

Konzept für den Nachhaltigkeitspakt Medien



Inhalt

1. Vorbemerkung

2. Ökonomische Nachhaltigkeit

- 2.1 Unternehmensführung und Governance
- 2.2 Rechtssicherheit und Qualitätssicherung
- 2.3 Finanzstrategie
- 2.4 Lieferkette und Einkauf
- 2.5 Kundenbindung

3. Ökologische Nachhaltigkeit

- 3.1 Umweltziele und Energieeinsparung
- 3.2 Analyse und Kontrolle
- 3.3 Arbeitsmittel und IT-Infrastruktur
- 3.4 Umgang mit eigener Umweltwirkung

Aus Gründen der Lesbarkeit verwenden wir in dieser Präsentation eine einheitliche Sprachform. Selbstverständlich sind stets alle Menschen – unabhängig von Geschlecht oder Identität – gemeint.

4. Soziale Nachhaltigkeit

- 4.1 Vielfalt und Inklusion
- 4.2 Gesundheitsförderung und Wohlbefinden
- 4.3 Weiterbildung
- 4.4 Faire Bezahlung
- 4.5 Führungskultur und Zusammenarbeit

5. Publizistische Nachhaltigkeit

- 5.1 Leitlinien und Ziele
- 5.2 Qualitätssicherung
- 5.3 KI im Redaktionsalltag
- 5.4 Hassrede und Social Media
- 5.5 Nachhaltigkeit als redaktionelles Querschnittsthema



1. Vorbemerkung



Vorbemerkung

Als regional verankerter Fernsehsender in der Oberpfalz ist es uns ein Anliegen, Nachhaltigkeit nicht nur als abstraktes Ziel, sondern als gelebte Verantwortung in allen Bereichen unseres Handelns zu verankern – ökonomisch, ökologisch, sozial und publizistisch.

Wir verstehen Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe – nach innen wie nach außen, in der täglichen Zusammenarbeit ebenso wie in unserer Berichterstattung. Dieses Konzept dokumentiert bestehende Maßnahmen, neue Initiativen und unsere Haltung im Sinne des Nachhaltigkeitspakts Medien.

Wir begreifen den Pakt nicht als Pflicht, sondern als Chance zur Weiterentwicklung – im Dialog mit unserem Team, unserer Region und unserem Publikum.



Christoph Rolf
Geschäftsführer



2. Ökonomische Nachhaltigkeit

2. ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Grundsätzlich steht das Lokalfernsehen und somit auch OTV auf drei Finanzierungssäulen. Den selbst aus dem Markt erwirtschafteten Erlösen, dem RTL-Finanzierungsbeitrag und der Förderung nach Art. 23 BayMG.

Nachhaltiges Wirtschaften ist deshalb für uns mehr als nur Kostenkontrolle. Es bedeutet, ökonomische Stabilität mit gesellschaftlicher Verantwortung zu verbinden – **im Sinne unserer Mitarbeiter, unserer Partner und der Öffentlichkeit.**



2.1 Unternehmensführung und Governance

- **Wir agieren auf Grundlage der Bayerischen Verfassung, des Bayerischen Mediengesetzes und unter der Aufsicht der BLM.** Unsere Unternehmensstrategie verbindet wirtschaftliche Stabilität mit publizistischer Verantwortung. Entscheidungen werden transparent, langfristig und im Dialog mit unseren Mitarbeitern getroffen.
- Unsere Governance-Struktur ist klar und effizient: Geschäftsführung, Bereichsleitungen und Redaktionsleitung arbeiten eng abgestimmt mit wöchentlichen Meetings. Größere unternehmerische Entscheidungen (z. B. Investitionen, Projektstarts, Partnerschaften) werden gemeinsam geplant und reflektiert. **Dabei fließen immer auch Vorschläge aus der Belegschaft mit ein.**
- Transparenz ist uns wichtig – gegenüber dem Team ebenso wie gegenüber unseren Gesellschaftern und Partnern. Informationen über unternehmensweite Entwicklungen, Zielerreichung und Neuerungen **kommunizieren wir regelmäßig im Intranet, bei Teammeetings und in Gesellschafterversammlungen.**



2.2 Rechtssicherheit und Qualitätssicherung

- Wir geben allen Mitarbeitern Informationen zu rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. Datenschutz, Urheberrecht, Werberichtlinien) und ermöglichen Ihnen an entsprechenden Workshops teilzunehmen. Neue Kollegen werden systematisch geschult. **Redaktionskonferenzen, interne Freigabeprozesse und Feedback-Schleifen sichern die Qualität unserer Inhalte.**
- Unsere rechtlichen Standards orientieren sich an den Vorgaben des Bayerischen Mediengesetzes, der Satzungen der BLM, der DSGVO sowie an journalistischen Kodizes. **Regelmäßige Schulungen zu Themen wie Bildrechten, Impressumspflichten oder Datenschutz sorgen für rechtliche Sicherheit im redaktionellen Alltag.**
- **Für den Bereich Werbung gelten bei uns strenge Trennungsprinzipien zwischen redaktionellen Inhalten und kommerziellen Formaten.** Die Einhaltung dieser Prinzipien wird von der Programmkoordination und der Geschäftsführung gemeinsam überwacht. Neue Werbeformate durchlaufen einen internen Prüfprozess hinsichtlich Transparenz, Angemessenheit und rechtlicher Zulässigkeit.
- **Qualitätssicherung erfolgt zudem durch stichprobenartige Selbstkontrollen, Zuschauerfeedback, Redaktions-Reviews und regelmäßige Austausche mit anderen Regionalsendern.** Beschwerden werden dokumentiert, analysiert und bei Bedarf für interne Verbesserungsmaßnahmen genutzt.



2.3 Finanzstrategie

- OTV hat bislang keine Kredite beansprucht und hat dies in absehbarer Zeit auch nicht vor. Investitionen erfolgen vorrangig aus laufenden Einnahmen. Größere Projekte werden durch Gesellschafter oder gezielte Förderprogramme unterstützt. **Wir arbeiten ausschließlich mit regionalen Banken zusammen.**
- **Unser Ziel ist es, wirtschaftliche Resilienz mit sozialer Verantwortung zu verbinden.**
Budgetentscheidungen orientieren sich an einem jährlichen Finanzplan, der gemeinsam mit den Bereichsleitungen erstellt wird. Rücklagen für strategische Zukunftsinvestitionen – etwa in Digitalisierung, Energieeffizienz oder Personalentwicklung – wären wünschenswert, können aber aufgrund der wirtschaftlichen Situation nur schwer gebildet werden.
- Wir setzen auf ein schlankes Controlling mit monatlichen Reportings, die Transparenz für Geschäftsführung und Gesellschafter schaffen. Auch externe Partner wie Wirtschaftsprüfer oder Fördermittelgeber erhalten Einblick in relevante Kennzahlen. Diese **Offenheit stärkt unser Vertrauen bei Partnern und Mitarbeitern.**
- **Fördermittel – etwa des Freistaats Bayern oder der BLM – nutzen wir auch gezielt für Innovation und Nachhaltigkeit.** Förderfähige Projekte (z. B. Medienplattform Bayern, barrierefreie Inhalte, cloudbasiertes Payout) werden aktiv beantragt und sauber dokumentiert.



2.4 Lieferkette und Einkauf

- **Wir bevorzugen regionale Dienstleister und Lieferanten** – vom Technikdienstleister über den Stromanbieter bis hin zu Drucksachen und Postdienstleistungen. Onlineshopping wird vermieden, wenn regionale Alternativen bestehen. Damit wollen wir die heimische Wirtschaft stärken und langfristige Kooperationen fördern.
- Unsere Einkaufspolitik orientiert sich am Prinzip „kurze Wege, klare Verantwortung“. **Bei der Auswahl von Lieferanten achten wir auf regionale Verankerung, faire Arbeitsbedingungen, Umweltstandards und transparente Geschäftsmodelle.** Wo möglich, beziehen wir Leistungen von Partnern, mit denen wir auch redaktionell oder werblich vernetzt sind.
- Angebotsvergleiche berücksichtigen nicht nur Preis und Leistung, sondern auch ökologische Kriterien wie Energieeffizienz, Verpackungsvermeidung oder CO₂-Ausstoß. **Bei Technikbeschaffung achten wir auf Langlebigkeit, Reparaturfähigkeit und Kompatibilität mit vorhandenen Systemen.**

2.5 Kundenbindung

- Kunden werden ausschließlich persönlich betreut. Nachhaltige Werbeformate, ein wertiges redaktionelles Umfeld und regionale Nähe sind unsere Stärken. **Der Fokus liegt auf langfristiger Zusammenarbeit.** Unser Stammkundenanteil liegt bei über 70 %.
- Wir pflegen intensive, oft langjährige Kundenbeziehungen – geprägt von gegenseitigem Vertrauen, Transparenz und gemeinsamer Wertebasis. Unsere Mediaberatung ist nicht auf kurzfristigen Umsatz ausgerichtet, sondern auf nachhaltige Wirkung: **regional, glaubwürdig und zielgruppengenau.**
- Unsere Angebote sind vielfältig – vom klassischen Spot bis zum crossmedialen Image-Clip. **Dabei achten wir stets auf die redaktionelle Unabhängigkeit.** Kunden profitieren von klaren Abläufen, individueller Beratung und hoher Produktionsqualität.
- **Regelmäßige Feedbackgespräche und gemeinsame Projektentwicklungen sorgen dafür, dass wir uns mit unseren Kunden weiterentwickeln.** Gleichzeitig verstehen wir unsere Werbekunden auch als Multiplikatoren nachhaltiger Kommunikation – etwa, wenn sie in ihrer Unternehmensdarstellung Umweltziele oder soziale Verantwortung betonen.



3. Ökologische Nachhaltigkeit

3. ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Unser Beitrag zum Klima- und Umweltschutz beginnt bei alltäglichen Entscheidungen – durch Routenplanung, im Fuhrpark, bei der Energieversorgung und im Büroalltag. **Wir setzen auf konkrete Maßnahmen, die Wirkung zeigen und Vorbild sein können.**

Dabei verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz: **Wir denken ökologische Nachhaltigkeit sowohl technisch als auch organisatorisch** – von der Nutzung energieeffizienter Geräte bis hin zur Etablierung nachhaltiger Arbeitsroutinen. Unser Ziel ist es, Emissionen systematisch zu reduzieren, Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen und gleichzeitig unsere Mitarbeiter für umweltbewusstes Handeln zu sensibilisieren.



3.1 Umweltziele und Energieeinsparung

- Ökologische Nachhaltigkeit verstehen wir nicht als einmaliges Projekt, sondern als kontinuierlichen Lern- und Entwicklungsprozess. In diesem Prozess reflektieren wir regelmäßig unseren Status quo, entwickeln gemeinsam neue Ideen und setzen sie – wo möglich – direkt in die Praxis um. **Dabei profitieren wir von kurzen Entscheidungswegen und einer motivierten Belegschaft, die ihre Umweltverantwortung aktiv mitträgt.**
- **Bei Neuanschaffungen achten wir auf Energieeffizienzlabel, Recyclingfähigkeit und Materialverbrauch.**
- Auch Verhaltensänderungen im Team tragen zum Erfolg bei: **Eine interne Kampagne zum Thema „Strom sparen leicht gemacht“ wurde mit einfachen Alltagstipps umgesetzt und an alle kommuniziert.** Damit verbinden wir technische Umstellungen mit einem Bewusstseinswandel im Alltag.



3.2 Analyse und Kontrolle

- Nachhaltigkeit ist Teil unserer Unternehmenskultur geworden. Ein ständiger offener Dialog mit den Mitarbeitern ermöglicht kontinuierliche Weiterentwicklung. Ideen aus dem Team werden gesammelt und regelmäßig in Redaktions- oder Bereichsbesprechungen sichtbar gemacht. Dabei werden Mitarbeiter aktiv ermutigt, Verbesserungspotenziale in ihrem Arbeitsumfeld zu erkennen und einzubringen. **Fortschritte werden in der Führungsrunde reflektiert und optimiert.**
- Ergänzt wird die Analyse durch Verbrauchsstatistiken (z. B. Strom, Wasser, Heizenergie), die regelmäßig erfasst und mit Vorjahreswerten verglichen werden. So können saisonale Effekte erkannt und **gezielt Maßnahmen eingeleitet** werden.

3.3 Arbeitsmittel & IT-Infrastruktur

- **Reduktion des Energieverbrauchs** durch serverseitige Konsolidierung, mobile Zugriffslösungen, Ausschalten nicht benötigter Geräte, digitale Kommunikation. Es gelten Prinzipien der Reparaturfreundlichkeit und Langlebigkeit. Arbeitsplatztechnologien werden nur bei Bedarf ersetzt, bevorzugt kompatibel beschafft und bei Defekten regional repariert.
- Wir verfolgen dabei das Ziel, unsere technische Infrastruktur ressourcenschonend und zugleich leistungsfähig zu gestalten. Dazu zählen standardisierte Endgeräte, eine zentrale Geräteverwaltung und die **Priorisierung digitaler Prozesse gegenüber analogen.**
- Ein weiterer Baustein ist die Digitalisierung interner Abläufe: **Redaktionsplanung, Dienstreisen, Urlaubsanträge und Belegabrechnungen laufen vollständig papierlos über digitale Plattformen** – das spart Ressourcen und erhöht die Transparenz.

3.4 Umgang mit eigenen Umweltwirkungen

- Ein zentrales Ziel ist es, unseren CO₂-Fußabdruck messbar zu senken. Dazu arbeiten wir mit einem schrittweisen Maßnahmenplan, der immer wieder aktualisiert wird. Wir nutzen zu 50 % Ökostrom, setzen auf LED-Technik, serverseitige Energieoptimierung und nachhaltige Mobilität. Wir haben eine Lademöglichkeit für E- und Hybridfahrzeuge installiert. Die Fahrzeugflotte umfasst auch Hybridmodelle. **Es wird geprüft, auslaufende Leasingverträge durch E-Autos zu ersetzen. Mitarbeiter erhalten Zuschüsse für ein JobRad.** Eine Photovoltaik-Nutzung wird geprüft.
- Im Serverbereich wurden Virtualisierungslösungen eingeführt, um die Zahl physischer Geräte zu reduzieren und den Stromverbrauch zu senken.

4. Soziale Nachhaltigkeit

4. Soziale Nachhaltigkeit

- Unsere soziale Nachhaltigkeit orientiert sich an einem inklusiven, gesundheitsfördernden und chancengerechten Arbeitsumfeld. Sie betrifft alle Mitarbeiter – von der Auszubildenden bis zur Führungskraft – und erstreckt sich auf sämtliche Lebensphasen. Wir unterstützen persönliche wie berufliche Entwicklung, sorgen für psychische wie physische Sicherheit und leben eine offene Feedback- und Anerkennungskultur.
- Zugleich verstehen wir soziale Nachhaltigkeit auch im regionalen Kontext: Wir berichten über soziale Initiativen in unserer Region, bieten Praktika, Volontariate und Ausbildungsmöglichkeiten für Nachwuchstalente an und engagieren uns in Kooperationen mit Schulen, Hochschulen und Vereinen. Wir glauben: Wer soziale Verantwortung übernimmt, stärkt nicht nur das eigene Team – sondern auch die Gesellschaft vor Ort.



4.1 Teamvielfalt & Inklusion

- Vielfalt ist für uns nicht nur ein sozialer Wert, sondern ein kreativer Vorteil. **Unterschiedliche Perspektiven, Erfahrungen und Hintergründe bereichern unsere redaktionelle Arbeit ebenso wie unser Miteinander im Team.** Wir achten bei Bewerbungsverfahren auf diskriminierungsfreie Kommunikation und objektive Auswahlprozesse. Neue Mitarbeiter durchlaufen ein Onboarding, das Werte wie Respekt, Offenheit und Inklusion vermittelt.
- **Unsere Teams sind altersgemischt und geschlechterdivers. Menschen mit Migrationsgeschichte oder aus anderen Lebenswelten bringen bei uns ihre Perspektive ein.** Wir pflegen eine offene Feedbackkultur, die Raum für persönliche Entwicklung lässt. Bei Bedarf unterstützen wir Mitarbeiter individuell, etwa durch flexible Arbeitszeitmodelle, Rückkehrhilfen nach der Elternzeit oder barrierearme Arbeitsplätze.

4.2 Gesundheit und Arbeitsumfeld

- Flexible Arbeitszeiten, Homeoffice und gemeinschaftliche Gesundheitsangebote fördern die Work-Life-Balance. **Wir bieten Gesundheitsworkshops mit Coaches an, die Impulse zu den Themen Bewegung, Ernährung und mentale Gesundheit geben.**
- **Flexibilität ist ein zentrales Element unseres Arbeitsumfelds.** Mitarbeiter können tageweise mobil arbeiten, ihre Arbeitszeit an familiäre oder gesundheitliche Bedürfnisse anpassen und erhalten bei Bedarf individuelle Unterstützung – etwa bei der Rückkehr aus längerer Krankheit oder Elternzeit.
- Regelmäßige Pausenkultur wird nicht nur toleriert, sondern aktiv gefördert, z. B. durch gemeinsam organisierte Mittagspausen. **Unsere gemeinsame Küche und offene Pausenbereiche tragen dazu bei, Begegnung und Entlastung zu ermöglichen.**

4.3 Weiterbildung

- **Nachhaltigkeit erfordert Wissen – rechtlich, technisch, gesellschaftlich.** Deshalb sehen wir Weiterbildung als zentrale Säule unserer sozialen Verantwortung. Wir bieten regelmäßige interne und externe Schulungsformate an – von Presserecht bis digitale Tools.
- **Weiterbildung ermöglicht unseren Mitarbeitern, mit neuen Herausforderungen sicher umzugehen,** etwa beim Umgang mit KI, der Nutzung nachhaltiger Technik oder bei barrierefreier Kommunikation.
- Dabei gilt: **Weiterbildung ist keine Pflichtveranstaltung, sondern ein Angebot.** Sie wird im Kollegenkreis aktiv angesprochen und bei Bedarf individuell gefördert.

Regelmäßige interne Schulungen, Workshops und gezielte externe Fortbildung sind fester Bestandteil unserer Personalentwicklung. Allen Mitarbeitern werden die Workshops der BLM angeboten. Die Redaktion nimmt alljährlich an Workshops der RTL-Journalistenschule teil.

4.4 Faire Bezahlung

- Wir zahlen gleiches Gehalt für gleiche Arbeit. Die Gehaltsstruktur ist nachvollziehbar. Es finden regelmäßige Überprüfungen statt. Volontäre erhalten mindestens den gesetzlichen Mindestlohn. **Allen Mitarbeitern wird eine betriebliche Altersvorsorge ermöglicht.**
- Zur Förderung von Lohngerechtigkeit vergleichen wir die Gehaltsstruktur regelmäßig mit vergleichbaren Medienbetrieben. **Führungskräfte sind sensibilisiert für das Thema Gender Pay Gap und werden in der Personalauswahl auf Fairness und Ausgewogenheit hin unterrichtet.**
- Wir setzen auf einen respektvollen Umgang mit dem Thema Geld: **Gehaltsgespräche werden mit Wertschätzung, klaren Argumenten und Perspektiven geführt.** Bei Neueinstellungen kommunizieren wir transparente Gehaltsspannen und ermöglichen langfristige Entwicklungsperspektiven – auch für Quereinsteiger, Berufsrückkehrer oder junge Talente.

4.5 Führungskultur & Zusammenarbeit

- **Unsere Führung basiert auf Vertrauen, Zielklarheit und Beteiligung.** Mitarbeiter erhalten Gestaltungsspielraum und Feedback. Entscheidungen werden transparent und teamorientiert getroffen.
- **Führung bei uns bedeutet, Verantwortung zu teilen und Potenziale zu fördern.** Anstelle von Mikromanagement setzen wir auf verlässliche Zielvereinbarungen, regelmäßige Feedbackgespräche und eine klare, wertschätzende Kommunikation.
- Wichtige Entscheidungen – etwa zu Redaktionslinien, neuen Formaten oder internen Prozessen – werden in der wöchentlichen Konferenz eingebracht und diskutiert. **Dabei spielt die Meinung aller Mitarbeiter eine Rolle, unabhängig von Funktion oder Status.**
- Die Zusammenarbeit ist geprägt von gegenseitigem Respekt, pragmatischer Offenheit und lösungsorientiertem Denken. Konflikte werden konstruktiv angesprochen. **Gemeinsame Weiterentwicklung und Teamzusammenhalt sind für uns ebenso wichtig wie Effizienz und Ergebnisorientierung.**



5. Publizistische Nachhaltigkeit

5. Publizistische Verantwortung

Als Fernsehsender und Online-Publisher tragen wir publizistische Verantwortung – für verlässliche Informationen, sachliche Debatten und die Stärkung demokratischer Kultur. **Unsere Redaktion steht für Qualität, Glaubwürdigkeit und Nähe zur Oberpfalz.**

Diese Verantwortung zeigt sich in der Auswahl und Aufbereitung unserer Themen ebenso wie in unserem Umgang mit gesellschaftlichem Wandel, Desinformation und digitalem Hass. **Wir verstehen journalistische Arbeit als öffentlichen Dienst: Für informierte Bürger, kritische Auseinandersetzung und eine lebendige Demokratie.**

In einer Zeit zunehmender Polarisierung, wachsender Informationsflut und technologischer Transformation ist unser Anspruch, Orientierung zu geben, Quellen zu prüfen, Debatten einzuordnen – **und dabei immer journalistisch Neutral: menschenwürdig, glaubwürdig und konstruktiv.**

Publizistische Verantwortung ist für uns nicht nur ein Redaktionsprinzip, sondern ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur – **getragen von jeder und jedem im Team.**



5.1 Leitlinien und Ziele

- Unsere publizistische Arbeit folgt klaren Grundsätzen, die in unserem redaktionellen Selbstverständnis verankert sind. Diese Leitlinien gelten plattformübergreifend – ob im klassischen Fernsehen, auf unserer Website, in sozialen Netzwerken oder bei Veranstaltungen vor Ort.

Unsere publizistischen Ziele:

- Orientierung geben: Wir wollen relevante Informationen verständlich und einordnend vermitteln.
- Vielfalt abbilden: Wir geben unterschiedlichen Meinungen Raum, ohne Polarisierung zu befeuern.
- Verantwortung zeigen: Wir berichten mit Respekt – gegenüber Menschen, Themen und Meinungen.
- Verlässlichkeit stärken: Unsere Zuschauer sollen wissen, dass sie uns trauen können.
- Regionale Demokratie fördern: Wir begleiten politische Prozesse, zeigen Beteiligungsmöglichkeiten auf und geben auch kritischen Stimmen Gehör.

Unsere redaktionellen Leitprinzipien:

- Trennung von Werbung und Redaktion ist für uns nicht verhandelbar.
- Kritische Distanz zu politischen, wirtschaftlichen und institutionellen Akteuren ist selbstverständlich.
- Quellenprüfung ist Pflicht – egal ob bei Pressemitteilungen, KI-generierten Inhalten oder Social-Media-Zitaten.
- Sensibilität für diskriminierende Sprache, Stereotype oder Auslassungen gehört zu unserem redaktionellen Alltag.
- Transparenz bei Fehlern und Korrekturen ist für uns Teil von Glaubwürdigkeit.

5.2 Qualitätssicherung

- Redaktionskonferenzen, CvD-Freigaben, Feedback-Runden und Schulungen sichern die Qualität unserer Inhalte. Werbeinhalte und redaktionelle Inhalte sind strikt getrennt. Unsere journalistische Arbeit folgt dem Grundsatz: Sorgfalt vor Schnelligkeit. Jede Nachricht, **jeder Beitrag durchläuft einen mehrstufigen Prüfprozess** – von der Themenvorauswahl über die Recherche bis zur redaktionellen Abnahme. Dabei achten wir besonders auf die Verifizierung von Quellen, die Transparenz bei Darstellungsformen und die Unterscheidbarkeit zwischen Meinung und Information.
- Unsere CvDs (Chefinnen und Chefs vom Dienst) übernehmen in der täglichen Produktion eine zentrale Rolle: Sie verantworten Planung, Kontrolle und inhaltliche Qualität der Sendungen. **In regelmäßigen Nachbesprechungen analysieren wir Beiträge kritisch und entwickeln daraus Verbesserungsmaßnahmen.**
- **Besonderen Wert legen wir auf die kontinuierliche Weiterbildung unserer Mitarbeiter.** Neben klassischen Fortbildungen (z. B. Interviewführung, Recherche-Techniken, Presserecht) werden auch Zukunftsthemen wie KI, Social Media oder visuelle Storytelling-Formate behandelt. Neue Kollegen erhalten ein strukturiertes Onboarding und praxisnahe Unterstützung durch erfahrene Redakteure.
- **Unsere Qualitätsansprüche sind messbar, z. B. mit der Funkanalyse Bayern, welche uns alljährlich beste Qualitätsmerkmale bescheinigt.** Wir holen auch Rückmeldungen von Zuschauer ein und nehmen diese ernst. Beschwerden und Anregungen fließen in unsere Redaktionsarbeit ein und helfen uns, unsere Berichterstattung laufend zu verbessern.



5.3 KI im Redaktionsalltag

- Unsere Redakteure nutzen ausgewählte KI-Tools zur Inspiration bei der Themenfindung, zur Formulierung von SEO-optimierten Textbausteinen oder zur Gliederung redaktioneller Formate. Dabei gilt: **Kein Text verlässt das Haus ohne menschliche Prüfung.** Die redaktionelle Verantwortung bleibt uneingeschränkt beim jeweiligen Team.
- Inhalte, die mithilfe von KI erstellt oder bearbeitet wurden, sollen nachvollziehbar sein und niemals täuschen oder manipulieren. **Wir legen Wert auf Kennzeichnung, Quellenklarheit und ethische Reflexion.**
- In der Postproduktion kommen auch KI-gestützte Tools zum Einsatz, beispielsweise zur Audioverbesserung, zur automatisierten Untertitelung und für die Bildbearbeitung. **Dadurch wird die Arbeit effizienter und die Produkte barriereärmer gestaltet.**

Das Thema KI ist auch fester Bestandteil unserer internen Fortbildung. Ein zweitägiger KI-Workshop im April 2025 hat das gesamte Team auf ein einheitliches Wissenslevel gebracht.

Inhalte:

- Einführung in KI-Grundlagen und Begriffe
- Chancen & Risiken im redaktionellen Alltag
- Erkennen & Bewerten von KI-generierten Inhalten
- Kennzeichnungspflichten und ethische Fallstricke
- Gruppenarbeiten zu praxisnahen KI-Szenarien
- Erste Einblicke in Tools wie Sprach-KI, Bild-KI und Automatisierung

5.4 Hassrede & Social Media

- **Seit 2019 engagieren wir uns in der Initiative "Justiz und Medien – konsequent gegen Hass".**
Hasskommentare werden dokumentiert, gemeldet und ggf. zur Anzeige gebracht. Die Redaktion ist geschult im Umgang mit Hetze.
- Unsere Redaktionsmitglieder sind sensibilisiert für digitale Gewalt und arbeiten mit klaren Moderationsrichtlinien. Kommentarfunktionen werden aktiv betreut. **Verstöße gegen die Netiquette – insbesondere Beleidigungen, Volksverhetzung oder Desinformation – führen zu Löschungen und gegebenenfalls rechtlichen Schritten.**
- **Wir verstehen digitale Plattformen nicht nur als Verbreitungsweg, sondern als Raum für Dialog.**
Unsere Redaktionsmitglieder antworten auf konstruktive Kommentare, nehmen Themenvorschläge ernst und erklären redaktionelle Entscheidungen transparent. In Kommentarthreads fördern wir aktiv respektvolle Debatten.
- Ein enges Monitoring ermöglicht uns, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und die Belastung für Mitarbeiter gering zu halten. **Unsere Haltung: klare Kante gegen Hass, bei gleichzeitiger Offenheit für kritische und faire Diskussionen.**

5.5 Nachhaltigkeit als redaktionelles Querschnittsthema

Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Leitgedanke unserer internen Arbeitsweise, sondern spiegelt sich auch kontinuierlich in unserer redaktionellen Arbeit wider. **Wir greifen ökologische, soziale und ökonomische Aspekte regelmäßig in verschiedenen Sendeformaten auf:**

- „**Natürlich lecker**“ – Unsere Kochsendung mit regionalen und saisonalen Produkten. Hier steht nachhaltiger Konsum im Mittelpunkt – von kurzen Lieferwegen über bewusste Ernährung bis hin zu Zero-Waste-Tipps.
- „**Schere Stein Papier**“ – Ein Format, das kreative Ideen aus Upcycling, DIY und nachhaltigem Lifestyle in den Vordergrund stellt. Hier zeigen wir, wie aus Altem Neues entsteht – mit einem Augenzwinkern und viel Herz fürs Handgemachte.
- „**OTV-Wetterschau**“ – In unserer werktäglichen Wettersendung behandeln wir regelmäßig Themen rund um Klima, Umweltveränderungen und Wetterphänomene. Dabei zeigen wir beispielsweise die Auswirkungen von Extremwetter in der Region.

Weiter auf der nächsten Seite...

5.5 Nachhaltigkeit als redaktionelles Querschnittsthema

- Formate tragen dazu bei, Nachhaltigkeit als Querschnittsthema in unserer Berichterstattung zu etablieren – **nicht nur als Trend, sondern als festen Bestandteil der gesellschaftlichen Debatte.**

- **Jahresrückblick-Rubrik: „Nachhaltigkeit, Umwelt und Klima“** – Im großen Jahresrückblick fassen wir regelmäßig relevante Beiträge des Jahres zu nachhaltigen Entwicklungen zusammen und schaffen damit Sichtbarkeit für Fortschritt, Engagement und Veränderungen in der Region.
- **Berichterstattung zu lokalen Initiativen** – Ob Energiewende-Projekte, nachhaltige Start-ups oder Bildungsangebote im Bereich Umwelt und Klima – unsere Redaktion begleitet regelmäßig Aktionen und Projekte von Persönlichkeiten, die sich in der Region für mehr Nachhaltigkeit einsetzen.

Ergänzend fließen nachhaltige Themen regelmäßig in unsere klassische Berichterstattung, **Reportagen und Talkformate ein** – insbesondere bei Entwicklungen in den Bereichen Energie, Mobilität, Landwirtschaft oder Umweltbildung.

**Weitere Informationen
zum Nachhaltigkeitspakt
Medien gibt es hier:**

www.blm.de

