

The logo for Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) features the letters 'BLM' in a bold, white, sans-serif font. A white vertical bar is positioned between the 'B' and 'L', and a white diamond shape is placed between the 'L' and 'M'.

BLM

Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

A top-down view of a diverse group of people's hands stacked together in a circle, symbolizing unity and teamwork. The hands are of various skin tones and are wearing white or light blue shirts.

Nachhaltigkeitsbericht der BLM für das Jahr 2022

Inhalt

Vorwort **3**

- 1 Nachhaltigkeit in der BLM:
institutionalisiert und immer im Blick **5**
- 2 Grundlagen des Nachhaltigkeitskonzepts der BLM **6**
 - 2.1 Interessengruppen und Rollenbilder der BLM **6**
 - 2.2 Handlungskategorien und Themenfelder **7**
 - 2.3 Nachhaltigkeitsziele und Messbarkeit der Erfolge **8**
- 3 Handlungskategorie „Gesellschaftlicher Auftrag“ **9**
 - 3.1 Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern **9**
 - 3.2 Barrierefreiheit **12**
 - 3.3 Digitale Publikationen **13**
 - 3.4 Datenschutz **14**
- 4 Handlungskategorie „Beschäftigte“ **15**
 - 4.1 Ernennung einer Nachhaltigkeitsbeauftragten **15**
 - 4.2 Neue Organisationsstruktur **15**
 - 4.3 Personalentwicklung **16**
 - 4.4 Personalbindung **18**
 - 4.5 Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement **19**

- 5 Handlungskategorie „Wirtschaftssubjekt“ **20**
 - 5.1 Beschaffung von Wirtschaftsgütern **20**
 - 5.2 Compliance **21**
 - 5.3 Dienstreisen **21**
 - 5.4 Energieversorgung **22**
 - 5.5 Betriebliches Mobilitätsmanagement **23**

6 Ausblick **24**

Anhang

- Handlungskategorie „Gesellschaftlicher Auftrag“ **25**
- Handlungskategorie „Beschäftigte“ **27**
- Handlungskategorie „Wirtschaftssubjekt“ **29**

Impressum **31**



Nachhaltigkeit ist für Medien kein Schönwetterthema. Gerade in Krisenzeiten zeigt sich: Medien und Medienregulierung spielen in unserer Demokratie eine besondere Rolle für die freiheitliche Meinungsbildung. Um dieser Rolle gerecht zu werden, muss sich die Branche – und auch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) als Aufsicht und Trägerin des privaten Rundfunks in Bayern – mehr denn je dieser Verantwortung stellen. Oder – anders ausgedrückt: Wir wollen, wir müssen den digitalen Wandel nachhaltig mitgestalten. Weil Nachhaltigkeit in dieser besonderen Branche viel mehr bedeutet, als sorgfältig mit Energie- oder Papierressourcen umzugehen.

Es geht um Relevanz. Es geht um Qualität. Es geht um Compliance. Kurz: Es geht um gemeinsame Werte, die nach innen und außen eine wichtige Rolle spielen. Deshalb ist es der BLM ein großes Anliegen, das wichtige Thema Nachhaltigkeit in der Medienbranche voranzubringen.

So haben wir vergangenes Jahr – als bundesweit erste Landesmedienanstalt – erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und ein strukturiertes Nachhaltigkeitskonzept vorgelegt.

Nun erscheint bereits der zweite Nachhaltigkeitsbericht. Im Fokus stehen die nachhaltigen Entwicklungen der BLM in ihrer Rolle als Regulierungsbehörde mit dem wichtigen gesellschaftlichen Auftrag, die Medienlandschaft am Standort Bayern innovativ weiterzuentwickeln. Ich freue mich, feststellen zu können: 2022 hat sich einiges getan in Sachen Nachhaltigkeit.

So konnten wir 2022 mit dem Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern einen echten Meilenstein setzen: Auf Initiative der BLM und unter Schirmherrschaft der bayerischen Landtagspräsidentin Ilse Aigner ist es gelungen, innerhalb kürzester Zeit und zusammen mit

relevanten Akteuren aus der Medienbranche einen in dieser Form einzigartigen Pakt ins Leben zu rufen. Sie alle haben sich zum Ziel gesetzt, aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Medienwirtschaft mitwirken, getreu dem Motto von Paulo Coelho „Die Welt verändert sich durch Dein Vorbild, nicht durch Deine Meinung“.

Der Nachhaltigkeitspakt soll gerade auch mittlere und kleinere Medienunternehmen dabei unterstützen, Grundsätze nachhaltigen Managements in ihrem unternehmerischen Handeln zu verankern bzw. weiterzuentwickeln. Die Leitlinien des Nachhaltigkeitspakts, die auf den Medientagen München präsentiert wurden, bieten hier wichtige Orientierung. Wir hoffen, dass der Initiative viele weitere große und kleine Medienunternehmen beitreten!

Denn fest steht: Nachhaltigkeit funktioniert besser, schneller und effektiver, je mehr sich dem Thema verschreiben. ►

Um diese Prämisse auch intern noch besser umsetzen zu können, hat die BLM als Arbeitgeberin vergangenes Jahr eine Nachhaltigkeitsbeauftragte bestellt. Sie fungiert als Bindeglied zwischen den Beschäftigten und der Geschäftsleitung und steht rund um das Thema Nachhaltigkeit als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Denn Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn Hausspitze und Belegschaft an einem Strang ziehen und vom gemeinsamen Ziel überzeugt sind. Nicht zuletzt zeigt dieser Bericht selbstverständlich auch nachhaltige Fortschritte in den wesentlichen Themenfeldern wie Energie, Strom und Papierverbrauch auf.

Persönlich wünsche ich mir, dass es der Landeszentrale gelingt, mit ihrem Engagement für mehr Nachhaltigkeit in der Medienbranche einen Prozess anzustoßen, der uns intern und extern voranbringt. Klar ist dabei: Nur gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der BLM und deren Töchtern, den Medienschaffenden und den Nutzerinnen und Nutzern können wir uns unserer publizistischen Verantwortung stellen.

Ihnen eine spannende Lektüre mit nachhaltigen Erkenntnissen!

Dr. Thorsten Schmiede

Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

Mit ihrem ersten Nachhaltigkeitsbericht aus dem Jahr 2021 hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) den Begriff Nachhaltigkeit im spezifischen Handlungskontext der Medienregulierung reflektiert und dargelegt, wie ihr Beitrag zu einer nachhaltigen Medienlandschaft konkret aussehen und wie sie bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben auf ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Nachhaltigkeit achten kann.

Die Bemühungen um mehr nachhaltiges Handeln sind ein dynamischer Prozess. Jedes Jahr überprüfen wir, welche Erfolge schon erzielt werden konnten, was wir demnächst werden umsetzen können und welchen Bereich wir neu angehen müssen.

Der nun vorgelegte 2. Nachhaltigkeitsbericht beleuchtet die im Jahr 2022 erfolgte Institutionalisierung des Themas Nachhaltigkeit in der Landeszentrale und die konkreten Maßnahmen, die in Folge der allgegenwärtigen Präsenz des Aspekts Nachhaltigkeit bei allen Aktionen und Entscheidungen der Landeszentrale im Jahr 2022 umgesetzt werden konnten. ◀

2.1 Interessengruppen und Rollenbilder der BLM

Die BLM interagiert mit einer Vielzahl an Gruppen und hat diesen gegenüber unterschiedliche Rollen (s. Abb.).

BLM als Regulierungsinstitution_Zum einen fungiert die BLM als Regulierungsinstitution, wobei sie in dieser Rolle im Sinne der Nachhaltigkeit einen gesellschaftlichen Auftrag wahrnimmt.

Als Regulierungsbehörde sieht sich die BLM gegenüber verschiedenen Interessengruppen verpflichtet, das Thema Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und fortzuentwickeln. Hierunter fallen etwa Medienanbietende, Mediennutzende, Verbände, Infrastrukturbetreiber, andere Behörden oder der Gesetzgeber.

Ein wichtiges Ziel ist dabei, dass die BLM als zeitgemäßer Regulierer wahrgenommen wird und so als Vorbild für die Gesellschaft der Medienschaffenden und Mediennutzenden dient. Auf diese Weise wirkt sie auch demokratiestärkend und zukunftssichernd.

Ausgewählte Interessengruppen der BLM in ihren jeweiligen Rollen



BLM als Wirtschaftssubjekt_Gegenüber Dienstleistern aus den Bereichen Energie, Gebäudemanagement, Catering und Public Relations nimmt die BLM eine Rolle als Wirtschaftsakteurin ein. Als Wirtschaftssubjekt muss die BLM mit begrenzten finanziellen Ressourcen auskommen und dabei

gleichzeitig das Ziel verfolgen, schonend mit knappen Ressourcen umzugehen.

BLM als Arbeitgeberin_Die Belegschaft der BLM bildet eine Interessengruppe, deren Ansprüche an nachhaltiges Handeln sich primär auf das Binnenverhältnis zur BLM als

Arbeitgeberin beziehen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern soll eine sichere, diverse und diskriminierungsfreie Arbeitsumgebung geboten werden. Die Landeszentrale fördert eine Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens bei der Belegschaft, die sich mit eigenen Ideen initiativ einbringen kann, und gewährleistet so einen reflektierten Umgang mit dem Thema, der sich wiederum positiv auf die einzelnen Prozesse auswirkt.

Daneben bilden die Organe der BLM eine weitere Interessengruppe. Auch sie können – mit unterschiedlichen Schwerpunktlegungen – Erwartungen an die BLM haben, nachhaltig zu handeln. Das kann mit Blick auf die ökonomische Dimension innerhalb des Hauses geschehen, ebenso wie mit Blick auf die medienpolitischen und regulatorischen Gestaltungsmöglichkeiten der BLM.

2.2 Handlungskategorien und Themenfelder

Anhand der verschiedenen Rollen der BLM ergeben sich drei Handlungskategorien: ‚Gesellschaftlicher Auftrag‘, ‚Beschäftigte‘ und ‚Wirtschaftssubjekt‘. Zu diesen Handlungskategorien wurden wichtige Themenfelder identifiziert.

Die Handlungskategorie ‚Gesellschaftlicher Auftrag‘ umfasst die Themenfelder ‚Ausführung des gesetzlichen Auftrags‘, ‚Öffentlichkeitsarbeit‘, ‚Vernetzung‘ und ‚Datenschutz‘.

Die zweite Handlungskategorie ‚Beschäftigte‘ ist in die Themenfelder ‚Führungsstil & Kommunikationskultur‘, ‚Personalgewinnung‘, ‚Personalbindung‘, ‚Personalentwicklung‘, ‚Arbeitsplatz‘, ‚Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement‘ und ‚Incentive – Firmenveranstaltungen‘ aufgeteilt.

In der dritten Handlungskategorie, genannt ‚Wirtschaftssubjekt‘, werden die Themenfelder ‚Beschaffung von Wirtschaftsgütern und Dienstleistungen‘, ‚Korruptionsprävention‘, ‚Facility-Management‘, ‚Dienstreisen‘, ‚Strom‘,

‚Wasser‘, ‚Wärme‘, ‚Abfallmanagement‘, ‚Papierverbrauch‘, ‚betriebliches Mobilitätsmanagement‘, ‚Betriebsrestaurant‘, ‚Grünflächen‘ und ‚Vernetzung‘ gebündelt.

Dabei hat jedes Handeln der BLM, sei es in der Erfüllung ihres gesellschaftlichen Auftrags, gegenüber den Beschäftigten oder als Wirtschaftssubjekt, Konsequenzen in ökologischer, ökonomischer und sozialer Art. Diese drei Faktoren Ökonomie, Ökologie und Soziales werden als Dimensionen der Nachhaltigkeit verstanden. Sie sind Kriterien, die bei jeder Anschaffung, jeder Personalentscheidung und jeder medienpolitischen Positionierung in den regulatorischen Entscheidungsprozess einzu beziehen sind. Das Spektrum der Handlungen, bei denen Auswirkungen mit Blick auf die drei Nachhaltigkeitsdimensionen mitgedacht werden müssen, ist daher sehr breit. Beispielsweise kann sich ein nachhaltiger Umgang mit Dienstreisen wegen der Einsparung finanzieller Mittel als ökonomisch nachhaltig erweisen. Andererseits könnte sich eine Einsparung für die soziale Dimension nachteilig auswirken, sofern die persönliche Interaktion zu kurz kommt.

2.3 Nachhaltigkeitsziele und Messbarkeit der Erfolge

Basierend unter anderem auf dem Brundlandt-Bericht von 1987 und der Agenda 2030 mit ihren 17 Zielen, hat die BLM diese Erkenntnisse und globalen Ziele für ihr Wirken heruntergebrochen und für ihr eigenes Handeln Nachhaltigkeitsziele definiert:

Messbarkeit der Erfolge_Grundsätzlich besteht bei jedem Unternehmen, das sich zu mehr Nachhaltigkeit selbst verpflichtet, der Wunsch, die Erfolge messbar zu machen. Messgrößen für einen Erfolg sind z. B. CO₂-Fußabdruck, Verbrauch in m³, Verbrauch in MWh, Kostensenkung in Euro, Krankheitsquote, Fluktuationsquote oder Senkung von Fehlzeiten.

Nicht alle Nachhaltigkeitserfolge lassen sich anhand der genannten Messgrößen feststellen. Für manche neuen Projekte können diese erst innerhalb der ersten Evaluierungsphase herausgearbeitet werden. So sind beispielsweise Auswirkungen in der Medienbranche durch den im Oktober präsentierten Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern noch nicht messbar. Als Messgröße könnte hier die Entwicklung der Mitgliederzahl und deren Erfolge bei der Umsetzung der Ziele dienen.

Nachhaltigkeitsziele der BLM

- **Sicherung und Förderung von Gleichberechtigung und Vielfalt;**
- **Unterstützung von Innovationen;**
- **Erhalt von Glaubwürdigkeit;**
- **Festigung dauerhafter Arbeitsplätze mit adäquaten Bedingungen;**
- **Förderung der Befähigung zu einer selbstbestimmten Teilhabe am gesellschaftlichen Leben;**
- **Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien;**
- **Stabilisierung und Förderung einer demokratischen Gesellschaftsordnung;**
- **Schonender Umgang mit knappen Ressourcen;**
- **Nachhaltiger Konsum;**
- **starke Partnerschaften;**
- **produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit;**
- **Förderung von Wirtschaftswachstum**

Die BLM überprüft für jedes neue Projekt vorab, ob es sich um eine sinnvolle nachhaltige Maßnahme handelt. Sofern der Erfolg messbar ist, werden die möglichen Potentiale quantifiziert und im Folgejahr überprüft, ob sich die Erwartungen der BLM erfüllt haben.

So liegt bspw. der Entscheidung zur Installation einer eigenen Photovoltaik-Anlage eine umfangreiche Wirtschaftsprognose zugrunde. ◀

3.1 Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern

In der Handlungskategorie gesellschaftlicher Auftrag ist die „Vernetzung von Medienunternehmen mit Standort in Bayern“ ein wichtiges Themenfeld. Bereits im Jahr 2021 wurde mit dem 1. Nachhaltigkeitsbericht der Landeszentrale als Maßnahme festgelegt, einen Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern ins Leben zu rufen. Die Initiative gibt Medienunternehmen mit Standort in Bayern einen Anreiz, ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen nach gemeinsamen branchenspezifischen Standards auszurichten oder fortzuentwickeln. Sie soll auch kleineren Medienunternehmen wichtige Handlungsanleitungen zur Verfügung stellen und so in die Breite wirken.

Mit diesem Projekt verfolgt die BLM gleich mehrere Nachhaltigkeitsziele: Die Vernetzung der Medienunternehmen und die Entwicklung gemeinsamer Standards trägt bei zur Förderung von Gleichberechtigung und Vielfalt, zur Stabilisierung und Förderung einer demokratischen Gesellschaftsordnung, unterstützt Innovationen, fördert die Befähigung einer selbstbestimmten Teilhabe am gesellschaftlichen Leben sowie die Glaubwürdigkeit der Medienunternehmen.

Auftaktveranstaltung_ Am 8. April 2022 fiel der Startschuss für den Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern unter der Schirmherrschaft von Landtagspräsidentin Ilse Aigner. Am Runden Tisch im Bayerischen Landtag trafen sich die BLM als Impulsgeberin, Medienunternehmen als Gründungspartner des Paktes und Mitwirkende aus der Wissenschaft und des Bayerischen Journalisten Verbands: Bayerischer Rundfunk, vertreten durch Dr. Katja Wildermuth (Intendantin des Bayerischen Rundfunks), Friedrich-Alexander-Universität vertreten durch Prof. Johanna Haberer (Theologin und BLM-Medienrätin), ego FM, vertreten durch Christian Strohmeier (Geschäftsführer egoFM), ProSiebenSat.1, vertreten durch Christine Scheffler (Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE), Amazon Prime Video Deutschland, vertreten durch Dr. Christoph Schneider (Geschäftsführer Amazon Digital Germany GmbH), der Impulsgeber, Dr. Torsten Schmiege (BLM-Präsident), Journalisten Verband (bjv), ver-



treten durch Michael Busch (BLM-Medienrat), Ludwig-Maximilians-Universität, vertreten durch Prof. Dr. Thomas Hess (Direktor des Bayerischen Forschungsinstituts für digitale Transformation (bidt)) und Vodafone Deutschland, vertreten durch Andreas Laukenmann (ehem. Director Consumer Business Unit).

Leitlinien des Nachhaltigkeitspakts_In den folgenden Monaten wurde intensiv an der Konkretisierung der Inhalte des Nachhaltigkeitspakts und seiner Präsentation im Oktober 2022 auf den Medientagen München gearbeitet. Koordiniert von der Landeszentrale analysierte eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der Paktpartner, welche Aspekte bei Nachhaltigkeitsüberlegungen im Medienbereich eine Rolle spielen.

Aus der Doppelfunktion von Medien als Wirtschafts- und Kulturgut ergibt sich für eine nachhaltig wirtschaftende Medienindustrie ein einzigartiges Spannungsfeld. Für ein Impulspapier zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern wurden Leitlinien erarbeitet, wie Nachhaltigkeit in dieser Branche umgesetzt werden kann, und die unternehmerische und die publizistische Verantwortung nachhaltiger Medienunternehmen dargestellt. Der Leitfaden führt in Form von Fragestellungen zur ökonomischen, zur ökologischen und zur sozialen Nachhaltigkeit und zudem zur publizistischen Verantwortung praxisnah an die relevanten Themenfelder heran. Unter dem Begriff „publizistische



Verantwortung“ geht es etwa um den Umgang mit konstruktivem Journalismus, Hassrede und Falschinformation oder um die Abbildung der Vielfalt in unserer Gesellschaft.

Präsentation_Am 19. Oktober 2022 war es dann soweit: Unter dem Motto „Nachhaltigkeit leben, publizistische Verantwortung wahrnehmen“ stellte die BLM den „Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern“ auf den Medientagen München vor.

BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege gab den Impuls. Auf dem Podium diskutierten einige Gründungspartner und Mitwirkende die neuen Leitlinien. Mit dabei: Prof. Johanna Haberer (Theologin und BLM-Medienrätin), Michael Jungwirth (Mitglied der Geschäftsführung bei Vodafone Deutschland), Stefanie Reger (BLM-Pressesprecherin, Moderatorin), Christian Strohmeier (Geschäftsführer egoFM) und Christine Scheffler (Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE).

Die Schirmherrin der Initiative, Landtagspräsidentin Ilse Aigner, betonte, der Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern sei ein Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung. Denn Medien transportierten Informationen, Haltungen und Werte vor allem über journalistische Inhalte. Und BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege erläuterte die besondere Rolle der Medien in unserer Demokratie. Um dieser Rolle gerecht zu werden und relevant zu bleiben, müsse sich die Branche mehr denn je ihrer publizistischen Verantwortung stellen.

Im Rahmen der Präsentation wurde erstmals das Logo des Nachhaltigkeitspakts Bayern verwendet und der [Imagefilm zur Initiative](#) gezeigt. Sowohl das Logo als auch den Imagefilm hatten Paktpartner erarbeitet.



Zeitgleich zur Veranstaltung erfolgte die Veröffentlichung des [Leitfadens](#) sowie eines Flyers, der zur Teilnahme am Nachhaltigkeitspakt aufruft. Ein QR-Code ermöglicht den direkten Zugriff auf die eigens für die Initiative erstellte Website www.nachhaltigkeitspakt-medien-bayern.de. Sowohl die Broschüre als auch der Flyer wurden klimaneutral gedruckt.

Teilnahme – Zur Teilnahme am Nachhaltigkeitspakt sollen gerade auch kleinere Unternehmen angeregt werden. Die Teilnahme dient nicht der Zertifizierung eines bereits umgesetzten Nachhaltigkeitskonzepts, sondern steht vielmehr für die Auseinandersetzung mit grundlegenden Fragen der Nachhaltigkeit und der transparenten Darstellung des eigenen Nachhaltigkeitsansatzes. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Beantwortung von jeweils fünf Hauptfragen zu den vier im Pakt enthaltenen Fragestellungen zu Ökonomie, Ökologie, Sozialem und zur publizistischen Verantwortung. Sind die Antworten online einsehbar, kann ein Aufnahmeantrag an die Koordinationsstelle bei

der BLM unter [➔ Nachhaltigkeitspakt-Medien-Bayern@blm.de](mailto:Nachhaltigkeitspakt-Medien-Bayern@blm.de) gestellt werden. Eine Aufnahme setzt neben einer nachvollziehbaren Beantwortung der Fragen auch die Benennung einer Ansprechpartnerin oder eines Ansprechpartners in Nachhaltigkeitsfragen voraus.

Nach erfolgreicher Aufnahme wird dem neuen Paktmitglied das Logo zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern zur Einbindung auf seiner Website zur Verfügung gestellt.

3.2 Barrierefreiheit

Unter dem Motto „Teilhabe ermöglichen, Barrieren abbauen“, möchte die Landeszentrale Vorbild für Medienschaffende wie Mediennutzende sein. Bereits seit 2018 ist die BLM bestrebt, auf ihren Kommunikationskanälen Barrieren abzubauen, barrierefreie Informationen und Kommunikation (z. B. Leichte Sprache) sowie digitale Barrierefreiheit im Internet umzusetzen.

Barrierefreie Website_Besucher und Besucherinnen der BLM-Website sollen unabhängig von persönlichen und technischen Einschränkungen Inhalte ohne Probleme lesen und auch die Interaktionsmöglichkeiten nutzen können. Deshalb hat die BLM schon früh Wert auf eine barrierefreie Programmierung und Gestaltung gelegt.

Im Rahmen der Optimierung für Barrierefreiheit wurden unter anderem ARIA-Labels und ARIA-Landmarks sowie nicht sichtbare Hilfetexte für Screen Reader ergänzt. Außerdem kann die BLM-Website auch ausschließlich mit der Tastatur bedient werden. Ausreichende Farbkontraste sowie entsprechende Größe und Skalierbarkeit der Schrift sind im Layout berücksichtigt. Bilder werden mit einem Alternativtext ergänzt, Videos werden Untertitelt.

Im Zuge weiterer Maßnahmen zur Inklusion wurde die Website im Jahr 2021 um den Service  „Leichte Sprache“ ergänzt. So können sich nun auch Menschen mit geistiger Beeinträchtigung und/oder Leseeinschränkungen über die Aufgaben und Tätigkeiten der

Landeszentrale informieren. Personen mit geringen Deutschkenntnissen oder Demenzerkrankte profitieren ebenfalls von dem neuen Angebot.

Für die sofortige Auffindbarkeit der Texte wurde das offizielle Logo für „Leichte Sprache“ prominent in die obere Serviceleiste der Website integriert. Die Texte zeichnen sich neben einer inhaltlichen Vereinfachung durch eine Optik aus, die das Lesen erleichtert. Die Sätze sind kurz und untereinander angeordnet. Zusammengesetzte Wörter werden getrennt geschrieben; zum besseren Verständnis sind Bilder eingefügt. Eine Beschreibung der Navigation und Funktionalitäten der BLM-Website runden den Service ab. Die Texte wurden in Kooperation mit einem zertifizierten Büro erstellt und haben einen Test in der Zielgruppe durchlaufen.

Publikationen in leichter Sprache_Erweitert werden soll künftig auch das Angebot an Publikationen in leichter Sprache. Bereits 2021 wurde der stark nachgefragte Ratgeber  „Recht am eigenen Bild“ auch in leichter Sprache herausgegeben. Die Broschüre

erschien im Jahr 2022 in 2. Auflage. Für das Jahr 2023 sind weitere Online-Broschüren in leichter Sprache geplant.

3.3 Digitale Publikationen

Ein Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit der BLM ist die Erstellung von Publikationen zu Medienthemen. Viele Publikationen der Landeszentrale werden (auch) elektronisch zum Abruf über die Website  www.blm.de zur Verfügung gestellt. Mit der digitalen Publikation sind für die Leserschaft nachhaltige Vorteile verbunden: Über Sprungmarken im Inhaltsverzeichnis können gewünschte Kapitel aufgerufen werden und langwieriges Scrollen entfällt. Verlinkungen im Text ermöglichen der Leserschaft den Zugriff auf weiterführende Informationen. Digitale Publikationen führen zu einer Verringerung des Suchaufwands und damit zur Schonung von Arbeitskapazitäten. Ein weiteres Beispiel ist die zeitgemäße Weiterentwicklung des Elternratgebers Flimmo: Bewertungen in Ampellogik erleichtern Eltern den Umgang, die Verlinkung mit den untersuchten Angeboten vereinfacht die Nutzung.

Die Steigerung der Nutzerfreundlichkeit durch digitale Publikationen für die Rezipienten ist eine Maßnahme im Hinblick auf das Ziel „nachhaltiger Konsum“.

3.4 Datenschutz

Die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien, wie z. B. zu Daten-, Umwelt- oder Arbeitsschutz (Compliance) ist ein wesentliches Ziel des nachhaltigen Handelns der BLM. In Bezug auf die Datenschutzregelungen sieht sich die BLM in ihrem gesellschaftlichen Auftrag gegenüber Kunden, Rezipienten und Mediennutzenden in der Verantwortung. Darüber hinaus trägt die transparente Umsetzung der Anforderungen zum Erhalt der Glaubwürdigkeit der BLM bei.

Nachdem im Dezember 2021 ein neues Gesetz über den Datenschutz und den Schutz der Privatsphäre in der Telekommunikation und bei Telemedien (TTDSG) in Kraft trat, waren im Berichtsjahr Änderungen betreffend alle Websites der BLM vorzunehmen. Im Fokus standen die Vermeidung von „Nudging“ und von „Dark Pattern“. Dabei handelt es sich

um technische Voreinstellungen, die Internetnutzende durch die Gestaltung der Cookie-Banner dazu verleiten sollen, dem Tracking mittels Cookies zuzustimmen. Die BLM erstellte, den neuen Regelungen entsprechend, neue Cookie-Banner. Die Besucherinnen und Besucher der BLM-Website werden transparent über die Auswahlmöglichkeit für oder gegen eine Reichweitenmessung informiert. Die Reichweitenmessung dient der Verbesserung der auffindbaren Inhalte auf der Website und somit letztendlich der Leserschaft der Website selbst.

Es wurde darauf geachtet, dass der Datenschutzhinweis ausreichend und verständlich informiert. Über einen optisch hervorgehobenen Link können sowohl die Datenschutzerklärung als auch das Impressum aufgerufen werden. Beide Auswahlbuttons sind in der gleichen Farbe gesetzt und daher gleichwertig. Durch Anklicken des X – und damit Schließen des Banners – können Nutzende eine Auswahl vermeiden: In diesem Fall wird kein funktionales Cookie gesetzt. Durch das Anklicken der Weltkugel kann man die Spracheinstellungen Deutsch oder Englisch anwählen. ◀

Helpen Sie uns, unsere Website zu verbessern!

Sofern Sie uns Ihre Einwilligung erteilen, verwenden wir die Dienste der etracker GmbH zur Analyse von Nutzungsdaten. Durch einen Klick auf den Button „Zustimmen“ erteilen Sie uns Ihre Einwilligung dahingehend, dass wir Ihr Nutzungsverhalten zu Analyse Zwecken auswerten und die sich ergebenden Daten verarbeiten dürfen. Eine andere Verwendung, Zusammenführung mit anderen Daten oder eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht. Sie können Ihre Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft in unserer Datenschutzerklärung unter dem Punkt „Websiteanalyse“ widerrufen. Hier finden Sie auch weitere Informationen.

[Impressum](#)

Zustimmen Ablehnen EN

4.1 Ernennung einer Nachhaltigkeitsbeauftragten

Das Thema Führungsstil und Kommunikationskultur sind Kernthemen der Verantwortlichkeit gegenüber den Beschäftigten.

Um die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsbestrebungen der BLM zu unterstreichen, wurde eine Nachhaltigkeitsbeauftragte bestellt.

Ziel ist es, die Nachhaltigkeit in der Organisationskultur der BLM zu befördern. Dies kann nur gelingen, wenn der Nachhaltigkeitsprozess in der BLM ein offener, gelebter, inklusiver ist.

Zu den Aufgaben einer Nachhaltigkeitsbeauftragten gehört es, für Themen zu sensibilisieren, Strategien zu entwickeln, Prozesse aufzubauen, Kooperationen voranzutreiben und auf Missstände hinzuweisen. Zudem ist die Nachhaltigkeitsbeauftragte Ansprechpartnerin für Beschäftigte und Geschäftsleitung. Besonders wertvoll sind Anregungen von Kolleginnen und Kollegen im Unternehmen und deren Unterstützung bei der Umsetzung.

Zur Gewinnung von Aufmerksamkeit und zur Transparenz der Nachhaltigkeitsprozesse in der BLM stellt die Nachhaltigkeitsbeauftragte regelmäßig Informationen zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen im Intranet zur Verfügung.

In den Zuständigkeitsbereich der Nachhaltigkeitsbeauftragten fällt auch das Projekt Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern.

4.2 Neue Organisationsstruktur

Im Berichtsjahr wurde eine neue Organisationsstruktur eingeführt, die unter anderem bedingt durch Änderungen im neuen Medienstaatsvertrag vom 20.11.2020 und das altersbedingte Ausscheiden langjährig beschäftigter Bereichsleitungen war. Es wurden interdisziplinär arbeitende Gruppen und neue Arbeitsstrukturen durch Übertragung von zusätzlicher Verantwortung und Entscheidungskompetenz an Gruppen- und Referatsleitende eingeführt.

Zielsetzung der Geschäftsführung für diese Form der Arbeitsorganisation war es, Organisationseinheiten zu schaffen, die sich innerhalb definierter Grenzen selbst und flexibel und insoweit agil regulieren können. Dadurch sollte einerseits eine schlankere Aufgabenbearbeitung erzielt und andererseits motivierende Arbeitsinhalte und Arbeitsbedingungen geschaffen werden. Dies trägt auch der Bearbeitung immer komplexer werdender Aufgaben Rechnung, bei denen es wichtig ist, das Wissen und die Fähigkeiten fachkundig zusammenzuführen, um die vorhandenen Ressourcen so gut wie möglich zu nutzen und so die Qualität der Ergebnisse zu steigern. Die Erhöhung der Arbeitsmotivation durch die Verschlinkung von Arbeitsprozessen, mehr Selbstverantwortlichkeit, die Delegation und klare Zuordnung von Verantwortung sowie die Erweiterung der Kompetenzen soll zudem zu einer Steigerung der Effizienz führen. Die BLM vollzieht so einen Wandel, der die Expertise und Stärken aller Mitarbeitenden, Gruppenleitungen und Bereichsleitungen stärker in den Mittelpunkt stellt.

Die neue Organisationsstruktur dient nicht nur dem Ziel der Effizienzsteigerung, sondern auch der höheren Identifikation mit der eigenen Aufgabe und damit der langfristigen Motivation.

4.3 Personalentwicklung

Wissensmanagement_Zum Themenfeld Personalentwicklung gehört die Etablierung eines Wissensmanagements in der BLM. In ihrer Rolle als Arbeitgeberin in der Handlungskategorie Beschäftigte dient diese Maßnahme dem Nachhaltigkeitsziel „Dauerhaftes breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern“ im Sinne der Vereinten Nationen.

Zugleich wird mit dieser Maßnahme die Vernetzung der BLM mit ihren Tochterunternehmen verstärkt. Die Einbindung von Kolleginnen und Kollegen der Tochterunternehmen der BLM bewirkt einen profitablen gegenseitigen Wissensaustausch. Gestärkt

wird dadurch die Innovationsfähigkeit der BLM und die Erreichung starker Partnerschaften mit ihren Tochterunternehmen.

Veränderungen im Aufgabenspektrum der BLM infolge der Novellierung des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) und des Inkrafttretens des Medienstaatsvertrags (MStV) bringen für die Arbeit in der BLM zahlreiche neue Herausforderungen mit sich. Dies bedingt auch einen veränderten Umgang mit Informationen und Wissen, speziell dessen Beschaffung, Verwaltung, Nutzung und Weiterentwicklung.

Um alle Mitarbeitenden für die Bewältigung dieser Herausforderungen zu stärken und eine kontinuierliche Verbesserung im Umgang mit Wissen zu erreichen, wurde in der Landeszentrale im Jahr 2021 eine AG Wissensmanagement eingerichtet. Zunächst wurden spezifische Problemlagen und Handlungsfelder identifiziert, bei denen der Informationsfluss im Rahmen eines strukturierten Wissensmanagements für die tägliche Arbeit optimiert werden kann. Ausgehend von der Frage

„Wo in der Organisation stiften wir aktuell mit Wissensmanagement den größten Nutzen?“ wurden drei Handlungsfelder identifiziert:

- Wissen bewahren: Wissensverlust durch demographischen Wandel vermeiden
- Vorhandenes Wissen sichtbar und nutzbar machen
- Wissen bereichs- und organisationsübergreifend verteilen

Die AG Wissensmanagement hat die folgenden Konzepte zur Wissenssicherung und zur transparenten Wissensverteilung in der BLM entwickelt, die sich vor allem im Jahr 2022 entfalten konnten.

Demographischer Wandel in der BLM – Offboarding Prozess_Aufgrund des Ausscheidens zahlreicher Führungskräfte der BLM wurden konkrete Maßnahmen für das sogenannte Offboarding konzipiert und durchgeführt. Ziel ist es, vor allem das Wissen und den Erfahrungsschatz der langjährig Mitarbeitenden zu bewahren. Die Wissenssicherung erfolgt zum einen durch die Definition von Themenkomplexen und Arbeitsfeldern und

zum anderen durch die Unterscheidung von so genanntem „unkritischem Wissen“ (explizites Faktenwissen, das einfach weitergegeben werden kann) und „kritischem Wissen“ (implizites Wissen, das sich das Individuum im Laufe des Arbeitslebens angeeignet hat, schwer übertragbar). Die Sicherung des kritischen Wissens erfolgt durch Fragebögen bzw. strategische Interviews mit den Ausscheidenden im Rahmen des Offboarding-Prozesses, die protokolliert werden. Aus den Erkenntnissen wird dann ein Leitfaden für die Nachfolge erstellt.

Wissenstransfer – Voneinander lernen, internes Wissen nutzen_Seit März 2022 gibt es für alle Mitarbeitenden der BLM und ihrer Tochterunternehmen die sog „Breakfast Insights“. Das 14-tägige, virtuelle Format vermittelt als morgendliche 30-minütige Videokonferenz kompaktes Know-How zu unterschiedlichsten Themen. Mitarbeitende aus den verschiedenen Bereichen der BLM präsentieren ihr Expertenwissen und stellen so wertvolles, internes Wissen allen in der BLM zur Verfügung. Auf diese Weise werden die Mitarbeitenden regelmäßig über aktuelle



Entwicklungen informiert, erfahren, welche Expertise in den verschiedenen Fachbereichen besteht und wer die geeigneten Ansprechpartner sind. Die Mitarbeitenden lernen voneinander und können das Wissen auch in ihrem Bereich anwenden. Das Themenangebot der „Breakfast Insights“ wird im Intranet der BLM veröffentlicht. Der nachhaltige Umgang mit Wissen ist letztlich auch die Wertschätzung jedem einzelnen gegenüber.

4.4 Personalbindung

Gleichstellungsbeauftragte_Der Staat fördert die tatsächliche Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin. Das Bayerische Gleichstellungsgesetz (BayGIG) trat 1996 in Kraft, wurde 2006 unbefristet verlängert und teilweise verstärkt. Die Bestellung einer Gleichstellungsbeauftragten ist für alle Behörden verbindlich. In der Landeszentrale ist diese Funktion seit 1996 besetzt.

Am 1. April 2022 wurde eine neue Gleichstellungsbeauftragte der BLM bestellt. Sie erhielt im Juli 2022 eine zweitägige Schulung zur Gleichstellungsarbeit. Teil des Seminars war eine Einführung in das bayerische Gleichstellungsgesetz und dessen Interpretation. Zudem wurden die Aufgabenbereiche in der Gleichstellung und praxisbezogene Anwendungsmöglichkeiten thematisiert, Handlungsspielräume im Amt diskutiert und mögliche Kommunikationsstrategien entwickelt. Die Gleichstellungsbeauftragte der BLM steht allen Mitarbeitenden als Ansprechpartnerin zur Verfügung.

Zur Vernetzung der Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragten der Landesmedienanstalten fand nach langer Pause Anfang Dezember 2022 ein virtuelles Treffen statt.

Freistellung für ehrenamtliche Tätigkeit_Durch die Freistellung einer Mitarbeiterin für eine ehrenamtliche Tätigkeit leistete die Landeszentrale einen nachhaltigen Beitrag im Rahmen ihrer Verantwortlichkeit gegenüber den Beschäftigten. Die Maßnahme diente der Festigung dauerhafter Arbeitsplätze mit adäquaten Bedingungen.

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.

Betriebsveranstaltungen_Zum Themenfeld Personalbindung gehören auch Firmenevents. Sie fördern die interne Kommunikation und die Motivation der Beschäftigten und tragen zu einem positiven Betriebsklima bei. Damit dienen sie dem Ziel der Festigung dauerhafter Arbeitsplätze mit adäquaten Bedingungen.

Dem Personalrat der Landeszentrale wird jährlich ein Budget für die Organisation von Betriebsveranstaltungen zur Verfügung gestellt. Im Jahr 2022 konnten erstmals wieder seit 2019 ein Sommerfest, ein Besuch des Oktoberfestes und eine Weihnachtsfeier realisiert werden. Der für Frühjahr 2022 geplante Betriebsausflug wurde wegen der zu diesem Zeitpunkt noch problematischen Pandemiesituation auf Januar 2023 verschoben.

4.5 Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement

Arbeitssicherheit und Gesundheit haben für die Landeszentrale sowohl in Zeiten der Pandemie als auch darüber hinaus hohe Priorität. Die Geschäftsleitung hat im Berichtsjahr in Abstimmung mit der im März 2020 eingerichteten „Taskforce Corona“ und dem Personalrat einige Maßnahmen zur Arbeitssicherheit, Gesundheit und Vereinbarkeit von Familie und Beruf getroffen. Nachdem im März 2022 viele gesetzliche Corona-Regelungen entfielen, wurden die Betriebsregelungen zum April angepasst. Über die gesetzlichen Vorgaben hinaus wurden einige schützende und erleichternde Maßnahmen getroffen, die im Mai und Juli gelockert und im November ganz aufgehoben wurden.

Zur Erleichterung von familiären Betreuungspflichten wurde das mobile Arbeiten weiterhin in Fällen der pandemiebedingten Isolation von Familienangehörigen, insbesondere Kindern, angeboten. Zum Gesundheitsschutz wurde bei Büroräumen, in denen in der Regel zwei

Personen arbeiten, die wechselseitige Nutzung des Büros organisiert. Diese Regelung wurde erst im November 2022 aufgehoben. Zur Minimierung von Gefährdungsrisiken war das Tragen einer FFP2-Maske ab April noch auf den Begegnungsflächen der BLM verpflichtend. Ab Ende Mai war das Tragen einer medizinischen Maske ausreichend und im Sommer entfiel die Maskenpflicht schließlich ganz. Zum Schutz der Beschäftigten wurde für externe Besucher und Veranstaltungsteilnehmende erst die 2-G-Regelung und dann die 3-G-Regelung aufrechterhalten und entfiel ab dem Sommer ganz. Es bestand für die Besucher die Möglichkeit, in der BLM einen kostenlosen Selbsttest durchzuführen. Wie bereits im Jahr 2021 bot die BLM für alle Beschäftigten zwei kostenlose Tests (Antigen-Selbsttest, so genannter Laientest) pro Woche an. Für das außerordentliche Engagement der Beschäftigten in der Corona-Zeit gewährte die BLM im Berichtsjahr eine Sonderzahlung. ◀

5.1 Beschaffung von Wirtschaftsgütern

In der Handlungskategorie Wirtschaftssubjekt ist die Landeszentrale gefordert, bei der Beschaffung von Dienstleistungen nachhaltig zu handeln.

Druck- und Kopiergeräte_Im Berichtsjahr wurde entschieden, den geplanten Austausch der Druck- und Kopiergeräte zu verschieben und stattdessen die Leasingverträge um 2 Jahre zu verlängern. Eine messbare Einsparung finanzieller Mittel der BLM wurde durch diese Maßnahme nicht erzielt. Allerdings orientiert sich diese Maßnahme an dem Ziel Ressourcen zu schonen. Es wurde nachhaltig mit der Kreislaufwirtschaft umgegangen. Zudem wurde die Emission von zusätzlichem CO₂ bei der Produktion neuer Geräte vermieden, ebenso der Anfall von Elektroschrott bei Entsorgung der Altgeräte.

Clean Planet Programm_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.

Gerätewartung_Durch die regelmäßige Wartung aller technischen Geräte wird deren Lebensdauer verlängert. In der Folge können Neuanschaffungen später erfolgen. Dadurch wird der CO₂-Ausstoß, der bei Produktion und Transport entsteht, vermindert. Die Maßnahme dient auch hier dem Ziel Ressourcen zu schonen.

Veröffentlichungen_Im Hinblick auf das Nachhaltigkeitsziel „schonender Umgang mit Ressourcen“ wird bei der Veröffentlichung von Informationsmaterialien und Broschüren die Notwendigkeit einer Druckausgabe genau geprüft.

Fällt die Entscheidung zugunsten einer Printpublikation, so wird die Druckauflage am jeweiligen Bedarf ausgerichtet. Auf diese Weise konnte die Produktion von Printpublikationen in den vergangenen Jahren deutlich reduziert werden. Dadurch werden Ressourcen (Papier) geschont und finanzielle Mittel eingespart.

Beim Druck von Publikationen legt die Landeszentrale Wert auf die Verwendung von zertifizierten Naturpapieren, die nachweislich aus ökologisch nachhaltiger Forstwirtschaft stammen.

Im Jahr 2022 wurden das BLM-Magazin TENDENZ sowie der Leitfaden zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern zudem klimaneutral gedruckt. Aus ökonomischer Sicht bedeutet dies einen finanziellen Mehraufwand, der allerdings zugunsten des ökologischen Vorteils in Kauf zu nehmen ist.

Fällt die Entscheidung zugunsten einer rein digitalen Publikation, wie es etwa beim Nachhaltigkeitsbericht der BLM der Fall ist, können Papier und zugleich finanzielle Mittel eingespart werden.

Die Landeszentrale verschickt schon seit Jahren keine gedruckten Weihnachtskarten mehr per Post. Stattdessen wird ein elektronischer Weihnachtsgruß per E-Mail verschickt. 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.

Werbemittel_Auch bei der Auswahl der Werbemittel ist die BLM um Nachhaltigkeit bemüht. Das bezieht sich nicht nur auf die verwendeten Materialien. 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 ver-

kaufte 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 Cleanups 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.

5.2 Compliance

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

Die Landeszentrale hat bereits seit vielen Jahren einen Compliance-Beauftragten bestellt sowie einen „Verhaltenskodex der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien“ erlassen, der für die Annahme von Geschenken und Einladungen für Mitarbeiter grundsätzlich die Genehmigung der jeweils vorgesetzten Führungskraft vorsieht.

Im Berichtsjahr wurde für die Führungskräfte der Landeszentrale eine inhouse-Schulung zum Thema Korruptionsprävention durchgeführt.

5.3 Dienstreisen

Nach dem Grundsatz des schonenden Umgangs mit finanziellen und natürlichen Ressourcen wird vor jeder Dienstreise eines Beschäftigten der Landeszentrale geprüft, ob diese unbedingt erforderlich ist. Gemäß der „Dienstanweisung zur Budgetierung der Bereichskontingente für Reisekosten 2022“ soll weitestgehend auf die Möglichkeit von Videokonferenzen ausgewichen werden.

Zudem ist bei der Wahl des Verkehrsmittels bei innerdeutschen Reisen grundsätzlich die Deutsche Bahn zu bevorzugen. Flugzeuge sollen nur bedingt genutzt werden. Anstelle der Nutzung von Taxis oder privaten PKWs ist der öffentliche Nahverkehr zu bevorzugen.

Eine Einsparung ist partiell messbar, da beispielsweise verschiedene Sitzungen von DLM, Fachausschüssen und Arbeitskreisen häufig als Videokonferenz durchgeführt werden. In der Folge hat sich die Zahl der Dienstreisen reduziert. So tagt beispielsweise der Arbeitskreis der Verwaltungsleiter nur noch einmal im Jahr in Präsenz und die zweite Sitzung findet als Videokonferenz statt.

Unter Abwägung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension der Maßnahme ist ein Nachhaltigkeitsnutzen für alle drei Ebenen zu verzeichnen. Es werden finanzielle Ressourcen der BLM eingespart, der CO₂-Ausstoß durch umweltbelastende Fortbewegungsmittel wird – unter Einsparung von Arbeitszeit – verringert.

5.4 Energieversorgung

Photovoltaik-Anlage_Mit dem Ziel knappe Ressourcen zu schonen, hat die BLM im Jahr 2022 die Errichtung einer eigenen Photovoltaik-Anlage beschlossen und ausgeschrieben. Die Lieferung und der Aufbau der Paneele erfolgte aufgrund von Lieferengpässen erst Ende 2022.

In der vorab durchgeführten Wirtschaftlichkeitsprognose der Photovoltaik-Anlage, wurde der mögliche Nachhaltigkeitsnutzen ermittelt. Die Photovoltaik-Anlage hat eine Dachleistung von 54,76 kWp bei einer prognostizierten Stromerzeugung von 921 kWh/kWp, also von 50.434 kWh.

Bei einem geschätzten Jahresverbrauch für 2023 von 535.000 kWh würden durch eine Photovoltaik-Anlage rund 9,4 Prozent des benötigten Stroms selbst produziert. Dieses Projekt ist deswegen so beispielhaft, weil hier Ökonomie und Ökologie hervorragend miteinander verbunden werden und eine klassische Win-win-Situation entsteht.

Einsparung von Wärmeenergie_Um Energie einzusparen, wird das Bürogebäude der Landeszentrale vom 27. Dezember 2022 bis zum 5. Januar 2023 geschlossen sein. Dies trägt zu einem schonenden Umgang mit Ressourcen bei, da die Heizung abgeschaltet wird.

Folgende maßgebende Kennzahlen wurden auf die Gesamtlaufzeit der Photovoltaik-Anlage gesehen ermittelt:

Statistische Amortisationszeit	5,75 Jahre
Vermiedene CO ₂ -Emissionen	484.050,69 kg
Unabhängigkeitsgrad ohne Speichersystem	7 %
Eigenverbrauch ohne Speichersystem	100 %

Verordnung zur Sicherung der Energieversorgung über kurzfristige wirksame Maßnahmen – Nachdem das Bundeswirtschaftsministerium als Teil des Maßnahmenpaktes zur Sicherung der Energieversorgung eine Verordnung in Kraft gesetzt hat, war auch die BLM mit den kurzfristig umzusetzen und befristeten Energieeinsparmaßnahmen zur Stärkung der Vorsorge betroffen. Für das Bürogebäude wurden daher seit 1. September 2022 bis zunächst 28. Februar 2023 folgende Maßnahmen umgesetzt: In Büroräumen wurde mit Hilfe der Regelungstechnik der BLM die Lufttemperatur auf höchstens auf 19 °C eingestellt. Die Trinkwassererwärmungsanlagen, deren Betrieb überwiegend zum Hände waschen vorgesehen sind sowie die Boiler in den Toiletten, wurden ausgeschaltet. Die Duschen im Keller stehen nicht mehr zur Verfügung. Gemeinschaftsflächen wie beispielsweise Treppenhäuser, Flure oder die Eingangshalle, die nicht dem Aufenthalt von Personen dienen, werden nicht beheizt. Nicht betroffen sind der Empfang, Toiletten, Teeküchen, Kantinen, Konferenz – und Warteräume. Hier gilt die 19 Grad-Regelung.

Da die Beleuchtung von Gebäuden in der Zeit von 22:00 bis 16:00 Uhr untersagt ist, wird das BLM-Logo am Eingang nicht mehr angeschaltet.

Mit der Umsetzung der Maßnahmen wird der Strom- und Fernwärmeverbrauch der BLM reduziert und daher Ressourcen geschont. Mit dem Maßnahmenpaket soll dem Risiko der Knappheit von Gaslieferungen vorgebeugt werden.

5.5 Betriebliches Mobilitätsmanagement

Durch die Verkleinerung der Dienstwagenflotte von fünf auf vier Fahrzeuge im Jahr 2022 wurde eine deutliche Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs und der Verkleinerung des CO₂-Abdrucks der Landeszentrale erreicht.

Für die verbleibenden Wagen setzt die BLM ausschließlich Hybridfahrzeuge ein. Die Einsparung durch Hybridfahrzeuge hängt davon ab, wie hoch der elektrische Anteil an der Fahrleistung des einzelnen Autos ist. Fahrten innerorts wurden 2022 weitgehend mit elektrischem Antrieb getätigt.

Bei effizienter Nutzung von Hybridfahrzeugen ergibt sich in der Regel ein Nachhaltigkeitsnutzen durch die Einsparung von Kraftstoff. Eine Verbesserung des Nutzens kann noch erzielt werden, wenn ab 2023 der eigene Solarstrom der BLM zur Verfügung steht. Hierdurch werden natürliche Ressourcen geschont. ◀

Rechenbeispiel für ein Kfz:

Elektrisch gefahrene Kilometer **14.138,6 km in 2 Jahren**
Dadurch vermiedene CO₂-Emission . . . **3.849,54 kg (ca. 1.920 kg/a)**

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht stellt die vielfältigen Maßnahmen der Landeszentrale auf dem Weg zu nachhaltigem Handeln dar. Einige wichtige Maßnahmen wurden 2022 geplant, die Umsetzung wird jedoch erst im nächsten Jahr erfolgen.

Die Projektgruppe Wissensmanagement hat Maßnahmen für eine Verbesserung der Wissensverteilung in der Landeszentrale erarbeitet. Das Konzept sieht vor, das BLM-Intranet als Lernplattform auszubauen, die elektronische Lerninhalte (Videos, Podcasts, Blog-Artikel etc.) für die Mitarbeitenden bietet. Neben klassischen E-Learning-Programmen sollen auch Arbeitshilfen, Selbstlernhefte, Skripte und andere Unterlagen mit Fortbildungsinformationen in das Fortbildungsportal eingestellt werden können. Zudem sollen Mitarbeitende auch selbst Inhalte einstellen und einen internen Wissensaustausch betreiben können. Hierdurch werden Zeit und Kosten gespart und Kenntnisse gesichert, die andernfalls leicht verloren gehen, zum Beispiel, wenn ein Mitarbeiter das Unternehmen verlässt.

Das BLM-Intranet soll den kommenden Jahren als zentrale Säule der internen Kommunikation und als Ort der internen Wissensvermittlung und des Wissensaustauschs etabliert werden.

Aufgrund eines Brandanschlags auf den Funkturm auf dem Grund der Landeszentrale im Jahr 2020 war es dringend erforderlich, sich mit dem Thema Sicherheit des Gebäudes der BLM zu befassen. Für das Jahr 2023 wurde die Installierung einer Videoüberwachung geplant, die nachts aktiv ist und die Außenseite des Gebäudes erfasst. Zusätzlich müssen sich künftig alle externen Besucher in einem speziellen Besucherprogramm registrieren.

Das Thema Digitalisierung steht seit geraumer Zeit auf der Agenda der BLM. Insgesamt hat die Einführung von Digitalisierungsprozessen einen relevanten positiven Einfluss auf die Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen. Bisher wurden dafür eine Projektgruppe Digitalisierung in Leben gerufen und eine neue Fachkraft aus der Informationstechnologie eingestellt.

Letztlich erfährt das Thema Compliance in der BLM über den bereits bestehenden Verhaltenskodex hinaus eine weitere Evaluation. Relevante Fragenstellungen sollen erörtert und gegebenenfalls überarbeitet werden.

Diese Projekte werden im Blickpunkt des nächsten Nachhaltigkeitsberichts der Landeszentrale stehen. ◀

- Sicherung und Förderung von Gleichberechtigung und Vielfalt;
- Unterstützung von Innovationen;
- Erhalt von Glaubwürdigkeit;
- Festigung dauerhafter Arbeitsplätze mit adäquaten Bedingungen;
- Förderung der Befähigung zu einer selbstbestimmten Teilhabe am gesellschaftlichen Leben;
- Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien;
- Stabilisierung und Förderung einer demokratischen Gesellschaftsordnung;
- Schonender Umgang mit knappen Ressourcen;
- Nachhaltiger Konsum;
- starke Partnerschaften;
- produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit;
- Förderung von Wirtschaftswachstum

Handlungskategorie „Gesellschaftlicher Auftrag“

Themenfeld	Maßnahmen
Ausführung des gesetzlichen Auftrags	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sorge für eine rechtskonforme Programmgestaltung der bayerischen Anbieter, einschließlich Jugendschutz; ■ Programmkonzeptentwicklung und Sicherstellung einer ausgewogenen Rundfunkstruktur; ■ Förderung der Vielfalt der Programminhalte; ■ Förderung der Herstellung und Verbreitung von Rundfunkprogrammen; ■ Technik- und Programmförderung lokaler und regionaler Programme; ■ Entwicklung eines Technikkonzepts für eine landesweite, regionale und lokale Rundfunkstruktur in Bayern; ■ Film- und Fernsehförderung ■ Forschung (Medienwirkungsforschung und Qualitätsuntersuchungen); ■ Aus- und Fortbildung; ■ Archivierung von Programmen; ■ Medienerziehung und Medienpädagogik; ■ Vernetzung von Medienunternehmen und Förderung von Gründern und Gründerinnen im Medienbereich



Themenfeld	Maßnahmen
Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none">■ Darstellung der Aufgaben der BLM auf allen Kommunikationskanälen;■ Bürgerbeschwerden-Management;■ Durchführung von Fachveranstaltungen in ganz Bayern;■ Erstellung eines Fachjournals (TENDENZ);■ Erstellung von Publikationen zu Medienthemen (z. B. Forschungsergebnisse, Juristische Beiträge, Jugendschutz und Medienkompetenz);■ Verleihung von Hörfunk- und Lokalfernsehpreisen für bayerische Anbieter und eines Publikumspreises;■ Beteiligung der BLM an Ausstellungen in Bayern
Vernetzung	<ul style="list-style-type: none">■ Impulsgeber, Koordinator und Moderator für den ‚Nachhaltigkeitspakt Medien‘
Datenschutz	<ul style="list-style-type: none">■ rechtmäßige Verarbeitung personenbezogener Daten;■ Zweckbindung der Datenverarbeitung;■ Datenminimierung;■ Richtigkeit der zu verarbeitenden Daten;■ Speicherbegrenzung;■ Integrität und Vertraulichkeit;■ Dokumentationspflicht

Themenfeld	Maßnahmen
Führungsstil & Kommunikationskultur	<ul style="list-style-type: none">■ Feedbackgespräche;■ Mitarbeitergespräche;■ Changemanagement;■ Beteiligung Personalrat; Einbeziehung Gleichstellungsbeauftragte
Personalgewinnung	<ul style="list-style-type: none">■ interessantes Tätigkeitsgebiet;■ Mobiles Arbeiten;■ flexible Arbeitszeiten;■ verschiedene Arbeitszeitmodelle;■ Work-Life-Balance;■ attraktive Bezahlung;■ zusätzliche betriebliche Altersversorgung
Personalbindung	<ul style="list-style-type: none">■ Vereinbarung Familie und Beruf (z. B. Kindertag);■ Gleichstellung nach BayGIG;■ Mobiles Arbeiten;■ Unterstützung Kita-/Kindergartenplatz;■ Mitgliedschaft im Familienpakt Bayern;■ Betriebliche Beratung für Erziehungsurlaub/-rückkehrer;■ Mitarbeiterdarlehen in finanziellen Notlagen
Personalentwicklung	<ul style="list-style-type: none">■ Fortbildungsmaßnahmen;■ Nachwuchsförderprogramm;■ Weiterbildungsangebote;■ Wissensmanagement
Arbeitsplatz	<ul style="list-style-type: none">■ ergonomische Büroausstattung;■ Arbeitshilfsmittel;■ barrierefreier Zugang;■ Gartennutzung zur Erholung in den Pausen;■ Betriebsrestaurant



Themenfeld	Maßnahmen
Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement	<ul style="list-style-type: none">■ Gefährdungsbeurteilungen;■ betriebsärztliche Betreuung;■ Sicherheitsbeauftragter;■ Büroausstattung gemäß einschlägiger Sicherheitsstandards;■ Gesundheitstag;■ Task-Force-Corona; Fortbildungsseminar zu Stressmanagement und Konfliktbewältigung;■ Supervisionen;■ Erst- und Brandschutzhelfer
Incentive – Firmenveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">■ Firmenevents z. T. mit Angehörigen;■ Weihnachtsfeier;■ Betriebsausflug

Themenfeld	Maßnahmen
Beschaffung von Wirtschaftsgütern und Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einrichtung zentraler Einkauf; ■ Schulung von Beschäftigten; ■ gesetzliche Vergabeverfahren; ■ Einhaltung des Mindestlohngesetzes bei beauftragten Dienstleistern; ■ Vermeidung des Erwerbs von Wirtschaftsgütern aus Kinderarbeit; ■ Ausschreibung nach Wirtschaftlichkeitsaspekten
Korruptionsprävention	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung eines Compliance- und Tax-Compliance-Managementsystems; ■ Korruptionsprävention (regelmäßige Schulung von Management und Beschäftigten*); ■ Dienstvereinbarung über einen Verhaltenskodex; ■ Berufung eines Compliancebeauftragten
Facility-Management	<ul style="list-style-type: none"> ■ Instandhaltung des Verwaltungsgebäudes und der Haustechnik und regelmäßige Wartung; ■ Durchführung notwendiger Reparaturen; ■ energetische Sanierung des Gebäudes
Dienstreisen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reduktion von Dienstreisen, vermehrter Einsatz von Videokonferenzsystemen
Strom	<ul style="list-style-type: none"> ■ Errichten und Betrieb einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Verwaltungsgebäudes; ■ ausschließliche Einspeisung ins Hausnetz (Eigenverbrauch); ■ Stromspeicherung; Bezug von Ökostrom
Wasser	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verantwortlicher Umgang mit der Ressource Wasser einschließlich technischer Einrichtungen; ■ Schulung von Mitarbeitern und dem Betreiber Betriebsrestaurant
Wärme	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fernwärme (Anpassung der Steuerung); Schulung von Mitarbeitenden; ■ Senkung der Zimmertemperatur*

Die mit Stern (*) gekennzeichnete Maßnahmen basieren auf mittelfristigen Umsetzungsplänen. Alle anderen Maßnahmen sind bereits umgesetzt oder derzeit in Umsetzung.

Themenfeld	Maßnahmen
Abfallmanagement	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mülltrennung; ■ Verzicht auf Plastik; ■ Verwendung von Mehrwegglasflaschen; ■ Wiederverwendung von Verpackungsmaterial
Papierverbrauch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung eines Dokumentenmanagementsystems; ■ Ausdrücke auf ein notwendiges Maß reduzieren; ■ standardmäßig eingestellter zweiseitiger Ausdruck; ■ regelmäßige Überprüfung der Auflagenhöhe von Broschüren; ■ Prüfung des Einsatzes von Recyclingpapier
betriebliches Mobilitätsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anschaffung von Elektro- und Hybridfahrzeugen als Dienstfahrzeuge, die mit Solarstrom* geladen werden; ■ Stromversorgung von Fahrzeugen oder Fahrrädern für Elektromobilität von Beschäftigten*; ■ Prüfung der möglichen Förderung der Anschaffung von Elektrofahrrädern für Beschäftigte oder eines Fahrtkostenzuschusses bei Umstieg auf ÖPNV*; ■ Fortentwicklung von Mobilitätskonzepten
Betriebsrestaurant	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verwendung biozertifizierter lokaler Produkte oder regionaler Produkte; Anbau von Kräutern und Salat im eigenen Garten; ■ vegane und vegetarische Ausrichtung des Speiseplans; ■ Information der Beschäftigten zur Ernährung
Grünflächen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umgestaltung der Grünflächen als Nahrungsressource für Insekten und Vögel, Prüfung der Möglichkeit einer Dachflächenbegrünung
Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beitritt Umweltpakt Bayern*

Die mit Stern (*) gekennzeichnete Maßnahmen basieren auf mittelfristigen Umsetzungsplänen. Alle anderen Maßnahmen sind bereits umgesetzt oder derzeit in Umsetzung.

Herausgeber

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts
vertreten durch den Präsidenten Dr. Thorsten Schmiege
Heinrich-Lübke-Straße 27
81737 München
Telefon: +49 (0)89/6 38 08-0
Fax: +49 (0)89/6 38 08-140
E-Mail: info@blm.de

Verantwortlich

Dr. Annette Schumacher

Projektleitung

Daniela Schmieder, Nachhaltigkeitsbeauftragte

Redaktion

Dagmar Grigoleit

Schlussredaktion

Gaby Bopp

Layout

Mellon Design

Bildnachweis

Adobe Stock/BillionPhotos.com (Titel, S.17)
Hartmann (S.3)
Bayerischer Landtag / Rolf Poss (S.10)
Bayerischer Rundfunk / Ralf Wilschewski (S.11)

Aktueller Stand: Dezember 2022