

NACHHALTIGKEIT

BERICHTSSTANDARDS UND WESENTLICHE THEMEN

Das vorliegende Nachhaltigkeitskapitel fasst die wesentlichen Entwicklungen der ProSiebenSat.1 Group in den Bereichen Ökologie, Gesellschaft und Soziales zusammen. In Kombination mit den weiteren Inhalten des Geschäftsberichts 2023 bietet das Kapitel so eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der ProSiebenSat.1 Group auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen. Das Nachhaltigkeitskapitel umfasst dabei den in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellten Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der ProSiebenSat.1 Group. Der vollständige GRI-Inhaltsindex findet sich im Abschnitt „Informationen“ des Online-Geschäftsberichts.

▼ Das Nachhaltigkeitskapitel enthält den gesonderten Nichtfinanziellen Bericht (NFB) für die ProSiebenSat.1 Group gemäß § 315b Abs. 1 und 3 HGB: Die Inhalte des NFB sind durch ein rotes Dreieck am Anfang (▼) und am Ende (▲) der jeweiligen Textpassage gekennzeichnet. Die gesonderte Ausweisung kennzeichnet somit die Bestandteile des Berichts, die gemäß der gesetzlichen Verpflichtung zur nichtfinanziellen Konzernklärung berichtet werden. Der Nachhaltigkeitsbericht enthält daneben über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehende Informationen zu weiteren Nachhaltigkeitsthemen, die für die Interessenträger der ProSiebenSat.1 Group wesentlich sind. Wir orientieren uns bei der Erstellung des NFB an den GRI-Standards als internationales Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Im NFB für das Geschäftsjahr 2023 berichtet die ProSiebenSat.1 Group über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Konzerns sowie der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit in diesem Kontext erforderlich sind. Wesentliche Risiken für einzelne nichtfinanzielle Aspekte wurden in diesem Zusammenhang nicht identifiziert.

Gemäß § 317 Abs. 2 Satz 4 HGB wurde vom Abschlussprüfer geprüft, dass der NFB entsprechend der gesetzlichen Vorschriften vorgelegt wurde. Zusätzlich beauftragte der Aufsichtsrat die EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Ernst & Young“) den NFB inhaltlich mit hinreichender Sicherheit zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 5. März 2024, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2023 im Abschnitt „Informationen“. Die Prüfung erfolgte unter Anwendung des einschlägigen Prüfungsstandards „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 revised)“ zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben sowie der Anforderungen der EU-Taxonomie-Verordnung.

Die berichteten Themen sind das Resultat unserer aktuellen Wesentlichkeitsanalyse, die turnusmäßig im Geschäftsjahr 2023 erneuert wurde. Ab dem Geschäftsjahr 2024 unterfällt die ProSiebenSat.1 Group der neuen europäischen Regulatorik zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, der sogenannten Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). In Vorbereitung darauf haben wir eine umfassende, doppelte Wesentlichkeitsanalyse erstellt. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden auch die bestehenden und für das Berichtsjahr 2023 maßgeblichen gesetzlichen Anforderungen gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289c Abs. 3 HGB sowie der Wesentlichkeitsbegriff nach GRI berücksichtigt. Die Vorgehensweise sowie Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wurden durch den Vorstand genehmigt und darüber hinaus dem Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee“) des Aufsichtsrats präsentiert.

» INFORMATION

Eine Wesentlichkeitsanalyse dient dazu, die für ein Unternehmen und seine Stakeholder wesentlichen Themen in Bezug auf Nachhaltigkeit zu identifizieren, zu definieren und zu analysieren. Ziel der Wesentlichkeitsanalyse ist es, Schwerpunkte zu setzen. Sie ist damit das zentrale Fundament für die Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens sowie für die Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Die Wesentlichkeitsanalyse basierte auf den aus § 289c Abs. 2 HGB abgeleiteten Nachhaltigkeitsthemen sowie weiteren für ProSiebenSat.1 als Medienunternehmen spezifischen Themen, die aus den in der Vergangenheit durchgeführten Analysen bekannt waren. Diese Themen wurden um einzelne, nicht bereits abgebildete Nachhaltigkeitsthemen ergänzt, die durch die nach CSRD vorgeschriebenen Berichterstattungs-Standards (European Sustainability Reporting Standards, ESRS) definiert werden. Dieser Themenkatalog wurde mit den relevanten internen Fachbereichen diskutiert und sowohl quantitativ als auch qualitativ bewertet. Insgesamt fanden 27 derartige Experteninterviews statt. Ziel dabei war es, die Auswahl der internen Fachexpert:innen so zu treffen, dass sie die Perspektiven aller relevanten Stakeholder – wie beispielsweise Investoren, Werbekunden sowie Zuschauer:innen, Nutzer:innen und Konsument:innen – repräsentieren und diese damit in die Bewertungen einbezogen werden können. In den Gesprächen wurden die Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf die Nachhaltigkeitsthemen sowie deren Relevanz für den Geschäftserfolg analysiert. Zudem wurde eine Umfrage unter den Mitarbeiter:innen aller Segmente sowie der Holding durchgeführt, um die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse mit der Perspektive dieser Interessengruppe auf die potenziellen und tatsächlichen Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit abzustimmen. Die Ergebnisse der Experteninterviews sowie der Mitarbeiterumfrage wurden ergänzt durch Recherchen zu relevanten ESG-Ratings (Bewertungen von Unternehmen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit in den Dimensionen **E**nvironment, **S**ocial und **G**overnance), Werbekundenfragebögen zum Thema Nachhaltigkeit, medienpolitische und medienrechtliche Anforderungen und Standpunkte sowie mögliche Auswirkungen auf Gemeinschaften am Hauptsitz des Unternehmens. Die hieraus gewonnenen Erkenntnisse wurden in die finale quantitative und qualitative Bewertung der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen durch das Group Sustainability Office einbezogen. Für die Einschätzung der Wesentlichkeit der einzelnen Themen nach § 289c Abs. 3 HGB wurde hierbei die Geschäftsrelevanz der einzelnen Nachhaltigkeitsaspekte bewertet, das heißt inwiefern sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses oder der Lage der Kapitalgesellschaft erforderlich sind. Gegenüber der zuletzt im Jahr 2021 durchgeführten und in 2022 durch den Vorstand bestätigten Wesentlichkeitsanalyse haben sich hinsichtlich des nichtfinanziellen Berichts keine substantziellen Änderungen der wesentlichen, zu berichtenden Themen ergeben. Die Erstellung der Wesentlichkeitsanalyse wurde durch das Group Sustainability Office geleitet und durch eine externe Beratung unterstützt.

Die ProSiebenSat.1 Group erstellt alle zwei Jahre eine neue Wesentlichkeitsanalyse und validiert diese jährlich. 2025 ist turnusmäßig eine Erneuerung der Analyse geplant. ▲ **GRI 2-29**

▼ INHALTE DES NICHTFINANZIELLEN BERICHTS / GRI 3-1, 3-2, 3-3 ▲

Aspekte und Angaben gemäß § 289c HGB	Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Umweltbelange	Energie, Emissionen	Klima & Umwelt
Arbeitnehmerbelange	Talent Acquisition, Mitarbeiterentwicklung und -bindung, Führungskräfteentwicklung, Diversität und Chancengleichheit	Mitarbeitende, Diversität & Inklusion
Sozialbelange	Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value), Datenschutz, Medienregulierung (Journalistische Unabhängigkeit und Sorgfaltspflicht, Programmgrundsätze, Jugendschutz)	Gesellschaft, Governance & Compliance
Achtung der Menschenrechte	Anti-Diskriminierung	Gesellschaft
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Anti-Korruption	Governance & Compliance
Sonstige Aspekte	Kartellrecht	Governance & Compliance

▼ Für die erforderlichen Erläuterungen zum Geschäftsmodell gemäß § 289c Abs. 1 HGB verweisen wir auf das Kapitel „Organisation und Konzernstruktur“ im Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus sind sämtliche Verweise auf Inhalte außerhalb dieses NFB als weiterführende Informationen zu verstehen und nicht Bestandteil des vorliegenden NFB. ▲

→ Organisation und Konzernstruktur

Nach Definition der GRI gelten diejenigen Themen als wesentlich, die die wichtigsten tatsächlichen und potenziellen negativen und positiven Auswirkungen auf die Wirtschaft, die Umwelt und die Menschen, einschließlich der Auswirkungen auf die Menschenrechte, im Rahmen unserer Aktivitäten und Geschäftsbeziehungen haben. Aufgrund dieses im Vergleich zum NFB unterschiedlichen Wesentlichkeitsbegriffs umfasst der NHB zusätzliche Themen. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden im Vergleich zum Vorjahr zwei Themen (Abfall und Gesundheit & Sicherheit) als nicht länger wesentlich für ProSiebenSat.1 identifiziert und somit nicht mehr berichtet. Das Thema Corporate Citizenship wurde als wesentliches Thema identifiziert und neu in den Nachhaltigkeitsbericht aufgenommen. Ernst & Young hat den NHB einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) nach ISAE 3000 (revised) unterzogen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 5. März 2024, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht im Abschnitt „Informationen“.

ZUSÄTZLICHE INHALTE DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS / GRI 3-1, 3-2, 3-3

Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Barrierefreie Angebote	Diversität & Inklusion
Corporate Citizenship	Gesellschaft
Informationssicherheit	Governance & Compliance

▼ BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG ▲

Der organisatorische Berichtsrahmen für die im Nachhaltigkeitskapitel enthaltenen Angaben zu Konzepten und Kennzahlen für unsere Nachhaltigkeitsleistung umfasst grundsätzlich alle Konzernunternehmen und entspricht dem zum Ende des Geschäftsjahres 2023 gültigen Konsolidierungskreis der ProSiebenSat.1 Group, der zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert wird. Die Abgrenzung des Konsolidierungskreises folgt dem Kontrollprinzip des IFRS 10. Veränderungen im Konsolidierungskreis werden entsprechend der Erfassung in der Finanzberichterstattung berücksichtigt. Ausnahmen und Einschränkungen im Hinblick auf die Berichtsgrenzen der einzelnen Inhalte sowie die Datenerfassung von Kennzahlen erläutern wir im Folgenden oder werden bei den Angaben zu den einzelnen Themen entsprechend kenntlich gemacht. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Aussagen und Kennzahlen im Abschnitt „Mitarbeitende“ sowie zu Diversität und Chancengleichheit im Wesentlichen auf den HR-Managementansatz und alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group mit Ausnahme internationaler Beteiligungen der Seven.One Studios, die zum Jahresende ca. zwei Prozent der Mitarbeiter:innen des Konzerns umfassten. Die im Folgenden beschriebenen Themenbereiche in Bezug auf Arbeitnehmerbelange werden konzernweit verfolgt, einzelne Maßnahmen werden aufgrund der Unterschiedlichkeit der Geschäftsmodelle jedoch nicht in allen Gesellschaften gleichermaßen umgesetzt. Die Informationen zu den Public-Value-Angeboten der ProSiebenSat.1 Group beziehen sich vor allem, aber nicht ausschließlich, auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im Segment Entertainment. Die Informationen zu Corporate Citizenship legen ebenfalls einen Schwerpunkt auf das Segment Entertainment, beziehen aber auch Informationen zu Aktivitäten aus den Segmenten Commerce & Ventures sowie Dating & Video mit ein. Hintergrund ist unsere besondere Verantwortung im Mediensektor. Mit unseren TV-Sendern und Plattformen wollen wir einen relevanten Beitrag zur Meinungsbildung und Demokratieförderung leisten. Durch das Compliance-Management-System (CMS) deckt die ProSiebenSat.1 Group wesentliche für die nichtfinanzielle Berichterstattung relevante Rechtsgebiete wie Anti-Korruption und Datenschutz konzernweit ab. Die Konzepte zu den medienrechtlichen Bestimmungen beziehen sich aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen im Ausland und fehlender Anwendungsbereiche für viele Gesellschaften, zum Beispiel im Produktionsgeschäft, in erster Linie auf die Unternehmen des Entertainment-Segments in Deutschland.

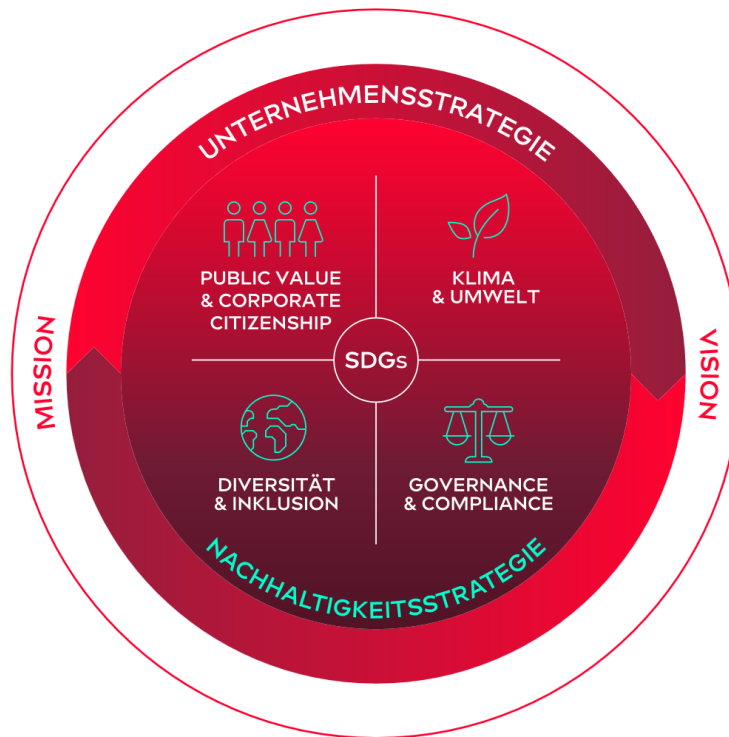
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

▼ Der Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um seine ökonomische, ökologische und soziale Leistung zu steigern. Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und betrachten sie als ganzheitliche Herausforderung. Denn Erfolg bedeutet für ProSiebenSat.1 nicht nur die wirtschaftlichen Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Group langfristig zu steigern. Es heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns weiterzuentwickeln, an neue Herausforderungen anzupassen und stärker mit der Unternehmensstrategie zu verbinden. Zudem bedeutet es, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern sowie die teilweise gegenläufigen Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere jene von Mitarbeiter:innen, den Nutzer:innen unserer Angebote und Plattformen, Aktionär:innen und Investor:innen sowie Geschäftspartnern. Vorrangig steht ProSiebenSat.1 im Dialog mit Stakeholdern, die die finanzielle und nichtfinanzielle Leistung des Unternehmens sowie die dafür gegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen stark beeinflussen und von den Tätigkeiten des Unternehmens signifikant beeinflusst sind.

Im Jahr 2018 hat ProSiebenSat.1 eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie mit der Zielsetzung entwickelt, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von ProSiebenSat.1 zu verknüpfen, um die ökonomische, ökologische und soziale Leistung des Konzerns ganzheitlich zu betrachten. Zudem sind seit dem Jahr 2021 Nachhaltigkeitsziele in die Vorstandsziele integriert. ▲

→ Vergütungsbericht

▼ NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE ▲



▼ Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs): Sie definieren Prioritäten und Ziele für nachhaltige Entwicklung bis 2030 und zielen darauf ab, weltweit Anstrengungen zu mobilisieren, um einen gemeinsamen Katalog an Zielen und Vorgaben zu erreichen.

Zu dieser Transformation will auch die ProSiebenSat.1 Group beitragen. Dazu hat der Konzern im Zuge der Strategieentwicklung folgende sechs Ziele als besonders relevant für seine unternehmerischen Aktivitäten und deren Beitrag zu den SDGs eingestuft: Hochwertige Bildung (SDG 4), Geschlechtergleichheit (SDG 5), Weniger Ungleichheiten (SDG 10), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (SDG 16) sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17). Daraus abgeleitet haben wir unser Nachhaltigkeitsmanagement in vier Handlungsfelder überführt, in denen wir unsere Aktivitäten thematisch bündeln und jeweils individuelle Leitsätze setzen: Public Value & Corporate Citizenship (vormals: Gesellschaft), Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance. Die konkreten Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung im Jahr 2023 beschreiben wir in den folgenden Abschnitten zu den jeweiligen berichteten Themen. ▲

▼ RELEVANTE UN-ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (SDGS) ▲



▼ HANDLUNGSFELDER UND LEITSÄTZE ▲



ProSiebenSat.1 ist Unterzeichner des Global Compact der Vereinten Nationen (UN), einer großen weltweiten Initiative für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung – und bekennt sich damit ausdrücklich zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Klima sowie Korruptionsprävention.

Diese Prinzipien finden sich in entsprechender Form im ProSiebenSat.1-Verhaltenskodex (Code of Conduct): Der Verhaltenskodex gibt Orientierung und einen verbindlichen Rahmen für den Umgang miteinander innerhalb der Unternehmensgruppe, wie auch mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und anderen Dritten. Er ist für alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group weltweit verbindlich. Der Verhaltenskodex regelt unter anderem das Arbeitsumfeld und den Umgang miteinander unter Berücksichtigung der Aspekte Menschenrechte, Diversität und Anti-Diskriminierung, Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit sowie Eigentum.

Der Verhaltenskodex wird vom Vorstand verabschiedet. Er ist eine Anlage des Arbeitsvertrags aller Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus ist der Verhaltenskodex im Intranet zugänglich und Teil des elektronischen Schulungssystems. Über die Website der ProSiebenSat.1 Group ist er zudem extern verfügbar. Die Prinzipien des Verhaltenskodex werden über einen separaten Verhaltenskodex auch für unsere Geschäftspartner verbindlich gemacht. ProSiebenSat.1 behält sich das Recht vor, die Einhaltung der Anforderungen dieses Verhaltenskodex nach angemessener Vorankündigung zu überprüfen und ermutigt Geschäftspartner, eigene verbindliche Leitlinien für ethisches Verhalten einzuführen. **GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25**

→ Verhaltenskodex → Verhaltenskodex für Geschäftspartner → Governance & Compliance

ORGANISATION UND MANAGEMENT

▼ Die Verantwortung für nichtfinanzielle Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) liegt auf Vorstandsebene insbesondere im Bereich des Vorstandsmitglieds und Chief Human Resources Officer (CHRO) Christine Scheffler.

Die Nachhaltigkeitsorganisation ist wie folgt gegliedert:

Das **Sustainability Steering Committee** fungiert als zentrales und interdisziplinäres Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Unter dem Vorsitz des Vorstandsmitglieds und Chief Human Resources Officer (CHRO) setzt es sich zusammen aus Finanzvorstand, Führungskräften und Fachexpert:innen aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen sowie einer:m Betriebsratsvertreter:in. Im vergangenen Jahr tagte das Sustainability Steering Committee drei Mal. Schwerpunkte der Sitzungen waren die Nachhaltigkeitsziele 2023 sowie Planung der Ziele für 2024, die Verknüpfung der Nachhaltigkeitsstrategie mit der Konzernstrategie, Projekte zur Umsetzung neuer Berichtserstattungsanforderungen im Zuge der CSRD sowie Updates zu den Fokusthemen in den definierten Handlungsfeldern und deren konkrete Umsetzung in den drei Segmenten.

Für die Definition konkreter Nachhaltigkeitsziele, die aus den allgemeinen Nachhaltigkeitszielsetzungen der ProSiebenSat.1 Group abgeleitet werden, und deren Umsetzung auf operativer Ebene in den drei Segmenten – Entertainment, Commerce & Ventures sowie Dating & Video – sind jeweils **Verantwortliche für Nachhaltigkeit** benannt und für die jeweiligen Themen zuständig. Sie stehen im regelmäßigen Austausch mit dem Group Sustainability Office und vertreten ihre Segmente im Sustainability Steering Committee. Zudem sollen sie für eine effektive Umsetzung der Maßnahmen in den Gesellschaften der Segmente sorgen.

Das **Group Sustainability Office** ist für die konzernweite Planung, Koordinierung, Implementierung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig. Die Leitung des Group Sustainability Office berichtet an Vorstandsmitglied und Chief Human Resources Officer (CHRO) Christine Scheffler. ▲ **GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-17**

MITARBEITENDE

▼ Grundlage der Personalstrategie der ProSiebenSat.1 Group sind die übergeordneten Unternehmensziele. Die daraus abgeleiteten Human Resources (HR)-Produkte, -Prozesse und -Maßnahmen stellen unsere Mitarbeiter:innen in den Fokus und sollen auf diese Weise Engagement und Innovationskraft fördern.

Der Konzern hat die folgenden Schwerpunktthemen seiner unternehmensweiten, strategischen Personalarbeit identifiziert: Talent Acquisition, Mitarbeiterentwicklung und -bindung sowie Führungskräfteentwicklung. Diese als wesentlich identifizierten Themen werden zentral gesteuert, um eine einheitliche und zugleich effiziente Vorgehensweise sicherzustellen. Der Personalbereich arbeitet unter der Führung des Vorstands eng mit den Personalverantwortlichen der unterschiedlichen Geschäftsbereiche zusammen. Die konzeptionelle Personalarbeit wird dabei in Abstimmung über die sogenannten Center of Excellences (CoEs) zentral gesteuert – dazu zählen beispielsweise die Bereiche Talent, Compensation & Benefits und Arbeitsrecht. Auch das Diversity Management wird durch die zentrale HR-Organisation gestaltet. Neben der quartalsweisen Meldung von Personalrisiken im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements spielt das interne HR-Reporting eine wichtige Rolle.

→ **Diversität & Inklusion**

Gleichzeitig fördert die ProSiebenSat.1 Group die individuelle Ausgestaltung einzelner Themen je nach Branche und kulturellem Hintergrund in den einzelnen Organisationseinheiten. Damit will die ProSiebenSat.1 Group die nötige Flexibilität der verschiedenen Tochterunternehmen sicherstellen, um in einem kompetitiven Marktumfeld schnell und adäquat auf die jeweiligen Herausforderungen eingehen zu können. ▲

Informationen zu Beschäftigtenzahlen sowie zu Konzernmitarbeiter:innen nach Segmenten und nach Regionen finden sich im Konzernlagebericht im Abschnitt:

→ **Unsere Mitarbeitenden**

Talent Acquisition

▼ Hoch qualifizierte und engagierte Talente sind eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg und die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. Denn in einem sich dynamisch verändernden Umfeld trägt insbesondere die Innovationskraft unserer Mitarbeiter:innen zur Weiterentwicklung unserer Produkte und Angebote und damit zum wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns bei. Für unser Recruiting setzen wir dabei auf ein kompetenzbasiertes Modell, das mit den ProSiebenSat.1-Kompetenzen „Reflect“, „Cooperate“, „Create“, „Deliver“, „Know-how“ sowie „Lead & Empower“ wesentliche Fähigkeiten unserer Mitarbeiter:innen definiert, die zum Erreichen unserer strategischen Unternehmensziele wichtig sind.

Mit unserer Arbeitgebermarke „ProSiebenSat.1 careers“ möchten wir den Konzern als attraktiven Arbeitgeber positionieren – bei Bewerber:innen sowie unseren Mitarbeiter:innen. Gleichzeitig bildet sie das Dach unserer Employer-Branding-Aktivitäten. Um die Präsenz unserer Arbeitgebermarke weiter auszubauen, haben wir 2023 die Kampagne „#CreateMomentsThatMatter“ fortgeführt: Diese umfasst verschiedene Elemente, die wir aufeinander abgestimmt online und offline verwenden, um unsere Zielgruppen bestmöglich zu erreichen. Hierzu zählen beispielsweise Visuals, Claims, ein Trailer und kurze Videos. Über unsere Social-Media-Karrierekanäle teilen wir außerdem Inhalte zu Momenten aus dem Arbeitsalltag unserer Mitarbeiter:innen, die potenziellen Bewerber:innen die vielfältigen Job- und Entwicklungsmöglichkeiten bei der ProSiebenSat.1 Group aufzeigen sollen.

Zur Ansprache von Bewerber:innen setzen wir zudem eine Auswahl sich ergänzender Employer-Branding-Maßnahmen um. Als zentrales Element fungiert unsere Karriere-Webseite: Dort veröffentlichen wir nicht nur konkrete Stellenangebote, sondern geben auch Einblicke in die Arbeitswelten der ProSiebenSat.1 Group. Außerdem finden potenzielle Bewerber:innen dort Informationen zu Fort- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, unseren Unternehmenswerten und Vorzügen als Arbeitgeber. Darüber hinaus informieren wir Talente auf dem ProSiebenSat.1-Karriere-Blog und unseren Social-Media-Kanälen mit Storys und teilen Impressionen aus dem Konzern. Beispielsweise stellten wir in 2023 in unserem Arbeitgeber-Podcast „Hausgemacht – der ProSiebenSat.1 careers-Podcast“ Mitarbeiter:innen aus verschiedenen Konzernbereichen und deren Arbeitswelt vor.

→ www.karriere.prosiebensat1.com

Da unsere Zielgruppen sehr heterogen sind, verfolgen wir neben einer allgemeinen Employer-Branding-Strategie auch spezifische Strategien für die besonders relevanten Bereiche Tech & Data, Finance, Investment, M&A, Content & Creative sowie Sales. Innerhalb dieser Kernzielgruppen haben wir 2023 einen speziellen Fokus auf die Young Talents und insbesondere auf die Ansprache der Generation Z gelegt. So haben wir beispielsweise einen eigenen TikTok-Channel gelauncht, um auf das spezifische Nutzungsverhalten der Generation Z entsprechend einzugehen. Mit der Teilnahme an zielgruppenspezifischen Employer-Branding-Events wie der „WomenHack“ wollen wir die ProSiebenSat.1 Group zudem verstärkt bei Frauen im Tech-Bereich als attraktiven Arbeitgeber positionieren.

Neben Veranstaltungen nutzen wir Sourcing-Kanäle wie Social Media, die Direktansprache von Talenten sowie Hochschulkooperationen, um mit potenziellen Kandidat:innen in Kontakt zu treten. So hat die ProSiebenSat.1 Group mit der Technischen Universität München nun bereits zum

zweiten Mal in Folge eine Semesterkooperation unter der Schirmherrschaft von Vorstandsmitglied und Chief Human Resources Officer (CHRO) Christine Scheffler durchgeführt. Im Rahmen einer Lehrveranstaltung über die Transformation in der Medienbranche konnten die Studierenden an praxisnahen Vorträgen teilnehmen und an konkreten Projekten aus unterschiedlichen Konzernbereichen arbeiten.

Auf Gruppenebene haben sich 2023 durchschnittlich 67,9 Personen (Vorjahr: 46,8) auf eine ausgeschriebene Professional-Stelle beworben. ▲ Die Frühfluktuationsquote betrug 13,4 Prozent (Vorjahr: 12,4 %). Diese ist als Anteil der eingestellten Mitarbeiter:innen definiert, die das Unternehmen aufgrund von Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsvertrages innerhalb von sechs Monaten nach Einstellung verlassen.

Mitarbeiterentwicklung und -bindung

▼ Mit Blick auf das dynamische Marktumfeld ist es entscheidend, sowohl Fachwissen als auch übergreifende Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen zu stärken. Die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen ist daher ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die ProSiebenSat.1 Group. Zugleich ist es für unsere Attraktivität als Arbeitgeber und eine ausgeprägte Leistungskultur ausschlaggebend, qualifizierten und engagierten Mitarbeiter:innen Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten und sie an den Konzern zu binden.

Die ProSiebenSat.1 Group bietet deshalb ein umfangreiches Angebot zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Im Berichtsjahr verzeichnete der Konzern durchschnittlich 6,1 Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter:in (Vorjahr: 7,4 Stunden) und 8,6 Weiterbildungsstunden pro Führungskraft (Vorjahr: 9,4 Stunden). Eine wesentliche Rolle bei der Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen spielt unsere interne P7S1 Academy, deren Schulungsangebot für Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum digital verfügbar ist. Das Angebot orientiert sich eng an den strategischen Unternehmenszielen der Gruppe sowie dem Bedarf der einzelnen operativen Bereiche. Darüber hinaus können unsere Beschäftigten zahlreiche Weiterbildungsangebote auf der Plattform „LinkedIn Learning“ nutzen.

Als essenziell für eine zielgerichtete und kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen sehen wir zudem den regelmäßigen Austausch zwischen Mitarbeiter:in und Führungskraft. Im Berichtsjahr haben wir „Up2Me“, unser standardisiertes Dialogformat zu individueller Leistung, Zielen und Entwicklungspotenzialen für die Mitarbeiter:innen der Konzerngesellschaften, vor allem am Standort Unterföhring, erneut durchgeführt und weiterentwickelt. Mit dem Training „Feedback & Feedforward“ möchten wir unsere Mitarbeiter:innen und Führungskräfte beim erfolgreichen Führen der Gespräche unterstützen und die Feedbackkultur stärken. Darüber hinaus zeigen wir unseren Talenten mit einem internen Jobportal Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der ProSiebenSat.1 Group auf und stärken so die interne Mobilität im Konzern.

Grundsätzlich ist es unser Ziel, unseren Mitarbeiter:innen ein attraktives Arbeitsumfeld zur Verfügung zu stellen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden. Daher bieten wir unserer Belegschaft neben einer am Markt ausgerichteten Vergütung auch das Aktienprogramm „MyShares“ an, das es Mitarbeiter:innen in Deutschland ermöglicht, finanziell an der Entwicklung des Unternehmens zu partizipieren. Ferner sind zahlreiche Sozial- und Nebenleistungen, eine gesunde Verpflegung in den Campus-Kantinen sowie Sportprogramme Bestandteil unseres Angebots. Unsere Kooperation mit der Urban Sports GmbH („Urban Sports Club“) bietet unseren Beschäftigten in Deutschland die Möglichkeit, das Sport-, Bewegungs- und Wellnessangebot zu einem vergünstigten Preis zu nutzen. Familienorientierte Dienstleistungen sowie unsere betriebseigene Kindertagesstätte am Standort Unterföhring ergänzen das Angebot. Außerdem kooperiert die ProSiebenSat.1 Group mit einem externen Dienstleister, der Angebote von

¹ Wert wurde gegenüber dem im Vorjahr berichteten Wert angepasst.

Kinderbetreuung, Coaching in schwierigen Lebenslagen sowie Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen vermittelt.

Um unseren Mitarbeiter:innen auch ein zeitgemäßes Arbeitsumfeld zu bieten, haben wir größtenteils hybride Arbeitsmodelle implementiert, die auf die jeweiligen Arbeitsanforderungen und Kultur der einzelnen Unternehmensbereiche zugeschnitten sind. Außerdem besteht für unsere Beschäftigten in Deutschland die Möglichkeit innerhalb eines rollierenden Zwölf-Monats-Zeitraums für 30 Arbeitstage aus 25 EU-Ländern und der Schweiz mobil zu arbeiten. Flexible Arbeitszeitmodelle sowie Teilzeitarbeit sind weitere Möglichkeiten, um die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu fördern. Zum Jahresende 2023 belief sich der Anteil der Teilzeitmitarbeiter:innen auf 19,1 Prozent (Vorjahr: 18,2 %). In unseren deutschen Gesellschaften betrug die Quote 19,4 Prozent nach 18,9 Prozent im Vorjahr.

Im Kontext der Mitarbeiterbindung ist es uns außerdem wichtig, eine gesundheitsfördernde Arbeitskultur zu etablieren. Mit unseren „P7S1 Mental Health Days“ möchten wir beispielsweise für das Thema mentale Gesundheit sensibilisieren und dessen Entstigmatisierung fördern. Im Berichtsjahr haben die Mental Health Days erneut sowohl im Frühjahr als auch im Herbst stattgefunden. Dabei hatten Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum die Möglichkeit, an Vorträgen, Workshops und Trainings zu Themen wie Resilienz, Selbstfürsorge oder Stressmanagement teilzunehmen.

Mit unseren Unternehmenswerten „Passion“, „Innovation“, „Courage“, „Goal-Oriented“ und „Responsibility“ verfolgen wir das Ziel, die Unternehmenskultur sowie die Identifikation der Mitarbeiter:innen mit dem Unternehmen zu stärken und eine gemeinsame Basis für unsere Entscheidungen und Handlungen zu etablieren. Unterschiedliche Formate sowie eigens ernannte Werte-Botschafter:innen unterstützen unsere Beschäftigten dabei, die Werte in ihren Arbeitsalltag zu integrieren und den Austausch zu unserer Kultur zu fördern.

Die Fluktuationsrate im Konzern lag im Berichtsjahr bei 15,9 Prozent (Vorjahr: 15,0 %). In unseren deutschen Gesellschaften betrug sie 15,0 Prozent nach 14,9 Prozent im Vorjahr. Mögliche Effekte auf die Fluktuationsrate durch die in 2023 erfolgte Restrukturierung und den damit verbundenen Stellenabbau werden größtenteils erst 2024 sichtbar sein. Bei der Berechnung der Fluktuationsrate wird die Anzahl der Austritte aufgrund von Kündigungen und Aufhebungsverträgen im Berichtszeitraum durch die Anzahl der Mitarbeiter:innen zum Stichtag 31. Dezember dividiert. Austritte aufgrund von Befristungen, Ausbildungsende, Renteneintritt oder Tod werden dabei nicht berücksichtigt. ▲ GRI 2-7, GRI 401-1, GRI 404-1

→ Wesentliche Ereignisse

Führungskräfteentwicklung

▼ Die Kompetenzen unserer Führungskräfte sind für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group von zentraler Bedeutung. Durch unsere Maßnahmen und Angebote zur Führungskräfteentwicklung sowie unser Führungsleitbild, das sich aus den drei Ebenen der Führung „Lead Self“, „Lead Team“ und „Lead Business“ zusammensetzt, wollen wir konzernweit ein einheitliches Führungsverständnis etablieren und die Performance und Entwicklung unserer Führungskräfte stärken. Aus diesem Grund bieten wir neben Trainings und Beratungen auch Impuls- und Austauschformate auf allen Managementebenen an.

Durch Trainingsangebote möchten wir unsere Führungskräfte dazu befähigen, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten im Hinblick auf die Führungsarbeit weiterzuentwickeln. In den letzten Jahren hat hybrides Führen stark an Bedeutung gewonnen. Mit dem Training „Hybride Teams führen“ möchten wir unsere Führungskräfte bei der Führung und Zusammenarbeit in hybriden Teams bestmöglich unterstützen. In unseren hybriden Arbeitsmodellen findet die Kommunikation größtenteils virtuell statt, deshalb haben sich auch die Anforderungen an die Kommunikationsfähigkeiten von Führungskräften verändert. Daher bieten wir das Training „Mastering Leadership Conversations“ an. Mit diesem Angebot stärken wir die

Kommunikationskompetenzen unserer Führungskräfte und vermitteln beispielsweise Strategien für eine zielführende Kommunikation und überzeugende Gesprächsführung. Zudem sehen wir das Thema Gesundheit als wichtiges Element von Führung. In verschiedenen Trainingsangeboten zeigen wir Führungskräften die Bedeutung von Selbstfürsorge und Resilienz auf und unterstützen sie beim Umgang mit psychischen Belastungen von Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus betrachten wir es als relevanten Bestandteil von guter Führung, unbewusste Vorurteile zu erkennen. Mit unserem Trainingsangebot „Unconscious Bias“ sensibilisieren wir Führungskräfte hierfür. Weitere Schwerpunkte des Trainings sind die Bedeutung von Vielfalt im Unternehmen sowie eines fairen Miteinanders.

Führungskräfte stehen oftmals sehr individuellen Herausforderungen gegenüber, weshalb wir unser Trainingsangebot durch gezielte Beratungsleistungen ergänzen. So bieten wir Führungskräften Coachings an, die sie in besonderen Führungssituationen begleiten und bei der Ausübung ihrer Führungsaufgaben unterstützen sollen.

Ein weiteres Element unserer Führungskräfteentwicklung ist die konzernweite Vernetzung über alle Bereiche. Hierzu bieten wir verschiedene Impuls- und Austauschformate an, um ein einheitliches Verständnis über die strategische Ausrichtung zu schaffen und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu stärken. Unser Top Management nimmt dabei eine besondere Rolle ein. Daher fanden im Berichtsjahr speziell für diese Zielgruppe zwei Management Meetings statt, in denen neben der Unternehmensstrategie auch die Themen Führung und Kultur verstärkt behandelt wurden. Des Weiteren schaffen wir in der regelmäßig stattfindenden „Leadership Hour“ Raum für kontinuierlichen Austausch, geben ergänzende Impulse und schärfen Kompetenzen. So wurde im Rahmen der 2023 erfolgten Neuaufstellung der Organisation die Expertise unserer Führungskräfte in Deutschland zu Themen rund um Change Management und Reorganisation vertieft. Unseren weiblichen Führungskräften aus den Konzerngesellschaften, vor allem am Standort Unterföhring, bietet das interne Netzwerk „LeadingWomen@P7S1“ eine zusätzliche Möglichkeit, sich auszutauschen. ▲

ÜBERSICHT MITARBEITERKENNZAHLEN

▼ WEITERBILDUNGSSTUNDEN DER MITARBEITER:INNEN UND FÜHRUNGSKRÄFTE / GRI 404-1 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount), durchschnittliche Stundenanzahl pro Mitarbeiter:in

	2023	2022
Geschlecht		
Frauen	6,6	8,4
Männer	5,6	6,4
Divers	9,0	—
	6,1	7,4
Management		
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	8,8	9,8
Weitere Führungskräfte	8,5	9,2
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	5,7	7,1
	6,1	7,4
Bereich		
Herstellung	5,3	5,5
Verwaltung	7,6	10,0
Vertrieb	5,5	7,0
	6,1	7,4

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

▼ MITARBEITER:INNEN IN VOLL- UND TEILZEIT NACH GESCHLECHT UND REGION / GRI 2-7 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember

	2023			2022		
	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt
Geschlecht						
Frauen	1.006	2.679	3.685	1.007	2.832	3.839
Männer	402	3.299	3.701	387	3.437	3.824
Divers	—	2	2	—	3	3
	1.408	5.980	7.388	1.394	6.272	7.666
Region						
Deutschland	1.230	5.097	6.327	1.223	5.260	6.483
Österreich/Schweiz	168	404	572	162	415	577
USA	8	335	343	2	392	394
UK	—	12	12	—	30	30
Sonstige	2	132	134	7	175	182
	1.408	5.980	7.388	1.394	6.272	7.666

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

▼ FLUKTUATION NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION / GRI 401-1 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) in Prozent

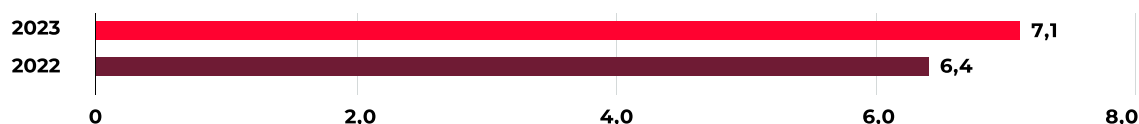
	Fluktuationsrate	
	2023	2022
Alter		
<30 Jahre	26,8	21,0
30–50 Jahre	15,1	14,7
>50 Jahre	5,9	6,0
	15,9	15,0
Geschlecht		
Frauen	15,9	13,8
Männer	15,9	16,2
Divers	100,0	33,3
	15,9	15,0
Region		
Deutschland	15,0	14,9
Österreich/Schweiz	11,4	12,5
USA	34,7	18,5
UK	183,3	46,7
Sonstige	14,2	14,8
	15,9	15,0

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

In Regionen mit einer geringen Anzahl an Mitarbeiter:innen können unterjährige Austritte die Anzahl von Mitarbeiter:innen zum Stichtag 31.12.2023 übersteigen und in Folge zu Fluktuationsraten von über 100 Prozent führen.

DURCHSCHNITTliche BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

in Jahren zum 31. Dezember



Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

MITARBEITER:INNEN NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS, GESCHLECHT UND REGION / GRI 2-7

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember

	befristet		unbefristet	
	2023	2022	2023	2022
Geschlecht				
Frauen	417	586	3.268	3.253
Männer	255	363	3.446	3.461
Divers	—	—	2	3
	672	949	6.716	6.717
Region				
Deutschland	657	921	5.670	5.562
Österreich/Schweiz	13	21	559	556
USA	1	—	342	394
UK	—	2	12	28
Sonstige	1	5	133	177
	672	949	6.716	6.717

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

NEUEINSTELLUNGEN NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION / GRI 401-1

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount)

	Eintritte		Eintrittsrate ¹	
	2023	2022	2023	2022
Alter				
<30 Jahre	507	698	35,7 %	43,0 %
30–50 Jahre	567	814	11,5 %	16,0 %
>50 Jahre	54	62	5,3 %	6,5 %
	1.128	1.574	15,3 %	20,5 %
Geschlecht				
Frauen	569	858	15,4 %	22,3 %
Männer	558	713	15,1 %	18,6 %
Divers	1	3	50,0 %	100,0 %
	1.128	1.574	15,3 %	20,5 %
Region				
Deutschland	1.020	1.323	16,1 %	20,4 %
Österreich/Schweiz	58	107	10,1 %	18,5 %
USA	30	84	8,7 %	21,3 %
UK	2	13	16,7 %	43,3 %
Sonstige	18	47	13,4 %	25,8 %
	1.128	1.574	15,3 %	20,5 %

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

¹ Anteil der Eintritte an Mitarbeiter:innen nach Köpfen.

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliche Verantwortung

▼ Die ProSiebenSat.1 Group erreicht jeden Tag viele Millionen Menschen. Allein mit unseren 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz sprechen wir unterschiedliche Zielgruppen an und erreichen im Hauptumsatzmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Entertainment ist unser Kerngeschäft, wobei der strategische Schwerpunkt auf der Streaming-Plattform Joyn liegt. Zum Jahresende 2023 verzeichnete Joyn monatlich bereits rund 4,9 Millionen Nutzer:innen. Der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender betrug im Berichtsjahr 24,5 Prozent (Vorjahr: 24,9 %) bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen in Deutschland. Hinzu kommen die Reichweiten der Digitalangebote des Konzerns, wie Studio71: Allein auf YouTube erreichte Studio71 im Geschäftsjahr 2023 mit rund 1.350 Kanälen weltweit 13,1 Mrd Video Views pro Monat (Vorjahr: 11,8 Mrd Video Views).

→ [Organisation und Konzernstruktur](#) → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

In diesen Marktdaten sehen wir eine hohe Reichweite und Relevanz und erkennen darin für uns eine besondere Verpflichtung: Mit unseren Angeboten und insbesondere unseren Inhalten übernehmen wir eine besondere gesellschaftliche Verantwortung und tragen zur öffentlichen Meinungsbildung bei (Public Value). Zugleich engagieren wir uns für unsere Gesellschaft, indem wir unsere mediale Reichweite für soziale Zwecke nutzen (Corporate Citizenship).

Public Value

Wir generieren Public Value, indem wir mit unseren Programmen und Kampagnen gesellschaftlich relevante Themen in das Bewusstsein der Öffentlichkeit rücken. Der Begriff Public Value beschreibt den Wertbeitrag und Nutzen, den eine Organisation für eine Gesellschaft erbringt. Diese Funktionsweise ist in den Programmgrundsätzen des Medienstaatsvertrags (MStV) für den privaten Rundfunk festgeschrieben. Der private Rundfunk muss inhaltlich die Vielfalt der Meinungen zum Ausdruck bringen und wichtige politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Akteur:innen in angemessener Art und Weise zu Wort kommen lassen. Darüber hinaus gewährt der MStV Medienangeboten, die besonders wertvoll für die öffentliche Meinungsbildung und Medienvielfalt sind, eine bevorrechtigte Auffindbarkeit auf Medienplattformen. Die Voraussetzungen zur Bestimmung solcher Medienangebote wurden durch die Public-Value-Satzung der Landesmedienanstalten konkretisiert. In einem danach erfolgten Auswahlverfahren wurden ProSieben, SAT.1 sowie Kabel Eins mit ihren Rundfunk- und Telemedienangeboten als Public-Value-Angebote berücksichtigt. Im Berichtsjahr wurde die Umsetzung der Vorgaben zur bevorrechtigten Auffindbarkeit von Public-Value-Angeboten nach § 84 Abs. 3 S. 2 MStV für Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen verpflichtend.

ProSiebenSat.1 hat mit dem Handlungsfeld „Public Value & Corporate Citizenship“ die Aspekte Meinungsbildung und Platzierung gesellschaftsrelevanter Themen als wesentliche Bestandteile seines Nachhaltigkeitsengagements betont. Ziel ist es dabei, diese Aspekte noch stärker in das Programm unserer TV-Sender sowie auf unseren digitalen Plattformen zu integrieren. Das Group Sustainability Office sowie die Sustainability-Verantwortlichen in den drei Segmenten setzen sich für den Ausbau von Public-Value-Inhalten ein, indem sie die Nachhaltigkeitsstrategie im Konzern kommunizieren und den kontinuierlichen Dialog mit den relevanten Schnittstellen gruppenweit vorantreiben.

Unser Ziel ist es, alle Gesellschaftsgruppen zu erreichen, und vor allem auch junge Menschen adäquat zu adressieren. Wir betrachten es als unsere Verantwortung, aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen für unsere Zuschauer:innen und Nutzer:innen verständlich zu erklären und einzuordnen. Diese Ambition verfolgen wir konsequent: Seit Januar 2023 produziert die Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment Group“) mit einer eigenen ca. 60-köpfigen Nachrichtenredaktion alle Newsformate der Sendergruppe selbst. Neben Studios am

Hauptstandort in Unterföhring, sind wir mit einem Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur deutschen Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin vertreten. Zudem laufen die Nachrichtensendungen auf ProSieben, in SAT.1 und bei Kabel Eins, alle Nachrichtenangebote im Digitalbereich und auf Joyn seit 2023 unter der gemeinsamen Marke :newstime mit dem Ziel, ein umfassenderes und einheitliches journalistisches Angebot für verschiedene Zielgruppen rund um die Uhr anbieten zu können. Des Weiteren wurden die Hauptnachrichten in SAT.1 montags bis freitags um zehn Minuten auf 30 Minuten verlängert. In verschiedenen Sondersendungen unter dem Titel „:newstime SPEZIAL“ informieren wir ausführlicher und aktuell zu besonderen Nachrichtenlagen in SAT.1 und auf ProSieben.

Für weitergehende Erläuterungen zu journalistischen Sorgfaltspflichten sowie der Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit verweisen wir auf den Abschnitt:

→ **Governance & Compliance**

Auch jenseits klassischer Nachrichtenformate wollen wir gesellschaftlich und politisch relevante Themen in unseren Programmen platzieren und die Menschen dabei auf Augenhöhe erreichen. Regelmäßige Programmschwerpunkte liegen dabei unter anderem in den Bereichen Klima und Umwelt sowie Diversität, Gleichberechtigung und gesellschaftlicher Zusammenhalt.

So setzten wir im Rahmen der „Green Seven Week“ Formate um wie die Reportage „Wie die Natur uns vor dem Klimawandel schützt – 5 Ideen, die Hoffnung machen“ oder mehrere Beiträge in den Magazinen „Galileo“ und „taff“, die unter dem Motto „Let's save the planet!“ den Fokus auf die Bewältigung von Umweltproblemen gelegt haben. Bereits zum 15. Mal machte ProSieben unter dem Label „Green Seven“ auf Nachhaltigkeits- und Umweltthemen aufmerksam. Neben diesem kontinuierlichen Engagement im Programm, beteiligte sich ProSiebenSat.1 an einer von der MaLisa Stiftung initiierten und von der Universität Rostock umgesetzten Studie mit dem Titel „Klimawandel und Biodiversität: Was zeigt das Fernsehen – was wollen die Zuschauer:innen?“, deren Ergebnisse 2023 veröffentlicht wurden. Die Ergebnisse der Studie zeigen, wie hoch die Relevanz des Fernsehens ist, um Zuschauer:innen über Klima- und Umweltthemen zu informieren: TV ist hierbei für die Befragten das am häufigsten genutzte Medium und ein Großteil wünscht sich zukünftig eine noch häufigere Thematisierung im Fernsehen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist unsere Partnerschaft bei den Special Olympics World Games, die 2023 erstmals in Deutschland stattfanden: Die Special Olympics setzen sich als weltweit größte inklusive Sportveranstaltung für mehr Anerkennung und gesellschaftliche Teilhabe von Menschen mit Behinderung ein. Unter anderem berichteten wir täglich in unseren Magazinen wie dem „SAT.1 Frühstücksfernsehen“, „taff“ und „Galileo“ über die Veranstaltung und flankierten die Berichterstattung mit einer crossmedialen Awareness-Kampagne unter dem Motto „#Zusammenunschlagbar“. Das Engagement wurde zu den Special Olympics Nationalen Spielen in Deutschland über den Berichtszeitraum hinweg im Januar und Februar 2024 fortgesetzt.

Im Format „Joko & Klaas gegen ProSieben“ spielen die beiden Moderatoren Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf um 15 Minuten Sendezeit, die sie zur Prime Time individuell gestalten dürfen. Die gewonnene Zeit nutzen sie so, um aktuellen Geschehnissen und relevanten Themen Aufmerksamkeit zu schenken. Im Berichtsjahr 2023 schickten Joko und Klaas beispielsweise die Zuschauer:innen auf ProSieben über eine Spielshow auf die Suche nach neuen potenziellen Stammzellspender:innen im gemeinsamen Kampf gegen Blutkrebs. Wie erfolgreich dieses Konzept ist, zeigen die Registrierungen: Während der einwöchigen Aktion wurde ein neuer Rekord an Registrierungen bei der DKMS erzielt. Mehr als 38.000 Zuschauer:innen haben ein Registrierungsset angefordert, um als potenzielle Stammzellspender:innen berücksichtigt zu werden.

Darüber hinaus positionieren wir uns regelmäßig über Haltungskampagnen zu gesellschaftsrelevanten Themen. Beispielsweise setzte sich ProSieben anlässlich des Internationalen Tags gegen Rassismus unter dem Motto „We are one“ sowie anlässlich des Christopher Street Days für eine vielfältige Gesellschaft ein. SAT.1 machte zum Weltfrauentag auf

die noch immer bestehende Diskriminierung und Ungleichbehandlung zwischen den Geschlechtern aufmerksam und platzierte mit der Dokumentation „Endlich frei! Das SAT.1-Event zum Weltfrauentag“ das Thema häusliche Gewalt in der Prime Time. SAT.1 und ProSieben unterstützen außerdem eine bundesweite Kampagne gegen Kindesmissbrauch, die das Familienministerium und die Unabhängige Beauftragte für Fragen des Kindesmissbrauchs initiiert haben.

Auch in den Segmenten Commerce & Ventures und Dating & Video wollen wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen und einen positiven Beitrag im Bereich Public Value leisten. So informierten Expert:innen von wetter.com im Rahmen der „Green Seven Week“ täglich mit dem Format „Gute Klimanews“ über Ideen und Lösungen für eine nachhaltige Gestaltung der Zukunft und diskutierten im Online-Talk „Hope for Change“ über Technologien und innovative Ansätze, die helfen können, dem Klimawandel zu begegnen. Ein weiteres Beispiel aus dem Jahr 2023 ist die Online-Initiative „Conscious Care“, mit der die Flaconi GmbH („flaconi“) tierversuchsfreie, vegane, umweltfreundliche oder naturbasierte Produkte hervorhebt und den Kund:innen ermöglicht, gezielt nach den entsprechenden Kriterien zu filtern. Außerdem können Kund:innen statt eines Neukaufs für einige Produkte Refill-Varianten bestellen, wodurch flaconi den nachhaltigen Mehrfachgebrauch von Verpackungen fördert. Bei Investitionen setzt SevenVentures einen Fokus auf Unternehmen mit nachhaltigen Produkten oder nachhaltigen Geschäftsmodellen. In diesem Kontext steht beispielsweise die Beteiligung an der Motatos GmbH („Matsmart-Motatos“). Das Start-up verkauft online Lebensmittel zu reduzierten Preisen und hilft so großen Herstellern, ihre Überschussbestände nachhaltig an die Konsument:innen zu vertreiben.

Im Segment Dating & Video baut die ParshipMeet Group mit ihren Matchmaking-Angeboten Maßnahmen aus, die ein positives Dating-Erlebnis fördern sollen: Bereits seit dem Jahreswechsel 2021/2022 setzt sich die Marke Parship unter dem Motto „Healthy Dating“ dafür ein, branchenweiten Herausforderungen der Online-Dating-Industrie wie Unverbindlichkeit und Oberflächlichkeit entgegenzuwirken. Die englischsprachige Marke eharmony geht diesem Bestreben in den USA, Kanada, UK und Australien nach. Für beide Apps wurden im Jahr 2023 beispielsweise neue Produktfeatures eingeführt, die das Dating-Erlebnis von Singles verbessern sollen: Der „Vibe-Check“ (Parship) bzw. das „Highlight-Feature“ (eharmony) animieren User:innen dazu, Gemeinsamkeiten mit anderen Mitgliedern und Profilhighlights zu entdecken und sollen dazu beitragen, dass sich Singles verstärkt mit der Person hinter dem Profil auseinandersetzen. Zudem unterteilen neue Listen-Ansichten eingehende und ausgehende Likes bzw. Nachrichten sowie gegenseitige Chats und sorgen so für eine bessere Übersichtlichkeit. All dies soll den Fokus auf qualitative statt quantitativer Kontakte setzen und ein authentisches sowie wertschätzendes Dating-Erlebnis bei Parship und eharmony weiter fördern.

Unter der Marke #OneTomorrow trägt der Konzern seine Nachhaltigkeitsaktivitäten über den gesamten Konzern hinweg sowohl nach innen als auch nach außen. Die konzernweite Dachmarke #OneTomorrow bündelt unser Engagement aus den Säulen Public Value & Corporate Citizenship, Diversität & Inklusion sowie Klima & Umwelt. Da Nachhaltigkeit zunehmend auch die Werbekampagnen vieler großer Marken prägt, bietet #OneTomorrow zudem ausgewählten Werbekunden die Möglichkeit, Werbespots in CO₂-emissionsarm produzierten Umfeldern einzubuchen oder den CO₂-Fußabdruck für die Kampagnen zu berechnen und den errechneten Betrag freiwillig zur Förderung von Klimaprojekten zu kompensieren. Über Markenkooperationen ermöglichen wir außerdem unseren Werbepartnern, Public-Value-Programmmfelder für ihre eigenen Nachhaltigkeitsbotschaften zu nutzen und sich mit unserer #OneTomorrow-Marke zu verknüpfen. Im Jahr 2023 wurde beispielsweise eine vierteilige Kurzformat-Serie „Sparkasse Zukunftstrends by #OneTomorrow – Nachhaltigkeit lohnt sich“ entwickelt, die den Zuschauer:innen kompaktes Wissen rund um die Möglichkeiten des klimafreundlichen Wirtschaftens vermittelt und es zugleich der Sparkasse ermöglichte, über dieses thematisch passende TV-Umfeld für ihr nachhaltiges Dienstleistungsportfolio zu sensibilisieren.

Seit über zehn Jahren stellt der Konzern seine Aktivitäten im Bereich Public Value zudem in einen größeren gesellschaftlichen Kontext und hat durch die Etablierung eines Beirats die Relevanz für

den Konzern unterstrichen. Das interdisziplinär besetzte Gremium unter dem Vorsitz des ehemaligen Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Edmund Stoiber berät die ProSiebenSat.1 Group in gesellschaftlichen, ethischen und medienpolitischen Fragen und gibt Anstöße zu wichtigen Themen wie Bildung und Kultur. Im Jahr 2023 traf sich der Beirat zu fünf Sitzungen, unter anderem wurde hier die Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group besprochen. Der Beirat hat sich in diesem Jahr zudem in die öffentliche Debatte um die Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eingebracht und die Relevanz des privaten Rundfunks für eine plurale Medienlandschaft, die das gesamte demokratische Meinungsspektrum abbildet, betont. Die nachhaltige Finanzierbarkeit privater journalistischer Inhalte und eine Balance beider Säulen des dualen Systems sind dabei nach Auffassung des Beirats von entscheidender Bedeutung und müssen bei Reformüberlegungen zur öffentlich-rechtlichen Säule einbezogen werden.

Neben der Beteiligung an öffentlichen Diskursen der Medienlandschaft wollen wir auch einen Impuls für die verantwortungsvolle Gestaltung einer nachhaltigeren Medienwirtschaft setzen. Wir stehen im engen Austausch mit politischen Entscheider:innen und Vertreter:innen der Aufsichtsbehörden, um diese Zielsetzung gemeinsam zu forcieren. So sind wir Gründungsmitglied des Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern, der durch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien koordiniert wird. Gemeinsam mit weiteren Medienhäusern, Wissenschaftsvertreter:innen und dem Bayerischen Journalistenverband ist es unser Anspruch, neben Ökonomie, Ökologie und Sozialem auch Publizistische Verantwortung als wesentlichen Bestandteil von Nachhaltigkeit in Medienunternehmen zu definieren. Durch Leitlinien und Fragenkataloge wollen wir vor allem kleinen und mittelständischen Medienunternehmen die Möglichkeit bieten, mit angemessenem zeitlichem und personellem Aufwand eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und Public Value im Unternehmen zu verankern. Im Jahr 2023 wurde im Rahmen der Medientage München erstmals der Nachhaltigkeitspreis Medien Bayern verliehen, den ProSiebenSat.1 gemeinsam mit drei weiteren Stiftungspartnern ausgelobt hat. Der Preis zeichnet Medienunternehmen für ihren systematischen Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit aus und bietet somit Best-Practice-Beispiele für eine nachhaltige Medienwirtschaft. ▲ **GRI 2-29**

Corporate Citizenship

Zusätzlich zu unseren Public-Value-Maßnahmen nutzen wir die hohe Reichweite unserer Sender und Plattformen, um unser Corporate-Citizenship-Engagement zu verstärken. Unter Corporate Citizenship verstehen wir unsere Verantwortung als Unternehmen und Teil der Gesellschaft, Gutes zu tun.

Eine wichtige Säule unseres Corporate-Citizenship-Engagements bildet die Not- und Katastrophenhilfe. Dabei verbinden wir unsere millionenstarke Reichweite und unsere Expertise im Medienbereich mit der langjährigen Erfahrung gemeinnütziger Partner. So stellt ProSiebenSat.1 gemeinnützigen Organisationen Brutto-Mediavolumen rabattiert oder pro bono zu Verfügung, im Einzelfall bis zu einem einstelligen Millionen-Euro-Betrag, damit diese wichtige humanitäre Nothilfe leisten können. Für die Auswahl der Partnerorganisationen ist es für uns von großer Bedeutung, dass diese eine hohe Vertrauenswürdigkeit aufweisen und politisch neutrale Hilfe effektiv leisten können. Um die Betroffenen der Erdbeben in der Türkei und in Syrien zu unterstützen, haben wir im Jahr 2023 unter anderem dem Hilfsbündnis Aktion Deutschland Hilft ein Brutto-Mediavolumen in Höhe von bis zu 1,0 Mio Euro pro bono zur Verfügung gestellt. Parallel dazu haben wir in einer senderübergreifenden Kampagne mit einem Brutto-Mediavolumen von 1,6 Mio Euro dazu aufgerufen, für die Menschen in der Erdbebenregion zu spenden. So konnte unser SAT.1 Spezial Spendenaufruf zu den insgesamt 5,7 Mio Euro beitragen, die durch unsere Kampagne mit Aktion Deutschland Hilft den betroffenen Menschen zu Gute kamen.

Aufgrund von zahlreichen weiteren Katastrophen im Jahr 2023, wie die Überflutungen in Libyen sowie das Erdbeben in Marokko, hat die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen der allgemeinen Katastrophenvorsorge weitere 1,0 Mio Euro an Brutto-Mediavolumen pro bono für die Bündnisorganisation Aktion Deutschland Hilft zur Verfügung gestellt.

Zudem setzten wir uns für die Umsetzung humanitärer Nothilfe im Kontext des Nahostkonflikts ein. Dabei haben wir zwei Partnern mit langjähriger Nothilfe-Erfahrung, Aktion Deutschland Hilft und UNICEF, Mediavolumen in Höhe von 0,5 Mio Euro bzw. 1,0 Mio Euro pro bono zur Verfügung gestellt. Durch die platzierten Kampagnen konnten Aktion Deutschland Hilft und UNICEF zu Spenden für die betroffenen Zivilist:innen aufrufen, um somit humanitäre Nothilfe zu leisten.

Über Mediavolumen unterstützen wir, zusätzlich zu unserem Engagement für Not- und Katastrophenhilfe, auch weitere ehrenamtliche Organisationen, die einen positiven Beitrag für unsere Gesellschaft leisten. Als Gründungsmitglied fördert die ProSiebenSat.1 Group so unter anderem bereits seit 2001 den Verein startsocial. Neben der Förderung in Form von Mediavolumen unterstützen Mitarbeiter:innen die Initiative ehrenamtlich als Coaches, Jurymitglieder sowie im Beirat. startsocial fördert bundesweit ehrenamtliches soziales Engagement, indem unter anderem soziale Initiativen durch eine viermonatige Beratungsphase mit jeweils zwei Coaches aus der Wirtschaft ihre Herausforderungen und Ziele gemeinsam angehen. Unter der Schirmherrschaft des deutschen Bundeskanzlers vergibt startsocial zudem Auszeichnungen und Beratungsstipendien an herausragende ehrenamtliche Initiativen.

In verschiedenen gemeinnützigen, lokalen Initiativen oder unternehmensinternen ehrenamtlichen Projekten setzen sich unsere Mitarbeiter:innen für Klima- und Umweltschutz sowie soziale Projekte ein. Das 2018 von Mitarbeiter:innen gegründete GreenTeam befasst sich unter anderem damit, konkrete nachhaltige Lösungen zu entwickeln und umzusetzen, die den ökologischen Fußabdruck von ProSiebenSat.1 verringern sowie Mitarbeiter:innen zu mehr Eigenverantwortung motivieren sollen. Zudem organisiert der Konzern sowie Mitarbeiter:innen regelmäßig Spendenaktionen für gemeinnützige Organisationen, wie etwa die jährliche Unterstützung der Weihnachtsaktion der Kinderstiftung „Die Arche“ in München. Im Segment Entertainment werden Projekte und Spendenaktionen oft in Verbindung mit Produktionen umgesetzt. So besteht beispielsweise bei „The Taste“ eine langjährige Partnerschaft mit der Münchner Tafel. Seit zehn Jahren werden über diese Initiative nicht verwendete Lebensmittel der Produktion an die Münchner Tafel gespendet. 2023 haben zudem die Sterneköche Alexander Herrmann, Tim Raue und Nelson Müller von „The Taste“ in der Kantine in Unterföhring Menüs für Bedürftige der Münchner Tafel gekocht und anschließend persönlich verteilt. Auch in den Segmenten Commerce & Ventures sowie Dating & Video wurden regelmäßig Spendenaktionen und soziale Projekte umgesetzt, wie etwa ein Social Day am Hauptstandort der ParshipMeet Group in Hamburg, zugunsten der gemeinnützigen Bildungsinitiative KinderHelden GmbH.

DIVERSITÄT & INKLUSION

Diversität und Chancengleichheit

▼ Diversität bedeutet für uns die Anerkennung und Wertschätzung von Unterschiedlichkeit und Individualität. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist und allen Mitarbeiter:innen dieselbe hohe Wertschätzung entgegenbringt – unabhängig von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Wir betrachten die Unterschiedlichkeit und Vielfalt unserer Mitarbeiter:innen als wesentliche Voraussetzung für den Erfolg unseres Unternehmens. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group bereits im Jahr 2014 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und folgt den darin vorgegebenen Leitlinien. Auch unsere internen Richtlinien geben vor, dass Mitarbeiter:innen auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien eingestellt und allein aufgrund ihrer Kompetenzen gefördert werden sollen. Wir verfolgen das Ziel, die Vielfalt unserer Belegschaft zu fördern und uns, entsprechend des Leitsatzes für das Handlungsfeld Diversität, für Gleichberechtigung und Chancengleichheit einzusetzen. Die Abteilung „Diversity & Inclusion“ ist für die Weiterentwicklung des Diversity-Managements, die gezielte Ausrichtung sowie die operative Umsetzung damit verbundener Maßnahmen zuständig. Die Abteilung ist im Personalbereich angesiedelt. Mit den gruppenweit veröffentlichten „Diversity Principles“ möchten wir unser Engagement für Diversität

und Inklusion deutlich machen. Sie bilden die Grundlage für unser Handeln, mit dem wir Toleranz und Vielfalt fördern wollen – in unserem Unternehmen und in der Gesellschaft. Wir verstehen dies als Aufgabe all unserer Mitarbeiter:innen sowie unserer Führungskräfte.

Zu diesem Handeln zählt auch die Weiterentwicklung unserer Inklusionsbemühungen: Inklusionsbeauftragte und Schwerbehindertenvertretung arbeiten eng abgestimmt an der Umsetzung der zwischen Vorstand und Betriebsrat geschlossenen Inklusionsvereinbarung. Darüber hinaus kooperiert die ProSiebenSat.1 Group das dritte Jahr in Folge mit der myAbility Social Enterprise GmbH („myAbility“), die sich für eine chancengerechte und barrierefreie Gesellschaft einsetzt. Insbesondere Studierende und Akademiker:innen mit Behinderung und chronischen Erkrankungen im deutschsprachigen Raum werden durch Karriere-Coachings sowie Networking- und Job-Shadowing-Möglichkeiten gefördert. Im November 2023 haben wir gemeinsam ein Karriere Café zum Thema „Wie pitche ich mich selbst mit Behinderung oder chronischer Erkrankung in Interviews?“ angeboten. Neben Beiträgen unserer Recruiter:innen zur Selbstpräsentation in Interviewsettings und Beispiel-Pitches von Expert:innen in eigener Sache, gab es auch einen Fachvortrag von der Stiftung MyHandicap gGmbH („EnableMe“), einer Plattform für Information, Austausch und Unterstützung zu Behinderung und chronischen Erkrankungen.

Anlässlich des Internationalen Tages der Menschen mit Behinderung im Dezember, haben wir uns auch in diesem Jahr mit einer Inhouse-Aktion an der globalen Kampagne #PurpleLightUp beteiligt. Die Kampagne wird im deutschsprachigen Raum von myAbility als offiziellem Partner von PurpleSpace Ltd. („PurpleSpace“) unterstützt und soll auf die Notwendigkeit der ökonomischen Selbstbestimmung von Menschen mit Behinderung aufmerksam machen. Dabei wurden Mitarbeiter:innen aus dem HR-Bereich mit einem Vortrag der Sozialheld*innen, einem gemeinnützigen Verein, der sich über Projektarbeit für soziale Gerechtigkeit einsetzt, für die Themen Inklusion, Barrierefreiheit und Diskriminierung im Zusammenhang mit Behinderungen sensibilisiert.

Zur Diversität unseres Unternehmens trägt ein möglichst ausgewogenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen und eine Vielfalt der Geschlechter in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. Deshalb haben wir „Geschlechtergleichheit“ als ein für uns besonders relevantes UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung (SDG 5) in die Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group integriert. Die Kommunikation dieses Ziels nach innen und außen setzt bei Auswahlprozessen sowohl ein klares Signal an potenzielle Führungskräfte als auch an die Entscheider:innen auf allen Führungsebenen. Bei der Besetzung von Führungsfunktionen in der Gruppe soll bei Frauen und Männern ausschließlich die fachliche und persönliche Eignung ausschlaggebend sein. Zum 31. Dezember 2023 waren 49,9 Prozent (Vorjahr: 50,1 %) der Mitarbeiter:innen im Konzern weiblich und 50,1 Prozent (Vorjahr: 49,9 %) männlich. Zwei Mitarbeiter:innen haben den Geschlechtseintrag divers gewählt, daher liegt der Anteil bei rund 0,0 Prozent. In Führungspositionen war eine leichte Steigerung der Frauenquote von 35,8 Prozent (2022) auf 36,0 Prozent (2023) zu verzeichnen. **GRI 405-1**

▼ ANTEIL DER MITARBEITER:INNEN NACH GESCHLECHT / GRI 405-1 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember, in Prozent

	Mitarbeiter:innen		Führungskräfte	
	2023	2022	2023	2022
Konzern¹				
Frauen	49,9	50,1	36,0	35,8
Männer	50,1	49,9	64,0	64,2
Divers	0,0	0,0	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
Deutschland				
Frauen	50,0	50,4	36,0	35,9
Männer	49,9	49,6	64,0	64,1
Divers	0,0	0,0	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSiebenSat.1 Media SE				
Frauen	63,7	63,8	42,9	43,9
Männer	36,3	36,2	57,1	56,1
Divers	—	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

Zum 31. Dezember 2023 betrug das Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen in der ProSiebenSat.1 Group 38,4 Jahre (Vorjahr: 37,7 Jahre). Der Anteil der Mitarbeiter:innen mit ausländischer Nationalität belief sich auf 16,2 Prozent (Vorjahr: 15,8 %).

Ein aufgeschlossenes Betriebsklima in Bezug auf sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität ist für uns ein entscheidendes Kriterium, um als moderner Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Deshalb unterstützen wir ausdrücklich Initiativen, die darauf ausgerichtet sind, Vielfalt und Inklusion zu fördern. Ein Beispiel hierfür ist das von Mitarbeiter:innen gegründete LGBT+-Netzwerk (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender) PROUD@ProSiebenSat.1, das sich zum Ziel gesetzt hat, Diversität im Konzern weiter sichtbar zu machen. 2023 nahm das Netzwerk zum zweiten Mal am Christopher Street Day in München teil und setzte ein Zeichen gegen Diskriminierung und für Toleranz. Unsere Anstrengungen für ein aufgeschlossenes Betriebsklima mit Blick auf sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität wurden im August durch die Uhlala GmbH („UHLALA Group“) mit dem Goldstatus des PRIDE Champion Siegels ausgezeichnet. Im Rahmen des Audits wurden die Bereiche Organisationsstruktur, Human Resources, Kommunikation und Sichtbarkeit sowie rechtlicher Rahmen und Regelungen geprüft.

Mitarbeiternetzwerke spielen für uns eine entscheidende Rolle in Konzernen, indem sie eine Plattform für den Austausch von Erfahrungen und Perspektiven schaffen. Diese Netzwerke fördern eine inklusive Unternehmenskultur, in der Vielfalt als Stärke betrachtet wird. Darüber hinaus sollen sie dazu beitragen, ein Bewusstsein für Diversität und Inklusion zu schaffen und ermöglichen eine effektive Zusammenarbeit, die von unterschiedlichen Hintergründen und Sichtweisen profitiert. Neben dem Mitarbeiternetzwerk PROUD@ProSiebenSat.1 unterstützen wir daher unser Frauen-Netzwerk F-Empowerment, sowie das 2023 neu gegründete Netzwerk rund um kulturelle Vielfalt Culture Matters. Für F-Empowerment steht die Vernetzung und Sichtbarkeit von Frauen im Konzern im Vordergrund. Die Mitglieder des Netzwerks konnten an verschiedenen Veranstaltungen teilnehmen, wie beispielsweise an einem persönlichen Austauschformat anlässlich des Weltfrauentags, einem Workshop zum Thema Personal Branding oder einer intimen Gesprächsrunde mit weiblichen Führungskräften aus dem Haus zum Thema Work-Mom-Life-Balance. Das neue Netzwerk Culture Matters hat zum Ziel, Sichtbarkeit für unterrepräsentierte Gruppen zu schaffen sowie Aufklärung rund um kulturelle Vielfalt zu leisten. Über eine interne Plattform können sich Mitarbeiter:innen austauschen und sich zu interkulturellen Tagen und Veranstaltungen informieren.

Auch die externe Vernetzung mit anderen Unternehmen hat eine wesentliche Bedeutung für uns bei der Verbesserung von Diversität und Inklusion, da sie den Austausch bewährter Praktiken und innovativer Ansätze ermöglicht. Durch diese breitere Perspektive wird die Vielfalt der Ideen gefördert. Zugleich entsteht ein umfassenderes Verständnis für die Herausforderungen und Chancen im Bereich Diversität und Inklusion. Über unser Vorstandsmitglied und Chief Human Resources Officer (CHRO) Christine Scheffler sind wir daher im Beirat der Beyond Gender Agenda GmbH („BeyondGenderAgenda“) aktiv. BeyondGenderAgenda unterstützt die weitere Stärkung von Diversität und inklusiven Arbeitsumfeldern in der Kultur börsennotierter und mittelständischer Unternehmen. Zudem engagieren wir uns im „Bündnis Medien für Vielfalt“. Auf Initiative der Bremischen Landesmedienanstalt haben sich 2021 die Medienhäuser ARD, ZDF, Deutsche Welle, Deutschlandradio, RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 hierzu zusammengeschlossen. Das Bündnis steht für ein klares Bekenntnis zu Vielfalt in der Medienbranche und organisiert regelmäßige Austauschrunden zwischen den beteiligten Partnern.

Es ist unser Ziel, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem allen Personen die gleiche Wertschätzung entgegengebracht wird. Daher ist es für uns wichtig, dass wir uns mit dem eigenen Sprachgebrauch im alltäglichen Arbeitskontext auseinandersetzen. Aus diesem Grund haben wir 2021 eine Empfehlung an unsere Mitarbeiter:innen ausgesprochen, gendersensible Sprache zu verwenden. Diese wird im Rahmen der Welcome Days zum Onboarding allen neuen Mitarbeiter:innen vorgestellt.

Gleichzeitig will die ProSiebenSat.1 Group mithilfe der Reichweite ihrer Entertainment-Angebote ein Zeichen für Vielfalt setzen. Beispiele aus dem Berichtsjahr 2023 sind die Programmhilights in SAT.1 zum Weltfrauentag und auf ProSieben zum Internationalen Tag gegen Rassismus oder dem PRIDE-Day. Hierzu zählt auch die Berichterstattung zu den Special Olympics World Games in Berlin vom 17. bis zum 25. Juni 2023. Als Teil der Medienallianz waren wir mit Vertreter:innen vor Ort und haben in verschiedenen Formaten täglich berichtet. Den Redaktionen wurden dabei Informationen für eine diskriminierungsfreie Berichterstattung zur Verfügung gestellt.

Um ein tieferes Verständnis für kulturelle Sensibilität und Vielfalt zu schaffen, sind Schulungen zu Rassismus für Redaktionen von TV-Formaten für uns von zentraler Bedeutung. Anlässlich des European Diversity Month im Mai wurden die Redaktionen der ProSieben-Formate „taff“ und „Galileo“ zudem zu einer Schulung durch die Initiative Diversity Kartell mit dem Titel „Rassismus kritische Sprache in den Medien“ eingeladen. Hier wurden Redaktionsteams geschult, bewusst gegen stereotype Darstellungen vorzugehen und Inhalte zu produzieren, die die Vielfalt in der Gesellschaft unverfälscht repräsentieren sollen. Darüber hinaus soll die Schulung dazu beitragen, eine inklusive Arbeitsumgebung zu fördern, in der diverse Perspektiven geschätzt und respektiert werden, was letztendlich einen Beitrag zu einer vielfältigeren und repräsentativeren Medienlandschaft leisten soll. ▲

ÜBERSICHT DIVERSITÄTSKENNZAHLEN

▼ DIVERSITÄT UNTER ANGESTELLTEN / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

		2023	2022
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	Frauen	33	35
	Männer	67	65
Weitere Führungskräfte	Frauen	37	36
	Männer	63	64
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	Frauen	52	52
	Männer	48	48
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	<30 Jahre	1	1
	30–50 Jahre	78	81
	>50 Jahre	21	17
Weitere Führungskräfte	<30 Jahre	2	4
	30–50 Jahre	83	81
	>50 Jahre	15	15
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	<30 Jahre	22	24
	30–50 Jahre	65	64
	>50 Jahre	14	12
Herstellung	Frauen	44	45
	Männer	56	55
Verwaltung	Frauen	53	53
	Männer	47	47
Vertrieb	Frauen	56	56
	Männer	43	44
Herstellung	<30 Jahre	18	19
	30–50 Jahre	65	65
	>50 Jahre	17	15
Verwaltung	<30 Jahre	18	22
	30–50 Jahre	69	68
	>50 Jahre	12	11
Vertrieb	<30 Jahre	22	24
	30–50 Jahre	67	67
	>50 Jahre	11	10

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

Mitarbeiter:innen, die den Geschlechtseintrag "divers" gewählt haben, werden aufgrund der geringen Anzahl zur Wahrung der Persönlichkeitsrechte nicht ausgewiesen.

▼ DIVERSITÄT IN ORGANEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

	Vorstand		Aufsichtsrat	
	2023	2022	2023	2022
Geschlecht				
Frauen	33,3	25,0	44,4	37,5
Männer	66,7	75,0	55,6	62,5
Divers	—	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
Alter				
<30 Jahre	—	—	—	—
30–50 Jahre	—	—	11,1	25,0
>50 Jahre	100,0	100,0	88,9	75,0
	100,0	100,0	100,0	100,0

Barrierefreie Angebote

Die ProSiebenSat.1 Group setzt sich für einen barrierefreien Zugang zu ihren Angeboten ein. Wir bieten unter anderem auf unseren Sendern untertitelte Programmflächen, Audiodeskriptionen für Blinde und Menschen mit Sehbehinderung, Formate in Gebärdensprache sowie seit 2023 auch in Leichter Sprache an, um die Informationsverbreitung zu verbessern. ProSieben startete bereits im Jahr 2000 das erste regelmäßige Untertitelangebot für Gehörlose im deutschen Privatfernsehen. Die Gruppe strahlt auf nahezu all ihren Free-TV-Sendern barrierefreie Inhalte aus und treibt ihren Ausbau seitdem kontinuierlich voran. 2023 wurde das Angebot an Programmen mit Untertitelung erweitert und insbesondere die Anzahl an Formaten mit zusätzlicher Audiodeskription und Gebärdensprache ausgebaut. Konkrete Beispiele sind das Finale von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ auf ProSieben, die gesamte Staffel „Zurück in die Schule“ in SAT.1 oder auch die Übertragung der Krönung von König Charles III. „SAT.1. Das ist die Krönung!“. Diese Sendungen wurden barrierefrei mit Untertitel, Audiodeskription sowie in Gebärdensprache angeboten. Im Finale von „The Voice Kids“ waren erstmals live Deaf Performer zu sehen. Sie drücken sich durch Mimik, Gestik und Bewegung aus und machen die Musik für Menschen mit Hörbehinderung erlebbar. Ebenso wurden die musikalischen Auftritte der BAMBI-Verleihung zum ersten Mal mit Deaf-Performance sowohl im linearen TV als auch im Stream bei Joyn begleitet. SAT.1 übertrug die Preisverleihung zudem mit Live-Untertiteln und Audiodeskription. In 2023 wurde für das Format „Endlich frei!“ zum Weltfrauentag in SAT.1 erstmalig eine Untertitelung in Leichter Sprache angeboten. Das Angebot in Leichter Sprache wurde mit Highlight-Clips und Magazinbeiträgen zu den Special Olympics World Games 2023 auf ProSieben weiter ausgebaut. Für die Zukunft streben wir einen weiteren Ausbau unserer barrierefreien Angebote an.

Unseren Werbekunden bieten wir seit 2023 außerdem die Möglichkeit, barrierefreie Werbung auf unseren Sendern mit Untertitel, Audiodeskription und Gebärdensprache zu buchen. Anlässlich des Internationalen Protesttages zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderung am 5. Mai haben wir zudem im Rahmen eines Event-Werbeblocks auf ProSieben auf das Thema Hörbehinderung aufmerksam gemacht. Gezeigt wurden Werbespots, die akustisch verändert wurden und dafür sensibilisieren sollen, wie Gehörlose oder hörbeeinträchtigte Menschen Werbung wahrnehmen.

Überdies fordert der Medienstaatsvertrag, dass Veranstalter von bundesweit verbreiteten Rundfunkprogrammen sowie Video-on-Demand-Anbieter ihr Angebot an barrierefreien Inhalten im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten ausbauen sollen. Seit 2023 verlangt der Medienstaatsvertrag dazu die Erstellung konkreter Aktionspläne. Einzelne Bundesländer und die Bundesregierung haben bereits Aktionspläne zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention veröffentlicht, die unter anderem eine stärkere Einbeziehung barrierefreier Formate im Fernsehen zum Ziel haben. Die Landesmedienanstalten überwachen diesen Ausbau regelmäßig. Aktuell sind auf fünf deutschen ProSiebenSat.1-Sendern Untertitel im Programm: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx und ProSieben MAXX. Im Jahr 2023 beträgt der prozentuale Anteil der untertitelten Minuten am Gesamtprogramm (24 Stunden) des linearen Angebots im Jahresdurchschnitt in SAT.1 29,8 Prozent, auf ProSieben 50,7 Prozent, bei Kabel Eins 53,7 Prozent, auf sixx 33,9 Prozent und auf ProSieben MAXX 15,8 Prozent.

Seit Dezember 2023 bieten wir über unsere deutschen Sender hinaus, auch für unsere österreichischen Sender Puls 4, ATV, ATV II und Puls24 sowie den schweizerischen Sender Puls 8 Untertitel über Teletext an.

KLIMA & UMWELT

▼ Die ProSiebenSat.1 Group ist sich ihrer ökologischen Verantwortung bewusst. Deshalb möchten wir gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen und im Dialog mit unseren externen Stakeholdern einen Beitrag zur Begrenzung des Klimawandels und zum Schutz der Umwelt und ihrer Ressourcen leisten. Als zentrales, gruppenweites Ziel haben wir uns für 2030 betriebliche Treibhausgas-Neutralität gesetzt. Wir verringern dafür seit der Aufstellung des Ziels im Jahr 2019 (Basisjahr) kontinuierlich unsere betrieblichen Emissionen. Im Jahr 2023 konnten wir diese gegenüber dem Vorjahr um 13 Prozent reduzieren.

» INFORMATION

Da die Dekarbonisierungsstrategie von ProSiebenSat.1 ein hohes Ambitionsniveau anstrebt und einen wissenschaftlich fundierten Beitrag zum weltweiten 1,5-Grad-Ziel leisten soll, arbeiten wir derzeit an einem Klimaziel gemäß den Vorgaben der Science Based Targets Initiative. Diese Initiative wurde durch den Global Compact der Vereinten Nationen, das Worlds Resources Institute, das Carbon Disclosure Project (CDP) und den World Wide Fund For Nature (WWF) gegründet und verfolgt das Ziel, Unternehmen dabei zu unterstützen wissenschaftlich fundierte Treibhausgas-Reduktionsstrategien zu erarbeiten und umzusetzen.

Am Standort Unterföhring – dem Hauptstandort des Konzerns – nutzen wir für die elektrische Energieversorgung unserer Bürogebäude, Produktionsstudios und Rechenzentren ausschließlich Ökostrom. Als Energiequelle für Raumwärme setzt ProSiebenSat.1 bevorzugt auf Fernwärme aus erneuerbaren Quellen, wie zum Beispiel Geothermie am Hauptstandort. Wir nutzen zudem die Abwärme der eigenen Rechenzentren als Heizenergie. Die fortschreitende Umrüstung auf LED-Beleuchtung in den Büros und den Produktionsstudios trägt ebenfalls zur Erhöhung der Energieeffizienz bei. Zudem ist im Rahmen des Neubauprojekts auf dem Campus-Gelände in Unterföhring eine Nachhaltigkeitszertifizierung nach dem LEED-Modell (Leadership in Energy and Environmental Design) geplant. Des Weiteren wurde ProSiebenSat.1 PULS 4 im Jahr 2023 als erste österreichische TV-Sendergruppe nach dem europäischen Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) zertifiziert.

Mit der Initiative „Sauber gedreht!“ hat die Seven.One Entertainment Group bereits im Jahr 2019 einen umfassenden Maßnahmenkatalog entwickelt, um Film- und Fernsehproduktionen nachhaltiger zu gestalten: Die Initiative definiert Anforderungen und Handlungsempfehlungen für Produktionsunternehmen, um CO₂e-Emissionen zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Der Maßnahmenkatalog wurde auch im Geschäftsjahr 2023 vollständig angewendet. Als Mitglied des Arbeitskreises Green Shooting entwickelt der Konzern gemeinsam mit zahlreichen Vertreter:innen der Film- und Fernsehbranche und Institutionen der Filmförderung die im Oktober 2021 beschlossenen branchenweiten ökologischen Standards für die audiovisuelle Produktion kontinuierlich weiter. Seit 2023 ist die Einhaltung dieser Standards zudem eine verpflichtende Voraussetzung dafür, Fördermittel für die Produktion von Filmen und Serien zu erhalten.

Neben der umweltfreundlichen Produktion setzt sich ProSiebenSat.1 auch inhaltlich in zahlreichen Formaten für Umwelt- und Klimaschutzthemen ein. Ein Programmbeispiel ist die „Green Seven Week“ – ein seit 2009 bewährtes Format, das besonders junge Zielgruppen adressiert. Weitere Informationen dazu befinden sich im Abschnitt:

→ **Gesellschaftliche Verantwortung**

Die operative Verantwortung für die Erfassung und Konsolidierung von Aktivitätsdaten im ökologischen Bereich liegt für den Hauptstandort bei der Abteilung Corporate Procurement & Real Estate sowie für die ProSiebenSat.1-Beteiligungen bei der jeweiligen Geschäftsführung. Für die CO₂e-Bilanzierung, die Ermittlung weiterer berichteter Umweltkennzahlen sowie deren Reporting

und Kommunikation ist das Group Sustainability Office zuständig, das auch organisatorisch für die Steuerung der Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zur Erreichung der klimabezogenen Unternehmensziele verantwortlich ist. ▲

Energie

▼ Der Gesamtenergieverbrauch innerhalb des Konzerns betrug im Berichtsjahr rund 33 Gigawattstunden (Vorjahr: 33 GWh). Die wesentlichen Verbräuche entfallen auf elektrische Energie mit 16 GWh (Vorjahr: 14 GWh) und den Bedarf an Wärme und Kälte mit 12 GWh (Vorjahr: 13 GWh). Der Energieverbrauch der Dienstwagenflotte lag bei 5 GWh (Vorjahr 5 GWh). Über alle Kategorien lag der Anteil von Energie aus erneuerbaren Quellen am Gesamtverbrauch im Jahr 2023 bei 67 Prozent (Vorjahr: 66 Prozent). ▲ **GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4**

▼ INTENSITÄT DES ENERGIEVERBRAUCHS / GRI 302-1, 302-3 ▲

	2023	2022
Gesamtenergieverbrauch in GWh ¹	33,09	33,26
davon Energie aus erneuerbaren Quellen	22,19	21,99
davon Energie aus nicht erneuerbaren Quellen	10,90	11,27
Umsatz in Mio Euro	3.852	4.163
Durchschnittliche FTE ²	7.310	7.501
Energieverbrauch/Umsatz		
in MWh/Mio Euro	8,59	7,99
Energieverbrauch/durchschnittliche FTE		
in MWh/durchschnittliche FTE	4,53	4,43

1 Verwendete Brennstoffarten: Elektrischer Strom (16,34 GWh), Fernwärme & -kälte (9,91 GWh), Kraftstoffe (Fuhrpark) (5,05 GWh), Fossile Brennstoffe (1,79 GWh)

2 Die Anzahl der durchschnittlichen Mitarbeiter:innen wird in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalents, FTE) dargestellt.

Emissionen

▼ Insgesamt sanken die betrieblichen Emissionen (Scope 1, Scope 2) der ProSiebenSat.1 Group in 2023 im Vergleich zum Vorjahr um 13 Prozent. Bei den Emissionen aus Wärmeerzeugung (lokale Wärmeerzeugung in Scope 1 sowie Fernwärme und Geothermie in Scope 2) gab es dabei eine Verschiebung zwischen Scope 1 und Scope 2, bedingt durch die gestiegene Primärdaten-Abdeckung im Berichtsjahr. ² Im Vorjahr wurden die Emissionen einzelner Standorte (rund 160 tCO₂e³) unter Scope 2 (Fernwärme und Geothermie) ausgewiesen, die im Berichtsjahr aufgrund zusätzlicher Erkenntnisse im Hinblick auf den genutzten Energieträger in Scope 1 (Stationäre Wärmeerzeugung) ausgewiesen werden. Bereinigt um diesen Effekt liegen die Scope 1 Emissionen bei stabilen Emissionen aus stationärer Wärmeerzeugung leicht unter dem Vorjahr und die Scope 2 Emissionen weiter deutlich unter dem Vorjahr.

Der Rückgang der direkten Emissionen (Scope 1) der ProSiebenSat.1 Group resultiert, wie im Vorjahr, überwiegend aus dem reduzierten Ausstoß des Fuhrparks. Der Konzern befindet sich in der schrittweisen Transformation, vollständig auf lokal emissionsfreie E-Mobilität umzustellen. Alle Poolfahrzeuge, die am Hauptstandort Unterföhring bereitstehen, wurden im Berichtsjahr auf vollelektrischen Antrieb umgestellt. Am Campus in Unterföhring gibt es über 80 Ladestationen, der Ausbau auf über 100 Stationen erfolgt im ersten Quartal 2024. Die Ladepunkte werden

2 Gestiegene Primärdaten-Abdeckung in Bezug auf den jeweils genutzten Energieträger. In den Vorjahren wurde vereinfacht Fernwärme als Energieträger angenommen, sofern keine Informationen zum tatsächlichen Energieträger verfügbar waren.

3 Für das Reporting der Emissionen verwenden wir die Einheit CO₂-Äquivalente (CO₂e), eine Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung der unterschiedlichen Treibhausgase. Die Ermittlung der Emissionen berücksichtigt dabei sämtliche Treibhausgase im Sinne des Kyoto-Protokolls (CO₂, CH₄, N₂O, FKWs, PFKWs, SF₆ und NF₃).

ausschließlich mit Ökostrom betrieben. Neben dem Laden von Pool- und Dienstfahrzeugen ist auch die Nutzung für private Fahrzeuge von Mitarbeiter:innen möglich.

Außerdem relevant für den Bereich der direkten Emissionen sind die lokale Wärmeerzeugung sowie der Betrieb der Netz-Ersatzanlagen, die am Sendestandort in Unterföhring im Fall einer Unterbrechung der Stromversorgung mit leichtem Heizöl betrieben werden.

Die indirekten Emissionen durch die Erzeugung eingekaufter Energie (Scope 2) sanken im Vergleich zum Vorjahr um 456 tCO₂e auf 918 tCO₂e. Dies ist neben der Umstellung von weiteren Standorten auf eine Stromversorgung aus erneuerbaren Energien vor allem auf niedrigere Emissionen aus Fernwärme und Geothermie zurückzuführen. Neben dem Effekt aus gesteigerter Primärdaten-Abdeckung wurden in diesem Bereich unter anderem die in der Heizperiode 2022/2023 umgesetzten Energiesparmaßnahmen fortgeführt und dadurch der Bedarf an Wärme weiter gesenkt.

Die erfassten Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) betreffen neben Erzeugungs- und Übertragungsverlusten in der Energieversorgung (27 %) vor allem den Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen (30 %) sowie Geschäftsreisen (44 %). Die weiteren Emissionskategorien der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) werden derzeit analysiert; wir planen, diese im Rahmen des Beitrittsprozesses zur Science Based Targets Initiative in unsere öffentliche CO₂e-Bilanz aufzunehmen.

Über alle erfassten Emissionskategorien (Scope 1, Scope 2, Scope 3) zeigt sich ein Anstieg um 17 Prozent. Dieser Anstieg ist primär getrieben von erhöhten Emissionen aus Geschäftsreisen, die insbesondere auf die angestiegenen Emissionsfaktoren per Flugkilometer im Vergleich zum Vorjahr sowie die erneut gestiegene Reisetätigkeit zurückzuführen sind. Auch die nicht in Scope 1 und 2 enthaltenen Erzeugungs- und Übertragungsverluste in der Energieversorgung (Scope 3) sind aufgrund des insgesamt höheren Stromverbrauchs und der in diesem Jahr erstmalig angewendeten länderspezifischen Berechnungsweise⁴ angestiegen, ebenso wie die Emissionen aus dem Pendelverkehr der Mitarbeitenden, die aufgrund vermehrter Anwesenheit im Büro im Jahr 2023 weiter zugenommen haben. Wie auch in den Vorjahren plant die ProSiebenSat.1 Group, zehn Prozent der Gesamtemissionen (Scope 1, Scope 2, Scope 3) durch den Kauf von Zertifikaten aus Klimaschutzprojekten zu kompensieren, die nach festgesetzten Kriterien ausgewählt wurden.

4 In den Vorjahren waren zur Berechnung der nicht in Scope 1 und 2 enthaltenen Brennstoffe und energiebezogenen Aktivitäten im Hinblick auf den Bereich Elektrizität vereinfacht die Emissionsfaktoren für den Standort Deutschland herangezogen worden. Nun werden die entsprechenden länderspezifischen Faktoren angesetzt.

▼ CO₂e-FUSSABDRUCK DER PROSIEBENSAT.1 GROUP / GRI 305-1, 305-2, 305-3 ▲

Treibhausgasemissionen (CO ₂ -Äquivalente), in Tonnen ¹	2023	Veränderung	2022
Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen	1.683	4 %	1.618
Fuhrpark ²	1.308	-7 %	1.401
Notstromversorgung	26	4 %	25
Stationäre Wärmeerzeugung	349	82 %	192 ¹⁰
Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen³	918	-33 %	1.373
Elektrizität ⁴	409	-4 %	428
Fernwärme und Geothermie ⁵	509	-46 %	946 ¹⁰
Scope 3 – Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen	10.685	27 %	8.399
Nicht in Scope 1 und 2 enthaltene Brennstoffe und energiebezogene Aktivitäten	2.835	19 %	2.373
Durch betriebliche Abläufe entstehende Abfälle	12	-35 %	18
Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen	3.185	15 %	2.758
Geschäftsreisen ^{6,7}	4.653	43 %	3.250
Betriebliche Emissionen (Scope 1 und 2)	2.600	-13 %	2.991
Gesamtemissionen (Scope 1, 2 und 3)^{8,9}	13.285	17 %	11.390

1 Bei der Ermittlung des CO₂e-Fußabdrucks haben wir uns an den Kriterien und Definitionen der Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Die Datenerhebung erfolgte auf Basis von internen Vorgaben. Darüber hinaus haben wir uns bei der Berechnung unseres CO₂e-Fußabdrucks sowie ausgewählter Daten zu indirekten CO₂e-Emissionen (Scope 3) an folgenden Standards orientiert: Greenhouse Gas (GHG) Protocol – Corporate Accounting and Reporting Standard, Corporate Value Chain Accounting and Reporting Protocol des World Resources Institute (WRI) sowie World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). In den CO₂e-Fußabdruck wurden alle eigenen Standorte und Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group einbezogen. Die Abdeckung mit Messdaten im Scope 1 und 2 beträgt 97 Prozent (Vorjahr: 82 %). Bei der Berechnung haben wir die market-based-Methode verwendet.

2 Ohne Autostrom.

3 Die Scope-2-Emissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 7.679 tCO₂e (Vorjahr: 6.599 tCO₂e).

4 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Elektrizität betragen im Berichtszeitraum 5.899 tCO₂e (Vorjahr: 4.477 tCO₂e).

5 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Fernwärme und Geothermie betragen im Berichtszeitraum 1.780 tCO₂e (Vorjahr: 2.123 tCO₂e).

6 Flug, Bahn, Mietwagen, Taxi und ÖPNV.

7 In der Kategorie Geschäftsreisen wurden im Berichtszeitraum 452 tCO₂e (Vorjahr: 599 tCO₂e) kompensiert.

8 Die Gesamtemissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 20.047 tCO₂e (Vorjahr: 16.616 tCO₂e).

9 Die verbleibenden nicht-reduzierten und nicht-kompensierten Emissionen lagen im Berichtszeitraum bei 12.833 tCO₂e (Vorjahr: 10.791 tCO₂e).

10 Im Vorjahr wurden die Emissionen einzelner Standorte (rund 160 tCO₂e) unter Scope 2 (Fernwärme und Geothermie) ausgewiesen, die im Berichtsjahr auf Grund zusätzlicher Erkenntnisse im Hinblick auf den genutzten Energieträger in Scope 1 (Stationäre Wärmeerzeugung) ausgewiesen werden.

Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen sind in den „Erläuterungen zum CO₂e-Fußabdruck“ zu finden. ▲

→ Erläuterungen zum CO₂e-Fußabdruck

▼ INTENSITÄT DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN / GRI 305-4 ▲

	2023	2022
Treibhausgasemissionen in tCO ₂ e	13.285	11.390
Umsatz in Mio Euro	3.852	4.163
Durchschnittliche FTE ¹	7.310	7.501
Treibhausgasemissionen/Umsatz		
in tCO ₂ e/Mio Euro	3,45	2,74
Treibhausgasemissionen/ durchschnittliche FTE		
in tCO ₂ e/durchschnittliche FTE	1,82	1,52

1 Die Anzahl der durchschnittlichen Mitarbeiter:innen wird in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalents, FTE) dargestellt.

Weitere Umweltindikatoren: Abfall und Wasserverbrauch

Abfall fällt bei ProSiebenSat.1 im Wesentlichen aus Bürotätigkeiten und der Betriebskantine an. Das Abfallaufkommen am Hauptstandort Unterföhring betrug im Berichtsjahr 374 t (Vorjahr: 487 t), davon entfallen 39 t (Vorjahr: 145 t) auf die Bauarbeiten für den „New Campus“. Alle Abfälle werden zur Verwertung an die Entsorgungsdienstleister gegeben. ProSiebenSat.1 folgt dabei den lokalen Vorgaben und klassifiziert Abfälle entsprechend den jeweiligen nationalen Gesetzen als gefährlich oder nicht gefährlich. Die Menge an gefährlichen Abfällen betrug 2023 1,5 t (Vorjahr: 0,4 t).

Trinkwasser wird im Rahmen des gewöhnlichen Bürobetriebs, der Betriebskantine und der technischen Nutzung, wie etwa Sprinkler und Kühlwasser, verwendet. Betriebliches Abwasser fällt im Wesentlichen in der Betriebskantine am Standort Unterföhring an. Es wird entsprechend des Verschmutzungsgrads aufbereitet und anschließend an den Versorgungsbetrieb zurückgeführt.

Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung

▼ Die Europäische Kommission verfolgt mit dem „European Green Deal“ den Plan, die europäische Wirtschaft künftig nachhaltiger auszurichten und insbesondere Kapitalströme in nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten zu lenken. Um in diesem Sinne Wirtschaftstätigkeiten gemäß ihrer Nachhaltigkeit einstufen zu können, hat die Europäische Kommission mit der Taxonomie-Verordnung ein Klassifikationssystem geschaffen. Die folgenden Erläuterungen und Tabellen geben unsere Auslegung der aktuellen Rechtslage zur EU-Taxonomie-Verordnung wieder.

Dabei war bislang zunächst im Hinblick auf die beiden Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ zu berichten, zu denen die EU-Kommission den sogenannten delegierten Rechtsakt „Klima“ nebst Anhängen veröffentlicht hat. Im Juni 2023 wurde zusätzlich der sogenannte delegierte Rechtsakt „Umwelt“ veröffentlicht, welcher die weiteren vier Umweltziele der Taxonomie-Verordnung umfasst. Beide delegierte Rechtsakte enthalten die Beschreibung sogenannter taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten.

» INFORMATION

Taxonomiefähig ist eine Wirtschaftstätigkeit dann, wenn sie durch die Taxonomie-Verordnung (Verordnung (EU) 2020/852) abgedeckt ist, das heißt in den Anhängen eines der beiden delegierten Rechtsakte „Klima“ oder „Umwelt“ aufgeführt ist und damit grundsätzlich das Potenzial hat, als nachhaltig im Sinne der Taxonomie-Verordnung (taxonomiekonform) eingestuft zu werden. Taxonomiekonform ist die Wirtschaftstätigkeit erst dann, wenn die ebenfalls in den Anhängen zu findenden technischen Bewertungskriterien sowie Anforderungen an den sozialen Mindestschutz erfüllt werden. Die technischen Bewertungskriterien beziehen sich zum einen auf den wesentlichen Beitrag, den eine Wirtschaftstätigkeit für ein Umweltziel leisten muss, und zum anderen auf die Vermeidung einer erheblichen Beeinträchtigung der anderen Umweltziele (sogenannte „Do No Significant Harm“ (DNSH) Kriterien). Im Vorjahr hat die ProSiebenSat.1 Group anforderungsgemäß zur Taxonomiefähigkeit und -konformität in Bezug auf die beiden klimarelevanten Umweltziele berichtet. Für das Geschäftsjahr 2023 wurden zudem die weiteren vier Umweltziele betrachtet, wobei von der Erleichterungsoption der EU Gebrauch gemacht wurde, in Bezug auf diese lediglich die Taxonomiefähigkeit zu beurteilen.

Im Folgenden wird beschrieben, wie die ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2023 die Betrachtung der taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten erweitert und aktualisiert, wo gefordert deren Taxonomiekonformität geprüft sowie anschließend die entsprechenden Taxonomie-KPIs bezogen auf Umsatzerlöse, Investitions- und Betriebsausgaben ermittelt hat.

» INFORMATION

Die Analyse unserer taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten in den Bereichen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ wurde 2023 aktualisiert und von verschiedenen Konzernvertreter:innen revalidiert. Zudem wurde sie um die Wirtschaftstätigkeiten erweitert, die durch den delegierten Rechtsakt „Umwelt“ zu betrachten waren. Hierbei wurden unter dem Umweltziel „Kreislaufwirtschaft“ weitere taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten identifiziert, welche sich mit Tätigkeiten unter dem Umweltziel „Klimaschutz“ überschneiden.

Als Ergebnis aus der Analyse der Vorjahre hatte der Konzern verschiedene potenziell relevante Wirtschaftstätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel **„Anpassung an den Klimawandel“** identifiziert, zum Beispiel die Tätigkeit 8.3. „Rundfunkstätigkeiten“ oder die Tätigkeit 13.3. „Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik“ im delegierten Rechtsakt „Klima“. Diesen können jedoch im Sinne der Taxonomie keine Umsatzerlöse zugewiesen werden: Nach unserer Auffassung liegt bei diesen Wirtschaftstätigkeiten kein ermöglichender Charakter im Sinne des delegierten Rechtsakts „Klima“ als Voraussetzung für den Ausweis vor. Darunter versteht man eine Wirtschaftstätigkeit, die es anderen Tätigkeiten unmittelbar ermöglicht, einen wesentlichen Beitrag zu einem der beiden klimabezogenen Umweltziele der Taxonomie-Verordnung zu leisten. Dies stellt jedoch nicht den Kernzweck der Tätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group dar. Zudem konnten wir in Bezug auf das Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ keine Investitions- und Betriebsausgaben identifizieren. Hier können nach unserer Auffassung nur Ausgaben geltend gemacht werden, die anfallen, um eine Tätigkeit klimaresilient zu machen, also um die wichtigsten physischen Klimarisiken zu reduzieren.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Tätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel **„Klimaschutz“** und auf das Umweltziel **„Kreislaufwirtschaft“** als taxonomiefähig identifiziert, die im Zusammenhang mit Investitions- und Betriebsausgaben stehen. Diese setzen sich bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen aus Ausgaben für Fuhrpark (Tätigkeit 6.5. im delegierten Rechtsakt „Klima“, Annex I), Neubauten, Sanierungen, Ausgaben für Instandhaltung und Reparatur von Vermögenswerten (Tätigkeiten 7.1. bis 7.7. im delegierten Rechtsakt „Klima“, Annex I, sowie Tätigkeiten 3.1. und 3.2. im delegierten Rechtsakt „Umwelt“, Annex II) sowie für Rechenzentren (Tätigkeit 8.1. im delegierten Rechtsakt „Klima“, Annex I) zusammen. Alle relevanten Investitionsprojekte wurden hinsichtlich einer Zuordnung zu diesen Tätigkeiten geprüft und entsprechend im konzernweiten Konsolidierungs- und Reporting-System gekennzeichnet, um die Erfassung der zugehörigen Investitionsausgaben zu ermöglichen. Die Tätigkeiten konnten hinsichtlich ihrer Taxonomiefähigkeit hierbei eindeutig den entsprechenden Umweltzielen zugeordnet werden. Die Tätigkeiten Neubau sowie Renovierung bestehender Gebäude sind sowohl zu Umweltziel „Klimaschutz“ als auch zu Umweltziel „Kreislaufwirtschaft“ im gleichen Maße taxonomiefähig (Tätigkeiten 7.1. und 7.2. im delegierten Rechtsakt „Klima“, Annex I, sowie Tätigkeiten 3.1. und 3.2. im delegierten Rechtsakt „Umwelt“, Annex II). Eine Aufteilung der Investitionen auf die verschiedenen Umweltziele ist erst bezüglich der Betrachtung der Taxonomiekonformität notwendig. Entsprechend ist bei der Darstellung der taxonomiefähigen Investitionen keine Doppelzählung vorhanden.

Da es sich bei den identifizierten Tätigkeiten ausschließlich um zugekaufte Produkte und Dienstleistungen von Dritten handelt, müssen für die Nachweiserbringung hinsichtlich der Taxonomiekonformität die entsprechenden Informationen grundsätzlich bei diesen Geschäftspartnern abgefragt werden. Die Rückmeldungen zu den Abfragen hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des wesentlichen Beitrags, der DNSH-Kriterien und des Mindestschutzes sind jedoch weiterhin nicht umfassend genug, um für das Geschäftsjahr 2023 eine Schlussfolgerung der Taxonomiekonformität zuzulassen. Daher kann die ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2023 keine taxonomiekonformen KPIs ausweisen.

Wir haben keine Tätigkeiten gemäß der Delegierten Verordnung 2022/1214 in Bezug auf Kernenergie und fossiles Gas. ▲

▼ ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG ▲

Generell deckt die Taxonomie-Verordnung bisher vor allem die Wirtschaftstätigkeiten ab, die innerhalb Europas den größten Ausstoß von CO₂-Emissionen verursachen. Aktuell ist der Großteil der Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group nicht durch die Taxonomie-Verordnung abgedeckt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass ProSiebenSat.1 keinen ökologischen Beitrag, insbesondere zum Klimaschutz, leistet. Wir sind uns der Verantwortung des Konzerns aufgrund der Reichweite unserer TV-Sender und digitalen Plattformen bewusst und werden unsere Zielgruppen auch weiterhin hinsichtlich umweltrelevanter Themen informieren und sensibilisieren.

UMSATZERLÖSE

▼ Die zugrunde gelegten Umsatzerlöse entsprechen den in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsatzerlösen. Es wurden für das Geschäftsjahr 2023 keine Umsatzerlöse aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten identifiziert. ▲

→ Ertragslage des Konzerns

▼ UMSATZERLÖSE 2023 ▲

Anteil der Umsatzerlöse aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Absoluter Umsatz 2023	Anteil Umsatz 2023	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme
		in Mio Euro	in %	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—						
Davon ermöglichende Tätigkeiten									
Davon Übergangstätigkeiten									
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
				eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		—	—						
Summe (A.1 + A.2)		—	—						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		3.852	100,0						
Summe (A + B)		3.852	100,0						

▼ UMSATZERLÖSE 2023 ▲

DNSH-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")

Wirtschaftstätigkeiten	Klima- schutz	Anpass- ung an den Klima- wandel	Wasser- und Meeres- ressour- cen	Kreislauf- wirt- schaft	Umwelt- ver- schmutz- ung	Bio- logische Vielfalt und Öko- systeme	Mindest- schutz	Anteil	Kategorie ermög- lichende Tätig- keiten	Kategorie Über- gangs- tätig- keiten
								Taxo- nomie- konfor- mer oder -fähiger Umsatz 2022		
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten										
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)										
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—		
Davon ermöglichende Tätigkeiten										
Davon Übergangstätigkeiten										
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)										
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)								—		
Summe (A.1 + A.2)								—		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten										
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)										
Summe (A + B)										

INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX)

▼ Die Investitionsausgaben der ProSiebenSat.1 Group setzen sich aus den Zugängen zum Programmvermögen (siehe Konzern-Anhang Ziffer 18), sonstigen immateriellen Vermögenswerten (siehe Konzern-Anhang Ziffer 19) sowie Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen zusammen (siehe Konzern-Anhang Ziffer 20). Im Geschäftsjahr 2023 gab es keine Zugänge durch Änderungen im Konsolidierungskreis.

Die taxonomiefähigen Investitionsausgaben stehen im Zusammenhang mit dem Fuhrpark der Gruppe, Neubauten oder Sanierungen, Rechenzentren sowie Ausgaben für Wartung und Instandhaltung von Vermögenswerten. Den größten Beitrag leistet dabei der Campus-Neubau in Unterföhring.

Für die Bestimmung des KPI wurden die relevanten Leasingkonten berücksichtigt, auf denen insbesondere Zugänge im Bereich Gebäude und Fuhrpark verbucht sind. Zudem wurden die im konzernweiten Konsolidierungs- und Reporting-System als taxonomiefähig gekennzeichneten Investitionen einbezogen.

Eine mögliche Taxonomiekonformität dieser Tätigkeiten ließ sich aufgrund der noch unzureichenden Informationslage durch die Geschäftspartner nicht bestätigen. Für das Geschäftsjahr 2023 hat die ProSiebenSat.1 Group Ausgaben im Zusammenhang mit den Umweltzielen „Klimaschutz“ und „Kreislaufwirtschaft“ identifiziert, den restlichen Umweltzielen konnten keine Ausgaben zugeordnet werden. ▲

→ Konzern-Anhang, Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) 2023 ▲

CapEx-Anteil von Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Absoluter CapEx 2023 in Mio Euro	Anteil CapEx 2023 in %	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
				Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme
				ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—						
Davon ermöglichende Tätigkeiten									
Davon Übergangstätigkeiten									
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
				eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5.	3	0,3	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
Neubau	CCM 7.1./CE 3.1.	59	5,4	eligible	not eligible	not eligible	eligible	not eligible	not eligible
Renovierung bestehender Gebäude	CCM 7.2./CE 3.2.	1	0,1	eligible	not eligible	not eligible	eligible	not eligible	not eligible
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	CCM 7.3.	1	0,0	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	CCM 7.4.	0	0,0	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5.	0	0,0	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7.	23	2,1	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	CCM 8.1.	8	0,7	eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible	not eligible
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		95	8,6						
Summe (A.1 + A.2)		95	8,6						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		1.001	91,4						
Summe (A + B)		1.095	100,0						

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) 2023 ▲

DNSH-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")

Wirtschaftstätigkeiten	Klima-	Anpass-	Wasser-	Kreislauf-	Umwelt-	Bio-	Mindest-	Anteil	Kategorie	Kategorie
	schutz	ung an	und	wirt-	ver-	logische				
	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	schutz	Taxo-	ermög-	Über-
								nomie-	lichende	gangs-
								konfor-	Tätig-	tätig-
								mer oder	keiten	keiten
								-fähiger		
								CapEx		
								2022		
								in %	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten										
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)										
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—		
Davon ermöglichende Tätigkeiten										
Davon Übergangstätigkeiten										
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)										
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen								0,2		
Neubau								4,5		
Renovierung bestehender Gebäude								0,0		
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten								0,2		
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)								0,0		
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden								0,0		
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden								1,4		
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten								0,5		
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)								6,8		
Summe (A.1 + A.2)								6,8		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten										
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)										
Summe (A + B)										

BETRIEBSAUSGABEN (OPEX)

▼ Die Betriebsausgaben gemäß der Definition der EU-Taxonomie, im Wesentlichen nicht aktivierte Ausgaben für Wartung und Instandhaltung von Sachanlagen sowie Forschung und Entwicklung, beliefen sich für die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr auf 56 Mio Euro. Diese Ausgaben sind im Kontext der Gesamtausgaben der Gruppe nicht wesentlich (~1%). Somit gibt es keine wesentlichen Betriebsausgaben im Zusammenhang mit taxonomiefähigen oder -konformen Aktivitäten. ▲

▼ **BETRIEBSAUSGABEN (OPEX) 2023** ▲

OpEx-Anteil von Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							
		Absoluter OpEx 2023	Anteil OpEx 2023	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme
		in Mio Euro	in %	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible	ja; nein; not eligible
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—						
Davon ermöglichende Tätigkeiten									
Davon Übergangstätigkeiten									
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
				eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	eligible; not eligible	
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		—	—						
Summe (A.1 + A.2)		—	—						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		56	100,0						
Summe (A + B)		56	100,0						

▼ **BETRIEBSAUSGABEN (OPEX) 2023** ▲

DNSH-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")

Wirtschaftstätigkeiten	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Mindestschutz	Anteil Taxonomiekonformer oder -fähiger OpEx 2022	Kategorie ermöglichende Tätigkeiten	Kategorie Übergangstätigkeiten										
											ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	in %	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																				
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																				
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—												
Davon ermöglichende Tätigkeiten																				
Davon Übergangstätigkeiten																				
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																				
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)								—												
Summe (A.1 + A.2)								—												
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																				
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)																				
Summe (A + B)																				

GOVERNANCE & COMPLIANCE

Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert. Die entsprechenden Ausführungen zur Corporate Governance bei ProSiebenSat.1 befinden sich insbesondere in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG weitere relevante Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken der ProSiebenSat.1 Group. Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Vergütungsbericht.

→ [Erklärung zur Unternehmensführung](#) → [Vergütungsbericht](#)

▼ Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group in der Abteilung Group Compliance insbesondere auf die Themen Geldwäscheprävention, Sanktionen und Embargos sowie den Datenschutz. Für diese Rechtsgebiete besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance-Management-System (CMS).

Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität sowie richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße vorzubeugen und dazu beizutragen sie zu verhindern.

Die zentrale Compliance-Organisation bilden das Compliance Committee und die Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung oder der Internen Revision, unterstützt werden. Daneben wurden für die Konzerngesellschaften Unit Compliance Officer (UCO) bestellt, die für das CMS zuständig sind und direkten Kontakt mit den jeweiligen Fachexpert:innen haben. Die Delegation von Compliance-Verantwortlichkeiten ist in der Richtlinie „Compliance-Management-System“ geregelt. Die Verantwortlichkeiten und Aufgabenbereiche in den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften, die Errichtung eines konzernweit einheitlichen Melde- und Berichtssystems und die Zusammenarbeit zwischen den Gesellschaften und Group Compliance werden auf diese Weise konkretisiert. Nähere Informationen, insbesondere zur Compliance-Organisation, werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB gegeben.

→ [Erklärung zur Unternehmensführung](#)

Im Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt: Diese definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter:innen Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und weiteren Dritten. Der Verhaltenskodex gilt als verbindendes Element über alle Segmente der ProSiebenSat.1 Group hinweg, wird kontinuierlich weiterentwickelt und wurde zuletzt 2023 aktualisiert. Die Prinzipien des Verhaltenskodex werden über einen separaten Verhaltenskodex auch für unsere Geschäftspartner verbindlich gemacht.

→ [Verhaltenskodex](#) → [Verhaltenskodex für Geschäftspartner](#)

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht seit Dezember 2022 zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über ein elektronisches Hinweisgebersystem abzugeben. Dieses bildet auch das Beschwerdeverfahren unter dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) ab. Für alle Meldungen, unabhängig vom gewählten

Meldeweg, gilt, dass Group Compliance die Unternehmensleitung über Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle, die sich bei vorläufiger interner Bewertung als möglicherweise begründet herausstellen bzw. ein besonders hohes Schadenspotenzial haben, unverzüglich informiert.

Die ProSiebenSat.1 Media SE fällt seit dem 1. Januar 2023 in den Anwendungsbereich des LkSG. Es verpflichtet die Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group, bestimmte, angemessene Maßnahmen zur Absicherung gegen menschenrechtliche und umweltrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie hinsichtlich ihrer unmittelbaren und mittelbaren Zulieferer zu implementieren. Um einen umfassenden und fortlaufend aktuellen Überblick über etwaige Risiken in unserer Lieferkette zu erhalten, führt ProSiebenSat.1 sowohl jährliche als auch anlassbezogene Risikoanalysen durch. Die ProSiebenSat.1 Media SE hat im Jahr 2023 eine Grundsatzerklärung über seine Menschenrechts- und Umweltstrategie abgegeben. Diese ist öffentlich zugänglich. Die ProSiebenSat.1 Media SE wird erstmals im Jahr 2024 – im Rahmen ihrer Berichtspflichten nach § 10 LkSG – öffentlich hierzu berichten.

→ Grundsatzerklärung

Die ProSiebenSat.1 Group hat ein Compliance-Schulungskonzept implementiert, das sowohl Online-Trainings als auch Präsenzs Schulungen vorsieht. Die Online-Trainings sind grundsätzlich für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend und sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Die Online-Schulungen müssen alle zwei Jahre wiederholt werden, die Online-Schulung „Arbeitssicherheit“ jährlich. Präsenzs Schulungen, die auch 2023 überwiegend hybrid stattfanden, werden gezielt auf Risikogruppen ausgerichtet und von Legal Affairs, Group Compliance, Labour Law, Taxes, Corporate Information Security, dem Datenschutzbeauftragten sowie den Jugendschutzbeauftragten jeweils für ihre Bereiche durchgeführt. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in ihrer P7S1 Academy Seminare für die Geschäftsleitungen der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten sowie die relevanten Rechtsgrundlagen zu geben. ▲ GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-26

COMPLIANCE-SCHULUNGEN / GRI 2-26

Thema	2023			2022		
	Termine (live/virtuell)	Teilnehmer:innen (live/virtuell)	Online-Trainings	Termine (live/virtuell)	Teilnehmer:innen (live/virtuell)	Online-Trainings
Medien-, Urheber-, Werberecht, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	3	220	—	6	193	—
Compliance ¹	5	234	—	18	245	—
Kartellrecht	2	41	5.551	2	41	5.188
Geldwäsche	—	—	—	2	67	—
Sanktionen & Embargos	—	—	—	1	25	—
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), Arbeitsrecht	2	19	4.483	1	7	3.280
Datenschutz	16	332	5.424	24	545	3.498
Informationssicherheit	2	20	3.536	—	—	6.344
Jugendschutz	5	84	275	2	24	417
Arbeitsschutz	—	—	7.334	—	—	7.360
Steuerrecht	5	104	—	3	4	—
Geschäftsführer-Seminare	4	24	—	7	48	—

¹ Schulungen zum Compliance-Management-System sowie Anti-Korruption.

▼ Das CMS der ProSiebenSat.1 Group wird kontinuierlich weiterentwickelt. Im Jahr 2023 beispielsweise durch Anpassungen in der Organisation, die Aktualisierung der Relevanzanalyse, das Aufsetzen eines Compliance Assessments oder die Überarbeitung von Richtlinien sowie die Aktualisierung von Schulungsinhalten.

Die Stellungnahme des Vorstands zur Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS wird im Konzernlagebericht abgegeben. ▲ **GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-26**

→ **Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem**

Anti-Korruption und Kartellrecht

▼ Ein rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sind Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Die Verhinderung von Korruption und wettbewerbs- bzw. kartellrechtswidrigem Verhalten ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung der Unternehmensziele. Der freie Wettbewerb ist eine tragende Säule unserer Wirtschaftsordnung und durch die Kartellgesetze sowie das Strafrecht besonders geschützt. Wettbewerbsverstöße können hohe Bußgelder und Schadenersatzklagen nach sich ziehen, die nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Mitarbeiter:innen persönlich treffen können. Daneben können Korruptionsdelikte zu Geld- oder Freiheitsstrafen führen.

Vorgaben zur Korruptionsprävention und zu rechtskonformen Verhalten im Wettbewerb sind im ProSiebenSat.1-Verhaltenskodex festgehalten und in den internen Richtlinien „Vermeidung von Korruption“ sowie „Verhalten im Wettbewerb“ konkretisiert. Über den Verhaltenskodex für Geschäftspartner werden das Verbot von Korruption und Bestechung und die Einhaltung der geltenden kartellrechtlichen Gesetze für unsere Geschäftspartner verbindlich gemacht. Die Richtlinien werden regelmäßig auf Aktualität überprüft und aktualisiert.

Um eine unabhängige Bewertung des CMS zu erhalten, wurde 2022 eine Prüfung für den Teilbereich Anti-Korruption durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durchgeführt. Group Compliance hat im Nachgang zur Prüfung als Reaktion auf die Ergebnisse beispielsweise Schulungsmaßnahmen durchgeführt oder Prozessverbesserungen herbeigeführt.

Für das Jahr 2023 sind uns, wie im Vorjahr, keine Ermittlungen gegen den Konzern, Beteiligungen oder gegen Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group hinsichtlich Korruptionsdelikten oder Kartellrechtsverstößen bekannt. ▲ **GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3, GRI 206-1**

Datenschutz

▼ Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung und durch neue Geschäftsmodelle werden immer mehr personenbezogene Daten generiert und auf unterschiedlichste Art und Weise verarbeitet. Das gilt auch für die ProSiebenSat.1 Group mit ihren vielfältigen Angeboten in den Segmenten Entertainment, Commerce & Ventures sowie Dating & Video. Der Datenschutz schützt in diesem Zusammenhang das Recht auf Privatsphäre und auf informationelle Selbstbestimmung. Diese bezieht sich auf das Recht jeder Person, die Weitergabe und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten selbst zu bestimmen. Unser Ziel ist es, sorgfältig mit diesen Daten umzugehen und sie vor Missbrauch zu schützen. Der Konzerndatenschutzbeauftragte verantwortet die Zusammenarbeit und Abstimmung in allen wichtigen Angelegenheiten des Datenschutzes. Er ist organisatorisch dem Bereich Group Compliance zugeordnet und wird in Rechtsfragen durch Fachexpert:innen für Datenschutzrecht unterstützt. Durch verpflichtende Schulungen und Assessments durch den Konzerndatenschutzbeauftragten sollen Verletzungen der Privatsphäre verhindert und datenschutzrechtliche Compliance gewahrt werden.

Die Datenschutzkonformität soll dabei auf Basis eines risikoorientierten Datenschutzmanagementsystems (DSMS) sichergestellt und personenbezogene und andere sensible Daten vor Verlust, Zerstörung, unautorisiertem Zugriff oder unautorisierter Verwendung, Bearbeitung oder Offenlegung geschützt werden. Als Grundlage für konkrete Maßnahmen gelten

dabei die gesetzlichen Regelungen, insbesondere die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie unsere eigenen Datenschutzrichtlinien. Die datenschutzrechtlichen Vorgaben sind Bestandteil unseres CMS. Die ProSiebenSat.1 Group hat Prozesse implementiert, um personenbezogene Daten vor Missbrauch zu schützen. Diese betreffen die Erstellung von datenschutzrechtlichen Vereinbarungen zur Erfüllung der Vorgaben gemäß Art. 26, 28 DSGVO und die Weitergabe personenbezogener Daten an Behörden. Ebenso werden durch die Datenschutzprozesse die Informationspflichten und Betroffenenrechte sowie die Meldung von Datenschutzvorfällen abgebildet, d.h. die unrechtmäßige Kenntniserlangung von personenbezogenen Daten durch Dritte (Art. 33, 34 DSGVO).

Im Jahr 2023 wurden fünf Fälle (Vorjahr: neun) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland ermittelt; davon waren fünf (Vorjahr: acht) Beschwerden von externen Parteien und keine von Aufsichtsbehörden (Vorjahr: eine). Zudem wurden 48 Fälle von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust gemeldet (Vorjahr: 20), wobei es sich bei 10 Fällen (Vorjahr: zwei) um meldepflichtige Fälle gemäß DSGVO gehandelt hat.

Wir sind uns der wachsenden Bedeutung des Datenschutzes in unserer digitalen Welt bewusst und wollen unserer Verantwortung für die Sicherheit der personenbezogenen Daten unserer Kunden, Partner und Mitarbeiter:innen bestmöglich nachkommen. Wir haben im Jahr 2023 eine erhöhte Anzahl von Datenschutzvorfällen verzeichnet. Diese sind vor allem auf Cyberangriffe zurückzuführen, die sich vorwiegend gegen unsere externen Dienstleister richteten. Letztlich ist die erhöhte Meldung von Datenschutzvorfällen auch ein Ergebnis unserer internen Schulungsmaßnahmen, die zu einer immer größeren Sensibilisierung für Datenschutz innerhalb der ProSiebenSat.1 Group führten. ▲ **GRI 418-1**

Informationssicherheit

Informationen vielfältiger Art sind von zentraler Bedeutung für die Geschäftstätigkeiten von ProSiebenSat.1. Die angemessene Sicherheit von Geschäftsprozessen, IT, Infrastruktur und kritischen Informationen ist daher ein strategischer Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns. Eine unternehmensweite, prozessorientierte Informationssicherheit dient als Instrument, um entsprechende Risiken rechtzeitig zu erkennen, angemessen zu behandeln und damit potenzielle Schäden zu vermeiden.

Das Information Security Office definiert im Rahmen eines Information Security Management Systems (ISMS) Mindeststandards in Form von Richtlinien, organisiert Assessments und Penetrationstests – unter anderem für Websites und Online-Shops – sowie Online-Schulungen und Präsenzsicherungen, die auch 2023 überwiegend hybrid stattfanden. Darüber hinaus ist es für das Incident- sowie Risikomanagement verantwortlich und berät sowie unterstützt konzernintern zu allen Themen mit Bezug zur Informationssicherheit. Die IT-Security-Bereiche in den einzelnen Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group sind dabei insbesondere für den Schutz von IT-Systemen verantwortlich.

Die Richtlinien zur Informationssicherheit definieren die grundlegenden Leitsätze und Mindestanforderungen zum Umgang mit Informationen der ProSiebenSat.1 Group. Sie gelten übergeordnet und weltweit für alle Geschäftseinheiten und -bereiche, für alle verbundenen Tochtergesellschaften mit Mehrheitsbeteiligungen und deren Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus gelten sie für alle internen und externen Dienstleister, Geschäftspartner und andere Dritte, die Unternehmensinformationen der ProSiebenSat.1 Group erfassen, verarbeiten oder nutzen und zur Einhaltung der Richtlinien verpflichtet wurden.

Für eine kontinuierliche Verbesserung der Sicherheitsprozesse überprüft das Information Security Office die Einhaltung und Umsetzung seiner Vorgaben. Um unser ISMS stetig auszubauen und zu verbessern, finden alle zwei Jahre in durch das Information Security Office definierten Bereichen Assessments auf Grundlage der Norm ISO 27001 durch externe Auditoren statt, zuletzt in 2023.

Durch den Ausbau von Ressourcen soll das ISMS erweitert werden, so soll im Jahr 2024 bei der ProSiebenSat.1 Tech & Services GmbH die Stelle eines Information Security Managers geschaffen werden. Außerdem soll das ISMS in verschiedenen Bereichen kontinuierlich verbessert werden, beispielsweise durch die Weiterentwicklung des Risikomanagements bei der Seven.One Entertainment Group.

Das Information Security Office registriert konzernweit jene Vorfälle, die die Schutzziele Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit oder Authentizität von Informationen, IT-Systemen und/oder anderer Assets verletzen und zu einem Schaden für die ProSiebenSat.1 Group geführt haben bzw. führen können. Hierbei handelt es sich im Berichtszeitraum in der Mehrzahl der Fälle um kleinere Datenschutzfälle, wie fehlgeleitete E-Mails oder versehentlich offene Verteiler. Insgesamt erstreckt sich das Spektrum der Vorfälle von kleinen Abweichungen zum Nichteinhalten von internen Vorgaben, wie unzureichende Einschränkungen der Berechtigungen auf interne Dokumente, über Fehlkonfigurationen bis hin zu Einbrüchen sowie gezielten Phishing-Attacken. Außerdem handelt es sich um Versuche, Schwachstellen in Komponenten mit Internet-Anbindung aufzuspüren und auszunutzen oder Malware in das Netz des Konzerns einzuschleusen. Sicherheitsvorfälle werden im Rahmen dafür definierter Prozesse und Eskalationswege behandelt, um die nötigen Maßnahmen effizient und schnell einzuleiten.

Im Jahr 2023 wurden 56 Fälle bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland gemeldet. Davon betrafen 48 Fälle gleichzeitig auch mögliche Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust. **GRI 416-1, GRI 416-2**

Medienregulierung

▼ Zu den medienrechtlich relevanten Themen für die ProSiebenSat.1 Group zählen unter anderem die journalistische Unabhängigkeit, die Grundsätze zur Trennung von Werbung und Programm sowie die Anforderungen an den Jugendschutz. Diese Themen sind auch Bestandteil unseres Verhaltenskodex („Code of Conduct“). Wir haben für 2023 insgesamt 16 Verstöße (Vorjahr: 17) gegen journalistische Sorgfaltspflichten, Programmgrundsätze sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst.

Bei all unseren Aktivitäten sind wir der freiheitlich demokratischen Grundordnung verpflichtet, die insbesondere auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basiert. Die zentrale Chefredaktion der Seven.One Entertainment Group ist auf operativer Ebene dafür verantwortlich, dass bei der redaktionellen Arbeit aller Sender die journalistische Unabhängigkeit gewahrt bleibt. In täglich stattfindenden Konferenzen mit den Redaktionen und Programmmanager:innen werden die inhaltlichen Schwerpunkte der Berichterstattung und des Programms diskutiert. Bei der Freigabe von redaktionellen Beiträgen gilt grundsätzlich das Vier-Augen-Prinzip. Der Konzern hat zudem Leitlinien formuliert, denen alle Journalist:innen und redaktionell Verantwortlichen verpflichtet sind. Die „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ konkretisieren dabei das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserates. Journalist:innen sind demnach in der Gestaltung ihrer redaktionellen Beiträge grundsätzlich frei und sollen unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessen berichten. In internen Schulungen werden Themen wie Presserecht und Jugendschutz geschult und vertieft.

Die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet sich zur Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. In begründeten Einzelfällen, die den Verdacht des Einsatzes von Schleichwerbung nahelegen, kann ein Kontrollgremium tätig werden. Der Konzern ist zudem in Deutschland verpflichtet, den Bestimmungen des Medienstaatsvertrages sowie der „Gemeinsamen Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des Medienstaatsvertrags“ der Landesmedienanstalten zu folgen. Die ProSiebenSat.1-Werberichtlinien zur Trennung von Werbung und Programm enthalten konkrete Erläuterungen zu Platzierungsverboten für bestimmte Produkte und Dienstleistungen. Sie geben den Mitarbeiter:innen der deutschen Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verbindliche Vorgaben

im Rahmen ihres Arbeitsverhältnisses, um Verstöße gegen Programmgrundsätze möglichst zu verhindern. Für die deutschen Sender sollen die Richtlinien dem Erhalt der journalistischen Glaubwürdigkeit dienen und inhaltlich die Unabhängigkeit von Einflüssen Dritter als oberste programmliche Leitlinie absichern.

Nicht zuletzt haben jugendschutzrechtliche Bestimmungen im Rahmen der Medienregulierung eine wichtige Bedeutung. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Jugendschutzbeauftragten der ProSiebenSat.1 Group. Sie sollen dafür Sorge tragen, dass alle vom Konzern verantworteten Inhalte in TV und Internet altersgerecht angeboten werden. Ziel ist es, Kindern und Jugendlichen den Zugang zu Inhalten zu erschweren, die für ihre Altersgruppe ungeeignet sind. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) und das Jugendschutzgesetz (JuSchG) setzen dafür klare Vorgaben. Die Jugendschutzbeauftragten sind in ihrer Bewertung weisungsfrei und dafür verantwortlich, die Sender dahingehend zu beraten, dass für Kinder und Jugendliche ungeeignete Inhalte im Rundfunk ausschließlich zu den gesetzlich vorgegebenen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Die Jugendschutzbeauftragten werden zudem möglichst frühzeitig in die Konzeption, Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Zugleich sollen sie bei Internet-Angeboten des Konzerns den Einsatz technischer Schutzmöglichkeiten – zum Beispiel durch PIN-Verfahren oder die Filtersoftware JusProg – für die Verbreitung jugendschutzrelevanter Inhalte gewährleisten. Die Jugendschutzbeauftragten führen interne Schulungen für TV- und Online-Redakteur:innen durch und nehmen selbst am Zertifizierungsprogramm gemäß JuSchG teil. Darüber hinaus beteiligt sich der Jugendschutz aktiv in den Gremien der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter (FSM).

▲ GRI 416-1, GRI 416-2

Anti-Diskriminierung

▼ Diskriminierung bezeichnet die Benachteiligung von Personen oder Personengruppen aufgrund bestimmter Eigenschaften. Das Verbot der Diskriminierung ist als Menschenrecht definiert und bildet die Grundlage für ein respektvolles Miteinander. Wir sind der Überzeugung, dass insbesondere in Unternehmen die Gewährleistung einer Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen von wesentlicher Bedeutung ist. Die ProSiebenSat.1 Group toleriert daher keine Diskriminierung aufgrund von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Wir schulen die Belegschaft deutschlandweit mit einem verpflichtenden Training zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Mit unserem Verhaltenskodex positionieren wir uns unter anderem auch klar gegen jegliche Art von sexueller Gewalt oder Machtmissbrauch.

Alle Mitarbeiter:innen sind angehalten, Diskriminierungen oder Verstöße gegen im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zu melden. Ein zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht seit Dezember 2022 zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über ein elektronisches Hinweisgebersystem abzugeben. Darüber hinaus beteiligen wir uns über den Verband Privater Medien VAUNET an der Themis-Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt, die Betroffene in Betrieben der Film-, Fernseh- oder Theaterbranche berät. 2023 gab es fünf Vorfälle (Vorjahr: eins) aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Diskriminierungen, die alle im Berichtsjahr abgeschlossen wurden. ▲ GRI 406-1

Weitere wesentliche Verstöße

Aus dem Jahr 2022 gibt es einen meldebedürftigen Vorgang in Bezug auf einen möglichen Verstoß gegen sonstige Gesetze oder Verordnungen. Dabei handelte es sich um einen möglichen Verstoß gegen den Glücksspielstaatsvertrag, der eine Untersagung durch die Glücksspielaufsichtsbehörde zur Folge hatte. Gegen diese Untersagung wurden Rechtsmittel in Gestalt einer Anfechtungsklage erhoben; das Verfahren wurde auch im Jahr 2023 nicht abgeschlossen. Es wurde kein Bußgeld verhängt.

Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG“) fällt. Für umfassende Ausführungen zum Sachverhalt und etwaigen damit zusammenhängenden Verstößen gegen gesetzliche Bestimmungen verweisen wir auf den Risikobericht. **GRI 2-27**

→ **Risikobericht**