



ProSiebenSat.1
Media SE

NACHHALTIGKEITSPAKT MEDIEN BAYERN

ProSiebenSat.1 beteiligt sich beim
Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern

NACHHALTIGKEITSPAKT MEDIEN BAYERN

ProSiebenSat.1 beteiligt sich beim Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern

Als Gründungsmitglied des Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern, der im Oktober 2022 auf den „Medientagen München“ öffentlich vorgestellt wurde, wollen wir einen Impuls für die verantwortungsvolle Gestaltung einer nachhaltigeren Medienwirtschaft setzen. Koordiniert durch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien haben wir zusammen mit weiteren Gründungsmitgliedern wie Vodafone, Amazon Prime Video, dem Bayerischen Rundfunk, egoFM, Wissenschaftsvertreter:innen und dem Bayerischen Journalistenverband einen Ansatz entwickelt, der neben den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales erstmalig auch Publizistische Verantwortung als wesentlichen Bestandteil von Nachhaltigkeit in Medienunternehmen definiert. Basierend auf diesen vier Säulen sollen Leitlinien sowie Fragenkataloge vor allem kleinen und mittelständischen Medienunternehmen die Möglichkeit bieten, mit angemessenem zeitlichem und personellem Aufwand eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und Nachhaltigkeit und Public Value im Unternehmen zu verankern.

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern finden sich hier:
https://www.blm.de/aktivitaeten/nachhaltigkeitspakt_medien_by.cfm

Als Gründungsmitglied hat sich die ProSiebenSat.1 Gruppe verpflichtet, die Hauptfragen des Nachhaltigkeitspakts zu beantworten und zu veröffentlichen.



Inhaltsverzeichnis

Fragestellung zur Ökonomie / Unternehmerischen Verantwortung	4
1. Welche Governance- bzw. Unternehmensführungs-Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?.....	4
2. Wie wird im Unternehmen sichergestellt, dass alle laufenden sowie geplanten, relevanten rechtlichen Grundlagen bekannt sind und die Umsetzung kontinuierlich kontrolliert wird?	5
3. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Lieferkette?	6
4. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Unternehmensfinanzen?	6
5. Wie werden neue Kunden und Kundinnen gewonnen und wie Stammkunden betreut?	6
Fragestellung zur Ökologischen Nachhaltigkeit	8
6. Welche Klima-/Umweltziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?	8
7. Wie wird das aktuelle Handeln im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit analysiert (Status-Quo-Analyse)? Wie wird die Performance gemessen und kontrolliert?	8
8. Welche Kriterien werden an die Geräte am Arbeitsplatz bzw. die Arbeitsmittel der Mitarbeitenden gestellt?	8
9. Wie werden mögliche negative Umweltwirkungen der betrieblichen Herstellungs- und Produktionsprozesse bedacht und gehandhabt?	9
10. Durch welche Strategien und Maßnahmen wird ein nachhaltiger Konsum der eigenen Produkte und Dienstleistungen gefördert?	9
Fragestellung zur sozialen Nachhaltigkeit.....	10
11. Welche sozial-nachhaltigen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?.....	10
12. Wie wird das aktuelle Handeln im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit analysiert (Status-Quo-Analyse)? Wie wird die Performance gemessen und kontrolliert?	11
13. Wie werden das Wohlbefinden und die Weiterentwicklung von Mitarbeitenden unterstützt?.....	11
14. Wie stellt die Organisation sicher, dass alle Mitarbeitenden einen fairen Verdienst erhalten?.....	13
15. Welche Rolle spielt Vielfalt bei Einstellungen, dem Umgang mit Mitarbeitenden und im Hinblick auf die eigene Zielgruppe?	13
Fragestellung zur Publizistische Verantwortung	15



16. Welche publizistischen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?	15
17. Welche Prozesse dienen der Wahrung der publizistischen Verantwortung?	15
18. Welcher Aufwand wird bei Informationsgewinnung und -validierung betrieben?	15
19. Wie werden Hintergründe erläutert und Themen begleitet?	16
20. Wird in der Berichterstattung Nachhaltigkeit als Querschnittsthema eingeordnet, das die ganze Gesellschaft betrifft?	17



FRAGESTELLUNG ZUR ÖKONOMIE / UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG

1. Welche Governance- bzw. Unternehmensführungs-Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat.1 Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen.

Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Wir schärfen unseren Blick für die mittelfristige Rendite auf das eingesetzte Kapital und wollen unseren Aktionär:innen weiterhin eine verlässliche Dividende ausschütten. Dafür ergreifen wir die Wachstumschancen im Entertainment-Geschäft, bauen insbesondere unsere digitale Reichweite aus und nutzen diese Stärke, um damit auch unser Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Geschäft zu befeuern. Denn diese Segmente zahlen ebenso auf den Wert von ProSiebenSat.1 ein. Gleichzeitig sind wir uns auch unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und entwickeln die Nachhaltigkeitsleistung unseres Konzerns konsequent weiter.

Zu den mittel- und langfristigen Zielen zählt auch das Ziel der betrieblichen Klimaneutralität bis 2030. Weitere Informationen zu den kurz- und mittelfristigen Zielen (Umsatzwachstum, P7S1 Return on Capital Employed, Verschuldungsgrad, Dividendendenpolitik, Nachhaltigkeit) finden Sie im Geschäftsbericht online: <https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/>

Gute Corporate Governance ist wesentlicher Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung und -kontrolle. Sie fördert das Vertrauen der Anleger:innen, der Finanzmärkte, der Kund:innen und Geschäftspartner:innen, der Mitarbeiter:innen sowie der Öffentlichkeit in die ProSiebenSat.1 Gruppe. Unser Leitbild ist der 2002 eingeführte Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) in seiner jeweils aktuellen Fassung. Viele der im DCGK enthaltenen Grundsätze zur Unternehmensführung werden bereits seit langer Zeit bei ProSiebenSat.1 gelebt.

Die jeweilige, aktuelle Entsprechenserklärung zum DCGK findet sich online unter: <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung>



2. Wie wird im Unternehmen sichergestellt, dass alle laufenden sowie geplanten, relevanten rechtlichen Grundlagen bekannt sind und die Umsetzung kontinuierlich kontrolliert wird?

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group im Bereich der Compliance deshalb insbesondere auf die Themen Geldwäsche, Sanktionen und Embargos sowie den Datenschutz. Auch in dieser Hinsicht 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 von vornherein zu verhindern.

Vor dem Hintergrund der Konzernstruktur hat sich die ProSiebenSat.1 Group in einer zentralen und einer dezentralen Compliance-Organisationsstruktur organisiert. Die zentrale Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Committee) und die vom Group Chief Compliance Officer (CCO) geleitete Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Im Compliance Committee sind neben dem für Compliance zuständigen Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability), dem Chief Compliance Officer und dem Senior Vice President Internal Audit noch die Konzernfunktion Recht sowie die Unit Compliance Officer (UCO) der verschiedenen Geschäftsbereiche und der Konzerndatenschutzbeauftragte vertreten. Das Compliance Committee und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der im Vorstandsressort Personal, Compliance, Nachhaltigkeit sowie Organizational Development & Operational Excellence angesiedelte CCO ist mit der Umsetzung des CMS im Konzern betraut, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Zudem beobachtet er die Rechtsentwicklung und unterbreitet Vorschläge zur Weiterentwicklung des CMS.

Die dezentrale Compliance-Organisation wird durch Unit Compliance Officer (UCO) repräsentiert, die in den Konzerngesellschaften sowie übergreifend in den einzelnen Geschäftsbereichen bestellt werden. Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group.

Weitere Information zu Compliance, zum Hinweisgebersystem etc. finden sich hier: <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/compliance>

Weitere Informationen zu Compliance und Compliance Schulungen finden sich im Geschäftsbericht 2021 S. 67f: <https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/serviceseiten/downloads/files/sustainability-p7s1-gb21.pdf>

Informationen zum Datenschutz im Geschäftsbericht 2021 S. 69: <https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/serviceseiten/downloads/files/sustainability-p7s1-gb21.pdf>



3. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Lieferkette?

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien 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 Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Lieferant:innen und weiteren Dritten. Der Verhaltenskodex kann hier abgerufen werden:

https://www.prosiebensat1.com/uploads/2022/08/19/Verhaltenskodex_DE.pdf

4. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Unternehmensfinanzen?

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft.

Der Holding-Bereich Treasury steuert zentral das konzernweite Finanzmanagement und verfolgt folgende Ziele:

- Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d. h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns,
- Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch eine gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität,
- Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Zu den langfristigen Finanzierungsinstrumenten zählen Schuldscheindarlehen, unbesicherte syndizierte Konsortialkreditvereinbarungen und (bis 2021) Anleihen.

5. Wie werden neue Kunden und Kundinnen gewonnen und wie Stammkunden betreut?

Wir erachten öffentliche Meinungsbildung und Demokratieförderung als Kern unserer Verantwortung, die auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basieren. Unsere Journalist:innen und Redakteur:innen treffen ihre Entscheidungen frei von Einmischungen der Geschäftsleitung; sie handeln und entscheiden unabhängig.

Wir sind der Wahrheit verpflichtet, berichten ausschließlich Tatsachen, deren Ursprung wir kennen und schützen zugleich unsere Quellen. Wir verschweigen keine relevanten Informationen und fälschen keine Unterlagen. Einflussnahme aus wirtschaftlichen, politischen oder persönlichen Gründen lassen wir nicht zu. Unsere Berufsethik bedingt, dass wir Verleumdung, Beleidigung, Verunglimpfung und unberechtigte Anschuldigungen unterlassen. Ebenso schließen wir politische,



wirtschaftliche oder persönliche Einflussnahme aus und vermeiden jedweden Eindruck, unsere Entscheidungsfreiheit könne beeinträchtigt sein.

Werbung & Produktplatzierungen

Die wirtschaftliche Unabhängigkeit unserer Berichterstattung ist im Entertainment-Segment unser Anspruch und bleibt durch die strikte Trennung von Programm und Werbung gewahrt. Produktplatzierungen oder die Inanspruchnahme von Produktionshilfen darf die Programmplanung und die journalistische Darstellung nicht beeinträchtigen. Zudem wollen wir weder Zuschauer:innen, Nutzer:innen, Kund:innen, Lieferant:innen oder Dienstleister:innen täuschen. Wir machen keine unwahren oder irreführende Angaben. Im Marketing, in der Werbung und im Vertrieb achten wir besonders darauf, dass Aussagen nicht irreführend sind.

Wir stellen Transparenz her und verweisen gemäß den rechtlichen Vorgaben in den betreffenden Sendungen und auf von uns genutzten Plattformen auf Sponsoring und ggf. Produktionshilfen. Merchandising-Aktionen und Medienpartnerschaften werden kenntlich gemacht.

Schleichwerbung und Themenplatzierungen schließen wir aus, ebenso Gegenleistungen für die Zusage redaktioneller Beiträge.

Mehr Informationen im Verhaltenskodex:

https://www.prosiebensat1.com/uploads/2022/08/19/Verhaltenskodex_DE.pdf

Möglichkeiten zum Kontakt, weiteren Informationen und Beschwerden für Kund:innen bzw. Zuschauerinnen im Bereich Entertainment gibt es online:

<https://www.prosiebensat1.com/kontakt/zuschauerredaktion>



FRAGESTELLUNG ZUR ÖKOLOGISCHEN NACHHALTIGKEIT

6. Welche Klima-/Umweltziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Auch wenn die ProSiebenSat.1 Group als Digitalkonzern nicht in einem Industriesektor mit großem Ressourceneinsatz und hoher Energieintensität agiert, sind wir uns unserer ökologischen Verantwortung bewusst. Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen und im Dialog mit unseren externen Stakeholdern mochten wir einen Beitrag zur Abschwächung des Klimawandels und zur Bewahrung unserer Umwelt leisten, beispielsweise durch einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen oder der Reduzierung unseres Energieverbrauchs und CO₂-Ausstoßes. 2020 haben wir angekündigt, die betrieblichen CO₂-Emissionen der ProSiebenSat.1 Group bis 2030 auf net zero reduzieren zu wollen und damit klimaneutral zu werden. Dieses Ziel wollen wir vorrangig durch einen geringeren Energieverbrauch sowie den Strombezug aus erneuerbaren Energien erreichen. Wir haben zudem CO₂-Einsparpotenziale in Bereichen wie „Green Productions“ und Mitarbeiter:innenmobilität identifiziert. Überdies haben wir einen Teil der Emissionen für das Jahr 2021 nach Veröffentlichung des CO₂-Fußabdrucks 2021 durch den Kauf von Zertifikaten aus hochwertigen Klimaschutzprojekten kompensiert.

Mehr Informationen im Geschäftsbericht 2021: An unsere Aktionäre/Nachhaltigkeit S. 62ff.:

<https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/serviceseiten/downloads/files/sustainability-p7s1-gb21.pdf>

7. Wie wird das aktuelle Handeln im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit analysiert (Status-Quo-Analyse)? Wie wird die Performance gemessen und kontrolliert?

ProSiebenSat.1 Group veröffentlicht im Rahmen des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts die wichtigsten ökologischen Kennziffern und Ziele. Dies wird von den Wirtschaftsprüfern auditiert. Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen an dem Carbon Disclosure Project (CDP) und weiteren Initiativen. Das CDP auditiert und bewertet die energetische Nachhaltigkeit insbesondere in Bezug auf Treibhausgasemissionen. Darüber hinaus wird die ProSiebenSat.1 Gruppe und deren Handlungen für eine ökologische Nachhaltigkeit auch in weiteren Ratings gemessen.

Eine Auswahl aktueller Nachhaltigkeitsratings finden Sie hier:

<https://www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/unsere-verantwortung/wesentlichkeitsanalyse-und-stakeholder-dialog>

8. Welche Kriterien werden an die Geräte am Arbeitsplatz bzw. die Arbeitsmittel der Mitarbeitenden gestellt?

Beim Einkauf der Arbeitsmittel, IT-Ausstattung, Studio-Ausstattung und Infrastruktur werden Stromverbrauch und andere Kriterien berücksichtigt. Ergänzt wird dies dadurch, dass die großen Standorte von ProSiebenSat.1 (Unterföhring und viele weitere) vollständig auf Grünstrom umgestellt wurden. Die Umstellung weiterer Standorte ist für 2023 und 2024 in Planung.



9. Wie werden mögliche negative Umweltwirkungen der betrieblichen Herstellungs- und Produktionsprozesse bedacht und gehandhabt?

Am Standort Unterföhring – dem Hauptstandort des Konzerns – nutzen wir für die elektrische Energieversorgung unserer Bürogebäude, Produktionsstudios und Rechenzentren ausschließlich Ökostrom. Darüber hinaus möchte sich ProSiebenSat.1 auch aktiv an der ökologischen Wärmewende beteiligen. Die Gruppe bezieht für den gesamten Hauptstandort zum jetzigen Zeitpunkt (31.12.2022) erneuerbare Heizenergie aus Geothermie. Wir nutzen zudem die Abwärme der eigenen Rechenzentren zur Heizung unserer Bürogebäude. Die nahezu komplette Umrüstung auf LED-Beleuchtung trägt ebenfalls zur Erhöhung der Energieeffizienz bei. Zudem ist für das neue, im Bau befindliche Campus-Gelände in Unterföhring eine Nachhaltigkeitszertifizierung nach dem LEED-Modell (Leadership in Energy and Environmental Design) geplant.

Mit der Initiative „Sauber gedreht!“ hat die Seven.One Entertainment Group GmbH („SevenOne 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 CO₂-Emissionen zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. ProSiebenSat.1 ist Unterzeichner der „Gemeinsame Branchenerklärung für Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion“, einem Zusammenschluss deutscher Medienproduzenten, koordiniert durch Prof. Monika Grütters, Staatsministerin für Kultur und Medien a. D.

Als Reaktion auf die angespannte Lage auf dem europäischen Energiemarkt im Herbst 2022 hat sich der Konzern das Ziel gesetzt, durch Energiesparmaßnahmen zu dessen Entlastung beizutragen. Unter anderem hat ProSiebenSat.1 für alle europäischen Standorte der Gruppe beschlossen, die Raumtemperatur der Büros auf 20°C zu senken, in Sanitäreinrichtungen auf Warmwasser zu verzichten und nächtliche Beleuchtung abzuschwächen.

Der Konzern befindet sich in der schrittweisen Transformation auf lokal emissionsfreie E-Mobilität umzustellen. Am Campus in Unterföhring gibt es bereits über 80 Ladesäulen, der weitere Ausbau ist bereits beschlossen. Die Nutzung ist sowohl für Mitarbeiter:innen mit ihren privaten Fahrzeugen als auch zum Laden von Dienstfahrzeugen möglich.

10. Durch welche Strategien und Maßnahmen wird ein nachhaltiger Konsum der eigenen Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Ist heute noch kein Fokus-Thema, wird aber sicherlich in Zukunft eine größere Rolle spielen. Dementsprechend steht in den nächsten Jahren auch die bessere CO₂-Fußabdruck-Messung von „downstream Scope-3 Emissionen“ auf dem Aktionsplan von ProSiebenSat.1.



FRAGESTELLUNG ZUR SOZIALEN NACHHALTIGKEIT

11. Welche sozial-nachhaltigen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Sie definieren globale Prioritäten und Ziele für nachhaltige Entwicklung bis 2030 und zielen darauf ab, globale Anstrengungen zu mobilisieren, um einen gemeinsamen Katalog von Zielen und Vorgaben zu erreichen. Zu dieser Transformation will auch die ProSiebenSat.1 Group beitragen. Folgende sechs Ziele haben wir im Zuge der Strategieentwicklung für unsere unternehmerischen Aktivitäten und ihren Beitrag zu den SDGs als besonders relevant 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: Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance.

Menschenrechte

Die Würde des Menschen ist unantastbar. Die Achtung der Menschenrechte ist essenziell, dabei kann es keine Ausnahmen geben. Toleranz und das Bekenntnis zu demokratischen und rechtsstaatlichen Prinzipien bilden die Grundlage unseres Handelns und stehen für uns gegenüber jedem und in jedem Moment vor allem anderen.

Diversität & Anti-Diskriminierung

Diversität bedeutet für uns die Anerkennung und Wertschätzung von Unterschiedlichkeit und Individualität. Wir schaffen ein Arbeitsumfeld, 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. Wir respektieren einander und gehen fair miteinander um. Jeder hat das Recht auf den Schutz seiner Privatsphäre und seiner persönlichen Würde. Wir tolerieren keine Diskriminierung. Wir dulden keine Anfeindungen, Beleidigungen und Belästigungen.

Mitarbeiter:innen werden auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien eingestellt und allein aufgrund ihrer Kompetenzen gefördert. Wir befürworten und fördern Geschlechtergleichheit und Inklusion.

Arbeitsbedingungen

Wir schaffen Arbeitsbedingungen, die die individuellen Interessen unserer Mitarbeiter:innen berücksichtigen. Unsere Mitarbeiter:innen erhalten für ihre Leistung eine am Marktstandard orientierte Vergütung, die mindestens den jeweiligen geltenden gesetzlichen Mindestnormen entspricht sowie an vielen Standorten betriebliche Zusatzleistungen. Engagement für die Gemeinschaft und Mitarbeiter:innen achten und fördern wir. Eine vertrauensvolle, kollegiale, faire und konstruktive Zusammenarbeit ist der Anspruch, den wir an uns selbst stellen.

Die Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen erfolgt ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen und wir achten sorgsam darauf, dass eine zulässige



Beschäftigung keine körperlichen oder seelischen Beeinträchtigungen verursacht. Auch von unseren Geschäftspartner:innen erwarten wir rechtstreu Verhalten und die Beachtung angemessener sozialer und rechtlicher Standards, insbesondere in Bezug auf Menschenrechte, Kinder- und Jugendschutz und unseren „Verhaltenskodex für Geschäftspartner“:

https://www.prosiebensat1.com/uploads/2022/08/19/Verhaltenskodex_DE.pdf

Gesundheit & Sicherheit

Gesundheit und Sicherheit sind die Basis unseres Miteinanders und unserer Leistungsfähigkeit. Sie sind für uns von größter Bedeutung. Wir treffen die notwendigen und geeigneten Maßnahmen, um Arbeitsunfälle und berufsbedingte Erkrankungen zu vermeiden. Wir tragen zu einer gesunden Balance von Beruf und Privatleben bei und schaffen ein attraktives Arbeitsumfeld, fördern Möglichkeiten zur Teilzeitarbeit und bieten an vielen Standorten eine Reihe von Sozialleistungen und gesundheitsfördernden Maßnahmen, wie Work-Life-Trainings oder familienorientierte Dienstleistungen, an. Zudem achten alle Mitarbeiter:innen auch für sich selbst und für andere auf ein sicheres Arbeitsumfeld und nehmen den Schutz der eigenen Gesundheit sowie den der Kolleg:innen ernst. Eigentum Wir achten das Eigentum anderer. Wir gehen sorgsam, sparsam und verantwortungsbewusst mit Firmeneigentum und dem Eigentum Dritter um. Wir schützen es vor Missbrauch, illegaler oder unzulässiger Nutzung.

12. Wie wird das aktuelle Handeln im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit analysiert (Status-Quo-Analyse)? wie wird die Performance gemessen und kontrolliert?

ProSiebenSat1 Group veröffentlicht im Rahmen des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts die wichtigsten sozialen Kennziffern und Ziele. Dies wird von den Wirtschaftsprüfern auditiert.

13. Wie werden das Wohlbefinden und die Weiterentwicklung von Mitarbeitenden unterstützt?

Mit Blick auf das dynamische Marktumfeld ist es entscheidend, sowohl Fachwissen als auch übergreifende Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen zu stärken. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die ProSiebenSat.1 Group darstellt. 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 ein umfangreiches Angebot zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Eine wesentliche Rolle bei der Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen spielt unsere interne P7S1 Academy, deren Schulungsangebot für Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum weitgehend digitalisiert ist und verstärkt auf die Anforderungen der hybriden Arbeitswelt ausgerichtet wurde. Durch passende Lern- und Workshopangebote vermitteln wir unter anderem Know-how in der Nutzung von Kollaborations-Tools und unterstützen die Mitarbeiter:innen dabei, die hybride Zusammenarbeit im Team weiterzuentwickeln. 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 einen regelmäßigen Austausch zwischen Mitarbeiter:in und



Führungskraft. Mit „Up2Me“ haben wir im Berichtsjahr ein standardisiertes Dialogformat zu individueller Leistung, Zielen und Entwicklungspotenzialen für die Mitarbeiter:innen der Konzerngesellschaften vor allem am Standort Unterföhring eingeführt. Darüber hinaus gibt es ein internes Jobportal, das die interne Mobilität von Mitarbeiter:innen stärken und Talenten Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der ProSiebenSat.1 Group aufzeigen soll.

Grundsätzlich ist es unser Ziel, unseren Mitarbeiter:innen ein attraktives Arbeitsumfeld zur Verfügung zu stellen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden. So bieten wir unserer Belegschaft neben einer am Markt ausgerichteten Vergütung, zahlreiche Sozial- und Nebenleistungen, eine gesunde Verpflegung in den Campus-Kantinen sowie Sportprogramme an. Im Jahr 2022 hat die ProSiebenSat.1 Group eine Kooperation mit der Urban Sports GmbH abgeschlossen, die es unseren Beschäftigten in Deutschland ermöglicht, das Sport-, Bewegungs- und Wellnessangebot zu einem vergünstigten Preis zu nutzen. Darüber hinaus haben wir den Arbeitgeberzuschuss für unser Aktienprogramm „MyShares“ in Deutschland in Form von Zuschussaktien deutlich erhöht. 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 Kinderbetreuung, Coaching in schwierigen Lebenslagen sowie Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen vermittelt.

Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Remote Work sowie Teilzeitarbeit möchten wir die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben stärken und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen.

2022 hat die ProSiebenSat.1 Group gruppenweite Unternehmenswerte eingeführt. Mit dem Rollout der Werte verfolgen wir das Ziel, die Unternehmenskultur zu stärken sowie eine gemeinsame Basis für unsere Entscheidungen und Handlungen zu etablieren. Unsere Unternehmenswerte „Passion“, „Innovation“, „Courage“, „Goal-Oriented“ und „Responsibility“ wurden gemeinsam von Mitarbeiter:innen aus unterschiedlichen Bereichen des Konzerns erarbeitet. Verschiedene Formate unterstützen unsere Beschäftigten dabei, die Werte in ihren Arbeitsalltag zu integrieren.

Um unseren Mitarbeiter:innen auch künftig eine attraktive und zeitgemäße Arbeitswelt zu bieten, haben wir bereits 2021 begonnen, uns mit der Gestaltung einer hybriden Arbeitswelt zu beschäftigen. Für die Entwicklung der Arbeitsmodelle hat der Vorstand Leitplanken definiert, auf deren Basis die Unternehmensbereiche jeweils ihr Modell erarbeitet und etabliert haben. Die Modelle sind auf die jeweiligen Arbeitsanforderungen und Kultur der einzelnen Unternehmensbereiche zugeschnitten. Größtenteils wurden flexible und hybride Modelle implementiert. Um Ideen, Konzepte und konkrete Erfahrungen innerhalb des Konzerns zu teilen, finden regelmäßig bereichsübergreifend Termine zum Austausch statt. Auch im Hinblick auf das mobile Arbeiten im EU-Ausland möchten wir unseren Mitarbeiter:innen ein hohes Maß an Flexibilität bieten. Daher besteht für unsere Beschäftigten in Deutschland seit August 2022 die Möglichkeit innerhalb eines rollierenden 12-Monats-Zeitraums für 30 Arbeitstage in elf ausgewählten EU-Ländern mobil zu arbeiten.



14. Wie stellt die Organisation sicher, dass alle Mitarbeitenden einen fairen Verdienst erhalten?

Unsere Mitarbeiter:innen erhalten für ihre Leistung eine am Marktstandard orientierte Vergütung, die mindestens den jeweiligen geltenden gesetzlichen Mindestnormen entspricht sowie an vielen Standorten betriebliche Zusatzleistungen.

Siehe auch Verhaltenskodex:

https://www.prosiebensat1.com/uploads/2022/08/19/Verhaltenskodex_DE.pdf

15. Welche Rolle spielt Vielfalt bei Einstellungen, dem Umgang mit Mitarbeitenden und im Hinblick auf die eigene Zielgruppe?

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 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.

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.

Zur Diversität unseres Unternehmens trägt ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. Bei der Besetzung von Führungsfunktionen in der Gruppe soll bei Frauen und Männern ausschließlich die fachliche und persönliche Eignung ausschlaggebend sein. 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.

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.

Es ist unser Ziel, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem allen Personen die gleiche Wertschätzung entgegengebracht wird. Dazu gehört für uns auch eine



gleichberechtigte Sprache. 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 neuer Mitarbeiter:innen vorgestellt.

Mehr Informationen zu Diversität und Inklusion im Geschäftsbericht: An unsere Aktionäre/Nachhaltigkeit S. 59:

<https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/serviceseiten/downloads/files/sustainability-p7s1-gb21.pdf>



FRAGESTELLUNG ZUR PUBLIZISTISCHE VERANTWORTUNG

16. Welche publizistischen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Marken zu stärken und unvergessliche Momente zu schaffen – das ist der Kern unserer Gruppe und treibt uns jeden Tag an. Wir informieren, unterhalten und verbinden Menschen rund um die Uhr. Wir bieten ihnen Produkte, Services und Erlebnisse, die ihren Alltag bereichern. So erreichen wir Tag für Tag Millionen von Menschen.

Wir zeigen Unterhaltung und Information auf allen Plattformen – live und on-demand. Hiermit leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt. Die große Reichweite unserer Entertainment-Angebote nutzen wir, um Marken bekannt zu machen und schaffen Umfeld, in denen sie nachhaltig wachsen können. Davon profitieren nicht nur die Marken unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken in den Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hier investieren wir in digitale Marken und Geschäftsmodelle sowie internationale Plattformen mit langfristigen Wachstumsaussichten und einem hohen Synergiepotenzial mit unserem Entertainment-Segment.

17. Welche Prozesse dienen der Wahrung der publizistischen Verantwortung?

18. Welcher Aufwand wird bei Informationsgewinnung und -validierung betrieben?

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“).

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. Sie 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).

19. Wie werden Hintergründe erläutert und Themen begleitet?

Der hohen Aufmerksamkeit für unsere Produkte sind wir uns bewusst und verfolgen das Ziel, die große Reichweite unserer TV-Sender und Plattformen verantwortungsvoll zu nutzen. Mit dieser Haltung rückt ProSiebenSat.1 in seinen Programmen und Plattformen mit eigenen Formaten, Themenfilmen und Kampagnen auch gesellschaftlich relevante Aspekte in das Bewusstsein der Öffentlichkeit und generiert damit Public Value. Unter Public Value versteht man allgemein den Wertbeitrag und Nutzen, den eine Organisation für eine Gesellschaft erbringt. Bereits in den Programmgrundsätzen des Medienstaatsvertrags (MStV) ist für den privaten Rundfunk festgeschrieben, dass dieser inhaltlich die Vielfalt der Meinungen zum Ausdruck bringen und wichtige politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Akteure in angemessener Art und Weise zu Wort kommen lassen soll. Die Landesmedienanstalten haben zudem im Herbst 2021 eine Public-Value-Satzung verabschiedet, nach der Medienangeboten eine bevorrechtigte Auffindbarkeit gewährt wird, wenn sie für die öffentliche Meinungsbildung besonders relevant sind. Im Berichtsjahr erfolgte die Auswahl der Public Value Angebote in einem Verfahren nach § 84 Absatz 5 MStV durch die Landesmedienanstalten. Hier wurden Sat.1, ProSieben sowie Kabel Eins mit ihren Rundfunk- und Telemedienangeboten berücksichtigt.

ProSiebenSat.1 hat die Aspekte Meinungsbildung und Demokratieförderung über das Handlungsfeld „Gesellschaftliche Verantwortung“ in die Leitsätze seines Nachhaltigkeitsengagements integriert. Wir wollen unsere Nachhaltigkeitsziele noch



stärker in das Programm unserer TV-Sender sowie die weiteren Plattformen und Online-Angebote integrieren. Unser Ziel ist es, mit gesellschaftspolitisch relevanten Themen insbesondere junge Zielgruppen zu erreichen.

Wir betrachten es als unseren Auftrag, aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen für unsere Zuschauer:innen und Nutzer:innen einzuordnen. 2022 haben wir eine eigene Nachrichtenredaktion mit 60 Journalist:innen aufgebaut, die seit Januar 2023 Nachrichten für die gesamte Gruppe produziert und live sendet. Neben Studios in Unterföhring sind wir mit einem Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur deutschen Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin vertreten.

20. Wird in der Berichterstattung Nachhaltigkeit als Querschnittsthema eingeordnet, das die ganze Gesellschaft betrifft?

Auch jenseits klassischer Nachrichtenformate wollen wir gesellschaftlich und politisch relevanten Themen eine Bühne geben. Im Rahmen unserer „Green Seven Week“ setzten Formate wie „JENKE. Das Klima-Experiment“, „Zervakis & Opdenhövel. Live“ und „Die ProSieben Politik Show“ den Fokus auf die Themen Nachhaltigkeit, Klima und Gesellschaft. In der neuen Podcast-Show „Frau Bauerfeind rettet die Welt“ von und mit Katrin Bauerfeind, die seit dem 13. Dezember 2022 erscheint, bewerben sich 18 Start-Ups mit ihren nachhaltigen Produkten und Konzepten um ein Preisgeld von 100.000 Euro. Das Puls4-Format „Klimaheld:innen“ gewann 2022 zudem den Österreichischen Umweltjournalismuspreis.

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 regelmäßig, um aktuellen Geschehnissen wie der Protestbewegung im Iran sowohl Aufmerksamkeit als auch Reichweite zu schenken. Um diese Reichweite zu erhöhen, haben sie ihre beiden reichweitenstarken Instagram-Accounts im Jahr 2022 zwei iranischen Aktivistinnen dauerhaft zur Verfügung gestellt. Dem anhaltenden Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine widmeten sich neben Joko und Klaas auch zwei Benefizkonzerte („Sound of Peace“ und „We Stand with Ukraine“) in Berlin und Wien, die ProSiebenSat.1 übertragen und mitveranstaltet hat, sowie die Sondersendungen „Ukraine Spezial“. Weitere Public-Value-Highlights im Berichtsjahr 2022 waren unter anderem der Auftritt der iranischen Sängerin Rana Mansour im „The Voice of Germany“-Finale mit dem Friedenssong „Baraye“, die Dokumentation „Route 4“ zu Seenotrettung und Fluchtrouten auf hoher See, die Formate „Kannste Regieren“ unter anderem mit Bundeskanzler Olaf Scholz und Außenministerin Annalena Baerbock, sowie „ProSieben THEMA. Waffen für den Frieden. Deutschland rüstet auf“.

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 sowie Audiodeskriptionen für Blinde und Menschen mit Sehbehinderung 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 fast all ihren Free-TV-Sendern barrierefreie Inhalte aus und treibt ihren Ausbau kontinuierlich voran. 2022 wurde das Angebot an Programmen mit Untertitelung erweitert und insbesondere die Anzahl an Formaten mit zusätzlicher Audiodeskription ausgebaut. Konkrete Beispiele dafür sind ProSieben-Shows wie „The Masked Singer“ oder „Joko & Klaas gegen ProSieben“ sowie Spielfilme und Fußballübertragungen in SAT.1. Daneben kam bei einigen Reportagen der Reihe „ProSieben THEMA“ sowie bei Shows wie „Kannste Regieren? Baerbock, Scholz &



Lauterbach zurück in der Schule“ Gebärdensprache zum Einsatz. Zusätzlich wurde für die Reportagen „JENKE. Das Klima-Experiment: Sind wir noch zu retten?“ und „ProSieben THEMA. Waffen für den Frieden? Deutschland rüstet auf.“ erstmalig eine Untertitelung in einfacher Sprache angeboten. Für die Zukunft streben wir einen weiteren Ausbau unserer barrierefreien Angebote an.

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. Ab 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.