

## Strategie und Best-Practice im In- und Ausland

# Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Von Inge Mohr\* und Dietmar Schiller\*\*

Die beiden Konzepte Nachhaltigkeit (engl. Sustainability) und Corporate Social Responsibility (CSR, deutsch: gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen) durchdringen seit geraumer Zeit gleichermaßen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Dadurch verändern sie dauerhaft die Rahmenbedingungen für die Medienproduktion. Während Nachhaltigkeit als ressourcenschonendes Nutzungs- und Handlungsprinzip verstanden werden kann, bei dem die natürliche Regenerationsfähigkeit gewährleistet wird, kann CSR als gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung definiert werden. Beide Konzepte bedingen einander, wenngleich sich im alltäglichen Sprachgebrauch zunehmend der Begriff Nachhaltigkeit durchsetzt.

Durch die kontinuierliche und umfassende Berichterstattung leistet der öffentlich-rechtliche Rundfunk seit Langem einen substanziellen Beitrag zur Nachhaltigkeit und gesellschaftlichen Verantwortung. Im Umfeld der ARD-Themenwoche „Wie wollen wir leben?“ vom 15. bis 21. November 2020 (Federführung rbb), in deren Mittelpunkt Fragen und Ideen zu Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung standen, veröffentlichte die ARD ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht. (1) Eckpunkte bilden ressourcenschonende Herstellungsprozesse („Green Production“), energetische Sanierung, E-Mobilität, Gesundheitsmanagement, Chancengleichheit und Diversität. Am 30. Oktober 2020 haben die Gremienvorsitzenden von ARD und ZDF das Engagement der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für mehr Nachhaltigkeit in den Rundfunkanstalten und in der Medienbranche insgesamt gewürdigt und übereinstimmend gefordert, dass die Anstrengungen für eine nachhaltige Wertschöpfung auch staatsvertraglich verankert werden sollen. Dabei müssen wesentliche soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte berücksichtigt werden. (2)

Nachhaltigkeit und CSR halten Einzug in strategische Unternehmensprozesse

Seit Mitte der 2000er Jahre erhalten Nachhaltigkeit und CSR sukzessive Einzug in strategische Unternehmensprozesse des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. So hat die BBC bereits Ende 2004 einen CSR-Bericht („Living Public Value“) veröffentlicht. (3) Die

australische ABC folgte 2006 mit einer „Verpflichtung zu einer grünen Zukunft“ (4) und die kanadische CBC publizierte Ende 2008 ihren ersten Environmental Performance Report unter dem Titel „In the Green Spotlight“. (5) Das ZDF präsentierte 2010 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht (6), während der ORF erstmals 2012 Auskunft gab. (7) Konzeptuell thematisiert der vorliegende Beitrag die Frage, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland und innerhalb der EBU mit diesen Herausforderungen umgeht, welche Strategien, Ansätze und Zugänge entwickelt und praktiziert werden.

### Kurz und knapp

- Die Konzepte der Nachhaltigkeit und gesellschaftlichen Verantwortung durchdringen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.
- Auch die Medienbranche ist in diesen Prozess eingebunden.
- Im November 2020 veröffentlichte die ARD ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht.
- In den ARD-Landesrundfunkanstalten werden vielfältige Anstrengungen im Rahmen von Nachhaltigkeitskonzepten unternommen.
- Vor allem im angelsächsischen Ausland werden bereits seit längerem Verfahren zur Überprüfung von Nachhaltigkeitszielen eingesetzt.

Am 19. Februar 2020 trafen sich verschiedene Interessenvertreterinnen und -vertreter der Film- und Fernsehbranche im Bundeskanzleramt, um mit Kulturstaatsministerin Monika Grütters eine gemeinsame Erklärung zur Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion zu unterzeichnen. (8) Ziel der Erklärung ist es, ein nationales und internationales Signal für den umwelt- und klimabewussten Produktionsstandort Deutschland zu setzen. Negative ökologische Auswirkungen bei der Produktion von Filmen und Serien sollen effizient und dauerhaft minimiert werden. Geplant ist die Einführung eines Zertifikats, mit dem in einem ersten Schritt besonders nachhaltige Produktionen ausgezeichnet werden sollen. Verbindliche Nachhaltigkeitskriterien sollen in der Folge festgelegt werden, die ihren Eingang in die Förderrichtlinien der Filmförderung des Bundes finden sollen, um dann auch bei der Novellierung des Filmförderungsgesetzes berücksichtigt zu werden. Begleitet und wissenschaftlich untersucht wird dieses Vorgehen von der Filmförderungsanstalt (FFA)

Gemeinsame Erklärung zur Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion

\* rbb Medienforschung und Jugendschutzbeauftragte.

\*\* rbb Unternehmensplanung und Medienpolitik.

auf der Grundlage von Vorarbeiten des Arbeitskreises Green Shooting (9), um letztlich Strukturen für die ökologische Herstellung von Kino- und Fernsehproduktionen dauerhaft zu etablieren. Die Unterzeichnerinnen und Unterzeichner der Erklärung betonen, dass der Ressourcenverbrauch im Rahmen der gesamten Wertschöpfungskette deutlich reduziert werden soll, um auch neues Wachstum anzustreben. Erstunterzeichnende sind u.a.: ARD, ZDF, Deutsche Welle, Mediengruppe RTL, ProSiebenSat.1 Media und die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). (10)

#### Ursprünge des Nachhaltigkeitskonzepts

Das Konzept der Nachhaltigkeit (11) findet sich erstmals in der von Hans Carl von Carlowitz verfassten forstwissenschaftlichen Schrift *Sylvicultura Oeconomica*, Untertitel „Die Naturmäßige Anweisung zur Wilden Baum-Zucht“, die 1713 erschienen ist. Von Carlowitz kritisierte darin den auf kurzfristigen Gewinn angelegten Raubbau der Wälder und forderte deren „kontinuierliche beständige und nachhaltige Nutzung“. (12) Die deutsche Forstwirtschaft wurde im 19. Jahrhundert weltweit prägend, und die Idee der Nachhaltigkeit gewann damit international an Bedeutung. Mit der Veröffentlichung des Berichts „Grenzen des Wachstums“ (*The Limits of Growth*) an den „Club of Rome“ im Jahr 1972 bekam die gesellschaftliche Aufmerksamkeit einen enormen Schub. (13) Kontrovers diskutiert, fand der in 37 Sprachen übersetzte und weltweit rund 12 Millionen Mal verkaufte Report auch in den Medien eine hohe Resonanz.

1983 gründeten die Vereinten Nationen die „Weltkommission für Umwelt und Entwicklung“ (*World Commission on Environment and Development*, *WCED*), die vier Jahre später den als *Brundtland-Report* bekannt gewordenen Bericht „Unsere gemeinsame Zukunft“ („*Our Common Future*“) veröffentlichte. (14)

#### UN-Konferenz 1992

1992 wurde Nachhaltigkeit als internationales Leitbild anerkannt. Auf der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro (Brasilien) verabschiedeten die knapp 180 vertretenen Länder mit der Agenda 21 die Verpflichtung zur Entwicklung nationaler Nachhaltigkeitsstrategien (15), wobei der Umweltschutz in alle Politikbereiche einbezogen und eine wirksame Umweltschutzgesetzgebung entwickelt werden soll. (16)

#### Global Reporting Initiative (GRI) 1997/98

Vor dem Hintergrund dieser Diskussion kam es 1997/98 zur Gründung der *Global Reporting Initiative (GRI)* auf Bestreben der in Boston ansässigen Non-Profit-Organisation für nachhaltige Entwicklung, *Ceres*. (17) Ein Jahr später arbeitete GRI bereits mit *UNEP (United Nations Environment Program)* zusammen. Die GRI hat ihren heutigen Sitz in Amster-

dam. (18) GRI war somit das weltweit erste globale Netzwerk, um standardisiert anhand spezifischer Indikatoren nichtfinanzielle Informationen zu veröffentlichen. (19) Diese kodifizierten Standards ermöglichen es Unternehmen, vage Ideen über deren gesellschaftliche Verantwortung in Kriterien und messbare Indikatoren zu übersetzen.

Rund zwei Jahre nach Gründung der *Global Reporting Initiative (GRI)* wurde auf dem *Weltwirtschaftsgipfel in Davos* von UNO-Generalsekretär *Kofi Annan* der *Global Compact* initiiert. *Annan* schlug neun universale Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeit und Umwelt vor und forderte führende Wirtschaftsvertreter dazu auf, zu einem nachhaltig ausgerichteten globalen Markt beizutragen. Die Umsetzung des *Global Compact* erfolgte Juli 2000. (20) Die ursprünglich neun Prinzipien des *UN Global Compact* lassen sich grob drei Themenfeldern zuordnen: Menschenrechte, Arbeit, Umwelt. Anti-Korruption als viertes Prinzip wurde später ergänzt. Seit 2015 besteht das Grundgerüst aus zehn Prinzipien und 17 *Sustainability Goals (SDG)*. (21) Die „*Agenda 2030*“ wurde auf dem UN-Gipfel am 25. September 2015 von 193 Staaten verabschiedet. Den 17 *SDGs* sind fünf Kernbotschaften als handlungsleitende Prinzipien vorangestellt: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft, die sogenannten „5 P's“: *People, Planet, Prosperity, Peace, Partnership*.

Wichtige Impulse gibt in Deutschland der 15-köpfige Rat für Nachhaltige Entwicklung (*RNE*), der im April 2001 gegründet und zuletzt zum 1. Januar 2020 neu besetzt wurde. (22) Er hat die Aufgabe, die Beiträge für die Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln, konkrete Handlungsfelder und Projekte zu benennen und Nachhaltigkeit zu einem wichtigen öffentlichen Anliegen zu machen. Ende 2010 hat der *RNE* mit Vertreterinnen und Vertretern der Politik, des Finanzmarkts, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen den *Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)* entwickelt, der im Folgejahr beschlossen wurde. (23) Er umfasst 20 Kriterien und dient dazu, Unternehmen in der Berichterstattung und Dokumentation ihrer Nachhaltigkeitsstrategie zu unterstützen. Die 20 Kriterien des *DNK* sind wenig medienspezifisch (vgl. Tabelle 1).

Die 2014 vom EU-Parlament und den EU-Mitgliedsstaaten verabschiedete *CSR-Richtlinie* soll die Transparenz über ökologische und soziale Aspekte von Unternehmen in der EU erhöhen. Konkret heißt es dort: „Die Angabe nichtfinanzieller Informationen ist nämlich ein wesentliches Element der Bewältigung des Übergangs zu einer nachhaltigen globalen Wirtschaft, indem langfristige Rentabilität mit sozialer Gerechtigkeit und Umweltschutz verbunden wird.“ (24)

Zehn Prinzipien und 17 *Sustainability Goals (SDG)* des *UN Global Compact*

2011 wurde *Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)* beschlossen

*EU-Parlament* und *EU-Mitgliedsstaaten* verabschiedeten 2014 *CSR-Richtlinie*

Tabelle 1

## Global Reporting Initiative (GRI), UN Global Compact und Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK) im Vergleich

	Global Reporting Initiative (GRI)	UN Global Compact	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)
wann initiiert?	1997	1999	2011
von wem?	Ceres	UNO	Rat für nachhaltige Entwicklung
Ziel/Aufgabe	Standardisierung, Vergleichbarkeit und Transparenz der Nachhaltigkeitsberichterstattung im globalen Kontext	Minimalstandards bieten Unternehmen die Möglichkeit, in den Bereichen CSR und Nachhaltigkeit freiwillig Auskunft zu geben	Kriterien für die CSR-Berichterstattung auf Basis der EU-Richtlinie 2014/95/EU bzw. CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
Anzahl der Kriterien	37 Standards	10 Prinzipien und 17 Nachhaltigkeitsziele*	20 Kriterien
übergeordnete Standards	Grundlagen (101)	keine	Strategie (1)
	allgemeine Angaben (102)		Wesentlichkeit (2)
	Managementansatz (103)		Ziele (3)
			Verantwortung (5)
			Regeln und Prozesse
			Kontrolle (6)
			Anreizsysteme (8)
			politische Einflussnahme (19)
ökonomische Kriterien	wirtschaftliche Leistung (201)	Korruptionsprävention (10)	Tiefe der Wertschöpfungskette (4)
	Marktpräsenz (202)		Innovations- und Produktionsmanagement (10)
	indirekte Ökonomische Auswirkungen (203)		Gesetzes- und Richtlinienkonformes Verhalten (20)
	Beschaffungspraktiken (204)		
	Korruptionsbekämpfung (205)		
	Wettbewerbswidriges Verhalten (206)		
	Steuern (207)		
ökologische Kriterien	Materialien (301)	Umwelt:	Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen (11)
	Energie (302)	Vorsorgeprinzip bei Umweltproblemen (7)	Ressourcenmanagement (12)
	Wasser (303)	Initiativen für größeres Umweltbewusstsein (8)	Klimarelevante Emissionen (13)
	Biodiversität (304)	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien (9)	
	Emissionen (305)		
	Abwasser und Abfall (306)		
	Umwelt-Compliance (307)		
	Umweltbewertung der Lieferanten (308)		

(Fortsetzung nächste Seite)

Die Richtlinie wurde 2017 in nationales Recht umgesetzt und konzentriert sich auf Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen sowie die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Institutionen, die der CSR-Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz unterliegen (25), können sich an dem DNK orientieren. Die CSR-Berichtspflicht gilt für Kapitalgesellschaften. In Deutschland sind das über 500 Unternehmen. (26) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk fällt nicht darunter.

Durch die aktuelle gesellschaftliche CSR-Debatte, in deren Zentrum die ethische Verantwortung von Unternehmen im Sinne ihres (wirtschaftlichen) Handelns und die damit verbundenen gesellschaftlichen Auswirkungen (Nachhaltigkeit) stehen, ist Bewegung geraten, die nachdrücklich auch die gesamte Medienbranche betrifft. (27) Ökologie, Ethik, Menschenrechte, Pressefreiheit, Chancengleichheit gehören ebenso dazu wie eine ressourcenschonende Medienproduktion und ein ganzheitliches Innovationsmanagement.

Nachhaltigkeitsdebatte berührt auch die Medienbranche

Tabelle 1 (Fortsetzung)

## Global Reporting Initiative (GRI), UN Global Compact und Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK) im Vergleich

	Global Reporting Initiative (GRI)	UN Global Compact	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)
<b>soziale Kriterien</b>	Beschäftigung (401)	Menschenrechte:	Beteiligung von Anspruchsgruppen (9)
	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (402)	Schutz und Achtung (1)	Arbeitnehmerrechte (14)
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (403)	keine Mitschuld an Menschenrechtsverletzungen (2)	Chancengerechtigkeit (15)
	Aus- und Weiterbildung (404)		Qualifizierung (16)
	Diversität und Chancengleichheit (405)	Arbeitsnormen:	Menschenrechte (17)
	Diskriminierungsfreiheit (406)	Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen wahren (3) gegen Zwangsarbeit (4)	Gemeinwesen (18)
	Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (407)	keine Kinderarbeit (5)	
	Kinderarbeit (408)	keine Diskriminierung (6)	
	Zwangs- oder Pflichtarbeit (409)		
	Sicherheitspraktiken (410)		
	Rechte der indigenen Völker (411)		
	Prüfung und Einhaltung der Menschenrechte (412)		
	lokale Gemeinschaften (413)		
	soziale Bewertung der Lieferanten (414)		
	politische Einflussnahme (415)		
	Kundengesundheit und -sicherheit (416)		
	Marketing und Kennzeichnung (417)		
	Schutz der Kundendaten (418)		
	sozioökonomische Compliance (419)		
<b>Medienbranche</b>	ja, 2013 G4-Guidelines	nein	nein
<b>Medienunternehmen (Beispiele)</b>	ORF	z. B. ProSiebenSat.1, Bertelsmann (RTL Group), Sky, itv, (ORF)	ARD, ZDF

Anmerkung: Die Zahlenangaben in den Klammern verweisen auf die einzelnen Kategorien der jeweiligen Standards.

\* Die 17 Nachhaltigkeitsziele des UN Global Compact sind: keine Armut (1), kein Hunger (2), Gesundheit und Wohlergehen (3), Hochwertige Bildung (4), Geschlechtergleichheit (5), sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen (6), bezahlbare und saubere Energie (7), menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (8), Industrie, Innovation und Infrastruktur (9), weniger Ungleichheiten (10), nachhaltige Städte und Gemeinden (11), Nachhaltige/r Konsum und Produktion (12), Maßnahmen zum Klimaschutz (13), Leben unter Wasser (14), Leben an Land (15), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (16), Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (17).

Quelle Eigene Darstellung.

Nachhaltige Konzepte tragen auch zur Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei. Unstrittig ist, dass Nachhaltigkeit nach Möglichkeit nur durch synchrone und gleichrangige Maßnahmen und Ziele erreicht werden kann. Nachhaltiges Wirtschaften und gesellschaftliche Verantwortung bedingen sich gegenseitig und bilden das Fundament für Gemein-sinn, Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Konzepte zur nachhaltigen Entwicklung tragen entscheidend zur Außenwirkung, zum Public Value und somit zur Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei.

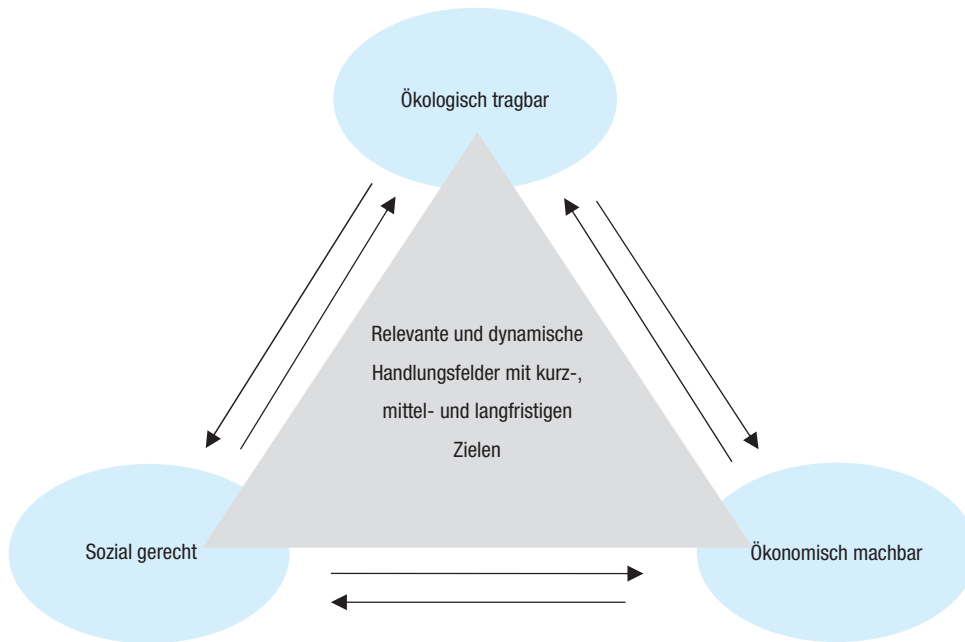
Public Value: Wert einer Institution für die Gemeinschaft. Der US-amerikanische Ökonom und Verwaltungswissenschaftler Mark H. Moore hatte in diesem Diskussionskontext 1995 seinen Ansatz „Creating Public Value“ entwickelt, der die Idee von gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit implizit aufgreift. Seinem Grundgedanken zufolge beschreibt Public

Value den öffentlichen Wert, den eine Institution für die Gemeinschaft leistet. In einer aktuellen Bewertung seines Public-Value-Ansatzes weist Moore darauf hin, dass der Aufwand für die gesellschaftlichen Anstrengungen und Bestrebungen von jedem Einzelnen zu leisten ist – als Nutzen nicht nur für das eigene unmittelbare Wohl, sondern für das Gemeinwohl im Sinne einer guten und gerechten Gesellschaft. (28) Insoweit besteht zwischen CSR und Public Value eine Wechselwirkung mit einer größeren Schnittmenge. (29)

Gemeinhin wird CSR in drei Dimensionen unterteilt, die eng miteinander verzahnt sind: ökonomisch, ökologisch und sozial (vgl. Abbildung 1). Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk können diese Dimensionen in relevante und dynamische Hand-

lungsfelder in kurz-, mittel- und langfristige Ziele des ö.-r. Rundfunks übersetzen

Abbildung 1  
Nachhaltigkeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Kontext unternehmensstrategischer Ziele



Quelle: Eigene Darstellung.

lungsfelder mit kurz-, mittel- und langfristigen Zielen „übersetzt“ werden. Nachhaltigkeitsstrategien sollten sich daran orientieren, dass die eingeleiteten Maßnahmen gleichermaßen ökonomisch machbar, ökologisch tragbar und sozial gerecht sind. Die teilweise abstrakten und komplexen Nachhaltigkeitsstandards und -kriterien (vgl. Tabelle 1) bedeuten für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine große Herausforderung. Die gesetzlich verankerte CSR-Berichterstattung (EU-Richtlinie, CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) für Kapitalgesellschaften, die nicht für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gilt, hat dennoch unmittelbar Einfluss auf deren fakultative selbstverpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung. Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen politischen Debatte erwartet die Öffentlichkeit zunehmend verlässliche Informationen über die Nachhaltigkeitsstrategien auch der öffentlich-rechtlichen Medienhäuser und die damit verbundene gesellschaftliche Verantwortung. Diese Transparenz trägt fraglos zum Vertrauen und Gemeinwohl bei und erhöht dadurch den Public Value.

Welche Handlungsfelder für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung relevant sind, hängt von unterschiedlichen Faktoren und strategischen Zielen ab (vgl. Tabelle 2).

### Erfahrungen mit Nachhaltigkeit und CSR in Deutschland

Wie bereits am Beispiel der gemeinsamen Erklärung zur Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion vom Februar 2020 dargestellt, gibt es in der Medienbranche in Deutschland ein grundsätzlich übereinstimmendes Verständnis, sich für eine nachhaltige Medienproduktion einzusetzen und diese zu fördern. Der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung hat diesen Prozess im Hinblick auf die Erreichung und Einhaltung der angestrebten Agenda 2030-Nachhaltigkeitsziele (30) unter anderem durch Anhörungen unterstützt. (31) Maßgebliche Schwerpunkte dieser Befassung sind für die Filmindustrie die Themen Energie/Licht, Abfall/Mülltrennung/Recycling und Transport/Mobilität und die damit insgesamt verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Als Ausgangspunkt hierfür identifiziert Philip Gassmann (32), einer der Experten der Anhörung der Filmindustrie und seit 2017 Sustainability-Manager der Bavaria Film, die Studie der UCLA „Sustainability in the Motion Picture Industry“. (33) Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat sich an diesem Diskurs beteiligt, und die Beiträge von ARD und ZDF sind dokumentiert. (34)

Bereits 2015 hat der SWR den Tatort „Fünf Minuten Himmel“ als „Green Shooting“-Pilotprojekt klimaneutral realisiert. Mit Unterstützung durch die Filmförderung Baden-Württemberg und wissenschaftlicher Begleitung durch die Hochschule der Medien (HdM) wurde der Film im Auftrag von SWR, Degeto und der Produktionsfirma Zieglerfilm mit dem Ziel

Grundsätzliche Übereinstimmung über Förderung nachhaltiger Medienproduktion

ARD: Greenshooting CO<sub>2</sub>-Rechner für Film- und TV-Produktionen entwickelt

Tabelle 2

**Nachhaltigkeit und öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Leitbegriffe, Handlungsfelder und Ziele in Bezug auf Programm, Produktion, Personal (Beispiele)**

	Leitbegriffe	Handlungsfelder	Ziele
<b>ökonomische Dimension</b>	nachhaltiges Wirtschaften, ressourcenschonender Mitteleinsatz	Finanzen, Ressourcenmanagement,	nachhaltiges Finanzanlagen-Management
<b>ökologische Dimension</b>	Klimaneutralität	Medienproduktion (grüner Dreh- bzw. Filmpass),	CO <sub>2</sub> -Emissionen reduzieren
	grüner Fuhrpark	Mobilität und Energie	
		Fuhrparkmanagement	Umstellung auf E-Mobilität
	Müllvermeidung Müllreduzierung	Einkauf/Infrastruktur	Vermeidung von Plastikmüll, ReUse/Recycle-Konzepte
<b>soziale Dimension</b>	Personalentwicklung, gesellschaftliche Verantwortung	Diversity Management, Gesundheit und Arbeitsschutz, Mitbestimmung	Gendergerechtigkeit, mehr Vielfalt im Personal, gesellschaftliches Engagement (Public Value)

Quelle: Eigene Darstellung.

einer CO<sub>2</sub>-Bilanzierung hergestellt, um so ressourcenschonende Produktionsweisen zu etablieren und auszubauen. (35) In der Folge dieser Produktion wurde der Greenshooting CO<sub>2</sub>-Rechner für Film- und TV-Produktionen entwickelt, der seit 2017 eingesetzt werden kann. (36)

Nachhaltigkeitsinitiativen auf verschiedenen Ebenen der Landesrundfunkanstalten

Für die Landesrundfunkanstalten der ARD ist das Thema Nachhaltigkeit in den letzten Jahren zu einer zunehmend wichtigeren Aufgabe geworden, das auf unterschiedlichen Ebenen in den Häusern verankert ist. Die internen Organisationsformen variieren, in den meisten Rundfunkanstalten gibt es mittlerweile Ansprechpartner, Arbeitsgruppen und Netzwerke. Vereinzelt gibt es eigene Funktionen, so hat der NDR eine Umweltbeauftragte, der SWR einen Nachhaltigkeitsbeauftragten. (37) Der rbb hat Nachhaltigkeit für das Jahr 2020/21 als Unternehmensziel bestimmt. Im Zuge des ARD-Nachhaltigkeitsberichts hat sich auch der informelle Austausch zwischen den Häusern intensiviert. Auch publizistisch findet das Thema – nicht zuletzt in der ARD-Themenwoche 2020 – seinen Niederschlag in den Sendungen und der Berichterstattung der Landesrundfunkanstalten. (38)

Zentrale Schwerpunkte sind dabei seit Langem die Schonung der Umwelt, die Verminderung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes, die „Green Production“, der ressourcenschonende Energieverbrauch zum Beispiel durch bewegungssensible Beleuchtungssysteme in den Funkhäusern, energieeffiziente Gebäudesanierungen, der Einsatz von Solaranlagen, die Erneuerung von Heizungs- und Energieversorgungsanlagen und Anschluss an Fernwärmeleitungen, die Fuhrparkoptimierung und Beschaffung von Elektrofahrzeugen, die Verminderung von Dienstreisen durch Ausbau der Video- und Audiokonferenzsysteme, die Reduktion des Papierverbrauchs, die Einsparungen bei Einkauf und Wiederverwertung, die Förderung der ÖPNV-Nutzung der Belegschaft bis hin zur Ermöglichung

des Aufstellens von Bienenvölkern auf den Gebäuden und Grundstücken der Landesrundfunkanstalten.

Diese unterschiedlichen Themen und Handlungsoptionen sind in den einzelnen Rundfunkanstalten evolutionär nebeneinander und zunächst unsystematisch entstanden. Um diese Ansätze zu bündeln, sie in einem größeren Zusammenhang darzustellen und letztlich zu einem fruchtbaren Austausch dieser Best Practices beizutragen, hat die ARD unter maßgeblicher Federführung des ARD-Generalsekretariats im November 2020 einen Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt. (39) Darin legen die Landesrundfunkanstalten erstmals systematisch und unter Zugrundelegung der DNK-Kriterien dar, wie sie ihr Nachhaltigkeitsengagement mit Leben füllen. Der Bericht besteht aus zwei Teilen. In einem Magazin-Teil werden verschiedene Aspekte des Nachhaltigkeitsengagements der Rundfunkanstalten anhand konkreter Beispiele aus den einzelnen Häusern anschaulich dokumentiert. So hat beispielsweise der Bayerische Rundfunk mit der Aktion Sternstunden 2019 18,1 Millionen Euro für bedürftige Kinder gesammelt. Insgesamt haben die Landesrundfunkanstalten 31 Prozent weniger Papier verbraucht, und mit jährlich rund 3 000 Auszubildenden fördert die ARD die berufliche Qualifizierung jüngerer Menschen wie kein anderes Medienunternehmen in Deutschland. Außerdem werden die Landesrundfunkanstalten unmittelbar ein Drittel, das heißt über 30, der 2020/21 nach den Regeln der Nachhaltigkeitsinitiative des Arbeitskreises „Green Shooting“ geplanten Produktionen verantworten. (40)

Kern des ARD-Nachhaltigkeitsberichts ist der zweite Teil, die DNK-Entsprechenserklärung. Gegliedert nach den 20 Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex reichen die Themen von Nachhaltigkeitsaspekten in der Wertschöpfungskette über die Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen bis hin zum Engagement für

2020 erstmals Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt

Formalisierte Entsprechenserklärung behandelt Projekte, Maßnahmen und Aspekte aus dem Jahr 2019

das Gemeinwesen. Diese formalisierte Entsprechenserklärung mit Angaben für das Jahr 2019 behandelt Projekte, Maßnahmen und Aspekte, die in allen Rundfunkanstalten der ARD in den folgenden Handlungsfeldern verfolgt werden (41):

- stetige Entwicklung und Optimierung von Maßnahmen zur Energieeinsparung an den Standorten sowie Ausbau der Nutzung regenerativer Energie,
- nachhaltiges Gebäudemanagement,
- Optimierung von Recyclingprozessen sowohl an den Standorten als auch in der Herstellung von Medienproduktionen,
- Reduzierung von Papierverbrauch und Einsatz von Recyclingpapier,
- Ressourcenschonender Umgang mit Produktionsmitteln in der Herstellung von Medienproduktionen, u. a. durch Nutzung von neuen technischen Produktionsformen zur Verringerung des Produktionsaufwands (z. B. Remote Production<sup>2</sup>, Einsatz von „Kamera-Rucksäcken“),
- weniger Dienstreisen durch den Einsatz optimierter Konferenztechnologie,
- nachhaltiges betriebliches Mobilitätsmanagement, beispielsweise durch den verstärkten Einsatz von E-Fahrzeugen, Fahrradstationen und tätigkeitsabhängigen Angeboten zur Nutzung von Jobtickets oder einer BahnCard,
- nachhaltige Beschaffung von Waren unter gleichzeitiger Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit,
- Umsetzung von nachhaltigen Kantinen- und Cateringkonzepten,
- stetige Optimierung der Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie,
- Gesundheitsmanagement für alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen,
- Einsatz für ausgewogene und faire Vertrags- und Produktionsbedingungen für die Produktions- und Kreativlandschaft,
- Umsetzung von Chancengerechtigkeit und Förderung von Diversität in allen Unternehmensbereichen,
- im Rahmen des Programmauftrags: Erstellung von Medieninhalten zur Förderung der gesellschaftlichen Auseinandersetzung über Nachhaltigkeitsthemen,
- vielfältige Beteiligungsprozesse mit internen und externen Anspruchsgruppen zwecks kooperativer Weiterentwicklung verschiedenster Nachhaltigkeitsaspekte,
- kontinuierliche Einsparmaßnahmen sowohl auf Ebene der Rundfunkanstalten als auch durch verstärkte Zusammenarbeit im Verbund im Sinne der ökonomischen Nachhaltigkeit.

ARD-Nachhaltigkeitsstrategie mit vier Hauptzielen

Die verschiedenen Handlungsfelder sind mit Beispielen aus den einzelnen Rundfunkanstalten belegt und dies mit dem Ausblick, ein Nachhaltigkeitsmanagement auf ARD-Ebene zu etablieren, das mit einer gemeinsamen ARD-Nachhaltigkeitsstrategie

korrespondiert und in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden soll. Der Fokus liegt dabei auf folgenden Hauptzielen:

- Steigerung des Anteils nachhaltiger Produktionen,
- Reduzierung von Emissionen,
- Weiterentwicklung von Mobilitätskonzepten,
- Förderung von Chancengerechtigkeit und Diversität.

Mit der ARD-Themenwoche (15.-21.11.2020) mit dem Titel „Wie wollen wir leben?“ setzte die ARD einen weiteren Schwerpunkt im Rahmen ihres Engagements für Nachhaltigkeit. (42) Unter dem Eindruck der Pandemie lag der Fokus auf den Themen Corona, Klima, Flucht und Armut. Thematische Aspekte waren Gesellschaft und Politik, Wirtschaft und Arbeit, Mobilität und Bauen, Freizeit und Konsum, Umwelt und Klimaschutz, mit Programmhighlights im Ersten, in den Radiowellen und den Online- und Social-Media-Kanälen. Darüber hinaus bündelten die ARD-Mediathek und -Audiothek speziell kuratierte Inhalte, und der ARD Text lieferte Informationen zu den Angeboten und zu der Kernfrage der Themenwoche „Wie wollen wir leben?“. Weitere interaktive Projekte, an denen sich alle Menschen in Deutschland beteiligen konnten, vervollständigten diese Themenwoche, zum Beispiel „rbb young reporter – deine story“. Im Sommer 2020 wurden Jugendliche zwischen 14 bis 18 Jahren gefragt: In welcher Welt wollt ihr leben? Unter professioneller Anleitung sind crossmediale Beiträge zu Nachhaltigkeit, Klimakrise, Mobilität, Konsumkritik und Leistungsdruck entstanden, die in der ARD-Themenwoche gezeigt wurden. rbb young reporter ist ein innovatives Format und schlägt die Brücke zwischen Medienkompetenz und partizipativem Journalismus. Vorbild von rbb young reporter ist die BBC mit ihrem jungen Programmprojekt: BBC Young Reporter. (43)

Dass das Verständnis von Nachhaltigkeit und sozialem Engagement beim ZDF sehr breit ist, dokumentiert Intendant Thomas Bellut in einem jüngst veröffentlichten Beitrag zum Thema. (44) Neben der Unterstützung bei der Aktion Mensch, dem Wiederaufbau der Dresdener Frauenkirche, dem Qualitäts- und Vielfaltsanspruch, dem Willen zur Transparenz und dem Vertrauen, das den Medien entgegen gebracht wird, umfasst das Engagement Projekte zur Förderung von Medienkompetenz von Kindern und zur Förderung von Talenten und Künstlern. Darüber hinaus dokumentiert der Sender seine Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit in eigenen Berichten.

Im Jahr 2010 hat das ZDF seinen ersten systematischen Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt. (45) Unter dem Titel „Für das große Ganze“ dokumentiert der Sender sein Engagement über das Programm hin-

Themenwoche 2020 zu Wie wollen wir leben

ZDF: Breites Verständnis von Nachhaltigkeit und sozialem Engagement

2010 erstmals Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt

aus und etabliert eine spezifische Berichtsstruktur mit den Schwerpunkten, Nachhaltigkeit und Verantwortung für die Gesellschaft, innerhalb der Branche und im Unternehmen zu dokumentieren, und dies mit dem Ziel, Transparenz herzustellen. (46) Die Nachhaltigkeitsberichte 2012 unter dem Titel „Mit Perspektive für alle“ und 2014 unter dem Titel „Wesentliches sichtbar machen“ sollten diesen ersten Ansatz fortschreiben und aktualisieren. 2016 hat das ZDF in seinem vierten Bericht zur Dokumentation der Nachhaltigkeitsanstrengungen erstmals in einer „Entsprechenserklärung“ (47) die 20 DNK-Kriterien angewendet und dargelegt, wie das ZDF diesen Anforderungen gerecht wird. (48) Bevor dieser Bericht verfasst wurde, hat das ZDF die verschiedenen Standards zur Nachhaltigkeitsdokumentation, den UN Global Compact, den GRI und andere, analysiert und im Hinblick auf ihre Anwendbarkeit und Praktikabilität geprüft. Obwohl der DNK auf die spezifischen Gegebenheiten von Medienunternehmen nicht zugeschnitten ist, fiel schließlich die Entscheidung zugunsten dieses Ansatzes. Man verständigte sich auf den Nachhaltigkeitskodex nicht zuletzt deshalb, weil der Landesrechnungshof Rheinland-Pfalz im Jahr 2019 das ZDF insbesondere unter Aspekten der Nachhaltigkeit prüfen wollte. Der „Abschließende(r) Bericht nach § 14a Satz 3 RStV über die Beratende Äußerung zur Haushalts- und Wirtschaftsführung des ZDF für die Geschäftsjahre ab 2014“ als beratende Äußerung dokumentiert das Ergebnis dieser Prüfung. (49) Der rheinland-pfälzische Rechnungshof prüft im Hinblick auf die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit und will außerdem das Element der Generationengerechtigkeit mit Bezug auf nachwachsende Generationen einbezogen wissen. Er greift dabei auf die Nachhaltigkeitsdefinition mit ihren ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen im Sinne des Brundtland-Berichtes und die CSR-Richtlinie der EU zurück und konzentriert sich neben wirtschaftlichen Aspekten und Hinweisen zur nachhaltigen Produktion (Green Production) auch auf ein nachhaltiges Personalmanagement. Dieses fokussiert sich auf Personalführung, Personalfreistellung und Chancengerechtigkeit sowie auf Personalplanung, -entwicklung und -controlling. Ein weiterer Beitrag hierzu ist die Einrichtung einer Position für die Nachhaltigkeitskoordination zum 1. Januar 2019. (50) Mitte 2020 hat das ZDF angekündigt, klimaneutral werden zu wollen. (51)

Nachhaltigkeitsressort bei ProSiebenSat.1, RTL mit Nachhaltigkeitswoche

Im Januar 2020 gab ProSiebenSat1 bekannt, dass ein eigenes Nachhaltigkeitsressort gegründet wurde. (52) Diese neue Organisationseinheit wird sich unter anderem mit dem Thema Green Production beschäftigen, konkret mit Projekten zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen, zum Schutz natürlicher Ressourcen, zur Vermeidung umweltschädlicher Substanzen sowie zur Reduktion von Plastik und Müll in allen Produk-

tionen. Außerdem ist ProSiebenSat1 dem Global Compact der Vereinten Nationen beigetreten. (53) Auch RTL engagiert sich in entsprechenden Initiativen und hat 2019 eine Nachhaltigkeitswoche mit den Schwerpunkten Lebensmittel und nachhaltige Ernährung veranstaltet. (54)

### Best-Practice im Ausland: Österreich und Schweiz

Nachdem der ORF 2012 erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht hatte, wurde 2016/2017 mit „Nachhaltigkeit im ORF“ systematisch dokumentiert, wie er sein langjähriges Engagement zu Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit mit Leben füllt. (55) Er orientiert sich dabei an den GRI-Indikatoren und beschreibt sein Verständnis des Themas und wie es in Programm, Produktion und Medienstandortsprojekten umgesetzt wird. Dabei wird auch das soziale Engagement berücksichtigt. Anhand der GRI-Kennzahlen lassen sich die einzelnen Maßnahmen und Projekte zuordnen und nachvollziehen. Zudem kann der ORF auf eine ausführliche Berichterstattung seiner Public-Value-Aktivitäten zurückgreifen und entspricht damit den Anforderungen des österreichischen Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetzes (NaDiVeG), das die EU-Richtlinie 2014/95/EU (kurz: NFI-Richtlinie) in das österreichische Recht umsetzt und Anfang 2017 veröffentlicht wurde. Außerdem nimmt der ORF Bezug auf die nachhaltigen Entwicklungsziele der UN (Sustainable Development Goals – SDG). Als wesentliche Handlungsfelder, die den Bericht strukturieren und mit zahlreichen Beispielen belegt werden, definiert der ORF folgende (56):

- ökonomische Stabilität,
- regionale Wertschöpfung,
- Compliance und Anti-Korruption,
- journalistische Unabhängigkeit und Qualität,
- Dialog mit Stakeholdern,
- Programmverantwortung,
- nachhaltiges Bauen,
- Projekt Medienstandort,
- nachhaltige Beschaffung,
- Klimaschutz und Energie,
- Umweltschutz in Produktion und Betrieb,
- ORF als Arbeitgeber,
- soziales und gesellschaftliches Engagement,
- Barrierefreiheit.

Ein weiterer Nachhaltigkeitsbericht wurde im September 2019 veröffentlicht. In ähnlicher Weise wie bei dem früheren Berichtszeitraum dokumentiert der ORF hier sein Engagement über die rein programmatischen Aktivitäten. Insofern geht es auch um den Bereich der Produktion, die besonderen Anstrengungen der Landesstudios, die Funktion des ORF als Arbeitgeber und die verschiedenen Aktionen im Bereich des Humanitarian Broadcasting,

ORF orientiert sich an den GRI-Indikatoren

Nachhaltigkeit umfasst auch Mitarbeiterführung, bauliche Aktivitäten, Produktion und anderes



wie die seit 1973 durchgeführte Aktion „Licht ins Dunkel“ oder „Nachbar in Not“ (seit 1992). Der ORF stellt diesen Bericht ausdrücklich neben seinen jährlichen Public-Value-Bericht, der den Wert und den Nutzen des Unternehmens anhand verschiedener Qualitätsdimensionen mit Bezug auf seine Medienaktivitäten dokumentiert. Das Verständnis von Nachhaltigkeit geht darüber hinaus und umfasst von der Beschaffung über die Mitarbeiterführung auch die baulichen Aktivitäten, den Fuhrpark, die Produktionsbedingungen und unternehmensstrategische Projekte. Die Berichtslegung erfolgt erneut nach den internationalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI-Standards). Dabei listet der ORF in einer Übersicht die für den ORF wesentlichen GRI-Themen auf und verweist auf die entsprechenden Fundstellen der Angaben im Bericht. (57)

zur Interaktion mit dem Publikum und Ergebnisse, mediale Bildung, Maßnahmen zur Stärkung des Publikums durch die Entwicklung von medialer Bildung und die erhaltenen Ergebnisse. Insgesamt also breitet der ORF ein breites Spektrum an Themen und Handlungsfeldern aus.

Der Vollständigkeit halber soll auch auf die Nachhaltigkeitsbestrebungen der SRG in der Schweiz eingegangen werden, die allerdings bislang nicht in einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert und veröffentlicht wurden. Die SRG legt aber in den vom Verwaltungsrat der SRG beschlossenen Zielen der Unternehmens- und Angebotsstrategie 2019-2020 und 2021-2022 dar, inwieweit sie den Anforderungen im Hinblick auf ihre unternehmerische und soziale Verantwortung für die Gesellschaft gerecht werden will. (58) Explizite Nachhaltigkeitsmaßnahmen sind nicht berücksichtigt, dennoch werden konkrete Ansprüche dahingehend formuliert, dass Vielfalt und Integration im Programm und im Unternehmen gefördert werden, dass das Management flexibel und agil aufgestellt wird und Diversität und Frauenanteil wichtige Faktoren sind. Infrastruktur, Support und Technik sollen effizient und kostensparend, zum Beispiel durch Reduktion des Raumbedarfs, eingesetzt werden, sodass eine transparente und sorgfältige Verwendung öffentlicher Mittel gewährleistet ist. Das heißt, implizit wendet die SRG Kriterien an, wie sie in den Nachhaltigkeitsstrategien zu finden sind. Auf Produktionsebene lassen sich Anstrengungen aus dem Jahr 2019 belegen, dass der Schweizer „Tatort“ als Pilotprojekt für die eigenen Film- und Serienformate nachhaltiger produziert werden soll, und dies mit dem Ziel, eine systematische und langfristige Nachhaltigkeitsstrategie auszuarbeiten. (59)

SRG: Unternehmens- und Angebotsstrategie beinhaltet auch Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung

Managementansätze und Leistungsindikatoren

Neben den allgemeinen Angaben werden die Managementansätze und Leistungsindikatoren dargestellt, Letztere differenziert in die Kategorien Ökonomie (GRI 201-206), Ökologie (GRI 301-308) und Soziales (GRI 401-419, M 2-M7). Zur Ökonomie zählen die Aspekte wirtschaftliche Leistung, indirekte ökonomische Auswirkungen und Korruptionsbekämpfung. Die Ausführungen zur Ökologie konzentrieren sich auf die Aspekte Energie, Wasser, Emissionen und Abwasser bzw. Abfall. Am umfangreichsten berichtet der ORF zu den sozialen Indikatoren. Zur Beschäftigung geht der ORF unter anderem ein auf Neueinstellungen und Fluktuation, auf betriebliche Leistungen wie Elternzeit für seinen Beschäftigten, auf das Arbeitnehmer/Arbeitgeber-Verhältnis, auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zur Aus- und Weiterbildung, zu Programmen zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und Übergangshilfen, zu Vielfalt und Chancengleichheit, zum Grundgehalts- und Vergütungsverhältnis zwischen Frauen und Männern, zur Gleichbehandlung und vereinzelt Vorfällen von Diskriminierung sowie den zur Abhilfe ergriffenen Maßnahmen.

Breites Spektrum an Themen und Handlungsfeldern

Es geht außerdem um Meinungsfreiheit, die Darstellung von Menschenrechten, kulturelle Rechte, geistiges Eigentum, Erstellen von Inhalten, Methodik zur Beurteilung und zum Monitoring der Einhaltung der Werte bei der Erstellung von Inhalten und erhaltene Ergebnisse, Maßnahmen zur Verbesserung der Performance bezüglich der Verbreitung von Inhalten (Zugang zu und Schutz von verwundbaren Personen), Anzahl und Art von Rückmeldungen (Feedback/Beschwerden) in Zusammenhang mit der Verbreitung von Inhalten, einschließlich Schutz von verwundbaren Personen und sachkundiger Entscheidungsfindung sowie Zugang und Prozess für die Behandlung dieser Rückmeldungen, Dialog mit dem Publikum, Methodik

#### Nachhaltigkeit und CSR im englischsprachigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeitsberichte von ARD, ZDF und ORF ist ein Vergleich mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Großbritannien (BBC, itv), Irland (RTÉ), Kanada (CBC) und Australien (ABC) aufschlussreich. Wo gibt es Unterschiede, wo Gemeinsamkeiten, wo Schnittmengen? Worin liegen die Schwerpunkte, und welchen Stellenwert nehmen Nachhaltigkeit und CSR in den jeweiligen Unternehmensstrategien ein?

Im englischsprachigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Public Service Media, PSM) hat sich in den vergangenen beiden Jahrzehnten sukzessive eine Unternehmenskultur entwickelt, in der Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns gerückt sind. Nachhaltigkeit beschränkt sich nicht nur auf eine umweltbewusste Medienproduktion, sondern schließt Themenfelder wie Diversität, Gesund-

Ganzheitliche Konzepte zur Nachhaltigkeit mit Auswirkungen auf Programm und Außenwirkung

Tabelle 3

## Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung (CSR) bei BBC, itv, RTÉ, ABC und CBC

	BBC	itv	RTÉ	ABC	CBC
gegründet	1927	1955	1960	1929	1936
seit wann wird über Nachhaltigkeit/ CSR berichtet?	2004	2019	2009	2007	2008
CSR als Strategie	ja	ja	ja	ja	ja
ökologische Nachhaltigkeit: Strategie/Claim	Greener Broadcasting	The biggest shows with the smallest footprint	Recognizing Our Sustainability	Corporate Responsibility in a broadcasting context	In the Green Spotlight
ökologische Nachhaltigkeit: Schwerpunkte	CO <sub>2</sub> -Emission Energieverbrauch Abfall Produktion	CO <sub>2</sub> -Emission Energieverbrauch Abfall Beschaffung Produktion Unternehmenskultur,	CO <sub>2</sub> -Emission Energieverbrauch Abfall Produktion	CO <sub>2</sub> -Emissionen, Abfall und Recycling, Dienstreisen und Mobilität, Wasser- und Energieverbrauch, Biodiversität	CO <sub>2</sub> -Emission Wasser- und Energieverbrauch Abfall Produktion
Kommunikation/ Berichterstattung	jährlich	jährlich	laufend (online)	jährlich	jährlich

Quelle: Eigene Darstellung.

heitsschutz und soziales Engagement explizit mit ein. Diese ganzheitlichen Konzepte haben unmittelbaren Einfluss auf das Programm und die Außenwirkung des gesamten Unternehmens. (60) Trotz dieses universalen Zugangs, Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt gleichermaßen zu berücksichtigen, ist die ökologische Gestaltung der Medienproduktion in den Fokus gerückt. Stichworte wie „Green Production“, „Greener Broadcasting“, „Environmental Scorecard“ oder „Carbon footprint“ sind Schlagworte für eine ökologische Nachhaltigkeitsstrategie (Environmental Sustainability), mit dem Ziel, die Rahmenbedingungen für die Medienproduktion grundsätzlich und dauerhaft nach bestimmten Kriterien und Vorgaben umzugestalten und transparent zu machen (vgl. Tabelle 3).

Großbritannien: Die BBC gehörte zu den ersten Medienunternehmen, die auf freiwilliger Basis über ihre CSR-Aktivitäten informierten. Im Zuge der beginnenden Public-Value-Debatte in der Mitte der 2000er Jahre nahm der politische Druck auf die BBC spürbar zu. Zunehmend ging es darum, die gesellschaftlichen Leistungen der BBC im Sinne einer Public-Value-Strategie nicht nur öffentlich zu begründen, sondern das gesamte Unternehmen auch nachhaltig zu gestalten. (61) Das Themenspektrum reicht von der Arbeit mit Wohlfahrtsverbänden, das Engagement in und mit Schulen bis hin zur ökologischen Nachhaltigkeit im Unternehmen selbst. Im Zwei-Jahres-Turnus wird über die CSR-Aktivitäten und Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung berichtet. Im November 2018 beschrieb die BBC in einem „BBC Environmental Sustainability Policy Statement“ (62) den Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Namen „Greener

Broadcasting“. Diese umfasst im Wesentlichen drei Aspekte:

- Voraussetzungen für die gesamte Belegschaft zu schaffen, um nachhaltiges Arbeiten zu ermöglichen (Fortbildung, Infrastruktur, Arbeitsplatz),
- als Partner mit anderen zusammen nachhaltig den kreativen Sektor gestalten (Technologie, Produktion, Lieferketten),
- Nutzerinnen und Nutzer über die Nachhaltigkeitsstrategie der BBC zu informieren und Anregungen zu geben, was jeder Einzelne dazu beitragen kann (Transparenz, Berichterstattung).

Im Mittelpunkt der Anstrengungen steht gegenwärtig die Umsetzung einer nachhaltigen Medienproduktion, zu der sich das Unternehmen unter dem Schlagwort „Greener Broadcasting“ verpflichtet hat. Dreh- und Angelpunkt ist die CO<sub>2</sub>-Reduktion. Ein vor bereits zehn Jahren von der BAFTA (British Academy of Film and Television Awards) zusammen mit der BBC und anderen entwickelter CO<sub>2</sub>-Rechner mit dem Namen „Albert“ (63) bildet dabei den Referenzrahmen für nachhaltige Medienproduktion. „Albert“ ist sowohl ein Rechner als auch ein Zertifikat, um Medienunternehmen und Produktionsfirmen in der Film- und TV-Produktion gleichermaßen darauf zu verpflichten, den Umwelteinfluss bei ihren Produktionen spürbar zu reduzieren bzw. zu neutralisieren. Neben der BBC orientiert sich mittlerweile eine Vielzahl britischer Rundfunkanbieter und international agierender Medienunternehmen auf die von „Albert“ definierten Standards, darunter itv, sky, Channel 4, Endemol Shine Group und Netflix. Darüber hinaus beziehen sich auch RTÉ in Irland und NTR in den Niederlanden auf „Albert“. Produktionen, die die Vorga-

Greener  
Broadcasting:  
CO<sub>2</sub>-Reduktion im  
Fokus

ben einhalten, werden mit dem „Albert“-Logo ausgezeichnet.

Ziele der BBC hinsichtlich ökologischer Nachhaltigkeit

Welche Ziele sich die BBC bei der ökologischen Nachhaltigkeit konkret setzt, lässt sich anhand folgender Aspekte (Vergleich 2015/16–2022) exemplarisch belegen (64):

- CO<sub>2</sub>-Emission: Verringerung um 24 Prozent,
- Energieverbrauch: Verringerung um 10 Prozent,
- Abfall: Reduzierung um 10 Prozent, 75 Prozent Recycling, kein Deponie-Müll, kein Einwegplastik,
- Programm: „Albert“-Berechnung sämtlicher Produktionen, wobei 25 Prozent zertifiziert werden sollen.

Wie schwierig die Umsetzung nachhaltiger Ziele in der Medienproduktion ist, belegt die Diskrepanz zwischen den auf Basis der Standards von „Albert“ berechneten und den „Albert“-zertifizierten Produktionen: 75 Prozent. (65)

Itv: Vier strategische Felder definiert

itv (Channel 3) ist neben der BBC das zweite landesweit und unverschlüsselt ausgestrahlte TV-Programm, das mit einem Public-Service-Auftrag ausgestattet ist. Unter dem Begriff „Social Purpose“ hat itv vier strategische Felder definiert, mit denen Gesundheit, soziale Vielfalt, ökologische Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung zu essenziellen Unternehmenszielen werden. (66) Wie der ORF bezieht sich itv explizit auf spezifische UN-Nachhaltigkeitsziele. (67) Mit dem Claim „The biggest shows with the smallest footprint“ verknüpft itv seine vier zentralen ökologischen Nachhaltigkeitsziele, die bis 2030 erreicht werden sollen, eng mit dem Programm:

- Energie: Reduzierung von Emissionen, auf die itv Einfluss hat, um 46,2 Prozent,
- Abfall: kein Abfall (bis 2025 „reused/recycled“-Abfall und kein Einwegplastik),
- Beschaffung: Sicherstellung nachhaltiger Lieferketten (100%),
- Unternehmenskultur: Nachhaltigkeitsschulung für die gesamte Belegschaft bis Ende 2021 und Albert-Zertifizierung für sämtliche itv-Produktionen ab 2021.

Für die Erreichung dieser Ziele und die Umsetzung der „Social Purpose Strategie“ sind bei itv mehrere Teams in verschiedenen Unternehmensbereichen verantwortlich. Ein spezifisches Leitungsgremium, die ITV Green Team Steering Group, koordiniert darüber hinaus unternehmensweit sämtliche Entscheidungen im Hinblick auf die vereinbarten Umweltziele. (68)

RTÉ: Umbau zu einem ökologisch nachhaltigen Unternehmen

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Irland, RTÉ (Raidió Teilifís Éireann), befindet sich gegenwärtig in einer grundlegenden Umbruchsituation. Die von RTÉ im Juni 2017 publizierte Bestandsaufnahme über

den sich radikal verändernden Medienmarkt in Irland, „The Media Landscape in Ireland“ (69), beschreibt die großen Veränderungen im Spannungsfeld digitaler Contentstrategien, einer diverser werdenden und wachsenden Gesellschaft und einer angespannten Finanzsituation. Der Umbau zu einem ökologisch nachhaltigen Unternehmen im Kontext der breit geführten gesellschaftspolitischen Klimawandel-Debatte kommt hinzu. RTÉ bekennt sich uneingeschränkt zu einer ökologisch verantwortlichen Ausrichtung des gesamten Unternehmens. (70) Hierzu gehören die Aktivitäten hinsichtlich der Akkreditierung nach ISO 50001 zur Einführung eines systematischen Energiemanagements ebenso wie die Anwendung der „Albert“-Standards für die Produktion. Zu den weiteren Zielen zählen die Unterstützung des „2019 Climate Action Plan“ in Irland und die Verpflichtung, bis 2030 zu einer Reduktion von 50 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen beizutragen. Hinzu kommt eine spürbare Müllreduzierung von 25 Prozent bis 2023 bis hin zur Abschaffung von Einwegplastik. (71)

Die australische ABC (Australian Broadcasting Corporation) begann bereits 2007 im Rahmen ihres Jahresberichts „Celebrating 75 Years“ Corporate Social Responsibility als Leitmotiv in ihre Unternehmensstrategie zu integrieren. Ihr ganzheitlicher CSR-Ansatz zielt heute sowohl auf die ökologische und soziale Verantwortung des Unternehmens als auch auf ein weit gefasstes gesellschaftliches Engagement ab. (72) Spätestens seit den Olympischen Spielen 2000 in Sydney, die aufgrund ihres innovativen ökologischen und urbanen Nachhaltigkeitskonzepts als „Green Olympics“ (73) in die Geschichte eingingen, gehört das Thema zum australischen Alltag. Durch wiederkehrende Naturkatastrophen (z. B. Hochwasser 2011, Buschbrände 2019/20) ist das Bewusstsein in der australischen Gesellschaft für Ökologie und Nachhaltigkeit enorm gestiegen. Insofern ist es nicht überraschend, dass ökologische Verantwortung auch innerhalb der ABC zunehmend an Gewicht gewinnt: Energieverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Abfall und Recycling, Dienstreisen und Mobilität bis hin zu Wasserverbrauch, Umweltschutz und Biodiversität. (74)

Die umfassende Berichterstattung über die jüngsten Naturkatastrophen zählt ebenso dazu wie der zunehmende Einfluss sozialer und kultureller Themen auf das Programm. (75) Hierzu gehören öffentliche Kampagnen wie „Don't Stop the Music“, „War on Waste“ und Selbstverpflichtungen („Anti-Slavery-Act“) gegen Kinderarbeit. Dies schließt Initiativen für mehr soziale Verantwortung in der Produktion explizit mit ein. Dauerhafte Aufgaben wie Gleichstellung, Diversity, Inklusion und die Integration indigener Gruppen und ethnischer Minderheiten sind ohnehin seit Langem Eckpfeiler einer umfassenden CSR-Strategie. (76)

Australien: ABC mit ganzheitlichem CSR-Ansatz

CBC: Engagement für Diversität, Inklusion und Gendergerechtigkeit

Kanada als abschließendes Beispiel hat mit der CBC (Canadian Broadcasting Corporation) einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der eine enorme Integrationsleistung für das große zweisprachige Land zwischen Atlantik und Pazifik erbringt. Die CBC übernimmt für viele gesellschaftliche Prozesse eine Vermittlerfunktion und ist Vorbild und Vorreiter zugleich. Dies schließt ihr Engagement für Diversität, Inklusion und Gendergerechtigkeit ebenso ein wie die in vielen Bereichen praktizierte gesellschaftliche Verantwortung in Kooperation mit Initiativen und Bildungseinrichtungen. (77) Seit 2008 arbeitet die CBC daran, das gesamte Unternehmen zunehmend ökologisch nachhaltig zu gestalten. (78) Insbesondere zu fünf Aspekten liegen seit 2016 detaillierte Vergleichszahlen vor (79):

- ökologischer Fußabdruck (Gebäude, Klimaanlage, Lagerbehälter, Notfallgeneratoren),
- Wasser- und Stromverbrauch,
- Emissionen (Gebäude, Fahrzeugflotte, Reisen),
- Abfall,
- Produktion (Green Production).

Environmental Scorecard belegt Fortschritte, Stagnation und Rückschritte

Die „Environmental Scorecard“ der CBC ist dynamisch. Die Vergleichszahlen zwischen 2016 und 2019 belegen Fortschritte, aber auch Stagnation und Rückschritte. Erst durch die transparente Darstellung der Vergleichszahlen wird deutlich, welche Herausforderung ökologische Nachhaltigkeit für den Unternehmensalltag bedeutet und dass diese weit über die Zertifizierung der Medienproduktion hinausreicht. (80)

#### Nachhaltigkeit in der EBU: Arbeitsgruppen zu Sustainability und Green Production

2020 Arbeitsgruppe zu Sustainability eingerichtet

Im Frühjahr 2020 hat die Europäische Rundfunkunion (EBU) eine Arbeitsgruppe zu „Sustainability“ konstituiert, mit der Aufgabe, Nachhaltigkeit als ganzheitliche Aufgabe für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu verstehen. (81) Mittlerweile sind Vertreterinnen und Vertreter aus rund 20 Rundfunkanstalten an dem Erfahrungsaustausch beteiligt. Die Ziele der EBU Group Sustainability lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Erfahrungsaustausch und Priorisierung,
- Erarbeitung gemeinsamer Standards,
- Fallstudien zu verschiedenen Themen, z. B. Green Production,
- Fortbildung (Panels, Workshops, Webinars).

AG Green Production soll internationalen Erfahrungsaustausch unterstützen

Aufgrund der Komplexität des Themenfelds einerseits und der Dringlichkeit nachhaltiger Medienproduktion andererseits hat sich innerhalb der EBU die AG „Green Production“ (82) gegründet, um sich auf internationaler Ebene auszutauschen und gemeinsame Standards EBU-weit zu entwickeln, die in den einzelnen Häusern diskutiert und in der nachhaltigen

Medienproduktion erprobt werden könnten. Durch diesen Erfahrungsaustausch und Transfer rücken Nachhaltigkeit als ganzheitliche Unternehmensaufgabe und „Green Production“ als konkretes Praxisfeld zunehmend in den Fokus der öffentlich-rechtlichen Sender. Die EBU befördert diesen dynamischen Prozess, als Motor und als Transmissionsriemen kann sie nachdrücklich zu einer nachhaltigen öffentlich-rechtlichen Medienzukunft beitragen.

#### Fazit

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im deutsch- und englischsprachigen Raum beschäftigt sich seit Längerem mit Fragen und Konzepten zu Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung (CSR). Allen ist gemeinsam, auf freiwilliger Basis Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit zu ergreifen und über das gesellschaftliche Engagement zu informieren – pragmatisch und sachorientiert. Was sie jedoch unterscheidet, sind die strategischen Zielsetzungen und Herangehensweisen sowie der Grad der (Selbst-)Verpflichtung.

Der angelsächsische öffentlich-rechtliche Rundfunk publiziert klare Zielvorgaben und belegt diese mit Kennzahlen über vergleichbare Zeiträume für die zentralen Aspekte ökologischer Nachhaltigkeit (Stichwort: ökologischer Fußabdruck). Zwar finden sich in den Nachhaltigkeitsberichten von ARD, ZDF und ORF unterschiedliche Kennzahlen zu ausgewählten Bereichen, aber noch sind die Grundlagen und Standards sehr unterschiedlich, was die Vergleichbarkeit erschwert.

An dieser Nahtstelle könnte die EBU beim Informationsaustausch und bei der Erarbeitung von Standards in der öffentlich-rechtlichen Medienproduktion eine zentrale Funktion übernehmen. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass der Informationsfluss sowohl in als auch zwischen den Sendern gewährleistet wird, um in einem breiteren Kontext einen Beitrag zur Nachhaltigkeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu leisten. Hierzu gehört neben einem dauerhaften Monitoring und transparenten Reporting auch ein kritischer Dialog, der die gesellschaftliche Debatte und die politischen Vorgaben gleichermaßen berücksichtigt.

Wichtig ist auch, dass Nachhaltigkeit nicht konjunkturell auf ökologische Themen verkürzt wird. Gesellschaftliche Verantwortung im Sinne von Corporate Social Responsibility umfasst die Verzahnung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte zur Gestaltung einer nachhaltigen Gesellschaft. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann sowohl durch seine Themensetzung im Programm als auch durch sein unternehmerisches Engagement einen weitreichenden Public-Value-Beitrag leisten.

Internationaler Vergleich zeigt Unterschiede bei Zielsetzungen und Grad der (Selbst-)Verpflichtung

Angelsächsischer ö.-r. Rundfunk publiziert Zielvorgaben und Kennzahlen

EBU mit nützlicher Rolle bei der Erarbeitung von Standards

Nachhaltigkeit nicht auf ökologische Themen verkürzen

## Anmerkungen:

- 1) Vgl. ARD-Nachhaltigkeitsbericht, <http://www.ard.de/nachhaltigkeit> (abgerufen am 12.11.2020); Pfab, Susanne: Mehr als Klimaschutz. Das Engagement der ARD für mehr Nachhaltigkeit. In: *epd* 46/2020 vom 13.11.2020, <https://www.epd.de/fachdienst/epd-medien/schwerpunkt/debatte/mehr-als-klimaschutz> (abgerufen am 4.12.2020).
- 2) Vgl. <https://www.ard.de/die-ard/#/2020-10-30-ARD-und-ZDF-Gremien-zu-Nachhaltigkeit-100> (abgerufen am 8.11.2020).
- 3) Vgl. [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12\\_december/14/csr.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12_december/14/csr.shtml) (abgerufen am 8.11.2020).
- 4) Vgl. <https://about.abc.net.au/press-releases/abc-commitment-to-green-future/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 5) Vgl. <https://cbc.radio-canada.ca/en/impact-and-accountability/environment/environmental-performance-reports/green-spotlight> (abgerufen am 8.11.2020).
- 6) Vgl. <https://www.bundestag.de/resource/blob/508882/dd115223404810c15a46b15fa0b16edd/praesentation-zdf-data.pdf> (abgerufen am 8.11.2020).
- 7) Vgl. <https://der.orf.at/unternehmen/recht-grundlagen/nachhaltigkeitsbericht/index.html> (abgerufen am 8.11.2020).
- 8) Vgl. Pressemitteilung unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/gemeinsame-erklaerung-fuer-nachhaltige-filmproduktion-im-bundeskanzleramt-unterzeichnet-kulturstaatsministerin-gruetters-filmbewegt-nachhaltig-1723124> (abgerufen am: 8.11.2020). Erklärung unter: [www.zdf.de › assets › nachhaltigkeit-132-original](http://www.zdf.de/assets/nachhaltigkeit-132-original) (abgerufen am 8.11.2020).
- 9) Vgl. <https://greenshooting.mfg.de/> (abgerufen am 8.11.2020); vgl. auch Europäisches Zentrum für Nachhaltigkeit im Medienbereich: <https://greenfilmshooting.net/blog/de/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 10) Weitere Unterzeichner sind: Allianz deutscher Produzenten e.V., Deutsche Filmakademie, European Film Market, Filmförderungsanstalt, FilmFernsehFonds Bayern, Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein, Film- und Medienstiftung NRW, HessenFilm und Medien, Internationale Filmfestspiele Berlin, Medienboard Berlin-Brandenburg, Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, Mitteldeutsche Medienförderung, Motion Picture Association (Walt Disney Studios Motion Pictures, Netflix Studios, LLC, Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Universal City Studios LLC, Warner Bros. Entertainment Inc.), Nordmedia, Produzentenverband e.V., Sky, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft, Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V.
- 11) Vgl. Grober, Ulrich: Der Erfinder der Nachhaltigkeit. In: *Die Zeit* 48/1999, [https://www.zeit.de/1999/48/Der\\_Erfinder\\_der\\_Nachhaltigkeit](https://www.zeit.de/1999/48/Der_Erfinder_der_Nachhaltigkeit) (abgerufen am 8.11.2020).
- 12) <https://digital.slub-dresden.de/werkansicht/dlf/85039/127/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 13) Vgl. Meadows, Dennis/Donella H. Meadows/Erich Zahn/Peter Milling: Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. Stuttgart 1972.
- 14) Vgl. <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm> (abgerufen am 8.11.2020); vgl. auch World Commission and Development: *Our Common Future*. London 1987.
- 15) Vgl. [https://www.un.org/Depts/german/conf/agenda21/agenda\\_21.pdf](https://www.un.org/Depts/german/conf/agenda21/agenda_21.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 16) Vgl. [https://www.bmz.de/de/themen/2030\\_agenda/historie/rio\\_plus20/umweltgipfel/index.html](https://www.bmz.de/de/themen/2030_agenda/historie/rio_plus20/umweltgipfel/index.html) (abgerufen am 8.11.2020).
- 17) "Ceres" bedeutet "Coalition for Environmentally Responsible Economies" und spielt auf den römischen Gott für Fruchtbarkeit und Landwirtschaft an. Die von Ceres entwickelten zehn Prinzipien umfassen den Schutz der Biosphäre ebenso wie die nachhaltige Verwendung natürlicher Ressourcen. Die zehn Prinzipien sind: 1. Protection of the biosphere, 2. Sustainable use of natural resources, 3. Reduction and disposal of waste, 4. Wise use of energy, 5. Risk reduction, 6. Marketing safe products and services, 7. Damage compensation, 8. Disclosure, 9. Environmental directors and managers, 10. Assessment and audit, vgl. [https://www.iisd.org/business/tools/principles\\_ceres.aspx](https://www.iisd.org/business/tools/principles_ceres.aspx) (abgerufen am 8.11.2020).
- 18) <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (abgerufen am 8.11.2020).
- 19) Vgl. Rasche, Andreas/David Seidl: *Management Ideas as Standards*. In: Sturdy, Andrew/Stefan Heusinkveld/Trish Reay/David Strang (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Management Ideas*. New York 2019.
- 20) Vgl. Corell, Hans: *The Global Compact*. In: Mullerat, Ramon (Hrsg.): *Corporate Social Responsibility. The Corporate Governance of the 21st Century*. The Hague 2005, S. 235.
- 21) Vgl. <https://www.unglobalcompact.org/> (abgerufen am 8.11.2020). Ergänzt werden die 17 Ziele der Agenda 2030 durch 169 Zielsetzungen und 230 globale Indikatoren, der sich 193 Staaten der Erde verpflichtet haben.
- 22) Vgl. <https://www.nachhaltigkeitsrat.de/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 23) Vgl. <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/Criteria> (abgerufen am 8.11.2020)
- 24) Vgl. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN> (abgerufen am 8.11.2020).
- 25) Vgl. <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Politik/CSR-national/Aktivitaeten-der-Bundesregierung/CSR-Berichtspflichten/csr-berichtspflichten.html> (abgerufen am 8.11.2020).
- 26) Vgl. <https://idw-online.de/de/news691603> (abgerufen am 8.11.2020).
- 27) Vgl. Mullerat, Ramon: *CSR and the media*. In: Mullerat, Ramon (Hrsg.): *International Corporate Social Responsibility. The Role of Corporations in the Economic Order of the 21st Century*, S. 270-275; Ingenhoff, Diana/Martina A. Koelling: *Media governance and corporate social responsibility of media organizations: an international comparison*. In: *Business Ethics: a European View* 21, 2/2012, S. 154-167; Starosielski, Nicole/Janet Walker (Hrsg.): *Sustainable Media. Critical Approaches to Media and Environment*. New York 2016; Kääpä, Pietari: *Environmental Management of the Media. Policy, Industry, Practice*. New York 2018; Gutsche, Korina: *Nachhaltigkeit in der Medienbranche*. In: Englert, Marco/Anabel Ternès (Hrsg.): *Nachhaltiges Management. Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln*, Heidelberg 2019, S. 625-650.
- 28) Vgl. Moore, Mark H.: *Reflections on the public value project*. In: Lindgren, Adam/Nicole Koenig-Lewis/Martin Kitchener/John D. Brewer/Mark H. Moore/Timo Meynhardt (Hrsg.): *Public Value, Deepening, Enriching, and Broadening the Theory and Practice*. London 2019, S. 359.
- 29) Vgl. Fisher, Josie/Bligh Grant: *Beyond Corporate Social Responsibility: Public Value and the Business of Politics*. In: *International Journal of Business and Management* 7, 7/2012, S. 2 -14; Keränen, Joona: *Towards a broader value discourse. Understanding sustainable and public value potential*. In: *Journal of Creating Value* 3, 2/2017, S. 1-7; Meynhardt, Timo/Eduard Frantz: *Medialer Public Value als Beitrag zum Gemeinwohl. Ergebnisse aus dem GemeinwohlAtlas 2019*. In: *Media Perspektiven* 10/2019, S. 444-451.
- 30) Vgl. <https://nachhaltig-entwickeln.dgvn.de/agenda-2030/ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 31) Vgl. Wortprotokoll der 57. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung am 15. Februar 2017: Öffentliche Anhörung zum Thema „Nachhaltigkeit in der Film-/Medienproduktion“ mit Vertretern der Zivilgesellschaft., <https://www.bundestag.de/resource/blob/501164/3ba0f80a07323a394a63f44df8d3bb45/Protokoll-data.pdf> (abgerufen am 8.11.2020); Wortprotokoll der 63. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung am 31. Mai 2017: Öffentliche Anhörung zum Thema „Nachhaltigkeit in der Medienproduktion“ mit öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, <https://www.bundestag.de/resource/blob/525366/ae0151f4e3a3d9ce2c1f3c6cd2d1e81b/Protokoll-data.pdf> (abgerufen am 8.11.2020).
- 32) Vgl. <https://www.bavaria-film.de/newsroom/910-philip-gassmann-zum-sustainability-manager-berufen> (abgerufen am 8.11.2020).

- 33) Vgl. Wortprotokoll der 57. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung (Anm. 31), S. 7; University of California Los Angeles – UCLA Institute of the Environment: Sustainability in the Motion Picture Industry. Contractor's Report to the Board. November 2006, <https://www.ioes.ucla.edu/wp-content/uploads/mpisreport.pdf> (abgerufen am 8.11.2020). Philipp Gassmann wurde berufen, um die „Carbon Neutral“-Initiative der Produktions- und Dienstleistungsgruppe umzusetzen und weiterzuentwickeln. Bavaria Film hat sich verpflichtet, ökologisches Handeln als Teil der Unternehmensphilosophie zu verstehen und zu realisieren, vgl. <https://www.bavaria-film.de/newsroom/910-philip-gassmann-zum-sustainability-manager-berufen> (abgerufen am 8.11.2020).
- 34) Vgl. Wortprotokoll der 63. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung (Anm. 31).
- 35) Vgl. [https://greenshooting.mfg.de/files/02\\_MFG\\_Filmfoerderung/PDF/tatort\\_green\\_shooting\\_ergebnisbericht.pdf](https://greenshooting.mfg.de/files/02_MFG_Filmfoerderung/PDF/tatort_green_shooting_ergebnisbericht.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 36) Vgl. [https://mfg.greenshooting.de/de\\_DE/page/](https://mfg.greenshooting.de/de_DE/page/) (abgerufen am 8.11.2020).
- 37) Vgl. <https://gruener-journalismus.de/green-producing-michael-becker-swr-tatort/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 38) Vgl. <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Klimafreundlich-CO2-Bilanz-in-TV-Produktionen,greentv108.html> (abgerufen am 8.11.2020). Vgl. zur Berichtserstattung über Klimapolitik in Medien auch: De Silva-Schmidt, Fenja/Michael Brüggemann: Klimapolitik in den Medien – Das Publikum erwartet mehr. Befunde einer Befragung zu den UN-Klimagipfeln 2015 und 2018. In: Media Perspektiven 3/2019, S. 107-113; Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Fernsehnachrichten: Mehr als Klimawandel, Brexit, Europa- und Landtagswahlen. Ergebnisse des Nachrichtenmonitors 2019. In: Media Perspektiven 2/2020, S. 62-86, bes. S. 75f.; Guenther, Lars/Daniela Mahl/Fenja De Silva-Schmidt/Michael Brüggemann: Klimawandel und Klimapolitik: Vom Nischenthema auf die öffentliche Agenda. Ergebnisse von Befragungen zu den UN-Klimagipfeln 2015, 2018 und 2019. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 287-296.
- 39) Vgl. ARD-Nachhaltigkeitsbericht (Anm. 1).
- 40) Vgl. <https://docplayer.org/191498594-100-gruene-produktionen.html> (abgerufen am 8.11.2020).
- 41) Vgl. ARD-Nachhaltigkeitsbericht (Anm. 1), S. 31f.
- 42) Vgl. <https://www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/unternehmen/2020/20200930-presseheft-ard-themenwoche-2020.file.html> ARD\_Themenwoche\_Presseheft\_web.pdf (abgerufen am 8.11.2020).
- 43) Vgl. <https://www.rbb-online.de/youngreporter/> (abgerufen am 8.11.2020); <https://www.bbc.com/news/education-41001549> (abgerufen am 8.11.2020).
- 44) Vgl. Bellut, Thomas: Nachhaltigkeit und soziales Engagement im ZDF. In: Schmitz, Marina/René Schmidpeter (Hrsg.): CSR in Rheinland-Pfalz. Nachhaltige Entwicklung aus Sicht von Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft. Berlin 2020, S. 523-527.
- 45) Vgl. [http://www.zdf-jahrbuch.de/2011/qualitaet\\_und\\_engagement/mueller.php](http://www.zdf-jahrbuch.de/2011/qualitaet_und_engagement/mueller.php) (abgerufen am 8.11.2020).
- 46) Vgl. Wortprotokoll der 63. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung (Anm. 31).
- 47) Vgl. <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/nachhaltigkeit-112.html> (abgerufen am 28.5.2020).
- 48) Vgl. <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/engagement-csr-108.html> (abgerufen am 8.11.2020); <https://csr-news.net/news/2016/10/10/zdf-berichtet-zu-gesellschaftlichem-engagement-und-unternehmerischer-verantwortung/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 49) Vgl. [https://rechnungshof.rlp.de/fileadmin/rechnungshof/Rundfunk\\_und\\_Fraktionspruefungen/ZDF\\_Abschliessender\\_Bericht\\_ueber\\_die\\_Beratende\\_AEusserung\\_2019.pdf](https://rechnungshof.rlp.de/fileadmin/rechnungshof/Rundfunk_und_Fraktionspruefungen/ZDF_Abschliessender_Bericht_ueber_die_Beratende_AEusserung_2019.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 50) Diese Stelle wurde mit Tordis Koch besetzt, vgl. außerdem <https://rechnungshof.rlp.de/de/aktuelles/detail/news/detail/News/pressemitteilung-pruefung-der-haushalts-und-wirtschaftsfuehrung-des-zdf-insbesondere-unter-aspekten/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 51) Vgl. <https://presseportal.zdf.de/pressemitteilung/mitteilung/zdf-baut-nachhaltigkeit-weiter-aus/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 52) Vgl. <https://meedia.de/2020/01/09/gruene-produktionen-annette-kuemmel-leitet-neues-p7s1-ressort-fuer-nachhaltigkeit/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 53) Vgl. <https://www.globalcompact.de/de/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 54) Vgl. <https://www.rtl.de/cms/packen-wir-s-an-medien-gruppe-rtl-zeigt-themenwoche-nachhaltigkeit-4384474.html> (abgerufen am 8.11.2020).
- 55) Vgl. <https://der.orf.at/unternehmen/recht-grundlagen/nachhaltigkeitsbericht/index.html> (abgerufen am 8.11.2020).
- 56) Vgl. ebd.
- 57) Vgl. ebd.
- 58) Vgl. [https://www.srgsr.ch/fileadmin/dam/documents/Organisation/SRG\\_SSR\\_Unternehmensstrategie-19-20.pdf](https://www.srgsr.ch/fileadmin/dam/documents/Organisation/SRG_SSR_Unternehmensstrategie-19-20.pdf) (abgerufen am 8.11.2020), <https://www.srgsr.ch/de/wer-wir-sind/leitbild-und-strategie/strategie> (abgerufen am 8.11.2020).
- 59) Vgl. <https://www.srgd.ch/de/aktuelles/news/2019/11/05/der-tatort-wird-nachhaltig/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 60) Dies findet Niederschlag in einer ausführlichen Unternehmensberichterstattung, entweder in den Jahresberichten oder spezifischen Darstellungen zum Beispiel zu Diversity oder den Aktivitäten hinsichtlich der CSR-Aktivitäten. Vgl. auch Mohr, Inge/Dietmar Schiller: Diversity und Public Value – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle. Strategie und Best Practice des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im In- und Ausland. In: Media Perspektiven 1/2020, S. 2-15.
- 61) Vgl. BBC: Building Public Value. Renewing the BBC for a digital world, June 2004. <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf>; (abgerufen am 8.11.2020); [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12\\_december/14/csr.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/12_december/14/csr.shtml) (abgerufen am 8.11.2020).
- 62) Vgl. [http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines/pdf/environmental\\_sustainability\\_policy\\_statement\\_2018.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines/pdf/environmental_sustainability_policy_statement_2018.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 63) Vgl. <https://wearalbert.org/about/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 64) Vgl. [http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/greener\\_broadcasting.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/greener_broadcasting.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 65) <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/2018-19.pdf> (abgerufen am 8.11.2020).
- 66) Vgl. <https://www.itvplc.com/~media/Files/I/ITV-PLC/download/itv-social-purpose-impact-report-2019.pdf>, S. 7 (abgerufen am 8.11.2020); <https://www.itvplc.com/socialpurpose/news/2020/itv-announces-science-based-carbon-emissions-target-and-ambitious-environmental-targets> (abgerufen am 8.11.2020).
- 67) Auf folgende UN-Nachhaltigkeitsziele wird Bezug genommen: Health (3), Diversity (5, 10), Environment (7, 12, 13) Giving Back (1, 2, 3, 4).
- 68) Vgl. EBU Sustainability Group: Public Service Media Environmental Sustainability: Members Stories, internes Papier, 17.9.2020, <https://tech.ebu.ch/groups/spsm> (abgerufen am 8.11.2020).
- 69) Vgl. <https://static.rasset.ie/documents/about/2017/10/the-media-landscape-in-ireland.pdf> (abgerufen am 8.11.2020).
- 70) Vgl. <https://about.rte.ie/sustaining-rte/recognising-our-sustainability/> (abgerufen am 8.11.2020).
- 71) Vgl. EBU Sustainability Group (Anm. 68).
- 72) Vgl. ABC: Annual Report 2018/2019, S. 128, <http://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2019/10/ABC-Annual-Report-201819v2.pdf> (abgerufen am 8.11.2020).
- 73) Vgl. Briese, Robyn: Sustaining Sydney: The "Green Olympics" from a global perspective. In: Urban Policy and Research 19, 1/2001, S. 25-42.
- 74) Vgl. EBU Sustainability Group (Anm. 68), S. 132-135.
- 75) Vgl. ebd., S. 136.
- 76) Vgl. [http://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2020/01/ED-Report\\_2019\\_FINAL.pdf](http://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2020/01/ED-Report_2019_FINAL.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 77) Vgl. <https://cbc.radio-canada.ca/en/impact-and-accountability> (abgerufen am 8.11.2020).

- 78) <https://cbc.radio-canada.ca/en/impact-and-accountability/environment/environmental-performance-reports/green-spotlight> (abgerufen am 8.11.2020).
- 79) Vgl. <https://cbc.radio-canada.ca/en/impact-and-accountability/environment/environmental-report-2018-2019/scorecard> (abgerufen am 8.11.2020).
- 80) Vgl. <https://cbc.radio-canada.ca/en/impact-and-accountability/environment/environmental-report-2018-2019/footprint> (abgerufen am 8.11.2020).
- 81) Vgl. [https://tech.ebu.ch/docs/factsheets/ebu\\_tech\\_fs\\_sustainable\\_broadcasting.pdf](https://tech.ebu.ch/docs/factsheets/ebu_tech_fs_sustainable_broadcasting.pdf) (abgerufen am 8.11.2020).
- 82) Vgl. <https://tech.ebu.ch/groups/greenproduction> (abgerufen am 8.11.2020).