

BEANTWORTUNG DER FRAGEN IM LEITFADEN DES NACHHALTIGKEITSPAKTS MEDIEN DER BAYERISCHEN LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN (BLM)

Vorwort

.....

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Zukunftsthema für die Medienbranche und auch eine Frage der Glaubwürdigkeit jedes einzelnen Unternehmens. Als Landeszentrale stehen wir besonders in der Verantwortung und wollen unserer Vorbildrolle als Regulierungsinstitution für Medienschaffende wie Mediennutzende, als Arbeitgeberin und als Teilnehmerin am Wirtschaftsleben gerecht werden.

Mit Blick auf den gesellschaftlichen Auftrag der BLM heißt das: Die Landeszentrale trägt dazu bei, Digitalisierung und Technisierung der Medien zu gestalten und verantwortungsvoll mit ihr umzugehen. In diesem Sinne engagieren wir uns seit vielen Jahren für die innovative Weiterentwicklung der Medienlandschaft in Bayern. Bei dem Bestreben, die Nachhaltigkeit in der Medienbranche zu etablieren, entstand die Initiative zur Gründung des Nachhaltigkeitspakts Medien (Bayern), der sich inzwischen über Bayern hinaus geöffnet hat. Ziel ist es, gemeinsam aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Medienwirtschaft mitzuwirken und ein branchenspezifisches Verständnis von Nachhaltigkeit zu entwickeln. Dabei kommt es nicht auf den Standort an, sondern auf ein gemeinsames Engagement vieler Akteure in der Medienlandschaft.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

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

Es ist ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur, in Übereinstimmung mit geltendem Recht zu handeln. Die BLM ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts und damit an Recht und Gesetz gebunden, Art. 20 Abs. 3 GG.

Die Landeszentrale hat es sich mit der Abgabe ihres ersten Berichts, nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex für das Jahr 2022, zum Ziel gemacht ihrer Verantwortung nach anerkannten Nachhaltigkeitsstandards Rechnung zu tragen. Damit wurde bereits der Grundstein für eine fortlaufende Evaluierung gelegt, die Nachhaltigkeits-, Governance- und Unternehmensführungsziele umfasst.

Daneben überarbeitet die BLM derzeit die Governance-Strukturen, um bei zentralen Themen wie Verantwortlichkeit und Compliance noch transparenter und verbindlicher zu agieren.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

a. Orientieren sich vorhandene Ziele an öffentlichen Standards/Institutionen?

Die Ziele orientieren sich an den 17 Zielen der Agenda 2030 und den Standards des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) sowie den GRI-Indikatoren.

Die BLM hat für das eigene Handeln folgende Nachhaltigkeitsziele definiert:

- Unterstützung von Innovationen
- Sicherung und Förderung von Gleichberechtigung und Vielfalt
- Erhalt von Glaubwürdigkeit
- Schaffung dauerhafter Arbeitsplätze mit adäquaten Bedingungen
- Förderung der Befähigung zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben
- Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien
- Stabilisierung und Förderung einer demokratischen Gesellschaftsordnung
- Schonender Umgang mit Ressourcen
- Nachhaltiger Konsum
- Starke Partnerschaften (Mitgliedschaften in Verbänden)
- Produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit
- Förderung von nachhaltigem Wirtschaftswachstum

Weitergehende Zielsetzungen werden in den Bereichen Umwelt und Gesellschaft genannt. Die Umsetzung dieser Ziele erfolgt durch eine strategische Analyse, die Entwicklung konkreter Maßnahmen und die regelmäßige interne Berichterstattung.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

b. In welcher Struktur ist das Unternehmen organisiert? Hat sich diese Struktur in der Vergangenheit weiter- entwickelt / verändert?

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland, zuständig für die Aufsicht und Organisation der privaten Radio- und Fernsehprogramme in Bayern. Außerdem beaufsichtigt sie Internetangebote mit Sitz in Bayern, sogenannte Telemedien. Seit ihrer Gründung 1985 hat sich die BLM kontinuierlich weiterentwickelt, um den wachsenden Anforderungen der Medienlandschaft gerecht zu werden. Daher ist die BLM auch für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre – wie zum Beispiel Prime Video, Twitch, Twitter und Yahoo – zuständig. Seit April 2022 überprüft die BLM auch Verstöße gegen die Impressumspflicht gemäß Medienstaatsvertrag (MStV) und Telemediengesetz (TMG).

Insbesondere die Digitalisierung und Technisierung der Medien haben die Struktur und Aufgaben der BLM beeinflusst. Der Medienrat, der Verwaltungsrat und der Präsident nehmen die Aufgaben der BLM wahr. Die Vorbereitung der Beschlüsse erfolgt durch die jeweiligen Bereiche.

c. Wie und in Abstimmung mit welchen Personen(gruppen) werden Unternehmensentscheidungen getroffen?

Der Präsident, der vom Medienrat auf die Dauer von fünf Jahren gewählt wird, trägt die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gerichtlich und außergerichtlich. Zusammen mit der Geschäftsführerin als seiner ständigen Vertretung erledigt er u. a. die laufenden Angelegenheiten, vollzieht die Beschlüsse des Medienrats und des Verwaltungsrats und erlässt dringliche Anordnungen in unaufschiebbaren Fällen.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Interdisziplinär werden die Aufgaben in der BLM in vier Bereichen wahrgenommen. Dabei werden die Bereichsleitungen durch Gruppen- und Referatsleitende unterstützt, die zusätzliche Verantwortung übernehmen und Entscheidungskompetenz haben.

Unabhängig davon besteht ein Personalrat, der die Interessen der Mitarbeitenden in den Monatsgesprächen mit der Geschäftsleitung und der Verwaltung einbringt. Zudem hat der Personalrat ein Mitbestimmungsrecht bei Belangen, die die Mitarbeitenden betreffen.

d. Wie werden Risiken überprüft bzw. evaluiert? Wie werden Maßnahmen zur Gegensteuerung organisiert?

In den regelmäßig stattfindenden Fachbesprechungen werden gemeinsame Themen besprochen und fachbezogen von den jeweiligen Bereichen ausgearbeitet. Wöchentliche Besprechungen der Bereichsleitungen mit der Geschäftsführung sichern organisatorisch eine frühzeitige Identifikation und Kommunikation wesentlicher Risiken sowie bestandsgefährdender Entwicklungen. Als Frühwarnsignal wird auch die monatliche Analyse von Abweichungen zum Wirtschaftsplan betrachtet.

Die BLM gibt grundsätzliche Arbeitsabläufe vor und stellt durch die eindeutige Zuweisung von Aufgaben sicher, dass Kompetenzen und Verantwortlichkeiten klar geregelt sind. Bestimmte Zuständigkeitsregelungen ermöglichen – insbesondere im Rahmen einer Risikoanalyse – korruptionsgefährdete Arbeitsbereiche zu identifizieren und geeignete Präventionsmaßnahmen zu ergreifen. Darüber hinaus kann durch klar geregelte Zuständigkeiten und Prozesse individuelles Fehlverhalten von Beschäftigten deutlicher erkannt werden. Die Geschäftsleitung bedient sich zur Verfolgung ihrer Complianceziele einer bzw. eines Compliancebeauftragten, Datenschutzbeauftragten, Gleichstellungsbeauftragten und Sicherheitsbeauftragten. Der oder die Compliancebeauftragte steuert das Risikomanagement der BLM im Hinblick auf die Korruptionsgefährdung. Der oder die Datenschutzbeauftragte(r) berichtet regelmäßig an die Geschäftsleitung, der oder die Compliancebeauftragte(r) berichtet regelmäßig an die Geschäftsleitung und an die Gremien.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Im Zuge der Überarbeitung der Compliancestruktur arbeitet die BLM an der Einführung eines Risiko-Managements. Dieses sieht eine regelmäßige, allgemeine Risikoanalyse der Prozesse und der sich daraus ergebenden, notwendigen Anpassungen vor.

Daneben unterstützt die interne Revision die Geschäftsführung der BLM bei der Erfüllung ihrer Aufgaben. Die spezielle Funktion der internen Revision besteht darin, die Funktionsfähigkeit des internen Kontrollsystems (IKS) sowie die Ordnungsmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit von angewandten Verfahren und Prozessen zu beurteilen.

Die BLM hat neben dem Bereich der internen Revision auch eine interne Meldestelle – nach dem Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) – eingerichtet. Dieses kann von allen Mitarbeitenden der BLM sowie auch von Dritten jederzeit unter Wahrung der Anonymität genutzt werden. Gemeldet werden können etwaige Verstöße gegen Gesetze sowie gegen BLM-interne Richtlinien oder Dienstanweisungen.

e. Wie sehen die Berichtswege und Zuständigkeiten für Nachhaltigkeitsthemen und -ergebnisse im Unternehmen aus?

Ein wichtiger Meilenstein war die Einrichtung einer Projektgruppe Ende 2020, die beauftragt wurde, ein eigenständiges Nachhaltigkeitskonzept für die BLM zu entwickeln. Diese Gruppe führte eine Bestandsaufnahme der wesentlichen Handlungsfelder durch, ermittelte Maßnahmen für Fortschritte und priorisierte künftige Umsetzungspläne. Das Konzept wurde Ende 2021 finalisiert. Inzwischen wird jedes Jahr ein Nachhaltigkeitsbericht der BLM erstellt und dem Medienrat vorgestellt. Seit 2023 teilt sich der Nachhaltigkeitsbericht in zwei Teile: Teil eins ist der vormalige Nachhaltigkeitsbericht. Dieser wurde durch ein Nachhaltigkeitsmagazin über die BLM-Nachhaltigkeitsaktivitäten ersetzt. Mit dem 2. Teil, der DNK-Berichterstattung, legt die BLM Rechenschaft zur Nachhaltigkeit ab.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

In Zuge dessen wurde 2022 eine Nachhaltigkeitsbeauftragung bestellt, die direkt an die Geschäftsführung berichtet. Über ein Nachhaltigkeits-E-Mail-Postfach können Anregungen eingebracht werden. Diese kommen bei der Nachhaltigkeitsbeauftragten an und können direkt an die Geschäftsleitung herangetragen werden. Dafür findet ein regelmäßiger Austausch mit der Geschäftsleitung statt.

f. Welche Maßnahmen trifft das Unternehmen zur Personalgewinnung und -bindung?

Die BLM setzt auf Arbeitsplatzsicherheit, sinnhaltige Arbeit (Demokratieerhalt), ein attraktives Gehaltssystem, Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten und eine familienfreundliche Arbeitsumgebung, um qualifiziertes Personal zu gewinnen und zu binden. Darüber hinaus fördert sie eine offene Kommunikationskultur und beteiligt die Mitarbeiter aktiv an Nachhaltigkeitsinitiativen.

Wesentlich ist, als Institution wahrgenommen zu werden, die bei Medienaufsicht, Förderung und Stärkung von Medienkompetenz der Allgemeinheit verpflichtet ist und einen gesamtgesellschaftlichen Mehrwert schafft.

g. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das korrekte Verhalten der Mitarbeitenden? Gibt es Weiterbildungsangebote dazu?

Wurde beispielsweise bereits ein Code of Conduct definiert oder werden Schulungen zu Compliance-Themen durchgeführt?

Ein funktionierendes Compliance-Management dient dem Nachhaltigkeitsziel „Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien“.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Ein „Verhaltenskodex der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien“ regelt die Annahme von Geschenken und Einladungen durch Mitarbeitende der Landeszentrale. Grundsätzlich ist in diesen Fällen die Genehmigung der jeweils vorgesetzten Führungskraft (d. h. Bereichsleiterin bzw. Bereichsleiter) vorgesehen. Bestehende Betriebsvereinbarungen zwischen der Geschäftsleitung und dem Personalrat aus dem Jahr 2011 und Jahr 2014 werden derzeit evaluiert. Für die Führungskräfte der Landeszentrale am 27. Oktober 2022 eine Inhouse-Schulung zum Thema Korruptionsprävention organisiert. Die Erkenntnisse der Schulung werden insbesondere in die Überarbeitung des Verhaltenskodex für die Beschäftigten der Landeszentrale einfließen.

Darüber hinaus sollen regelmäßige Schulungen und Workshops zum Thema Compliance Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern helfen, ein besseres Verständnis für die Bedeutung und die Umsetzung nachhaltiger Praktiken zu entwickeln. Ab 2025 werden verpflichtende Schulungen zu Compliance, Datenschutz und Arbeitssicherheit über ein elektronisches Schulungsportal eingeführt.

Alle Maßnahmen im Zusammenhang mit Compliance sollen im Zuge der Überarbeitung in einem Leitfaden transparent zusammengefasst werden.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

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

Die BLM ist eine rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts und damit Trägerin abgeleiteter Staatsgewalt. Vor diesem Hintergrund unterliegt die BLM der Bindung an Gesetz und Recht, wie es in Artikel 20 Absatz 3 GG vorgeschrieben ist. Diese Bindung umfasst sowohl die Verpflichtung zur Einhaltung von Gesetzen als auch die Einhaltung der verfassungsmäßigen Ordnung. Die BLM stellt als Regulierungsinstitution sicher, dass ihre Aufsichtsmaßnahmen und Entscheidungen im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags gegenüber allen beaufsichtigten Anbietern gleichermaßen im Einklang mit den einschlägigen aktuellen Rechtsvorschriften und verhältnismäßig sind. Die Rechtsgrundlagen werden auf der BLM-Website veröffentlicht. Kontrollaufgaben gegenüber Medienanbietenden und damit einhergehende Kenntnisse über die jeweils einschlägigen rechtlichen Grundlagen sowie etwaige geplante Rechtsänderungen sind der öffentlichen Aufgabe der BLM immanent.


Regelungen (Dienstanweisungen und Betriebsvereinbarungen), die die Mitarbeitenden betreffen, werden intern bekanntgegeben und im Intranet zur Verfügung gestellt. Kontrollmechanismen innerhalb der BLM sind durch die Bestellung des Amtes einer Compliance- und einer Datenschutzbeauftragten impliziert.

Regelmäßige Schulungen dienen dazu die Mitarbeitenden über den Stand der Regelungen zu informieren.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

- a. Wie werden Unternehmensdaten intern und extern kommuniziert? Welche öffentlichen Standards werden im Rahmen des Reportings herangezogen?

Die Geschäftsberichte der BLM sind im Internet veröffentlicht:

 www.blm.de/de/wir-informieren/publikationen/geschaeftsberichte.cfm

- b. Haben Sie eine Compliance-Beauftragte oder einen Compliance-Beauftragten eingesetzt und berichtet diese oder dieser direkt an die Geschäftsleitung?

Eine Compliance-Beauftragte ist bestellt. Sie berichtet direkt an die Geschäftsleitung und stellt jährlich ihren Bericht dem Verwaltungsrat vor. Relevante Fragestellungen werden überprüft und ggf. angepasst.

- c. Haben Sie ein Hinweisgebersystem installiert?

Die BLM hat bereits in 2022 Maßnahmen zum Schutz von Hinweisgebern vorbereitet, die im Jahr 2023 und 2024 umgesetzt wurden. Die interne Meldestelle kann von allen Mitarbeitenden der BLM sowie auch von Dritten jederzeit – auch unter Wahrung der Anonymität – genutzt werden. Gemeldet werden können hier vermeintliche Verstöße gegen Gesetze sowie gegen BLM-interne Satzungen, Richtlinien oder Dienstanweisungen. Die BLM betreibt die interne Meldestelle nicht selbst, sondern hat sie an eine Rechtsanwaltskanzlei ausgelagert, die für die BLM ein Hinweisgeberportal betreibt. Diese interne Meldestelle informiert die beauftragten Ansprechpartner der BLM über den Inhalt der Beschwerden bzw. Meldungen unverzüglich – auf Wunsch unter Wahrung der Anonymität.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

d. Gibt es im Unternehmen Fachexpertise zu den Werbe-, Sponsoring- und Gewinnspielregelungen im Medienstaatsvertrag?

Für diese Frage ist die BLM die Regulierungsinstitution, der die Aufsicht über die Einhaltung der Vorgaben für private Programmangebote obliegt. Die Basis für die Werberegulierung von Rundfunk- und Onlineangeboten auf nationalstaatlicher Ebene bildet die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) der EU. In Deutschland sind die wesentlichen Vorschriften der AVMD-Richtlinie in den Medienstaatsvertrag (MStV) eingeflossen. In Bayern ist dies gemäß dem Bayerischen Mediengesetz (BayMG) die BLM. Sie hat den Auftrag zu prüfen, ob die von ihr genehmigten Programmangebote die Werbebestimmungen einhalten. Dazu zählen private, lokale und landesweite Radio- und Fernsehsender sowie einige bundesweit verbreitete Programme. Auch Online-Angebote, die laut Impressum ihren Sitz in Bayern haben, unterliegen der Aufsicht der BLM und werden von den Expertinnen und Experten in den Bereichen Aufsicht & Inhaltregulierung (AIR) und Inhalte & Medienkompetenz (IM) wahrgenommen. Dies betrifft auch die Sponsoring- und Gewinnspielregelungen.

e. Haben Sie eine Jugendschutzbeauftragte oder einen Jugendschutzbeauftragten ernannt?

Auch hier ist die BLM als Regulierungsinstitution für die von ihr genehmigten Rundfunkangebote (Fernsehen und Hörfunk) sowie die in Bayern ansässigen Anbieter von Telemedien (u. a. Internetangebote) im Hinblick auf die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen zuständig: Die Gesetzliche Grundlage für die Arbeit der BLM im Jugendmedienschutz sind der „Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien“ (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) und das Bayerische Mediengesetz, das sich beim Thema Jugendschutz auf den JMStV bezieht.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

- f. Haben Sie einen Datenschutzbeauftragten implementiert? Haben Sie einen Datenschutzbeauftragten (ab 20 Beschäftigten) benannt? Berichtet diese Person direkt der Geschäftsleitung?

Datenschutz ist bei der BLM eine essentielle Funktion. Die behördliche Datenschutzbeauftragte berichtet direkt an die Geschäftsleitung.

- g. Wie ist das Impressum auf Ihrer Unternehmenswebseite aufgebaut? Werden die Inhalte regelmäßig überprüft?

Das Impressum ist wie folgt aufgebaut, siehe Link: www.blm.de/de/service/impressum.cfm#i1197 und wird von der Datenschutzbeauftragten regelmäßig überprüft.

Darüber hinaus informiert die BLM Mediennutzende darüber, wie ein Impressum aufgebaut sein sollte und welche Angaben Pflicht sind: www.blm.de/de/wir-regulieren/impressum.cfm

- h. Hat Ihr Unternehmen ein Risikomanagement?

Die BLM überarbeitet derzeit die Dokumentation ihres bestehenden Risikomanagements. Nach der bereits durchgeführten Beschreibung der wesentlichen Geschäftsprozesse sind die Risiken dieser Prozesse und deren Eintrittswahrscheinlichkeit schriftlich zu definieren sowie die erforderlichen Maßnahmen zu beschreiben, die als Gegenmaßnahme ergriffen werden können. In Teilbereichen gibt es hierzu bereits ein IRS.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

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

Die Landeszentrale finanziert sich aus einem Anteil des Rundfunkbeitrags (1,8989 %, § 10 RFinStV). Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) alle vier Jahre festgelegt.

Die Landeszentrale partizipiert an den möglichen Erhöhungen des Rundfunkbeitrags. Die BLM verfolgt ein konsequentes Kostenmanagement. Finanzanlagen werden ausschließlich mündelsicher angelegt. Die Liquiditätsplanung ist so ausgelegt, dass die BLM zu jeder Zeit in der Lage ist, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

a. Wurden bei der Auswahl von Finanzinstituten und der Anlage von Finanzmitteln nachhaltige (E, S, G) Kriterien berücksichtigt? Welche Standard-Kriterien könnten Sie hier für Ihr Unternehmen definieren?

Die BLM berücksichtigt bei der Auswahl von Finanzinstituten und der Anlage von Finanzmitteln nachhaltige Kriterien (ESG). Investitionsentscheidungen werden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit getroffen, um langfristig ökonomische, ökologische und soziale Ziele zu erreichen.

b. Welche Finanzierungsmöglichkeiten nutzt das Unternehmen aktuell? Gibt es nachhaltigere Alternativen dazu?

Die BLM finanziert ihre Projekte durch Rundfunkbeitragsmittel und durch öffentliche Mittel. Eine Aufnahme von Krediten ist ausgeschlossen.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

c. Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Kriterium Nachhaltigkeit berücksichtigt?

Der Bereichsleiter der Verwaltung und die IT der BLM stellt sicher, dass bei Investitionsentscheidungen das Kriterium Nachhaltigkeit berücksichtigt wird.

d. Welche Ansprüche stellen die Eigentümer und Eigentümerinnen an Kapitalerträge und Unternehmensgewinne mit welcher Begründung?

Die BLM ist rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts und hat daher keine Eigentümer und Eigentümerinnen.

e. Welche Förderprogramme werden genutzt?

Die BLM nutzt verschiedene öffentliche Förderprogramme, um ihre gesetzlichen Aufgaben nach dem BayMG zu erfüllen. Dabei werden die Nachhaltigkeitsziele bei der Umsetzung ihrer Aufgaben erreicht.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

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

Die BLM ist kein produzierendes Unternehmen, jedoch nimmt sie auch als Wirtschaftssubjekt Dienstleistungen in Anspruch.

a. Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl von Produkten und Lieferanten und Lieferantinnen berücksichtigt?

Dies kann beispielsweise bei der Auswahl der Lebensmittel für Kantine oder Automaten eine Rolle spielen.

Die BLM legt großen Wert auf ökologische und soziale Kriterien bei der Auswahl ihrer Lieferanten. Die Beschaffung erfolgt bevorzugt bei regionalen und nachhaltig wirtschaftenden Anbietern.

Zudem werden, soweit möglich, regionale Produkte über den Kantinenbetreiber erworben.

b. Ist der Prozess des Lieferantenmanagements übergreifend strukturiert?

Der Einkauf ist für die BLM zentral über die Verwaltung gesteuert.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

- c. Wie werden ökologische und soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert? Wie werden diese Risiken (gemeinsam mit den Lieferanten) minimiert?

Wurde beispielsweise bereits ein Supplier Code of Conduct definiert, der Themen wie den Arbeitsschutz thematisiert?

Die BLM wendet bei ihren Beschaffungen das Vergaberecht an, das ab einer gewissen Wertgrenze eine Ausschreibung vorschreibt. Bei der Auswahl der Zuschlagskriterien werden qualitative, umweltbezogene und soziale Faktoren berücksichtigt. Die BLM legt Wert auf nachhaltige Beschaffungen, z. B. IT, Büromaterialien, Elektrogeräte und Büromöbel, und achtet auf umweltgerechte Anlieferung und Verpackungsentsorgung, Müllvermeidung, CO₂-neutrale Verbrauchsmaterialien und Green IT. Lieferanten müssen diese Kriterien erfüllen, um als wirtschaftlichstes Angebot ausgewählt zu werden. Dies stellt sicher, dass die gesamte Lieferkette der BLM nachhaltig und verantwortungsbewusst ist. (Siehe dazu auch Ökologische Nachhaltigkeit, Frage 4d)

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

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

Kunden sind für die BLM deren Anspruchssteller, wie Medienschaffende und Mediennutzende. Die Medienunternehmen werden von der BLM reguliert aber auch gefördert und erhalten Informationen, die für das eigene Unternehmen von Relevanz sind (siehe Website der BLM).

Bürgerinnen und Bürger haben die Möglichkeit Anfragen an die BLM zu stellen und sich beispielsweise über Werbeverstöße zu beschweren.

a. Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen und das Geschäftsmodell sich nicht entgegenstehen?

Die BLM ist eine Behörde und steht daher im Dienste der Allgemeinheit.

b. Mit welchen Unternehmen wird aktuell kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Im Bereich Nachhaltigkeit kooperieren wir mit den Paktpartnern:

 www.blm.de/de/wir-foerdern/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitspakt_medien.cfm

Ziel ist: Nachhaltigkeit leben, publizistische Verantwortung wahrnehmen!

Dabei findet ein kontinuierlicher Austausch der Paktpartner statt.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Darüber hinaus gibt es einige Kooperationen der BLM, wie etwa „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“, „jung.engagiert.online“ oder „Mach Dein Radio“. Die BLM engagiert sich mit zahlreichen Projekten für die Förderung der Medienkompetenz – insbesondere von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Eltern und pädagogisch Tätigen. Dabei werden alle Medien berücksichtigt und neue Entwicklungen aufgegriffen. Neben der Durchführung eigener Projekte kooperiert die Landeszentrale dabei auch mit renommierten Partnern und beteiligt sich sowohl inhaltlich als auch finanziell an Maßnahmen.

c. Welche Informationen über die Produktion, Programmgestaltung und Distribution der Medieninhalte sind öffentlich zugänglich?

Die BLM produziert weder Medieninhalte noch -produkte. Alle Texte und Videos, die auf der Webseite der BLM veröffentlicht sind, dienen dazu die Aufgaben der BLM transparent zu machen und umfassend über medienspezifische Themen zu informieren. Zudem gibt es das Magazin TENDENZ. Das Magazin erscheint halbjährlich, der Bezug ist kostenlos und kann als Printausgabe über die Webseite bestellt werden bzw. steht als Download zur Verfügung. Ebenso verhält es sich mit den medienpädagogischen Materialien.

d. Gibt es Kontaktmöglichkeit für weiterführende Informationen oder Beschwerden?

Die Kontaktmöglichkeiten sind auf der Webseite der BLM aufgelistet:

 www.blm.de/de/service/kontakt.cfm

Dort ist auch ein Kontaktformular für Bürgeranfragen hinterlegt.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Die BLM nimmt im Wesentlichen natürliche Ressourcen für den Betrieb ihres Dienstgebäudes und damit den Arbeitsplatz ihrer Beschäftigten in Anspruch.

Sie legt im DNK-Bericht offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für ihre Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Gemessen werden etwa der Verbrauch von Materialien (Papier), Wasser, Abfall, Strom und Heizenergie.

- a. Orientieren sich diese Ziele an öffentlichen Standards / Institutionen?

Die ökologischen Nachhaltigkeitsziele der BLM orientieren sich an den DNK-Standards. Zudem wurden in einem eigenen Nachhaltigkeitskonzept maßgebende Themenfelder erarbeitet.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

b. Welche ökologisch-nachhaltigen Investitionen werden vorgenommen? Welche Förderprogramme werden genutzt?

Es gibt derzeit keine Förderprogramme, die die BLM abrufen könnte. Die BLM strebt danach, ihre CO₂-Emissionen kontinuierlich zu reduzieren und durch den Einsatz erneuerbarer Energien einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Dabei setzt sie verschiedene Maßnahmen zur Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks um, darunter die Installation einer Photovoltaikanlage, die Förderung von Green IT und die Reduktion des Papierverbrauchs.

Investitionen der BLM werden in das Gebäude, Fahrzeuge und Energie getätigt. Diese betreffen etwa die Installation der Photovoltaik-Anlage, den Austausch der Beleuchtungsmittel, die Anschaffung von E- und Hybridfahrzeugen sowie die Schaffung von Ladesäulen für Elektroautos, die auch für Privatautos genutzt werden können.

c. Wie können über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus positive Effekte für die Umwelt geschaffen werden?

So können beispielweise entsprechende Kriterien bei der Anlage von Finanzen berücksichtigt werden.

Die Mitarbeitenden der BLM haben auf Eigeninitiative verschiedene Aktionen, mit dem Ziel der Steigerung der Nachhaltigkeit, gestartet. Das reicht von konkreten Vorschlägen zur ressourcensparenden Verwendung von Arbeitsmitteln bis hin zur Gründung einer Garten-Arbeitsgruppe. Letztere setzt sich zum Ziel, die Außenanlagen auf dem BLM-Gelände naturfreundlicher zu gestalten und zu pflegen.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

d. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden? Gibt es Weiterbildungsangebote dazu?

Die BLM hat es sich zum Ziel gesetzt, die Nachhaltigkeit in die Organisationsstruktur zu implementieren. Dies kann nur gelingen, wenn der Nachhaltigkeitsprozess in der BLM ein offener, gelebter und inklusiver ist.

Die Geschäftsführung kommuniziert relevante Nachhaltigkeitsthemen im Rahmen der Mitgliederversammlung. Zudem wurde ein internes E-Mail-Postfach „Nachhaltigkeit“ eingerichtet, über das jederzeit Anregungen der Beschäftigten eingebracht werden können. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte prüft diese und bringt sie sodann in den regelmäßigen Terminen mit der Geschäftsleitung und der Verwaltung ein.

Die Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsthemen findet über den jährlich für die BLM erstellten Nachhaltigkeitsbericht statt. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte nutzt auch die Möglichkeit über die interne Online-Fortbildung „Breakfast Insights“ über aktuelle Themen zu berichten. Wissenswerte Themen – wie etwa „umweltfreundlicher E-Mail-versand“ – finden sich im BLM-Intranet. Angeboten wurde etwa ein Vortrag des Abfallwirtschaftsbetriebs München zum Thema „Müllvermeidung & Abfallentsorgung“.

e. Wie ist die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsprozesse organisiert? Gibt es eine Nachhaltigkeitsstruktur in alle Unternehmensbereiche hinein?

Die zentrale Verantwortung liegt bei der Geschäftsführung der BLM. Auf Initiative des Präsidenten der BLM wurde eine Projektgruppe, bestehend aus Personen unterschiedlicher Bereiche und einem Mitglied des Personalrats, ins Leben gerufen, die das Nachhaltigkeitskonzept erarbeitet hat. Um die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsbestrebungen zu unterstreichen, wurde 2022 eine Nachhaltigkeitsbeauftragte benannt. Grundsätzlich sind alle Mitarbeitenden an den Prozessen beteiligt, sei es beim Einbringen von Anregungen oder bei der Umsetzung von Maßnahmen.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Die Nachhaltigkeitsbeauftragte hat zusammen mit der AG-Nachhaltigkeit bereits 2021 eine Status-Quo-Analyse gemacht. Dabei wurden Handlungskategorien, Themenfelder und entsprechende Maßnahmen herausgearbeitet.

Ein Vergleich des Erfolgs wurde zunächst im eigenen Nachhaltigkeitsbericht aufgezeigt und danach formell in den DNK-Bericht überführt. Dieser wird alle zwei bis drei Jahre fortgeschrieben. Die Veröffentlichung des Berichts in den Gremien und auf der BLM-Website sind klassische Kontrollmaßnahmen. Ein weiteres Instrument der Kontrolle ist die Einrichtung des Nachhaltigkeitspostfachs und die regelmäßige Befassung mit Nachhaltigkeitsthemen, an denen die Geschäftsführung, die Verwaltung und die Nachhaltigkeitsbeauftragte beteiligt sind.

a. Wird ein Umweltmanagementsystem genutzt? Wie kann ggf. ein solches eingeführt werden?

Beispielsweise eine ISO-Zertifizierung (ISO 14001, EMAS) oder eine B Corp Zertifizierung.
Es wird kein Umweltmanagementsystem genutzt. Die DNK-Berichterstattung gibt bereits allgemeine Standards vor.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

b. Wird eine jährliche CO₂-Bilanz erstellt? Wird an bestimmten Stellen bereits CO₂ eingespart oder werden CO₂-Emissionen kompensiert?

Die BLM veröffentlicht in ihrem freiwilligen DNK-Bericht jährlich gemessene CO₂-Verbrauchswerte, soweit sich diese ermitteln lassen. Der Schwerpunkt des Ressourcenmanagements der BLM liegt auf der Nutzung von Einsparungspotentialen. Maßnahmen zur Reduzierung von CO₂-Emissionen sind etwa Reduzierung von Dienstreisen bzw. Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Verringerung des Stromverbrauchs durch die Inbetriebnahme einer eigenen PV-Anlage oder die sparsame Verwendung von Materialien.

Eine Kompensation erfolgt, sofern Publikationen in Papierform gedruckt werden, durch den Kauf eines anerkannten Zertifikats.

c. Wie werden Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen intern und extern kommuniziert?

Die aktuellen Daten werden gesammelt und jährlich im Nachhaltigkeitsbericht (Nachhaltigkeitsmagazin und DNK-Bericht) auf der BLM-Website veröffentlicht.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Anstelle von Neuanschaffungen legt die BLM den Fokus auf die regelmäßige Wartung technischer Geräte. Es werden etwa Leasingverträge für die Drucker verlängert, solange ein Austausch der Geräte nicht unbedingt erforderlich ist. Hier werden Ressourcen im Sinne der Kreislaufwirtschaft geschont und CO₂-Emissionen bei der Produktion neuer Geräte vermieden.

a. Wie wird im Unternehmen der Ressourcenverbrauch des regulären Geschäftsbetriebes minimiert?

Die BLM setzt verschiedene Maßnahmen um, um negative Umwelteinwirkungen zu minimieren. Dazu gehören die Reduktion des Papierverbrauchs durch doppelseitigen Schwarz-Weiß-Druck, die Verwendung von Recyclingpapier für Handtücher und Toilettenpapier, die Vermeidung von Einwegplastik, die Nutzung von Mehrwegflaschen und die Einsparung des Wasserverbrauchs durch Spülstopp in den Toiletten. Strom wird über eine eigene Photovoltaik-Anlage produziert. Die Beleuchtungsmittel werden sukzessive gegen LED-Leuchtmittel ausgetauscht. Zudem bezieht die BLM Fernwärme.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

b. Wie wird die Entsorgung bzw. Nutzung von Abfall und Altgeräten optimiert?

Ein erster Schritt kann die Optimierung der Mülltrennung darstellen.

Die BLM setzt seit Jahren auf Abfallvermeidung. Beispielsweise wurden Plastikstrohhalm und Pappbecher bei dem Kaffee- und Teeautomaten gegen Geschirr ausgetauscht. Für Konferenzgetränke werden keine Einweg- sondern Mehrwegflaschen beschafft. Die Stadt München holt Altpapier, Biomüll und Restmüll ab. Seit 2024 wird auch eine „gelbe Tonne“ für die Entsorgung von Plastikmüll zur Verfügung gestellt. In diesem Zuge wurde in gemeinschaftlich genutzten Räumen gelbe Müllbehälter aufgestellt. Batterien werden getrennt gesammelt und entsprechend entsorgt.

Die BLM nimmt am Clean Planet Programm von Konica Minolta teil, bei dem Verbrauchsmaterialien wie Tonerkartuschen, Entwickler, etc. recycelt werden. Sie hat sich verpflichtet, den elektronischen Abfall spezifisch zu behandeln (d. h. WEEE – Waste Electrical and Electronic Equipment) und ihn nicht mit dem Restmüll zu entsorgen. Im Gegenzug bietet Konica Minolta die höchste Qualität des Recyclings, die es gibt – die Sicherstellung der stofflichen Wiederverwendung im Interesse des Schutzes der natürlichen Ressourcen und der Vermeidung / Verminderung von Abfall. Die Teilnahme der BLM an dem Programm wurde zertifiziert.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

c. Werden Geschäftsabläufe bzw. Firmengebäude digitalisiert? Hat dies ökologisch positive Auswirkungen im Vergleich zum Status quo?

Die Digitalisierung wird schrittweise vorgenommen, die Auswirkungen sind noch nicht ermittelt. So findet beispielsweise eine elektronische Zeiterfassung der Arbeitszeiten statt. Zudem kann über einen Chip in der Kantine bargeldlos bezahlt werden.

Die Landeszentrale verschickt schon seit Jahren keine gedruckten Weihnachtskarten mehr per Post. Stattdessen wird ein elektronischer Weihnachtsgruß per E-Mail gesendet. So werden nicht nur Ressourcen geschont, sondern auch der mit dem Postversand verbundene CO₂-Ausstoß vermieden. Die finanzielle Einsparung wird jedes Jahr zugunsten einer Spendenaktion beigesteuert.

Eine wachsende Zahl von Publikationen der Landeszentrale wird (auch) elektronisch zum Abruf über die Website zur Verfügung gestellt. Mit der digitalen Publikation sind für die Leserinnen und Leser Vorteile verbunden: Über Sprungmarken im Inhaltsverzeichnis können gewünschte Kapitel aufgerufen werden und langwieriges Scrollen entfällt. Verlinkungen im Text ermöglichen dem Leser den Zugriff auf weiterführende Informationen. Digitale Publikationen führen zu einer Verringerung des Suchaufwands und damit zur Schonung von Arbeitskapazitäten.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Insbesondere in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie, Wasser- und Stromverbrauch.

Die Antworten ergeben sich unten.

a. Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen? Wie werden alternative Reiseformen unterstützt?

Die Mitarbeitenden kommen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder mit dem Auto zur BLM. In der Tiefgarage befinden sich sechs Parkplätze, um die Batterien der E-Autos zu laden. Aktuell wurde ein E-Fahrrad für Dienstfahrten angeschafft.

b. Wie werden ökologische Kriterien bei der Organisation von Dienstreisen berücksichtigt?

Bei der Wahl der Verkehrsmittel für Dienstreisen setzt die BLM auf die Deutsche Bahn, die seit 2018 innerhalb Deutschlands mit 100 % Ökostrom betrieben wird.

Dazu gibt es eine Dienstanweisung für Dienstreisen, die im Intranet veröffentlicht ist. Der Fuhrpark der BLM wurde seit 2021 reduziert, die Flotte besteht ausschließlich aus Elektrofahrzeugen (Hybrid).

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

c. Wie wird der Transport von Waren und Materialien organisiert?

Es werden nur im Ausnahmefall (z. B. Medientage München) Waren und Materialien im privaten PKW transportiert.

d. Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl von Werbemitteln berücksichtigt?

Auch bei der Auswahl der Werbemittel ist die BLM um Nachhaltigkeit bemüht. Es werden beispielsweise nur so viele Broschüren auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt, wie aktuell benötigt werden bzw. die Zusendung elektronischer Broschüren bevorzugt.

Bestellt werden idealerweise Werbemittel „Made in Germany“ bei Dienstleistern aus Deutschland, um die Transportwege und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß klein zu halten. Nachhaltigkeitsziel ist auch hier der schonende Umgang mit Ressourcen sowie ein nachhaltiger Konsum. So verwendet die BLM seit Ende 2021 in Deutschland produzierte Trinkhalme aus Glas als Werbemittel. Die Trinkhalme sind wiederverwendbar und auch die dazu gehörige Reinigungsbürste ist plastikfrei. Die Verpackung ist aus FSC-zertifiziertem Papier. Zudem spendet die Herstellerfirma für jedes verkaufte Trinkhalm-Set an Trash Hero World. Trash Hero World ist eine globale Organisation, die mittlerweile schon in 17 Ländern mit mehr als 400.000 freiwilligen Helfern aktiv ist und vor allem in Südostasien wertvolle Arbeit durch Clean-ups und Bildung leistet. Mit der Bestellung der Trinkhalme trägt die BLM indirekt dazu bei, dass bereits entstandener Plastikmüll eingesammelt und danach ordnungsgemäß entsorgt wird.

Als BLM-Werbemittel neu hinzu gekommen sind seit Oktober 2022 Schlüsselschlaufen aus Naturfilz „Made in Germany“. Wollfilz oder auch Naturfilz genannt, besteht aus dem nachwachsenden Rohstoff Schafswolle. Die Produktion der Schlüsselschlaufen erfolgt komplett in Bayern. Damit agiert die BLM auch nachhaltig in der Lieferkette.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Diese Fragestellungen sind für die BLM nicht relevant, weil keine Produkte produziert werden.

Dienstleistung – im Übertragenen Sinne – ist der gesetzliche Auftrag der BLM. Hierzu stellt sie Publikationen zur Verfügung. Diese werden, wie unter 3c. beschrieben, überwiegend in digitaler Form veröffentlicht.

a. Werden die Konsumenten auf eine besonders nachhaltige Nutzungsart hingewiesen?

Diese Frage ist nicht relevant, da die BLM keine Produkte produziert.

b. Wie wird die Entsorgung von verkauften Produkten mitgedacht?

Die BLM produziert keine Produkte, deshalb ist die Frage nicht relevant.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

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

Die BLM, die nur in Bayern tätig ist, hält sich als rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts an die gesetzlichen Vorschriften, beteiligt die Mitarbeitenden im Unternehmen und setzt die Arbeitnehmerrechte gezielt auf die Agenda ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen.

Das Ziel, die Nachhaltigkeit in der Organisationskultur der BLM zu etablieren, kann insbesondere dann umgesetzt werden, wenn ein respektvoller und wertschätzender Umgang mit den Mitarbeitenden gewährleistet ist. Dies spiegelt sich auf unterschiedlichen Ebenen, wie etwa der Gewährung von Mitspracherechten oder motivations- und gesundheitsfördernden Maßnahmen, wider.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

.....

a. Orientieren sich vorhandene Ziele an öffentlichen Standards / Institutionen?


Zum Beispiel Bundesziele oder SDGs.

Die sozialen Nachhaltigkeitsziele orientieren sich an den SDGs (Sustainable Development Goals) und sind im Nachhaltigkeitskonzept aufgelistet.

b. Setzt sich das Unternehmen auch jenseits der Lieferkette für gesellschaftliche Gruppierungen entlang des unternehmerischen Handelns ein?

Der Medienrat der BLM trifft Entscheidungen zu Angeboten und Programmfragen. Er ist ein pluralistisch zusammengesetztes Gremium, dem 50 Vertreterinnen und Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen in Bayern angehören. Er wahrt die Interessen der Allgemeinheit, sorgt für Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt und überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze.

c. Sind diese sozial-nachhaltigen Ziele in den übergreifenden Unternehmenszielen und die Unternehmenskultur integriert?

Die sozial-nachhaltigen Ziele sind in die Unternehmenskultur integriert. Sie werden im BLM-Nachhaltigkeitsbericht jedes Jahr veröffentlicht:  www.blm.de/de/wir-informieren/publikationen/nachhaltigkeitsbericht.cfm

d. Wie werden die Ziele im Unternehmenskontext kommuniziert und befördert?

Diese werden im Intranet veröffentlicht und vorab in der Mitarbeiterversammlung kommuniziert.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit


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

Die Projektgruppe Nachhaltigkeit hat bereits 2021 eine Status-Quo-Analyse gemacht. Dabei wurden Handlungskategorien, Themenfelder und entsprechende Maßnahmen herausgearbeitet. Inzwischen wurde im DNK-Bericht der BLM zu den spezifischen Themen der sozialen Nachhaltigkeit qualitativ und quantitativ nach den GRI-Richtlinien berichtet. Die Bewertung nach dem GRI-Standard wird künftig durch die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) ersetzt werden. (Siehe auch „Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit“, unter 2)

a. Wird ein Tool genutzt, um Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie zu integrieren? Wie kann ggf. ein solches eingeführt werden?

Beispielsweise eine ISO-Zertifizierung oder eine B Corp Zertifizierung.

Die BLM ist seit 2022 DNK (Deutscher Nachhaltigkeits-Kodex) zertifiziert.

 www.blm.de/de/wir-foerdern/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit-in-der-blm/deutscher-nachhaltigkeitskodex.cfm

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

b. Welche Daten zum Personal sowie dem unternehmerischen Auftreten gegenüber den eigenen Interessensgruppen werden erhoben?

Extern werden keine personenbezogenen Daten kommuniziert.

c. Wie werden wesentliche Daten im Unternehmenskontext intern und extern kommuniziert?

Zur internen Kommunikation werden im Intranet die Mitarbeitenden in einer Mitarbeiterübersicht dargestellt. Auf freiwilliger Basis können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Bild von sich dort veröffentlichen.

Im Intranet werden etwa Teilnehmende an Firmen-Challenges (z. B. der Teilnahme am Münchner Stadtradeln) mit Namen und Ergebnis veröffentlicht. Die personenbezogenen Daten werden auf freiwilliger Basis veröffentlicht.

Auf der Website der BLM werden grundsätzlich (etwa im Organigramm) keine Namen von Mitarbeitenden veröffentlicht. Eine Ausnahme sind wenige Personen, die als Ansprechpartner für die Öffentlichkeit fungieren.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

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

Im Jahr 2023 wurde ein neues Gesundheits- und Weiterbildungskonzept erstellt.

a. Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung umgesetzt?

Die BLM legt großen Wert auf die Zufriedenheit und Gesundheit ihrer Mitarbeiter. Sie hat eine Betriebsärztin. Es werden beispielsweise Gesundheitstipps im Rahmen eines Gesundheitstages gegeben. Die Arbeitsplätze sind ergonomisch gestaltet und mit zwei Bildschirmen versehen. Es wird die Übernahme der Kosten für eine Arbeitsplatzbrille angeboten. Es gibt Ruhe- und Erholungszonen im Garten und auf den Dachterrassen. Überdies werden Schulungen zur Gesunderhaltung wie etwa Stressbewältigung angeboten. Die BLM führt seit Jahren Gefährdungsbeurteilungen unter Beteiligung der Verwaltung, des Personalrats und der Gleichstellungsbeauftragten durch. Selbstverständlich gibt es auch ein betriebliches Eingliederungsmanagement.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

.....

b. Welche Arbeitsschutzmaßnahmen werden umgesetzt?

Die BLM hat eine externe Sicherheitsfachkraft und einen internen Arbeitssicherheitsbeauftragten bestellt. Zudem wurden mehrere Mitarbeitende als Erste-Hilfe und Brandschutzhelfer bestellt, ausgebildet und regelmäßig geschult. Des Weiteren findet in regelmäßigen Abständen ein Arbeitssicherheitsausschuss (externer und interner Sicherheitsbeauftragter, Betriebsärztin, Vertreter des Personalrats, Personalreferentin und Verwaltungsleiter) statt, an dem alle Themen rund um Arbeitssicherheit und Gesundheit besprochen werden (regelmäßige Überprüfung des Arbeitsplatzes). Alle Mitarbeitenden werden einmal jährlich zu verschiedenen Arbeitssicherheitsthemen geschult: z. B. Flucht und Rettungswege, Verhalten im Brandfall, das Aufstellen von Tritten und Leitern, Umgang mit elektronischen Geräten, ergonomische Haltung, Compliance, Datenschutz.

c. Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine verbesserte Work-Life-Balance zu gewährleisten? Welche Angebote können hier geschaffen werden?

Beispielsweise spezielle Modelle für Mitarbeitende, die sich um Kinder oder pflegebedürftige Angehörige kümmern. Flexible Arbeitszeitmodelle

Für die BLM ist es wichtig, den rechtlichen Rahmenbedingungen und Gesetzen, wie dem BayGlG (Bayerisches Gleichstellungsgesetz), zu folgen. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch ein flexibles Arbeitszeitmodell, die Gleichstellung nach BayGlG; Mobiles Arbeiten, Unterstützung bei einem Kita- /Kindergartenplatz; der Anspruch auf Pflegezeit (PflegeZG) tragen zu einer verbesserten Work-Life-Balance bei.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

d. Ist im Unternehmen ein betriebliches Vorschlagswesen implementiert?

Es gibt ein Funktionspostfach, über das Vorschläge direkt an die Nachhaltigkeitsbeauftragte gesendet werden können. Diese Funktion ist auch über das Intranet möglich.

Ebenfalls gibt es ein Postfach des Personalrats, der als Ansprechpartner für Vorschläge zur Verfügung steht.

e. Gibt es Möglichkeiten, sich übergreifend für die Förderung sozialer Nachhaltigkeit in der Gesellschaft zu engagieren?

Als Arbeitgeberin ist die BLM Mitglied im Familienpakt Bayern. Sie engagiert sich als Regulierungsinstitution durch unterschiedliche Projekte (z. B. Initiative Konsequenz gegen Hass, Stiftung Medienpädagogik Bayern).

f. Bei welchen Unternehmensentscheidungen können die Mitarbeitenden mitbestimmen?

Die Mitarbeitenden können über den Personalrat und Gleichstellungsbeauftragte Anträge einbringen: z. B. mobiles Arbeiten, Gefährdungsbeurteilung, etc. Bei Changemanagement-Prozessen werden frühzeitig die Mitarbeitenden sowohl über den Personalrat, die Mitarbeiterbesprechung und auch, je nach Situation, individuell durch die direkten Vorgesetzten einbezogen.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

.....

g. Welche Möglichkeiten gibt es für die Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe?

Gibt es beispielsweise Corporate Volunteering Projekte?

Eine Mitarbeiterin der BLM unterstützte zwischen Februar und Juni 2022 als ehrenamtliche Übersetzerin die Arbeit des Vereins „Münchner Freiwillige – Wir helfen e.V.“ für ukrainische Flüchtlinge. Sie half bei der Wohnungsvermittlung zwischen Unterkunfts anbietenden und Geflüchteten und bei deren Betreuung in den Münchner Notunterkünften. Hierfür stellte die BLM die Mitarbeiterin für einen Teil ihrer Wochenarbeitszeit frei. So konnte sie während der Arbeitszeit ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit nachgehen.

h. Welche Aus- und Weiterbildungsangebote gibt es im Unternehmen?

Die BLM hat ein Fortbildungskonzept entwickelt. Ziel dieses Konzepts sind die Personalentwicklung, die Unterstützung von Umstrukturierungsmaßnahmen, das Begleiten der Mitarbeitenden bei der Digitalisierung, der Ausbau der Kompetenzen und die Steigerung der intrinsischen Motivation der Mitarbeitenden. Hierzu enthält das Fortbildungskonzept vielfältige Angebote.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

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

Bei der Landeszentrale existiert ein Gehaltssystem mit drei Komponenten: Grundgehalt, lineare Erhöhung und Leistungszulage. Die Vergütungspolitik beinhaltet neben der Grundvergütung eine leistungsorientierte Bonuszahlung, arbeitsaufgabenabhängige Erhöhungen sowie jährliche lineare Gehaltserhöhungen, die sich am Tarifabschluss des TV-L orientieren.

Das Gehaltsmodell dient der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität zum Zweck der Personalbindung und Personalgewinnung.

a. Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und die Arbeitskapazitäten eingeplant?

Die Arbeitszeiten werden elektronisch über einen Chip erfasst. Es finden jährliche Feedbackgespräche mit der Bereichsleitung statt, die Gelegenheit zum Feedback und zur Planung der Arbeitskapazitäten bieten.

b. Wie wird ein Gender-Pay-Gap verhindert?

Die BLM hat ein transparentes Gehaltssystem, das auf einem eigenen Gehaltssystem basiert. Es gibt keine Unterschiede in der Bezahlung zwischen männlichen und weiblichen Mitarbeitern. Regelmäßige Gehaltsüberprüfungen stellen sicher, dass alle Mitarbeiter fair entlohnt werden.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

c. Wie und von wem werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und ggf. wieder abgesetzt?

Führungskräfte werden in einem Bewerbungsverfahren, an dem sich interne und externe Bewerber und Bewerberinnen beteiligen können, ausgewählt. Dies erfolgt in der Regel in mindestens zwei Bewerbungsgesprächen. Die letztendliche Auswahl einer Führungskraft erfolgt durch die Geschäftsleitung.

Es werden regelmäßig Führungsgespräche durchgeführt. Für die „Absetzung“ von Führungskräften sind die Vorschriften des Arbeitsrechts zu beachten.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

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

Chancengerechtigkeit wird bei der BLM seit Jahren großgeschrieben. Sie beschäftigt Mitarbeitende unabhängig von Nationalität, Geschlecht, Herkunft, Lebenslagen, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung. Die geschlechtsbezogene Ausgewogenheit bei der Besetzung von Führungspositionen dient dafür als Beleg.

a. Sind hierzu Strategien, Betriebsvereinbarungen oder konkrete Maßnahmen definiert?

Für alle Einstellungen von Mitarbeitenden wird das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz beachtet. Darüber hinaus bedarf jede Einstellung der Mitbestimmung des Personalrats. Die von der BLM vorgenommenen Maßnahmen dienen der Sicherung der Chancengerechtigkeit. Sie sichern die Teilhabe aller unterschiedlichen Gruppen sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Ziel ist es, ein attraktiveres Arbeitsumfeld zu bieten, das die Mitarbeitenden an die BLM bindet und zugleich der Personalgewinnung dient.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

b. Wie ist die Durchmischung bei den Mitarbeitenden sowie Führungskräften?

Beispielsweise in Bezug auf Geschlecht und Alter.

In der Führungsebene ist der Anteil der Männer und Frauen ausgeglichen, unter den Beschäftigten herrscht ein höherer Frauenanteil. Gleichstellung wird durch den Gleichstellungsbericht dokumentiert und in die Zukunft geplant. In Hinsicht auf andere sensiblen Daten (im Sinne des Art. 9 der Datenschutzgrundverordnung) werden keine Daten erhoben, da diese einer Einwilligung bedürften.

c. Wie wird der gleichberechtigte Zugang zu den eigenen Produkten bzw. Dienstleistungen für unterschiedliche Gruppen von Kundinnen und Kunden bzw. Rezipientinnen und Rezipienten gestaltet und sichergestellt?

Die Informationen, die die BLM der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt, sind über die BLM-Webseite abrufbar. Insbesondere Förderbedingungen sind transparent gemacht, um die damit verbundene Lenkungsfunction zu erfüllen. Im Übrigen erfolgen Vergaben im Rahmen eines rechtsstaatlichen Verfahrens, das die Befassung der Gremien, z. B. im Rahmen von Strategiebeschlüssen, Leitlinien oder auch bei konkreten Einzelentscheidungen beinhaltet. Der gleichberechtigte Zugang ist dabei Leitkriterium.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

1. Welche publizistischen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen? Werden sie kommuniziert?
 - a. Orientieren sich diese Ziele am Public Value?

Die Landeszentrale ist selbst nur eingeschränkt journalistisch tätig (Zeitschrift TENDENZ). Redaktionelle Verantwortung übernimmt sie im Rahmen ihrer externen Kommunikation für Print- und Online-Publikationen, die über die BLM informieren, für medienpädagogische Ratgeber und für das journalistisch ausgerichtete BLM-Medienmagazin TENDENZ.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Als Regulierungsinstitution für Medienschaffende trägt die BLM allerdings eine besondere Verantwortung für die Gestaltung nachhaltiger Programminhalte mit gesellschaftlichem Mehrwert (Radio- und TV-Sender sowie Plattformen). Auch wenn sie selbst keine publizistische Verantwortung im eigentlichen Sinne übernimmt, hat sie eine Vorbildrolle gegenüber den Programmanbietern. Sie wirkt im Rahmen ihrer Aufsichtsfunktion auf die Einhaltung journalistischer Selbstkontrollpflichten hin. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Förderung von journalistischen Qualitätsangeboten. Insofern orientieren sich ihre Ziele, z. B. in der Förderung, am Public Value.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

Public Value bedeutet, dass Programmangebote in besonderem Maße einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten. Ein Schwerpunkt der Arbeit der Landeszentrale liegt darin, die Meinungsvielfalt sicherzustellen und darauf hinzuwirken, dass die Rundfunkprogramme einen ausgewogenen Anteil an kulturellen, kirchlichen, sozialen und wirtschaftlichen Inhalten aufweisen. Zudem fördert die Landeszentrale die Herstellung und Verbreitung qualitativ hochwertiger lokaler und regionaler Fernsehprogramme. Die Landeszentrale unterstützt außerdem die Produktion, Verbreitung und Digitalisierung weiterer Rundfunkprogramme, um die Vielfalt und Qualität des Angebots zu steigern. Hierbei werden insbesondere gemeinnützige Anbieter und Zulieferer berücksichtigt. Zudem werden qualitativ hochwertige Beiträge aus dem Lokalfunk einmal im Jahr mit den BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreisen ausgezeichnet.

b. Werden Ressourcen so genutzt, dass Produkte im Sinne einer nachhaltigen Publizistik produziert werden können?

Bei der Produktion ihrer Publikationen achtet die BLM auf einen ressourcen-schonenden Produktionsprozess, z. B. durch das Drucken von Magazinen und Ratgebern auf umweltfreundlichem Papier. Sofern möglich werden die Publikationen zum Download zur Verfügung gestellt.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Der Nachhaltigkeitspakt Medien bietet ein Forum zum Austausch über Fragen der Nachhaltigkeit auf allen Ebenen. Anregungen zu nachhaltigen Produktionsmöglichkeiten können sich die Medienschaffenden als Mitglieder des Nachhaltigkeitspakts Medien holen.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

c. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf ein der publizistischen Verantwortung entsprechendes Verhalten der Mitarbeitenden?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Die Mitarbeitenden folgen der Maxime, eine nachhaltige Gestaltung der Medienlandschaft zu unterstützen. Dazu gehören Aufsicht und Förderung der Medienschaffenden, zum Beispiel in puncto Wahrnehmung journalistischer Sorgfaltspflicht oder dem verantwortungsvollen Umgang mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz.

d. Gibt es ein publizistisches Leitbild / Redaktionsstatute o. ä.?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Es gibt Leitlinien des BLM-Medienrats zur „Digitalen Ethik“ und zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Journalismus. Die neuen KI-Leitlinien sollen das Verantwortungsbewusstsein der Medienhäuser stärken. Auch intern ist ein Leitbild für den Umgang mit Künstlicher Intelligenz entwickelt worden, das sich an die Mitarbeitenden richtet.

e. Sind das Leitbild sowie redaktionelle Regeln etc. publiziert und für Nutzende einfach zu finden?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Leitlinien für Medienschaffende werden gut sichtbar für die Nutzenden auf der BLM-Website publiziert, interne Leitbilder sind im Intranet zu finden.

Zudem sind sämtliche Rechtsgrundlagen, Gesetze und Staatsverträge, Satzungen und Geschäftsordnungen sowie Richtlinien auf der BLM-Webseite unter BLM-Rechtsgrundlagen veröffentlicht.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

f. Welche speziellen journalistischen und redaktionellen Aus- und Weiterbildungsangebote gibt es für die Mitarbeitenden?

Die BLM ermöglicht ihren Mitarbeitenden die Teilnahme an zielgruppenspezifischen Weiterbildungen, wie z. B. online texten, Recherche, Moderation oder redaktionelle Gestaltung von Publikationen.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Die Fördermaßnahmen der BLM im Bereich Aus- und Fortbildung erstrecken sich auf drei Bereiche: Die Workshops der BLM für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den lokalen Hörfunk- und TV-Stationen, die MEDIASCHOOL BAYERN sowie Förderbeiträge und Mitgliedschaften für Aus- und Fortbildungseinrichtungen in Bayern.

Die von der BLM organisierten Workshops für Medienschaffende sollen die praktische Ausbildung in den Redaktionen unterstützen und richten sich vor allem an Nachwuchskräfte im privaten Rundfunk in Bayern. Ziel ist es, die journalistischen, technischen und digitalen Kompetenzen in den Bereichen Hörfunk, Fernsehen, Online und Social Media zu stärken. Für Volontierende bietet die BLM ein einzigartiges hybrides Kursmodell an, das aus E-Learning und Präsenzworkshops besteht, um dem Nachwuchs flexibles und praxisnahes Lernen zu ermöglichen. Das hybride Modell deckt eine Vielzahl von Themen ab, vom journalistischen Handwerk bis hin zu Medienrecht- und Medienethik. Für Redakteurinnen und Redakteure sowie Beschäftigte im Bereich Marketing und Verkauf werden zudem vielfältige Workshop-Themen zur Fortbildung angeboten. Auch nicht-kommerzielle Zielgruppen werden unterstützt und können die Aus- und Fortbildungsangebote häufig kostenfrei nutzen.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

2. Welche Prozesse dienen der Wahrung der publizistischen Verantwortung?

a. Wie wird ein Ausschluss demokratiefeindlicher bzw. jugendgefährdender Inhalte gewährleistet?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Die BLM setzt sich auf vielfältige Weise gegen jugendgefährdende sowie demokratiefeindliche Inhalte, das heißt gegen Hass, Hetze, Extremismus, Antisemitismus und Desinformation im Netz ein: Zum einen im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit und der Bearbeitung und Bekämpfung von Rechtsverstößen nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) und dem Digital Services Act (DSA) der EU bzw. dem Digitalen Dienste-Gesetz (DDG), zum anderen in Form von zahlreichen Aktivitäten in der Prävention, insbesondere der Extremismus- Prävention, für das die BLM ein eigenes Referat eingerichtet hat.

Beim Vorgehen gegen Rechtsverstöße im Netz setzt die BLM einerseits auf Kooperationen mit den Strafverfolgungsbehörden sowie andererseits auf KI-Tools zur Detektion potenziell problematischer Inhalte.

Bei der Extremismus-Prävention sind Vernetzung, Austausch, Kooperationen, gegenseitige Unterstützung, Erfahrungs- und Wissensaustausch sowie gemeinsame öffentlichkeitswirksame Projekte und Veranstaltungen mit verschiedenen wichtigen Partnern vor allem aus Bayern zentral.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

Darüber hinaus ist die BLM im Jugend- und Nutzerschutz auch präventiv tätig. Das heißt, sie ist Ansprechpartnerin für ihre Anbieter bei Fragen zum Jugend- und Nutzerschutz und unterstützt sie bei der gesetzeskonformen Gestaltung ihrer Angebote in Telemedien und auf Plattformen sowie bei Bedarf im Rundfunk. Dabei stehen der direkte Austausch und Dialog im Vordergrund, in Form von Veranstaltungen, Gesprächen, praxisnahen Informations-Materialien und Fortbildungen für verschiedene Zielgruppen, wie z. B. Kursen für Volontärinnen und Volontäre oder Studierende. Hinzu kommen in geeigneten Fällen niedrigschwellige Hinweise bei problematischen Inhalten mit der Aufforderung zur freiwilligen Umgestaltung. Eine Schlüsselrolle spielen dabei die Jugendschutzbeauftragten der Anbieter. Sie beraten die Anbieter in Jugendschutzfragen und sind Ansprechpersonen für Nutzerinnen und Nutzer sowie für die Medienaufsicht. Die BLM steht im regelmäßigen Austausch mit den Jugendschutzbeauftragten.

Ein wichtiger Baustein ist auch die gemeinsame Initiative der BLM mit dem Bayerischen Justizministerium „Justiz & Medien: Konsequenter gegen Hass“ zum niedrigschwelligen Anzeigen von Hate Speech an die Bayerische Staatsanwaltschaft.

b. Wie wird Hassrede und Falschinformation entgegengewirkt?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Die BLM unterstützt gemeinsam mit dem Bayerischen Justizministerium Medienschaffende durch die Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“. Diese Initiative richtet sich an private und öffentlich-rechtliche Medienunternehmen, freie Journalistinnen und Journalisten sowie Plattformen, die zunehmend mit Hasskommentaren im Netz konfrontiert werden.

c. Werden Quellen genannt?

In der redaktionellen Arbeit für Publikationen (siehe 1a) sind die Quellen explizit genannt, um im Sinne der journalistischen Sorgfaltspflicht Transparenz zu schaffen.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

- d. Ist das Medium einer freiwilligen Selbstkontrolle (z. B. Deutscher Presserat) oder der Kontrolle einer Medienaufsichtsbehörde unterworfen?

Werden Programme/Tools werden genutzt, um die eigenen Aktivitäten zu messen & auszuwerten? Welche personenbezogenen Daten werden erhoben?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit und präventiven Arbeit im Jugend- und Nutzerschutz steht die BLM im regelmäßigen Austausch mit den gemäß Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle: der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM), der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF), der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft GmbH (FSK) und der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK). Die BLM wirkt außerdem im Kontakt mit den Anbietern in ihrem Zuständigkeitsbereich im Rahmen ihrer aufsichtlichen und präventiven Tätigkeit regelmäßig daraufhin, dass diese, sofern sie entsprechende, also z. B. jugendgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende, Inhalte verbreiten, Mitglied bei anerkannten Selbstkontrollen werden oder einen/eine Jugendschutzbeauftragte/n benennen, wie es gemäß § 7 JMStV vorgeschrieben ist.

- e. Wie werden Daten zur publizistischen Verantwortung wie z. B. Nachrichten- und Informationsanteile intern und extern kommuniziert?

Die BLM ist nicht journalistisch tätig.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

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

- a. Welche zusätzlichen Maßnahmen mit möglicherweise negativen ökologischen, sozialen und / oder ökonomischen Nebenwirkungen werden im Hinblick auf die publizistische Verantwortung dennoch durchgeführt?

Beispielsweise Faktenchecks, eigene Berichterstattung vor Ort oder Live-Übertragungen.
Die BLM ist nicht journalistisch tätig.

- b. Welche Vorkehrungen beugen vorschneller, fehlerhafter Berichterstattung vor? Werden Fehler transparent korrigiert?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:
Die BLM unterstützt hier durch Ausbildungsangebote (siehe oben unter 1f).

- c. Wie wird die Wahrung der Persönlichkeitsrechte von Betroffenen gewährleistet?

Die BLM ist nicht journalistisch tätig.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:
Im Rahmen ihrer Aufsichtstätigkeit achtet die Landeszentrale selbstverständlich darauf, dass Erkenntnisse nur legitim gewonnen werden und persönliche Informationen über Dritte grundsätzlich nicht weitergegeben werden.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

- d. Sind die journalistisch gewonnenen Erkenntnisse zum Schutz der Informationsquellen sowie der Journalistinnen und Journalisten technisch und organisatorisch besonders geschützt?

Denken Sie daran, dass Sie im Rahmen der journalistischen Arbeit dem Medienprivileg unterliegen, das heißt, dass der Datenschutz nach der DSGVO nur eingeschränkt anwendbar ist (Sonderregelungen im MStV).

Die BLM ist nicht journalistisch tätig.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

4. Wie werden Hintergründe erläutert und Themen begleitet?

Die BLM ist nicht journalistisch tätig.

- a. Wird nur gezeigt, was ist? Oder auch warum es so ist?
- b. Werden nur Probleme aufgezeigt oder auch, wenn möglich, Lösungen benannt?
- c. Informieren die Produkte über den Tag hinaus? Verfolgen, was aus Themen, Geschichten und Menschen wurde?

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

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

Die BLM ist nicht journalistisch tätig. Die Schwerpunktthemen liegen bei der Förderung.

- a. Wird in den Publikationen die Vielfalt der Gesellschaft sichtbar? Finden sich über Generationen, Herkunft, Lebensrealität und sozialem Status alle wieder?
- b. Sind wir als Unternehmen glaubwürdig in unseren Bewertungen von Institutionen, Unternehmen, Personen?
- c. Ist das Angebot barrierefrei und einfach nutzbar?

Sind Angebote in geeigneten Fällen in einfacher Sprache gestaltet? Kann das Angebot über verschiedene Medien genutzt werden, beispielsweise durch Personen, die keine elektronischen Geräte bedienen können oder wollen?

Die BLM betreibt eine Website zur Außendarstellung. Diese ist barrierefrei und enthält die Funktion „Leichte Sprache“.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

6. Wie wird künstliche Intelligenz in redaktionellen Prozessen auf verantwortungsvolle Weise genutzt?

Die BLM veröffentlicht eine Vielzahl an Informationsbroschüren, wobei sie zur Unterstützung bei der redaktionellen Aufbereitung KI-Tools verwendet.

- a. Ist gewährleistet, dass der Einsatz von KI das Ziel der Medien- und Meinungsvielfalt nicht beeinträchtigt und wurden Vorkehrungen getroffen, dass die Vielfalt bei der Nutzung von KI gesichert ist?


Die Mitarbeitenden der BLM haben die Möglichkeit, bestimmte von der Geschäftsführung freigegebene KI-Tools im Rahmen ihrer Tätigkeit zu verwenden, die die Arbeitsprozesse für ihre Mitarbeitenden erleichtern. Sie hat Leitlinien zum Umgang mit KI-Tools veröffentlicht.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Zum Thema „Künstliche Intelligenz“ haben die 14 Medienanstalten ein gemeinsames Positionspapier erarbeitet und im Frühjahr 2024 veröffentlicht – Titel: „KI und Medien: Vielfalt stärken, Verantwortung regeln, Vertrauen wahren“, an deren Entwicklung die BLM maßgeblich mitgewirkt hat. Darin finden sich Grundsätze im Hinblick auf die Herausforderungen für die Medienvielfalt und öffentliche Meinungsbildung, die auf den Erhalt von Vielfalt, Verantwortung und Vertrauen zielen.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

Mit dem Positionspapier leisten die BLM und die anderen Medienanstalten einen Beitrag dazu, dass der Einsatz von KI das Ziel der Medien – und Meinungsvielfalt nicht beeinträchtigt. Wesentliche Aussagen dazu sind: „Es bedarf einer medienrechtlichen KI-Regulierung, denn es lässt sich schon jetzt erkennen, dass mit dem AI-Act zumindest für den Bereich des Medienrechts eher neue Fragen aufkommen als dass Antworten gegeben werden. Die Medienanstalten beschäftigen sich intensiv mit dem Thema KI in Medien, sie wollen den Medienanbietern einen rechtssicheren und innovativen Einsatz von KI in der Produktion und Distribution von Medieninhalten eröffnen.“

 www.die-medienanstalten.de/service/positionspapiere/ki-und-medienvielfalt-staerken-verantwortung-regeln-vertrauen-wahren

Es handelt sich aber um eine Debatte und eine Entwicklung, die sehr dynamisch und noch nicht abgeschlossen ist. Die im Positionspapier enthaltenen Regulierungsansätze müssen daher regelmäßig evaluiert werden.

b. Wie ist abgesichert, dass die Verantwortung für KI-generierte Inhalte und Prozesse beim Medienanbietenden bzw. der Redaktion übernommen werden kann?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:


Aus Sicht der Aufsicht ist relevant, dass die redaktionelle Verantwortung für das mittels KI erstellte Programm durch den Anbieter des Angebots transparent ist und umfassend wahrgenommen wird. Der Anbieter ist daher aufgefordert, auch KI-generierte Inhalte durch geeignete Maßnahmen einer entsprechenden ex-post und ex-ante Kontrolle zuzuführen. So können z. B. die durch die KI zu erstellenden Inhalte durch menschlich redaktionelle Vorgaben gesteuert werden – auch die Sicherstellung einer menschlichen Kontrolle, bzw. Freigabe der KI genierten Inhalte sind Prozesse zur Wahrnehmung der redaktionellen Verantwortung. Entsprechende Maßnahmen sollen der Aufsicht gegenüber offengelegt werden.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

- c. Gibt es eine Leitlinie zum verantwortungsvollen Umgang mit künstlicher Intelligenz? Werden die journalistischen Sorgfaltspflichten bei Recherche, Zusammenstellung und Verbreitung im Zusammenhang mit KI ex-ante / ex-post sichergestellt?

Es wurden Leitlinien für den Umgang mit KI-Tools erlassen (siehe oben).

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Aus Sicht der Aufsicht ist das Bewusstsein der Anbieter relevant, dass auch bei der Erstellung von Inhalten mittels KI die bekannten Sorgfaltspflichten gelten. Der Medienrat der Landeszentrale hat hierzu bereits im Oktober 2023 Leitlinien zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Journalismus verabschiedet – abrufbar  [ki-leitlinien-v1.pdf](#) (blm.de).

- d. Wird den Nutzenden der Einsatz von KI transparent gemacht und die Funktionsweise (z. B. in Bezug auf Datenherkunft, Trainingsmethoden, Distributionsmechanismen) zur Sensibilisierung KI-spezifischer Risiken erklärt?

Die Kennzeichnung von Arbeitsergebnissen, die durch den Umgang mit KI-Tools erzeugt wurden, werden in den BLM-Leitlinien geregelt.

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Aus Sicht der Aufsicht ist es geboten, Vertrauen in den Einsatz von KI zu schaffen und sicherzustellen, dass Mediennutzende Kenntnis darüber haben, ob Inhalte durch KI erstellt worden sind. Es geht darum, den Prozess öffentlicher Meinungsbildung um das Risiko der Manipulation, Täuschung und Fehlinformation zu verringern. Als Aufsicht begrüßen wir es, wenn die Anbieter diese im Wege einer Selbstverpflichtung offenlegen oder sonstig kenntlich machen.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

- e. Wird beim Einsatz von KI auf Perspektivenvielfalt geachtet?
Wird insbesondere möglichen Ergebnisverzerrungen, die beim Training von KI entstehen können, entgegengewirkt?

Gesetzlicher Auftrag als Regulierungsinstitution:

Aus Sicht der Aufsicht ist die Sicherung von Vielfalt ein übergeordnetes Ziel. Der Einsatz von KI darf dieses Ziel nicht beeinträchtigen. Es ist daher geboten, bei der Konfiguration und dem Training von KI-Chatbots die Multiperspektivität zu wahren.

Der verantwortungsvolle Umgang mit KI in redaktionellen Prozessen ist Voraussetzung und Maßstab bei der Verwendung von KI. Nach dem sich Möglichkeiten und technologische Entwicklung exponentiell entwickeln, müssen die Rahmenbedingungen flexibel gestaltet sein, um Risiken und Chancen angemessen in Ausgleich zu bringen. Im Rahmen eines Kompetenzzentrums für KI in den Medien soll hierfür der angemessene Austausch mit den Anbietern gewährleistet werden.