

# Gemeinwohlorientierung bei der Programmgestaltung

ProSiebenSat.1 ist mehr als ein Wirtschaftsunternehmen.

*Von Annette Kümmel und Frederike Wissel*

**W**ir sind überzeugt, dass sich Erfolg nicht nur an finanziellen Ergebnissen messen lässt, sondern auch daran, wie wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Wir erreichen mit unseren TV-Sendern und den digitalen Plattformen täglich viele Millionen Zuschauer und Nutzer. Wir empfinden das als großes Privileg und Chance, aber auch als besondere Verantwortung. Wir nutzen die Reichweite unserer Medien gezielt, um den Blick auf relevante gesellschaftliche Themen zu lenken und verfolgen vier große Ziele: Wir wollen Wissen schaffen, Chancen bieten, Werte vermitteln und Kultur fördern.

Die ProSiebenSat.1 Group erreicht mit ihren TV-Sendern täglich rund 42 Millionen Haushalte und über ihre Web-Angebote zusätzlich mehr als 30 Millionen User pro Monat. Die verbreiteten Inhalte tragen zur Meinungsbildung von Zuschauern und Nutzern bei. ProSiebenSat.1 kann durch den guten Zugang zu jungen Menschen die heranwachsende Generation für wichtige Themen sensibilisieren und leistet so einen nachhaltig positiven und wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Gesellschaft. Im Handlungsfeld „Public Value“ ist ProSiebenSat.1 mit ihrer Senderfamilie seit Jahren auf breiter Basis aktiv.

Bereits 2011 hat der Konzern die Public-Value-Aktivitäten in einen größeren gesellschaftlichen Kontext gestellt und einen Beirat gegründet. Das interdisziplinär besetzte Gremium berät in gesellschaftspolitischen sowie ethischen Fragen und liefert Anregungen zu den Medienangeboten des Konzerns. Ein Themenschwerpunkt ist „Digital Education“. Unter dem Motto „Dreh Dein Ding!“ hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung 2016 zum zweiten Mal zu einem Videowettbewerb aufgerufen. Ziel ist es, Jugendlichen den verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien näherzubringen. Der Gewinnerbeitrag wird in einem der Formate

*Annette Kümmel ist Senior Vice President und Frederike Wissel Mitarbeiterin im Bereich Governmental Relations & Regulatory Affairs bei der ProSiebenSat.1 Media SE.*

„Galileo“, „taff“ oder „NEWSTIME“ ausgestrahlt. Im Wahljahr 2017 liegt eine große Gewichtung auf der Einbindung von jungen Menschen in den politischen Meinungsbildungsprozess. Mit der medienübergreifenden Kampagne „Geh wählen!“ und einer Programmoffensive gewann ProSiebenSat.1 schon im Wahljahr 2013 viele junge Menschen für den politischen Diskurs zurück – und motivierte sie zur Stimmabgabe bei der Bundestagswahl. Die Sendergruppe wird ihre Position als starker Partner im demokratischen Prozess weiter ausbauen.

Eine weitere Gemeinwohlorientierung in der Programmgestaltung liegt in der medialen Thematisierung gesellschaftspolitischer Themen. Ziel hierbei ist es, Öffentlichkeit zu schaffen. In dem Aufklärungsfilm „Entscheidend ist die Entscheidung“ wird über Organspende in Deutschland informiert. So auch im Sat.1-Drama „Zwei Leben. Eine Hoffnung“. Sat.1 machte den 8. März 2016 zum Thementag der Organspende – mit den Jungen Helden, dem Gesundheitsministerium und der Deutschen Stiftung Organtransplantation als Partner. Wie dringend Organspenden benötigt werden, vertieft die Event-Doku „Bei Anruf Herz“. „Oberstes Ziel des Thementags war, dass der Zuschauer erkennt, dass er zum Thema Organspende eine Haltung finden muss“, sagt Sat.1-Geschäftsführer Kaspar Pflüger. Mission erfüllt: Am Ausstrahlungstag gingen 96 Prozent mehr Anrufe bei der Deutschen Stiftung Organtransplantation und dem „Info-telefon Organspende“ ein als am gleichen Tag der Vorwoche.

Mit dem preisgekrönten TV-Movie „Die Ungehorsame“ hat Sat.1 auf das Tabu-Thema häusliche Gewalt aufmerksam gemacht. Die Resonanz auf den Film war enorm: „Dank der Kooperation mit Sat.1 und der Einbindung des Hilfetelefon in die redaktionelle Berichterstattung zum Film ‚Die Ungehorsame‘ konnten wir sehr viele gewaltbetroffene Frauen und Personen aus ihrem Umfeld erreichen“, sagt Petra Söchting, Leiterin des „Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen“. Das nächste gesellschaftspolitische Filmprojekt für Sat.1 steht bereits in den Startlöchern. Im Frühjahr 2017 starten die Dreharbeiten zu dem Film „Nackt. Das Netz vergisst nie“ mit Felicitas Woll, welcher Cybermobbing thematisiert.

Wir verstehen die Popularität unserer Sender als Chance, gerade jungen Menschen wesentliche Werte zu vermitteln. „Gutes Tun mit Humor und Kreativität“ – unter diesem Motto sammelt ProSieben am RED NOSE DAY seit 2003 Spenden für Kinder in Not. Die Gemeinwohlorientierung in der Programm-

gestaltung betrifft die Gesellschaft. Gesellschaft bedeutet Vielfalt. Eine Vielfalt in der Gesellschaft entsteht durch Inklusion. Diesem Anspruch wollen die Sender auch beim barrierefreien Fernsehen gerecht werden. Auch im Jahr 2017 werden wir unser untertiteltes Programm weiter ausbauen, dazu zählen Serien-highlights und Blockbuster, sowie die Untertitelung von Shows wie „Galileo Big Pictures“. Mit der ProSieben-Aktionswoche „Green Seven“ werden ökologische Themen in das öffentliche Bewusstsein gebracht und gezeigt, wie jeder Einzelne etwas zum Schutz der Umwelt beitragen kann. „Save the Water“ war 2016 das Motto der Initiative. Auch außerhalb der „Green Seven Week“ räumt das Unternehmen Umweltschutzthemen regelmäßig Platz in seinen Programmen ein.

Privatsender wie Sat.1 oder ProSieben erreichen seit vielen Jahren deutlich mehr junge Zuschauer als die öffentlich-rechtlichen Anbieter. Die Formate der Sender bringen die Inhalte lebendig und unterhaltsam rüber. Damit sprechen sie die große Masse der jungen Menschen an, die die Zukunft Deutschlands sind. Sie liegen der Sendergruppe besonders am Herzen. Diese jungen Leute möchte das Medienunternehmen für Themen wie Politik, Umweltschutz und Toleranz gewinnen. Das gelingt ProSiebenSat.1 deshalb besonders gut, weil sie die Lebenswelten der jungen Menschen kennt und ihre Sprache spricht. Denn gerade zur Sprache der Politik haben viele keinen Zugang mehr. Hier können die TV-Formate der Gruppe Brücken bauen. Und zeigen, dass es sogar Spaß machen kann, sich mit vermeintlich schwierigen Themen zu beschäftigen.

Ziel ist es, profitabel und nachhaltig zu wachsen. Dazu müssen die Unternehmensaktivitäten im Einklang mit den Belangen der Umwelt, der Gesellschaft und den Mitarbeitern stehen. ProSiebenSat.1 erreicht viele Millionen Menschen. Das ist eine große Chance – und Verantwortung zugleich. Auch im Jahr 2017 will das Unternehmen sowohl im Rahmen der Programmgestaltung als auch darüber hinaus weitere Maßnahmen, Projekte und Initiativen für eine gemeinwohlorientierte Gesellschaft umsetzen und auf den Weg bringen. Die dauerhaft zukunftsfähige Entwicklung der ökologischen und sozialen Leistungen steht bei ProSiebenSat.1 im Vordergrund. Im Nachhaltigkeitsbericht erfahren Sie mehr darüber, wie das Unternehmen Verantwortung übernimmt.

*Ziel von ProSiebenSat.1 ist es, das Wachstum des Unternehmens in Einklang mit der Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitern zu bringen.*