

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 2022 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) erstellten Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der ProSiebenSat.1 Group. Der vollständige GRI-Inhaltsindex findet sich im Abschnitt „Informationen“ des Online-Geschäftsberichts 2022.

▼ 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 2022 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.

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 27. April 2023, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2022 im Abschnitt „Informationen“. Die Prüfung erfolgte unter Anwendung des einschlägigen Prüfungsstandards „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 revised)“ zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben sowie der Anforderungen der EU-Taxonomie-Verordnung.

Die berichteten Themen sind das Resultat unserer aktuellen Wesentlichkeitsanalyse. Im Geschäftsjahr 2021 wurde eine erneuerte und umfassende Wesentlichkeitsanalyse erstellt, um die für die ProSiebenSat.1 Group wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zu bestimmen. Diese hat die gesetzlichen Anforderungen sowie 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 Mitarbeiternetzwerken, ein Medienmonitoring, in das auch Wettbewerber von ProSiebenSat.1 einbezogen wurden, sowie eine Analyse von relevanten ESG-Ratings durchgeführt. Im Anschluss haben in einem internen Reviewprozess Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus unterschiedlichen Fachbereichen die Ergebnisse anhand unterschiedlicher Wesentlichkeitsperspektiven (Bedeutung für Stakeholder, Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit und Relevanz für Geschäftserfolg) ausgewertet. Die ProSiebenSat.1 Group erstellt alle zwei Jahre eine neue Wesentlichkeitsanalyse und validiert diese in den anderen Jahren. Die Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2021 wurde diesem Prozess folgend im Berichtsjahr 2022 in einem internen Reviewprozess durch Mitarbeiter:innen und Führungskräfte sowie durch den

Vorstand validiert und die Ergebnisse unverändert für das Jahr 2022 bestätigt. 2023 ist turnusmäßig eine Erneuerung der Analyse geplant. ▲

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

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

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

→ Organisation und Konzernstruktur

Nach Definition der GRI gelten diejenigen Themen als wesentlich, die die wichtigsten tatsächlichen und potenziellen negativen und positiven Auswirkungen auf die Wirtschaft, die Umwelt und die Menschen, einschließlich der Auswirkungen auf die Menschenrechte, im Rahmen unserer Aktivitäten und Geschäftsbeziehungen haben. Aufgrund dieses im Vergleich zum NFB unterschiedlichen Wesentlichkeitsbegriffs umfasst der NHB zusätzliche Themen. Ernst & Young hat den Nachhaltigkeitsbericht (NHB) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) nach ISAE 3000 (revised) unterzogen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 27. April 2023, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2022 im Abschnitt „Informationen“.

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

Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Gesundheit und Sicherheit	Mitarbeitende
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 2022 gültigen Konsolidierungskreis der ProSiebenSat.1 Group, der zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert wird. Die Abgrenzung des Konsolidierungskreises folgt dem Kontrollprinzip des IFRS 10. Veränderungen im Konsolidierungskreis werden entsprechend der Erfassung in der Finanzberichterstattung berücksichtigt. Ausnahmen und Einschränkungen im Hinblick auf die Berichtsgrenzen der einzelnen Inhalte sowie die Datenerfassung von Kennzahlen erläutern wir im Folgenden oder werden bei den Angaben zu den einzelnen Themen entsprechend kenntlich gemacht. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Aussagen und Kennzahlen im Abschnitt „Mitarbeitende“ sowie zu Diversität und Chancengleichheit im Wesentlichen auf den HR-Managementansatz und alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group mit Ausnahme internationaler Beteiligungen der Seven.One Studios, die zum Jahresende weniger als ein Prozent der Mitarbeiter:innen des Konzerns umfassten. Die im Folgenden beschriebenen Themenbereiche in Bezug auf Arbeitnehmerbelange werden konzernweit verfolgt, einzelne Maßnahmen werden aufgrund der Unterschiedlichkeit der Geschäftsmodelle jedoch nicht in allen Gesellschaften gleichermaßen umgesetzt. Die Informationen zu den Public-Value-Angeboten der ProSiebenSat.1 Group beziehen sich vor allem, aber nicht ausschließlich, auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im Segment Entertainment. 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.

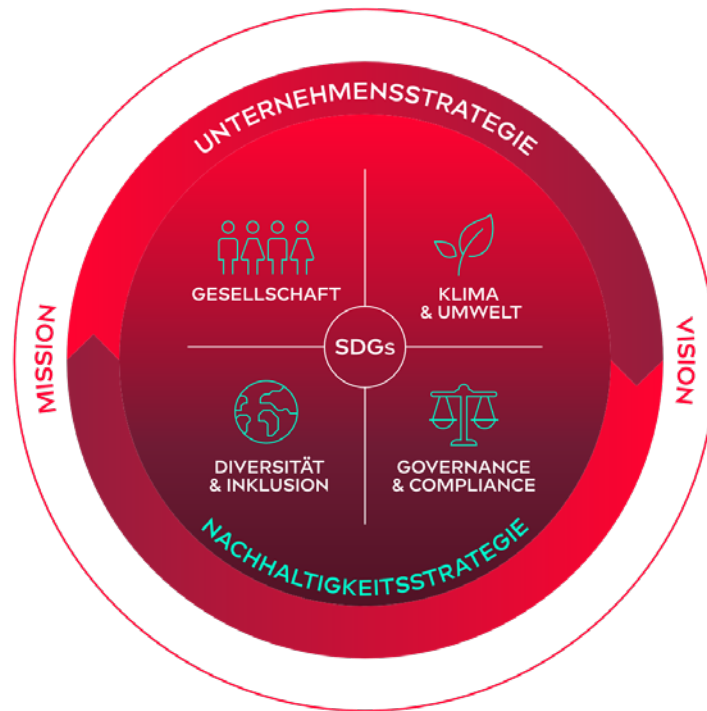
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

▼ 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. Zudem bedeutet es, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern sowie die teilweise gegenläufigen Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere jene von Mitarbeiter:innen, den Nutzer:innen unserer Angebote und Plattformen, Aktionär:innen und Investor:innen sowie Geschäftspartnern. Vorrangig verfolgt ProSiebenSat.1 den Dialog mit Stakeholdern, die die finanzielle und nichtfinanzielle Leistung des Unternehmens sowie die dafür gegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen stark beeinflussen und von den Tätigkeiten des Unternehmens signifikant betroffen sind.

Im Jahr 2018 hat ProSiebenSat.1 eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie mit der Zielsetzung entwickelt, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von ProSiebenSat.1 zu verknüpfen, um die 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: 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 2022 beschreiben wir in den folgenden Abschnitten zu den jeweiligen berichteten Themen. ▲

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



▼ HANDLUNGSFELDER UND LEITSÄTZE ▲



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

Diese Prinzipien finden sich in entsprechender Form im ProSiebenSat.1-Verhaltenskodex. Dieser Verhaltenskodex gibt Orientierung und verbindlichen Rahmen – sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und anderen Dritten. Der Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group weltweit verbindlich. Der Verhaltenskodex regelt neben weiteren Themen das Arbeitsumfeld und Miteinander, mit den Aspekten Menschenrechte, Diversität und Anti-Diskriminierung, Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit sowie Eigentum. Der Verhaltenskodex wird vom Vorstand verabschiedet und wird allen Mitarbeiter:innen als Anlage zum Arbeitsvertrag und als Veröffentlichung im Intranet zugänglich gemacht und ist Teil des elektronischen Schulungssystems. Er ist für Dritte auf der Website der ProSiebenSat.1 Group verfügbar. Die Prinzipien unseres Verhaltenskodex werden für die Geschäftspartner über den Verhaltenskodex für Geschäftspartner verbindlich gemacht. ProSiebenSat.1 behält sich das Recht vor, die Einhaltung der Anforderungen dieses Verhaltenskodex nach angemessener Vorankündigung zu überprüfen und ermutigt Geschäftspartner, eigene verbindliche Leitlinien für ethisches Verhalten einzuführen.

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

Weitere Informationen finden sich im Abschnitt Governance & Compliance.

GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25

→ [Governance & Compliance](#)

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 HR, Compliance & Sustainability. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsorganisation bildet das Sustainability Steering Committee das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Unter dem Vorsitz des Vorstandsmitglieds HR, Compliance & Sustainability setzt es sich zusammen aus Finanzvorstand, Führungskräften und Fachexpert:innen aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen sowie einem Betriebsratsvertreter. Seit diesem Geschäftsjahr gibt es in jedem der drei Segmente – Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures – Verantwortliche für Nachhaltigkeit, die für die Nachhaltigkeitsziele und deren Umsetzung in den Segmenten operativ verantwortlich sind. Sie sind zudem die Segment-Vertreter:innen im Sustainability Steering Committee und tauschen sich regelmäßig mit dem Group Sustainability Office operativ aus. Im vergangenen Jahr tagte das Sustainability Steering Committee drei Mal. Schwerpunkte der Sitzungen waren die Nachhaltigkeitsziele 2022, Struktur und Organisation von Nachhaltigkeit im Konzern, Updates zu den Fokusthemen in den definierten Handlungsfeldern sowie die neue Nachhaltigkeitsdachmarke #OneTomorrow. Das Group Sustainability Office (Vorjahr: Corporate Sustainability Office) ist für die konzernweite Koordinierung, Implementierung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig. Die Leitung des Group Sustainability Office berichtet an das Vorstandsmitglied HR, Compliance & Sustainability. ▲ **GRI 2-13**

MITARBEITENDE

▼ Grundlage der Personalstrategie der ProSiebenSat.1 Group und entsprechender Maßnahmen sind die übergeordneten Unternehmensziele. Die daraus abgeleiteten HR-Produkte und -Prozesse stellen unsere Mitarbeiter:innen in den Fokus und sollen auf diese Weise die Innovationskraft unseres Unternehmens fördern. Der Konzern hat die Themen Talent Acquisition, Mitarbeiterentwicklung 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 gestaltet. Ausführliche Informationen zum Diversity Management von ProSiebenSat.1 finden sich im Abschnitt:

→ **Diversität & Inklusion**

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

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

→ **Unsere Mitarbeitenden**

Talent Acquisition

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

Mit unserer Arbeitgebermarke „ProSiebenSat.1 careers“ möchten wir den Konzern als attraktiven Arbeitgeber bei Bewerber:innen sowie unseren Mitarbeiter:innen positionieren. Gleichzeitig bildet sie das Dach unserer Employer-Branding-Aktivitäten. Um die Präsenz unserer Arbeitgebermarke auszubauen, haben wir im Berichtsjahr die Employer-Branding-Kampagne „#CreateMomentsThatMatter“ ausgerollt. Die Kampagne umfasst allgemeine sowie zielgruppenspezifische Elemente wie Visuals, Claims, einen Trailer und kurze Videos. Über unsere Social-Media-Karrierekanäle teilen wir Inhalte zu Momenten aus dem Arbeitsalltag unserer Mitarbeiter:innen, die potenziellen Bewerber:innen die vielfältigen Job- und Entwicklungsmöglichkeiten bei der ProSiebenSat.1 Group aufzeigen sollen.

Zur Ansprache von Bewerber:innen setzen wir zudem eine Auswahl sich ergänzender Employer-Branding-Maßnahmen um. Als zentrales Element fungiert unsere Karriere-Webseite, die wir 2022 basierend auf unserer Arbeitgeberpositionierung weiterentwickelt haben. Beispielsweise wurde sie um die Seite „Why Work With Us“ erweitert, auf der wir potenziellen Bewerber:innen relevante Inhalte zu unseren Unternehmenswerten und Vorzügen als Arbeitgeber zur Verfügung stellen. Auf der Webseite veröffentlicht der Konzern nicht nur konkrete Stellenangebote, sondern gewährt gleichzeitig Einblicke in die Arbeitswelten der ProSiebenSat.1 Group. So haben wir im Berichtsjahr beispielsweise den Aufbau unserer News-Redaktion in einem Video-Blog auf der Karriereseite begleitet. Darüber hinaus informieren wir Talente auf dem ProSiebenSat.1-Karriere-Blog und unseren Social-Media-Kanälen mit Storys und teilen Impressionen aus dem Konzern. 2022 haben wir unseren Arbeitgeber-Podcast „Hausgemacht – der ProSiebenSat.1 careers-Podcast“ herausgebracht. Im Podcast stellen wir Mitarbeiter:innen aus verschiedenen Konzernbereichen und deren Arbeitswelt vor.

→ karriere.prosiebensat1.com

Da unsere Zielgruppen sehr divers sind, verfolgen wir neben einer allgemeinen Employer-Branding-Strategie auch spezifische Strategien für die besonders relevanten Bereiche Tech & Data; Finance, Investment, M&A; Content & Creative sowie Sales. Für diese Kernzielgruppen haben wir jeweils einen spezifischen Mix an Employer-Branding-Maßnahmen definiert. Mit der Aktion „Tech for Ukraine“ richten wir uns beispielsweise gezielt an Tech-Expert:innen aus der Ukraine: Dazu informieren wir auf einer Landing Page auf der Karriereseite über unsere englischsprachigen IT-Jobangebote und inserieren Stellenangebote auf Job-Portalen, die Ukrainer:innen bei der Jobsuche unterstützen. Mit zielgruppenspezifischen Employer-Branding-Events und über Netzwerke wie „Women in Big Data“ wollen wir die ProSiebenSat.1 Group in Deutschland zudem verstärkt auch bei Frauen als attraktiven Arbeitgeber positionieren.

Neben Veranstaltungen nutzen wir Sourcing-Kanäle wie Social Media, die Direktansprache von Talenten sowie Hochschulkooperationen, um mit potenziellen Kandidat:innen in Kontakt zu treten. So hat die ProSiebenSat.1 Group mit der Technischen Universität München im Berichtsjahr eine Semesterkooperation unter der Schirmherrschaft von Vorstandsmitglied Christine Scheffler durchgeführt. Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Transformationsprozesse eines Digitalkonzerns“ konnten die Studierenden an praxisnahen Vorträgen teilnehmen und an konkreten Projekten aus unterschiedlichen Konzernbereichen arbeiten.

Auf Gruppenebene haben sich 2022 durchschnittlich 46,8 Personen (Vorjahr: 36,3) auf eine ausgeschriebene Professional-Stelle beworben. Die Frühfluktuationsquote betrug 6,0 Prozent (Vorjahr: 14,4%). Diese ist als Anteil der eingestellten Mitarbeiter:innen definiert, die das Unternehmen aufgrund von Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsvertrages innerhalb von sechs Monaten nach Einstellung verlassen. ▲ GRI 401-1

Mitarbeiterentwicklung und -bindung

▼ 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. Im Berichtsjahr verzeichnete der Konzern durchschnittlich 7,4 Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter:in (Vorjahr: 6,3 Stunden) und 9,4 Weiterbildungsstunden pro Führungskraft (Vorjahr: 9,5 Stunden). Eine wesentliche Rolle bei der Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen spielt unsere interne P7S1 Academy, deren Schulungsangebot für Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum 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 Kollaborationstools 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. 2022 hat die ProSiebenSat.1 Group eine Kooperation mit der Urban Sports GmbH („Urban Sports Club“) abgeschlossen, die es unseren Beschäftigten in Deutschland ermöglicht, das Sport-, Bewegungs- und Wellnessangebot zu einem vergünstigten Preis zu nutzen. Familienorientierte Dienstleistungen sowie unsere betriebseigene Kindertagesstätte am Standort Unterföhring ergänzen das Angebot. Außerdem kooperiert die ProSiebenSat.1 Group mit einem externen Dienstleister, der Angebote von Kinderbetreuung, Coaching in schwierigen Lebenslagen sowie Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen vermittelt. Durch unser etabliertes Mitarbeiteraktienprogramm „MyShares“ in Deutschland profitieren Mitarbeiter:innen zudem finanziell vom Verbleib im Unternehmen. Im Berichtsjahr wurde der Arbeitgeberzuschuss in Form von Zuschussaktien im Wert von bisher 360 Euro auf nunmehr 480 Euro erhöht.

Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Remote Work sowie Teilzeitarbeit möchten wir die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben stärken und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen. Zum Jahresende 2022 belief sich der Anteil der Teilzeitmitarbeiter:innen auf 18,2 Prozent (Vorjahr: 17,7%). In unseren deutschen Gesellschaften betrug die Quote 18,9 Prozent nach 18,3 Prozent im Vorjahr.

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 ein attraktives und zeitgemäßes Arbeitsumfeld zu bieten, haben wir bereits 2021 begonnen, die hybride Arbeitswelt der ProSiebenSat.1 Group zu gestalten. 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 Zwölf-Monats-Zeitraums für 30 Arbeitstage in elf ausgewählten EU-Ländern mobil zu arbeiten.

Die Fluktuationsrate im Konzern sank im Berichtsjahr auf 15,0 Prozent (Vorjahr: 16,5%). In unseren deutschen Gesellschaften betrug sie 14,9 Prozent nach 16,2 Prozent im Vorjahr. Bei der Berechnung der Fluktuationsrate wird die Anzahl der Austritte aufgrund von Kündigungen und Aufhebungsverträgen im Berichtszeitraum durch die Anzahl der Mitarbeiter:innen zum Stichtag 31. Dezember dividiert. Austritte aufgrund von Befristungen, Ausbildungsende, Renteneintritt oder Tod werden dabei nicht berücksichtigt. ▲ **GRI 2-7, GRI 401-1, GRI 404-1**

Führungskräfteentwicklung

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

Durch Trainingsangebote möchten wir unsere Führungskräfte dazu befähigen, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten im Hinblick auf die Führungsarbeit weiterzuentwickeln. Vor allem auf der Top-Management-Ebene spielen die Kompetenzen eine besondere strategische Rolle. Eigens für diese Zielgruppe wurde das Programm „Leading in times of uncertainty“ entwickelt. Es beinhaltet neben einer standardisierten Analyse des Führungsverhaltens auch erlebnisorientierte Aufgaben und interaktive Diskussionen, um den eigenen Führungsstil zu optimieren. So sollen bereits im Training die Selbstreflexion und Handlungsfähigkeit gestärkt und in daran anknüpfenden individuellen Coachingsessions weiter unterstützt werden. Durch die COVID-19-Pandemie hat hybrides Führen stark an Bedeutung gewonnen. Um unsere Führungskräfte bei der Führung und Zusammenarbeit in hybriden Teams bestmöglich zu unterstützen, haben wir 2022 das Training „Hybride Teams führen“ initiiert. Im Kontext von hybridem Führen sehen wir das Erkennen und den professionellen Umgang mit psychischen Belastungen von Mitarbeiter:innen als zentral an. Deshalb wurde im Berichtsjahr erstmals ein spezifisches Angebot für Führungskräfte zum Thema „Peer Support for Mental Health“ angeboten. Ziel ist es, psychische Belastungen von Mitarbeiter:innen zu erkennen und adäquat zu handeln. Durch hybride Arbeitsmodelle haben sich auch die Anforderungen an die Kommunikationsfähigkeiten von Führungskräften verändert. Daher möchten wir im Rahmen unseres Trainings „Mastering Leadership Conversations“ zudem die Kommunikationskompetenzen unserer Führungskräfte stärken und vermitteln beispielsweise Strategien für eine zielführende Kommunikation und überzeugende Gesprächsführung. Darüber hinaus sehen wir es als wichtigen

Bestandteil von guter Führung an, unbewusste Vorurteile zu erkennen. Mit unserem Trainingsangebot „Unconscious Bias“ sensibilisieren wir Führungskräfte hierfür. Weitere Schwerpunkte des Trainings sind die Bedeutung von Vielfalt im Unternehmen sowie eines fairen Miteinanders.

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

Ein weiteres Element unserer Führungskräfteentwicklung ist deren Vernetzung über alle Segmente hinweg. Den Dialog unter Führungskräften möchten wir durch Impuls- und Austauschformate fördern. Von Beginn an bieten wir neuen Führungskräften die Möglichkeit, sich im Rahmen der Onboarding-Veranstaltung „Leadership@P7S1“ zu vernetzen. In der regelmäßig stattfindenden „Leadership Hour“ schaffen wir Raum für kontinuierlichen Austausch und geben ergänzende Impulse. Unseren weiblichen Führungskräften aus den Konzerngesellschaften vor allem am Standort Unterföhring bietet das interne Netzwerk „LeadingWomen@P7S1“ eine zusätzliche Möglichkeit, sich auszutauschen. ▲

ÜBERSICHT MITARBEITERKENNZAHLEN

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

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

	2022	2021
Geschlecht		
Frauen	8,4	6,6
Männer	6,4	5,9
Divers	—	—
	7,4	6,3
Management		
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	9,8	8,0
Weitere Führungskräfte	9,2	10,2
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	7,1	5,8
	7,4	6,3
Bereich		
Herstellung	5,5	5,9
Verwaltung	10,0	7,9
Vertrieb	7,0	5,0
	7,4	6,3

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

Aufgrund der Ausweitung der Berichtsgrenzen und der damit verbundenen rückwirkenden Erhebung der Daten war eine vollständige Erfassung der Trainingsstunden bei einzelnen Gesellschaften im Vorjahr nicht möglich.

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

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

	2022			2021		
	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt
Geschlecht						
Frauen	1.007	2.832	3.839	928	2.681	3.609
Männer	387	3.437	3.824	380	3.394	3.774
Divers	—	3	3	—	—	—
	1.394	6.272	7.666	1.308	6.075	7.383
Region						
Deutschland	1.223	5.260	6.483	1.148	5.138	6.286
Österreich/Schweiz	162	415	577	152	397	549
USA	2	392	394	3	384	387
UK	—	30	30	1	30	31
Sonstige	7	175	182	4	126	130
	1.394	6.272	7.666	1.308	6.075	7.383

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

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

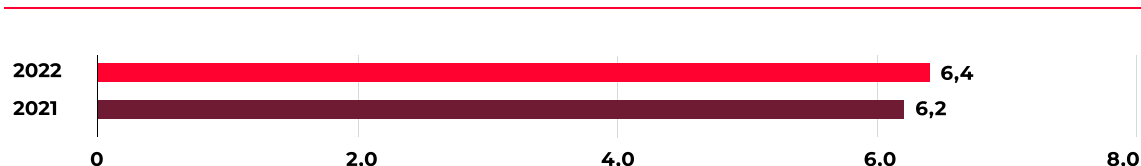
Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) in Prozent

	Fluktuationsrate	
	2022	2021
Alter		
<30 Jahre	21,0	24,9
30–50 Jahre	14,7	15,3
>50 Jahre	6,0	7,9
	15,0	16,5
Geschlecht		
Frauen	13,8	16,5
Männer	16,2	16,5
Divers	33,3	—
	15,0	16,5
Region		
Deutschland	14,9	16,2
Österreich/Schweiz	12,5	11,7
USA	18,5	22,5
UK	46,7	87,1
Sonstige	14,8	17,7
	15,0	16,5

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

in Jahren zum 31. Dezember



Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

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

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

	befristet		unbefristet	
	2022	2021	2022	2021
Geschlecht				
Frauen	586	657	3.253	2.952
Männer	363	465	3.461	3.309
Divers	—	—	3	—
	949	1.122	6.717	6.261
Region				
Deutschland	921	1.098	5.562	5.188
Österreich/Schweiz	21	18	556	531
USA	—	3	394	384
UK	2	2	28	29
Sonstige	5	1	177	129
	949	1.122	6.717	6.261

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

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

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount)

	Eintritte		Eintrittsrate ¹	
	2022	2021	2022	2021
Alter				
<30 Jahre	698	724	43,0%	45,9%
30–50 Jahre	814	921	16,0%	18,6%
>50 Jahre	62	116	6,5%	13,6%
	1.574	1.761	20,5%	23,9%
Geschlecht				
Frauen	858	883	22,3%	24,5%
Männer	713	878	18,6%	23,3%
Divers	3	—	100,0%	—
	1.574	1.761	20,5%	23,9%
Region				
Deutschland	1.323	1.496	20,4%	23,8%
Österreich/Schweiz	107	105	18,5%	19,1%
USA	84	115	21,3%	29,7%
UK	13	18	43,3%	58,1%
Sonstige	47	27	25,8%	20,8%
	1.574	1.761	20,5%	23,9%

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One 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. Seit Beginn der Pandemie im März 2020 arbeitet unser Krisenstab, die sogenannte „COVID-19-Taskforce“, 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 Beschäftigten bis inklusive Mai 2022 mobil von zuhause aus. Mitarbeiter:innen der sogenannten kritischen Infrastruktur aus dem Sendebereich waren während der gesamten Pandemie weiterhin am Campus in Unterföhring tätig. Um einen bestmöglichen Schutz der Mitarbeiter:innen vor Ort zu gewährleisten, haben wir daher Präventionsmaßnahmen wie UV-

Luftfilter in den Regieräumen und Studios sowie CO₂-Ampeln in Konferenzräumen installiert. Nach dem Rückgang der Infektionszahlen haben wir ab Juni 2022 allen Mitarbeiter:innen die Rückkehr an den Campus in Unterföhring ermöglicht. Die COVID-19-Taskforce bewertet aktuelle Entwicklungen kontinuierlich hinsichtlich bestimmter Kriterien, wie einem sprunghaften Anstieg von COVID-19-Infektionen in der Bevölkerung oder der Belegschaft. Bei Bedarf werden die Maßnahmen entsprechend angepasst. Die Taskforce steht zudem mit den verschiedenen Firmenstandorten im Austausch. Auch in diesem Jahr bestand für unsere Mitarbeiter:innen das Angebot einer COVID-19-Schutzimpfung. Ferner gab es im Herbst 2022 für unsere Beschäftigten die Möglichkeit, sich gegen Grippe impfen zu lassen.

Auch über die COVID-19-Pandemie hinaus genießt die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen hohe Priorität. Wir sind uns weiterer potenzieller Gesundheitsrisiken bewusst, die beispielsweise durch arbeitsbedingten Stress oder mangelnde Bewegung entstehen können. Aus diesem Grund haben wir unser betriebliches Gesundheitsmanagement „P7SI cares for you“ für die Konzerngesellschaften vor allem am Standort Unterföhring etabliert. Dieses besteht aus den drei Säulen Arbeitsschutz, betriebliches Eingliederungsmanagement sowie betriebliche Gesundheitsförderung. Darunter bündelt der Konzern eine Reihe von Maßnahmen: Neben einem speziellen Programm zum betrieblichen Eingliederungsmanagement, flexiblen Arbeitszeiten und Sabbaticals zählen dazu auch präventive Angebote zur physischen und mentalen Gesundheit.

Da insbesondere durch Remote Work die Eigenverantwortung im Umgang mit persönlichen Ressourcen gestiegen ist, haben im Berichtsjahr sowohl im Frühjahr als auch im Herbst erneut die „P7SI Mental Health Days“ stattgefunden. In deren Rahmen hatten Mitarbeiter:innen in Deutschland die Möglichkeit an Vorträgen, Workshops und Trainings zu Themen wie Achtsamkeit, Resilienz oder dem Umgang mit Stress teilzunehmen. Gleichzeitig möchte der Konzern damit einen offenen Umgang mit dem Thema Mentale Gesundheit und dessen Entstigmatisierung fördern. Anlässlich der „Mental Health Days“ im Herbst wurde zudem ein Pilotprojekt mit Instahelp, einer Online-Plattform für psychologische Beratung, umgesetzt. In einem achtwöchigen Kooperationszeitraum konnten Mitarbeiter:innen das Angebot der Plattform in Anspruch nehmen. **GRI 403-1, GRI 403-3, GRI 403-6**

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value)

▼ Mit unseren Entertainment- und Commerce-Angeboten sprechen wir über alle Plattformen hinweg jeden Tag viele 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. Die eigenen Online-Kanäle werden von knapp 12 Mio Unique Usern genutzt. Mit über 30 Mio App-Downloads und über 4 Mio Unique Usern im Monat hat sich unsere deutsche Streaming-Plattform Joyn nach nur drei Jahren fest im Markt etabliert. Der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender betrug im Berichtsjahr 24,9 Prozent (Vorjahr: 25,5%) bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen. Allein auf YouTube erreichte die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 im Geschäftsjahr 2022 mit rund 1.250 Kanälen weltweit 11,8 Mrd Video Views pro Monat (Vorjahr: 10,7 Mrd Video Views). 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** → **Rahmenbedingungen des Konzerns**

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 Akteur:innen 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 Abs. 5 MStV durch die Landesmedienanstalten. Hier wurden ProSieben, SAT.1 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 auch junge Zielgruppen zu erreichen. Das Group Sustainability Office sowie die Sustainability-Verantwortlichen in den drei Segmenten setzen sich für den Ausbau von Public-Value-Inhalten in allen Programmen und auf allen Plattformen ein, indem sie die Nachhaltigkeitsstrategie im Konzern kommunizieren und den kontinuierlichen Dialog mit den relevanten Schnittstellen im Konzern vorantreiben.

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 über 60 journalistisch arbeitenden Mitarbeiter: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. Für weitergehende Erläuterungen zu journalistischen Sorgfaltspflichten sowie der Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit verweisen wir auf den Abschnitt:

→ **Governance & Compliance**

Auch jenseits klassischer Nachrichtenformate wollen wir gesellschaftlich und politisch 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 PULS 4-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“.

Auch die Segmente Dating & Video und Commerce & Ventures nehmen sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung an und wollen mit Initiativen und Kampagnen auf gesellschaftlich relevante Themen aufmerksam machen. In unserem Segment Dating & Video hat sich der Dating-Anbieter Parship zu Jahresbeginn 2022 von seinem langjährigen Slogan „Alle 11 Minuten verliebt sich ein Single auf Parship“ verabschiedet und stattdessen einen Neustart für ein gesünderes Online-Dating ausgerufen: Mit der wachsenden Popularität von Online-Dating zeigen sich immer deutlicher auch die branchenweiten Herausforderungen der Online-Dating-Industrie. Die von Parship initiierten Marktforschungsstudien zeigen, dass Themen wie Ghosting oder unpersönliche Nachrichten zu den häufigsten negativen Erfahrungen im Online-Dating zählen und während der Pandemie noch einmal zugenommen haben. Mithilfe der Studie sowie Interviews mit Singles konnten zudem zentrale Bedürfnisse wie Authentizität, Verbindlichkeit, Wertschätzung und Sicherheit identifiziert werden. Um diese Bedürfnisse zu bedienen, hat Parship mit einer breit angelegten Kampagne unter dem Motto „Healthy Dating“ zu mehr Wertschätzung, Authentizität und Sicherheit beim Online-Dating aufgerufen. Gleichzeitig hat Parship die Plattform selbst überarbeitet, etwa durch einen Sicherheitscheck bei der Anmeldung, ein „Message Quality“-Feature, das bei Erstnachrichten eine Mindestlänge von sieben Wörtern fordert und Copy & Paste deaktiviert, sowie eine No-Filter-Policy, die stark bearbeitete Profilfotos nicht zulässt. All dies soll für ein sicheres, positiveres und authentisches Dating-Erlebnis auf Parship sorgen.

In unserem Segment Commerce & Ventures informierten Expert:innen von wetter.com im Rahmen der „Green Seven Week“ täglich zu Klima-Nachrichten und ordneten diese ein. Zudem stellt wetter.com neben aktuellen Wetter-Nachrichten auch Hintergrundinformationen zu Entwicklungen und Geschehnissen rund um die Themen Umwelt, Klima und Klimawandel zur Verfügung. Der Online-Beauty-Anbieter Flaconi hebt auf seiner Website mit der Initiative „Conscious Care“ tierversuchsfreie, vegane, umweltfreundliche oder naturbasierte Produkte hervor und ermöglicht es Kund:innen, nach den entsprechenden Kriterien zu filtern. Außerdem können Kund:innen seit 2022 statt eines Neukaufs für einige Produkte Refill-Varianten bestellen, wodurch Flaconi den nachhaltigen Mehrfach-Gebrauch von Verpackungen, etwa bei Parfüm, fördert.

Des Weiteren stellt ProSiebenSat.1 gemeinnützigen Organisationen Mediavolumen stark rabattiert oder pro Bono zu Verfügung, im Einzelfall im bis zu siebenstelligen Euro-Bereich. Als Gründungsmitglied fördert die ProSiebenSat.1 Group so unter anderem den Verein startsocial bereits seit 2001. Neben Förderung in Form von Mediavolumen unterstützen Mitarbeiter:innen die Initiative seit mehreren Jahren ehrenamtlich als Coaches, Jurymitglieder sowie im Beirat. startsocial fördert bundesweit ehrenamtliches soziales Engagement und vergibt unter der Schirmherrschaft des deutschen Bundeskanzlers Auszeichnungen und Beratungstipendien an herausragende ehrenamtliche Initiativen.

In verschiedenen gemeinnützigen, lokalen Initiativen oder unternehmensinternen ehrenamtlichen Projekten setzen sich unsere Mitarbeiter:innen konzernweit und zusätzlich zu ihrer Tätigkeit bei der ProSiebenSat.1 Group aktiv für weitere Klima- und Umweltschutz- sowie soziale Projekte ein. Zudem organisieren der Konzern, Tochterunternehmen sowie Mitarbeiter:innen regelmäßig Spendenaktionen für gemeinnützige Organisationen.

Um in Zusammenarbeit mit Wissenschaftsvertreter:innen weitere wichtige Themen und Handlungsfelder im Bereich Public Value zu diskutieren, beteiligte sich ProSiebenSat.1 im Geschäftsjahr 2022 an einer von der MaLisa Stiftung initiierten und von der Universität Rostock umgesetzten Studie mit dem Titel „Klima und Biodiversität. Eine Programmanalyse und Rezeptionsstudie zum deutschen TV-Programm“. Die Ergebnisse der Studie werden im Jahr 2023 veröffentlicht.

Als Gründungsmitglied des Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern, der im Oktober 2022 auf den „Medientagen München“ öffentlich vorgestellt wurde, wollen wir zudem 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.

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 2022 traf sich der Beirat zu vier Sitzungen, wobei regelmäßig ein Update zur Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group gegeben wurde.

Für ihr Engagement hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2022 eine konzernweite Dachmarke geschaffen. Unter der Marke #OneTomorrow trägt der Konzern seine Nachhaltigkeits-Aktivitäten über den gesamten Konzern hinweg sowohl nach Innen als auch nach Außen. #OneTomorrow bündelt dabei das gesamte Engagement aus den Säulen Gesellschaft & Public Value, Diversität & Inklusion sowie Klima & Umwelt. Dazu zählen neben Public-Value-Programmen und Initiativen in den Segmenten und im Konzern auch das gesellschaftliche Engagement der Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) mit Projekten wie der Crowdfunding-Kampagne #Flutwein für den Wiederaufbau der Weinregion Ahrweiler, die im Rahmen von #OneTomorrow die Plattformen der ProSiebenSat.1 Group genutzt hat. Da Nachhaltigkeit zunehmend auch die Werbekampagnen vieler großer Marken prägt, bietet #OneTomorrow zudem ausgewählten Werbekunden die Möglichkeit, Werbespots in CO₂-emissionsarm produzierten Umfeldern einzubuchen oder den CO₂-Fußabdruck für die Kampagnen zu berechnen. Diese Vielzahl an Initiativen und Projekten werden wir künftig mit der #OneTomorrow-Marke verbinden und über all unsere Kanäle kommunizieren. ▲

Anti-Diskriminierung

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

Alle Mitarbeiter:innen sind angehalten, Diskriminierungen oder Verstöße gegen im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zu melden. Ein zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen bestand bis Dezember des Jahres 2022 zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Die Möglichkeit, anonyme Meldungen abzugeben, wurde im Januar 2023 durch die Einführung eines elektronischen Hinweisgebersystems abgelöst. 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. 2022 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. Für die Weiterentwicklung des Diversity Managements, die gezielte Ausrichtung sowie die operative Umsetzung damit verbundener Maßnahmen ist die seit April 2022 bestehende und im Personalbereich angesiedelte Abteilung „Diversity & Inclusion“ zuständig. Mit den gruppenweit veröffentlichten „Diversity Principles“ möchten wir unser Engagement für Diversität und Inklusion deutlich machen. Sie bilden die Grundlage für unser Handeln, mit dem wir Toleranz und Vielfalt fördern wollen – in unserem Unternehmen und in der Gesellschaft. Wir verstehen dies als Aufgabe all unserer Mitarbeiter:innen sowie unserer Führungskräfte.

Zu diesem Handeln zählt auch die Weiterentwicklung unserer Inklusionsbemühungen. 2021 haben Konzernleitung und Betriebsrat eine Inklusionsvereinbarung mit der Schwerbehindertenvertretung geschlossen. Zum 1. Mai 2022 wurde eine Inklusionsbeauftragte ernannt. Darüber hinaus kooperiert die ProSiebenSat.1 Group das zweite Jahr in Folge mit myAbility, einem Talentprogramm, das Studierende und Akademiker:innen mit Behinderung und chronischen Erkrankungen im deutschsprachigen Raum durch Karriere-Coachings sowie Networking- und Job-Shadowing-Möglichkeiten fördert. Im Rahmen des Talentprogramms fand im Juli 2022 eine von myAbility durchgeführte „Sensibilisierungsschulung für Jobshadowing-Geber:innen“ statt. Die Teilnehmer:innen wurden insbesondere zum Umgang mit verschiedenen Behinderungsformen sensibilisiert. Am 3. Dezember 2022, dem Internationalen Tag von Menschen mit Behinderung, haben wir uns auch in diesem Jahr an der globalen Kampagne #PurpleLightUp beteiligt. Die Kampagne wird im deutschsprachigen Raum von myAbility als offiziellem Partner von PurpleSpace Ltd. („PurpleSpace“) unterstützt und soll auf die Notwendigkeit der ökonomischen Selbstbestimmung von Menschen mit Behinderung aufmerksam machen. Dabei wurden Mitarbeiter:innen mit einem Vortrag der Sozialheld*innen, einem gemeinnützigen Verein, der sich über Projektarbeit für soziale Gerechtigkeit einsetzt, für die Themen Inklusion, Barrierefreiheit und Ableismus sensibilisiert.

Zur Diversität unseres Unternehmens trägt ein möglichst ausgewogenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen und eine Vielfalt der Geschlechter in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. Zum 31. Dezember 2022 waren 50,1 Prozent (Vorjahr: 48,9%) der Mitarbeiter:innen im Konzern weiblich und 49,9 Prozent (Vorjahr: 51,1%) männlich. Der Anteil der Mitarbeiter:innen, die den Geschlechtseintrag divers gewählt haben, liegt aufgrund der geringen Anzahl bei rund 0,0 Prozent. In Führungspositionen war eine leichte Steigerung der Frauenquote von 35,0 Prozent auf 35,8 Prozent zu verzeichnen. 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. ▲ GRI 405-1

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

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

	Mitarbeiter:innen		Führungskräfte	
	2022	2021	2022	2021
Konzern				
Frauen	50,1	48,9	35,8	35,0
Männer	49,9	51,1	64,2	65,0
Divers	0,0	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
Deutschland				
Frauen	50,4	49,5	35,9	34,2
Männer	49,6	50,5	64,1	65,8
Divers	0,0	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSiebenSat.1 Media SE				
Frauen	63,8	61,3	43,9	34,4
Männer	36,2	38,7	56,1	65,6
Divers	—	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.

Zum 31. Dezember 2022 betrug das Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen in der ProSiebenSat.1 Group 37,7 Jahre (Vorjahr: 37,4 Jahre). Der Anteil der Mitarbeiter:innen mit ausländischer Nationalität belief sich auf 15,8 Prozent (Vorjahr: 14,9%).

▼ 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. Das Netzwerk nahm 2022 zum ersten Mal mit einem eigenen Paradowagen am Christopher Street Day in München teil. 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.

Seit Anfang des Jahres ist unsere Vorständin Christine Scheffler im Beirat der Initiative „BeyondGenderAgenda“ aktiv. BeyondGenderAgenda unterstützt die weitere Stärkung von Diversität und inklusiven Arbeitsumfeldern in der Kultur börsennotierter und mittelständischer Unternehmen.

Die ProSiebenSat.1 Group will mithilfe der Reichweite ihrer Entertainment-Angebote ein Zeichen für Vielfalt setzen. Beispiele aus dem Berichtsjahr 2022 sind die ProSieben-Programme zum Weltfrauentag, dem Internationalen Tag gegen Rassismus oder dem PRIDE-Day. Auf Initiative der Bremischen Landesanstalten haben sich 2021 zudem die Medienhäuser ARD, ZDF, Deutsche Welle, Deutschlandradio, RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 zusammengeschlossen und das Bündnis „Medien für Vielfalt“ gegründet. Das Bündnis steht für ein klares Bekenntnis zu Vielfalt in der Medienbranche. Im Rahmen einer Veranstaltung des Bündnisses „Medien für Vielfalt“ im April 2022 diskutierten Expert:innen verschiedene Punkte rund um die Themen Diversität und Inklusion. Die zentrale Frage dabei war, wie sich Medien gegen Rassismus und für die Vermittlung und Förderung von Toleranz, Respekt und Vielfalt einsetzen können und müssen. ▲

ÜBERSICHT DIVERSITÄTSKENNZAHLEN

▼ DIVERSITÄT UNTER ANGESTELLTEN / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

		2022	2021
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	Frauen	35	32
	Männer	65	68
Weitere Führungskräfte	Frauen	36	36
	Männer	64	64
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	Frauen	52	51
	Männer	48	49
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	<30 Jahre	1	2
	30–50 Jahre	81	82
	>50 Jahre	17	16
Weitere Führungskräfte	<30 Jahre	4	5
	30–50 Jahre	81	81
	>50 Jahre	15	14
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	<30 Jahre	24	24
	30–50 Jahre	64	65
	>50 Jahre	12	11
Herstellung	Frauen	45	44
	Männer	55	56
Verwaltung	Frauen	53	50
	Männer	47	50
Vertrieb	Frauen	56	54
	Männer	44	46
Herstellung	<30 Jahre	19	19
	30–50 Jahre	65	67
	>50 Jahre	15	15
Verwaltung	<30 Jahre	22	23
	30–50 Jahre	68	68
	>50 Jahre	11	9
Vertrieb	<30 Jahre	24	23
	30–50 Jahre	67	66
	>50 Jahre	10	11

Ohne internationale Beteiligungen der Seven.One Studios.
Mitarbeiter:innen, die den Geschlechtseintrag "divers" gewählt haben, werden aufgrund der geringen Anzahl zur Wahrung der Persönlichkeitsrechte nicht ausgewiesen.

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

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

	Vorstand		Aufsichtsrat	
	2022	2021	2022	2021
Geschlecht				
Frauen	25,0	33,0	37,5	37,5
Männer	75,0	67,0	62,5	62,5
Divers	—	—	—	—
	100,0	100,0	100,0	100,0
Alter				
<30 Jahre	—	—	—	—
30–50 Jahre	—	—	25,0	25,0
>50 Jahre	100,0	100,0	75,0	75,0
	100,0	100,0	100,0	100,0

Barrierefreie Angebote

Die ProSiebenSat.1 Group setzt sich für einen barrierefreien Zugang zu ihren Angeboten ein. Wir bieten unter anderem auf unseren Sendern untertitelte Programmflächen 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“ und Spielfilme auf ProSieben sowie 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: ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, sixx und ProSieben MAXX. Im Jahr 2022 beträgt der prozentuale Anteil der untertitelten Minuten am Gesamtprogramm (24 Stunden) des linearen Angebots im Jahresdurchschnitt auf ProSieben 48,2 Prozent, in SAT.1 27,5 Prozent, bei Kabel Eins 44,7 Prozent, auf sixx 32,7 Prozent und auf ProSieben MAXX 12,7 Prozent.

KLIMA & UMWELT

▼ Die ProSiebenSat.1 Group ist sich ihrer ökologischen Verantwortung bewusst. Deshalb möchten wir gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen und im Dialog mit unseren externen Stakeholdern unseren Beitrag zur Abschwächung des Klimawandels und zur Bewahrung unserer Umwelt leisten. Als zentrales, gruppenweites Ziel haben wir uns für 2030 die Klimaneutralität gesetzt. Wir verringern dafür seit der Aufstellung des Ziels im Jahr 2019 kontinuierlich unsere betrieblichen Emissionen. Im Jahr 2022 konnten wir diese gegenüber dem Vorjahr um 18 Prozent reduzieren.

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 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.

Neben der umweltfreundlichen Produktion setzt sich ProSiebenSat.1 auch inhaltlich in zahlreichen Formaten für Themen des Klimaschutzes ein, wie beispielsweise in der „Green Seven“-Week. Die Initiative beleuchtet seit 2009 jährlich umfassend aktuelle Umwelt- und Klimaschutzthemen, besonders für eine junge Zielgruppe. Mehr Informationen dazu befinden sich im Abschnitt:

→ **Gesellschaftliche Verantwortung**

Die operative Verantwortung für die Erfassung und Konsolidierung von Aktivitätsdaten im ökologischen Bereich liegt für den Hauptstandort bei der Abteilung Corporate Procurement & Real Estate sowie für die ProSiebenSat.1-Beteiligungen bei der jeweiligen Geschäftsführung. Für die CO₂-Bilanzierung, die Ermittlung weiterer berichteter Umweltkennzahlen sowie deren Reporting und Kommunikation ist das Group Sustainability Office zuständig, das auch organisatorisch für die Steuerung der Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zur Erreichung der klimabezogenen Unternehmensziele verantwortlich ist. ▲

Energie

▼ Der Gesamtenergieverbrauch innerhalb des Konzerns betrug im Berichtsjahr rund 33 Gigawattstunden (Vorjahr: 33 GWh). Die wesentlichen Verbräuche entfallen auf elektrische Energie (14 GWh) und den Bedarf an Wärme und Kälte (13 GWh). Der Energieverbrauch der Dienstwagenflotte lag bei 5 GWh. Über alle Kategorien lag der Anteil von Energie aus erneuerbaren Quellen am Gesamtverbrauch im Jahr 2022 bei 66 Prozent.¹

▼ INTENSITÄT DES ENERGIEVERBRAUCHS / GRI 302-3 ▲

	2022	2021 ¹	2020
Gesamtenergieverbrauch in GWh	33,26	33,43	36,67
_ davon Energie aus erneuerbaren Quellen	21,99	—	—
_ davon Energie aus nicht erneuerbaren Quellen	11,27	—	—
Umsatz in Mio Euro	4.163	4.495	4.047
Durchschnittliche FTE ²	7.501	7.956	7.128
Energieverbrauch/Umsatz			
in MWh/Mio Euro	7,99	7,44	9,06
Energieverbrauch/durchschnittliche FTE			
in MWh/durchschnittliche FTE	4,43	4,20	5,14

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte gemäß Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“.
2 Die Anzahl der durchschnittlichen Mitarbeiter:innen wird in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalents, FTE) dargestellt.

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 soweit möglich auf Warmwasser zu verzichten und nächtliche Beleuchtung zu reduzieren. ▲ **GRI 302-1, 302-3, 302-4**

1 Als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt ProSiebenSat.1 die ESG-Reporting-Struktur kontinuierlich weiter. In diesem Geschäftsjahr konnten u.a. erstmalig die Energieverbräuche der Standorte von Commerce&Ventures-Gesellschaften außerhalb Unterförings erhoben werden. Dies ermöglicht es uns, im Kapitel „Energie“ den Verbrauch des Gesamtkonzerns anzugeben. Da in der letzten Berichtsperiode nur Daten des Hauptstandortes enthalten waren, ist ein Vorjahresvergleich like-for-like nicht möglich.

Emissionen

▼ Die direkten Emissionen (Scope 1) der ProSiebenSat.1 Group resultierten 2022, wie im Vorjahr, überwiegend aus dem Ausstoß des Fuhrparks von ProSiebenSat.1. Der Konzern befindet sich in der schrittweisen Transformation, auf lokal emissionsfreie E-Mobilität umzustellen. Am Campus in Unterföhring gibt es über 80 Ladesäulen, der weitere Ausbau ist bereits beschlossen. Neben dem Laden von Dienstfahrzeugen ist auch die Nutzung für private Fahrzeuge von Mitarbeiter:innen vergünstigt möglich.

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

Die indirekten Emissionen durch die Erzeugung eingekaufter Energie (Scope 2) sanken im Vergleich zum Vorjahr um 663 t auf 1.373 tCO₂e². Dies ist neben den umgesetzten Energiesparmaßnahmen vor allem auf den Einsatz von mehr Elektrizität aus erneuerbaren Energien zurückzuführen. Nachdem der Hauptstandort Unterföhring seit 2019 ausschließlich elektrische Energie aus Wasserkraft bezieht, konnten wir in diesem Jahr weitere Standorte auf Stromversorgung aus 100 Prozent erneuerbaren Energien umstellen, wie zum Beispiel das Logistikzentrum von Flaconi in Halle (Saale) oder den Hauptstandort der The Meet Group, Inc. („The Meet Group“) in New Hope, USA.

Für die Wärmeversorgung am Hauptstandort Unterföhring wurde Fernwärme aus emissionsarmer Geothermie eingesetzt.

Die erfassten Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) betreffen neben Erzeugungs- und Übertragungsverlusten in der Energieversorgung (28 %) vor allem den Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen (33 %) sowie notwendige Geschäftsreisen (39 %). Durch die langsam einsetzende Normalisierung nach zwei durch die COVID-19-Pandemie geprägten Jahren stieg das Reise- und Pendelaufkommen wieder an, blieb aber weiterhin deutlich unter dem Ausstoß im Jahr 2019 (Geschäftsreisen 2019: 7.797 t; Pendelverkehr 2019: 6.474 t). Die weiteren Emissionskategorien des Scope 3 werden derzeit analysiert; wir planen, diese sukzessive 2023 in die CO₂-Bilanz aufzunehmen.

Insgesamt sanken die betrieblichen Emissionen (Scope 1, Scope 2) im Vergleich zum Vorjahr um 18 Prozent. Über alle erfassten Emissionskategorien (Scope 1, Scope 2, Scope 3) zeigt sich aufgrund der wieder erhöhten Mobilität ein Anstieg von 25 Prozent. Wie auch im letzten Jahr plant die ProSiebenSat.1 Group, 10 Prozent der Gesamtemissionen (Scope 1, Scope 2, Scope 3) durch den Kauf von Zertifikaten aus hochwertigen Klimaschutzprojekten zu kompensieren.

² Für das Reporting der Emissionen verwenden wir die Einheit CO₂-Äquivalente (CO₂e), eine Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung der unterschiedlichen Treibhausgase.

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

Treibhausgasemissionen (CO ₂ -Äquivalente), in Tonnen ¹	2022	Veränderung	2021	2020
Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen	1.618	0 %	1.615	1.599
– Fuhrpark ²	1.401	–12 %	1.596	1.560
– Notstromversorgung ³	25	32 %	19	40
– Stationäre Wärmeerzeugung ⁴	192	—	—	—
Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen⁵	1.373	–33 %	2.036	2.188
– Elektrizität ⁶	428	–45 %	775	1.054
– Fernwärme und Geothermie ⁷	946	–25 %	1.261	1.134
Scope 3 – Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen	8.399	53 %	5.495	5.797
– Nicht in Scope 1 und 2 enthaltene Brennstoffe und energiebezogene Aktivitäten	2.373	–1 %	2.405	1.898
– Durch betriebliche Abläufe entstehende Abfälle	18	6 %	17	23
– Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen	2.758	85 %	1.491	2.529
– Geschäftsreisen ^{8,9}	3.250	105 %	1.582	1.347
Betriebliche Emissionen (Scope 1 und 2)	2.991	–18 %	3.651	3.787
Gesamtemissionen (Scope 1, 2 und 3)^{10,11}	11.390	25 %	9.147	9.584

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 im Scope 1 und 2 beträgt 82 Prozent (Vorjahr: 75 %). Bei der Berechnung haben wir die market-based-Methode verwendet.

2 Ohne Autostrom.

3 Für die Notstromversorgung zum Betrieb der Sendeanlagen in Unterföhring wird leichtes Heizöl eingesetzt (Bezeichnung im CO₂-Fußabdruck des Vorjahrs: "Heizöl").

4 Durch die Ausweitung der Datenbasis u.a. auf die Commerce & Ventures-Gesellschaften außerhalb des Hauptstandorts Unterföhring wurden erstmals auch Gebäude mit stationärer Wärmeversorgung (Erdgas) identifiziert.

5 Die Scope-2-Emissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 6.599 tCO₂e (Vorjahr: 7.166 tCO₂e).

6 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Elektrizität betragen im Berichtszeitraum 4.477 tCO₂e (Vorjahr: 5.032 tCO₂e).

7 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Fernwärme und Geothermie betragen im Berichtszeitraum 2.123 tCO₂e (Vorjahr: 2.133 tCO₂e).

8 Flug, Bahn, Mietwagen, Taxi und ÖPNV.

9 In der Kategorie Geschäftsreisen wurden im Berichtszeitraum 599 tCO₂e (Vorjahr: 324 tCO₂e) kompensiert.

10 Die Gesamtemissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 16.616 tCO₂e (Vorjahr: 14.244 tCO₂e).

11 Die verbleibenden nicht-reduzierten und nicht-kompensierten Emissionen lagen im Berichtszeitraum bei 9.791 tCO₂e (Vorjahr: 8.823 tCO₂e).

Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen sind in den „Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck“ zu finden. ▲

→ Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck

▼ INTENSITÄT DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN / GRI 305-4 ▲

	2022	2021 ¹	2020
Treibhausgasemissionen in tCO ₂ e	11.390	9.147	9.584
Umsatz in Mio Euro	4.163	4.495	4.047
Durchschnittliche FTE ²	7.501	7.956	7.128
Treibhausgasemissionen/Umsatz			
in tCO ₂ e/Mio Euro	2,74	2,04	2,37
Treibhausgasemissionen/ durchschnittliche FTE			
in tCO ₂ e/durchschnittliche FTE	1,52	1,15	1,34

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte gemäß Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“.

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

Abfall

Abfall fällt bei ProSiebenSat.1 im Wesentlichen als Abfall aus Bürotätigkeiten und der Kantine an, da es keine Produktion von physischen Gütern gibt. Hinzu kommen Abfälle aus dem aktuellen Bauvorhaben am Hauptstandort Unterföhring. Die hier berichteten Abfälle stammen aus den eigenen Aktivitäten. Das Abfallaufkommen am Hauptstandort Unterföhring betrug im Berichtsjahr 487 t (Vorjahr: 527 t), 145 t (Vorjahr: 173 t) davon entfallen auf die Bauarbeiten für den „New

Campus“. Abfall, der nicht wiederverwertet werden kann, wird umweltgerecht entsorgt. 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 sank 2022 auf 0,4 t (Vorjahr: 6 t). Wie auch in den Berichtsperioden zuvor, wurden die Maßnahmen zur Müllreduzierung und Wiederverwendung von Materialien weiter intensiviert, beispielsweise durch die Einrichtung von Paperless-Office-Konzepten. **GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3**

Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung

▼ Die Europäische Kommission verfolgt mit dem „European Green Deal“ den Plan, die europäische Wirtschaft künftig nachhaltiger auszurichten und insbesondere Kapitalströme in nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten zu lenken. Um in diesem Sinne Wirtschaftstätigkeiten gemäß ihrer Nachhaltigkeit einstufen zu können, hat die Europäische Kommission mit der Taxonomie-Verordnung ein Klassifikationssystem geschaffen, das für Nichtfinanzielle Erklärungen und Berichte, die nach dem 1. Januar 2022 veröffentlicht werden, Anwendung findet. Die folgenden Erläuterungen und Tabellen geben unsere Auslegung der aktuellen Rechtslage zur EU-Taxonomie-Verordnung wieder.

Dabei ist zunächst im Hinblick auf die beiden Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ zu berichten, zu denen die EU-Kommission den sogenannten delegierten Rechtsakt „Klima“ nebst Anhängen veröffentlicht hat. Diese enthalten die Beschreibung sogenannter taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten. Taxonomiefähig ist eine Wirtschaftstätigkeit dann, wenn sie durch die Taxonomie-Verordnung (Verordnung (EU) 2020/852) abgedeckt, d.h. in den Anhängen des zugehörigen delegierten Rechtsakts „Klima“ aufgeführt ist und damit grundsätzlich das Potenzial hat, als nachhaltig im Sinne der Taxonomie-Verordnung (= taxonomiekonform) eingestuft zu werden. Taxonomiekonform ist die Wirtschaftstätigkeit erst dann, wenn die ebenfalls in den Anhängen zu findenden technischen Bewertungskriterien sowie Anforderungen an den sozialen Mindestschutz erfüllt werden. Die technischen Bewertungskriterien beziehen sich zum einen auf den wesentlichen Beitrag, den eine Wirtschaftstätigkeit für ein Umweltziel leisten muss, und zum anderen auf die Vermeidung einer erheblichen Beeinträchtigung der anderen Umweltziele (sogenannte Do No Significant Harm (DNSH) Kriterien). Im Vorjahr war gemäß einer Erleichterungsoption der EU lediglich die Taxonomiefähigkeit zu beurteilen. Im Folgenden wird beschrieben, wie die ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2022 ihre taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten hinsichtlich deren Taxonomiekonformität geprüft sowie anschließend die entsprechenden Taxonomie-KPIs bezogen auf Umsatzerlöse, Investitions- und Betriebsausgaben ermittelt hat.

Die im Vorjahr durchgeführte Analyse hinsichtlich taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten in den Bereichen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ wurde im Berichtsjahr aktualisiert und von verschiedenen Konzernvertreter:innen revalidiert. Es hat sich bezüglich der Taxonomiefähigkeit der Wirtschaftstätigkeiten des Konzerns keine Änderung zur Einschätzung gegenüber dem Vorjahr ergeben.

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

können nach unserer Auffassung nur Ausgaben geltend gemacht werden, die anfallen, um eine Tätigkeit klimaresilient zu machen, also um die wichtigsten physischen Klimarisiken zu reduzieren.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Tätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel „Klimaschutz“ als taxonomiefähig identifiziert, die im Zusammenhang mit Investitions- und Betriebsausgaben stehen. Diese beziehen sich bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen auf Ausgaben für Fuhrpark (Tätigkeit 6.5. im delegierten Rechtsakt „Klima“), Neubauten, Sanierungen, Ausgaben für Instandhaltung und Reparatur von Vermögenswerten (Tätigkeiten 7.1. bis 7.7. im delegierten Rechtsakt „Klima“) sowie für Rechenzentren (Tätigkeit 8.1. im delegierten Rechtsakt „Klima“). Alle relevanten Investitionsprojekte wurden hinsichtlich einer Zuordnung zu diesen Tätigkeiten geprüft und entsprechend im konzernweiten Konsolidierungs- und Reporting-System gekennzeichnet, um die Erfassung der zugehörigen Investitionsausgaben zu ermöglichen. Alle Sachverhalte konnten hierbei eindeutig zugeordnet werden, sodass es zu keinen Doppelzählungen gekommen ist.

Da es sich bei den identifizierten Tätigkeiten ausschließlich um zugekaufte Produkte und Dienstleistungen von Dritten handelt, müssen für die Nachweiserbringung hinsichtlich der Taxonomiekonformität die entsprechenden Informationen grundsätzlich bei diesen Geschäftspartnern abgefragt werden. Die Rückmeldungen zu den Abfragen hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des wesentlichen Beitrags, der DNSH-Kriterien und des Mindestschutzes waren jedoch nicht umfassend genug, um für das Geschäftsjahr 2022 eine Schlussfolgerung der Taxonomiekonformität zuzulassen. Daher kann die ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2022 keine taxonomiekonformen KPIs ausweisen. ▲

▼ 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 2022 keine Umsatzerlöse aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten identifiziert. ▲

→ Ertragslage des Konzerns

▼ UMSATZERLÖSE 2022 ▲

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

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							
		Absoluter Umsatz	Anteil Umsatz	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme
		in Mio Euro	in %	in %	in %	in %	in %	in %	in %
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—						
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		—	—						
Summe (A.1 + A.2)		—	—						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		4.163	100,0						
Summe (A + B)		4.163	100,0						

▼ UMSATZERLÖSE 2022 ▲

DNSh-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")

Wirtschaftstätigkeiten	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Mindestschutz	Taxonomiekonformer Anteil Umsatz 2022	Taxonomiekonformer Anteil Umsatz 2021	Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten)	Kategorie (Übergangstätigkeiten)
								Umsatz	Umsatz	E	T
								in %	in %		
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten											
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)											
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)											
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)											
Summe (A.1 + A.2)								—			
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten											
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)											
Summe (A + B)											

INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX)

▼ Die Investitionsausgaben der ProSiebenSat.1 Group setzen sich aus den Zugängen zum Programmvermögen, sonstigen immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen zusammen. Im Geschäftsjahr 2022 gab es Zugänge durch Änderungen im Konsolidierungskreis. Diese sind entsprechend berücksichtigt.

Die taxonomiefähigen Investitionsausgaben stehen im Zusammenhang mit dem Fuhrpark der Gruppe, Neubauten oder Sanierungen, Rechenzentren sowie Ausgaben für Wartung und

Instandhaltung von Vermögenswerten. Den größten Beitrag leistet dabei der Campus-Neubau in Unterföhring.

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

Eine mögliche Taxonomiekonformität dieser Tätigkeiten ließ sich auf Grund der noch unzureichenden Informationslage durch die Geschäftspartner nicht bestätigen. Für das Geschäftsjahr 2022 hat die ProSiebenSat.1 Group keine Ausgaben im Zusammenhang mit dem Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ identifiziert. ▲

→ Konzern-Anhang, Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) 2022 ▲

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

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Absoluter CapEx in Mio Euro	Anteil CapEx in %	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
				Klimaschutz in %	Anpassung an den Klimawandel in %	Wasser- und Meeresressourcen in %	Kreislaufwirtschaft in %	Umweltverschmutzung in %	Biologische Vielfalt und Ökosysteme in %
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—						
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	6.5.	2	0,2						
Neubau	7.1.	53	4,5						
Renovierung bestehender Gebäude	7.2.	0	0,0						
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	7.3.	2	0,2						
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	7.4.	0	0,0						
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	7.5.	0	0,0						
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	7.7.	16	1,4						
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	8.1.	6	0,5						
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		80	6,8						
Summe (A.1 + A.2)		80	6,8						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		1.099	93,2						
Summe (A + B)		1.179	100,0						

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) 2022 ▲

DNSH-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")											
Wirtschaftstätigkeiten	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Mindestschutz	Taxonomie-konformer Anteil CapEx 2022	Taxonomie-konformer Anteil CapEx 2021	Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten)	Kategorie Übergangstätigkeiten
								in %	in %	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten											
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)											
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)											
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)											
Summe (A.1 + A.2)								—			
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten											
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)											
Summe (A + B)											

BETRIEBSAUSGABEN (OPEX)

▼ Die Betriebsausgaben gemäß der Definition der EU-Taxonomie, im Wesentlichen nicht aktivierte Ausgaben für Wartung und Instandhaltung von Sachanlagen sowie Forschung und Entwicklung, beliefen sich für die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr auf 29 Mio Euro. Diese Ausgaben sind im Kontext der Gesamtausgaben der Gruppe nicht wesentlich (<1%). Somit gibt es keine wesentlichen Betriebsausgaben im Zusammenhang mit taxonomiefähigen oder -konformen Aktivitäten. ▲

▼ BETRIEBSAUSGABEN (OPEX) 2022 ▲

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

Wirtschaftstätigkeiten	Code(s)	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag								
		Absoluter OpEx	Anteil OpEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt und Ökosysteme	
		in Mio Euro	in %	in %	in %	in %	in %	in %	in %	
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten										
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)										
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		—	—							
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)										
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		—	—							
Summe (A.1 + A.2)		—	—							
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten										
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		29	100,0							
Summe (A + B)		29	100,0							

▼ **BETRIEBSAUSGABEN (OPEX) 2022** ▲

DNSH-Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")											
Wirtschaftstätigkeiten	Klima-	Anpass- ung an den Klima- wandel	Wasser- und Meeres- ressour- cen	Kreislauf- wirt- schaft	Umwelt- ver- schmutz- ung	Bio- logische Vielfalt und Öko- systeme	Mindest- schutz	Taxo- nomie- konfor- mer Anteil OpEx 2022	Taxo- nomie- konfor- mer Anteil OpEx 2021	Kategorie (ermög- lichende Tätig- keiten)	Kategorie Über- gangs- tätig- keiten
	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	in %	in %	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten											
A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)											
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)								—			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)											
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)											
Summe (A.1 + A.2)								—			
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten											
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)											
Summe (A + B)											

GOVERNANCE & COMPLIANCE

Zu den zentralen Handlungsfeldern der ProSiebenSat.1-Nachhaltigkeitsstrategie gehören 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.

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

▼ Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group im Bereich Compliance insbesondere auf die Themen Geldwäscheprevention, 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 Officer (UCO) bestellt, die dort für das CMS zuständig sind und direkten Kontakt mit den jeweiligen Fachexpert:innen haben. Die Delegation von Compliance-Verantwortlichkeiten ist in der Richtlinie „Compliance-Management-System“ geregelt. Die Verantwortlichkeiten und Aufgabenbereiche in den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften, die Errichtung eines konzernweit einheitlichen Melde- und Berichtssystems

und die Zusammenarbeit zwischen den Gesellschaften und Group Compliance werden auf diese Weise klar zugewiesen. Die Verantwortlichkeit für Kartellrecht ging im Rahmen der Aktualisierung der Delegation im Jahr 2021 von Group Compliance auf Legal Affairs über. Die nachfolgenden Angaben beziehen sich dennoch auch auf kartellrechtliche Bestimmungen.

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter:innen Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und weiteren Dritten. Der neue Verhaltenskodex trat im Januar 2022 in Kraft und ersetzt den bisherigen Kodex als verbindendes Element über alle Segmente der ProSiebenSat.1 Group hinweg.

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen bestand bis Dezember des Jahres 2022 zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Die Möglichkeit, anonyme Meldungen abzugeben, wurde im Januar 2023 durch die Einführung eines elektronischen Hinweisgebersystems abgelöst. Dieses bildet auch das Beschwerdeverfahren unter dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG) ab. Für alle Meldungen, unabhängig vom gewählten Meldeweg, gilt, dass der Chief Compliance Officer die Unternehmensleitung über Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle, die sich bei vorläufiger interner Bewertung als möglicherweise begründet herausstellen bzw. ein besonders hohes Schadenspotential haben, unverzüglich informiert.

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

→ [Erklärung zur Unternehmensführung](#)

Die ProSiebenSat.1 Group hat zudem ein Compliance-Schulungskonzept implementiert, das sowohl Online-Trainings als auch Präsenzs Schulungen vorsieht. Die Online-Trainings sind grundsätzlich für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend und sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Die Online-S Schulungen müssen alle zwei Jahre wiederholt werden, die Online-Schulung „Arbeitssicherheit“ jährlich. Präsenzs Schulungen, die auch 2022 überwiegend virtuell stattfanden, werden gezielt auf Risikogruppen ausgerichtet und 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 Geschäftsführenden der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten sowie die relevanten Rechtsgrundlagen zu geben. ▲
GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-26

COMPLIANCE-SCHULUNGEN GRI 2-26

Thema	2022			2021		
	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)	6	193	—	5	114	—
Compliance ²	18	245	—	5	48	—
Kartellrecht	2	41	5.188 ¹	—	—	6.549 ¹
Geldwäsche	2	67	—	—	—	—
Sanktionen & Embargos	1	25	—	—	—	—
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), Arbeitsrecht	1	7	3.280	5	55	5.544
Datenschutz	24	545	3.498	19	385	5.876
Informationssicherheit	—	—	6.344	—	—	3.243
Jugendschutz	2	24	417	4	62	376
Arbeitsschutz	—	—	7.360	—	—	7.385
Steuerrecht	3	4	—	4	7	—
Geschäftsführer-Seminare	7	48	—	4	47	—

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

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

Die ProSiebenSat.1 Group fällt mit Wirkung zum 1. Januar 2023 in den Anwendungsbereich des LKSG. Das LKSG verpflichtet deutsche Unternehmen zum Schutz von Menschen- und Umweltrisiken in ihrer Lieferkette (einschließlich des eigenen Geschäftsbereichs). Die ProSiebenSat.1 Group hat im Laufe des Jahres 2022 ein fachbereichsübergreifendes Projekt aufgesetzt und plant, im Rahmen ihrer Berichtspflichten nach § 10 LKSG jährlich öffentlich hierzu zu berichten.

Anti-Korruption und Kartellrecht

▼ Ein rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sind Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Die Verhinderung von Korruption und wettbewerbs- bzw. kartellrechtswidrigem Verhalten ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung der Unternehmensziele. Der freie Wettbewerb ist eine tragende Säule unserer Wirtschaftsordnung und durch die Kartellgesetze sowie das Strafrecht besonders geschützt. Wettbewerbsverstöße können hohe Bußgelder und Schadenersatzklagen nach sich ziehen, die nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Mitarbeiter:innen persönlich treffen können. Daneben können Korruptionsdelikte zu Geld- oder Freiheitsstrafen führen. Um eine unabhängige Bewertung des CMS zu erhalten, hat eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Laufe des Jahres 2022 eine Prüfung für den Teilbereich Anti-Korruption durchgeführt. Für das Jahr 2022 sind uns, wie im Vorjahr, keine Ermittlungen gegen den Konzern, Beteiligungen oder gegen Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group hinsichtlich Korruptionsdelikten oder Kartellrechtsverstößen bekannt. ▲ **GRI 205-1, GRI 205-3, GRI 206-1**

Datenschutz

▼ Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung und durch neue Geschäftsmodelle werden immer mehr personenbezogene Daten generiert und auf unterschiedlichste Art und Weise verarbeitet. Das gilt auch für die ProSiebenSat.1 Group mit ihren vielfältigen Angeboten in den Segmenten Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. 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. 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 2022 wurden neun Fälle (Vorjahr: neun) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland ermittelt; davon waren acht (Vorjahr: neun) Beschwerden von externen Parteien, eine (Vorjahr: keine) von Aufsichtsbehörden. Zudem wurden 20 Fälle von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust gemeldet, wobei es sich bei zwei Fällen (Vorjahr: zwölf) um meldepflichtige Fälle gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gehandelt hat. ▲ **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 – unter anderem 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. Alle zwei Jahre finden Assessments des Information Security Management System (ISMS) auf Grundlage der Norm ISO 27001 statt, welche im Jahr 2021 einen insgesamt hohen Reifegrad bestätigten. Die Richtlinien zur Informationssicherheit definieren die grundlegenden Leitsätze und Mindestanforderungen zum Umgang mit Informationen der ProSiebenSat.1 Group. Sie gelten übergeordnet und weltweit für alle Geschäftseinheiten und -bereiche, für alle verbundenen Tochtergesellschaften mit Mehrheitsbeteiligungen und deren Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus gelten sie für alle internen und externen Dienstleister, Geschäftspartner und andere Dritte, die Unternehmensinformationen der ProSiebenSat.1 Group erfassen, verarbeiten oder nutzen und zur Einhaltung der Richtlinien verpflichtet wurden.

Das Information Security Office registriert konzernweit jene Fälle, die die Schutzziele Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit oder Authentizität von Informationen, IT-Systemen und/oder anderer Assets verletzen und zu einem Schaden für die ProSiebenSat.1 Group geführt haben bzw. führen können. Hierbei handelt es sich im Berichtszeitraum in der Mehrzahl der Fälle um kleinere Datenschutzfälle, wie fehlgeleitete E-Mails oder versehentlich offene Verteiler. Darüberhinaus gab es auch Fälle von Phishing-Attacken oder Versuche, Malware in den Konzern einzuschleusen.

Im Jahr 2022 wurden 26 Fälle bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland gemeldet. Davon betrafen 20 Fälle gleichzeitig auch mögliche Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust. **GRI 416-1, GRI 416-2**

Medienregulierung

▼ Zu den medienrechtlich relevanten Themen für die ProSiebenSat.1 Group zählen unter anderem die journalistische Unabhängigkeit, die Grundsätze zur Trennung von Werbung und Programm sowie die Anforderungen an den Jugendschutz. Diese Themen sind auch Bestandteil unseres Verhaltenskodex („Code of Conduct“). Wir haben für 2022 insgesamt 17 Verstöße (Vorjahr: zwölf) gegen journalistische Sorgfaltspflichten, Programmgrundsätze sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst.

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

▲ **GRI 416-1, GRI 416-2**

Weitere wesentliche Verstöße

Im Jahr 2022 gab es einen meldebedürftigen Vorgang in Bezug auf einen möglichen Verstoß gegen sonstige Gesetze oder Verordnungen. Dabei handelte es sich um einen möglichen Verstoß gegen den Glücksspielstaatsvertrag, der eine Untersagung durch die Verwaltungsbehörde zur Folge hatte. Gegen diese Untersagung wurden Rechtsmittel in Gestalt einer Anfechtungsklage erhoben. Es wurde kein Bußgeld verhängt.

Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG“) fällt.

Jochen Schweizer und mydays haben daraufhin ihr Produktangebot am 13. / 14. März 2023 angepasst, um die in der Ad-hoc-Mitteilung genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken auszuräumen. Mit Schreiben vom 6. April 2023 teilte die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin“) als zuständige Aufsichtsbehörde Jochen Schweizer und mydays mit, dass diese für das weitere Betreiben ihres zum 13. / 14. März 2023 angepassten Produktangebots keiner Erlaubnis der BaFin bedürfen.

Gleichzeitig hat die BaFin mitgeteilt, dass sie auf Grundlage ihrer gegenwärtigen Verwaltungspraxis davon ausgeht, dass Jochen Schweizer und mydays für die Ausgabe eines Teils der vor dem 13. / 14. März 2023 ausgegebenen Gutscheinprodukte einer Erlaubnis der BaFin nach dem ZAG bedurften. Jochen Schweizer und mydays stimmen derzeit die Modalitäten der Abwicklung der betroffenen Gutscheinprodukte mit der BaFin ab.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat unverzüglich nach Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung die Durchführung einer unabhängigen internen Untersuchung durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei veranlasst. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE unterstützt diese Untersuchung vollumfänglich. Die Untersuchung dient der Aufklärung von etwaigem Fehlverhalten von Mitgliedern der Leitungsorgane und Mitarbeiter:innen im ProSiebenSat.1-Konzern, insbesondere im Hinblick auf Pflichten der betroffenen Gesellschaften nach dem ZAG.

Gleichzeitig hat die Staatsanwaltschaft München I einen Beobachtungsvorgang eingeleitet, wobei sie den Anfangsverdacht möglicher Straftaten prüft. Die ProSiebenSat.1 Media SE und deren betroffene Tochtergesellschaften kooperieren umfassend mit den zuständigen Behörden. Die möglichen finanziellen Belastungen für den Konzern im Zusammenhang mit den behördlichen Untersuchungen sind derzeit noch nicht abschätzbar, könnten aber erheblich sein. **GRI 2-27**

→ **Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis**