

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 2021 bietet dieses eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der ProSiebenSat.1 Group auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen. Das Nachhaltigkeitskapitel umfasst den in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI): Option „Kern“ erstellten Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der ProSiebenSat.1 Group. Der vollständige GRI-Inhaltsindex findet sich im Abschnitt „Informationen“ des Online-Geschäftsberichts 2021. Darüber hinaus dient das Nachhaltigkeitskapitel als Fortschrittsbericht (Communication on Progress, COP), dessen jährliche Veröffentlichung für alle Unternehmen im UN Global Compact verpflichtend ist.

▼ 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. Wir orientieren uns bei der Erstellung des NFB an den GRI-Standards als internationales Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Im NFB für das Geschäftsjahr 2021 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 ermittelt. Für die ProSiebenSat.1 Media SE entfällt für das Berichtsjahr 2021 die Verpflichtung, eine nichtfinanzielle Erklärung bzw. einen nichtfinanziellen Bericht gemäß § 289b Abs. 1 und 3 HGB abzugeben.

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 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Ernst & Young“) den NFB inhaltlich mit hinreichender Sicherheit zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 1. März 2022, in welchem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2021 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 der aktuellen Wesentlichkeitsanalyse. Aufbauend auf der erstmalig 2017 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse, die seitdem jährlich validiert wurde, haben wir im Berichtsjahr eine erneuerte und umfassende Analyse zur Bestimmung der für die ProSiebenSat.1 Group wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt. Diese hat wie bisher auch sowohl die gesetzlichen Anforderungen als auch den Wesentlichkeitsbegriff nach GRI berücksichtigt. Nach der Identifizierung möglicher Themen und der Entwicklung eines Themenkatalogs wurden in der Analysephase eine Recherche von Forschungs- und Studienergebnissen, eine Online-Umfrage unter den ProSiebenSat.1-Mitarbeiter:innen, Interviews mit internen Stakeholdern aus allen Segmenten sowie Vertreter:innen aus Mitarbeiter:innennetzwerken, ein Medienmonitoring, in das auch Wettbewerber:innen von ProSiebenSat.1 einbezogen wurden, sowie eine Analyse von relevanten ESG-Ratings durchgeführt. Im Anschluss erfolgte die Auswertung der Ergebnisse anhand unterschiedlicher Wesentlichkeitsperspektiven (Bedeutung für Stakeholder, Auswirkungen der

Unternehmenstätigkeit und Relevanz für Geschäftserfolg) in einem internen Reviewprozess durch Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus unterschiedlichen Fachbereichen. Zusätzlich zur jährlichen Validierung der Wesentlichkeitsanalyse planen wir die Analyse künftig alle zwei Jahre zu erneuern. ▲

▼ INHALTE DES NICHTFINANZIELLEN BERICHTS ▲

Aspekte und Angaben gemäß § 289c HGB	Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Umweltbelange	Energie, Emissionen	Klima & Umwelt
Arbeitnehmer:innenbelange	Talent Acquisition, Mitarbeiter:innenentwicklung und -bindung, Führungskräfteentwicklung, Diversität und Chancengleichheit	Mitarbeiter:innen, 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 Lagebericht 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. ▲

Nach Definition der GRI gelten Themen als wesentlich, die die wichtigsten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Organisation wiedergeben oder Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder maßgeblich beeinflussen. Aufgrund dieses im Vergleich zum NFB unterschiedlichen Wesentlichkeitsbegriffs umfasst der NHB zusätzliche Themen. Ernst & Young hat den Nachhaltigkeitsbericht (NHB) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) nach ISAE 3000 (revised) unterzogen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 1. März 2022, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2021 im Abschnitt „Informationen“.

ZUSÄTZLICHE INHALTE DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS

Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Gesundheit und Sicherheit	Mitarbeiter:innen
Barrierefreie Angebote	Diversität & Inklusion
Abfall	Klima & Umwelt
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 2021 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. 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 „Mitarbeiter:innen“ sowie zu Diversität und Chancengleichheit im Wesentlichen auf den HR-Managementansatz und alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group mit Ausnahme internationaler Beteiligungen der Red Arrow Studios. Letztere werden aufgrund der Besonderheiten ihres Geschäfts, in dem Mitarbeiter:innen häufig temporär und produktionsbezogen beschäftigt sind, nicht berücksichtigt. Die im Folgenden beschriebenen Themenbereiche in Bezug auf Arbeitnehmer:innenbelange 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 auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im Segment Entertainment. 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

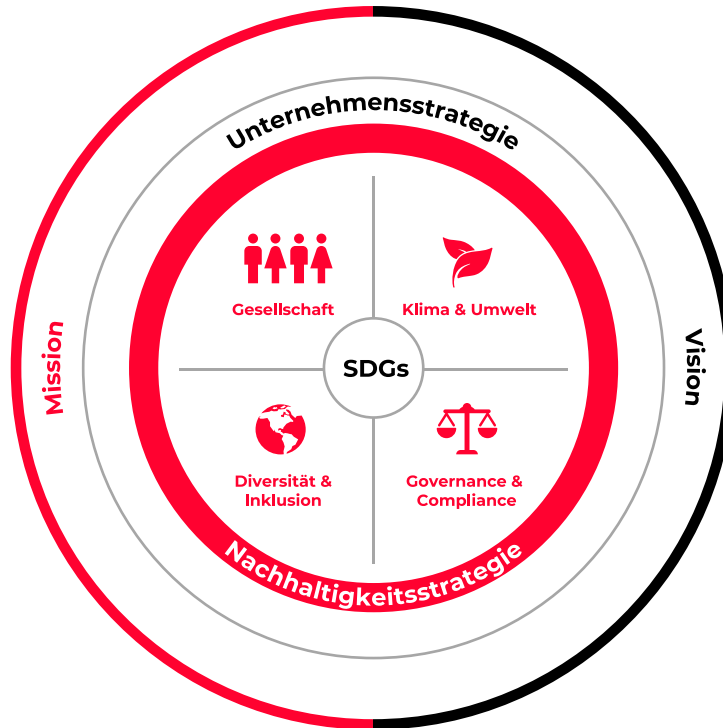
▼ Der Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um sowohl seine ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung zu steigern. Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und betrachten sie als ganzheitliche Herausforderung. 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 und an neue Herausforderungen anzupassen, 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 Geschäftspartner:innen. Vorrangig verfolgt ProSiebenSat.1 den Dialog mit Stakeholdern, die die finanzielle und nichtfinanzielle Leistung des Unternehmens sowie die dafür gegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen stark beeinflussen als auch von den Auswirkungen des Unternehmens signifikant betroffen sind.

Im Jahr 2018 hat ProSiebenSat.1 eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Zielsetzung des Strategieprozesses war es, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von ProSiebenSat.1 zu verknüpfen und die wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistung des Konzerns ganzheitlich zu betrachten. Zudem wurden Nachhaltigkeitsziele

auch in die Vorstandsziele integriert. ▲

→ Vergütungsbericht

▼ NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE ▲



▼ 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 und auch 2021 noch einmal überprüft: 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. Die konkreten Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung im Jahr 2021 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), der weltweit größten und wichtigsten 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.

ORGANISATION UND MANAGEMENT

▼ Die Verantwortung für nichtfinanzielle Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) der ProSiebenSat.1 Group liegt auf Vorstandsebene insbesondere im Vorstandsbereich Personal, Compliance und Nachhaltigkeit. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsorganisation bildet das Sustainability Committee das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Es besteht aus Führungskräften und Fachexpert:innen aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen sowie einem Betriebsratsvertreter. Im vergangenen Jahr tagte das Sustainability Committee zwei Mal. Schwerpunkte der Sitzungen waren die Nachhaltigkeitsziele 2021, Updates zu den Fokusthemen in den definierten Handlungsfeldern, die im Berichtsjahr durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse sowie neue Offenlegungspflichten wie die EU-Taxonomie-Verordnung. Das Corporate Sustainability Office ist für die Koordinierung, Implementierung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig. ▲

MITARBEITER:INNEN

▼ Grundlage der Personalstrategie der ProSiebenSat.1 Group und entsprechender Maßnahmen sind die übergeordneten Unternehmensziele. Die daraus abgeleiteten HR-Produkte und -Prozesse stellen unser wichtigstes Gut, unsere Mitarbeiter:innen, in den Fokus und sollen auf diese Weise die Transformation und Innovationskraft unseres Unternehmens fördern. Bei der Umsetzung ihrer globalen Personalstrategie folgt die ProSiebenSat.1 Group folgendem Ansatz: Der Konzern hat die Themen Talent Acquisition, Mitarbeiter:innenentwicklung- und -bindung sowie Führungskräfteentwicklung als die wesentlichen Säulen seiner unternehmensweiten, strategischen Personalarbeit identifiziert. Die als wesentlich identifizierten Themen werden zentral gesteuert, um eine einheitliche und effiziente Vorgehensweise sicherzustellen. Gleichzeitig betrachtet der Konzern die Bandbreite seiner Geschäftsfelder sowie die daraus resultierende Diversität seiner Mitarbeiter:innen als besondere Stärke. Der Personalbereich arbeitet auf Konzernebene unter der Führung des Vorstands eng mit den Personalverantwortlichen der unterschiedlichen Geschäftsbereiche zusammen. Die konzeptionelle Personalarbeit wird in Abstimmung über die sogenannten Center of Excellences (COEs) – dazu zählen beispielsweise die Bereiche Talent & Management Development, Talent Acquisition, Compensation & Benefits oder Arbeitsrecht – zentral gesteuert. Neben der quartalsweisen Meldung von Personalrisiken im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements spielt das interne HR-Reporting eine wichtige

Rolle. Auch das Diversity Management wird durch die zentrale HR-Organisation mitgestaltet. Ausführliche Informationen zum Diversity Management von ProSiebenSat.1 finden sich im Abschnitt „Diversität & Inklusion“.

→ Strategie und Ziele

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. ▲

Beschäftigtenzahlen

Zum 31. Dezember 2021 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 7.906 Mitarbeiter:innen bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (Vorjahr: 7.307). Dieser Anstieg um 600 Beschäftigte bzw. 8 Prozent beruht insbesondere auf der deutlichen Erholung des Programmproduktionsgeschäfts von den COVID-19-Auswirkungen (+235 Mitarbeiter:innen) und dem Wachstum des Online-Beauty-Anbieters Flaconi (+213 Mitarbeiter:innen). Im Segment Entertainment stieg die Beschäftigtenzahl um 6 Prozent auf 4.671 Mitarbeiter:innen. Das Dating & Video-Segment verzeichnete einen Zuwachs von 4 Prozent auf 654 Mitarbeiter:innen. Insbesondere das Wachstum von Flaconi trug dazu bei, dass die Anzahl der Beschäftigten im Segment Commerce & Ventures 2021 um 17 Prozent auf 2.214 Mitarbeiter:innen stieg. In Deutschland, Österreich und der Schweiz hatte der Konzern zum 31. Dezember 2021 6.421 vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 6.047). Dies entspricht einem Anteil von 81,2 Prozent (Vorjahr: 82,8 %) am Gesamtkonzern.

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH SEGMENTEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Segment	2021	2020
Entertainment	4.671	4.420
Dating & Video	654	632
Commerce & Ventures	2.214	1.891
Überleitung (Holding & Sonstiges)	367	363

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH REGIONEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Region	2021	2020
Deutschland	5.935	5.569
Österreich/Schweiz	486	478
USA	1.163	999
UK	76	88
Sonstige	247	173

Talent Acquisition

▼ Hoch qualifizierte und engagierte Talente sind eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg und die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. 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 auf ein kompetenzbasiertes Modell, das mit den „P7S1-Kompetenzen“ „Reflect“, „Cooperate“, „Create“, „Deliver“, „Know How“ sowie „Lead & Empower“ wesentliche Fähigkeiten unserer Mitarbeiter:innen definiert, die zum Erreichen unserer strategischen Unternehmensziele wichtig sind.

Zur Ansprache von Bewerber:innen setzen wir eine Auswahl sich ergänzender Employer-Branding-Maßnahmen ein. Als zentrales Element fungiert unsere Karriereseite, die wir 2021 hinsichtlich des Corporate Designs überarbeitet und an das im Berichtsjahr neu aufgesetzte Jobportal angebunden haben, um potenziellen Bewerber:innen zielgruppenübergreifend relevante Inhalte zur Verfügung zu stellen. Auf der Webseite veröffentlicht der Konzern nicht nur konkrete Stellenangebote, sondern gewährt gleichzeitig Einblicke in die Karrierewelt der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus informieren wir Talente auf dem ProSiebenSat.1-Karriere-Blog und unseren Social-Media-Kanälen mit Storys und teilen Impressionen aus dem Konzern.

→ karriere.prosiebensat1.com

Ein wesentlicher Faktor unserer Employer-Branding-Maßnahmen ist die gezielte Ansprache erfolgskritischer Zielgruppen, etwa Talente im Tech-Bereich. Mit dem „P7S1 Tech-Blog“ illustrieren wir Tech-Expert:innen, an welchen innovativen, zukunftsgerichteten Themen wie Künstliche Intelligenz (KI) oder Addressable TV sie bei der ProSiebenSat.1 Group arbeiten können. Darüber hinaus haben wir über virtuelle Tech-Meetups eine zusätzliche Plattform geschaffen, über die wir ebenfalls mit Tech-Talenten in Kontakt treten können. Mit dem Ziel, qualifizierte IT-Talente anzusprechen, hat beispielsweise die Jochen Schweizer mydays Group im Berichtsjahr eine Recruiting-Kampagne implementiert, die unter anderem auf die Ausspielung zielgruppenspezifischer Motive in den sozialen Netzwerken Instagram, Xing und LinkedIn setzt. Mithilfe zielgruppenspezifischer Employer-Branding-Events sowie den regelmäßigen Austausch über Initiativen wie „PANDA – The Women Leadership Network“ wollen wir die ProSiebenSat.1 Group in Deutschland zudem auch bei Frauen als attraktiven Arbeitgeber positionieren.

Neben Veranstaltungen nutzen wir Sourcing-Kanäle wie Social Media, Hochschulk Kooperationen sowie die Direktansprache von Talenten, um mit potenziellen Kandidat:innen in Kontakt zu treten. Diese Maßnahmen werden durch unser im Berichtsjahr neu aufgelegtes Mitarbeiter:innen-Empfehlungsprogramm „share&refer“ ergänzt, bei dem Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group die Möglichkeit haben, geeignete Talente aus ihrem Netzwerk für unbesetzte Positionen zu empfehlen. Erfolgreiche Vermittlungen werden dabei mit einer Prämie honoriert. Auf Gruppenebene haben sich im Berichtsjahr durchschnittlich 36,3 Personen auf eine ausgeschriebene Professional-Stelle beworben. Diese Kennzahl wurde erstmalig für das Berichtsjahr 2021 erhoben. ▲

Die Frühfluktuationsquote wurde im Berichtsjahr erstmals erhoben und betrug 14,4 Prozent. 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 wieder verlassen. **GRI 401-1**

Mitarbeiter:innenentwicklung und -bindung

▼ Im Zuge unseres Transformationsprozesses und 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. Aus diesem Grund haben wir 2021 ein internes Jobportal aufgesetzt, das zum Ziel hat, die interne Mobilität von Mitarbeiter:innen zu stärken und Talente Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der ProSiebenSat.1 Group aufzuzeigen.

Darüber hinaus bietet der Konzern ein umfangreiches Angebot zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Im Berichtsjahr verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group durchschnittlich 6,3 Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter:in und 9,5 Weiterbildungsstunden pro Führungskraft. Eine wesentliche Rolle bei der Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen spielt unsere interne P7S1 Academy, die im Berichtsjahr ihr Schulungsangebot für Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum weiter digitalisiert und noch stärker auf die Anforderungen der virtuellen

Arbeitswelt ausgerichtet hat. 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. Überdies haben Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, sich durch weitere Angebote wie Coachings zur Persönlichkeitsentwicklung oder Kompetenzerweiterung weiterzubilden.

Grundsätzlich ist es unser Ziel, unseren Mitarbeiter:innen ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten und sie langfristig an das Unternehmen zu binden. Die Fluktuationsrate im Konzern stieg im Berichtsjahr auf 16,5 Prozent (Vorjahr: 13,6 %). In Deutschland betrug sie 16,2 Prozent nach 13,2 Prozent im Vorjahr. Dies ist vor allem auf die Schließung eines Logistikzentrums im Rahmen eines Standortwechsels im Segment Commerce & Ventures zurückzuführen. 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 401-1**

Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Remote Work sowie Teilzeitarbeit möchten wir zudem die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben stärken und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen. Zum Jahresende 2021 belief sich der Anteil der Teilzeitmitarbeiter:innen auf 17,7 Prozent (Vorjahr: 18,9 %). In Deutschland betrug die Quote 18,3 Prozent nach 18,6 Prozent im Vorjahr.

Gleichzeitig bieten wir unserer Belegschaft zahlreiche Sozialleistungen, Sportprogramme sowie eine gesunde Verpflegung in den Campus-Kantinen. Familienorientierte Dienstleistungen sowie unsere betriebseigene Kindertagesstätte ergänzen das Angebot, das infolge der COVID-19-Pandemie auch 2021 nur eingeschränkt genutzt werden konnte. Darüber hinaus 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.

Um unseren Mitarbeiter:innen auch künftig ein attraktives und zeitgemäßes Arbeitsumfeld zu bieten, beschäftigte sich die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr intensiv mit der Frage der Gestaltung einer mobilen Arbeitswelt. Dabei gab das Unternehmen Rahmenbedingungen vor, überließ die konkrete Ausgestaltung jedoch den einzelnen Unternehmensbereichen, die passend zu ihrem Geschäftsmodell unterschiedliche Lösungen erarbeiteten. ▲

Führungskräfteentwicklung

▼ Die Kompetenzen unserer Führungskräfte sind für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group von großer Bedeutung, um die Komplexität unseres Geschäfts und die Weiterentwicklung der Gruppe erfolgreich zu meistern. Durch unsere Maßnahmen und Angebote zur Führungskräfteentwicklung sowie unser Führungsleitbild, das sich aus den drei Kategorien „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 Entwicklungsmaßnahmen und Veranstaltungen wie die regelmäßig stattfindende „Leadership Hour“ und die Onboarding-Veranstaltung „Leadership@P7S1“ für alle Managementebenen an.

Die Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Führungskräfte haben in den vergangenen Jahren zunehmend an Komplexität gewonnen. Insbesondere im Zuge der COVID-19-Pandemie und der Zunahme von Remote Work sind die Anforderungen an Führungskräfte nochmals gestiegen. Um unseren Führungskräften Unterstützung bei der Führung von Mitarbeiter:innen auf Distanz zur Verfügung zu stellen, haben wir 2021 die so genannte „Leadership Hour“ initiiert. Hier vermitteln wir konkretes Wissen, geben Impulse und fördern Kompetenzen. Im Rahmen unseres Trainings „Mastering Leadership Conversations“ stärken wir zudem die

Kommunikationskompetenzen unserer Führungskräfte und vermitteln beispielsweise Strategien für eine zielführende Kommunikation und überzeugende Gesprächsführung. Darüber hinaus entwickeln wir die Top-Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des Programms „Leading in times of uncertainty“ stetig weiter. Das Programm beinhaltet neben Impulsvorträgen und interaktiven Diskussionen auch individuelle Coaching-Sessions. Überdies wird insbesondere die Selbstreflexion durch eine standardisierte und valide Führungsanalyse gefördert.

Im Zuge der 2021 erfolgten Resegmentierung des Konzerns mit dezentraler Management-Verantwortung gewinnt außerdem die Vernetzung der Führungskräfte über alle Segmente hinweg zunehmend an Bedeutung. In unserer Leadership Community haben Führungskräfte die Gelegenheit, sich auszutauschen und Best Practices zu teilen. Überdies verfügen wir über ein internes Netzwerk für weibliche Führungskräfte aus der Holding sowie dem Entertainment-Bereich („LeadingWomen@P7S1“). ▲

ÜBERSICHT MITARBEITER:INNENKENNZAHLEN

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

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

	2021
Geschlecht	
Frauen	6,6
Männer	5,9
	6,3
Management	
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	8,0
Weitere Führungskräfte	10,2
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	5,8
	6,3
Bereich	
Herstellung	5,9
Verwaltung	7,9
Vertrieb	5,0
	6,3

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

Aufgrund der Ausweitung der Berichtsgrenzen und der damit verbundenen rückwirkenden Erhebung der Daten war eine vollständige Erfassung der Trainingsstunden bei einzelnen Gesellschaften nicht möglich. Auch ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist nicht möglich.

▼ MITARBEITER:INNEN IN VOLL- UND TEILZEIT NACH GESCHLECHT/GRI 102-8 ▲

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

	2021			2020		
	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt
Frauen	928	2.681	3.609	924	2.600	3.524
Männer	380	3.394	3.774	426	3.209	3.635
	1.308	6.075	7.383	1.350	5.809	7.159

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

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

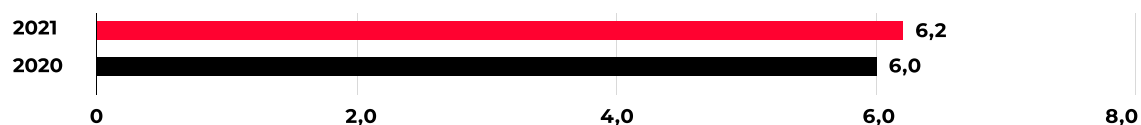
Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) in Prozent

	Fluktuationsrate	
	2021	2020
Alter		
<30 Jahre	24,9	17,6
30–50 Jahre	15,3	13,0
>50 Jahre	7,9	8,8
	16,5	13,6
Geschlecht		
Frauen	16,5	13,0
Männer	16,5	14,2
	16,5	13,6
Region		
Deutschland	16,2	13,2
Österreich/Schweiz	11,7	9,0
USA	22,5	26,7
UK	87,1	32,6
Sonstige	17,7	11,9
	16,5	13,6

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

in Jahren zum 31. Dezember



Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

MITARBEITER:INNEN NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS, GESCHLECHT UND REGION/GRI 102-8

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

	befristet		unbefristet	
	2021	2020	2021	2020
Geschlecht				
Frauen	657	624	2.952	2.839
Männer	465	403	3.309	3.292
	1.122	1.027	6.261	6.131
Region				
Deutschland	1.098	1.008	5.188	5.065
Österreich/Schweiz	18	15	531	531
USA	3	3	384	360
UK	2	—	29	43
Sonstige	1	1	129	133
	1.122	1.027	6.261	6.131

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

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

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount)

	Eintritte		Eintrittsrate ¹	
	2021	2020	2021	2020
Alter				
<30 Jahre	724	715	45,9 %	43,6 %
30–50 Jahre	921	869	18,6 %	18,1 %
>50 Jahre	116	66	13,6 %	9,3 %
	1.761	1.650	23,9 %	23,0 %
Geschlecht				
Frauen	883	835	24,5 %	24,1 %
Männer	878	815	23,3 %	22,1 %
	1.761	1.650	23,9 %	23,0 %
Region				
Deutschland	1.496	1.493	23,8 %	24,6 %
Österreich/Schweiz	105	71	19,1 %	13,0 %
USA	115	33	29,7 %	9,1 %
UK	18	24	58,1 %	55,8 %
Sonstige	27	29	20,8 %	21,6 %
	1.761	1.650	23,9 %	23,0 %

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

1 Anteil der Eintritte an Mitarbeiter:innen nach Köpfen.

Gesundheit und Sicherheit

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen haben für die ProSiebenSat.1 Group sowohl in Zeiten der COVID-19-Pandemie als auch darüber hinaus hohe Priorität. Wie im Vorjahr arbeitete unser Krisenstab, die sogenannte „COVID-19-Taskforce“, auch 2021 eng mit der Konzernsicherheit, dem Arbeitsschutz sowie dem Betriebsrat zur Umsetzung der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards zusammen. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Krise arbeitete der Großteil unserer Mitarbeiter:innen auch 2021 mobil von zuhause aus. Bis Ende Juli 2021 waren ausschließlich Mitarbeiter:innen der kritischen Infrastruktur, die den Sendebetrieb sicherstellen, am Campus in Unterföhring vor Ort. Zwischen August und November konnten auch die übrigen Mitarbeiter:innen mit einer maximalen Flächenbelegung von 30 Prozent wieder vom ProSiebenSat.1-Campus aus arbeiten. Infolge der steigenden Infektionszahlen sowie der gesetzlichen Vorgaben zum mobilen Arbeiten haben jedoch alle Mitarbeiter:innen außerhalb der kritischen Infrastruktur am Standort Unterföhring im November wieder vollständig auf Remote Work umgestellt. Zum Veröffentlichungszeitpunkt des vorliegenden Berichts arbeitet die Mehrzahl der Mitarbeiter:innen mobil von zuhause.

Um eine bestmögliche Vereinbarkeit von beruflichen, privaten und familiären Bedürfnissen während der COVID-19-Pandemie zu fördern, haben wir die bestehenden Maßnahmen aus dem ersten Pandemiejahr auch 2021 weitergeführt: Neben der Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort galten am Standort Unterföhring im Berichtsjahr weitere Erleichterungen für Mitarbeiter:innen mit besonderen familiären Verpflichtungen. Diese umfassen die Möglichkeit der kurzfristigen Arbeitszeitreduzierung sowie die Umwandlung von Entgelt in zusätzlichen Urlaub. Darüber hinaus erhielten Beschäftigte mit Betreuungspflichten, die keinen Resturlaub und keine positiven Salden auf ihrem Arbeitszeitkonto hatten und denen keine andere Betreuungsmöglichkeit zur Verfügung stand, bis zu sechs Tage Sonderurlaub. Über diese in der Betriebsvereinbarung „Pandemie“ definierten und noch bis 31. März 2022 geltenden Regelungen hinaus haben wir bei Bedarf auch individuelle Lösungen für Mitarbeiter:innen gefunden. Um das Engagement unserer Mitarbeiter:innen während der COVID-19-Pandemie zu würdigen, leistete ein Großteil der ProSiebenSat.1-Gesellschaften in Deutschland im Geschäftsjahr 2021 mindestens eine Corona-Sonderzahlung. Zudem haben wir als Beitrag zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie und zum Schutz unserer Mitarbeiter:innen ab Juni 2021 in Zusammenarbeit mit unseren Betriebsärztinnen

COVID-19-Schutzimpfungen in Deutschland angeboten. Mitarbeiter:innen der kritischen Infrastrukturbereiche wurden dabei mit Priorität geimpft. Insgesamt wurden bis Mitte Januar 2022 rund 2.500 Impfungen im Rahmen der Aktion durchgeführt. Im Dezember 2021 hat der Konzern erneut deutschlandweit ein eigenes Impfprogramm für Erst- sowie Booster-Impfungen aufgelegt. Auch über die COVID-19-Pandemie hinaus genießt die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen hohe Priorität. Die Mehrheit der Mitarbeiter:innen des Konzerns arbeitet nicht in einem klassischen Produktionsumfeld. Daher sind sie nur in geringem Maße Gefährdungsrisiken im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung ausgesetzt. Wir sind uns jedoch anderer potenzieller Gesundheitsrisiken bewusst, die beispielsweise durch arbeitsbedingten Stress oder mangelnde Bewegung entstehen können. Aus diesem Grund haben wir 2021 ein interdisziplinäres Projektteam mit dem Ziel gegründet, ein strukturiertes, nachhaltiges betriebliches Gesundheitsmanagement bei der ProSiebenSat.1 Group zu etablieren. Dieses besteht aus den drei Säulen Arbeitsschutz, betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM) sowie betriebliche Gesundheitsförderung.

Unter der Initiative „P7S1 cares for you“ bündelt die ProSiebenSat.1 Group eine Reihe von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben sowie zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter:innen am Standort Unterföhring. Dazu zählen neben einem Programm zum betrieblichen Eingliederungsmanagement, flexible Arbeitszeiten oder Sabbaticals aber auch präventive Angebote zur physischen und mentalen Gesundheit. Im Geschäftsjahr 2021 hat der Konzern die „P7S1 Mental Health Days“ eingeführt. Da insbesondere durch Remote Work die Eigenverantwortung im Umgang mit persönlichen Ressourcen gestiegen ist, hat das Unternehmen ein präventives Angebot mit Vorträgen, Anleitungen und Trainings zu Themen wie Resilienz, Entspannung oder Umgang mit Stress geschaffen. Zusätzlich bietet die ParshipMeet Group in Zusammenarbeit mit einem externen Kooperationspartner ihren Mitarbeiter:innen regelmäßig Impulsvorträge rund um psychische und emotionale Gesundheit an. **GRI 403-3**

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value)

▼ Mit unseren TV-, Digital- und Commerce-Angeboten sprechen wir über alle Plattformen hinweg jeden Tag Millionen Zuschauer:innen, Nutzer:innen und Kund:innen an. Mit 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz adressiert ProSiebenSat.1 unterschiedliche Zielgruppen und erreicht im Kernmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen knapp 11 Mio Unique User über unsere eigenen Online-Kanäle. Der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender betrug im Berichtsjahr 25,5 Prozent (Vorjahr: 27,2 %) bei den 14- bis 49-Jährigen. 2021 erzielte die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 mit ihren Web-Channels außerdem allein auf YouTube 10,7 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 10,5 Mrd²). Für eine ausführliche Beschreibung der Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group mit entsprechenden Reichweitenkennzahlen und Quellenangaben verweisen wir auf die Kapitel „Organisation und Konzernstruktur“ sowie „Rahmenbedingungen des Konzerns“ im Konzernlagebericht.

Der hohen Aufmerksamkeit für unsere Produkte sind wir uns bewusst und verfolgen daher das Ziel, die große Reichweite unserer TV-Sender und Plattformen aktiv und verantwortungsvoll zu nutzen. Mit dieser Haltung rückt ProSiebenSat.1 in seinen Programmen in Unterhaltungssendungen 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

² Der Vorjahreswert ist bereinigt um monatlich 376 Mio Views für deutsche TV-Inhalte, die seit 2021 im Bereich der Seven.One Entertainment Group liegen, sowie exklusive Italien.

Public-Value-Satzung verabschiedet, nach der Medienangeboten eine bevorrechtigte Auffindbarkeit gewährt wird, wenn sie für die öffentliche Meinungsbildung besonders relevant sind.

ProSiebenSat.1 hat Meinungsbildung und Demokratieförderung in die Leitsätze seines Nachhaltigkeitsengagements im Handlungsfeld der gesellschaftlichen Verantwortung integriert. Als auch im Mediensektor tätiger Digitalkonzern wollen wir unsere Nachhaltigkeitsziele programmlich über unsere TV-Sender und im Influencer Marketing der Digital Media & Entertainment-Company Studio71 noch besser verknüpfen. Damit wollen wir verstärkt medial und inhaltlich gesellschaftspolitisch relevante Themen setzen und bei der jungen Zielgruppe adressieren. Insbesondere das Corporate Sustainability Office setzt sich innerhalb des Konzerns durch die Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie und den regelmäßigen Austausch mit den Sender- und Programmverantwortlichen für den Ausbau ein.

Anlässlich der Bundestagswahl im September 2021 strahlte die Sendergruppe acht neue, eigens für die Bundestagswahl kreierte Formate aus, darunter „Das TV-Triell“, „Kannste Kanzerlamt?!“ sowie „Die ProSieben Bundestagswahl-Show“. Die Programmmoffensive wurde durch eine Marketing- und Digitalkampagne (#MachdenUnterschied) begleitet. Weitere Public-Value-Highlights im Berichtsjahr waren unter anderem Formate wie „SAT.1 Spendengala“, „SAT.1 Waldrekord-Woche“, „akte. Spezial – Hass im Netz“, die Joko & Klaas Live-Ausgabe zum Pflegenotstand in Deutschland sowie neue Formate wie „Die Herzblut-Aufgabe“ und das wöchentliche Live-Journal „Zervakis und Opdenhövel. Live.“. Zudem baut ProSiebenSat.1 eine eigene Nachrichtenredaktion auf, die von 2023 an den Konzern versorgen soll. Dazu zählt auch ein Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin.

Für weitergehende Erläuterungen zu journalistischen Sorgfaltspflichten sowie der Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit verweisen wir auf den Abschnitt „Governance & Compliance“.

Seit 2011 stellt der Konzern seine Aktivitäten im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext und hat durch die Gründung 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 2021 traf sich der Beirat zu drei Sitzungen, wobei regelmäßig ein Update zur Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group gegeben wurde. ▲

Ausführliche Informationen zu den Programm-Highlights mit gesellschaftspolitischer Relevanz sowie weitere Beispiele, wie die ProSiebenSat.1 Group ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt, finden sich im Online-Geschäftsbericht 2021 in den Kapiteln „Relevant“ und „Unser Rückblick“.

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 andere im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zu melden. Ein zentrales Instrument ist dabei das Hinweisgebersystem, über das Regel- und Gesetzesverstöße gemeldet werden können. Neben

internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Sie nimmt Hinweise telefonisch oder per E-Mail entgegen, prüft diese auf ihre Plausibilität und leitet sie anschließend an den Bereich Group Compliance weiter. 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. 2021 gab es wie im Vorjahr einen Vorfall aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Diskriminierungen, der im Berichtsjahr abgeschlossen wurde. ▲ **GRI 406-1**

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 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. Insbesondere der Personalbereich und das Corporate Sustainability Office sind für die Weiterentwicklung des Diversity Management, die gezielte Ausrichtung sowie die operative Umsetzung damit verbundener Maßnahmen verantwortlich.

Dazu zählt auch die Weiterentwicklung unserer Inklusionsbemühungen. 2021 haben Konzernleitung und Betriebsrat eine Inklusionsvereinbarung mit der Schwerbehindertenvertretung abgeschlossen, 2022 soll ferner ein:e Inklusionsbeauftragte:r ernannt werden. Darüber hinaus kooperiert die ProSiebenSat.1 Group seit Anfang des Berichtsjahres mit dem myAbility-Talent-Programm, das Studierende und Akademiker:innen mit Behinderung und chronischen Erkrankungen im deutschsprachigen Raum durch Karriere-Coachings sowie Networking- und Job-Shadowing-Möglichkeiten fördert. In einer durch myAbility und der Abteilung Labour Law abgehaltenen Schulung sensibilisierte der Konzern 2021 zudem für die Einstellung von und den inklusiven Umgang mit Menschen mit Schwerbehinderung, verschiedene Arten von Behinderung als auch inklusive Sprache.

Zur Diversität trägt darüber hinaus ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. Zum 31. Dezember 2021 waren 48,9 Prozent (Vorjahr: 48,4 %) der Mitarbeiter:innen im Konzern weiblich. In Führungspositionen war eine leichte Reduzierung der Frauenquote von 35,2 Prozent auf 35,0 Prozent zu verzeichnen. Bei der Besetzung von Führungsfunktionen in der Gruppe soll bei Frauen und Männern ausschließlich deren 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 nach außen setzt bei Auswahlprozessen sowohl ein klares Signal an potenzielle Führungskräfte als auch an die Entscheider:innen auf allen Führungsebenen. ▲ **GRI 405-1**

▼ ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER ▲

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

	Mitarbeiter:innen		Führungskräfte	
	2021	2020	2021	2020
Konzern				
Frauen	48,9	48,4	35,0	35,2
Männer	51,1	51,6	65,0	64,8
	100,0	100,0	100,0	100,0
Deutschland				
Frauen	49,5	48,8	34,2	34,7
Männer	50,5	51,1	65,8	65,3
	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSiebenSat.1 Media SE				
Frauen	61,3	59,8	34,4	31,9
Männer	38,7	40,2	65,6	68,1
	100,0	100,0	100,0	100,0

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

Zum 31. Dezember 2021 betrug das Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen in der ProSiebenSat.1 Group 37,4 Jahre (Vorjahr: 36,9 Jahre). Der Anteil der Mitarbeiter:innen mit ausländischer Nationalität belief sich auf 14,9 Prozent.

▼ 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, zum Beispiel das von Mitarbeiter:innen gegründete LGBTQ+-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 hinsichtlich gendersensibler Sprache ausgesprochen.

Bereits seit 2019 absolvieren unsere Volontär:innen im Rahmen ihres theoretischen Schulungsblocks ein Training der MaLisa-Stiftung zu audiovisueller Diversität. Im Berichtsjahr wurde zum ersten Mal die „Diversity Awareness Week“ für alle Mitarbeiter:innen, die sich in einem Ausbildungsverhältnis befinden, angeboten, um unsere Nachwuchskräfte für Diversität in ihren verschiedenen Dimensionen wie Geschlecht und geschlechtliche Identität, Behinderung, sexuelle Orientierung, ethnische Herkunft und Nationalität zu sensibilisieren. Dabei gab es Impulse und Sensibilisierung zu Themen wie Gendersensibler Sprache, der Studie Audiovisuelle Diversität der MaLisa Stiftung, Rassismus am Arbeitsplatz oder die Darstellung von Menschen mit Behinderung in den Medien. In diesem Zusammenhang finanzierte ProSiebenSat.1 mit weiteren Partner:innen auch die gemeinsame Folgestudie der MaLisa-Stiftung und der Universität Rostock zur Geschlechterdarstellung in Film und Fernsehen in Deutschland.

Die ProSiebenSat.1 Group will mithilfe ihrer TV-Sender und digitalen Angebote ein Zeichen für Vielfalt setzen. So nutzte ProSieben 2021 beispielsweise die Reichweite der Gruppe und setzte sich mit dem Programm am Weltfrauentag, dem Internationalen Tag gegen Rassismus, dem PRIDE-Day oder dem Weltkindertag für eine diverse Gesellschaft ein. Auf Initiative der Bremischen Landesanstalten haben sich 2021 zudem die Medienhäuser ARD, ZDF, Deutsche Welle, Deutschlandradio, RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 Media SE das neue Bündnis „Medien für Vielfalt“ gegründet. Das Bündnis steht für ein klares Bekenntnis zur Vielfalt in der Medienbranche. ▲

ÜBERSICHT DIVERSITÄTSKENNZAHLEN

▼ DIVERSITÄT UNTER ANGESTELLTEN / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember 2021 (Headcount), in Prozent

		2021
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	Frauen	32
	Männer	68
Weitere Führungskräfte	Frauen	36
	Männer	64
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	Frauen	51
	Männer	49
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	<30 Jahre	2
	30–50 Jahre	82
	>50 Jahre	16
Weitere Führungskräfte	<30 Jahre	5
	30–50 Jahre	81
	>50 Jahre	14
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	<30 Jahre	24
	30–50 Jahre	65
	>50 Jahre	11
Herstellung	Frauen	44
	Männer	56
Verwaltung	Frauen	50
	Männer	50
Vertrieb	Frauen	54
	Männer	46
Herstellung	<30 Jahre	19
	30–50 Jahre	67
	>50 Jahre	15
Verwaltung	<30 Jahre	23
	30–50 Jahre	68
	>50 Jahre	9
Vertrieb	<30 Jahre	23
	30–50 Jahre	66
	>50 Jahre	11

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

Aufgrund der Ausweitung der Berichtsgrenzen ist ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen nicht möglich.

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

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

	Vorstand		Aufsichtsrat	
	2021	2020	2021	2020
Geschlecht				
Frauen	33	33	37	33
Männer	67	67	63	67
	100	100	100	100
Alter				
<30 Jahre	—	—	—	—
30–50 Jahre	—	—	25	33
>50 Jahre	100	100	75	67
	100	100	100	100

Barrierefreie Angebote

Die ProSiebenSat.1 Group setzt sich für einen barrierefreien Zugang zu ihren Angeboten ein. Daher bieten wir unter anderem auf unseren Sendern untertitelte Programmflächen sowie Audiodeskriptionen für gehörlose und schwerhörige Menschen an, um die Informationsverbreitung zu verbessern. ProSieben startete bereits im Jahr 2000 das erste regelmäßige Untertitelangebot für Gehörlose im Privatfernsehen. In fast allen Free-TV-Sendern der Gruppe werden barrierefreie Inhalte ausgestrahlt, wobei ein kontinuierlicher Ausbau zu verzeichnen ist. 2021 wurde das Angebot an Untertitelung erweitert und viele Formate zusätzlich mit Audiodeskription angeboten (zum Beispiel „Joko & Klaas gegen ProSieben“ oder „ProSieben Spezial LIVE: Joe Biden wird US-Präsident“). Zudem kam beispielsweise bei „ProSieben Spezial. Das Kanzler-Kandidat:in-Interview“, „Zervakis und Opdenhövel. Live.“ sowie beim Triell im Rahmen des Bundestagswahlkampfes erstmals Gebärdensprache zum Einsatz. Wir streben für die Zukunft eine Erweiterung der barrierefreien Angebote an.

Überdies wird durch den Medienstaatsvertrag von Veranstaltern bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme sowie von Video-on-Demand-Anbietern der Ausbau barrierefreier Angebote im Rahmen der technischen und finanziellen Möglichkeiten gefordert. Voraussichtlich ab 2022 verlangt der Medienstaatsvertrag zusätzlich die Erstellung konkreter Aktionspläne der Veranstalter über den Ausbau. Einzelne Bundesländer und die Bundesregierung haben 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. Auch im aktuellen Erhebungszeitraum, der dem Monitoring der Landesmedienanstalten zu Grunde liegt, konnte die Anzahl der untertitelten Sendungen der Gruppe sowie die Sendezeit erneut deutlich gesteigert werden. Die Anzahl untertitelter Sendungen innerhalb der Sendergruppe erhöhte sich um rund 23 Prozent (September bis Dezember 2021: 5.485 Sendungen; Vorjahr: 4.452). Die entsprechende Sendezeit stieg um rund 18 Prozent.

KLIMA & UMWELT

▼ 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 möchten 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 null 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 planen wir einen Teil der Emissionen für das Jahr 2021 nach Veröffentlichung des CO₂-Fußabdrucks 2021 durch den Kauf von Zertifikaten aus hochwertigen Klimaschutzprojekten zu kompensieren.

Am Standort Unterföhring nutzen wir für die elektrische Energieversorgung unserer Bürogebäude, Produktionsstudios und Rechenzentren ausschließlich Ökostrom. Bei der Wärmeerzeugung für die Gebäude am Hauptstandort hat ProSiebenSat.1 die umweltfreundliche Versorgung in den letzten Jahren sukzessive ausgebaut und vollständig auf Geothermie umgestellt. 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. Für das neue, im Bau befindliche Campus-Gelände in Unterföhring ist 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 bereits im Jahr 2019 einen umfassenden Kriterienkatalog auf den Weg gebracht, um Produktionen nachhaltiger zu gestalten. Insgesamt wurden 14 Maßnahmen und Ziele für ökologisch nachhaltige Fernseh- und Filmproduktionen formuliert. Die Nachhaltigkeitsinitiative gibt Produktionsunternehmen konkrete Handlungsempfehlungen an die Hand, um CO₂-Emissionen zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Die wachsende Bedeutung grüner Produktionen unterstreicht die „Gemeinsame Branchenerklärung für Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion“, zu deren Unterzeichnern im Februar 2020 auch ProSiebenSat.1 gehörte. In der alljährlichen Aktionswoche „Green Seven“ nutzt ProSieben seine Reichweite, um insbesondere junge Zuschauer:innen für Nachhaltigkeit im ökologischen Bereich zu sensibilisieren. Im November 2021 fand die „Green Seven Week“ bereits zum 13. Mal statt.

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 bei den ProSiebenSat.1-Beteiligungen bei der jeweiligen Geschäftsführung. Für die CO₂-Bilanzierung, die 2021 auch ein halbjährliches internes Reporting umfasste, die Ermittlung weiterer berichteter Umweltkennzahlen sowie deren Veröffentlichung und Kommunikation sind die Zentralfunktion Corporate Communications sowie das Corporate Sustainability Office zuständig, das auch organisatorisch für die Steuerung der Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zur Erreichung der klimabezogenen Unternehmensziele verantwortlich ist. ▲

Energie

▼ Der Energieverbrauch von ProSiebenSat.1 setzt sich im Wesentlichen aus dem Bezug von Strom und Wärme zusammen. Der Gesamtenergieverbrauch (inkl. Strom) innerhalb des Konzerns ging im Berichtsjahr auf 33,43 GWh (Vorjahr: 36,67 GWh) zurück, begründet durch einen im Vergleich zu 2020 niedrigeren Stromverbrauch und die weiterhin stark eingeschränkte Mitarbeiter:innenmobilität in Folge der COVID-19-Pandemie. Die wesentlichen Energieverbräuche außerhalb des Konzerns werden indirekt durch die Scope-3-Emissionen in der CO₂-Bilanz dargestellt. Im Jahr 2021 betrug der Gesamtverbrauch an elektrischem Strom 14,73 GWh (Vorjahr: 17,94 GWh). Bei der Wärmeerzeugung wurde unter anderem am Standort Unterföhring umweltfreundliche Geothermie anstelle von Heizöl oder Erdgas verwendet. Insgesamt verringerte sich der Heiz- und Kühlenergieverbrauch von ProSiebenSat.1 leicht auf 12,49 GWh (Vorjahr: 12,60 GWh). Der Energieverbrauch des Fuhrparks lag 2021 bei 6,13 GWh (Vorjahr: 5,99 GWh). ▲ **GRI 302-1, GRI 302-2**

▼ INTENSITÄT DES ENERGIEVERBRAUCHS / GRI 302-3 ▲

	2021	2020	2019
Energieverbrauch in GWh	33,43	36,67	40,72
Umsatz in Mio Euro	4.494	4.047	4.135
Durchschnittliche FTE	7.956	7.128	7.265
Energieverbrauch/Umsatz			
in MWh/Mio Euro	7,44	9,06	9,85
Energieverbrauch/durchschnittliche FTE			
in MWh/durchschnittliche FTE	4,20	5,14	5,60

Emissionen

▼ In unserer Klimabilanz sind direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1), indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2) sowie Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Scope 3) enthalten. Die direkten Emissionen der ProSiebenSat.1 Group resultierten 2021 wie im Vorjahr nahezu ausschließlich aus dem Ausstoß des Fuhrparks. Die entsprechenden Emissionen bewegten sich mit 1.596 Tonnen CO₂-Äquivalente (CO₂e) leicht über

dem Vorjahresniveau mit 1.560 Tonnen CO₂e. Die Scope-2-Emissionen sind im Vergleich zum Vorjahr aufgrund eines geringeren Stromverbrauchs auf 2.036 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 2.188 Tonnen CO₂e) zurückgegangen. Insgesamt sanken die betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 4 Prozent auf 3.651 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 3.787 Tonnen CO₂e). Der Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen sank im Berichtsjahr aufgrund der Out-of-Office-Regelungen im Zuge der COVID-19-Pandemie weiter stark und trug 1.491 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 2.529 Tonnen CO₂e) zu den Scope-3-Emissionen bei. Die Emissionen aus Geschäftsreisen stiegen auf 1.582 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 1.347 Tonnen CO₂e). Die Gesamtemissionen verringerten sich im Berichtsjahr um 5 Prozent auf 9.147 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 9.584 Tonnen CO₂e).

Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen finden sich in den [→ Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck](#). ▲

▼ CO₂-FUSSABDRUCK DER PROSIEBENSAT.1 GROUP / GRI 305-1 / GRI 305-2 / GRI 305-3 ▲

Treibhausgasemissionen (CO ₂ -Äquivalente), in Tonnen ¹	2021	Veränderung	2020	2019
Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen	1.615	1 %	1.599	2.110
– Fuhrpark ²	1.596	2 %	1.560	2.064
– Heizöl	19	-53 %	40	46
Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen³	2.036	-7 %	2.188	2.882
– Elektrizität ⁴	775	-26 %	1.054	1.719
– Fernwärme und Geothermie ⁵	1.261	11 %	1.134	1.163
Scope 3 – Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen	5.495	-5 %	5.797	16.292
– Nicht in Scope 1 und 2 enthaltene Brennstoffe und energiebezogene Aktivitäten	2.405	27 %	1.898	1.974
– Durch betriebliche Abläufe entstehende Abfälle	17	-26 %	23	47
– Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen	1.491	-41 %	2.529	6.474
– Geschäftsreisen (Flug, Bahn, Mietwagen und Taxi) ⁶	1.582	17 %	1.347	7.797
Betriebliche Emissionen (Scope 1 und 2)	3.651	-4 %	3.787	4.992
Gesamtemissionen (Scope 1, 2 und 3)^{7,8}	9.147	-5 %	9.584	21.284

1 Bei der Ermittlung des CO₂-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 CO₂-Fußabdrucks sowie ausgewählter Daten zu indirekten CO₂-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 CO₂-Fußabdruck wurden alle eigenen Standorte und Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group einbezogen. Die Abdeckung mit Messdaten beträgt 74 Prozent (Vorjahr: 78 %) für Scope 1 und 75 Prozent (Vorjahr: 79 %) für Scope 2. Bei der Berechnung haben wir die market-based-Methode verwendet.

2 Ohne Autostrom.

3 Energieverbräuche der Produktionsstudios und Rechenzentren außerhalb der Standorte Unterföhring und Berlin sind nicht enthalten. Hochrechnung auf Basis von Referenzgebäuden. Die Scope-2-Emissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 7.166t CO₂e (Vorjahr: 9.577t CO₂e).

4 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Elektrizität betragen im Berichtszeitraum 5.032t CO₂e (Vorjahr: 7.401t CO₂e).

5 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Fernwärme und Geothermie betragen im Berichtszeitraum 2.133t CO₂e (Vorjahr: 2.176t CO₂e).

6 In der Kategorie Geschäftsreisen wurden im Berichtszeitraum 324t CO₂e (Vorjahr: 355t CO₂e) kompensiert.

7 Die Gesamtemissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 14.244t CO₂e (Vorjahr: 16.973t CO₂e).

8 Die verbleibenden nicht-reduzierten und nicht-kompensierten Emissionen lagen im Berichtszeitraum bei 8.823t CO₂e (Vorjahr: 9.229t CO₂e).

▼ INTENSITÄT DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN / GRI 305-4 ▲

	2021	2020	2019
Treibhausgasemissionen in t	9.147	9.584	21.284
Umsatz in Mio Euro	4.494	4.047	4.135
Durchschnittliche FTE	7.956	7.128	7.265
Treibhausgasemissionen/Umsatz			
in t/Mio Euro	2,04	2,37	5,15
Treibhausgasemissionen/ durchschnittliche FTE			
in t/durchschnittliche FTE	1,15	1,34	2,93

Abfall

Das betriebliche Abfallaufkommen am Standort Unterföhring ist im Berichtsjahr 2021 auf 527 Tonnen (Vorjahr: 615 Tonnen) gesunken. In der Abfallbilanz waren 173 Tonnen (Vorjahr: 188 Tonnen) auf Um- und Rückbauarbeiten in den bestehenden Gebäuden zurückzuführen. Abfall, der nicht wiederverwertet werden kann, entsorgen wir umweltgerecht. 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 (zum Beispiel Dämmmaterial und asbesthaltige Baustoffe) sank 2021 auf sechs Tonnen (Vorjahr: 29 Tonnen). Die gemischten Siedlungsabfälle (hausmüllähnliche Abfälle aus Gewerbe und Industrie) verringerten sich auf 38 Tonnen (Vorjahr: 69 Tonnen). Die Reduzierung ist auf die Out-of-Office-Regelungen im Zuge der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Die Maßnahmen zur Mülltrennung und -reduzierung werden kontinuierlich optimiert. So wird am ProSiebenSat.1-Campus in den Kantinen und Cafés bereits komplett auf Einwegplastik verzichtet. Aufgrund der Abbrucharbeiten im Zusammenhang mit dem Bauvorhaben „New Campus“ in Unterföhring wurden im Berichtsjahr 27.930 Tonnen Bauabfälle entsorgt. **GRI 306-2**

Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung

▼ Die Europäische Kommission verfolgt mit dem „European Green Deal“ den Plan für ein nachhaltiges und wettbewerbsfähiges Europa unter anderem mit dem Ziel, die europäische Wirtschaft künftig nachhaltiger auszurichten und 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, das für nichtfinanzielle Erklärungen und Berichte, die nach dem 1. Januar 2022 veröffentlicht werden, Anwendung findet. Dabei ist im ersten Jahr der Anwendung 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“ veröffentlicht hat. Dieser enthält die Beschreibung taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten, also potenziell „nachhaltiger“ Tätigkeiten. Zudem finden sich dort die technischen Kriterien für die spätere Bewertung der Taxonomiekonformität, anhand derer beurteilt wird, ob eine Tätigkeit tatsächlich „nachhaltig“ ist. Im ersten Jahr der Anwendung ist lediglich die Taxonomiefähigkeit zu beurteilen. Im Folgenden beschreiben wir, wie die ProSiebenSat.1 Group die relevanten Wirtschaftsaktivitäten identifiziert und die entsprechenden Taxonomie-KPIs (Anteil der taxonomiefähigen und nicht-taxonomiefähigen Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben) ermittelt hat.

Für alle Konzerngesellschaften wurde in einer ersten Analyse auf Basis der Beschreibung der Geschäftsmodelle identifiziert, inwieweit taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten in den Bereichen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ bestehen. Diese Einschätzung wurde von verschiedenen Konzernvertreter:innen validiert. Anschließend wurden am Beispiel der ProSiebenSat.1 Media SE als Muttergesellschaft die Beträge aus dem Rechnungslegungssystem im Zusammenhang mit taxonomiefähigen Tätigkeiten erhoben. Durch dieses Pilotprojekt konnten die für die taxonomiefähigen Tätigkeiten relevanten Konzernkonten zur Erhebung der Taxonomie-Kennzahlen identifiziert werden. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen als Basis für die Skalierung auf den gesamten Konzern. Im Anschluss wurde jede Gesellschaft zur Bestätigung der Ersteinschätzung der Tätigkeiten und zur Erhebung der jeweiligen Werte aus den Finanzsystemen aufgefordert. Auf Konzernebene wurden diese Daten dann validiert und konsolidiert.

Als Ergebnis hat der Konzern dabei verschiedene potenziell relevante Wirtschaftstätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ identifiziert, zum Beispiel Tätigkeit 8.3. „Rundfunkstätigkeiten“ oder 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. Hierunter 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. Diese können nach unserer Auffassung nur bei 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“ identifiziert, die im Zusammenhang mit Investitions- und Betriebsausgaben stehen. Dies beschränkt sich bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen auf Ausgaben für den Fuhrpark (Tätigkeit 6.5. im delegierten Rechtsakt „Klima“), Neubauten und Sanierungen sowie Ausgaben für Instandhaltung und Reparatur von Vermögenswerten (Tätigkeiten 7.1. bis 7.7. im delegierten Rechtsakt „Klima“). Alle Sachverhalte konnten hierbei eindeutig zugeordnet werden, sodass es zu keinen Doppelzählungen gekommen ist. Die folgenden Erläuterungen und Tabellen geben unsere Auslegung der aktuellen Rechtslage zur EU-Taxonomie-Verordnung wieder. ▲

▼ ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG ▲

Generell deckt die Taxonomie-Verordnung bisher vor allem die Wirtschaftstätigkeiten ab, die innerhalb Europas den größten Ausstoß von CO₂-Emissionen verursachen. In den kommenden Jahren soll die Verordnung sowohl um weitere Umweltziele als auch um zusätzliche taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten erweitert werden. Aktuell ist der Großteil der Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group noch nicht durch die Taxonomie-Verordnung abgedeckt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass unsere Gruppe keinen Beitrag 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 klimarelevanter Themen informieren und sensibilisieren.

Umsatzerlöse

▼ Die zugrunde gelegten Umsatzerlöse entsprechen den in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsatzerlösen. Es wurden für das Geschäftsjahr 2021 keine Umsatzerlöse aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten identifiziert. ▲

→ Ertragslage des Konzerns

Investitionsausgaben (CapEx)

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) ▲

Wirtschaftstätigkeiten 2021	Absoluter CapEx (in Mio Euro)	Anteil (in %)
A. CapEx aus taxonomiefähigen Tätigkeiten	98	8
B. CapEx aus nicht-taxonomiefähigen Tätigkeiten	1.136	92
Summe	1.234	100

▼ Die Investitionsausgaben der ProSiebenSat.1 Group setzen sich zusammen aus den Zugängen zum Programmvermögen, sonstigen immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen. Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine Zugänge durch Änderungen im Konsolidierungskreis.

→ Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

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

Ausgaben entsprechen den Tätigkeiten 6.5., 7.1. bis 7.7. und 9.3. im delegierten Rechtsakt „Klima“, der sich auf das Umweltziel „Klimaschutz“ bezieht. Für das Geschäftsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group keine Ausgaben im Zusammenhang mit dem Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ identifiziert. ▲

Betriebsausgaben (OpEx)

▼ Die Betriebsausgaben gemäß der Definition der EU-Taxonomie, im Wesentlichen Ausgaben für Wartung und Instandhaltung sowie Forschung und Entwicklung, beliefen sich für die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr auf 28 Mio Euro. Diese Ausgaben sind im Kontext der Gesamtausgaben der Gruppe nicht wesentlich (<1 %). Somit gibt es keine wesentlichen Betriebsausgaben im Zusammenhang mit taxonomiefähigen Aktivitäten. ▲

GOVERNANCE & COMPLIANCE

Zu den zentralen Handlungsfeldern der ProSiebenSat.1-Nachhaltigkeitsstrategie gehört auch 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.

▼ Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist zudem der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group im Bereich der Compliance insbesondere auf die Themen Geldwäsche, 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 zu verhindern. Die zentrale Compliance-Organisation bilden das Compliance Committee und die vom Chief Compliance Officer (CCO) geleitete 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 Officers (UCO) bestellt, die dort für das CMS zuständig sind und direkten Kontakt mit den jeweiligen Fachexpert:innen haben. Im Jahr 2021 wurde das CMS der ProSiebenSat.1 Group im Zuge einer Aktualisierung der Delegation von Compliance-Verantwortlichkeiten angepasst. Dazu wurde unter anderem die Richtlinie „Compliance-Management-System“ eingeführt. Ziel ist die klare Zuweisung von Verantwortlichkeiten und Aufgabenbereichen in den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften, die Errichtung eines konzernweit einheitlichen Melde- und Berichtssystems sowie die Optimierung der Zusammenarbeit zwischen den Gesellschaften und Group Compliance. Die Verantwortlichkeit für Kartellrecht ging im Rahmen der Aktualisierung der Delegation 2021 von Group Compliance auf Legal Affairs über. Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auch auf kartellrechtliche Bestimmungen.

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, der Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher

Orientierungs- und Ordnungsrahmen sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Lieferant:innen und weiteren Dritten. Nach der grundsätzlichen Überarbeitung und Verabschiedung im Jahr 2021 trat im Januar 2022 ein neuer Verhaltenskodex in Kraft, der den bisherigen Kodex ersetzt und als verbindendes Element über alle Segmente der ProSiebenSat.1 Group wirken soll. Er setzt Mindeststandards für verantwortungsvolles Handeln, gibt Orientierung im täglichen Arbeitsalltag und setzt den nötigen Handlungsrahmen für die Geschäftsaktivitäten von ProSiebenSat.1.

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Bei Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle, die sich nach interner Bewertung als begründet herausstellen, informiert der Chief Compliance Officer unverzüglich die Unternehmensleitung.

Nähere Informationen, insbesondere zur Compliance-Organisation und zum Hinweisgebersystem, werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB gegeben.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zudem ein Compliance-Schulungsangebot implementiert, das sowohl Online-Trainings als auch Präsenzs Schulungen beinhaltet. Die Online-Trainings, die im Turnus von zwei Jahren in englischer und deutscher Sprache angeboten werden und grundsätzlich für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend sind, sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Präsenzs Schulungen, die auch 2021 überwiegend virtuell stattfanden, richten sich gezielt an Risikogruppen und werden von Legal Affairs, Group Compliance, HR 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 Geschäftsführer:innen der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten sowie die relevanten Rechtsgrundlagen zu geben. ▲

COMPLIANCE-SCHULUNGEN

Thema	2021			2020		
	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)	5	114		1	3	3.448
Compliance Kartellrecht	5	48	6.549 ¹	7	295	—
Geldwäsche	—	—		—	—	—
Sanktionen & Embargos	—	—		—	—	—
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), Arbeitsrecht	5	55	5.544	—	—	2.338
Datenschutz	19	385	5.876	—	—	2.304
Informationssicherheit	—	—	3.243	—	—	6.500
Jugendschutz	4	62	376	2	26	477
Arbeitsschutz	—	—	7.385	—	—	6.213
Steuerrecht	4	7	—	2	42	—
Geschäftsführer-Seminare	4	47	—	2	18	—

¹ Seit Oktober 2021 inkl. Geldwäsche und Sanktionen & Embargos und exkl. Medien-, Urheber-, Werberecht, UWG.

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 wettbewerbswidrigem Verhalten im Zusammenhang mit dem Kartellrecht ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung unserer Unternehmensziele. Der freie Wettbewerb ist eine tragende Säule unserer Wirtschaftsordnung und durch die Kartellgesetze besonders geschützt. Wettbewerbsverstöße können hohe Bußgelder und Schaden-

ersatzklagen nach sich ziehen, die nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Mitarbeiter:innen persönlich treffen können. Im Jahr 2021 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 205-3, 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 Entertainment-Angeboten und unterschiedlichen Commerce-Unternehmen im Portfolio. 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 Data Protection Law 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. Diese wurden im Berichtsjahr überarbeitet. 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 2021 wurden neun Fälle (Vorjahr: 18) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kund:innen bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland ermittelt; davon waren neun (Vorjahr: 15) Beschwerden von externen Parteien, keine (Vorjahr: drei) von Aufsichtsbehörden. Zudem wurden 12 gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) meldepflichtige Fälle (Vorjahr: sechs) von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust ermittelt. ▲ GRI 418-1

Informationssicherheit

Informationen in vielfältiger Art sind von zentraler Bedeutung für die Geschäftstätigkeiten von ProSiebenSat.1. Die ausreichende Sicherheit von Geschäftsprozessen, IT, Infrastrukturen 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 und angemessen zu behandeln. Der Bereich IT-Security ist dabei insbesondere für den Schutz von IT-Systemen verantwortlich. Das Information Security Office als Holding-Funktion definiert Richtlinien, organisiert Assessments und Penetrationstests (u.a. für Websites und Online-Shops) sowie E-Learnings und Trainings und ist für das Incident- sowie Risikomanagement verantwortlich. Zudem berät es konzernintern zu Themen mit Bezug zu Informationssicherheit. Im Berichtsjahr fand ein Assessment des Information Security Management System (ISMS) gemäß ISO 27001 statt, das einen insgesamt hohen Reifegrad

bestätigte. Die Information Security Policy definiert die grundlegenden Leitsätze zum Umgang mit Informationen der ProSiebenSat.1 Group. Die Richtlinie gilt übergeordnet und weltweit für alle Geschäftseinheiten und -bereiche, für alle verbundenen Tochtergesellschaften mit Mehrheitsbeteiligungen und deren Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus gilt sie für alle internen und externen Dienstleister:innen, Geschäftspartner:innen und andere Dritte, die Unternehmensinformationen der ProSiebenSat.1 Group erfassen, verarbeiten oder nutzen und zur Einhaltung der Richtlinie verpflichtet wurden.

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 2021 wie im Vorjahr insgesamt 12 Verstöße gegen journalistische Sorgfaltspflichten, Programmgrundsätze sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst. **GRI 416-2**

Bei all unseren Aktivitäten sind wir der freiheitlich demokratischen Grundordnung verpflichtet, die insbesondere auch auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basiert. Die zentrale Chefredaktion der Seven.One Entertainment Group GmbH 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 im 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. Anbieter müssen ihre telemedialen Inhalte zum Beispiel hinsichtlich einer entwicklungsbeeinträchtigenden Wirkung für Kinder und Jugendliche prüfen. Die Jugendschutzbeauftragten sind in ihrer Tätigkeit weisungsfrei und dafür verantwortlich, dass für Kinder und Jugendliche ungeeignete Inhalte im Rundfunk ausschließlich zu den gesetzlich vorgegebenen Sendezeiten ausgestrahlt werden. 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 werden dazu möglichst frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen im Rahmen ihres Auftrags bereits im Vorfeld Drehbücher, begleiten Produktionen und erstellen hierzu Gutachten. Neben den Jugendschutzbeauftragten erhalten auch TV- und Online-Redakteure regelmäßig Schulungen zu den Jugendschutzbestimmungen. Neben Mitarbeiter:innenschulungen und der Bereitstellung von internen Richtlinien engagieren wir uns über verschiedene Organisationen für den Jugendschutz, zum Beispiel Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM). ▲