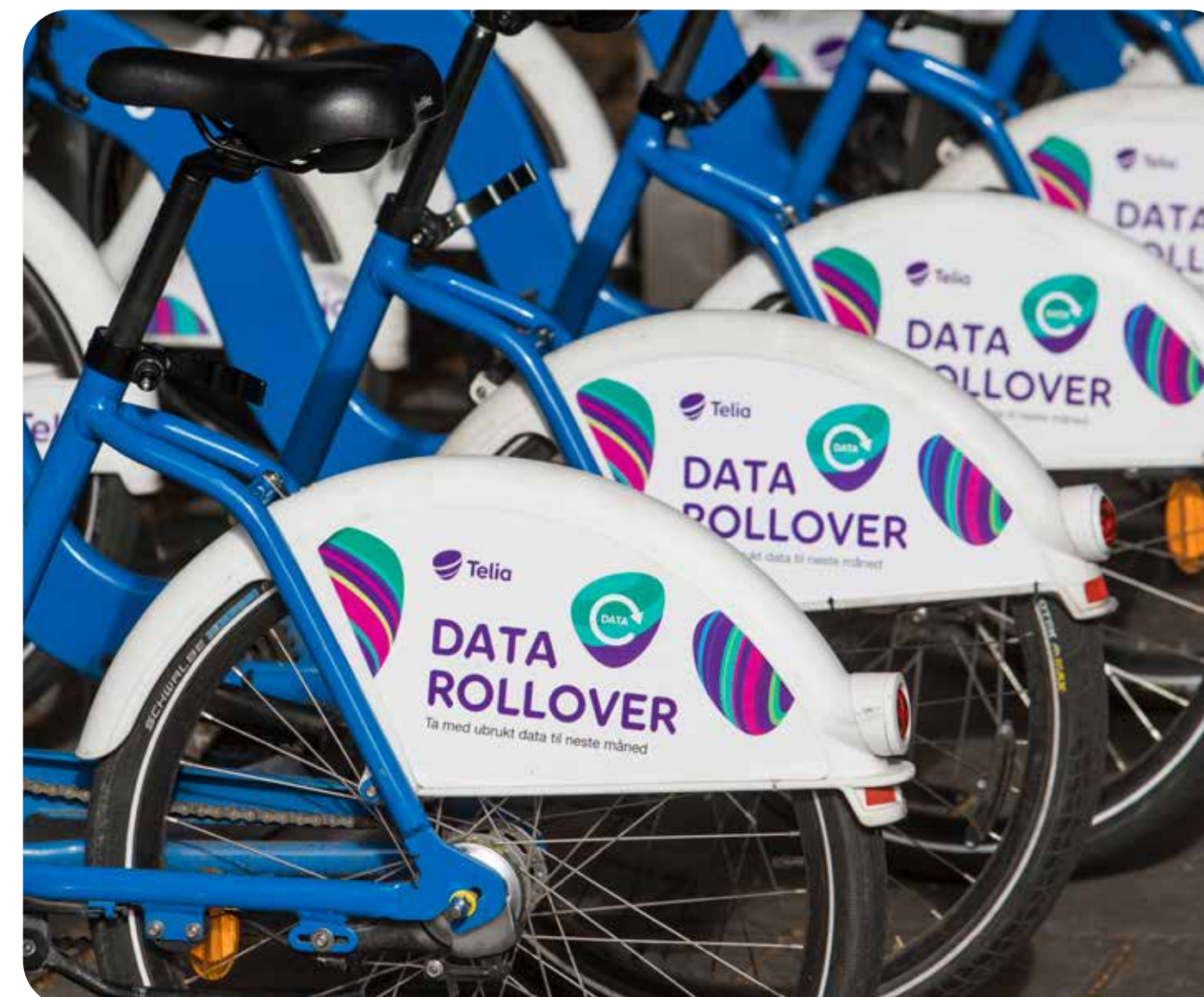
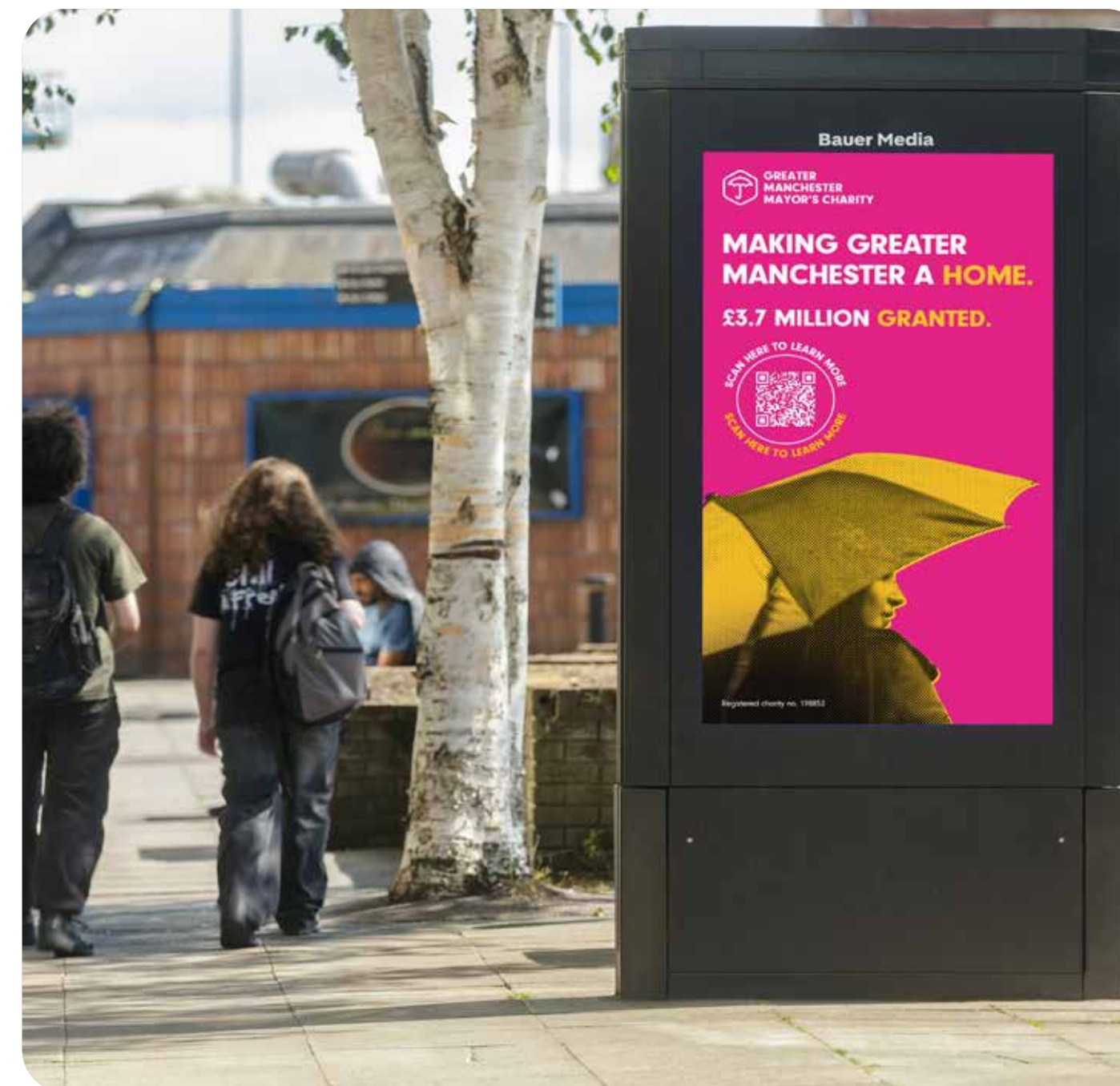
Dit jaar verschijnt ons vijfde ESG-rapport, wat onze continue inzet voor verantwoordelijke bedrijfsvoering aangeeft. We verwelkomen de kans om een aantal van de blijvende sociale partnerships die we via langdurige betrokkenheid hebben ontwikkeld onder de aandacht te brengen. Dit ESG-rapport biedt een update van de vooruitgang die we in het afgelopen jaar hebben geboekt en beschrijft de gebieden waaraan we verdere aandacht besteden naarmate ons bedrijf en de bredere wetgevende, sociale en commerciële landschappen zich blijven ontwikkelen.

Onze activiteiten worden ondersteund door duidelijke ethische principes die een leidraad vormen voor gedrag in de hele organisatie. Ons personeel wordt gestimuleerd om verantwoordelijkheid te nemen voor uitdagingen, transparant te handelen, en oplossingen te leveren die zowel onze waarden als de verwachtingen van onze stakeholders weerspiegelen.

De ESG-strategie van Bauer Media Outdoor, die is afgestemd op de Gedragscode voor werknemers van de Bauer Media Group, is geïntegreerd in onze activiteiten via ons bedrijfsbeleid, onze inkooppraktijken, onze personele en culturele initiatieven, onze liefdadigheidsactiviteiten en onze betrokkenheid bij de gemeenschap.

Onze aanpak is georganiseerd rond vier hoofdgebieden:

- **Beperking van het effect op het milieu** – minder energieverbruik, verdere decarbonisatie, en prioriteit geven aan een lang leven van bedrijfsmiddelen, naast verantwoordelijk hergebruiken en recycleren van materialen.
- **Mensen mondiger maken** – zorgen voor een veilige en inclusieve werkplek die divers talent aantrekt en ontwikkelt.
- **Creatie van waarde voor de gemeenschap** – ondersteunen van dorpen en steden met verantwoordelijke infrastructuur en de mogelijkheid bieden voor boodschappen op het gebied van goede doelen, cultuur en maatschappij.
- **Krachtige governance** – zorgen voor integriteit, transparantie en naleving op alle markten.



Wie we zijn

Bauer Media Outdoor exploiteert een van de grootste OOH-reclamenetwerken in Europa, en werkt in 12 landen met meer dan 110.000 bedrijfsmiddelen op transportknooppunten, in winkelstraten en in publieke ruimtes. Via een diverse portefeuille met openbare infrastructuur en iconische locaties, helpen we adverteerders elke dag contact te maken met miljoenen mensen op de momenten die ertoe doen, en op de plekken waar ze wonen, werken en reizen.

Door de combinatie van gegevensanalyse, programmatische mogelijkheden en innovatie, leveren we afgestemde, meetbare reclame-ervaringen die betrokkenheid en effect stimuleren. Ons netwerk levert waarde voor adverteerders terwijl het gemeenschappen ondersteunt en ons effect op de planeet beperkt.

In maart 2025 werd Bauer Media Outdoor onderdeel van de Bauer Media Group, een toonaangevend Europees mediabedrijf. De Bauer Media Group werd in 1875 opgericht in Hamburg, is nog steeds een familiebedrijf, en ontplooit activiteiten in 16 landen met circa 12.000 werknemers. Binnen het strategische kader en het toezicht op governance van de Bauer Media Group, heeft Bauer Media Outdoor de operationele verantwoordelijkheid voor haar OOH-portefeuille en het leveren van haar toezeggingen op ESG-gebied.

Bauer Media Outdoor heeft haar duurzaamheidsactiviteiten afgestemd op de duurzaamheidsstrategie van de Bauer Media Group zoals beschreven in haar Better World Playbook. De strategie van de Bauer Media Group is gebaseerd op drie pijlers: **onze planeet, ons personeel en onze gemeenschappen**. Deze pijlers vormen een leidraad voor de manier waarop Bauer Media Outdoor haar effect op het milieu beheert, mensen mondiger maakt, en bijdraagt aan de plaatsen waar het werkt.

De waarden die ons bedrijf ondersteunen

We staan voor verantwoordelijke bedrijfsvoering die uiteenlopende prioriteiten respecteert en duurzame oplossingen levert. Overal waar we werken, werken we met gemeenschappen aangezien we ernaar streven van onze OOH-reclame een echt 'Platform for Good' te maken.

Onze waarden vormen een leidraad voor de manier waarop we dit bereiken: **passie** stimuleert ons om het onmogelijke mogelijk te maken; **ondernemerschap** houdt ons flexibel en vindingrijk; **vertrouwen** garandeert eerlijkheid en integriteit bij alles wat we doen; en **uitmuntendheid** drijft ons om de lat hoger te leggen en uitstekende resultaten te leveren.





Casestudy Cash for Kids (Verenigd Koninkrijk)

In 2025, nadat Bauer Media Outdoor onderdeel van de Bauer Media Groep was geworden, zijn we gaan samenwerken met Cash for Kids, en hebben daarmee voortgebouwd op de langdurige betrokkenheid van de audio- en uitgeverijbedrijven van de Bauer Media Group in het Verenigd Koninkrijk.

Cash for Kids is de officiële liefdadigheidsinstelling van de Bauer Media Group in het Verenigd Koninkrijk. De organisatie die geregistreerd is onder de naam Bauer Radio's Cash for Kids (met vier geregistreerde liefdadigheidsinstellingen die in de verschillende regio's van het Verenigd Koninkrijk actief zijn) biedt ondersteuning aan kansarme kinderen en jongeren die getroffen worden door armoede, ziekte, of verwaarlozing, of die aanvullende behoeften hebben, en helpt om hen de kans te geven om te bloeien. De liefdadigheidsinstelling werkt met lokale teams in 23 regio's in het Verenigd Koninkrijk.

Deze teams zijn geïntegreerd in de gemeenschappen waarvoor ze werken en helpen te garanderen dat de fondsen die in elke regio worden geworven lokaal worden gebruikt, en direct de kinderen en jongeren in die gemeenschap steunen.

Tussen juli en half september 2025, tijdens de OOH-campagneperiode, rapporteerde Cash for Kids een toename van meer dan 120% in unieke websitegebruikers ten opzichte van dezelfde periode in het voorgaande jaar. Paginaweergaves stegen met meer dan 50% en donaties via de nationale website van Cash for Kids stegen in deze periode ook. Cash for Kids was in 2025 tijdens de kerstperiode ook de liefdadigheidspartner van Bauer Media Outdoor UK. Naast reclame die in ons hele Britse netwerk werd getoond, deden collega's in het Verenigd Koninkrijk door middel van vrijwilligerswerk, inzamelingsacties en donaties mee aan de campagne Mission Christmas van het goede doel.



Onze waardeketen

Onze waardeketen betreft de materialen, energie en expertise die ons OOH-netwerk ondersteunen, en varieert van leveranciers die onderdelen en materialen leveren tot en met onze eigen teams die bedrijfsmiddelen ontwerpen, bouwen en onderhouden, en onze commerciële en overheidspartners die de toepassing en het gebruik ervan mogelijk maken, inclusief gemeenten, adverteerders en mediabureaus.

In elke fase beoordelen we onze voornaamste impact, risico's en afhankelijkheden: de inkoop van metalen, glas en elektronische onderdelen, het energieverbruik van digitale schermen, en de sociale overwegingen die verband houden met de plaats waar en de manier waarop onze bedrijfsmiddelen worden ingezet. Deze beoordelingen vormen een leidraad voor onze duurzaamheidsprioriteiten en ondersteunen onze afstemming op toekomstige verplichtingen krachtens de Richtlijn met betrekking tot duurzaamheidsrapportering door ondernemingen (CSRD), als onderdeel van de Bauer Media Group.

Het diagram op de volgende pagina toont een overzicht van onze waardeketen en belangrijkste activiteiten en relaties voor de inbreng stroomopwaarts, onze eigen bedrijven, en externe relaties die de benadering tot ESG van Bauer Media Outdoor informeren.

Inbreng stroomopwaarts

Activiteiten, relaties en middelen die bijdragen aan het ontwerp, de productie en levering van onze bedrijfsmiddelen en diensten.



Werken met de overheid en particuliere verhuurders



Grondstoffen voor bedrijfsmiddelen voor infrastructuur (inbreng voor bushokjes, schermen, fietsprogramma's)



Productie van bedrijfsmiddelen (bushokjes, schermen, fietsprogramma's, telefooncellen)



Transport van bedrijfsmiddelen van productie naar markten



Constructiediensten



Inbreng van biodiversiteitsproducten



Brandstof en energie



Gegevensinvoer voor inzichten leverende producten van Bauer Media Outdoor

Eigen werkzaamheden

Activiteiten en bedrijfsmiddelen die het eigendom zijn of worden gecontroleerd door Bauer Media Outdoor en worden beheerd als onderdeel van onze dagelijkse activiteiten.

Personeel en werkplek



Ondersteuning van ons personeel

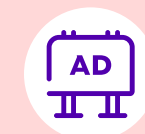
Werkzaamheden bedrijfsmiddelen en beheer levenscyclus



Productontwikkeling



Exploitatie telefooncellen



Exploitatie van onze digitale reclame- en klassieke posterproducten



Onderhoud bedrijfsmiddelen



Exploitatie bushokjes



Verwijdering en recyclen



Exploitatie programma's voor fietsverhuur



Brandstof en energie

Commerciële partnerships op het gebied van reclame



Werken met mediabureaus en adverteerders

Governance, ethiek en bijdrage aan de maatschappij



Donaties aan goede doelen en humanitaire hulp



Naleving van wet- en regelgeving



Betrokkenheid branche

Stroomafwaarts

Eindgebruikers en andere stakeholders in de stroomafwaartse waardeketen die onze bedrijfsmiddelen en diensten zien, gebruiken of ermee in contact staan.

Publiek en bereik reclame

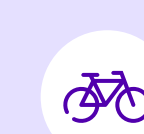


Doelgroepen

Gebruikers van openbare infrastructuur



Passagiers die onze bedrijfsmiddelen voor reizen gebruiken



Gebruikers van fietsprogramma's



Gebruikers van telefooncellen

Afstemming op het Better World Playbook van de Bauer Media Group

Onze benadering van duurzaamheid is afgestemd op het Better World Playbook van de Bauer Media Group, waarin de totale duurzaamheidsstrategie van de groep wordt beschreven. De strategie is opgebouwd rond drie pijlers:



Onze planeet

Het beperken van het effect op het milieu en de ondersteuning van de overgang naar een koolstofarme economie.



Ons personeel

Het creëren van inclusieve, veilige en bevredigende werkplekken.

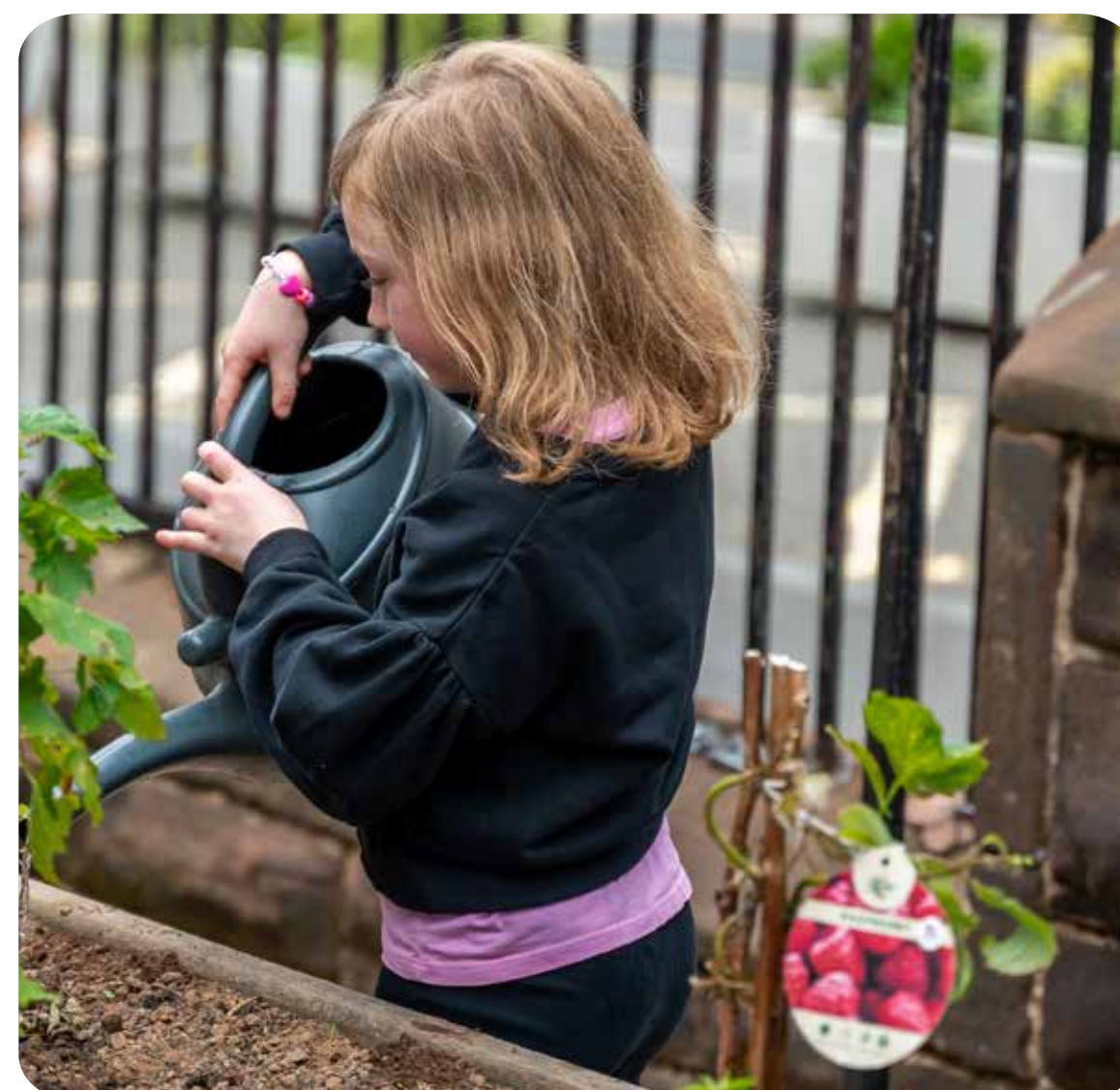


Onze gemeenschappen

Teruggeven via partnerships met goede doelen en partnerships die een maatschappelijk effect hebben.

Bauer Media Outdoor past deze principes overal in haar bedrijf toe. Onze inzet en ons beleid voor duurzaamheid zijn geïntegreerd in bedrijfsfuncties en worden ondersteund door Compliance en Sustainability Champions in elke markt, met als doel het garanderen van een consistente implementatie in alle landen.

Naarmate Bauer Media Outdoor zich binnen de Bauer Media Group blijft integreren, richten wij ons op het versterken van het verband tussen duurzaamheidsprestaties en bedrijfsgroei, waarbij we de langdurige veerkracht, relevantie en verantwoordelijkheid van ons OOH-netwerk ondersteunen nu economieën overstappen op een koolstofarme toekomst.



De aandachtsgebieden ten aanzien van ESG van Bauer Media Outdoor in 2025

Tijdens 2025 hebben onze prioriteiten voortgebouwd op de fundering die in voorgaande jaren is gelegd en die een weergave was van de gebieden waarop Bauer Media Outdoor haar inspanningen richtte om waarde voor het milieu en de maatschappij te leveren.

Het diagram toont een samenvatting van deze aandachtsgebieden voor ESG en hoe ze gedurende het jaar in al onze markten activiteiten hebben geïnformeerd, en verantwoordelijke bedrijfsvoering hebben geïntegreerd in dagelijkse werkzaamheden en planningsprocessen op de langere termijn.



Een Platform for Good

Ons platform maakt het merken mogelijk om duurzaamheids- en MVO-initiatieven in publieke ruimtes te communiceren.



				
Cultuur	Gemeenschappen	Ethische governance	Eerlijke omgeving	Eerlijke relaties
Diversiteit, gelijkheid en inclusie; het welzijn van stakeholders; mensenrechten	Ethische donaties en sponsoring, bijdragen aan SmartCity, productontwikkeling	Duidelijke supervisie en verantwoording; corruptiebestrijding en naleving; cyberbeveiliging en gegevensbescherming	Duurzame milieupraktijken, en beperking van onze broeikasgasemissies	Inzicht in onze externe relaties en onze toeleveringsketen

Onze vooruitgang en impact

De aanpak van ESG door Bauer Media Outdoor heeft zich over diverse jaren ontwikkeld naarmate we werken aan de integratie van verantwoordelijke bedrijfsvoering in al onze markten. Innovatie, duurzaamheid en ethiek zijn een integraal onderdeel gaan uitmaken van onze activiteiten en helpen ons betere resultaten te leveren voor onze reclamepartners, de gemeenschappen waarin we werken en onze planeet.

Belangrijkste mijlpalen voor Bauer Media Outdoor



*Deze doelen zijn van toepassing op het geheel van Bauer Media Outdoor, met uitzondering van de drie bedrijfsafdelingen in Estland, Letland en Litouwen, die werden uitgesloten aangezien zij minder dan 1% inkomsten en emissies bijdragen aan het totaal van Bauer Media Outdoor. sciencebasedtargets.org/companies-taking-action.

Onze inzet voor een duurzaam bedrijfsmodel

Het integreren van duurzaamheid in onze cultuur

De aanpak van duurzaamheid door Bauer Media Outdoor gaat verder dan naleving. We streven ernaar tastbare, blijvende waarde te creëren voor de gemeenschappen waarin we werken.

Zo heeft in het Verenigd Koninkrijk Planet Mark-certificatie gemeten dat onze bijdrage aan maatschappelijke waarde in 2023 £ 29 miljoen bedroeg, wat bestond uit werkgelegenheid, vrijwilligerswerk, donaties aan de gemeenschap en ethische inkoop. We hebben initiatieven gesteund zoals Strut Safe (een door vrijwilligers gerunde telefoonlijn die veiliger reizen 's nachts steunt) en hebben regelmatig mediaruimte gedoneerd aan campagnes voor volksgezondheid, veiligheid en het milieu.

Duurzame producten en innovatie

Duurzaamheid geeft in toenemende mate in al onze markten vorm aan ons productontwerp en onze innovatie. Hieronder vallen de installatie van Living Roof-bushokjes in België, Denemarken, Ierland, Nederland, Zweden en het Verenigd Koninkrijk, en bredere investeringen in, bijvoorbeeld, straatmeubilair op zonne-energie en sensoren voor luchtkwaliteit.

Samenwerking in de branche

We dragen bij aan brancheorganisaties in onze markt, met inbegrip van Outsmart en het GMSF in het Verenigd Koninkrijk, Outdoor Impact in Zweden en Outreach in Nederland, evenals de door PwC geleide onderzoeken naar de waarde van OOH voor de maatschappij en het milieu. Via deze samenwerking streven we ernaar om te tonen dat verantwoordelijke groei en creatieve uitmuntendheid in de branche hand in hand kunnen gaan.*



*outsmart.org.uk/resources/ooH-supporting-uk-society

Creatie van gedeelde waarde met onze partners

Onze bedrijfsmiddelen bevinden zich op een kruispunt tussen commercieel en maatschappelijk leven, en we trachten ervoor te zorgen dat deze ruimte positief is voor merken, gemeenschappen en steden.

Voor overheidsinstanties en vervoerspartners helpt ons netwerk lokale duurzaamheidsdoelen te steunen door:

- duurzame infrastructuur te leveren, ontwikkeld om waar haalbaar hergebruik en recycling te ondersteunen, wat kan bijdragen aan klimaatbestendige stedelijke omgevingen.
- het stimuleren van het gebruik van openbaar vervoer door veilige, goed verlichte en goed onderhouden bushokjes.
- het leveren van gemeenschapsinformatie, inclusief waarschuwingen betreffende gezondheid en veiligheid, en milieucampagnes.

Via ons straatmeubilair en onze reclameconcessies geven we lokale autoriteiten ook waarde terug via huur, bedrijfsbelastingen en andere lokale belastingen en investeringen in de gemeenschap.

Voor merken en mediabureaus bieden we een verantwoordelijk platform om publiek te bereiken door:

- het leveren van geverifieerde, door gegevens gestuurde reclamekanalen die in lijn zijn met milieunormen.
- het mogelijk maken van partnerships met initiatieven in de gemeenschap en met een maatschappelijke impact.
- het creëren van kansen om samen campagnes te ontwikkelen die positieve gedragsveranderingen stimuleren.



Casestudy Velo Antwerpen – bevorderen van duurzame stedelijke mobiliteit

Ons programma voor het delen van fietsen in Antwerpen, België, dat in 2011 van start ging, is een goed gevestigd onderdeel van de duurzame stedelijke transportinfrastructuur in de stad geworden. Met 322 stations en 4.460 mechanische fietsen, biedt het programma inwoners en bezoekers een duurzamer alternatief voor autovervoer, en helpt daarmee files en koolstofemissies te beperken, en een gezondere levensstijl te bevorderen.

Het programma wordt gekenmerkt door:

- **Schaal van de infrastructuur.** Met 1 fiets per 125 inwoners garandeert Velo Antwerpen brede beschikbaarheid, en gemak.
- **Grote betrokkenheid van gebruikers.** Velo Antwerpen registreert 36 ritten per 1.000 inwoners per dag, een van de hoogste

geregistreerde deelnamepercentages onder vergelijkbare Europese steden. De gebruikerspenetratie bedraagt 12,2% wat overeenkomt met meer dan één op de tien inwoners die de dienst actief gebruikt.

- **Ontwikkeling van het abonnementsmodel.** Gemiddelde jaarlijkse abonnementen stegen naar 68.856 in 2025 ten opzichte van 16.000 in 2010 (een stijging van 330%). Deze trend suggereert een verschuiving van incidentele, eenmalige ritten naar regelmatig gebruik, wat overeenkomt met de rol in het dagelijks verkeer van het programma.
- **Toename van het aantal fietsers.** Maandelijkse fietsritten stegen tot 674.650 in 2025 in vergelijking met 150.311 in 2011, een stijging van 350%. Deze groei is in lijn met bredere verschuivingen naar duurzame mobiliteit in de stad.



Governance en verantwoordelijkheid

Toezicht en verantwoordelijkheid

De verantwoordelijkheid voor het toezicht op ESG bij Bauer Media Outdoor berust bij het hogere leiderschapsteam (Outdoor SLT) geleid door de President Outdoor overeenkomstig onze governancestructuur. Het Outdoor SLT bestaat uit leden met ervaring op het gebied van duurzaamheid, cyberbeveiliging en governance, waarmee de integratie van ESG-overwegingen bij strategische en operationele besluitvorming wordt ondersteund.

Risico's met betrekking tot ESG, zoals klimaatgerelateerde risico's, worden beheerd als onderdeel van het bredere Enterprise Risk Management (ERM)-kader van Bauer Media Outdoor. Dit garandeert dat risico's en kansen op een consistente en proportionele wijze worden geïdentificeerd, beoordeeld en behandeld, terwijl de verantwoordelijkheid voor de besluitvorming bij de relevante managementorganen blijft berusten.

Structuur en rapportage van naleving

Het Compliance Team speelt een centrale rol bij de ondersteuning van het bedrijf met het identificeren, beheren en verkleinen van aan ESG gerelateerde risico's naarmate Bauer Media Outdoor haar activiteiten in de verschillende markten blijft ontwikkelen.

Het Compliance Team rapporteert aan de President Outdoor en geeft regelmatige updates aan het Outdoor SLT over ESG-prioriteiten, zoals naleving, mensenrechten, privacy en cyberbeveiliging. Deze continue betrokkenheid ondersteunt de geïnformeerde besluitvorming en helpt bij de aanpak van nieuwe risico's via de bestaande bedrijfsprocessen.

Ter ondersteuning van de praktische implementatie werkt het Compliance Team nauw samen met collega's in de belangrijkste functies, zoals Strategie, Communicatie, Bedrijfsontwikkeling, Privacy en Cyberbeveiliging, Inkoop, Personeel, Financiën en Bedrijfsvoering. Elk van onze 12 markten heeft een lokale Compliance Officer en Sustainability Champion, die het lokale management ondersteunen bij het integreren van de ESG-principes in de dagelijkse activiteiten, in lijn met lokale reglementaire, operationele en bedrijfsprioriteiten.

De governance van ESG door Bauer Media Outdoor werkt binnen de duurzaamheids- en nalevingskaders op groepsniveau van de Bauer Media Group, waarbij het toezicht en de implementatie worden geleid door het Outdoor SLT. Dit garandeert dat afstemming plaatsvindt op de gedeelde normen terwijl de handhaving de lokale verantwoordelijkheid blijft.

ESG-rapportage en methodologie

Bauer Media Outdoor blijft zich voorbereiden op nieuwe ontwikkelingen op het gebied van de openbaarmakingsvereisten met betrekking tot duurzaamheid die van toepassing zijn op haar markten in de EU en het Verenigd Koninkrijk. Deze bestaan o.a. uit de richtsnoeren van de Richtlijn met betrekking tot duurzaamheidsrapportering door ondernemingen, de Europese Duurzaamheidsrapportagestandaarden (ESRD) en de Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD). Openbaarmakingsverplichtingen blijven van toepassing in verschillende implementatiefasen in jurisdicties, en we blijven de omvang, timing en proportionaliteit monitoren.

Bauer Media Outdoor draagt bij aan duurzaamheidsrapportage op groepsniveau, en verstrekt waar toepasselijk informatie ter ondersteuning van de rapporteringsstructuren die door de Bauer Media Group worden geleid, inclusief CSRD-gerelateerde processen zoals dubbele materialiteitsbeoordeling en het in kaart brengen van EU-taxonomie.

Verzoeken van stakeholders

We delen dit ESG-rapport van Bauer Media Outdoor als onderdeel van onze inzet voor verantwoordelijke bedrijfsvoering die mensen, het milieu en de prestatie op de lange termijn ondersteunt. In bepaalde omstandigheden kan aanvullende informatie op specifieke markten beschikbaar zijn ter bevordering van het inzicht in de openbaarmakingen die in dit rapport zijn opgenomen.

Verzoeken met betrekking hiertoe kunnen worden gericht aan ESG@bauermediaoutdoor.com.

We ondersteunen de duurzame ontwikkelingsdoelen

In dit ESG-rapport heeft Bauer Media Outdoor specifieke duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's) vastgesteld die volgens ons direct overeenkomen met onze ESG-strategie.

De SDG's die in 2015 door de Algemene Vergadering van de VN zijn bepaald, zijn een verzameling van onderling verbonden wereldwijde doelen ontwikkeld om een 'gedeelde blauwdruk voor vrede en welvaart voor mens en planeet, nu en in de toekomst' te vormen.



Ondersteuning van een betere wereld: onze planeet

Bij Bauer Media Outdoor begrijpen we dat ons OOH-reclamenetwerk zich in het hart van steden, dorpen en gemeenschappen bevindt, en dat brengt een plicht met zich mee om de omgeving die we delen te helpen beschermen. We zetten ons in elk deel van ons bedrijf in voor het beperken van onze impact - verlaging van emissies, het verantwoordelijk gebruiken van middelen, en het ontwerpen van producten die schonere, groenere en veerkrachtiger stedelijke ruimtes ondersteunen.

Van de manier waarop we onze schermen van elektriciteit voorzien tot de wijze waarop we onze infrastructuur opbouwen, renoveren en onderhouden, ons doel is het bevorderen van bloeiende gemeenschappen terwijl we werken aan een koolstofarme toekomst.



In een oogopslag: ondersteuning van onze planeet

Bauer Media Outdoor exploiteert bedrijfsmiddelen voor reclame en infrastructuur voor de lange termijn in publieke ruimtes. Onze benadering van het milieu richt zich op de gebieden die het belangrijkste zijn: energieverbruik, de levensduur van de bedrijfsmiddelen en hoe infrastructuur in de loop van de tijd in complexe stedelijke omgevingen presteert.



In al onze activiteiten en overall in onze waardeketen hebben we wetenschappelijk onderbouwde koolstofneutrale doelen gesteld.

Ons gepubliceerde Climate Transition Plan beschrijft mijlpalen, governance en investeringsprioriteiten om die doelen te bereiken.

Hernieuwbare energie, efficiëntie en koolstofarm ontwerp beperken emissies en leveren tegelijkertijd betrouwbare infrastructuur met een lang leven.

Koolstofarm ontwerp versterkt de veiligheid, het comfort en de prestatie van bedrijfsmiddelen van publieke infrastructuur die lang meegaat.

Ontwerp met de gehele levensduur als basis biedt richtsnoeren voor materiaalkeuze, onderhoud en hergebruik om afval en langdurige impact op het milieu te beperken.

Waar dit haalbaar is, zal renovatie het leven van bedrijfsmiddelen verlengen, opgenomen koolstof beperken en verstoring in drukke stedelijke gebieden tot een minimum beperken.

We ontwikkelen infrastructuur die biodiversiteit, stedelijke verkoeling en waterbeheer op dichtbevolkte stedelijke locaties ondersteunt.

Bedrijfsmiddelen zijn ontworpen om door de tijd heen betrouwbaar te presteren en tegelijkertijd te voldoen aan lokale behoeften en verwachtingen.

Ons netwerk ondersteunt boodschappen voor het algemeen belang en over het milieu, en helpt lokale overheden duidelijk en op schaal te communiceren.

Duurzame Ontwikkelingsdoelen



Onze milieustrategie

De milieustrategie van Bauer Media Outdoor is gebaseerd op toezeggingen op de lange termijn en consistente levering. We hebben ons wetenschappelijk onderbouwde doelen gesteld en blijven daarin vooruitgang boeken, ondersteund door betrouwbare gegevens, duidelijke governance en gedefinieerde verantwoordelijkheden. Wat begon met gerichte actie ten aanzien van energie en materialen heeft zich uitgebreid tot een breder programma betreffende productontwerp, activiteiten en onze bredere waardeketen.

Als een exploitant van openbare infrastructuur en media is onze vooruitgang een weerspiegeling van de levenscycli van bedrijfsmiddelen, concessie-afspraken en de wijze waarop we met gemeentelijke partners samenwerken. Onze benadering herkent deze restricties en richt zich op praktische maatregelen die emissies verminderen en de efficiëntie van middelen in de loop van de tijd verbeteren.

Innovatie en levering

Innovatie speelt een centrale rol bij het leveren van onze milieustrategie. Initiatieven zoals ons ontwerp voor de nieuwe Milestone-bushokjes uit hout (zie pagina 28) en ons Revive-initiatief dat bestaande bushokjes renoveert in plaats van vervangt (zie pagina 31) geven een verschuiving aan naar een langer leven van bedrijfsmiddelen, minder gebruik van materiaal, en lagere emissies. Deze aanpak ondersteunt zowel milieudoelstellingen als de operationele behoeften van steden, adverteerders en burgers.

We leveren deze strategie via praktische veranderingen in de manier waarop we onze bedrijfsmiddelen ontwerpen, bouwen en exploiteren, en werken daarbij zo nodig samen met leveranciers, brancheorganisaties en overheidspartners.

Governance van en toezicht op het milieuprogramma

De verantwoordelijkheid voor het toezicht op de milieustrategie van Bauer Media Outdoor berust bij de President Outdoor met ondersteuning van het Outdoor SLT. Klimaatgerelateerde risico's worden beheerd via het bredere kader voor het beheer van ondernemingsrisico's (ERM), waarbij wordt gegarandeerd dat milieufactoren worden meegenomen in beslissingen over strategie en investeringen.

Het Compliance Team ondersteunt het bedrijf met advies, gegevenscoördinatie en begeleiding op het gebied van milieucontrolemaatregelen. Implementatie blijft de verantwoordelijkheid van lokale managementteams, en weerspiegelt de lokale regelgeving, operationele omstandigheden en concessie-afspraken in de diverse markten. De verwachtingen op het gebied van het milieu die wij van leveranciers hebben worden vermeld in de Gedragscode voor leveranciers van Bauer Media Outdoor, en weerspiegelt in de inkoopprocessen, waarbij het beheer van Scope 3-risico's in onze hele waardeketen wordt ondersteund.

Onze benadering is wetenschappelijk onderbouwd en behoudens onafhankelijke waarborgen (Zie Governance en verantwoording, pagina 13). We zijn transparant over zowel de vooruitgang als de uitdagingen in de toekomst – dus ook over Scope 3-emissies, effecten op de toeleveringsketen en de levenscyclus van infrastructuur - aangezien geloofwaardigheid afhankelijk is van nauwkeurigheid en niet van aspiratie.

*un.org/en/climatechange/net-zero-coalition

Het traject naar koolstofneutraliteit

Bauer Media Outdoor ondersteunt de doelen van het Akkoord van Parijs en de noodzaak om wereldwijde temperatuurstijging te beperken overeenkomstig huidige klimaatwetenschap.

In overeenstemming met de Corporate Net-Zero Standard* van de SBTi, zetten we ons in voor het bereiken van koolstofneutraliteit voor Scope 1 en 2 in 2030 en in onze volledige waardeketen in 2045, waarbij we 2022 als basisjaar gebruiken. Deze doelen werden in 2024 gevalideerd door SBTi en worden ondersteund door een vastgelegd emissie-reductietraject in al onze activiteiten en onze toeleveringsketen.

Ons Climate Transition Plan, dat in 2025 werd gepubliceerd, beschrijft de acties, veronderstellingen en afhankelijkheden die ten grondslag liggen aan dit traject. Milieufactoren worden beschouwd als deel van financiële en operationele planning, met voorgestelde investeringen die, voor zover relevant, worden geëvalueerd op hun koolstofimpact.

Beheer van milieurisico's en afhankelijkheden

Milieu- en klimaatgerelateerde risico's worden vastgesteld op marktniveau en geconsolideerd om een consistent beeld van Bauer Media Outdoor te geven. De risico's bestaan uit fysieke en transitierisico's, afhankelijkheden in de toeleveringsketen, verandering van regelgeving en reputatierisico's, inclusief het risico van onnauwkeurige of misleidende beweringen betreffende duurzaamheid.

Bovendien nemen we deel aan branche-initiatieven zoals het GMSF en Ad Net Zero, om een consistente benadering van emissiemeting en verantwoordelijke milieunormen in de reclamesector te bevorderen.

Risicobeoordelingen worden afgestemd op het ERM-kader en informeren prioriteitstelling, mitigatieplanning en betrokkenheid bij partners en leveranciers. Bepaalde risico's, met name die welke gekoppeld zijn aan de levenscycli van infrastructuur en Scope 3-emissies, vereisen langdurige actie en samenwerking die buiten de directe invloedssfeer van Bauer Media Outdoor vallen.

Belangrijke milieurisicogebieden die we evalueren worden vermeld op pagina 21.

Het bepalen en openbaar maken van ons doel op het gebied van koolstofneutraliteit

Bauer Media Outdoor blijft zich voorbereiden op de vereisten voor duurzaamheidsrapportage die in haar markten van toepassing zijn, niet alleen met betrekking tot de eigen activiteiten maar ook als onderdeel van de Bauer Media Group, inclusief die welke krachtens de CSRD worden bepaald.

Bauer Media Outdoor heeft eind 2025 haar Climate Transition Plan gepubliceerd, dat onze doelen op de korte, middellange en lange termijn en de belangrijkste acties en veronderstellingen die ten grondslag liggen aan ons decarbonisatietraject beschrijft.

Onze doelen, ons riscoregister en onze transitieplanning worden ondersteund door emissiegegevens die zijn samengesteld overeenkomstig het Greenhouse Gas Protocol, met gebruik van het Operationele Controlemodel voor Scope 1, 2 en 3.



Het Climate Transition Plan (Klimaattransitieplan) van Bauer Media Outdoor

Ons Climate Transition Plan dat in 2025 werd gepubliceerd, beschrijft de acties die volgens ons nodig zijn om onze voortgang naar gevalideerde koolstofneutrale doelen te ondersteunen. Het beschrijft onze doelen op korte, middellange en lange termijn (respectievelijk 1-2 jaar, 2-5 jaar en 5-20 jaar), de geplande maatregelen om ze te bereiken, en de veronderstellingen en afhankelijkheden die relevant zijn voor ons decarbonisatietraject. Het Climate Transition Plan is gebaseerd op emissiegegevens die zijn samengesteld overeenkomstig het Greenhouse Gas Protocol en zijn afgestemd op erkende klimaatwetenschappelijke aanbevelingen en opkomende ESRS-verwachtingen.

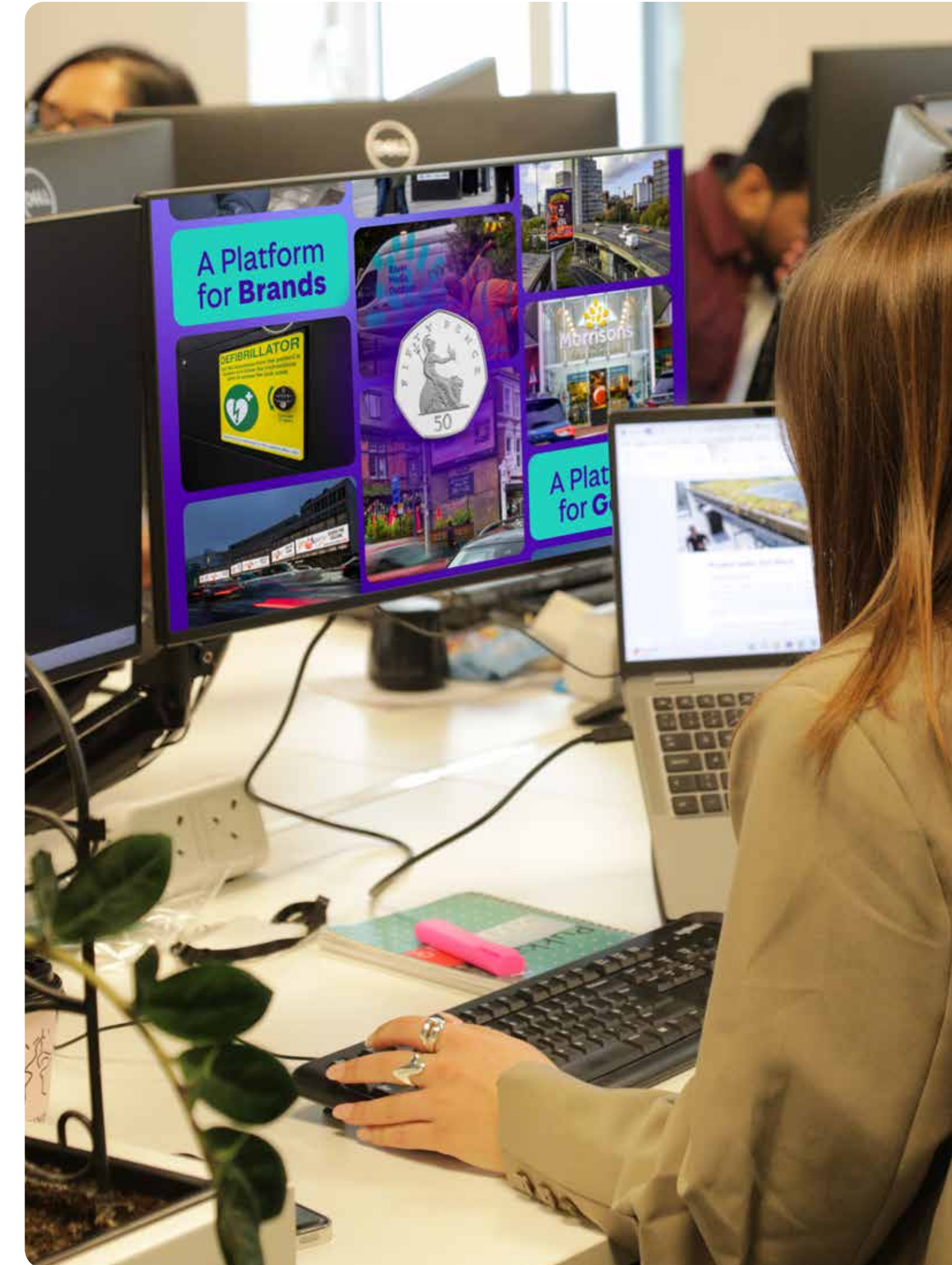
Onze aanpak is opgebouwd rond zeven strategische doelen:

- **Verkleinen van onze koolstofvoetafdruk.** We streven ernaar uiterlijk in 2030 absolute Scope 1- en 2-emissies te verminderen met 90% en Scope 3-emissies te verminderen overeenkomstig onze door SBTi gevalideerde doelen, via hernieuwbare elektriciteit, energiebesparingen, wagenparktransitie en betrokkenheid van leveranciers.
- **Duurzame materialen en afvalbeheer.** Het vaker gebruiken van koolstofarmere en recyclebare materialen, uitbreiding van renovatie, en ondersteuning van meer circulaire materiaalstromen in alle belangrijke categorieën bedrijfsmiddelen.
- **Biodiversiteit en bescherming van het ecosysteem.** Waar toepasselijk omvatten geselecteerde bedrijfsmiddelen van infrastructuur voorzieningen die bedoeld zijn om lokale biodiversiteit te steunen, aangevuld door relevante milieu-initiatieven.
- **Betrokkenheid bij de gemeenschap en sociale verantwoordelijkheid.** Het ondersteunen van lokale initiatieven op het gebied van milieu en maatschappij en het leveren van boodschappen voor het algemeen belang via onze producten.
- **Monitoring en rapportage.** Voortzetting van de bevordering van gegevensverzamelings-, verificatie- en rapporteringsprocessen, inclusief minimale controlemaatregelen voor het milieu en regelmatige prestatie-evaluaties.
- **Vergroten van onze veerkracht.** Gebruik maken van scenarioanalyse, risicoregisters en managementplannen bij het helpen beoordelen en beperken van fysieke en bij de overgang optredende klimaatrisico's, en om milieugovernance te informeren.
- **Ondersteuning van onze partners en de bredere waardeketen.** Werken met leveranciers en klanten om emissies van de waardeketen te beperken, inclusief via contracten, opties met lagere emissies en deelname aan branche-initiatieven.

Milieuoverwegingen zijn geïntegreerd in de financiële en operationele planningsprocessen van Bauer Media Outdoor. Jaarlijkse budgetten en lange-termijnprognoses omvatten beoordelingen van klimaatgerelateerde activiteiten, en voorgestelde investeringen worden geëvalueerd op hun koolstofimpact met gebruik van onze koolstofcalculator.

Elke markt past minimale controlemaatregelen voor het milieu toe overeenkomstig ISO 14001, geeft deze weer in lokale planning en rapportage, en ondersteunt daarmee doorgaande monitoring van vooruitgang ten opzichte van ons Climate Transition Plan.

Samen ondersteunen deze processen het monitoren van vooruitgang ten opzichte van het transitieplan en helpen overal in het bedrijf bij de integratie van milieudoelen in besluitvorming.



Betrokkenheid van personeel bij de klimaatstrategie

We zijn van mening dat elk team een rol speelt bij het beperken van het effect dat wij op het milieu hebben. Om te helpen bij de integratie van klimaatverantwoordelijkheid in de hele organisatie heeft Bauer Media Outdoor diverse maatregelen ingevoerd, zoals:

- Bij belangrijke leden van het milieuprogrammaleiderschapsteam (inclusief de European Strategy Director, die het programma voor de reductie van koolstofemissies van Bauer Media Outdoor superviseert) zijn duurzame prestatiedoelen opgenomen in hun variabele beloningsincentives.
- Onze overkoepelende beloningsrichtlijnen omvatten persoonlijke klimaatdoelen en klimaatdoelen op bedrijfsafdelingsniveau bij het bepalen van de variabele beloning van Europese leidinggevenden.
- Het milieuprogrammateam van Bauer Media Outdoor organiseert regelmatige workshops over milieuonderwerpen. Het team produceert bovendien een halfjaarlijkse nieuwsbrief om milieunieuws met werknemers in de hele organisatie te delen.
- Het 'Bright Sparks'-programma van Bauer Media Outdoor stelt toekomstige leiders in staat om interne communicatie te ontwikkelen die teams in al onze markten stimuleren om zich met het milieuprogramma bezig te houden.

Voorbeeld van decarbonisatiemiddelen: transport met lagere emissies

De meeste infrastructuurproducten van Bauer Media Outdoor worden buiten Europa geproduceerd en per schip naar onze bedrijfsafdelingen vervoerd.

Sinds 2022 transporteren we onze producten met gebruik van schepen die op biobrandstof varen.

In 2025 werd 83% van alle vrachten uit China per schip vervoerd, waarmee ons gebruik van luchtvracht werd beperkt.



Evaluatie en controle van klimaatrisico's

Dit onderdeel beschrijft de manier waarop Bauer Media Outdoor klimaatgerelateerde fysieke en aan transitie verbonden risico's beheert, die onze activiteiten en veerkracht op lange termijn als OOH-infrastructuurbedrijf zouden kunnen treffen.

We monitoren externe factoren die van invloed zouden kunnen zijn op onze bedrijfsmiddelen, toeleveringsketens en operationele omgeving, inclusief veranderingen in klimaat en weerspatronen, regelgevende en beleidsontwikkelingen, en evoluerende markt- en gemeentelijke voorschriften. Deze overwegingen worden beoordeeld naast bredere bedrijfsrisico's via ons ERM-kader (zie Governance en verantwoording, pagina 13).

Klimaatgerelateerde risico's worden geïdentificeerd op marktniveau, en vormen een weergave van lokale milieumomstandigheden, de levenscycli van de infrastructuur en wettelijke contexten, en worden geconsolideerd om een totaalbeeld van Bauer Media Outdoor te bieden (Zie Risico en waarborgen, pagina 63). Deze benadering bevordert consistentie in markten maar geeft bovendien ruimte aan lokale verschillen.

Onze beoordeling betreft zowel fysieke als aan transitie verbonden risico's en betreft de korte, middellange en lange termijn, en sluit daarbij aan bij die welke worden gebruikt in ons Climate Transition Plan (zie Climate Transition Plan van Bauer Media Outdoor, pagina 18). We richten ons met name op afhankelijkheden die een wezenlijk effect kunnen hebben als ze worden verstoord, zoals de beschikbaarheid van de toeleveringsketen, de levenscycli van de bedrijfsmiddelen en veranderingen in concessie- of vergunningsstructuren.

Elk geïdentificeerd klimaatgerelateerd risico wordt beoordeeld op de potentiële impact en waarschijnlijkheid overeenkomstig onze ERM-criteria. De resultaten leveren informatie voor mitigatieplanning, investeringsbeslissingen en, voor zover relevant, inschrijvingen, en helpen te garanderen dat rekening wordt gehouden met klimaatrisico's bij de manier waarop we infrastructuur voor steden en overheidsinstanties plannen en leveren.

Belangrijke klimaatgerelateerde risicocategorieën en illustratieve voorbeelden worden op pagina 21 getoond.

Hoe inkoop en due diligence ons milieuprogramma ondersteunen

Inkoop en due diligence staan centraal bij de manier waarop Bauer Media Outdoor haar milieuprogramma levert, met name op gebieden waar het effect zich binnen de toeleveringsketen in plaats van onze eigen activiteiten bevindt. Inkoop is waar milieu-ambitie tegen praktische en commerciële realiteit aanloopt. De keuze die we maken wanneer we leveranciers selecteren, contracten afsluiten en langdurige relaties beheren heeft direct invloed op materialen, emissies en milieuprestaties in onze hele waardeketen.

Onze milieuverwachtingen van leveranciers staan in de Gedragscode voor leveranciers van Bauer Media Outdoor, en worden weergegeven in de inkoopprocessen in alle markten (zie 'Sociale waarden in onze toeleveringsketen', pagina 55). Deze verwachtingen richten zich op naleving van milieuwetgeving, verantwoordelijk gebruik van materialen en, voor zover relevant, samenwerking aan inspanningen om emissies te beperken.

Due diligence op milieugebied wordt toegepast op basis van risico, met grotere aandacht voor leveranciers en activiteiten die potentieel de grootste invloed op onze milieuvoetdruk kunnen hebben (zie 'Inkoop, due diligence, en governance van de toeleveringsketen', pagina 65). In de praktijk bestaat deze uit milieuclausules in contracten en gerichte betrokkenheid bij leveranciers over opties voor materialen en infrastructuur met lagere emissies.

Wanneer leveranciers nog niet aan onze milieuverwachtingen voldoen, richten we ons eerst op de verbetering en het opbouwen van capaciteit. Veel toeleveringsrelaties zijn langdurig, en vooruitgang hangt vaak af van continue betrokkenheid in plaats van onmiddellijke verandering. Wanneer aanzienlijke risico's van niet-naleving worden vastgesteld zijn escalatiemaatregelen beschikbaar overeenkomstig onze inkoop- en governancestructuren (zie 'Governance en verantwoording', pagina 13).

Samengenomen kunnen we met deze inkoop- en due diligencepraktijken onze milieustrategie buiten onze eigen activiteiten toepassen, vooruitgang bevorderen ten aanzien van emissies, en consistente milieunormen handhaven bij de manier waarop Bauer Media Outdoor haar infrastructuur aanschafft en levert.

Belangrijke risicogebieden die wij evalueren

Klimaat- en duurzaamheidsgerelateerde effecten en risico's die in overweging worden genomen bestaan uit:

Acute fysieke risico's

- Overstromingen (kustgebieden, rivieren, regen, grondwater).
- Hittegolven.
- Zware neerslag (regen, hagel, sneeuw/ijs).
- Storm (inclusief sneeuwstormen, stof- en zandstormen).

Chronische fysieke risico's

- Veranderende patronen en types neerslag (regen, hagel, sneeuw/ijs).
- Veranderende temperatuur (lucht, zoet water, zeewater).
- Hittestress.
- Toenemende ernst van extreme weersomstandigheden.
- Wisseling in temperatuur.

Klimaataanpasbaarheid op locatiebasis

Onze bedrijfsmiddelen worden op locaties met verschillende milieubehoeften geplaatst. Prioriteitslocaties die we hebben geïdentificeerd, zijn o.a.:

- gebieden die belangrijk zijn voor biodiversiteit.
- gebieden met een grote ecosysteemintegriteit.
- gebieden met extreme weersomstandigheden, zoals beperkte beschikbaarheid van water, overstromingen, aardbevingen, en hitte.

Beleidsrisico's

- Veranderingen in de nationale wetgeving.
- Veranderingen in internationale wetgeving en bilaterale overeenkomsten.
- Grotere problemen met het verkrijgen van exploitatievergunningen.
- Verplichte waterbesparing, conservering, recycling of procesnormen.
- Veranderingen in internationale wetgeving, beleid, en governancestructuren; veranderingen in nationale en internationale kaders ten opzichte waarvan praktijken worden beoordeeld; veranderingen in wetgeving op lokaal niveau en vereisten en/of prioriteiten van de lokale overheid.

Marktrisico's

- Beschikbaarheid van en/of hogere kosten voor gecertificeerde duurzame materialen.
- Beschikbaarheid van en/of hogere kosten voor grondstoffen.
- Beschikbaarheid van en/of hogere kosten voor gerecyclede of hernieuwbare materialen.
- Veranderend gedrag van de klant.
- Kritischer houding van klanten en hun partners die transparantie en innovatie willen om hun eigen strategieën te ondersteunen; veranderende strategieën en productaanbod van concurrenten.

Reputatierisico's

- Grotere zorgen en negatieve feedback van partners en stakeholders.
- Negatieve berichtgeving in de pers met betrekking tot ondersteuning van projecten en activiteiten met negatieve effecten op het milieu (bijv. broeikasgasemissies, offsetten, ontbossing en conversie, waterstress).
- Stigmatisering van energiegebruik in reclame.
- Beeld van derde partijen dat we geen nuttige publieke toezeggingen betreffende klimaatverandering doen; beeld dat we geen vooruitgang boeken bij het halen van doelen en/of toezeggingen; afgeven van verklaringen die sommige derden als misleidend zouden kunnen interpreteren.

Risico's van technologietransities

- Transitie naar herbruikbare producten.
- Transitie naar technologie en producten met lagere emissies.
- Transitie naar recyclebare kunststof producten.
- Transitie naar technologieën en producten die water besparen of met lagere waterintensiteit.
- Transitie naar steeds meer gerecyclede, hernieuwbare of gerenoveerde materialen.
- Toename in energieverbruik als resultaat van transitie naar digitale producten.
- Niet geslaagde investering in nieuwe technologieën.

Aansprakelijkheidsrisico's

- Blootstelling aan rechtsvervolging.
- Niet-naleving van regelgeving.
- Niet-naleving van contractuele verplichtingen.
- Nalatigheid of frauduleuze verkeerde voorstelling van zaken in onze rapportage- en openbaarmakingsverplichtingen.
- Beschuldigingen van groenwassen.

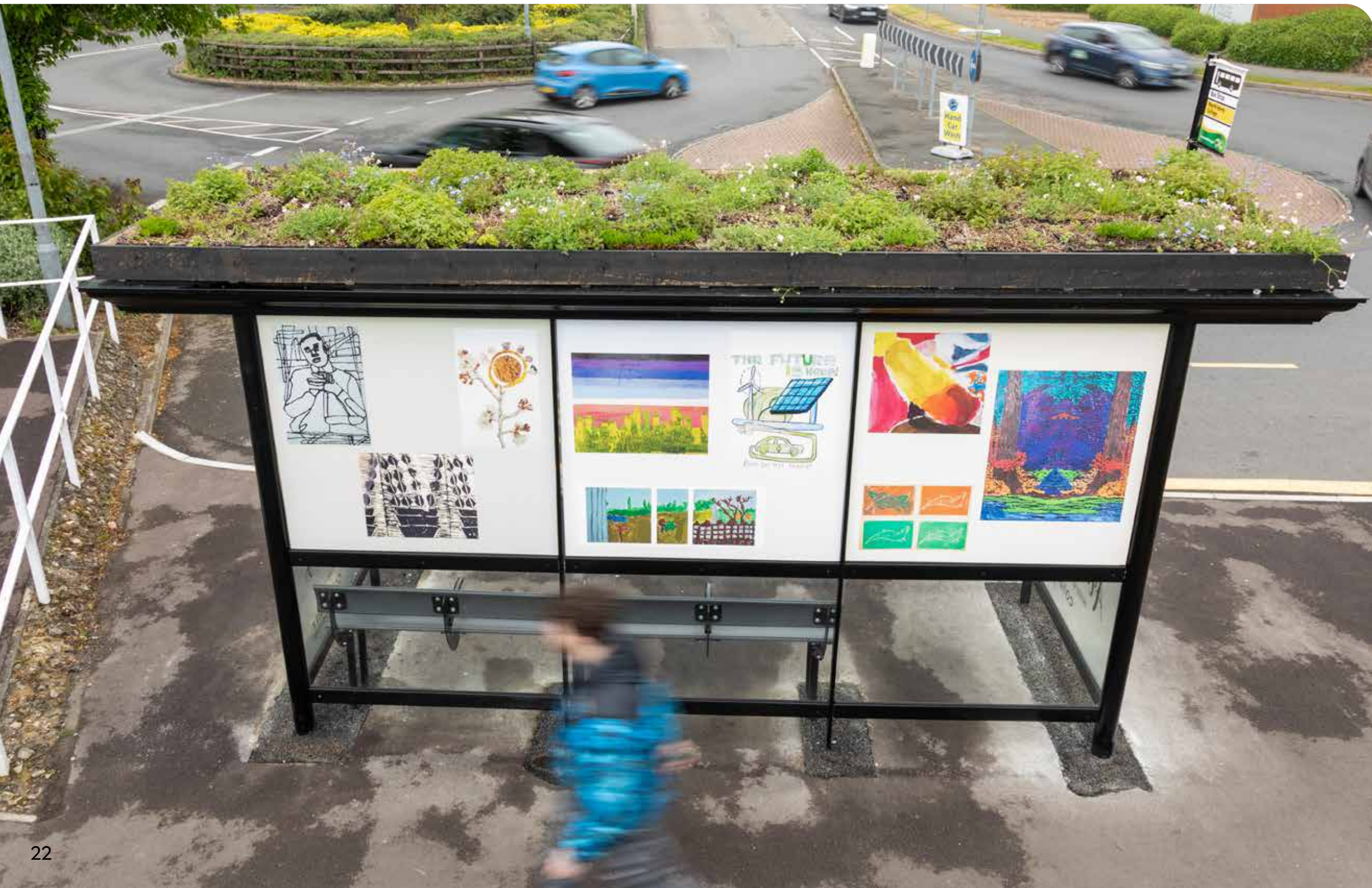
Voorbeelden van klimaatveranderingsrisico's

Gebieden die belangrijk zijn voor biodiversiteit: Living Roofs

Veel van onze bedrijfsmiddelen bevinden zich op stedelijke locaties. De beperkte aanwezigheid van groene ruimtes vormt een extra belasting van het afwatersysteem, wat in potentie schade door binnendringend water aan onze reclamebouwwerken kan toebrengen.

Bauer Media Outdoor UK heeft met behulp van de Royal Society of Wildlife Trusts (tot op heden meer dan 245) daken op bushokjes geïnstalleerd die de natuur kunnen ondersteunen en het weglopen van water vertragen.

Hoewel ze slechts een kleine voetafdruk in het stadslandschap vormen, bieden de Living Roofs kleine stapstenen voor de natuur in de stedelijke omgeving en zorgen voor minder weglappend water.



Onze infrastructuur en extreme weersomstandigheden

Ons straatmeubilair is gebouwd om structureel sterk te zijn en is ontwikkeld met extreme weersomstandigheden in gedachten en met functies die steden kunnen helpen bij specifieke gebeurtenissen als gevolg van klimaatverandering.

Op locaties waar dit risico hoger is, zijn onze infrastructuur en straatmeubilair ontwikkeld om zware regenval op te vangen en te helpen lokale overstromingen te verminderen, natuurlijke verkoeling te bieden om te helpen met 'stedelijke hitte-eilanden', en om overheden te helpen inwoners te waarschuwen voor op handen zijnde bedreigingen zoals aardbevingen, met gebruik van dynamische noodberichten op locatiebasis.



Belangrijke veronderstellingen en afhankelijkheden die van invloed zijn op ons traject naar koolstofneutraliteit

Ons milieuprogramma en onze doelen voor koolstofneutraliteit zijn afhankelijk van een aantal veronderstellingen, waarvan vele buiten de directe invloedssfeer van Bauer Media Outdoor vallen. Deze verschillen per markt en vormen een weerspiegeling van de aard van de OOH-infrastructuur die een lang leven heeft en intensief gebruik maakt van bedrijfsmiddelen, en het regulerende en commerciële landschap waarin wij werkzaam zijn.

Vraag naar emissiearmere producten bij de inkoop door gemeenten en adverteerders

We hebben infrastructuurproducten met lagere emissies en van gerecyclede materialen ontwikkeld en blijven die ontwikkelen voor gebruik bij overheidsaanbestedingen. Ons emissietraject gaat uit van de veronderstelling dat belangrijke markten alternatieven met lagere emissies in aanbestedingsprocessen zullen blijven gebruiken of daar steeds meer prioriteit aan zullen geven.

De merendeel van de fysieke infrastructuur van Bauer Media Outdoor wordt aan overheidsinstanties geleverd. Deze kapitaalgoederen blijven het grootste deel uitmaken van onze Scope 3-emissies (44% in 2024) wat een weerspiegeling is van de schaal van onze installatie-activiteiten.

Een klein deel van de reclameklanten vraagt om emissie-informatie met betrekking tot hun campagnes. Bauer Media Outdoor ondersteunt de ontwikkeling van consistente, vergelijkbare en transparante normen. Van het GMSF wordt verwacht dat ze deze consistentie bieden door een standaardkader te worden voor koolstofberekeningen op campagneniveau, wat de mogelijkheid biedt om binnen de branche een vergelijking te maken die betrouwbaar is en op gelijke producten berust.



Toekomstige emissies

Het grootste deel van de infrastructuur van Bauer Media Outdoor wordt aan overheidsinstanties geleverd en blijft op zijn plek krachtens langlopende concessiecontracten, vaak van maximaal tien jaar. Deze bedrijfsmiddelen nemen een aanzienlijk deel van Scope 3-emissies voor hun rekening en beperken de snelheid waarmee sommige technologieën en materialen kunnen worden vervangen.

De uitdagingen van het beperken van Scope 3-emissies

Scope 3-emissies nemen niet in een rechte lijn af. Voor Bauer Media Outdoor weerspiegelen jaarlijkse verschillen de timing en aard van de inzet van infrastructuur en niet van veranderingen in de onderliggende ambitie.

Voor nieuwe stedelijke contracten kunnen aanzienlijke investeringen vooraf in fysieke bedrijfsmiddelen nodig zijn, met name in de eerste jaren van een concessie. Dit kan tijdelijk de gerapporteerde emissies verhogen, zelfs wanneer deze bedrijfsmiddelen zijn ontworpen om gedurende hun werkzame leven lagere emissies voort te brengen. Zo kan de inzet van openbare fietsprogramma's of andere koolstofarme mobiliteitsinfrastructuur de gerapporteerde Scope 3-emissies verhogen in het jaar van installatie vanwege de opgenomen koolstof in nieuwe bedrijfsmiddelen, zelfs wanneer deze producten bedoeld zijn om emissies in de loop van de tijd te beperken. Veranderingen in activiteit van de toeleveringsketen en updates van methoden om emissies te meten kunnen ook van invloed zijn op gerapporteerde resultaten tussen periodes.

Ons milieuprogramma is ontwikkeld om in de loop van de tijd emissies te beperken, maar de resultaten zijn afhankelijk van factoren zoals toegekende contracten, prestaties van leveranciers en het tempo waarmee alternatieven met lagere emissies op schaal beschikbaar worden. In sommige gevallen levert het renoveren of hergebruiken van bestaande infrastructuur betere emissieresultaten dan volledige vervanging. In andere gevallen zijn nieuwe installaties onvermijdelijk en afhankelijk van toeleveringsketens en beslissingen van klanten. Beslissingen van verhuurders en klanten blijven buiten onze invloedssfeer.

Afstemming van ons milieuprogramma en onze boekhouding

Een praktische uitdaging in elke klimaattransitie is het onderscheid maken tussen activiteiten die worden ondernomen om emissies te beperken en onderliggende normale bedrijfsvoering. Bauer Media Outdoor versterkt de manier waarop de activiteiten van het milieuprogramma in operationele en financiële gegevens worden weergegeven, inclusief hoe kosten verbonden aan een transitie naar een op 2 °C afgestemd traject van de baseline-uitgaven worden gescheiden.

Onze huidige verwachting is dat operationele kosten die worden geassocieerd met een traject van 1,5 °C naar verwachting niet wezenlijk zullen toenemen. Dit hangt af van doorlopende verbeteringen in gegevenskwaliteit, toekomstige wettige ontwikkelingen, en de mate waarin klanten via inkoop en contractverlengingen vragen om producten met lagere emissies.

Overheidsbeleid, regelgeving en wetgeving

Veranderingen in klimaat- en milieugerelateerd beleid en regelgeving in onze markten kunnen van invloed zijn op het tempo en de haalbaarheid van ons decarbonisatietraject. De timing en omvang van toekomstige maatregelen zouden zowel de haalbaarheid als de leveringstijden van de doelen kunnen treffen.

Doorlopende beschikbaarheid en validiteit van op de markt gebaseerde instrumenten voor hernieuwbare elektriciteit

Gecertificeerd 100% hernieuwbare elektriciteit is niet in alle markten verkrijgbaar. Wanneer directe inkoop geen optie is, is het mogelijk dat we gebruik maken van erkende instrumenten op marktbasis, zoals Energy Attribute Certificates en Garanties van Oorsprong, om tekorten aan te vullen. Onze projecties gaan uit van continue vermindering van de koolstofintensiteit van elektriciteit van het net, hoewel het tempo per markt verschilt.

Doorgaande inzet van en betrokkenheid bij leveranciers

In delen van onze toeleveringsketen, en dan met name productie, is de keus van leveranciers beperkt. Derhalve hangt vooruitgang ervan af dat de belangrijkste leveranciers hun eigen emissies meten en beperken, transitieplannen ontwikkelen en zich afstemmen op onze milieueisen. Het tempo van verandering wordt beïnvloed door de investeringscycli van leveranciers en hun toegang tot koolstofarmere materialen en processen.

Samenwerking in de bredere reclamebranche

Er bestaat geen norm voor de hele branche voor het meten van emissies verbonden aan reclamecampagnes en -producten. Bauer Media Outdoor ondersteunt de ontwikkeling van consistente benaderingen en draagt bij aan initiatieven zoals Ad Net Zero en het Global Media Sustainability Framework om de vergelijkbaarheid en kwaliteit van gegevens te verbeteren.

Beschikbaarheid van de infrastructuur van een elektrisch wagenpark

Het tempo van decarbonisatie van wagenparken in de markten verschilt en hangt af van de beschikbaarheid van laadinfrastructuur en lokale regelgevende stimulansen. Zo hebben in het Verenigd Koninkrijk Clear Air Zones en de Ultra Low Emission Zone in Londen transitie versnelt, en veroorzaakt bijna 80% van de voertuigen van Bauer Media Outdoor UK nu geen of minder emissies, ondersteund door laadinfrastructuur in het depot.

In sommige gevallen werken we met lokale overheden om uitbreiding te ondersteunen. In Finland draagt Bauer Media Outdoor bij aan duurzame stedelijke mobiliteit door het leveren van reclame-infrastructuur die externe exploitanten van het laden van elektrische voertuigen helpt met de financiering van hun investeringen, en door het ondersteunen van de ontwikkeling van stedelijke fietsnetwerken in diverse stadsgebieden.



Milieuprogramma - Voorbeeldstatistieken 2024-2025



100%

van de elektriciteit die door Bauer Media Outdoor België wordt gebruikt is afkomstig uit hernieuwbare bronnen.



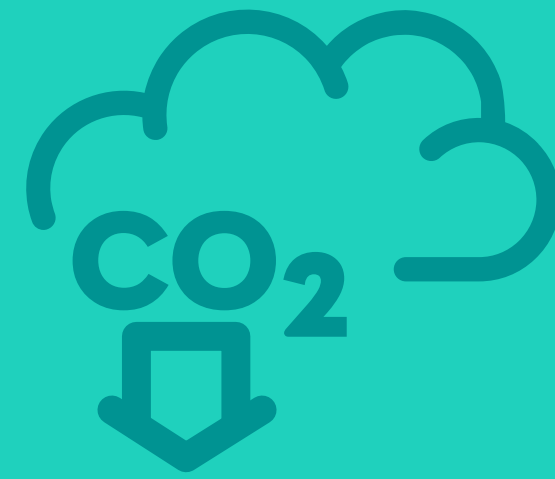
45%

verbetering van energiestatistieken sinds 2014 (ESOS EnPI) bij Bauer Media Outdoor UK.



97%

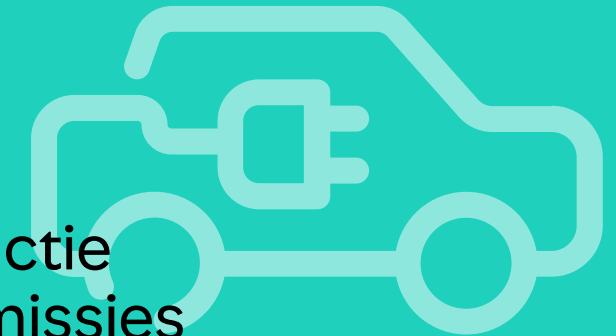
van Bauer Media Outdoor (naar inkomen) heeft accreditatie volgens ISO 14001 of gelijkwaardig.



Bauer Media Outdoor heeft zich verbonden tot de aankoop van

100%

hernieuwbare energie (inclusief via het gebruik van Renewable Energy Certificates of vergelijkbare instrumenten) in nieuwe contracten vanaf 2021 om Scope 2-emissies te verlagen.



92%

gecontroleerde reductie van Scope 1- en 2-emissies door Bauer Media Outdoor UK van 2008-2024



83%

van de bedrijfsafdelingen beschikt over processen om afval te verminderen en minder afval naar stortplaatsen te brengen.



83,5%

van Bauer Media Outdoor (naar inkomsten) meet onze afvalvolumes.

Belangrijke aspecten van ons milieuprogramma

Als onderdeel van onze voortgang naar een koolstofneutrale toekomst, voeren we maatregelen in die onze doelen ondersteunen en vastgestelde effecten, risico's en kansen voor het milieu behandelen.

1. OOH-reclame en energieverbruik

Als een openbaar medium dat zich tot velen richt, kan OOH-reclame miljoenen mensen bereiken via verhoudingsgewijs weinig schermen in vergelijking met andere mediaplatformen voor reclame, zoals televisie of het internet.

Een onderzoek door KPMG in 2024 waarvoor opdracht werd gegeven door Outsmart schatte dat het energieverbruik van de hele Britse OOH-branche ongeveer 3,3% vertegenwoordigt van het energieverbruik van de Britse reclamebranche, en slechts 0,067% van het totale energieverbruik van het Verenigd Koninkrijk. Uit hetzelfde onderzoek bleek dat op basis van elke uiting OOH minder koolstof uitstoot dan alle andere media die als onderdeel van het onderzoek werden beoordeeld.*

Koolstofemissies in de hele reclamebranche worden momenteel niet gemeten op een volledige like-for-like-basis. Zo worden emissies verbonden aan het produceren van televisies of aan het gebruik van elektriciteit in huizen vaak uitgesloten van de voetafdruk van tv-reclame. Derhalve moet zorgvuldigheid worden betracht bij het vergelijken van verschillende media om nauwkeurigheid en eerlijkheid te garanderen.

2. Meting van koolstofintensiteit

We meten koolstofintensiteit (CO₂e-emissies per eenheid activiteit) in belangrijke markten om voortgang ten aanzien van onze koolstofneutrale doelen te volgen.

Zo heeft Bauer Media Outdoor UK een intensiteitsdoel gesteld betreffende Scope 1, 2 en 3 dat zich richt op de jaarlijkse vermindering met 5% van tCO₂e per £ 1.000 inkomsten tot 2045, wat gelijk staat aan een reductie van 70,8% ten opzichte van de basislijn van 2022.

Voor 2024 was het koolstofintensiteitscijfer van Bauer Media Outdoor (ondersteund door externe verificatie en met uitzondering van onze kleinste Baltische markten waar veronderstellingen op marktbasis werden toegepast overeenkomst het Greenhouse Gas Protocol):

tCO₂e per € 1 miljoen aan inkomsten voor Scope 1, 2, en 3 (op marktbasis).

2023	55,8
2024	36,2



Al verschillende jaren streeft Bauer Media Outdoor België ernaar om materiaalafval te verminderen door het recyclen van grootformaat reclamebanners tot producten zoals tassen en accessoires.

In 2025 werd deze aanpak uitgebreid met materialen uit geselecteerde grootformaat billboards, waarmee campagnematerialen een tweede leven kregen en een efficiënter gebruik van middelen werd ondersteund.

*Bron: "Sustainability in Out of Home – Low Carbon, Low Power: An analysis of OOH energy consumption and CO₂ emissions," toegankelijk via outsmart.org.uk/resources/research-reports.

3. Transformatie van onze portefeuille: investering in R&D

Bauer Media Outdoor versterkt de manier waarop de activiteiten van het milieuprogramma in operationele en financiële gegevens worden weergegeven, inclusief hoe kosten verbonden aan een transitie naar een op 2 °C afgestemd traject van de basisuitgaven worden gescheiden. Deze benadering ondersteunt gerichte investering in initiatieven op het gebied van onderzoek, ontwikkeling en portefeuilletransformatie die emissies in onze bedrijfsmiddelenbasis beperken. Belangrijke initiatieven bestaan uit:

- **Ledverlichting.** Achteraf aangebrachte ledverlichting blijft een belangrijke manier om de benodigde energie te verminderen en verlaagt bovendien de kosten.
- **Automatisch dimmende achterverlichting.** Sinds 2020 maken de digitale reclameschermen van Bauer Media Outdoor gebruik van sensoren en externe instellingen om achterverlichting 's nachts te dimmen of uit te schakelen, wat helpt het energieverbruik door digitale bedrijfsmiddelen te verminderen.
- **Schermen met een lagere operationele koolstofvoetafdruk.** Recent geïnstalleerde Waferlite 4K buitenschermen verbruiken ongeveer 50% minder energie dan voorgaande modellen.
- **Bushokjes.** Alle nieuwe bushokjes bevatten zeer energiearme intelligente verlichting die alleen 's nachts en tijdens gebruik werkt, waarmee circa 80% meer energie wordt bespaard dan met de vorige versie.
- **Living Roofs.** Zie pagina 37.
- **Niet met het elektriciteitsnet verbonden bushokjes.** De meeste recent geïnstalleerde bushokjes zonder reclame in het Verenigd Koninkrijk worden met zonne-energie gevoed. Vanaf oktober 2025 heeft Bauer Media Outdoor UK meer dan 500 door zonne-energie gevoede reclameloze bushokjes geïnstalleerd en meer dan 50 door zonne-energie gevoede verlichte bushaltes.

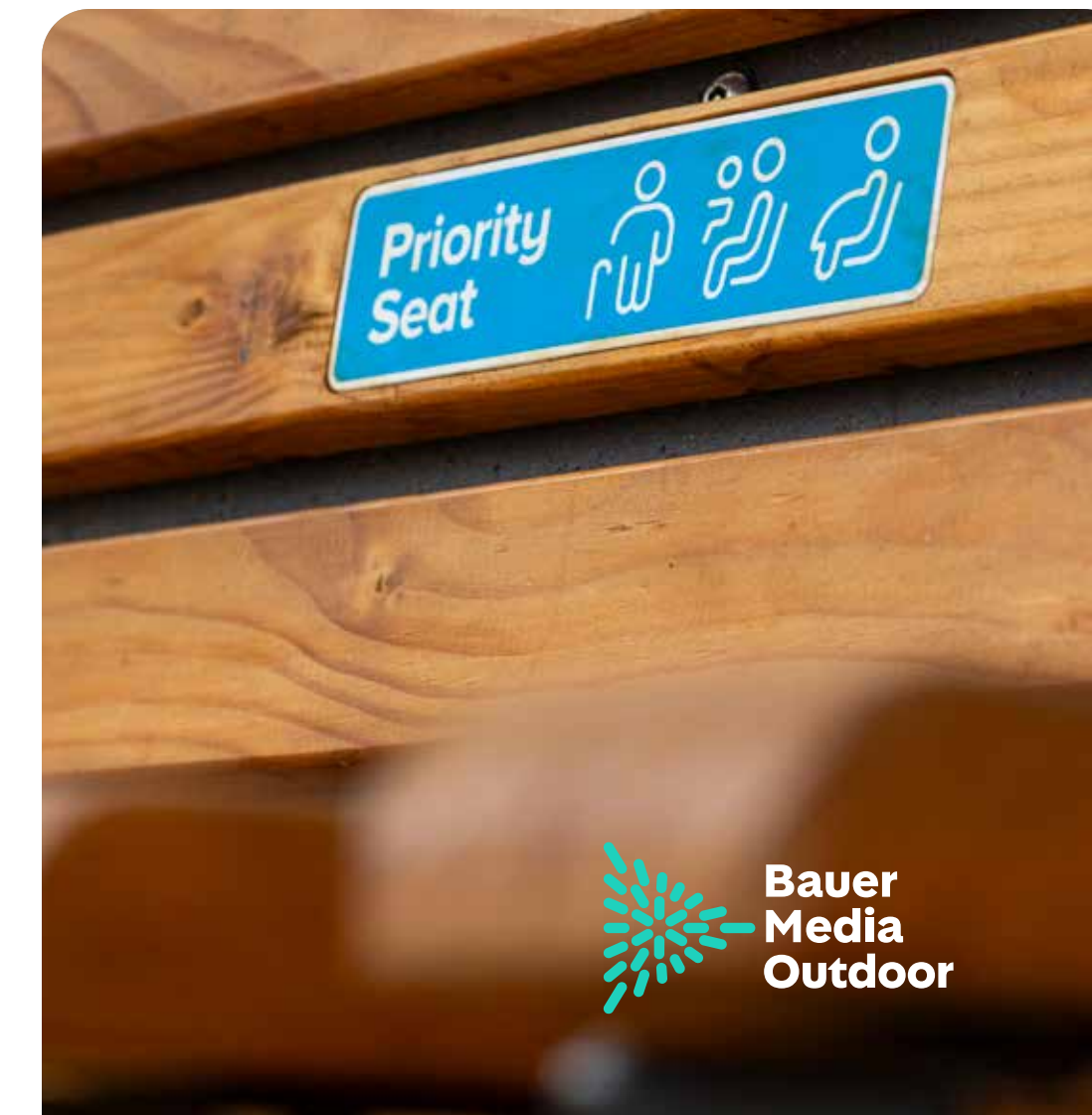
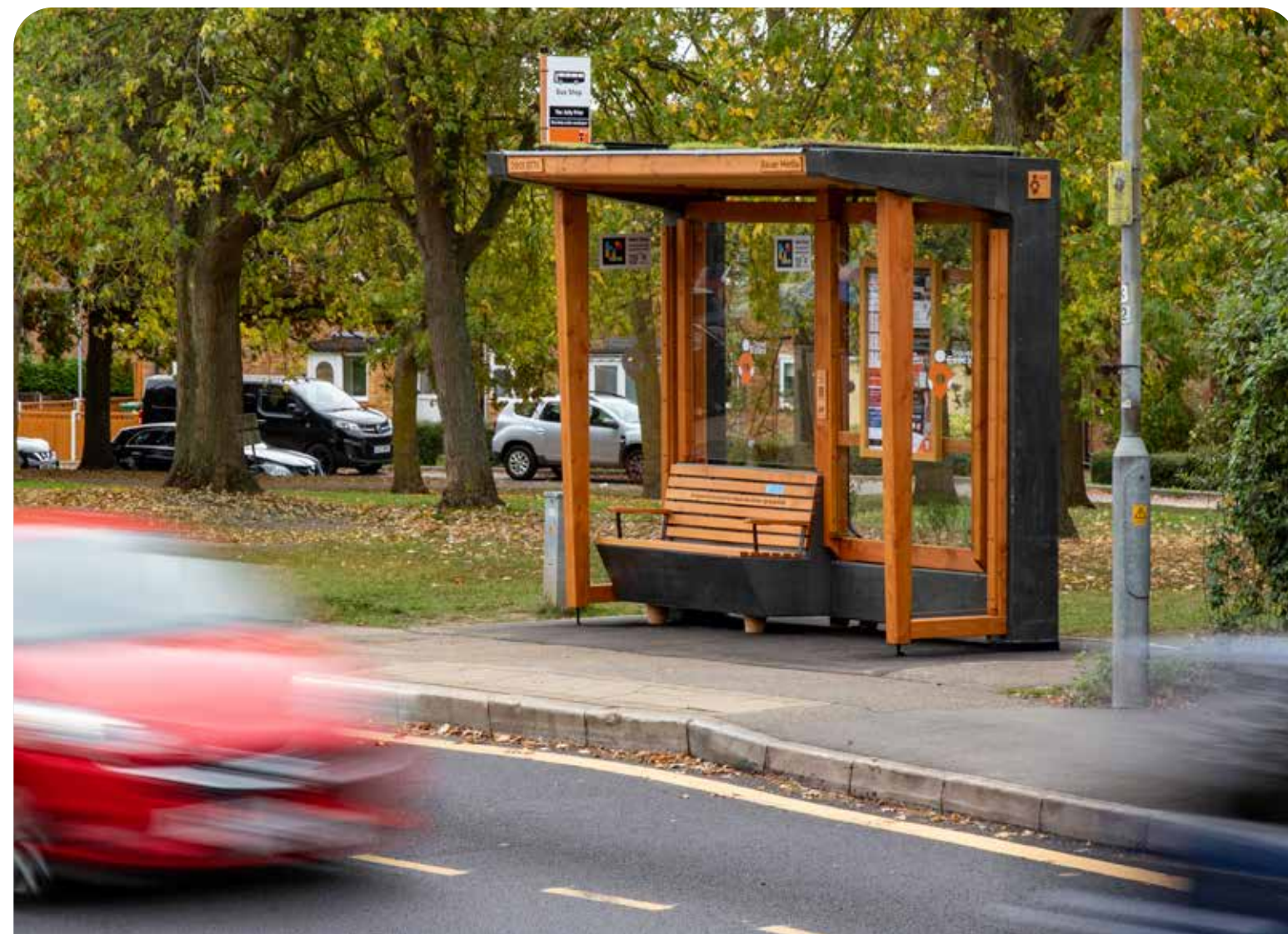
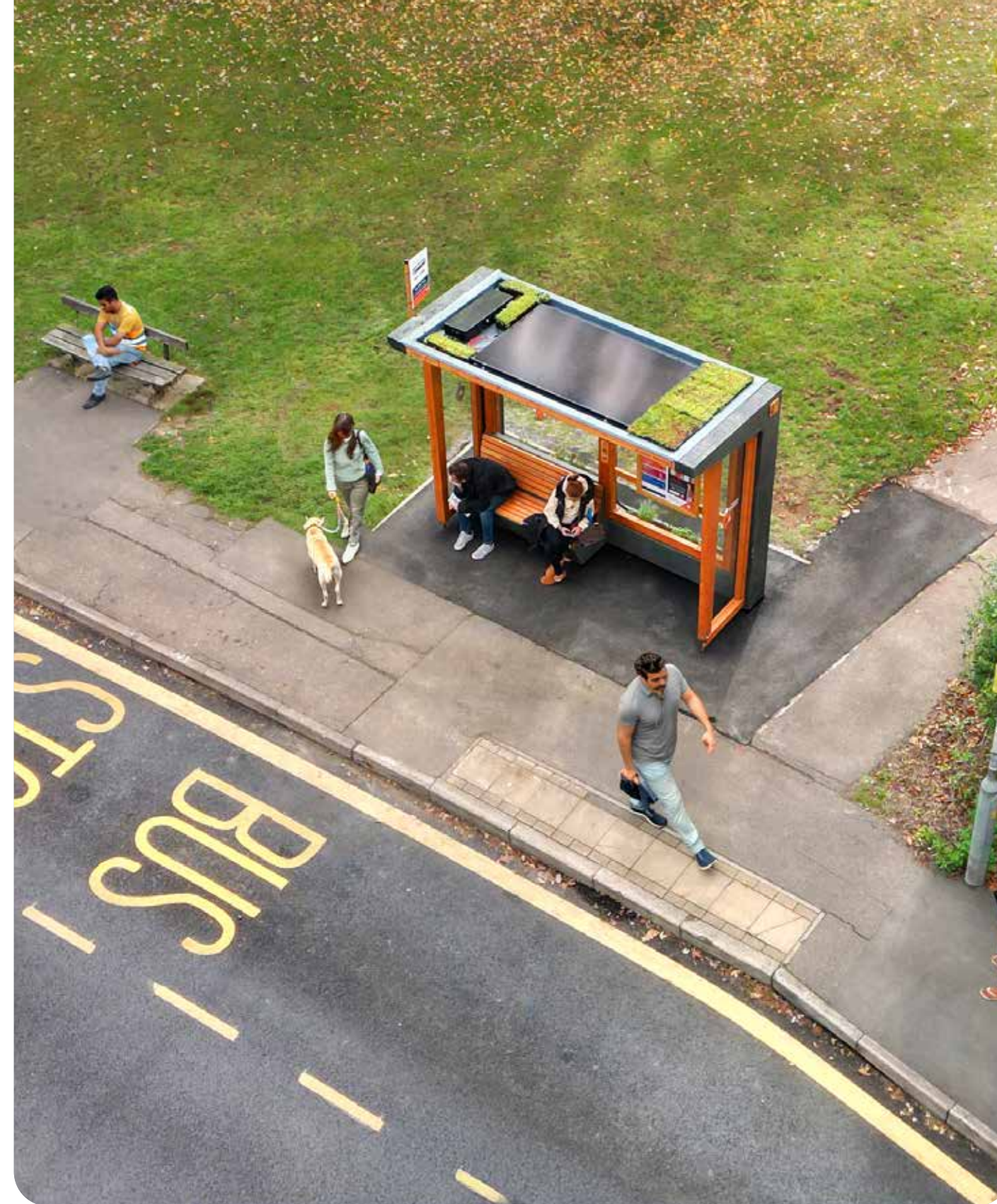


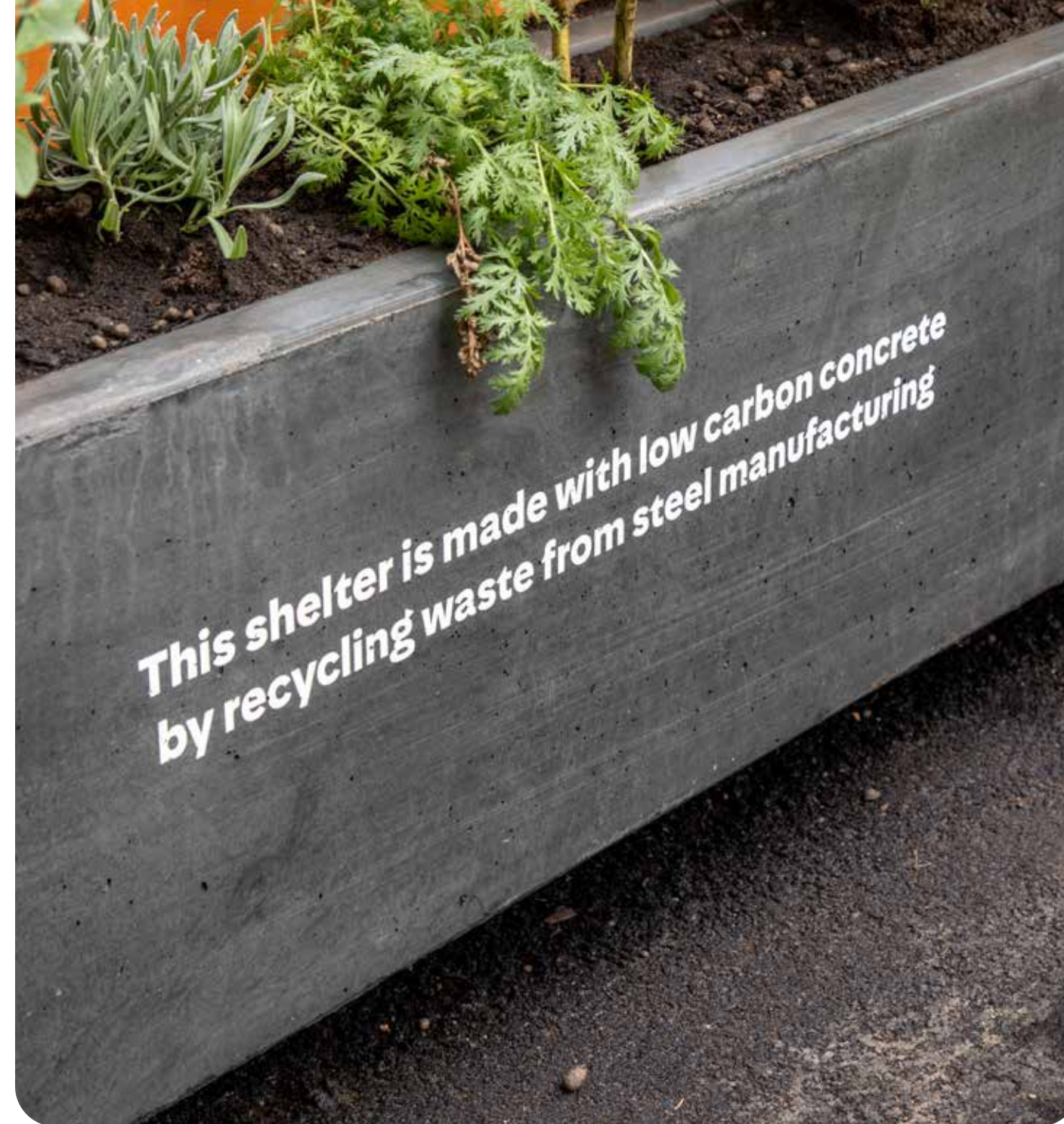
Ondersteuning van een betere wereld: onze planeet

Casestudy: Milestone-bushokjes

In 2025 onthulde Bauer Media Outdoor UK een revolutionair nieuw assortiment bushokjes - de Milestone - in samenwerking met Essex County Council als onderdeel van de lancering van hun Basildon Greener Route. Dit innovatieve project vertegenwoordigt een aanzienlijke stap vooruit wat betreft het ontwerp van de Britse bushokjes-infrastructuur, en combineert koolstofarmere materialen met verbeterde toegankelijkheid, veiligheid en ervaring voor passagiers.

Het Milestone-assortiment werd ontwikkeld na uitgebreid onderzoek naar de behoeften van moderne busreizigers, met speciale aandacht voor toegankelijkheid, veiligheid, comfort en duurzaamheid. De bushokjes worden ontwikkeld en geproduceerd in het Verenigd Koninkrijk, met gebruik van lokaal ingekochte, duurzame materialen, wat een flexibeler toeleveringsketen met minder koolstofemissies bevordert.





Belangrijke kenmerken en voordelen bestaan o.a. uit:

- **Uitnodigend, door de natuur geïnspireerd ontwerp.** Milestone is bedoeld om een groter gebruik van openbaar vervoer te bevorderen, door het integreren van groene beplanting en verbeteringen van de biodiversiteit, zoals Living Roofs en plantenbakken met inheemse plantensoorten en wilde bloemen.
- **Duurzame materialen.** Deze bestaan uit door het FSC gecertificeerde Douglassparrenhout dat lang meegaat, en koolstofarm beton en glas. In totaal produceert Milestone circa 70% minder CO₂e-emissies in vergelijking met een traditioneel uit drie delen bestaand bushokje.
- **Uitgebreid gebruik van technisch hout.** Belangrijke structurele elementen worden gebouwd met verantwoordelijk ingekocht technisch hout, waarmee de afhankelijkheid van materialen met meer koolstof wordt verminderd. Hout is afkomstig uit beheerde bossen in Schotland, wat verantwoordelijke bosbouw en nationale toeleveringsketens ondersteunt.
- **Groter comfort voor passagiers.** Nieuwe ontwerpen voor bankjes zijn gericht op lendensteun en ergonomie.
- **Betere toegankelijkheid.** Functies bestaan uit NaviLens digitale wegwijzer ter ondersteuning van passagiers met een visuele beperking, gereserveerde zitplaatsen, en dienstregelingen met achterverlichting ter bevordering van gebruikersgemak voor een uiteenlopende groep reizigers.
- **Herontworpen verlichting.** Energiearme, door zonne-energie gevoede en gelijkmatiger verspreide intelligente verlichting helpt het bevorderen van de zichtbaarheid en veiligheid, inclusief betere ondersteuning voor liplezen.
- **Bevorderen van veiliger reizen.** Locatiereferenties via What3Words en helplijninformatie voor Strut Safe zijn vermeld op de dienstregeling om passagiers met name 's nachts te helpen.
- **Bovengrondse funderingen.** Hiermee is installatie sneller mogelijk, waardoor verstoring voor lokale inwoners en gebruikers wordt beperkt en de impact op het milieu wordt verminderd. Funderingen kunnen opnieuw worden gebruikt, en ondersteunen derhalve de principes van circulaire economie en beperken toekomstig materiaalgebruik.

4. Beoordelingen van levenscycli en levensduur van bedrijfsmiddelen

Bauer Media Outdoor pakt de vermindering van het effect op het milieu systematisch aan door te kijken naar mogelijkheden om het leven van bedrijfsmiddelen te verlengen, afval tot een minimum te beperken en geïnformeerde keuzes qua ontwerp en materiaal te maken. Het denken in levenscycli ondersteunt de manier waarop wij infrastructuur in al onze markten ontwerpen, onderhouden, renoveren en zo nodig vervangen.



- **Het gebruik van de beoordelingen van levenscycli om ontwerp en inkoop te informeren.** Bauer Media Outdoor gebruikt instrumenten en gegevenssets voor de beoordeling van levenscycli om inzicht te krijgen in de milieueffecten van productie tot installatie, praktische exploitatie en behandeling aan het eind van de levensduur. Deze beoordelingen informeren ontwerp- en inkoopbeslissingen en ondersteunen de consistente toepassing van de principes van de circulaire economie in onze hele portefeuille.
- **Toepassen van gegevens van milieueffect op productontwerp.** We gebruiken een eigen milieueffectcalculator om een grote verscheidenheid aan producten te beoordelen. Tijdens de ontwerpfase minimaliseren we materiële massa, vergroten we het gebruik van gerecyclede of geüpcyclede materialen en vermijden we nieuwe materialen als er alternatieven beschikbaar zijn.
- **Verbetering van de recyclebaarheid en vermindering van de opgenomen koolstof in materialen.** Ongeveer 99% van de paneelonderdelen van Bauer Media Outdoor is technisch recyclebaar, met uitzondering van enige kleinere elektrische onderdelen. Gerecyclede aluminium wordt in onze productportefeuille gebruikt, waarmee een geschat gemiddelde van 20% aan broeikasgasemissies wordt vermeden in vergelijking met nieuw aluminium. We beperken bovendien het gebruik van andere nieuwe materialen als er gerecyclede alternatieven bestaan, waarmee nog eens een geschatte 20%-26% aan emissies in relevante productgroepen kan worden vermeden.
- **Gebruik van bouwmaterialen met minder koolstof.** We gebruiken recyclebare metalen legeringen en integreren glasscherven in glaswerk, waarmee we de energievraag en opgenomen CO₂ verminderen. In 2024 is Bauer Media Outdoor gestart met het gebruik van koolstofarmer glas (circa 25% minder CO₂-emissies dan standaardglas) en koolstofarmer beton (circa 35% minder CO₂-emissies dan standaardbeton) in geselecteerde toepassingen.
- **Het leven van bedrijfsmiddelen verlengen door onderhoud en renovatie.** We geven prioriteit aan onderhoud, reparatie, renovatie en hergebruik voordat we vervangen, met name voor infrastructuur met een lang leven, zoals bushokjes en digitale schermen. Interventiewerk wordt geregistreerd en de geschiedenis van de gezondheid van de bedrijfsmiddelen wordt bijgehouden, waardoor de conditie nauwkeurig kan worden beoordeeld en onderhoud kan worden gericht op punten waar dit het grootste milieuvoordeel biedt. In veel gevallen kunnen bushokjes hierdoor volledig gerenoveerd worden zonder ze van de straat te hoeven verwijderen. Onderdelen die niet hergebruikt kunnen worden, zoals staal, aluminium schroot en glasafval, worden naar recyclingpartners gestuurd om afval op stortplaatsen tot een minimum te beperken.
- **Beperking van voortijdige vervanging door gestructureerd onderhoud.** Voorspellend, preventief en correctief onderhoud beperkt de noodzaak om bedrijfsmiddelen zoals oude schermen permanent te verwijderen. Met een duidelijk zicht op de conditie en prestatie van het bedrijfsmiddel verlengen we het nuttige leven van infrastructuur terwijl we de veiligheid en functionaliteit ervan in stand houden. Voor digitale schermen schatten we dat het nuttige leven met meer dan tien jaar kan worden verlengd door middel van productverbeteringen en routineonderhoud, waardoor de opgeslagen koolstof dat met de productie van nieuwe bedrijfsmiddelen wordt geassocieerd wordt beperkt.
- **Renovatie als alternatief voor vervanging.** Ons renovatie-initiatief Revive toont hoe het verlengen van het leven van bedrijfsmiddelen milieu- en commerciële voordelen kan bieden en tegelijkertijd verstoring in openbare ruimtes tot een minimum kan beperken (zie onze Casestudy betreffende het Revive-initiatief, pagina 31).

Ons Revive-initiatief

We hebben Revive ingevoerd, een nieuwe optie voor lokale overheden voor het renoveren van bushokjes. Het is een in potentie groener, kosteneffectiever en sneller alternatief voor het verwijderen van bestaande bushokjes en de vervanging ervan met nieuwe.

Waar haalbaar kunnen we de bestaande voorraad renoveren door het repareren en opnieuw schilderen van bushokjes, ze weer in de oude staat terug te brengen en hun leven met wel 10 jaar te verlengen.

De Revive-optie biedt aanzienlijke voordelen voor het milieu, lokale overheden en de gemeenschappen waarin we werken:

94%

potentiële verlaging van CO₂e-emissies per gerenoveerd bushokje (in vergelijking met een totaal nieuwe installatie).

85%

potentiële kostenverlaging in vergelijking met het installeren van een nieuw bushokje, waardoor besparingen lokaal opnieuw kunnen worden geïnvesteerd.

Minder verstoring

Minder werk op locatie en minder verstoring voor het reizende publiek en plaatselijke bedrijven.

We onderhouden onze bushokjes regelmatig, wat betekent dat ze veel langer dan hun oorspronkelijke levenscycli bruikbaar blijven. Via ons Revive-initiatief werkt Bauer Media Outdoor UK samen met gemeenten om selectief de aanwezige bushokjes te renoveren en het nuttige leven van bestaande bedrijfsmiddelen te verlengen. Na een structurele beoordeling kan het leven van bushokjes die daarvoor geschikt worden geacht, worden verlengd met wel 10 jaar en maximaal 94% minder koolstofemissies bereiken in vergelijking met de installatie van nieuwe bushokjes.

Renovatie vindt doorgaans gedurende drie dagen plaats, en wordt uitgevoerd door ervaren teams van Bauer Media Outdoor die voor zover mogelijk gerecyclede en geüpcyclede onderdelen gebruiken. Het proces omvat:

- Dag 1:** Verwijdering van versleten onderdelen, voorbereiding van de constructie en opnieuw verven.
- Dag 2:** Installatie van nieuwe componenten, voor zover mogelijk met gebruik van gerecyclede en geüpcyclede onderdelen.
- Dag 3:** Definitieve installatie en reiniging voordat het bushokje wordt goedgekeurd voor algemeen gebruik.

Bushokjes een nieuw leven geven vertegenwoordigt een voordeligere en milieuvriendelijkere manier om publieke infrastructuur te vernieuwen, afval te beperken en het leven van bedrijfsmiddelen te verlengen, terwijl verstoring tot een minimum wordt beperkt en lokale duurzaamheidsdoelen worden ondersteund. Bushokjes een nieuw leven geven heeft een minimaal effect op onze klanten aangezien reclamelocaties gedurende het proces operationeel blijven.

In 2025 heeft Bauer Media Outdoor UK 174 bushokjes een nieuw leven gegeven, inclusief 52 in Portsmouth als onderdeel van de bredere upgrade van het Park & Ride-meubilair van Portsmouth City Council. Verbeteringen bestonden uit intelligente verlichting, meer zitplaatsen, betere informatieborden, betere toegankelijkheid en waar mogelijk de installatie van Living Roofs. Bauer Media Outdoor zal uiteindelijk 251 bushokjes renoveren met het Revive-initiatief voor Portsmouth City Council als onderdeel van bredere geplande upgrades van hun bestaande bushokjes, wat een aanzienlijke besparing zal opleveren ten opzichte van het installeren van nieuwe bushokjes.



Ondersteuning van een betere wereld: onze planeet

Levenscyclus

Recyclingpercentage van het meubilair en ondersteuning van scheiding en herwinning van onderdelen



Grondstoffen

Gebruikte materialen voor de bouw van meubilair



Productie en montage

Productieprocessen en -locaties

Factoren die worden overwogen in de levenscyclus van ons meubilair



Verpakking en logistiek

Soort voertuig, aantal gereden kilometers en getransporteerde massa



Installatie

Verbruik en kwaliteit van beton



Gebruik en onderhoud

Energieverbruik, levensduur, en verbruiksartikelen (posters, reserveonderdelen, reinigingsproducten)



5. Hernieuwbare energie

Bauer Media Outdoor gebruikt verschillende maatregelen om het effect op het klimaat van onze activiteiten te beperken, ten eerste gericht op het verlagen van de energiebehoefte en vervolgens op decarbonisatie van de elektriciteit die we gebruiken.

- **Verminderen van behoefte via operationele controlemaatregelen.** In al onze markten gebruiken we sensoren en extern configureerbare instellingen om de achterverlichting van digitale schermen te dimmen of uit te schakelen en, waar toepasselijk, schermen voor langere periodes uit te schakelen.
- **Verbetering van efficiëntie via technologie.** We ontwikkelen en gebruiken intelligente verlichting die efficiënter en zuiniger is voor straatmeubilair en digitale schermen. Het meest recente voorbeeld daarvan zijn de Waterlite vloeibaar-kristalpanelen langs de weg, die volgens externe tests 50% elektriciteitsbesparing opleveren in vergelijking met de vorige iteratie.
- **Het kopen van hernieuwbare elektriciteit voor onze eigen activiteiten.** In 2024 heeft naar schatting 87% van de bedrijfsafdelingen (op basis van inkomsten) 100% hernieuwbare elektriciteit gekocht voor vestigingen die het eigendom zijn van Bauer Media Outdoor. Nieuwe elektriciteitscontracten hebben sinds 2021 de inkoop van hernieuwbare elektriciteit voorgeschreven.*
- **Gebruik van marktspecifieke oplossingen voor hernieuwbare energie.** Bauer Media Outdoor Polen betreft elektriciteit uit hernieuwbare energie via Polenergia, wat wordt gegenereerd in het windpark in Debsk in centraal-oostelijk Polen.
- **Ondersteuning en bevordering van het gebruik van hernieuwbare energie voor andere dan ons eigen bezit.** We ondersteunen zakenpartners bij het gebruik van hernieuwbare energie, inclusief zonne-energie, en helpen daarmee de totale milieuoetafdruk van onze producten te beperken.

*Een deel van de hernieuwbare elektriciteit wordt van het net gekocht en gecertificeerd door Renewable Energy Guarantees of Origin in het Verenigd Koninkrijk en Garanties van Oorsprong in de EU, waarmee de gekochte elektriciteit overeenkomt met de equivalente hoeveelheid uit hernieuwbare bronnen.

6. Initiatieven voor het dimmen van schermen

Bauer Media Outdoor maakt voor alle digitale schermen gebruik van besturing voor helderheid en werking om energiegebruik te verminderen maar wel aan nationale en lokale vereisten te voldoen. Deze besturing omvat vastgelegde helderheidsgrenzen, lichtsensoren, geprogrammeerde software-instellingen en operationele bescherming om te garanderen dat schermen blijven passen bij lokale omstandigheden terwijl het elektriciteitsverbruik wordt beperkt.

Naast deze technische maatregelen passen veel markten beperkingen van werkingstijden toe om energie te besparen, te voldoen aan dark-sky- of milieubeheersregels en om publiekspatronen te weerspiegelen. Zo schakelt Bauer Media Outdoor Nederland schermen in scholen uit buiten schooltijden, en worden als regel digitale schermen in het Verenigd Koninkrijk gedurende minstens vijf uur per nacht uitgeschakeld.



7. Recyclen van afval en beperking van afval en afhankelijkheid van natuurlijke middelen

De vereisten voor gerecyclede en hergebruikte materialen variëren per stad, gemeente en openbaar vervoersbedrijf, en aanbestedingsspecificaties geven deze verwachtingen in toenemende mate aan. In sommige landen zijn lokale overheden wettelijk verplicht om straatmeubilair te recyclen of renoveren. Voor zover aanbestedingsvereisten en technische normen dit toestaan, blijft Bauer Media Outdoor haar benadering ontwikkelen om het gebruik van gerecyclede in plaats van primaire materialen voor nieuw geproduceerde producten te vergroten.

We beoordelen de voornaamste materialen die voor belangrijke bedrijfsmiddelen, zoals panelen en bushokjes, worden gebruikt om mogelijkheden vast te stellen om afval en daarmee verband houdende emissies te beperken. Zo is voor de productie van gerecycled aluminium ongeveer 90% minder energie nodig dan voor primair aluminium.*

We blijven ook, voor zover dat haalbaar is, gerecyclede of geüpccyclede inhoud in materialen integreren, zoals staal, glas en kunststoffen. In 2024 heeft Bauer Media Outdoor UK een afvalintensiteitscijfer voor Scope 3 gemeld van 0,00005 tCO₂e per £ 1.000 inkomen voor afval dat tijdens werkzaamheden werd gegenereerd.

*Bron: european-aluminium.eu/ for aluminium data

▼ Sinds 2023 maakt Bauer Media Outdoor gebruik van 'Green Offer'-posters die worden gedrukt met inkt zonder oplosmiddelen op 100% gerecycled papier.



▲ De posters van Bauer Media Outdoor Nederland worden hergebruikt door artiesten om nieuw artwork te maken dat op bushokjes wordt getoond.

◀ Bauer Media Outdoor Finland is begonnen met het gescheiden verzamelen en recyclen van gehard glas uit bushokjes, zodat het kan worden omgezet in schuimglasaggregaat dat wordt gebruikt voor isolatie van gebouwen en voor de wegenbouw.

8. Verwijderen van gevaarlijk afval

Bauer Media Outdoor beheert gevaarlijk afval overeenkomstig de toepasselijke wet- en regelgeving en werkt met specialistische leveranciers om de gepaste hantering, tracking en verwijdering in alle markten te garanderen.

- **Rapportage en transparantie leveranciers.** Belangrijke leveranciers van afvalverwijdering worden vereist analyses te geven van het type en de hoeveelheid materialen die worden verwijderd. De Kaderrichtlijn Afvalstoffen van de EU bepaalt kerndefinities en -vereisten voor afvalbeheer, inclusief classificatie, recycling en herwinning van afval.
- **Gevaarlijke afvalstromen.** Gevaarlijk afval binnen onze bedrijven en toeleveringsketen kan bestaan uit elektrische en elektronische apparatuur (zoals schermen, billboardtegels, bedieningsapparatuur, motors en ventilators), lampen en neonbuizen, verf en verfblikken, spuitbussen, batterijen en bitumineus afval.
- **Het niet storten van afval en minder gebruiken van stortplaatsen.** In het Verenigd Koninkrijk heeft Bauer Media Outdoor operationeel afval niet naar stortplaatsen afgevoerd, waarmee naar schatting 99,1% van het totale gevaarlijke en niet-gevaarlijke operationele afval in 2025 niet is gestort. De totale afvalvolumes in 2025 werden verminderd met 1.146 ton (een vermindering van 52% ten opzichte van 2024).

9. Wagenpark

Overall in Bauer Media Outdoor kijken we naar mogelijkheden om het gebruik van hybride en elektrische voertuigen binnen onze werkzaamheden te vergroten, rekening houdend met de beschikbaarheid van voertuigen, laadinfrastructuur en de technische duurzaamheid van huidige modellen voor specifieke operationele toepassingen.

Bauer Media Outdoor heeft hybride en elektrische voertuigen in belangrijke wagenparken ingevoerd. Zo is in België het aantal plug-in hybride en elektrische personenwagens gestegen van 7% in 2022 tot 64% in 2024, en hybride en elektrische magazijnbusjes van 3% tot 50% in dezelfde periode.

10. Openbare fietsprogramma's

Bauer Media Outdoor exploiteert met reclame gefinancierde openbare fietsprogramma's in diverse Europese markten, ondersteunt daarmee koolstofarme stedelijke mobiliteit, en creëert zeer effectieve reclamemogelijkheden. We beheren programma's in België, Zweden en Noorwegen, waar we een gecombineerd fietsenpark beheren van meer dan 10.000 fietsen, inclusief een toenemend aantal elektrische fietsen.

In 2024 heeft Bauer Media Outdoor deze capaciteit uitgebreid via de aankoop van UIP in Noorwegen, een specialist in oplossingen op het gebied van stedelijke ontwikkeling en micromobiliteit. De acquisitie betekende een uitbreiding van ons vermogen om geïntegreerde, door reclame gefinancierde mobiliteitsdiensten voor steden en gemeentes te leveren.

In 2025 lanceerde Bauer Media Outdoor Finland, in samenwerking met Bauer Media Outdoor Estland, een Smart City oplossing met Bikeep. Het initiatief bracht door reclame gefinancierde intelligente fietsenstallingen in winkelcentra, en bood daarmee veilige, met een app geregelde stalling, geïntegreerde waarschuwingen en het laden van e-fietsen. Door fietsen te stimuleren als alternatief voor het gebruik van de auto, ondersteunen deze oplossingen koolstofarme transportkeuzes en dragen bij aan schonere stedelijke omgevingen.





11. Reiniging en onderhoud

Bauer Media Outdoor vangt op sommige locaties (behoudens geldende voorschriften) regenwater op en gebruikt het voor het reinigen van locaties. Dankzij deze aanpak zijn geen extra reinigingsproducten nodig. Bauer Media Outdoor UK schat dat het gebruik van regenwater en verbeterde reinigingssystemen het gebruik van leidingwater met maximaal 50% vermindert.

12. Meten van zoetwatergebruik, waterbesparingen, en intensiteit afvalwater

Depots van Bauer Media Outdoor volgen het waterverbruik en passen maatregelen toe die bedoeld zijn om het gebruik van zoet water tot een minimum te beperken. Deze maatregelen omvatten verbeterde reinigingssystemen met stelen die met langzaam stromend water worden gevoed en waarvoor geen reinigingsmiddelen worden gebruikt. Hierdoor kan gebruikt water in normale afvoersystemen voor oppervlaktewater worden afgevoerd.

In diverse markten, zoals Estland, België en het Verenigd Koninkrijk zijn op geselecteerde locaties wateropvangsystemen geïnstalleerd om de vraag naar leidingwater te beperken. In het Verenigd Koninkrijk wordt het waterverbruik in depots gemonitord om onverwachte patronen vast te stellen en benchmarking te ondersteunen. Sinds de installatie van systemen voor het opvangen van regenwater in alle depots waar dit fysiek haalbaar was, heeft Bauer Media Outdoor UK aan het eind van 2025 het gebruik van leidingwater met meer dan 5.000 m³ verminderd.

13. Biodiversiteit

Bauer Media Outdoor beschouwt biodiversiteit als een steeds belangrijker overweging voor steden, gemeenschappen en lokale overheden, met name in dichtbevolkte stedelijke omgevingen waar groene ruimtes beperkt zijn. Kleine, goed gepositioneerde interventies kunnen helpen bij het opnieuw verbinden van gefragmenteerde leefomgevingen en het ondersteunen van veerkrachtiger stedelijke ecosystemen. Waar dit haalbaar is, integreren we functies die biodiversiteit ondersteunen in infrastructuur en werken we met partners aan lokale milieu-initiatieven.

In onze markten bestaat dit uit diverse praktische acties:

- In februari 2025 hebben werknemers en branchepartners van Bauer Media Outdoor Nederland 100 lindebomen geplant in samenwerking met Trees for All.
- Bauer Media Outdoor Zweden heeft de campagne in 2025 van het Worldwide Fund for Nature ondersteund en inwoners aangespoord om vervuiling te beperken en ecosystemen in zee te beschermen.

- In het Verenigd Koninkrijk heeft Bauer Media Outdoor sinds 2022 13 Edible Playgrounds gefinancierd, meer dan 400 bomen in stedelijke gebieden gepland via charitatieve partnerships, 11 lokale beleggingsfondsen voor milieuprojecten gelanceerd, en initiatieven voor het opruimen van gemeenschappen ondersteund, zoals het verzamelen van 289 zakken afval als onderdeel van de Keep Britain Tidy Big Spring Clean Up 2025. In het Verenigd Koninkrijk zijn tot nu toe 36 Vertical Meadows (verticale weiden) en meer dan 240 Living Roofs geïnstalleerd.



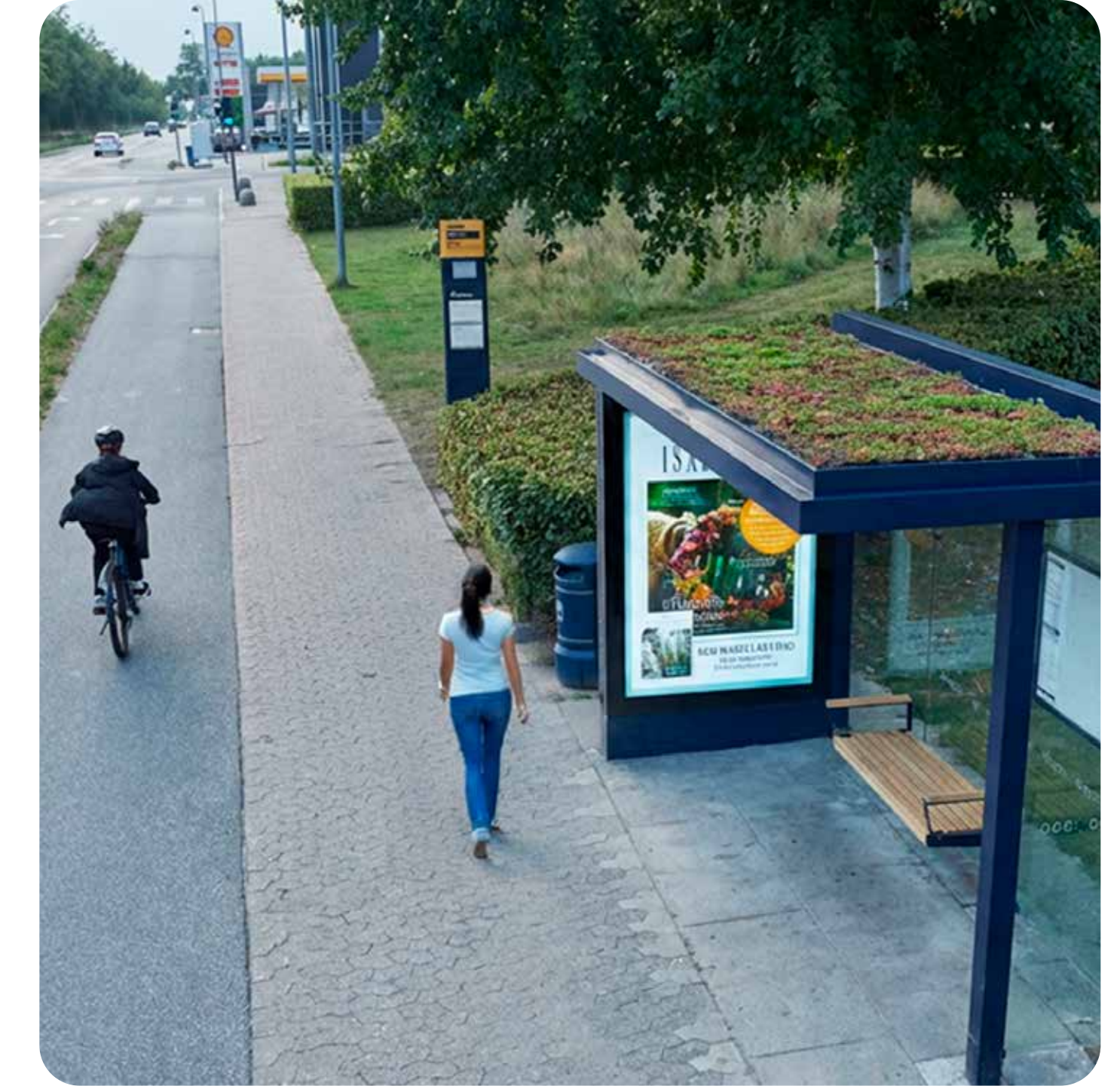
14. Living Roofs

Bauer Media Outdoor is in 2019 gestart met het Living Roof om biodiversiteit-ondersteunende functies in bestaande stedelijke infrastructuur te integreren. Sindsdien zijn meer dan 1.000 installaties van Living Roofs uitgevoerd in Nederland, Scandinavië, België, Ierland en het Verenigd Koninkrijk.

Living Roofs ondersteunen stedelijke biodiversiteit door het bieden van leefomgevingen en voedselbronnen voor bestuivers en vogels via het planten van inheemse wilde bloemen en sedumbepanting. Ze dragen ook bij aan duurzame stedelijke afwatering, waarbij tests 40% tot 90% terughouding van regenwater hebben aangegeven, afhankelijk van de verzadigingsniveaus, en ze kunnen helpen de hoeveelheid weglappend oppervlaktewater tijdens zware regenval te beperken en stedelijke hitte te matigen.

Het Living Roof-systeem wordt geïnstalleerd op aangepaste bushokjes met gebruik van een geïntegreerd dak- en bak-ontwerp. De onderdelen van het dak worden gebouwd met 100% gerecyclede materialen, afwatergravel wordt geproduceerd uit geüpccycled puimsteenafval, en de omringende bouwsels maken gebruik van gerecyclede materialen zoals geüpccycled kunststof hout of door de FSC® gecertificeerd hout behandeld met niet-gevaarlijke coatings op waterbasis.

In het Verenigd Koninkrijk zijn Living Roofs onafhankelijk beoordeeld door de Royal Society of Wildlife Trusts en Middlemarch, een toonaangevend adviesbureau, welke beoordeling een netto positief resultaat op het gebied van biodiversiteit heeft aangegeven. Bauer Media Outdoor UK vervolgt haar zesjarige samenwerking met The Wildlife Trust, en Living Roofs worden nu geïnstalleerd in steden zoals Brighton, Cardiff, Derby, Glasgow en Sunderland.



15. Sedumtegels

In 2025 heeft Bauer Media Outdoor Nederland sedumtegels aangebracht in de buurt van geselecteerde bushokjes als een kleinschaligere, modulaire manier om stedelijke biodiversiteit te ondersteunen. Elke tegel van 30 x 30 cm bevat negen sedumsoorten, die zijn geselecteerd op het bieden van grondbedekking gedurende het hele jaar, op verschillende momenten in de zomer bloeien, en bestand zijn tegen winters weer.

De tegels bieden voedsel en onderdak aan insecten en vogels en kunnen individueel of in clusters worden geïnstalleerd, waardoor flexibiliteit mogelijk is als installatie van volledige Living Roofs niet geschikt is. Sedumtegels ondersteunen bovendien lokale inspanningen om te vergroenen, inclusief deelname aan het Nederlandse initiatief NK Tegelwippen dat de vervanging van betegelde oppervlakken door begroeiing stimuleert.

Ondersteuning van een betere wereld: ons personeel

Bij Bauer Media Outdoor speelt ons personeel een centrale rol bij hoe we als een op mensen gericht mediabedrijf werken. Onze teams ontwerpen, bouwen, exploiteren en onderhouden bedrijfsmiddelen in steden, dorpen en gemeenschappen in heel Europa, en hun vaardigheden, oordeel en integriteit zijn essentieel voor de veiligheid en continuïteit van onze dienstverlening en het vertrouwen bij gemeenten, partners en gemeenschappen.

We zetten ons in voor het creëren van een werkplek die veilig, eerlijk en inclusief is, waar mensen kunnen groeien, een bijdrage kunnen leveren en zich gerespecteerd voelen. Door de bloei van ons personeel te ondersteunen, versterken wij de capaciteit, samenwerking en verantwoordelijkheid die nodig zijn om ons netwerk verantwoordelijk te exploiteren en langdurige waarde voor onze stakeholders te leveren.



In een oogopslag: ondersteuning van ons personeel

Het vermogen van Bauer Media Outdoor om betrouwbare infrastructuur voor publieke media te leveren en onze adverterende klanten van dienst te zijn hangt af van alle mensen in onze teams: van de mensen die elke dag onze bedrijfsmiddelen ontwerpen, installeren, bedienen en onderhouden, tot de mensen die contact hebben met onze adverterende klanten om hen te helpen contact met hun publiek te maken. Onze benadering van personeelsmanagement richt zich op het creëren van veilige, eerlijke en inclusieve werkomgevingen, het opbouwen van vaardigheden voor de lange termijn, en het ondersteunen van consistente prestaties in diverse markten en operationele omstandigheden.



We bevorderen eerlijke behandeling, gelijke kansen en respectvol gedrag met duidelijk beleid en dagelijkse managementpraktijken.

Inclusief gedrag is geïntegreerd in alle markten, ondersteund door consistente verwachtingen, werknemersbetrokkenheid en regelmatige feedback.

Diverse teams vormen een afspiegeling van de gemeenschappen waarin we werken en ondersteunen stabiele, collaboratieve en verantwoordelijke werkwijzen.



Gezondheid, veiligheid en welzijn zijn kernprioriteiten, met name voor teams die in druk verkeer en in openbare ruimtes werken.

Consistente veiligheidsnormen, training en rapportage van incidenten ondersteunen risicobeheer en veilige werkzaamheden in alle markten.

Initiatieven voor welzijn en eerlijke werkomstandigheden ondersteunen langdurige inzetbaarheid, veerkracht en duurzame prestaties.



We investeren in training, vaardigheden en loopbaanontwikkeling ter ondersteuning van langdurige dienstverlening en operationele flexibiliteit.

Met ontwikkelingsprogramma's worden technische expertise, leiderschapscapaciteiten en gereedheid voor veranderende technologieën en behoeften van klanten opgebouwd.

Door intern vaardigheden te ontwikkelen, ondersteunen we continuïteit, kwaliteit en betrouwbare diensten voor partners uit de publieke sector.

Duurzame Ontwikkelingsdoelen



Gezondheid, veiligheid en welzijn

De gezondheid, veiligheid en het welzijn van ons personeel zijn fundamenteel voor hoe we werken. Als een bedrijf dat op publiek gerichte media-infrastructuur ontwerpt, bouwt, installeert en onderhoudt, leggen we met name nadruk op het beheeren van risico, het beschermen van ons personeel en het handhaven van een veilige werkomgeving in al onze markten.

Onze benadering is gebaseerd op naleving van toepasselijke regelgeving, continue verbetering en een cultuur van zorg. We streven ernaar in al onze markten aan relevante vereisten voor gezondheid en veiligheid te voldoen en vullen dit overall in de groep aan met beleid, training en managementsystemen. Naleving van onze richtlijnen en procedures wordt verwacht, en onze afspraken worden onderworpen aan routinematige evaluaties en, waar toepasselijk, onafhankelijke inspecties.

Overall in Bauer Media Outdoor worden op lokaal niveau systemen voor gezondheid en veiligheid toegepast die operationele risico's en wettelijke vereisten weerspiegelen. In sommige markten worden deze systemen afgestemd op erkende internationale normen, zoals ISO 45001. Voor operationele teams bestaan er aanvullende veiligheidsmaatregelen zoals bescherming van personen die alleen werken en noodhulpmiddelen om waar nodig snel hulp te kunnen verlenen.

Lokale initiatieven op onze markten bestaan o.a. uit:

Noorwegen: Driemaandelijke vergaderingen van de HSE-commissie en jaarlijkse risicobeoordelingen voor het vaststellen en beheren van risico's op de werkplek.

Polen: Gerichte training op het gebied van gezondheid en veiligheid op het werk voor teams in het veld en verbeteringen van ergonomische condities voor kantoorpersoneel en thuiswerkers.

Zweden: Integratie van veiligheidsoverwegingen in werkevaluaties en functioneringsgesprekken.

Verenigd Koninkrijk: Onze campagne 'Safety First, Every Day' versterkt een op veiligheid gerichte cultuur, met name binnen constructie- en onderhoudsteams. Vereisten voor training worden afgestemd op risico's die specifiek voor bepaalde functies zijn en worden gemonitord om consistente toepassing in het hele bedrijf te ondersteunen.

We begrijpen bovendien dat geestelijke gezondheid even belangrijk is als fysieke gezondheid. In al onze markten bieden we hulpprogramma's voor werknemers, die vertrouwelijke gesprekken en ondersteuning voor werknemers en hun families bieden. We verzorgen training, webinars, sessies met gastsprekers en gerichte bewustwordingsinitiatieven, inclusief programma's die zijn afgestemd op operationele teams met voornamelijk mannelijke werknemers, om open dialoog te bevorderen en stigma's te beperken. Initiatieven voor lokaal welzijn bestaan uit:

België: Een conferentie over gezond eten geleid door voedingsdeskundigen, MVO-vrijwilligersactiviteiten, en deelname aan de 20 km lange loop/wandeltocht voor Make-A-Wish in Brussel.

Nederland: Activiteiten gedurende de week van de geestelijke gezondheid en de jaarlijkse Bauer Media Outdoor Impact Day, ter ondersteuning van gemeenschapsinitiatieven zoals schooltuinen en ondersteuning van mensen met een beperking.

Noorwegen: Lezingen tijdens Wereld Geestelijke Gezondheidsdag en Pride en gefaciliteerde sessies met groepsdialogen.

Verenigd Koninkrijk: Een netwerk voor hulp op het gebied van geestelijke gezondheid en training van managers georganiseerd in samenwerking met Mental Health at Work.

We ondersteunen het evenwicht tussen werk en vrije tijd door middel van flexibele en hybride werkafspraken, behoudens bedrijfsbenodigdheden en lokale regelgeving, en bieden een gezinsvriendelijk beleid in diverse markten. In België is een Right to Disconnect (Recht op onbereikbaarheid)-beleid ingevoerd ter ondersteuning van het welzijn van werknemers en duidelijker grenzen rond werktijden.



Eerlijkheid, beloning en werkomstandigheden

Bauer Media Outdoor streeft ernaar in al haar markten eerlijke en transparante werkomstandigheden te bieden, ondersteund door duidelijk beleid en governance. Onze benadering van beloning, secundaire arbeidsvoorwaarden en werkwijzen is ontwikkeld voor het aantrekken en behouden van mensen met de vaardigheden die nodig zijn om ons bedrijf te steunen en die bovendien een weergave zijn van lokale marktomstandigheden en wettelijke vereisten.

Beloning en erkenning

De beloningsstrategieën van Bauer Media Outdoor zijn ontwikkeld om onze bedrijfsdoelstellingen te ondersteunen met het aantrekken, behouden en motiveren van getalenteerde personen. Beloning omvat doorgaans een basissalaris en, voor zover toepasselijk, incentive-afspraken afgestemd op de financiële, operationele, strategische en persoonlijke prestaties.

Ons jaarlijks salarisherzieningsproces is bedoeld om prestaties en bijdragen te erkennen, rekening houdend met marktnormen en interne rechtvaardigheid. Verkoopfuncties werken met commissiestructuren waarbij een vast basissalaris wordt gecombineerd met variabele incentives die gekoppeld zijn aan afgesproken doelen.

In het Verenigd Koninkrijk is Bauer Media Outdoor een Living Wage-werkgever en behoorde tot een van de eerste ondertekenaars van de toezegging van de Living Wage Foundation in 2014. Onze salarisstructuren worden overal in onze markten regelmatig herzien om in lijn te blijven met geldende wetgeving, inclusief opkomende Europese voorschriften voor loontransparantie. Waar nodig worden gerichte actieplannen ontwikkeld om vastgestelde hiaten aan te pakken en continue eerlijkheid te ondersteunen.



Beloning leidinggevenden

Ons kader voor de beloning van leidinggevenden koppelt bedrijfsprioriteiten aan prestaties en omvat overwegingen van aan duurzaamheid gerelateerde targets. Het doel hiervan is om leiderschapsincentives af te stemmen op langdurige waardecreatie en verantwoordelijke bedrijfsresultaten.

Secundaire arbeidsvoorwaarden

We begrijpen dat beloning verder gaat dan salaris. Bauer Media Outdoor biedt diverse secundaire voorwaarden die per markt en functie variëren en kunnen bestaan uit zorg en verzekering, pensioenregelingen en andere lokale secundaire arbeidsvoorwaarden.

Voorbeelden bestaan uit:

Verenigd Koninkrijk: Toegang tot medische consulten en gezondheidsscreenings, initiatieven voor ondersteuning tijdens de menopauze, kortingsplatformen en salarisregelingen voor de aanschaf van o.a. technologie en fietsen.

Polen: Heeft een nieuw cafetariaplatform voor secundaire arbeidsvoorwaarden ingevoerd met uitgebreide toegang tot medische zorg.



Vaardigheden, capaciteit en gereedheid voor de toekomst

Bauer Media Outdoor streeft ernaar haar mensen uit te rusten met de vaardigheden en capaciteiten die nodig zijn om onze bedrijfsprestaties te bevorderen. Deze bestaan uit effectieve interactie met onze adverterende klanten maar ook de bedrijfsvoering, instandhouding en ontwikkeling van een onderneming voor publieksgerichte media-infrastructuur in een veranderende omgeving. Onze aandacht is gericht op het bouwen van technische, leiderschaps- en functionele capaciteiten die veilige werkzaamheden, innovatie en veerkracht op de lange termijn ondersteunen.

In al onze markten investeren we in training en ontwikkeling om werknemers in hun huidige rol te steunen en voor te bereiden op toekomstige verantwoordelijkheden. Onderwijsactiviteiten worden gestuurd door lokale behoeften en bedrijfsprioriteiten en worden afgestemd op gemeenschappelijke normen en programma's op Europees niveau.

Ons marktdoorkruisend Bright Sparks-programma brengt deelnemers uit alle landen samen voor het ontwikkelen van leiderschapscapaciteiten, zelfbewustzijn en samenwerking via coaching, van elkaar leren en praktische bedrijfsprojecten.

Als onderdeel van de Bauer Media Group is in de Scandinavische, Britse en Belgische markten de Bauer Academy ingevoerd en het plan is om deze verder uit te rollen. De Academy biedt onderwijs over een grote verscheidenheid aan onderwerpen, zoals techniek, management en persoonlijke ontwikkeling, en is ontwikkeld om consistente capaciteitsopbouw te ondersteunen met de mogelijkheid om die plaatselijk te leveren.



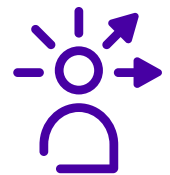
Leren en ontwikkeling

Onze investering in de ontwikkeling van mensen heeft als doel te garanderen dat iedereen de kans heeft om te leren, samen te werken en bij te dragen aan de vormgeving van de toekomst van ons bedrijf. Dit omvat gestructureerde leertrajecten, leiderschapontwikkeling, functiedoorkruisende ervaring en betrokkenheidsinitiatieven die doelstelling en cultuur in al onze markten versterken. Programma's bestaan o.a. uit:



België

Het Transformers Leadership-programma, en gegarandeerd vijf dagen training per werknemer per jaar.



Denemarken

Leiderschaps- en coachingsprogramma's afgestemd op de Scandinavische onderwijsvisie.



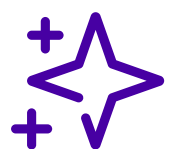
Polen

De managersacademie MAP TO MANAGE en Learning Fridays-sessies om van elkaar te leren.



Zweden

Het initiatief SchOOI, dat zich richt op AI, algoritmes en wetenschappelijk onderbouwde besluitvorming.



Verenigd Koninkrijk

Het programma Outshine consolideert training in management, techniek, en persoonlijke vaardigheden.

Onze propositie voor werknemerswaarde

Bring You. Shape Us.

De propositie van Bauer Media Outdoor voor werknemerswaarde - Bring You. Shape Us. – is een weerspiegeling van wat collega's kunnen verwachten van het werken bij Bauer Media Outdoor en hoe we proberen hen te ondersteunen in hun functies en ontwikkeling.

Onze propositie voor werknemerswaarde moedigt collega's aan authentiek, collaboratief en innovatief te zijn. In ruil daarvoor streeft Bauer Media Outdoor ernaar het volgende aan te bieden:

- Een team waar je je thuis voelt.
- Kansen om te groeien en ontwikkelen.
- Ruimte voor individualiteit en ideeën.
- Een platform om een verschil te maken.
- Een toekomstgericht bedrijf met een open en informele cultuur.



Diversiteit, gelijkheid en inclusie

Bauer Media Outdoor streeft er naar een inclusieve werkomgeving te bevorderen, waar mensen zich gerespecteerd en ondersteund voelen en in staat zijn volledig bij te dragen. Als een mediabedrijf dat in openbare ruimtes werkzaam is en dat diverse gemeenschappen van dienst is, begrijpen we het belang van het bouwen van teams die een reflectie zijn van verschillende perspectieven en achtergronden. Bauer Media Outdoor is een werknemer die gelijke kansen biedt en een werkplek bevordert zonder discriminatie en intimidatie. We waarderen diversiteit qua gedachten en ervaring en vinden dat inclusieve teams betere besluitvorming, sterkere samenwerking en veerkrachtiger resultaten voor het bedrijf ondersteunen.

Inclusieve werving

Onze inclusieve benadering omvat wervingspraktijken ontwikkeld voor het ondersteunen van eerlijke toegang tot kansen. In alle markten worden inclusieaspecten gereflecteerd in wervingsprocessen, het personeelsbeleid en lokale actieplannen betreffende diversiteit, gelijkheid en inclusie (DEI) in afstemming op ons Europees kader. Hiermee kunnen markten lokale prioriteiten volgen maar toch gedeelde doelstellingen ondersteunen.

In het Verenigd Koninkrijk bestaan inspanningen voor het aantrekken van personeel o.a. uit samenwerking met de Brixton Finishing School, die toegang tot carrières in media en reclame ondersteunt voor mensen van ondervertegenwoordigde achtergronden.

Employee Resource Groups

Employee Resource Groups spelen een belangrijke rol in het opbouwen van contacten, bewustzijn en onderlinge ondersteuning in het hele bedrijf. Ze bieden kansen om perspectieven te delen, ideeën bij te dragen, en te helpen bij de vormgeving van initiatieven die de realiteit van het werken in verschillende rollen en markten weergeven.



In het Verenigd Koninkrijk richten zes actieve groepen die intern 'Crews' worden genoemd zich op gelijkheid van vrouwen en genders, LGBTQ+, werkende ouders, geestelijke gezondheid, beperkingen, en ras, etniciteit en religie en leveren programma's gedurende het hele jaar die het leren, de dialoog en het bouwen van gemeenschappen ondersteunen.

Het marktdoorkruisende Scandinavische Forum DEIB (Diversiteit, gelijkheid, Inclusie en Thuis voelen) heeft initiatieven geleid om verantwoordelijkheid en culturele afstemming te versterken, inclusief een evenement met externe partners om het effect van inclusieve communicatie onder de aandacht te brengen.

De Belgische DEIB 'Connect Crew' heeft een programma van een jaar over inclusieve communicatie, geestelijke gezondheid en gelijkheid verzorgd.

Meting en feedback

We gebruiken regelmatige feedback van werknemers om inzicht te krijgen in hoe inclusiviteit op onze werkplek in de praktijk voelt. Onze tweejaarlijkse personeelsenquête biedt inzicht in betrokkenheid en inclusie overal in Bauer Media Outdoor. In 2025:

- was de totale betrokkenheidsscore 70%.
- gaf 83% van de werknemers aan authentiek op het werk te kunnen zijn.
- bevestigde 81% dat Bauer Media Outdoor waarde hecht aan diversiteit.
- had onze inclusie-index een score van 75%.

Enquêteresultaten worden op lokaal en Europees niveau geëvalueerd en informeren actieplanning, leiderschapsprioriteiten, en gerichte onderwijsinitiatieven, inclusief training in diversiteit, gelijkheid, inclusie en inclusief leiderschap.

Trainingsprogramma's om bewustzijn, inclusief leiderschap en communicatie te versterken, worden in alle markten georganiseerd om onze diversiteits- en inclusiestrategie te bevorderen.

De stem, betrokkenheid en verantwoordelijkheid van werknemers

Bauer Media Outdoor stimuleert open dialoog en de mening van werknemers als onderdeel van het bouwen van een werkplek waar respect en verantwoordelijkheid belangrijk zijn. We streven ernaar te garanderen dat werknemers kansen krijgen om feedback te delen, zorgen naar voren te brengen en bij te dragen aan verbeteringen in de bedrijfsvoering.

Werknemersbetrokkenheid wordt gemonitord via onze tweejaarlijkse personeelsenquête - Your Voice. De enquêteresultaten worden op lokaal en Europees niveau geëvalueerd en informeren actieplanning, leiderschapsprioriteiten, en gerichte initiatieven.

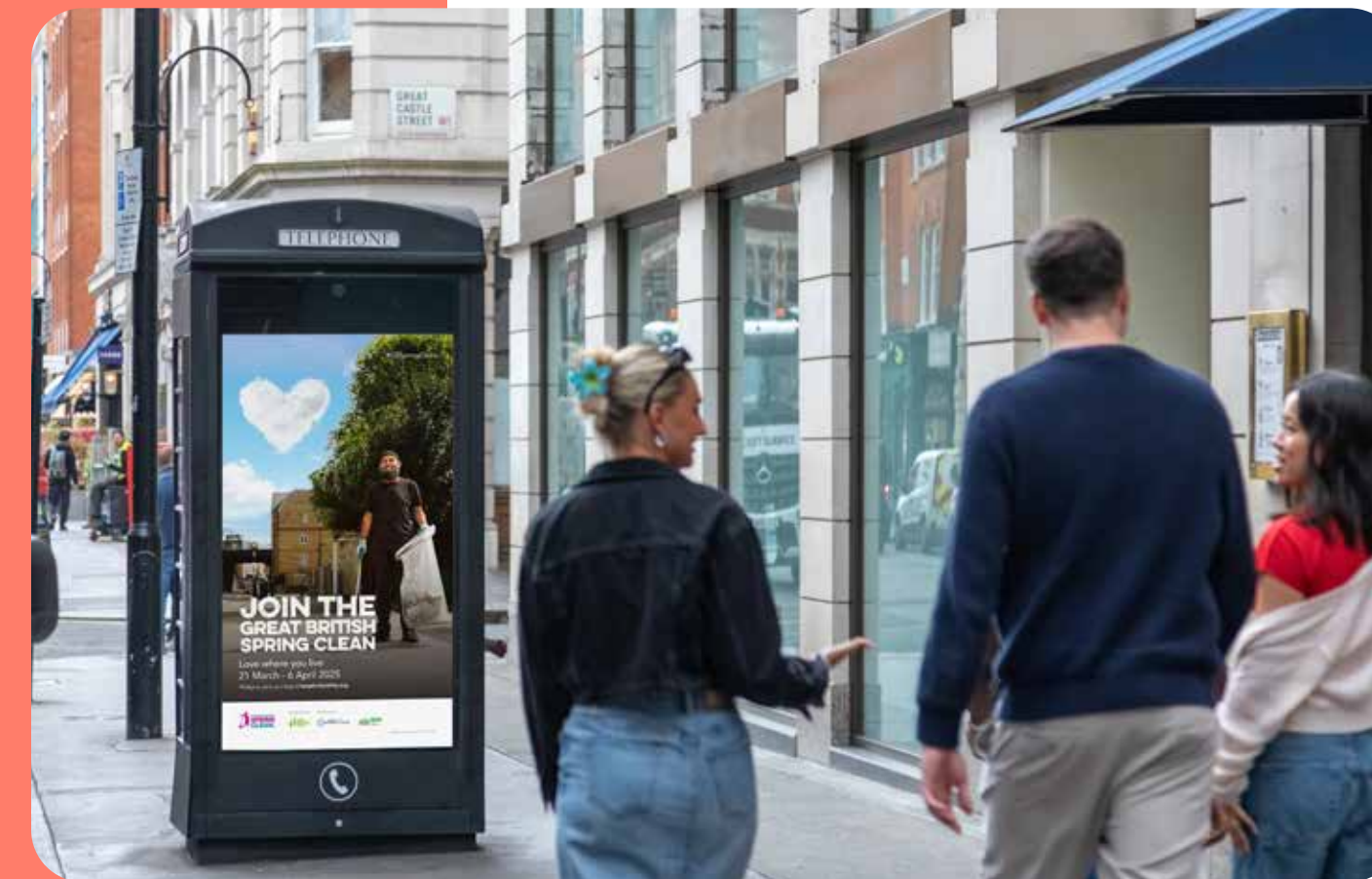
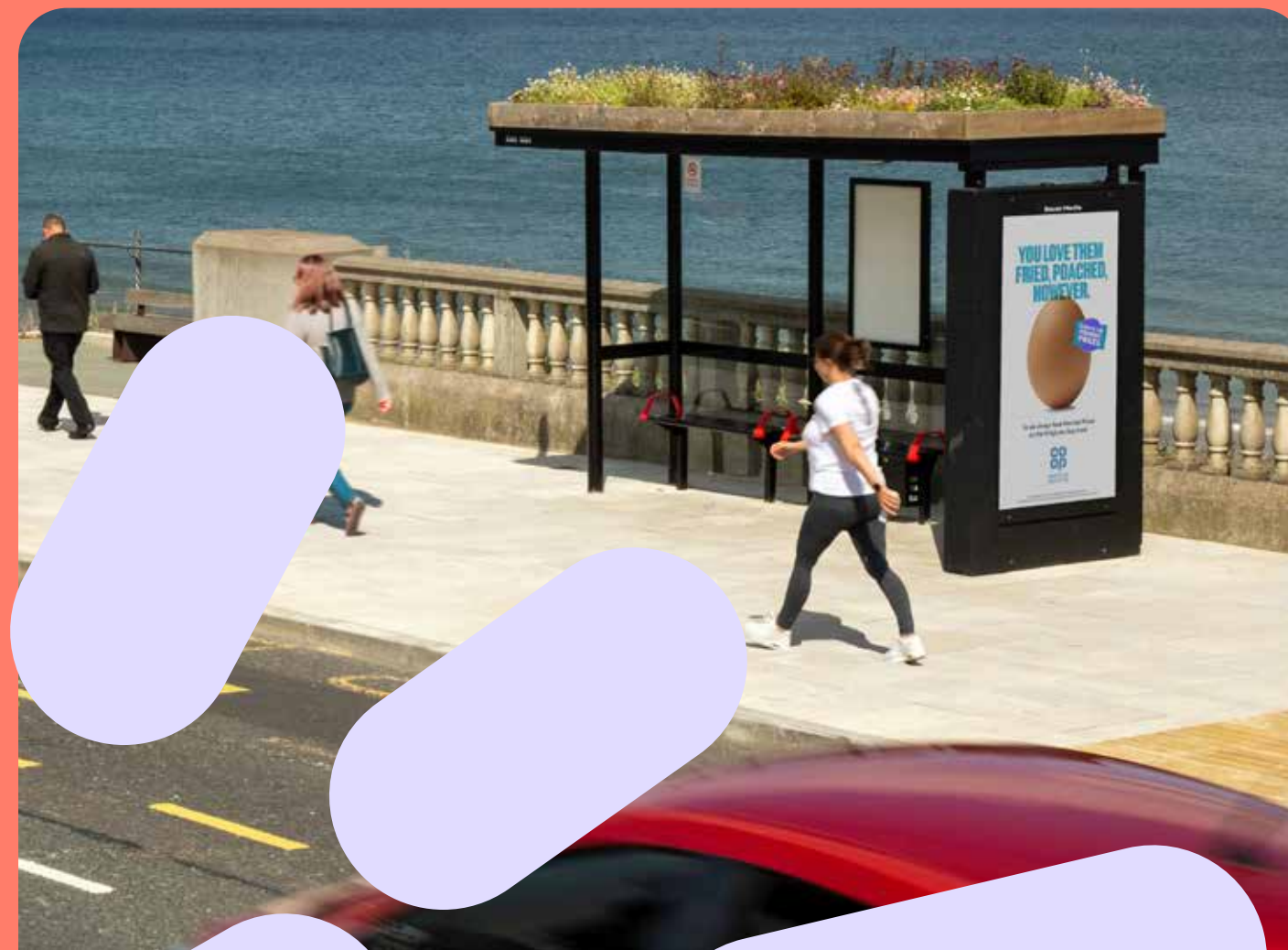
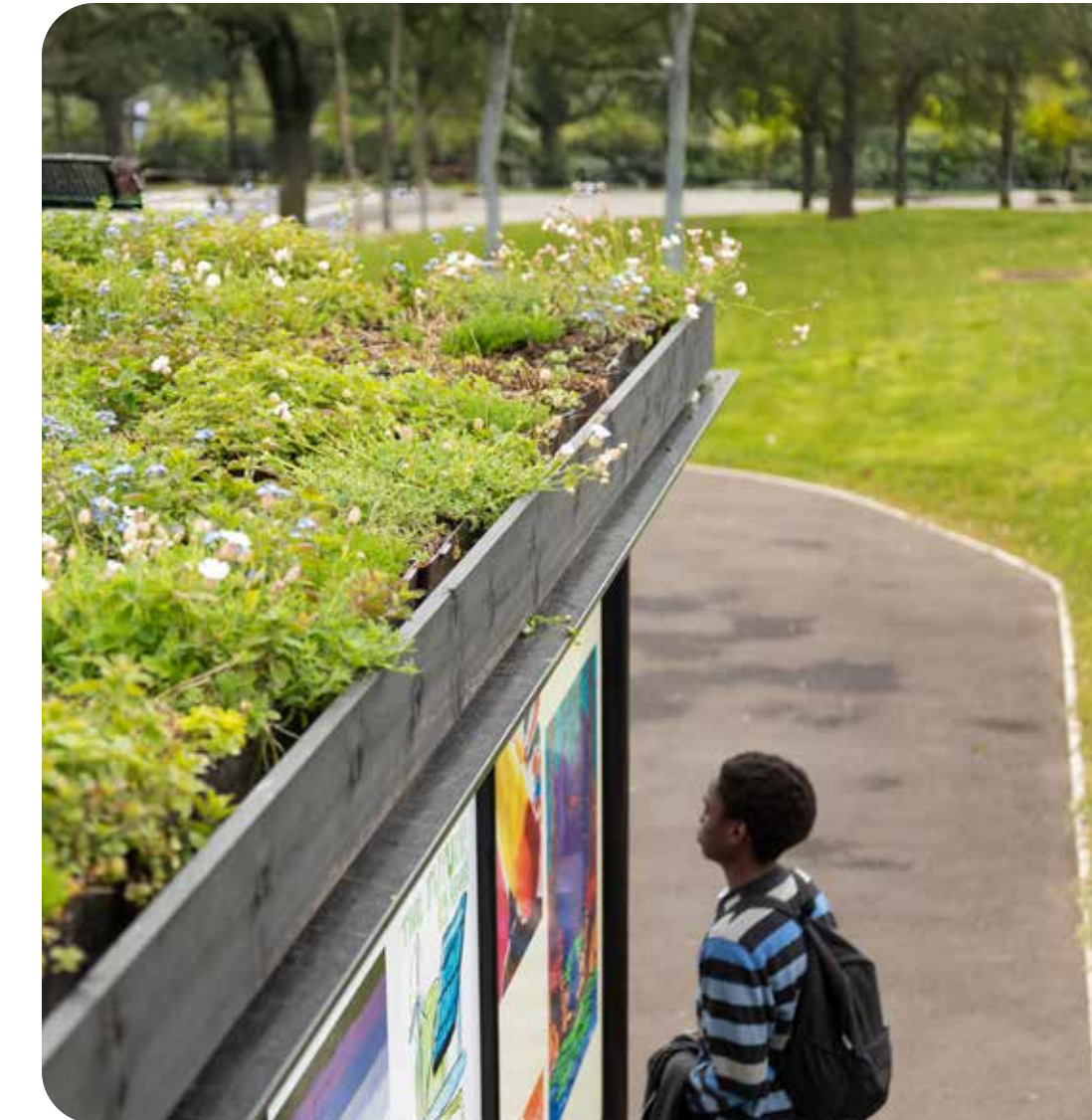
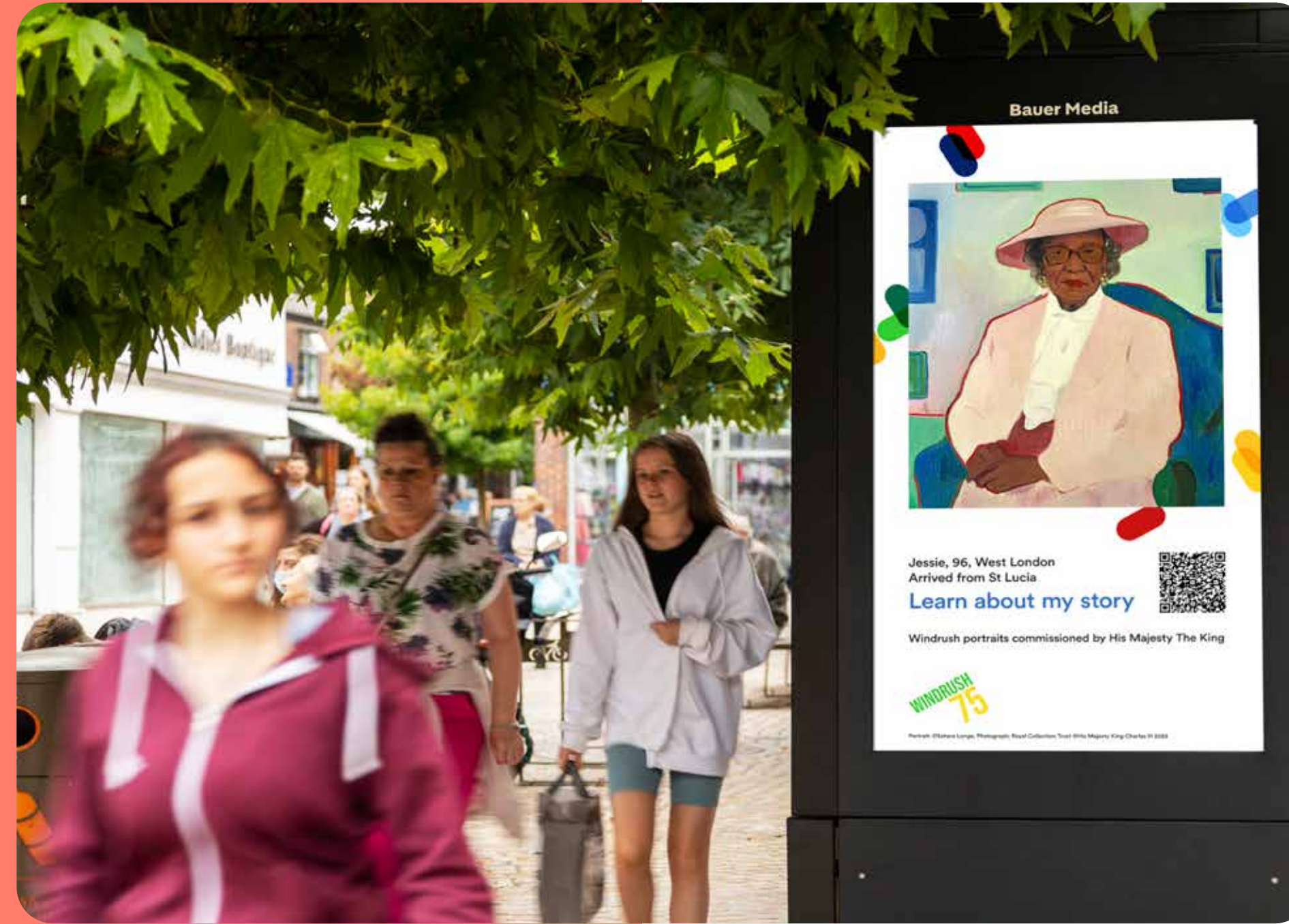
Vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen worden erkend overeenkomstig geldende wetgeving en het mensenrechtenbeleid van Bauer Media Outdoor.

Naast de feedback van enquêtes, beschikken we over formele mechanismen om zorgen te melden. Informatie over onze Speak Up-kanalen, Gedragscode voor werknemers, onderzoeksprocessen en supervisie van naleving wordt vermeld in het onderdeel Onze governance, op pagina 60.



Ondersteuning van een betere wereld: onze gemeenschappen

Bij Bauer Media Outdoor zetten we ons in voor het ondersteunen van de gemeenschappen waarin we werken. We werken samen met onze adverteerders, onze verhuurders en met charitatieve instellingen en andere goede doelen om positieve veranderingen in de maatschappij te bevorderen en de grote en kleine uitdagingen aan te pakken die van invloed zijn op het dagelijks leven van mensen.



In een oogopslag: ondersteuning van onze gemeenschappen

Bauer Media Outdoor streeft ernaar om naast onze kerninfrastructuur en reclamediensten de gemeenschappen waarin we werken te ondersteunen met initiatieven die sociale en culturele waarde en waarde voor het algemeen belang hebben. Voor gemeentelijke verhuurders toont dit dat wij een betrouwbare en verantwoordelijke partner in het publieke domein willen zijn. Voor adverteerders geeft het aan hoe OOH-reclame positief kan bijdragen aan de gemeenschappen die ermee worden bereikt.



Ons netwerk ondersteunt campagnes voor de openbare veiligheid, de volksgezondheid en het algemeen welzijn via gedoneerde mediaruimte en samenwerking.

We werken met openbare instanties, goede doelen en nooddiensten om tijdige, betrouwbare informatie te verstrekken.

Boodschappen voor het algemeen belang helpen autoriteiten op grote schaal burgers in het dagelijks leven en in tijden van nood te bereiken.



We werken samen met artiesten, culturele groepen en leerkrachten om openbare ruimtes inclusiever en aantrekkelijker te maken.

Creatieve projecten geven lokale prioriteiten weer en helpen toegang tot cultuur in dagelijkse stedelijke omgevingen te verbreden.

Culturele partnerschappen ondersteunen onderwijs, vertegenwoordiging en sociale mobiliteit binnen de gemeenschappen waarin we werken.



We ondersteunen lokale gemeenschappen via waarde-initiatieven die in samenwerking met lokale overheden en vervoersbedrijven worden geleverd.

Onze bijdragen aan sociale waarde helpen bij het financieren van gemeenschapsprojecten die afgestemd zijn op lokale prioriteiten.

Onze collega's doen vrijwilligerswerk en houden inzamelingsacties voor doelen die belangrijk voor hen zijn.

Duurzame Ontwikkelingsdoelen



Onze Platform for Good-benadering

Bij Bauer Media Outdoor begrijpen we de rol die we in de maatschappij spelen. We begrijpen dat onze aanwezigheid in publieke ruimtes een verantwoordelijkheid met zich meebrengt om op positieve wijze bij te dragen aan de gemeenschappen waarin we werken. Als bedrijf hebben we ons publiekelijk verbonden om een Platform for Good te zijn.

Dit betekent dat naarmate we blijven innoveren, we verder denken dan alleen reclame. We overwegen hoe onze infrastructuur en alle contracten die we uitvoeren het publiek ten goede kunnen komen, het milieu kunnen beschermen en de goede doelen waar onze partnerorganisaties voor staan ondersteunen.

Teruggeven aan gemeenschappen

OOH is een medium als geen ander. Tot 50% van de branche-inkomsten wordt opnieuw geïnvesteerd in lokale en nationale economieën. Via ons netwerk kunnen we door reclame gefinancierde sociale infrastructuur leveren en daarbij iets teruggeven aan lokale goede doelen en ondersteuning bieden aan initiatieven die belangrijk zijn voor ons personeel en de lokale gemeenschappen waarin wij werkzaam zijn. Boodschappen voor het algemeen belang vormen een belangrijk leveringskanaal van deze aanpak (zie 'Boodschappen betreffende overheidsdiensten', pagina 49).

We werken samen met gemeentes, overheidsinstanties, goede doelen en andere organisaties om een verschil in lokale gemeenschappen te maken door het doneren van reclameruimte, financiering en levering van sociale impactinitiatieven, evenals via vrijwilligerswerk en inzamelingsacties.

We kiezen ervoor liefdadigheidsinstellingen en doelen te ondersteunen die belangrijk voor ons personeel zijn, afgestemd op onze inspanningen op het gebied van diversiteit, gelijkheid en inclusie, en die ten goede komen aan de gemeenschappen waarin wij werken.

Van het ondersteunen van humanitaire initiatieven en duurzaam wonen tot het promoten van kunst, onderwijs en culturele evenementen, onze samenwerkingsverbanden willen burgers en bedrijven inspireren om positieve keuzes en een verschil in hun eigen gemeenschappen te maken.



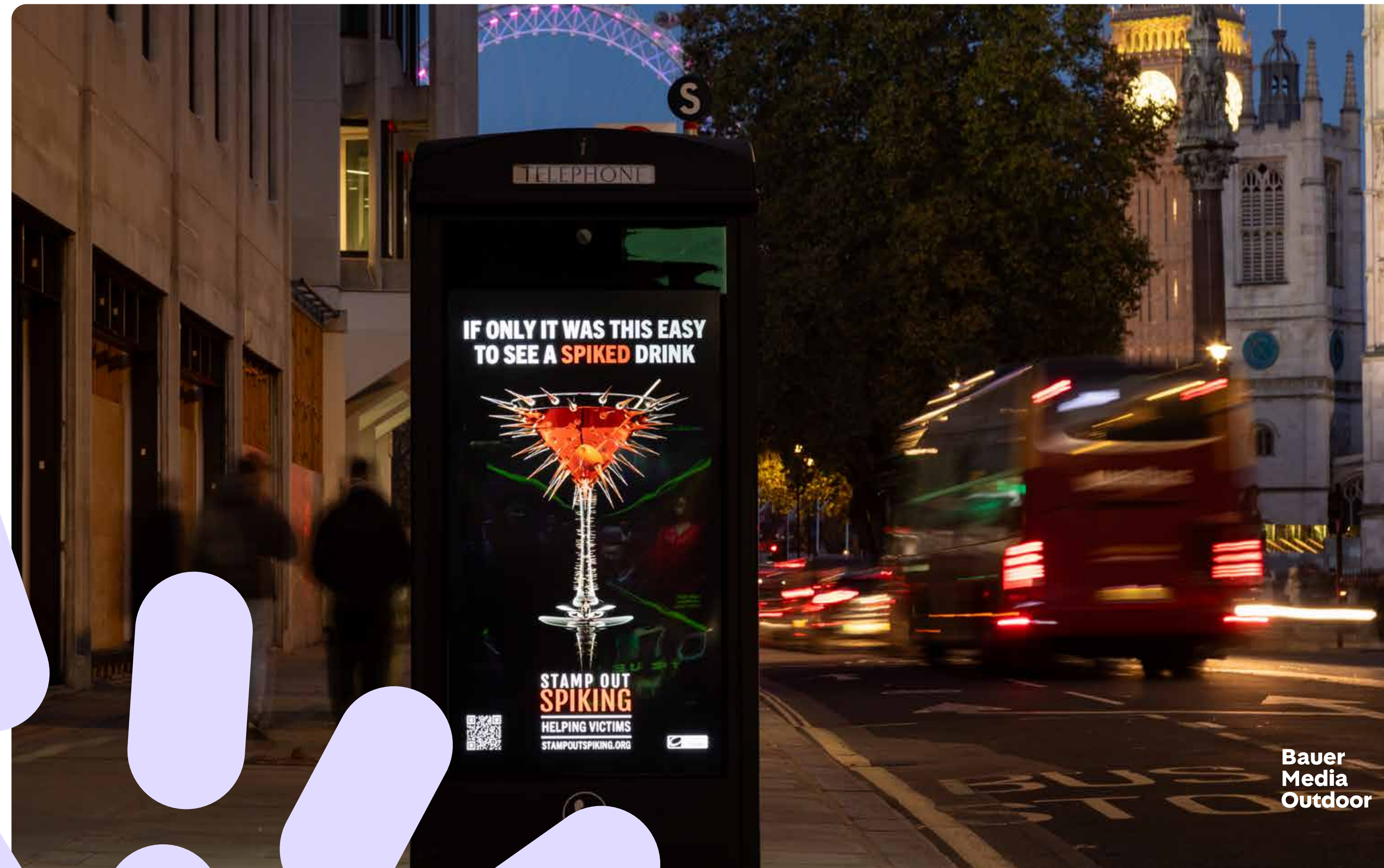
Boodschappen betreffende overheidsdiensten

Dankzij onze schaal en ons bereik, kunnen onze digitale schermen in real time belangrijke informatie aan mensen leveren, en een essentieel communicatiekanaal bieden voor steden om hun inwoners te bereiken. Bauer Media Outdoor werkt op al onze locaties samen met de nooddiensten om live noodberichten tijdens crisistijden uit te zenden.

Onze ondersteuning van boodschappen betreffende openbare veiligheid strekt zich uit tot zowel lokale als nationale overheids- en niet-gouvernementele organisaties bij hun werk aan de verbetering van gezondheid en openbare veiligheid. We bieden een geloofwaardig kanaal om belangrijke publieke informatie te verspreiden en humanitaire doelen te ondersteunen.

Voorbeelden uit 2025 bestonden uit:

- Bauer Media Outdoor België heeft digitale ruimte gedoneerd ter ondersteuning van organisaties die variëren van duurzaamheidsinitiatieven (Climattitude, Natuurpunt en Be Planet) tot gezondheid (Médecins du Monde, Think Pink, Cancer Foundation, Wereldgezondheidsorganisatie), veiligheid (Intermunicipale Kustreddingsdienst Vlaanderen) en ondersteuning voor slachtoffers van terroristische aanvallen (Together Stronger).
- Bauer Media Outdoor Denemarken heeft mediaruimte gegeven aan goede doelen die het welzijn van kinderen bevorderen, inclusief Ventilen Denemarken (ondersteuning van eenzame jongeren), Headspace Denemarken (liefdadigheidsinstelling voor geestelijke gezondheid), en Ungdommens Røde Kors (Rode Kruis). We geven meer informatie over deze campagnes in onze casestudie van bedrijfsafdelingen op pagina 56.
- Bauer Media Outdoor UK steunde voor het tweede achtereenvolgende jaar Stamp Out Spiking om hun essentiële werk te kunnen voortzetten in het onder de aandacht brengen van dit misdrijf waarvan vaak geen aangifte wordt gedaan. Gedurende de zomer hebben we de campagne 'Keep an Eye on Your Drink' gesteund, wat samenviel met de drukke periode rond evenementen en festivals waar mensen wellicht meer risico lopen.
- Bauer Media Outdoor Litouwen heeft het inzamelingsinitiatief Dronatonas gesteund, georganiseerd door NGO Blue/Yellow, met het leveren van mediaondersteuning voor een nationale campagne gericht op het versterken van defensief vermogen en regionale veiligheid, waarbij solidariteit met het volk van Oekraïne werd getoond.





Een schildersdoek in de open lucht dat creativiteit promoot

Bij Bauer Media Outdoor maken we regelmatig een publiek museum van onze schermen en panelen, met opvallende, tot nadenken stemmende kunstwerken. Via samenwerking met artiesten en diverse gemeenschapsorganisaties hebben we kunst naar de straat gebracht, waardoor cultuur toegankelijker wordt en mensen creatieve inspiratie krijgen wanneer ze onderweg zijn. In 2025:

- Heeft Bauer Media Outdoor samengewerkt met publieke kunstenaar Martin Firrell om Internationale Vrouwendag, Pride en Internationale Mannendag te markeren met opvallende, in het oog lopende kunstwerken, die in veel van onze markten werden getoond.
- Vervolgde Bauer Media Outdoor België haar samenwerking met Artcrush Gallery, en gaf daarmee artiesten zichtbaarheid op onze digitale schermen op straten en stations. Deze langlopende samenwerking ondersteunt lokale en internationale artiesten en onderzoekt hoe kunst een natuurlijke plek kan hebben in de openbare omgeving van alledag, waarmee een bijdrage wordt geleverd aan de vitaliteit van de Belgische kunstscène.
- Bauer Media Outdoor UK werkte samen met Curiosity UNLtd, een organisatie zonder winstbejag, aan de organisatie van een nationale kunstwedstrijd om zo de 60e verjaardag van de Race Relations Act te markeren. Tien winnende kunstwerken werden overal in het Verenigd Koninkrijk getoond op de digitale schermen van Bauer Media Outdoor.



Onderwijs en werk

We vinden dat elk team een rol speelt bij het sterker maken van de gemeenschappen waarin we werken. Ter ondersteuning hiervan is Bauer Media Outdoor diverse initiatieven in onze markten gestart.

- Bauer Media Outdoor Polen heeft samengewerkt met het onderwijsproject 'Lekcje bez tabu' (Lessen met taboes), georganiseerd door de Stichting SEXEDPL en het Filantropische Consortium. Het programma biedt gratis, gebruiksklare onderwijsplannen voor leerkrachten, opvoeders en ouders, en helpt bij het op een duidelijke en feitelijke manier uitleggen van gevoelige onderwerpen met betrekking tot het menselijke leven.
- Bauer Media Outdoor UK heeft haar langlopende ondersteuning van The King's Trust voortgezet, een liefdadigheidsinstelling die jongeren helpt om zelfvertrouwen op te bouwen, nieuwe vaardigheden te leren en een carrière te starten. In 2025 steunden we in dit verband met onze hele digitale portefeuille het initiatief 'Working for Young People'. Met deze campagne ging een vijfjarig programma van start bedoeld om de schaal van werkloosheid onder jongeren in het Verenigd Koninkrijk onder de aandacht te brengen in een tijd dat bijna een miljoen jongeren in het Verenigd Koninkrijk als werkloos zijn geregistreerd.
- Bauer Media Outdoor UK heeft haar samenwerking met de Brixton Finishing School voortgezet, voor het ondersteunen van jong, divers talent om carrières in de media en reclamebranche te zoeken. Bauer Media Outdoor UK heeft mediaruimte gedoneerd om gratis training te promoten en heeft studenten van de Brixton Finishing School ontvangen voor educatieve sessies.
- Bauer Media Outdoor België heeft samengewerkt met WPP om het creëren van banen voor talent van diverse etnische achtergronden te ondersteunen. De samenwerking richt zich op het te bevorderen van gelijke kansen, en om inclusie in de branche onder de aandacht te brengen en te bevorderen.
- De samenwerking van Bauer Media Outdoor UK met Media for All heeft ondersteuning geboden aan met name Zwart en Aziatisch talent en talent onder mensen van kleur binnen onze industrie. De samenwerking ondersteunt collega's uit etnische minderheden bij Bauer Media Outdoor om mentoren, leerlingen en na verloop van tijd rolmodellen voor divers talent in de branche te worden.
- Bauer Media Outdoor UK heeft samengewerkt met de wereldberoemde openbare kunstacademie Central Saint Martins, en heeft hun studenten Productontwerp de kans gegeven om aan een echte brief te werken: het opnieuw denken over straatmeubilair om de realiteit van klimaatverandering aan te pakken.
- Bauer Media Outdoor Letland is het sociale initiatief 'Time to Read' gaan ondersteunen. Het initiatief stimuleert mensen om in hun dagelijkse leven tijd te vinden om te lezen en streeft ernaar om overal in de maatschappij de gewoonte om te lezen terug te brengen en bevorderen. De campagne blijft tijdens weekends en schoolvakanties aandacht krijgen.



Bevorderen van diversiteit, gelijkheid en inclusie in onze markten

We ondersteunen initiatieven op het gebied van diversiteit en inclusie die door onze zakenpartners, goede doelen en gemeenschapsorganisaties worden geleid, met campagnes die worden versterkt op onze schermen, waarbij gebruik wordt gemaakt van ons bereik om diverse gemeenschappen een stem en zichtbaarheid te geven. Ons werk op het gebied van versterking van diversiteit, gelijkheid en inclusie betreft een grote verscheidenheid aan gebieden:

LGBTQ+-gelijkheid

- We hebben samengewerkt met publieke kunstenaar Martin Firrell aan de lancering van zijn reeks kunstwerken 'Glad You Came' om het Pride-seizoen in Europa te markeren, met beelden die te zien waren op Pride-evenementen in Amsterdam, Antwerpen, Brighton, Kopenhagen, Dublin, Helsinki, Londen, Manchester, Oslo, Riga, Stockholm en Utrecht.
- In 2025 heeft Bauer Media Outdoor haar samenwerking vervolgd met Pride in Kopenhagen, Gotenburg, Oslo, Stockholm en Riga.

Gendergelijkheid

- Bauer Media Outdoor UK blijft zich inzetten voor de normen in de Gedragscode #timeTo van de National Advertising Benevolent Society, die seksuele intimidatie aanpakt via bewustwording en educatie. Er wordt periodiek naar de code verwezen en de code is beschikbaar voor alle werknemers via de Werknemershub.

- Bauer Media Outdoor Polen heeft de SEXED.PL IT Girls Foundation en het Brain agency gepromoot met de ondersteuning van Uber. HomeGirl is een gratis app die door vrouwen voor vrouwen is gecreëerd, en is ontwikkeld om het gevoel van veiligheid in publieke ruimtes te vergroten, met name tijdens het laat in de nacht na een sociaal evenement naar huis gaan. Met de app kunnen gebruikers met een andere gebruiker bellen, via sms chatten, noodsituaties melden en onveilige locaties op een kaart aangeven. Tijdens de week dat de campagne werd getoond op de schermen van Bauer Media Outdoor Polen, werd de app meer dan 6.000 keer gedownload.
- Bauer Media Outdoor Polen heeft voor het derde jaar samengewerkt aan het project 'Herstory' met Hearst Networks EMEA. Het initiatief viert opmerkelijke Poolse vrouwen en hun effect op de geschiedenis door de combinatie van kunst, geschiedenis en maatschappelijke betrokkenheid. In 2025 werd de campagne op belangrijke locaties in Warschau getoond.

Rassengelijkheid

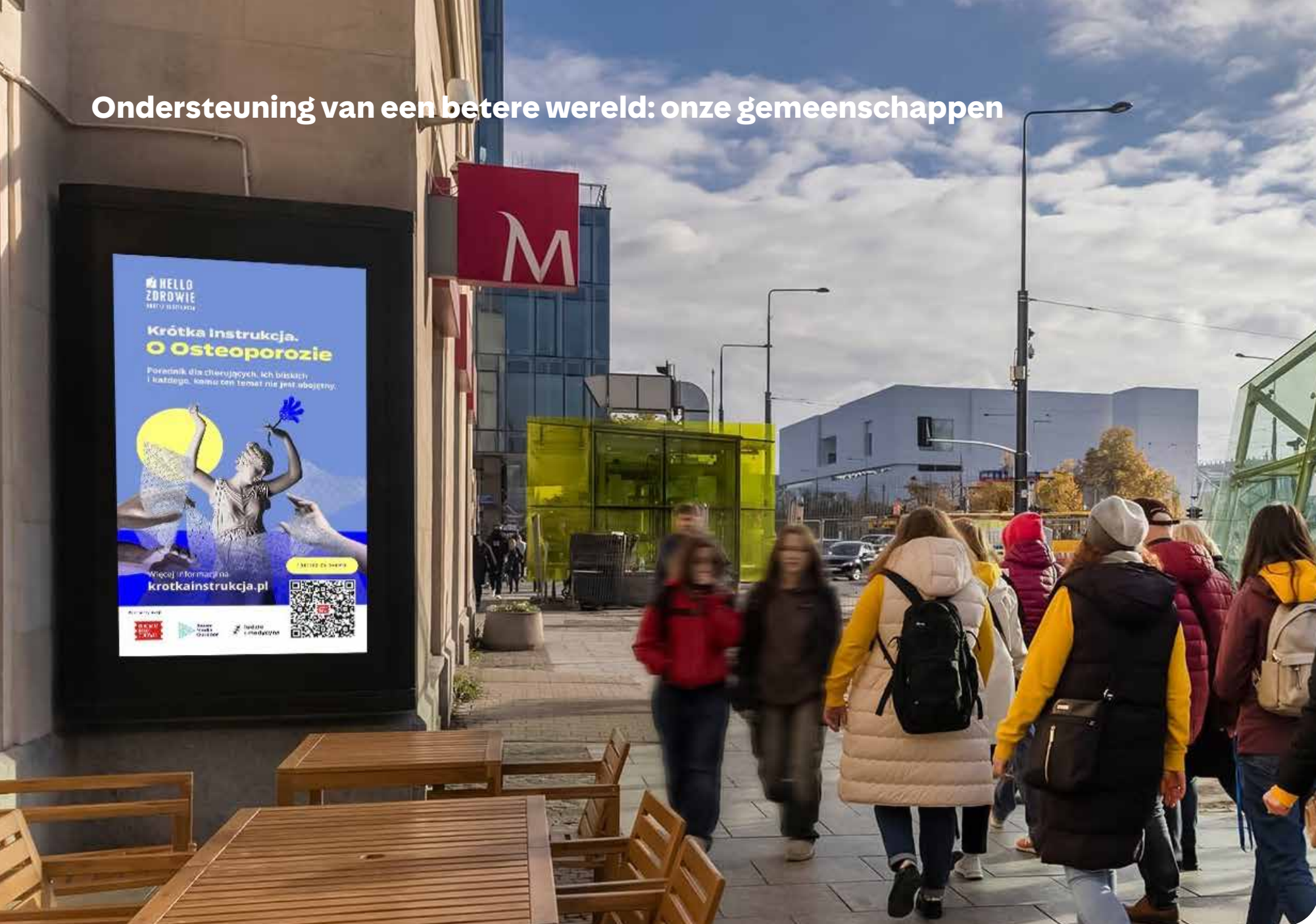
- Bauer Media Outdoor UK heeft samengewerkt met de African Caribbean Leukaemia Trust (ACLT) om mensen binnen de gemeenschap met een zwarte achtergrond te stimuleren bloed te geven en zich op te geven voor het stamcel-, bloed- en orgaanregister. Hun krachtige campagne, 'Sickle Cell is a Silent Crisis', werd getoond op onze digitale OOH-schermen en bereikte uitstekende resultaten, met 825 weergaven van webpagina's en een toename van 129% aan bezoeken aan startpagina's en 100 keer doorklikken om bloed te doneren. Opmerkelijk was dat 66% van de personen die doorklikten het goede doel niet kende, zodat ACLT een breder publiek heeft bereikt en de betrokkenheid van de gemeenschap is versterkt.
- Bauer Media Outdoor UK vervolgde haar Compass-programma dat bedrijven van zwarte ondernemers gratis ruimte voor buitenreclame biedt. In 2025 werd het prijzenfonds verhoogd tot in totaal £ 250.000 en werden vijf winnaars bekendgemaakt (First Rate Tutors, Blue Turaco Coffee, Yendy Skin, Flake Bake, en Revibed Drinks), waarvan de campagnes in 2026 zullen worden getoond.



Het bedrijf heeft bovendien een gratis netwerkevenement georganiseerd voor zwarte oprichters tijdens Black History Month 2025, om bedrijfseigenaars en experts met elkaar te verbinden.

Beperkingen, neurodiversiteit en toegankelijkheid

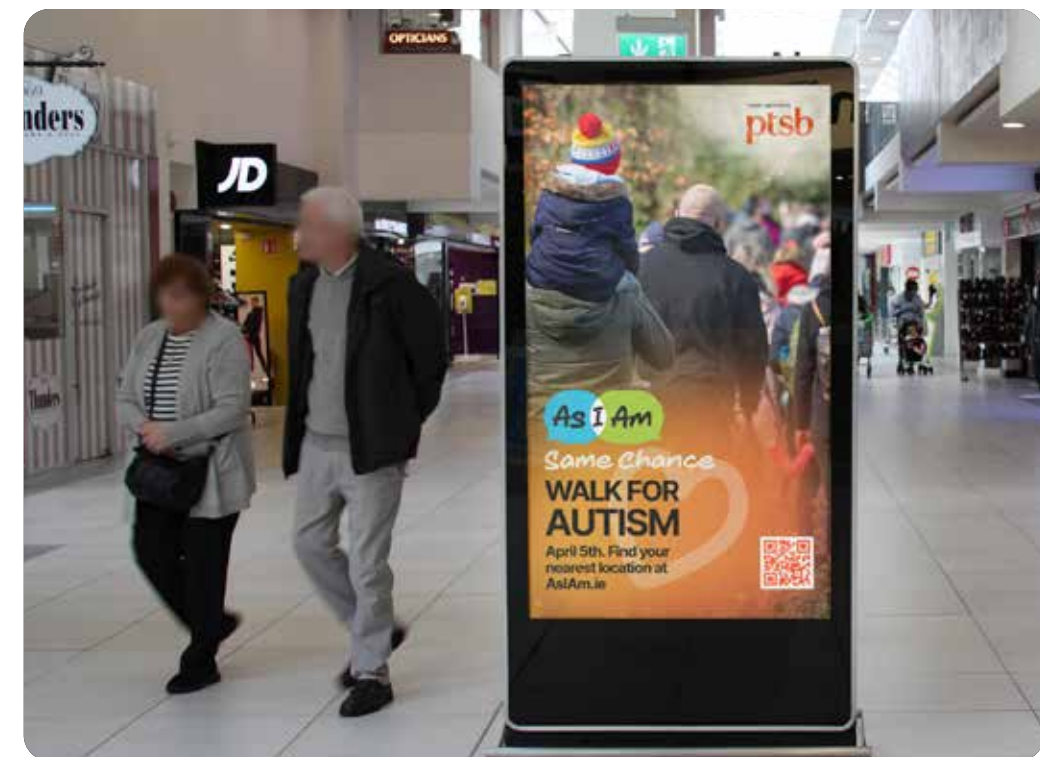
- In september 2025 organiseerde Bauer Media Outdoor Zweden een workshop voor het personeel van All of Us, een toonaangevende Zweedse organisatie voor het bevorderen van diversiteit en inclusie in het zakenleven en de creatieve sectoren. All of Us heeft inzichten gedeeld van hun ervaring met het bevorderen van verandering en heeft een nieuwe Inclusieve Talengids geïntroduceerd, met praktische instrumenten voor meer bewuste en inclusieve communicatie.
- Bauer Media Outdoor UK vervolgde de samenwerking met Scope, het goede doel voor de inclusie van beperkingen, en werkte met hen samen aan nieuwe productontwikkeling om de bushokjesinfrastructuur toegankelijker te maken en steunde hen ook met gratis mediaruimte.



Ondersteuning van de volksgezondheid en het geestelijk welzijn

We blijven onze externe steun voor onze partners, goede doelen en organisaties zonder winstbejag op het gebied van gezondheid en welzijn voortzetten, en deze steun betreft zowel fysieke als geestelijke gezondheid:

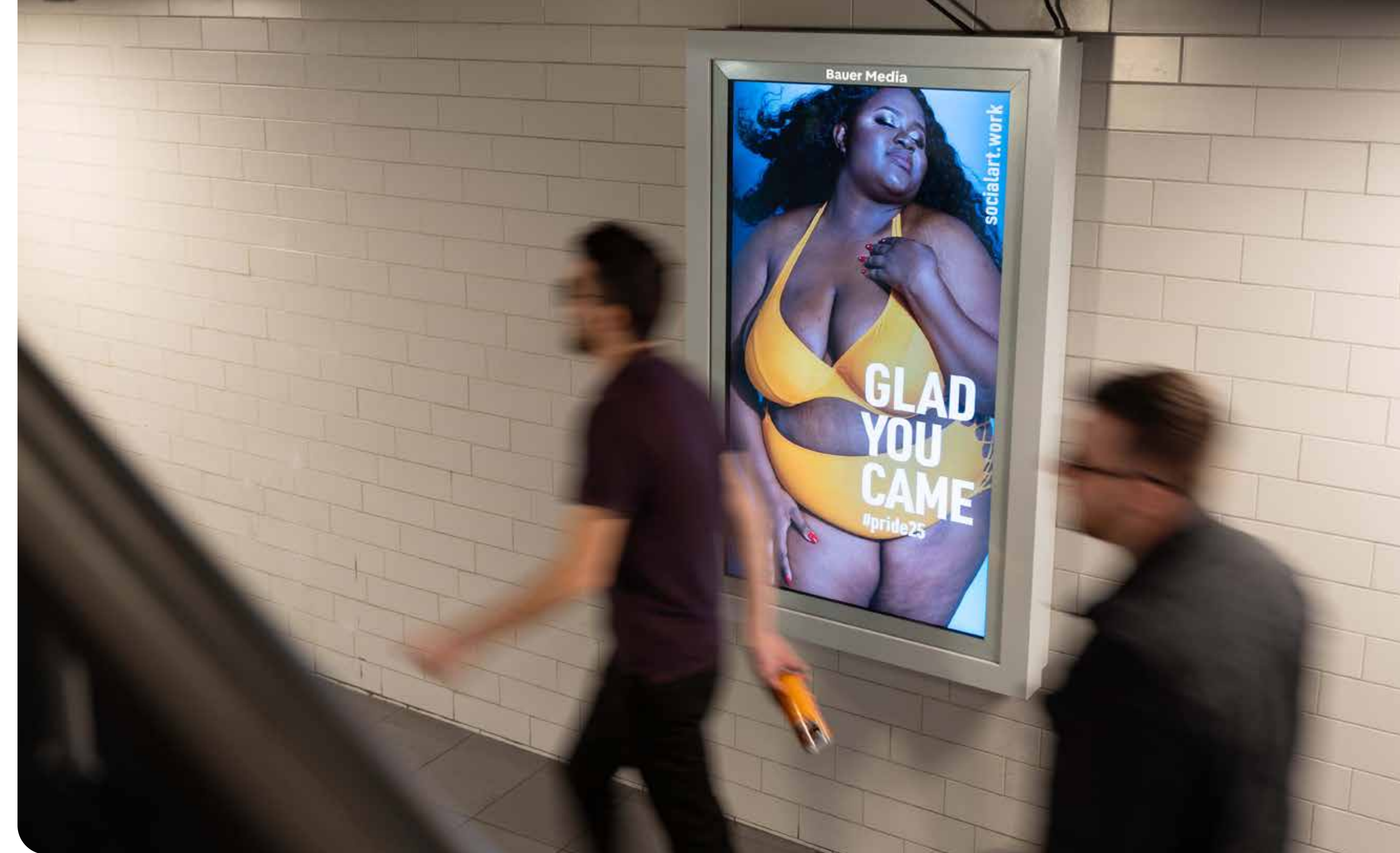
- Bauer Media Outdoor Polen ondersteunt de educatieve gids 'Een korte instructie: Over Osteoporose', ontwikkeld door het team van de Hello Zdrowie Stichting in samenwerking met medische deskundigen. De gids is een educatief middel dat gratis online beschikbaar is en toegankelijk is voor iedereen, met als doel het vergroten van de bewustwording, ondersteuning van de preventie van osteoporose, en het verstrekken van gezondheidsvoorlichting.
- Bauer Media Outdoor UK heeft diverse goede doelen op het gebied van gezondheid gesteund, inclusief Epilepsy Action, Great Ormond Street Hospital, MS Society, Royal Free, Teenage Cancer en Prostate Cancer.
- Bauer Media Outdoor Letland heeft de beweging Narcotics Anonymous gesteund met het bieden van buitenreclame, om mensen te bereiken die geraakt worden door drugs- en alcoholverslaving, en om routes naar lokale steun te publiceren.
- Bauer Media Outdoor Finland heeft samengewerkt met de campagne van het Ronald McDonald Huis om aandacht te vragen voor het feit dat het belangrijk is dat ouders bij hun in het ziekenhuis opgenomen kinderen kunnen zijn. De digitale schermen reageerden op de aanwezigheid van kijkers, waardoor de boodschap emotioneel interessant en benaderbaar werd. De campagne heeft sterke publieke activering bereikt: de interacties waren meer dan verdubbeld en donaties waren 3,7 keer hoger ten opzichte van normale niveaus.
- Bauer Media Outdoor Noorwegen heeft mediaruimte gedoneerd voor de Wereld Geestelijke Gezondheidsdag, om geestelijke gezondheid op de agenda te zetten, stigma te beperken, openheid te vergroten en inclusie te bevorderen.
- Bauer Media Outdoor Ierland vervolgde haar partnerships met het doneren van mediaruimte en het bieden van ondersteuning middels reclame voor en links naar de websites van goede doelen vanaf onze openbare informatieschermen op straat. Getoonde ondersteunende organisaties bestonden uit de liefdadigheidsinstelling voor autisme AS I AM, Women's AID, Rape Crisis Centre, Ruhama, de Samaritans en het Men's Development Network. Bauer Media Outdoor Ierland vervolgde in 2025 voor het 22e jaar haar samenwerking met de Special Olympics.
- Bauer Media Outdoor Estland bleef steun bieden aan de campagne 'Help om leven te starten' met de stichting voor kraamklinieken, om geld in te zamelen voor het kopen van essentiële medische apparatuur voor pasgeboren baby's.
- In 2025 heeft Bauer Media Outdoor Noorwegen mediaruimte gedoneerd aan 'Barnekreftforeninger' (De kankerorganisatie voor kinderen) een onafhankelijke organisatie die gerund wordt door ouders van door kanker getroffen kinderen die andere getroffen gezinnen steunen.



Leveren van maatschappelijke waarde en voordelen voor gemeenschappen

Als onderdeel van onze afspraken met lokale overheden en vervoersbedrijven levert Bauer Media Outdoor maatschappelijke waarde via praktische gemeenschapsprojecten, financiering voor lokale initiatieven en het verstrekken van reclameruimte voor boodschappen voor gemeenschappen:

- Bauer Media Outdoor België heeft gemeenschapsposters getoond in Etterbeek, Schaerbeek en Seraing, en daarmee initiatieven gepromoot zoals World Clean Up Day, Viva for Life en lokale culturele evenementen en festivals.
- Bauer Media Outdoor Estland heeft nationale defensie-initiatieven gesteund en werd genomineerd als Gold Level supporter voor de campagne van 2025 waarin het reserveleger werd erkend.
- Bauer Media Outdoor Noorwegen gebruikt een lokale sociale onderneming als onderhoudsmonteur in Haugesund en heeft publieke boodschappen getoond op panelen in Bodø, Oslo, Tromsø en Trondheim.
- Bauer Media Outdoor UK heeft haar samenwerking met Trees for Cities voortgezet om Edible Playgrounds op basisscholen overal in het Verenigd Koninkrijk te installeren, zodat kinderen weer in contact met de natuur komen en gezondere eetgewoonten ontwikkelen.
- Bauer Media Outdoor UK is begonnen met de invoering van een nieuwe generatie telefooncellen met potentieel levensreddende defibrillators, geleverd in samenwerking met de Resuscitation Council UK.



Pro deo activiteiten van werknemers

Bauer Media Outdoor moedigt haar werknemers in al haar markten aan om actief hun gemeenschappen te helpen via vrijwilligerswerk, inzamelingsacties en andere door werknemers geleide inspanningen. Een aantal voorbeelden:

- Teams van Bauer Media Outdoor UK hebben met meer dan 400 collega's, klanten en vrienden deelgenomen aan de jaarlijkse Great British Spring Clean en hebben 33 schoonmaakactiviteiten in parken en groene ruimtes uitgevoerd, en daarbij 396 zakken met afval gevuld. Hiermee was in 2025 het aantal deelnemers van het Britse team het grootste tot nu toe.
- Bauer Media Outdoor UK ondersteunt met Kerstmis telkens een ander goed doel. In 2025 was dit Cash for Kids, waarmee werd voortgebouwd op de lange relatie dat het goede doel heeft met het audiobedrijf van de Bauer Media Group. Cash for Kids ondersteunt kinderen en jongeren die getroffen worden door armoede, ziekte, of verwaarlozing of die aanvullende behoeften hebben (zie de casestudy betreffende Cash for Kids op pagina 5).

Sociale waarden in onze toeleveringsketen

Bauer Media Outdoor werkt met leveranciers en zakenpartners waarvan verwacht wordt dat ze overeenkomstig onze waarden en inzet voor verantwoordelijke bedrijfsvoering werken. Deze verwachtingen zijn van toepassing op alle markten en zijn een weergave van de normen die wij binnen onze eigen bedrijven toepassen.

De verwachtingen die wij van onze leveranciers hebben, worden beschreven in de Gedragscode voor leveranciers van Bauer Media Outdoor, die van toepassing is op belangrijke leveranciers en is geïntegreerd in onze inkoopprocessen, raamovereenkomsten en contractuele afspraken (zie 'Inkoop, due diligence en governance met betrekking tot onze externe relaties', pagina 65). De code betreft mensenrechten, arbeidsnormen, ethisch gedrag, milieuverantwoordelijkheid en naleving van geldende wetgeving.

Deze vereisten zijn in lijn met het Mensenrechtenbeleid van Bauer Media Outdoor en met ons beleid op het gebied van cyberbeveiliging en privacy, belangenverstrengeling, bestrijding van omkoping en corruptie, sancties en het milieu, die elders in dit ESG-rapport worden beschreven. Dit beleid als geheel is ontwikkeld om consistente verwachtingen van het gedrag van leveranciers te bevorderen en om het risico te beperken van onethische of onwettige praktijken binnen onze toeleveringsketen.

Waar dit relevant en uitvoerbaar is, bevatten onze internationale kaderovereenkomsten bepalingen die van leveranciers eisen dat ze geldende mensenrechten- en arbeidswetten naleven. Bauer Media Outdoor handhaaft de mogelijkheid om werkomstandigheden in haar toeleveringsketen te beoordelen via een combinatie van due diligence van leveranciers, risicobeoordelingen en auditactiviteiten, en om gepaste actie te ondernemen als er zorgpunten worden vastgesteld. Dit kan bestaan uit escalatie, herstel, of waar nodig het beëindigen van de zakenrelaties in gevallen van ernstige schendingen.

Elke bedrijfsafdeling van Bauer Media Outdoor dient proportionele risicocontroles betreffende mensenrechten, due diligencebeoordelingen, en onderzoeken uit te voeren, waar toepasselijk met ondersteuning van centrale governancefuncties om het risico van betrokkenheid bij mensenrechtenschendingen in onze toeleveringsketens en werkomgevingen te beperken (zie 'De governancestructuur van Bauer Media Outdoor', pagina 62). Deze benadering is bedoeld om te garanderen dat controlemaatregelen effectief blijven en toch de diversiteit van onze markten en toeleveringsketens weerspiegelen.

Ons beleid en onze procedures inzake mensenrechten

Bauer Media Outdoor zet zich in haar hele portefeuille in voor het respecteren en ondersteunen van internationaal erkende mensenrechten en duurzame bedrijfsvoering.

We werken eraan om de rechten van werknemers en de gemeenschappen waarin we werken te beschermen. Via het Mensenrechtenbeleid van Bauer Media Outdoor trachten we het risico te beperken van onbedoelde betrokkenheid bij mensenrechtenschendingen en om de veilige en humane behandeling van werknemers en zakenpartners te bevorderen, overeenkomstig internationale normen, inclusief de Fundamentele Conventies van de Internationale Arbeidsorganisatie. Het beleid behandelt bovendien vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling, overeenkomstig de geldende lokale wetgeving.

Het Mensenrechtenbeleid van Bauer Media Outdoor beschrijft onze aanpak van het vaststellen en behandelen van risico's voor de mensenrechten. Alle werknemers voeren jaarlijkse de training betreffende de Gedragscode voor werknemers van Bauer Media Outdoor uit, die het inzicht in arbeidsbescherming en verantwoordelijkheid voor mensenrechten versterkt, naast relevante trainingsprogramma's die door het Personeelsteam worden georganiseerd.

We publiceren onze benadering van mensenrechten in de toeleveringsketen via de jaarlijkse verklaringen betreffende Ethische Toeleveringsketen / Moderne Slavernij van Bauer Media Outdoor en de Gedragscode voor leveranciers van Bauer Media Outdoor.

We voeren gepaste due diligence betreffende mensenrechten uit bij leveranciers en nemen waar toepasselijk clausules betreffende mensenrechten op in contracten. Bauer Media Outdoor streeft ernaar te vermijden leveranciers in dienst te nemen die betrokken zijn bij mensenrechtenschendingen, inclusief kinderarbeid, dwangarbeid of mensenhandel, via de toepassing van due-diligenceprocessen en contractuele controlemaatregelen (zie 'Sociale waarden in onze toeleveringsketen', pagina 55). Risico's voor mensenrechten in de toeleveringsketen worden geëvalueerd als onderdeel van gevestigde activiteiten op het gebied van governance en waarborging.

Casestudy bedrijfsafdeling: **Bauer Media Outdoor Denemarken**

Platform for Good – Media die ertoe doen

Bij Bauer Media Outdoor Denemarken vinden we dat ons mediaplatform voor meer moet dienen dan alleen commerciële belangen, het moet ook bijdragen aan de maatschappij. Via ons Platform for Good, activeren we publieke ruimte om kwetsbare groepen te ondersteunen, geestelijke gezondheid te bevorderen en inclusie in de lokale gemeenschappen waarin we werken te stimuleren.

We richten ons op het ondersteunen van jongeren die geconfronteerd worden met geestelijke gezondheidsproblemen, eenzaamheid en sociale uitsluiting. In samenwerking met toonaangevende jongerenorganisaties gebruiken we onze zichtbaarheid om belangrijke boodschappen te versterken.

Headspace Denemarken: een nieuwe samenwerking voor de geestelijke gezondheid van jongeren

In 2025 is Bauer Media Outdoor gestart met een nieuwe samenwerking met Headspace Denemarken, een organisatie die gratis, anonieme ondersteuning voor geestelijke gezondheid biedt aan jongeren van 12-25 jaar.

Het model van Headspace biedt laagdrempelige toegang, door vrijwilligers geleide gesprekken, en een sterke overtuiging dat elke jongere de expert van zijn of haar eigen leven is. Hun centra bieden veilige ruimtes voor reflectie, gesprekken, en verbinding, zonder doorverwijzingen, wachtlijsten of kosten.

#SlukSammen: een campagne voor aanwezigheid voor alle generaties

Ons eerste gezamenlijke initiatief was de nationale campagne **#SlukSammen ('Samen uitschakelen')**, die Denen van elke leeftijd stimuleerde om op zondag 21 september even hun schermen te laten rusten en zich op elkaar te richten. Het bericht was duidelijk: **'Schakel het scherm uit en begin met het gesprek'**.

Deelnemers deelden verhalen over wandelingen rond de meren in Kopenhagen, het lezen van boeken, samen koken, bordspellen spelen en tijd met geliefden doorbrengen. De campagne nodigde iedereen uit om na te denken over hun digitale gedrag en om de waarde van offline-momenten opnieuw te ontdekken. Na de campagne gaf de analyse van Headspace en Bauer Media Outdoor Denemarken aan dat:

- we hebben geholpen deze boodschap in de stedelijke omgeving tot leven te brengen - met name in de metro van Kopenhagen - waar onze formaten de campagne voor duizenden reizigers zichtbaar maakten.
- 1,7 miljoen Denen de campagne zagen, inclusief 57% 15-19 jarigen.

- 84% van de personen die de campagne zagen nadacht over hun schermgedrag, waarbij 26% aangaf dat ze hun gedrag hadden veranderd, zoals hun telefoon even weggelaten of deze een dag uitschakelen, en 10% aangaf dat ze hun telefoon 24 uur volledig hadden uitgeschakeld.
- de campagne 4,56 miljoen weergaven op sociale mediaplatforms bereikte.



Casestudy bedrijfsafdeling: Bauer Media Outdoor Denemarken

We nodigden Poul Nyrup Rasmussen, oprichter en begunstiger van Headspace Denemarken in ons kantoor uit om het startschot voor de samenwerking te geven. Als voormalige Minister-President van Denemarken en levenslange voorstander van geestelijke gezondheid bij jongeren, was zijn bezoek zowel inspirerend als informatief. Hij sprak met passie over de missie van Headspace: te garanderen dat geen enkele jongere de uitdagingen van het leven alleen het hoofd hoeft te bieden.

Bauer Media Outdoor zet zich ervoor in om Headspace Denemarken continu te steunen via toekomstige campagnes, verhalen vertellen en zichtbaarheid. Samen streven we ernaar het bewustzijn te vergroten, stigma te verkleinen en jongeren te stimuleren hulp te zoeken.

*'We zijn er trots op om de **#SlukSammen**-campagne te ondersteunen. Op onze schermen in 24 gemeentes, in winkelcentra, de metro en op de luchthaven van Kopenhagen krijgen Denen de boodschap om hun telefoon uit te schakelen en een gesprek te beginnen. Het lijkt misschien paradoxaal om schermen voor deze boodschap te gebruiken, maar het benadrukt het punt: schermen zijn waardevol als we ze doordacht gebruiken.'*

De samenwerking met Headspace is een natuurlijk deel van onze strategie voor sociale duurzaamheid, en we hopen dat de campagne Denen zal inspireren op 21 september samen hun schermen uit te schakelen.'

Karsten Rask, CEO van Bauer Media Outdoor Denemarken



Ventilen: bestrijding van eenzaamheid onder jongeren

Ventilen Denemarken werkt aan de bestrijding van eenzaamheid onder jongeren van 15-30 jaar, door overal in Denemarken veilige, door vrijwilligers geleide gemeenschappen te creëren. Met meer dan 25 lokale vestigingen biedt Ventilen gestructureerde groepsactiviteiten die jongeren helpen sociale zelfverzekerdheid en betekenisvolle relaties op te bouwen.

We vervolgen met trots onze samenwerking met Ventilen, en hun missie sluit nauw aan bij onze waarden en onze strategie Platform for Good.

Sammen i Biografen: het creëren van veilige en betekenisvolle momenten

Een van de meest diepgevoelde initiatieven is “Sammen i Biografen” (Samen in de bioscoop), een idee dat door Bauer Media Outdoor is ontwikkeld om veilige en betekenisvolle ervaringen voor jongeren die zich eenzaam voelen te creëren.

In samenwerking met Nordisk film Biografer hebben we jongeren uit het netwerk van Ventilen uitgenodigd voor een speciaal bioscopevenement in Kopenhagen. Het doel was een hartelijke ruimte te bieden waar jongeren contact konden maken, konden ontspannen en van een gedeelde ervaring konden genieten, zonder druk of verwachtingen.

We hebben de campagne via onze mediaformaten geactiveerd in gemeentes, in winkelcentra, op het vliegveld van Kopenhagen en in de metro. Het initiatief werd goed ontvangen en resulteerde in waardevolle gesprekken over eenzaamheid en inclusie.

Het verheugde ons ook om Ventilen in ons kantoor uit te nodigen om de volgende stappen in onze samenwerking te bespreken. We zien ernaar uit om het idee verder te ontwikkelen en nog meer betekenisvolle momenten samen te creëren.

Ungdommens Røde Kors: inclusie door actie

Ungdommens Røde Kors (URK, Jongeren Rode Kruis) is de grootste humanitaire jongerenorganisatie van Denemarken die duizenden jonge vrijwilligers mobiliseert om kinderen en jongeren in kwetsbare situaties te steunen. Hun activiteiten bestaan uit mentoring, huiswerkcafés, jongerenclubs en programma's voor maatschappelijke ondersteuning.

De onlangs ontwikkelde strategie voor 2030 van URK richt zich op inclusie, het versterken van stemmen die niet worden gehoord, en het bouwen van een krachtige, duurzame jongerenbeweging. Hun werk wordt geleid door de principes van het Rode Kruis, te weten humaniteit, onpartijdigheid, neutraliteit en vrijwillige dienstverlening.

Bauer Media Outdoor Denemarken werkt samen met URK en ondersteunt initiatieven die veilige ruimtes en kansen voor jongeren creëren. Onze mediaformaten helpen hun werk zichtbaar te maken, betrokkenheid te inspireren en sociale cohesie te bevorderen.

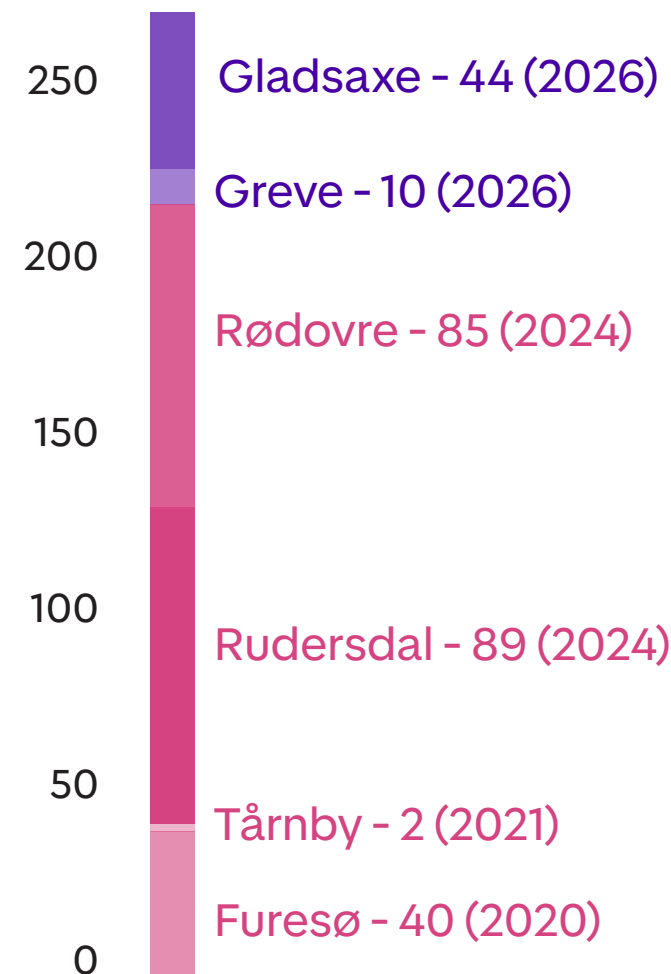


Vooruitgang op het gebied van het milieu

Het duurzaamheidstraject van Bauer Media Outdoor Denemarken is een weerspiegeling van onze inzet voor verantwoordelijke bedrijfsvoering in al onze bedrijven. We bereiken de meerderheid van het Deense publiek en trachten daarbij, voor, tijdens en na campagnes, processen te volgen die verantwoordelijk voor het milieu zijn, en tegelijkertijd doelen te stellen voor projecten en partnerships die helpen de bescherming van het milieu, het sociale welzijn en de veiligheid in de maatschappij te bevorderen.

Living Roofs

Sinds de lancering in 2018 is het aantal Living Roofs in Denemarken blijven groeien en zijn er nog meer locaties toegezegd voor 2026.



Hoogtepunten

- 100% hernieuwbare elektriciteit in alle bedrijven.
- Campagnepapier is gecertificeerd volgens het Nordic Swan Ecolabel en wordt geproduceerd door papierfabriek Grycksbo.
- Living Roofs ingevoerd, ontworpen om biodiversiteit, waterretentie en energiebesparing te bevorderen.
- Duurzame reinigingspraktijken, waarbij alle objecten met 100% zacht water worden gereinigd.
- Minimaal 70% gerecycled aluminium gebruikt voor stadsmeubilair en armaturen die door Bauer Media Outdoor Denemarken worden geïnstalleerd.
- 100% van de posters worden gerecycled aan het eind van elke campagneperiode.



Belangrijkste mijlpalen voor Bauer Media Outdoor Denemarken



*Scope 3-emissies hangen inherent af van de gegevenskwaliteit van leveranciers, rapportagegrenzen en activiteitsniveaus van waardeketens, en volgen derhalve mogelijk geen lineair traject op jaarbasis. Zo verhoogde in 2024 de opname van door onderaannemers gegenereerd afval binnen onze rapportagegrenzen de gerapporteerde emissies. Dit geeft aan dat de volledigheid van de gegevens is verbeterd. Vooruitgang op weg naar ons doel in 2045 wordt beoordeeld ten opzichte van een consistente basislijnmethode.

Ondersteuning van een betere wereld: onze governance

Bij Bauer Media Outdoor begrijpen we dat effectieve governance succes op de lange termijn ondersteunt. Dit betekent voor ons duidelijke verantwoordelijkheden, effectieve controlemaatregelen en praktijken die vertrouwen wekken bij al onze stakeholders, inclusief werknemers, klanten, leveranciers, toezichthouders en de gemeenschappen waarin we werken.

Als exploitant van publieke reclame-infrastructuur, wordt van ons verwacht dat we met integriteit, eerlijkheid en transparantie handelen. Het is essentieel om aan deze verwachting te voldoen voor de bescherming van ons bedrijf en de ondersteuning van ons vermogen om aan openbare aanbestedingen deel te nemen.



In een oogopslag: onze governance

Als exploitant van publieke reclame-infrastructuur, begrijpt Bauer Media Outdoor dat sterke governance essentieel is voor het behouden van het vertrouwen van overheidsinstellingen, verhuurders, toezichthouders, partners en gemeenschappen. Onze governancestructuur stelt hoge normen aan ethisch gedrag en effectief risicobeheer in alle markten waarin we werkzaam zijn.



De verantwoordelijkheid voor de prestaties op het gebied van governance, risicobeheer en ESG berust bij het Outdoor Senior Leadership Team.

Gedefinieerde functies, beleidslijnen en controlemaatregelen integreren governance in dagelijkse activiteiten in alle markten.

Het lokale management blijft verantwoordelijk, en garandeert dat governance een weerspiegeling is van en reageert op lokale omstandigheden, en daarnaast aan de normen van de groep voldoet.



Operationele en nalevingsrisico's op het gebied van ESG worden geïdentificeerd en beheerd via een gestructureerd kader voor het beheer van bedrijfsrisico's.

Risico's zijn de lokale verantwoordelijkheid, worden wereldwijd geconsolideerd, en worden gebruikt om investeringsbeslissingen, strategie en inschrijvingen voor publieke aanbestedingen te informeren.

Regelmatige evaluaties, mitigatieplannen en waarborgprocessen versterken de veerkracht en ondersteunen continue verbetering.



We tolereren geen enkele vorm van omkoping, corruptie, fraude en ander onethisch gedrag binnen het bedrijf.

Beleid, training en meldingskanalen ondersteunen ethische beslissingen en het vroeg melden van zorgen.

Sterke nalevingsnormen bevorderen het vertrouwen in de manier waarop we in markten werken, samenwerken en concurreren.

Duurzame Ontwikkelingsdoelen



Omvang en context

Bauer Media Outdoor is een bedrijfsafdeling binnen de Bauer Media Group, een toonaangevend Europees mediabedrijf. De Bauer Media Group werd in 1875 opgericht in Hamburg, is nog steeds een familiebedrijf, en ontplooit activiteiten in 16 landen met circa 12.000 werknemers.

Dit ESG-rapport is samengesteld namens en alleen van toepassing op Bauer Media Outdoor. Voor zover relevant, verwijst dit ESG-rapport naar de governancestructuren van de Bauer Media Group voor het bieden van context, echter blijft zich daarbij richten op governance zoals toegepast in de praktijk door Bauer Media Outdoor.



De governancestructuur van Bauer Media Outdoor

Onze governancestructuur is ontwikkeld om verantwoordelijke activiteiten, effectief risicobeheer en waardecreatie op de lange termijn te bevorderen. Als een mediabedrijf dat in de openbare ruimte werkt en reclame-infrastructuur voor steden en vervoersbedrijven levert, streven we ernaar om governanceprocessen toe te passen die effectief, praktisch en proportioneel zijn.

De verantwoordelijkheid voor governance, risicobeheer en ESG-prestaties berust bij de President Outdoor. De President Outdoor, ondersteund door het Outdoor SLT bepaalt verwachtingen, evalueert belangrijke risico's en controleert prestaties in het hele bedrijf.

De dagelijkse implementatie van governance-afspraken wordt uitgevoerd door managementteams in elke markt, waarbij de lokale regelgevings-, operationele en commerciële omstandigheden worden weerspiegeld. Hoewel Bauer Media Outdoor zich afstemt op de gedeelde waarden, beleidslijnen en governancestructuren van de Bauer Media Group, behoudt het operationele verantwoordelijkheid voor governance in haar eigen markten. Deze benadering is bedoeld om lokale verantwoording te ondersteunen en, voor zover relevant, ervoor te zorgen dat er consistentie bestaat met de normen van de Bauer Media Group.

Om governance en duidelijke verantwoording in het hele bedrijf te bevorderen, past Bauer Media Outdoor een model toe dat uit drie lijnen bestaat:

Eerste lijn - Bedrijfsactiviteiten: Bedrijfsteams zijn verantwoordelijk voor en beheren dagelijkse risico's binnen hun controlegebieden. Van alle werknemers wordt verwacht dat ze toepasselijke beleidslijnen en procedures volgen, terwijl de leiders het voorbeeld geven door het volgen van verplichte training, het direct melden van zorgen en het ondertekenen van jaarlijkse nalevingsverklaringen. Voor hogere managers maken nalevingsprestaties deel uit van variabele beloning, wat helpt om de verantwoording te versterken.

Tweede lijn – Naleving, privacy en cyberbeveiliging: Het Compliance Team met ondersteuning van het Privacy Office en het Cybersecurity Team, biedt supervisie en specialistische begeleiding. Samen beheren zij beleid betreffende ethiek, bestrijding van omkoping en corruptie, fraudepreventie, sancties, mensenrechten, due diligence van leveranciers, milieuverantwoordelijkheid en gegevensbescherming. Ze verzorgen training, instrumenten en advies - inclusief een geautomatiseerd due diligence platform - en rapporteren aan de President Outdoor.

Derde lijn - Onafhankelijke waarborgen: Onafhankelijke evaluaties en controles bieden extra waarborgen en helpen de doeltreffendheid van controlemaatregelen te valideren. Hoewel waarborgen toezicht ondersteunen, blijft de verantwoording voor governance en risicobeheer berusten bij het leiderschap van Bauer Media Outdoor.

Deze structuur is bedoeld om de toepassing van consistente governance-normen overal in Bauer Media Outdoor te ondersteunen, en ook een weerspiegeling te vormen van specifieke reglementaire en operationele vereisten in de markten waarin wij werkzaam zijn.

Risicobeheer en waarborgen

Bauer Media Outdoor past een ERM-kader toe dat periodiek wordt geëvalueerd en bijgewerkt om de veranderingen in het risicolandschap te weerspiegelen. Risico's worden vastgesteld op marktniveau, geconsolideerd op groepsniveau binnen Bauer Media Outdoor en toegekend aan de eigenaren die de verantwoordelijkheid dragen.

Elk belangrijk risico wordt ondersteund door een plan voor risicomanagement met controle- en beperkingsmaatregelen die worden geïdentificeerd door en de verantwoordelijkheid zijn van de relevante bedrijfsteams, waarbij belangrijke risico's door de President Outdoor en de Outdoor SLT worden geëvalueerd.

Aan ESG gerelateerde risico's worden overwogen naast relevante financiële en operationele risico's.

Deze bestaan, bijvoorbeeld, uit:

- risico's op het gebied van mensenrechten in de toeleveringsketen.
- effecten op het milieu gekoppeld aan infrastructuur, de levenscyclii van de bedrijfsmiddelen en energieverbruik.
- risico's op het gebied van privacy, gegevensethiek en cyberbeveiliging.
- risico's op het gebied van materiaal en reputatie.

Bevindingen uit risicobeoordelingen, incidenten en ontwikkelingen in de regelgeving informeren updates van beleid, training en controlemaatregelen, en ondersteunen continue verbetering.

Het nalevingskader van Bauer Media Outdoor: onze zes 'Fair' (eerlijke) gebieden

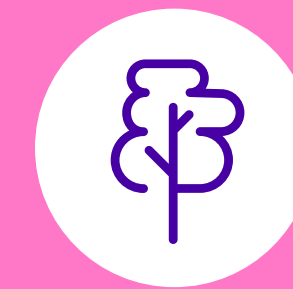
Bauer Media Outdoor heeft een nalevingskader ingevoerd dat een gestructureerde benadering levert voor het in de praktijk toepassen en evalueren van haar beleid. Het kader is georganiseerd rond zes eerlijke gebieden die een leidraad vormen voor de manier waarop de afdeling Compliance belangrijke wettelijke en ethische verantwoordelijkheden aanpast en afstemt op de waarden van de Bauer Media Group, inclusief vertrouwen, die informeren hoe we trachten als een bedrijf te werken.

De zes eerlijke gebieden zijn bedoeld om de voornaamste elementen van verantwoordelijk zakelijk gedrag te behandelen:



Eerlijke handel

Antitrust, bestrijding van omkoping en corruptie, belangenverstremming, sancties en fraude



Eerlijk milieu

Vooruitgang ten aanzien van de uitvoering van het milieuprogramma



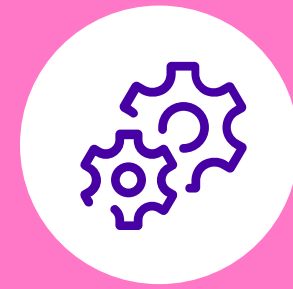
Eerlijke verslaglegging

Financiële verslaglegging en naleving van belastingwetgeving



Eerlijke Informatiebeveiliging

Gegevensbeveiliging, cyberbeveiliging, toegangsbeheer en weerbaarheid



Eerlijke verwerking

Privacy, gegevens en kunstmatige intelligentie



Eerlijke relaties

Mensenrechten en due diligence betreffende de toeleveringsketen

Elk jaar voeren bedrijfsafdelingen een gestructureerde evaluatie van deze gebieden uit onder toezicht van het Compliance Team van Bauer Media Outdoor. Hogere leiders bevestigen de status van belangrijke controlemaatregelen en identificeren gebieden waar mogelijk verbetering of extra mitigatie nodig is.

Dit proces is bedoeld om de consistente toepassing van beleid in de markten te ondersteunen. Het helpt bij het integreren van governancevereisten in dagelijkse werkzaamheden en draagt bij aan de doorlopende ontwikkeling van effectiviteit van controlemaatregelen naarmate reglementaire en zakelijke vereisten zich ontwikkelen.

Beleid en normen

Bauer Media Outdoor werkt binnen en is afgestemd op het overkoepelende beleidskader van de Bauer Media Group, terwijl het beleid en normen hanteert in lijn met het specifieke risicoprofiel van een OOH-reclamebedrijf dat in openbare ruimtes werkt.

Beleid op groepsniveau, inclusief de Gedragscode voor werknemers, het Speak Up-beleid en de privacyprincipes bepalen gemeenschappelijke verwachtingen en minimale normen in de hele Bauer Media Group.

Beleid Bauer Media Outdoor

Bauer Media Outdoor hanteert bedrijfsspecifiek beleidslijnen en normen die een weerspiegeling vormen van de aard van haar activiteiten en haar blootstelling aan risico's. Deze bestaan uit ons:

- **Beleid inzake economische misdrijven**, waaronder de bestrijding van omkoping en corruptie, belangenverstrengeling, fraudepreventie en naleving van sancties.
- **Beleid inzake mensenrechten** dat beschrijft op welke wijze wij internationaal erkende mensenrechten in onze activiteiten en toeleveringsketen respecteren.
- **Beleid inzake privacy, gegevensbescherming en cyberbeveiliging** dat gegevensbescherming, informatiebeveiliging en cyberrisico's in onze activiteiten behandelt.
- **Beleid inzake het milieu** dat de uitvoering van ons milieuprogramma en ons Climate Transition Plan ondersteunt.

- **Beleid inzake inkoop** dat due diligence, ethische inkoop en toezicht op leveranciers op risicobasis in inkoopprocessen integreert.
- **Gedragscode voor leveranciers** waarin verwachtingen worden beschreven voor ethisch gedrag, arbeidsnormen, verantwoordelijkheid voor het milieu en naleving door leveranciers.

Gezamenlijk is dit beleid bedoeld om de voornaamste risico's op het gebied van governance, naleving en ESG geassocieerd met de activiteiten van Bauer Media Outdoor te behandelen, en wordt het toegepast en geïmplementeerd op een manier die een weerspiegeling vormt van de lokale reglementaire vereisten en operationele omstandigheden in elke markt.

Implementatie en monitoring

Beleid wordt gesteund door training, due-diligenceprocessen en operationele controlemaatregelen die bedoeld zijn om de vereisten in dagelijkse bedrijfsvoering te integreren. Voltooiing van verplichte training wordt gecontroleerd en naleving van beleid wordt geëvalueerd via een combinatie van managementtoezicht, nalevingscontrole en waarborgactiviteiten. Wanneer kwesties worden vastgesteld, worden correctieve acties vastgesteld en gevolgd tot voltooiing.

Per 31 december 2025 hadden alle werknemers van Bauer Media Outdoor in alle markten (exclusief operationeel personeel) de jaarlijkse verplichte training betreffende de Gedragscode voor werknemers van de Bauer Media Group gevolgd. Operationeel personeel volgt aparte persoonlijke trainingsprogramma's afgestemd op de nalevingsvereisten en praktische overwegingen van hun functies.

Inkoop, due diligence, en governance van de toeleveringsketen

Veel van de belangrijkste risico's op het gebied van duurzaamheid en naleving van Bauer Media Outdoor bevinden zich in de toeleveringsketen. Deze risico's worden behandeld via duidelijk beleid, proportionele due diligence, contractafspraken en doorlopend toezicht.

De verwachtingen die we van leveranciers hebben, worden beschreven in de Gedragscode voor leveranciers van Bauer Media Outdoor, betreffende mensenrechten, arbeidspraktijken, verantwoordelijkheid voor het milieu, ethisch gedrag en gegevensbescherming. Een due diligence-benadering op risicobasis wordt toegepast en omvat sancties, controle van de financiële positie en reputatie, waarbij, voor zover relevant, evaluaties betreffende het milieu, mensenrechten en cyberbeveiliging worden uitgevoerd.

Tijdens 2025 werd de inzet van het geautomatiseerde due-diligencesysteem OneTrust uitgebreid naar Ierland en naar Bauer Media Outdoor Technic (voorheen Amscreen) in het Verenigd Koninkrijk. Dit heeft geleid tot een verbetering van de consistentie van leveranciersbeoordelingen. Verdere invoering in extra markten wordt tijdens 2026 gepland. Voor relaties die meer risico's met zich meebrengen zijn verdergaande toestemmingen en supervisie door de afdeling Compliance vereist.

Inkooppersoneel wordt getraind in nalevingsvereisten, en de prestaties van leveranciers worden gezamenlijk gemonitord door de afdelingen Compliance en Procurement, waarbij problemen voor zover toepasselijk naar het Outdoor SLT worden geëscaleerd.

Als onderdeel van het werk van de Bauer Media Group om zich voor te bereiden op de toepassing van de Richtlijn van de EU inzake passende zorgvuldigheid in het bedrijfsleven op het gebied van duurzaamheid (CSDDD) draagt Bauer Media Outdoor bij aan initiële activiteiten zoals het in kaart brengen van de waardeketen, beoordeling van potentiële negatieve effecten en betrokkenheid van leveranciers.

Ethische bedrijfsvoering

Bestrijding van omkoping, corruptie en fraude

Bauer Media Outdoor streeft ernaar omkoping, corruptie en andere vormen van economische misdrijven te voorkomen en aan te pakken. We zijn fel tegen fraude en benadrukken aan al ons personeel dat er in ons bedrijf geen plaats voor fraude is. Risico's worden behandeld met gebruik van beleid, training op basis van functie, goedkeuringsdrempels voor geschenken en gastvrijheid, verdergaande controles van risicovolle relaties en contractuele bescherming.

Werknemers in relevante functies ontvangen daarop afgestemde training naast de verplichte training op het gebied van de Gedragscode voor werknemers van de Bauer Media Group. Verdergaande controles en goedkeuringen worden toegepast op risicovolle relaties.

Waarneming en beheer van wangedrag

Zorgen over wangedrag kunnen worden gemeld via Speak Up-kanalen of rechtstreeks bij de afdeling Compliance. Meldingen worden behandeld overeenkomstig geheimhoudingsvereisten en onderzocht krachtens vastgelegde protocollen, waarbij de resultaten worden gemeld aan het Outdoor SLT en correctieve acties, voor zover vereist, worden gevolgd tot de kwestie is opgelost.

Onze benadering van belasting

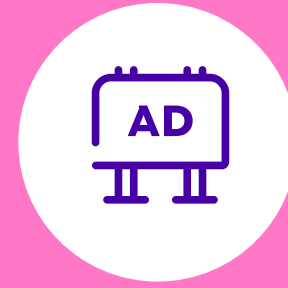
Bauer Media Outdoor volgt de belangrijkste strategische doelstellingen van de Bauer Media Group met betrekking tot belasting. Dit zijn de volgende:

- Het volgen van alle geldende wet- en regelgeving met betrekking tot alle belastingen.
- Het juiste bedrag aan belasting betalen op het juiste moment en de juiste plaats.
- Garanderen dat Bauer Media Outdoor als onderdeel van de Bauer Media Group beschikt over krachtige en passende governance om in gepaste afspraken voor de fiscale boekhouding te voorzien.
- Een open en samenwerkende relatie met de belastingdienst onderhouden.
- Zorgvuldigheid en gepaste zorg betrachten bij het uitvoeren van onze verantwoordelijkheden en verslaglegging op belastinggebied.

Verantwoordelijke reclamenormen en overheidsbeleid

Als een media-eigenaar die in openbare ruimtes werkt, past Bauer Media Outdoor normen voor reclamemateriaal toe, die bedoeld zijn om te helpen garanderen dat reclame die op haar bedrijfsmiddelen wordt getoond wettelijk, gepast en verantwoordelijk is. Restricties op basis van locatie zijn van toepassing voor bepaalde categorieën reclame, en boodschappen betreffende overheidsdiensten blijven onderdeel uitmaken van het aanbod aan steden en gemeenschappen.

Betrokkenheid bij overheidsbeleid door Bauer Media Outdoor loopt voornamelijk via brancheorganisaties. Lobbyen vindt plaats op een transparante basis en in overeenstemming met geldende regels, met toezicht door de afdeling Compliance en in lijn met de standpunten van de Bauer Media Group.



Normen voor reclamemateriaal

Bauer Media Outdoor begrijpt haar rol in het toezien op reclamemateriaal dat op haar bedrijfsmiddelen wordt getoond. Hoewel adverteerders verantwoordelijk voor het materiaal dat zij indienen zijn, behouden wij ons het recht voor om reclame te weigeren die misleidend, seksueel expliciet, overmatig suggestief is of die redelijkerwijs kan worden geacht een negatieve indruk te geven van het karakter, de integriteit of de reputatie van een organisatie of persoon.



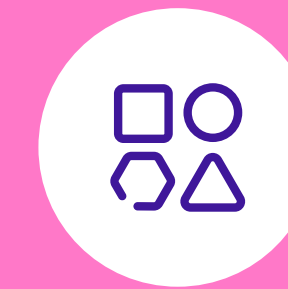
Restricties op basis van locatie

Bauer Media Outdoor past restricties van reclame toe op basis van locatie door het vaststellen van uitsluitingszones rond gevoelige locaties (zoals gebedshuizen, basisscholen en scholen voor voortgezet onderwijs, en speeltuinen) om bepaalde categorieën reclame te beperken.



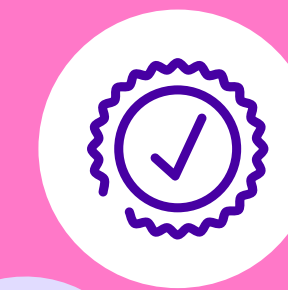
Reclame voor overheidsdiensten

We vervolgen onze langlopende praktijk van het tonen van boodschappen betreffende overheidsdiensten die het welzijn van de gemeenschap bevorderen en belangrijke doelen ondersteunen.



Diversiteit en vertegenwoordiging

We stimuleren diversiteit van geadverteerde producten en diensten in onze markten en passen richtsnoeren voor kopij en materiaal toe die rekening houden met de zich ontwikkelende diversiteit van ons publiek.



Reclamenormen en verantwoordelijkheid van adverteerders

Het bepalen of ondersteunen van de inhoud van advertenties door Bauer Media Outdoor gaat niet verder dan ons streven om naleving te bevestigen van geldende wetten en onze normen voor reclamemateriaal. Adverteerders blijven verantwoordelijk voor hun eigen materiaal. Waar gepast kunnen we adverteerders aanbevelen om advies in te winnen bij hun nationale vereniging voor reclamenormen voordat ze een campagne uitvoeren.

Privacy, gegevensbescherming en cyberbeveiliging

Privacy en gegevensbescherming

Bauer Media Outdoor streeft ernaar de Algemene Verordening Gegevensbescherming en geldende lokale wetten inzake gegevensbescherming in al haar markten na te leven. Privacyoverwegingen zijn geïntegreerd in de manier waarop we onze producten en diensten ontwerpen en uitvoeren.

Ons Privacy Office geeft advies over wettige verwerking, ondersteunt de uitvoering van gegevensbeschermingseffectbeoordelingen en houdt toezicht op registraties van verwerkingsactiviteiten. We passen een benadering van Privacy by Design toe op nieuwe diensten en controleren onze praktijken doorlopend om het risico van de identificatie van personen te helpen beperken.

Privacygovernance wordt behandeld als een praktische, operationele discipline in plaats van een zuiver wettelijke oefening, wat het feit weergeeft dat onze reclamemiddelen in openbare ruimtes werken en voor een breed en divers publiek zichtbaar zijn.

Gegevensethiek

De aanpak van gegevensethiek door Bauer Media Outdoor gaat verder dan naleving van de wet. We worden geleid door principes van eerlijkheid, proportionaliteit en respect voor personen.

Onze diensten zijn zodanig ontwikkeld dat ze zich richten op geaggregeerde inzichten in plaats van gegevens op persoonlijk niveau, en vermijden daarmee profilering van gedrag. Deze principes ondersteunen inspanningen om te garanderen dat innovatie op het gebied van digitale OOH-reclame conform publieke verwachtingen en wettelijke vereisten blijven.

Normen voor interactieve digitale Out of Home-campagnes:

Het werken in openbare ruimtes vereist een hoge mate van vertrouwen. Bauer Media Outdoor ontwerpt en levert interactieve OOH-campagnes waarbij vanaf het begin privacy, transparantie en verantwoording zijn ingebouwd, om te garanderen dat innovatie de openbare omgeving verbetert en individuen respecteert. Het gebruik van technologie in openbare ruimtes maakt verantwoord ontwerp en verantwoorde uitvoering essentieel.

Onze benadering wordt door deze principes geleid:

- **Privacy by design.** Bauer Media Outdoor integreert vanaf het begin privacy en gegevensbescherming in de ontwikkeling van interactieve producten en campagnes in plaats van toepassing van controlemaatregelen na de inzet ervan. We voeren gegevensbeschermingseffectbeoordelingen uit voor interactieve campagnes om potentiële risico's voor personen te identificeren en behandelen, en ter ondersteuning van naleving van geldende gegevensbeschermingswetgeving.
- **Minimaal en proportioneel gebruik van gegevens.** Interactieve campagnes zijn afhankelijk van geanonimiseerde
- **Duidelijke grenzen en verantwoordelijke partnerships.** We passen consistente normen toe voor technologiepartners en reclamerelaties, en werken alleen met organisaties die aan duidelijke voorschriften voor verantwoorde en transparante behandeling van gegevens voldoen. Ons netwerk werkt gescheiden van digitale reclamekanalen op toestemmingsbasis: als iemand een advertentie in een openbare ruimte ziet en later een vergelijkbare boodschap op een mobiel apparaat tegenkomt, is dit veroorzaakt door digitale reclameactiviteiten buiten onze werkzaamheden, niet door gegevens die via onze bedrijfsmiddelen zijn verzameld.

of geaggregeerde inzichten, zoals het tellen van het publiek en brede bewegingspatronen. Wanneer voor interacties technologieën nodig zijn als bewegingsrespons, gebaarherkenning of aanraakschermen, worden visuele gegevens alleen verwerkt om de interactie mogelijk te maken en worden slechts kort, veelal seconden, bewaard alvorens veilig te worden gewist. Wij onthouden ons van het tracken van personen, het creëren van gebruikersprofielen of het activeren van persistente identificatie.



Cyberbeveiliging

Bauer Media Outdoor onderhoudt een managementsysteem voor informatiebeveiliging overeenkomstig ISO 27001, en één bedrijfsafdeling is reeds in het bezit van een certificaat terwijl anderen certificering waar toepasselijk beoordelen.

De governance van cyberbeveiliging wordt gesuperviseerd door de Chief Information Officer van Bauer Media Outdoor en een Information Governance Steering Committee. Beveiligingswerkzaamheden combineren interne expertise door specialistische externe ondersteuning om de controle van beveiliging, het vermogen om op incidenten te reageren en operationele flexibiliteit in onze systemen en infrastructuur te bieden.

Veerkracht, training en bewustzijn

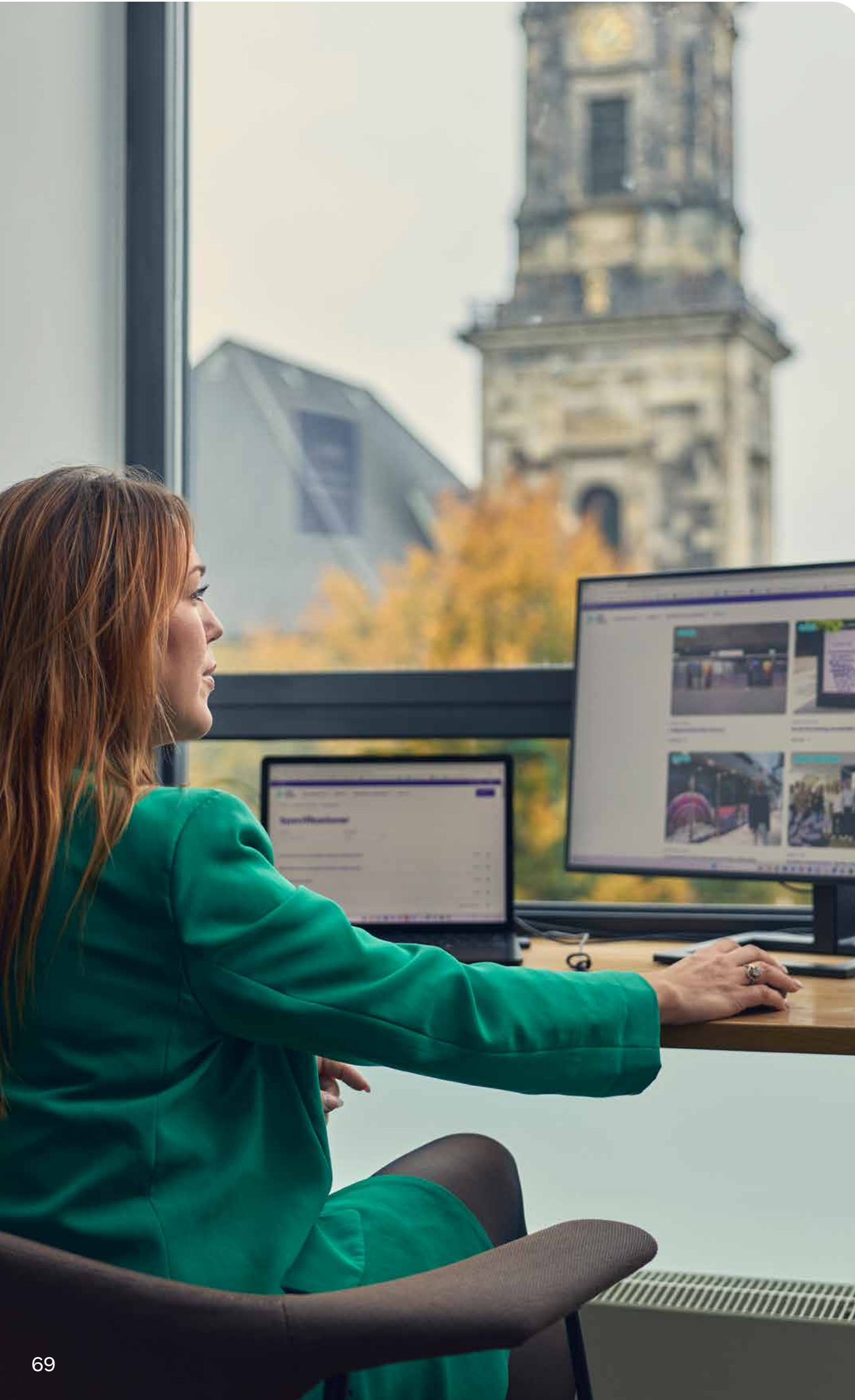
Alle werknemers moeten de cyberbeveiligingstraining volgen die bij hun functie past, en de voltooiingspercentages worden gecontroleerd. Training wordt bekrachtigd via bewustwordingscampagnes en regelmatige simulaties van phishing om te helpen de organisatie waakzaam te houden.

Cyberbeveiligingsrisico's worden ook overwogen in relaties door leveranciers. Voor zover relevant worden leveranciers beoordeeld op cyberbeveiligingsrisico's en worden contractuele beschermingsmaatregelen opgenomen om veilige werkzaamheden in onze waardeketen te ondersteunen.

Continue verbetering

Controlemaatregelen op het gebied van privacy, gegevensbescherming en cyberbeveiliging worden doorlopend geëvalueerd. Lessen die door incidenten zijn geleerd, audits, wettelijke ontwikkelingen en technologische veranderingen worden gebruikt om informatie te bieden voor updates van systemen, richtsnoeren en training in de loop van de tijd.





Vooruitblikken: onze toekomstige ESG-prioriteiten

Bauer Media Outdoor heeft een ESG-programma opgesteld en blijft dit ontwikkelen naarmate ons bedrijf zich ontwikkelt. We beseffen ons echter ook dat voor effectieve ESG-prestaties doorgaande aandacht, aanpassing en verbetering nodig zijn. Het blijft onze ambitie om als zowel een Platform for Brands als een Platform for Good te werken, en gepast te reageren op zich ontwikkelende reglementaire, maatschappelijke en commerciële verwachtingen.

Als onderdeel van de Bauer Media Group bereidt Bauer Media Outdoor zich voor op het ondersteunen van de toekomstige rapportage op groepsniveau krachtens de CSRD en de CSDDD. Onze aandachtsgebieden omvatten betere gegevenskwaliteit en consistentie binnen onze eigen activiteiten, het systematischer integreren van ESG-risico's in besluitvorming en het bieden van betrouwbare, vergelijkbare informatie die openbaarmaking op groepsniveau kan ondersteunen. Daarnaast worden leveranciers en interne bedrijfsactiviteiten al onderworpen aan risicobeoordelingen die worden uitgevoerd krachtens de bepalingen in de Duitse wet inzake due diligence van de toeleveringsketen. Deze benadering ondersteunt transparantie en verantwoording voor klanten, toezichthouders en aanbestedende diensten, maar blijven binnen proportie ten aanzien van onze rol als particulier bedrijf.

Binnen Bauer Media Outdoor bestaan onze toekomstige prioriteiten uit:

- uitbreiding van due diligence betreffende leveranciers in de waardeketen, voortbouwend op de invoering van geautomatiseerde due diligence-instrumenten in 2025 ter ondersteuning van onze voorbereiding op zich ontwikkelende Europese voorschriften voor toeleveringsketens.
- het evolueren en uitleggen van onze benadering van gegevensethiek om innovatie te leiden in digitale OOH-diensten, met name naarmate door gegevens geactiveerde en interactieve producten zich blijven ontwikkelen.
- het voortzetten van onze integratie in de Bauer Media Group, voor zover toepasselijk in afstemming op de groepsbrede duurzaamheidskaders, systemen en rapportageprocessen, en daarbij duidelijke operationele verantwoordelijkheid houden voor het leveren van ESG binnen Bauer Media Outdoor.

Effectieve governance zal naar verwachting het vermogen van Bauer Media Outdoor ondersteunen om verantwoordelijk te werken, vol vertrouwen aan openbare aanbestedingen deel te nemen, en het vertrouwen te behouden van klanten, toezichthouders en de gemeenschappen waarin we werken.

Voor nadere informatie over ESG bij Bauer Media Outdoor kunt u contact opnemen met ESG@bauermediaoutdoor.com

Woordenlijst van belangrijkste termen

Deze woordenlijst legt uit hoe bepaalde termen door Bauer Media Outdoor in dit ESG-rapport worden gebruikt. Deze definities worden verstrekt voor de duidelijkheid en kunnen in andere contexten buiten dit ESG-rapport op een andere wijze worden gebruikt.

Ad Net Zero:

Een vrijwillig klimaatactieprogramma zonder winstbejag voor de wereldwijde reclamebranche, dat ernaar streeft koolstofemissies uit reclameactiviteiten, productie- en media-activiteiten te beperken, met als doel de branche te helpen koolstofneutraliteit te bereiken.

Akkoord van Parijs 2016:

Een wettelijk bindend internationaal verdrag over klimaatverandering dat op 12 december 2015 door 196 partijen is aangenomen op de Klimaatveranderingsconferentie van de VN, COP21, in Parijs, Frankrijk. Het verdrag werd van kracht op 4 november 2016.

Bauer Media Group:

Een toonaangevend mediabedrijf dat in 1875 in Hamburg werd opgericht en nog steeds een familiebedrijf is met activiteiten in 16 landen met circa 12.000 werknemers. Bauer Media Outdoor werd op 31 maart 2025 onderdeel van de Bauer Media Group.

Bauer Media Outdoor:

Bauer Media Outdoor International Limited en haar dochterondernemingen.

Bedrijfsafdeling:

Gebruikt voor de beschrijving van de commerciële vestigingen van Bauer Media Outdoor in de individuele markten waar het bedrijf actief is.

Bright Sparks:

Het talentontwikkelingsprogramma van Bauer Media Outdoor.

Broeikasgas (bkg):

Alle gas dat infrarode straling in de atmosfeer absorbeert. Broeikasgassen omvatten, maar zijn niet beperkt tot, waterdamp, CO₂, methaan, stikstofdioxide, chloorfluorkoolwaterstoffen, ozon, fluorkoolwaterstoffen, perfluorkoolstoffen en zwavelhexafluoride.

Broeikasgasprotocol:

Het Broeikasgasprotocol werd gelanceerd in 1998 en biedt uitgebreide wereldwijde gestandaardiseerde kaders

om broeikasgasemissies van activiteiten van particuliere en overheidssectoren, waardeketens en beperkende acties te meten en beheren. Het broeikasgasprotocol is een samenwerking van bedrijven, niet-gouvernementele organisaties, overheden en andere, met meerdere stakeholders die bijeen worden gebracht door het World Resources Institute en de World Business Council for Sustainable Development.

Carbon Dioxide Equivalent (CO₂e):

Broeikasgasemissies kunnen worden uitgedrukt in fysieke eenheden (zoals tonnen) of als carbon dioxide equivalent (CO₂e). Met CO₂e kunnen verschillende broeikasgassen worden vergeleken op basis van hun potentieel om de aarde op te warmen.

Clean Air Zone:

In het Verenigd Koninkrijk verwijst een Clean Air Zone naar een gebied waar gerichte actie wordt ondernomen om de luchtkwaliteit te verbeteren, en middelen prioriteit worden gegeven en worden gecoördineerd om de stedelijke omgeving op zodanige manier

om te geven dat deze betere gezondheidsvoordelen biedt en economische groei bevordert.

Climate Transition Plan:

Een gedocumenteerd plan dat de acties, veronderstellingen, afhankelijkheden en governanceafspraken op de korte, middellange en lange termijn van Bauer Media Outdoor beschrijft om de levering van haar klimaatgerelateerde doelen inclusief de koolstofneutraliteitsdoelen, te ondersteunen. Het Climate Transition Plan van Bauer Media Outdoor wordt geïnformeerd door emissiegegevens die zijn samengesteld overeenkomstig het Greenhouse Gas Protocol en zijn afgestemd op erkende klimaatwetenschap en opkomende verwachtingen van toezichthouders.

Corporate Net-Zero Standard van de SBTi:

Een kader voor het bepalen van koolstofneutraliteitsdoelen voor bedrijven, met inbegrip van richtsnoeren, criteria en aanbevelingen overeenkomstig het beperken van de stijging van de temperatuur in de wereld tot 1,5 °C.

Diversiteit, gelijkheid en inclusie (DEI):

De initiatieven van Bauer Media Outdoor gericht op de verbetering van de ervaring van mensen in ons bedrijf.

Dubbele materialiteitsbeoordeling:

Een proces dat wordt gebruikt om vast te stellen welke duurzaamheidsproblemen het belangrijkste zijn, en dat overweegt zowel hoe een bedrijf van invloed is op het milieu en de maatschappij als hoe milieu- en maatschappelijke problemen van invloed zouden kunnen zijn op een bedrijf.

Duitse Wet inzake due diligence van de toeleveringsketen (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz):

Een Duitse wet die sinds januari 2023 van kracht is en van bedrijven eist due diligence op het gebied van mensenrechten en het milieu in hun toeleveringsketen uit te voeren.

Duurzame ontwikkelingsdoelen:

De SDG's die in 2015 door de Algemene Vergadering van de VN zijn bepaald, zijn een verzameling van onderling verbonden wereldwijde doelen ontwikkeld om een 'gedeelde blauwdruk voor veiligheid en welvaart voor mensen en de planeet, nu en in de toekomst' te vormen.

Eerstelijns leverancier:

Voor de uitvoering van het broeikasgasprotocol is dit een leverancier die producten direct aan Bauer Media Outdoor levert of verkoopt. Een eerstelijns leverancier is een bedrijf waarmee Bauer Media Outdoor een kooporder voor goederen of diensten heeft.

Employee Resource Groups:

Door werknemers gestuurde vrijwilligersorganisaties rond verschillende ervaringen. Ze zijn open voor iedereen en streven ernaar een veilige en inclusieve omgeving te bieden voor de open uitwisseling van perspectieven.

Energy Attribute Certificates:

Een contractueel instrument dat informatie (attributies) verstrekt over een eenheid energie, inclusief het middel dat wordt gebruikt om de energie te creëren, en de emissies die met de productie en het gebruik ervan worden geassocieerd.

ESG:

Environmental, Social, and Governance (Milieu, Sociaal en Governance).

EU:

Europese Unie.

European Sustainability Reporting Standards (Europese duurzaamheidsrapportage-standaarden) (ESRS):

Verplichte duurzaamheidsrapportage-standaarden ingevoerd door de EU ter ondersteuning van consistente, vergelijkbare en betrouwbare openbaarmaking betreffende duurzaamheid krachtens de Richtlijn met betrekking tot duurzaamheidsrapportering door ondernemingen. De ESRS beschrijft gedetailleerde openbaarmakingsvereisten voor milieu-, sociale en governance-onderwerpen, inclusief klimaat, biodiversiteit, werknemersaangelegenheden en bedrijfsvoering.

Garanties van Oorsprong:

Certificaten in de EU of elders die bewijzen dat een hoeveelheid energie dat gelijk is aan een MWh werd geproduceerd uit hernieuwbare bronnen en in het elektriciteitsnet werd gevoerd. Garanties van Oorsprong worden elektronisch op de vrijwillige markt verhandeld voor Renewable Energy Certificates en zijn niet gebonden aan de fysieke levering van elektriciteit.

Global Media Sustainability Framework (Wereldwijd duurzaamheidskader van de media) (GMSF):

Een vrijwillige norm die door Ad Net Zero is ontwikkeld voor het bieden van consistente methodes in mediakanalen, inclusief OOH, om de berekening en

beperking van broeikasgasemissies uit reclamecampagnes te ondersteunen.

Hernieuwbare bronnen:

Bronnen die gedurende korte periodes worden bijgevoeld, zoals wind, zon, water, bepaalde biomassa's en geothermische energie

Hernieuwbare elektriciteit:

Voor de toepassing van de metriek en doelen die door Bauer Media Outdoor of haar dochterondernemingen in dit ESG-rapport worden gerapporteerd, betekent hernieuwbare elektriciteit uit hernieuwbare bronnen verkregen elektriciteit, inclusief wanneer een garantie wordt verstrekt via certificatie door Renewable Energy Guarantees of Origin (REGO's) in het Verenigd Koninkrijk of Garanties van oorsprong (GO, GvO) in de EU en elders.

Hernieuwbare energie:

Energie uit hernieuwbare bronnen.

ISO 14001:

De norm voor energiebeheer van de International Organization for Standardization.

ISO 27001:

De norm voor het beheer van informatiebeveiliging van de International Organization for Standardization.

ISO 45001:

De norm voor gezondheid en veiligheid op het werk van de International Organization for Standardization.

Koolstofintensiteit:

Een maat van broeikasgasemissies in verhouding tot een eenheid activiteit, zoals omzet of productie, veelal uitgedrukt als tonnen carbon dioxide equivalent (tCO₂e) per gedefinieerde eenheid. De metingen van koolstofintensiteit worden door Bauer Media Outdoor gebruikt om vooruitgang ten opzichte van doelen voor het beperken van emissies in de loop van de tijd te tracken.

Koolstofneutraliteit:

In lijn met de klimaatwetenschap, verwijst koolstofneutraliteit naar het in evenwicht brengen van Scope 1-, 2- en 3-broeikasgasemissies met antropogene verwijderingen gedurende een specifieke periode. De doelen van Bauer Media Outdoor zijn afgestemd op het Science Based Targets initiative (SBTi).

Kortetermijndoelen:

Bauer Media Outdoor zet zich in voor het reduceren van absolute broeikasgasemissies voor Scope 1 en 2 met 90% in 2023, ten opzichte van het basisjaar 2022. Bauer Media Outdoor zet zich er bovendien voor in om binnen hetzelfde tijdsbestek absolute broeikasgasemissies voor Scope 3 met 90% te beperken.

Langetermijndoelen:

Bauer Media Outdoor zet zich in voor het handhaven van een minimum van 90% beperking van absolute broeikasgasemissies voor Scope 1 en 2 van 2030 tot en met 2045, ten opzichte van het basisjaar 2022. Bauer Media Outdoor zet zich er bovendien voor in om uiterlijk 2045 absolute broeikasgasemissies voor Scope 3 met 90% te beperken ten opzichte van het basisjaar 2022.

Levenscyclusanalyse:

Het proces dat wordt gebruikt om het effect, van productie tot en met installatie, van een product of bedrijfsmiddel op het milieu te analyseren tijdens het leven en aan het eind van het leven ervan, en om beslissingen te informeren die het effect gedurende de levenscyclus daarvan beperken.

Living Roof:

Een daksysteem van bushokjes of straatmeubilair waarin vegetatie is opgenomen, veelal sedum en inheemse plantensoorten, ontwikkeld ter ondersteuning van stedelijke biodiversiteit, het bevorderen van het terughouden van regenwater, en om bij te dragen aan verkoeling en veerkracht in dichtbevolkte stedelijke omgevingen. Living Roof-installaties maken deel uit van de benadering van Bauer Media Outdoor van het integreren in de openbare infrastructuur van functies die de natuur ondersteunen.

OOH:

Out of Home.

Op de markt gebaseerde instrumenten (Elektriciteit):

Mechanismen gebaseerd op contracten of certificaten die worden gebruikt om claims betreffende hernieuwbare elektriciteit te bewijzen, zoals Energy Attribute Certificates, Renewable Energy Guarantees of Origin (REGO's) of Garanties van Oorsprong:, wanneer directe inkoop van hernieuwbare elektriciteit niet beschikbaar is.

Operationeel afval:

Verwijst specifiek naar afval van operationele depots dat wordt geproduceerd door de depots van Bauer Media Outdoor, met uitzondering van afvalproductie door constructiewerkzaamheden.

Operationeel controlemodel:

Een boekhoudkundige benadering krachtens het Greenhouse Gas Protocol, waarbij een bedrijf verantwoording aflegt voor 100% van de emissies waarover het operationele controle heeft, ongeacht aandelen eigendom.

Opgenomen koolstof:

Broeikasgasemissies geassocieerd met de productie, de verwerking, het

transport, de installatie, het onderhoud en de behandeling aan het eind van het nuttig leven van materialen en producten, met uitzondering van emissies die voortkomen uit hun operationeel gebruik. Opgenomen koolstof is met name relevant voor de bedrijfsmiddelen van infrastructuur met een lang leven.

Outdoor Senior Leadership Team (Outdoor SLT):

Het hogere leiderschapsteam van Bauer Media Outdoor, dat de President Outdoor adviseert bij het management van Bauer Media Outdoor.

Planet Mark:

Een duurzaamheidscertificaat dat koolstof en sociale gegevens verifieert en meet om emissies te beperken en de Duurzame Ontwikkelingsdoelen te bereiken.

Platform for Good:

De benadering van Bauer Media Outdoor van het gebruik van haar OOH-netwerk om, naast haar commerciële reclameactiviteiten, initiatieven op het gebied van milieu, maatschappij en gemeenschappen te ondersteunen, met als doel een positieve bijdrage te leveren aan de steden en gemeenschappen waarin we werken.

Recyclen/Recyclebaar:

Een activiteit waarbij afvalmaterialen (die anderszins met het vuil zouden zijn

verwijderd) worden herbewerkt tot nieuwe producten, materialen of stoffen, hetzij voor het oorspronkelijke of een nieuw doel. Verwijzing naar een materiaal als 'recyclebaar' verwijst naar de technische haalbaarheid, niet de commerciële haalbaarheid, om een materiaal te recyclen.

Renewable Energy Guarantees of Origin (REGO's):

Certificaten in het Verenigd Koninkrijk die het elektriciteitsleveranciers mogelijk maken om hun klanten te tonen hoeveel van de elektriciteit die ze leveren uit hernieuwbare bronnen werd geproduceerd.

Richtlijn inzake passende zorgvuldigheid in het bedrijfsleven op het gebied van duurzaamheid (CSDDD):

Een EU-richtlijn die van bepaalde bedrijven eist om feitelijke en potentiële negatieve mensenrechten en milieueffecten binnen hun eigen onderneming en in hun waardeketen te identificeren, voorkomen, verminderen en verantwoorden.

Richtlijn met betrekking tot duurzaamheidsrapportering door ondernemingen (CSRD):

Een EU-richtlijn die van bedrijven die onder de richtlijn vallen eist om openbaar te rapporteren volgens Europese duurzaamheidsrapporteringnormen.

Risicobeheer voor ondernemingen (ERM):

Een geïntegreerde en gekoppelde benadering van het beheren van risico in een organisatie en zijn uitgebreide netwerken.

Science Based Targets initiative (SBTi):

Een klimaatactieorganisatie voor bedrijven, waarmee ondernemingen overal ter wereld doelen kunnen stellen voor broeikasgasemissies en in 2050 koolstofneutraliteit kunnen bereiken.

Scope 1 Broeikasgasemissies:

Directe broeikasgasemissies die optreden uit bronnen die in het bezit zijn of onder de controle staan van een organisatie.

Scope 2 Broeikasgasemissies:

Indirecte broeikasgasemissies uit de opwekking van elektriciteit die wordt gekocht of anderszins binnen de organisatorische grens wordt gebracht van of wordt gebruikt door een organisatie.

Scope 3 Broeikasgasemissies:

Alle andere indirecte broeikasgasemissies (m.u.v. Scope 2). Relevante categorieën van Scope 3-emissies zijn een gevolg van de activiteiten van een organisatie, maar treden op uit bronnen die niet in het bezit zijn of onder de controle staan van een organisatie.

Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD):

Een opgeheven taskforce dat aanbevelingen ontwikkelde over de soorten informatie die ondernemingen openbaar zouden moeten maken om investeerders, kredietverstrekkers en verzekeringsmaatschappijen te ondersteunen bij de juiste beoordeling en prijsbepaling van een specifieke reeks risico's met betrekking tot klimaatverandering.

Tweedelijns leverancier:

Voor de uitvoering van het broeikasgasprotocol is dit een leverancier die producten direct aan de eerstelijns leverancier van Bauer Media Outdoor levert of verkoopt. Een tweedelijns leverancier is een bedrijf waarmee de eerstelijns leverancier van Bauer Media Outdoor een kooporder voor goederen en diensten heeft.

Ultra Low Emission Zone (ULEZ):

Programma's die in het Verenigd Koninkrijk worden uitgevoerd en waarmee bestuurders van voertuigen die niet voldoen aan bepaalde emissienormen die door de uitvoerder van het programma (zoals een plaatselijk overheidsorgaan) zijn bepaald een bedrag moeten betalen om in de relevante ULEZ te rijden.

Vertical Meadows:

Het wandsysteem van Bauer Media Outdoor op basis van planten, dat is ontwikkeld om biodiversiteit in stedelijke landschappen te integreren

Voertuigen met geen of lagere emissies:

Voertuigen die geen of beperkte uitlaatgassen uitstoten in vergelijking met conventionele benzine- of dieselvoertuigen, inclusief elektrische voertuigen en plug-in hybride voertuigen.

Waardeketen:

Belangrijke activiteiten, middelen en relaties die de producten en diensten van Bauer Media Outdoor ondersteunen inclusief stroomopwaartse leveranciers, onze eigen activiteiten en stroomafwaartse relaties, tot en met de

behandeling van bedrijfsmiddelen van de infrastructuur aan het eind van hun leven. Voor zover wettelijk vereist (bijvoorbeeld krachtens de CSRD), is de wettelijke definitie van waardeketen van toepassing.

Wetenschappelijk onderbouwde doelen:

Reductiedoelen voor broeikasgasemissies die zijn afgestemd op het niveau van decarbonisatie dat nodig is om de stijging van de temperatuur in de wereld te beperken overeenkomstig klimaatwetenschap en de doelen van de Overeenkomst van Parijs. De doelen van Bauer Media Outdoor zijn gevalideerd door het SBTi.

Over dit ESG-rapport

Dit Milieu, Sociale en Governance (ESG -Environmental, Social and Governance)-rapport is samengesteld door Bauer Media Outdoor International Limited (het Bedrijf) en beschrijft onze duurzaamheidsdoelen, activiteiten en vooruitgang in 2025.

Bauer Media Outdoor maakt deel uit van de Bauer Media Group, een toonaangevend Europees mediabedrijf. De Bauer Media Group werd in 1875 opgericht in Hamburg, is nog steeds een familiebedrijf, en ontplooit activiteiten in 16 landen met circa 12.000 werknemers. Dit ESG-rapport is samengesteld namens en alleen van toepassing op Bauer Media Outdoor, de bedrijfsafdeling van de Bauer Media Group die Out of Home (OOH) reclamediensten levert. Om bepaalde punten volledig te behandelen en een accurate voorstelling van zaken te geven, verwijst dit ESG-rapport naar toezicht en governance door de Bauer Media Group, waaronder Bauer Media Outdoor valt. Deze verwijzingen zijn uitsluitend uit contextuele overwegingen opgenomen en de ESG-verklaringen die over Bauer Media Outdoor worden gedaan hebben geen betrekking op de bredere Bauer Media Group.

Dit ESG-rapport beschrijft de positie van Bauer Media Outdoor per 31 december 2025. Voorafgaand aan april 2025 werkte Bauer Media Outdoor onder het bestuur van Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (CCOH). Verwijzingen in dit ESG-rapport betreffen uitsluitend Bauer Media Outdoor na de acquisitie door de Bauer Media Group en vertegenwoordigen niet de positie, het beleid of de mening van CCOH. Bauer Media Outdoor spreekt niet namens CCOH en eventuele vragen met betrekking tot CCOH dienen rechtstreeks tot die entiteit te worden gericht.

Bauer Media Outdoor werd op 31 maart 2025 onderdeel van de Bauer Media Group. Verwijzingen in dit ESG-rapport naar periodes voorafgaand aan die datum geven de periode weer waarin Bauer Media Outdoor onder het bestuur van CCOH viel. Als gevolg daarvan kunnen benaderingen tot governance-afspraken, beleid en gegevens verschillen tussen periodes voor en na deze datum zoals, voor zover relevant, in dit ESG-rapport wordt uitgelegd.

Een aantal van de verklaringen in dit ESG-rapport heeft betrekking op plannen, doelen of verwachtingen in de toekomst en zijn toekomstgericht van aard. Woorden als 'trachten', 'anticiperen', 'vinden', 'verwachten', 'van plan zijn', 'projecteren', 'richten op', 'zal', 'kan', 'zou moeten' en vergelijkbare uitdrukkingen zijn bedoeld om toekomstgerichte verklaringen te herkennen. Deze verklaringen beschrijven wat Bauer Media Outdoor momenteel van plan is of verwacht in de komende maanden en jaren te doen of te bereiken, en zijn gebaseerd op informatie die beschikbaar is ten tijde van publicatie, de huidige overtuigingen en veronderstellingen van het management, en ons inzicht in de branches waarin we werkzaam zijn.

Toekomstgerichte verklaringen zijn inherent onderhevig aan onzekerheid. Feitelijke resultaten kunnen verschillen vanwege veranderingen in economische omstandigheden, ontwikkelingen in de regelgeving, wereldgebeurtenissen, technologische veranderingen of andere onvoorziene omstandigheden. Derhalve kunnen geen waarborgen worden gegeven dat de doelstellingen, doelen of toezeggingen die in dit ESG-rapport worden beschreven worden gehaald. Deze verklaringen vormen geen toezeggingen of garanties, en plannen of doelen kunnen waar nodig of passend worden herzien.

Termen als 'materialiteit', 'duurzaamheid' en 'effect' worden in dit ESG-rapport gebruikt om weer te geven hoe belangrijk bepaalde zaken volgens ons voor ons bedrijf en onze stakeholders zijn. Deze woorden worden niet gebruikt in een strikt wettelijke of financiële zin en kunnen verschillende dingen betekenen voor verschillende mensen of organisaties.

Bepaalde cijfers en gegevens in dit rapport, zoals die met betrekking tot broeikasgasemissies of sociaal effect, zijn ramingen. Ze kunnen gebaseerd zijn op zich ontwikkelende normen, interne veronderstellingen, of gegevens uit externe bronnen. Hoewel we ernaar streven om betrouwbare en transparante informatie te gebruiken, kunnen we niet garanderen dat alle informatie volledig of definitief is. Waar toepasselijk leggen we uit hoe cijfers werden berekend of wat de oorsprong van gegevens is. Tenzij anderszins vermeld is deze informatie niet extern geverifieerd.

In sommige gevallen kunnen foto's in dit ESG-rapport fotografische representaties of replicaties omvatten van feitelijke campagnes die op onze panelen zijn gevoerd. In bepaalde gevallen zijn deze beelden bijgewerkt met 'Bauer Media' zoals dat nu op onze bedrijfsmiddelen verschijnt om onze naam weer te geven.

Dit ESG-rapport is uitsluitend bedoeld voor algemene informatie. Het is geen wettelijk document en niets in dit rapport mag worden beschouwd als een garantie van toekomstige resultaten. Voor zover dit door de wet is toegestaan, accepteert het bedrijf geen verantwoordelijkheid voor schade die voortvloeit uit het vertrouwen op dit ESG-rapport voor andere doeleinden dan uitsluitend algemene informatie. Het bedrijf hoeft de inhoud van dit ESG-rapport niet bij te werken na publicatie, hetzij als gevolg van nieuwe informatie, toekomstige gebeurtenissen of anderszins, behalve voor zover dit vereist wordt door de geldende wetgeving, en het bedrijf kan beslissen om bepaalde ESG-activiteiten, beleidslijnen of -doelen te herzien of beëindigen op basis van prioriteiten, beschikbare middelen of veranderende omstandigheden.

Bauer Media Outdoor

Met opmerkingen of vragen
kunt u contact opnemen met:
ESG@bauermediaoutdoor.com

Onderdeel van de Bauer Media Group

