BRmedia GmbH
Kooperationspartner
Nachhaltigkeitspakt Medien

Leitfaden

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit
Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit
Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit
Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

NACHHALTIGKEITSPAKT
MEDIEN
KOOPERATIONSPARTNER

BRmedia

BRmedia GmbH

Die BRmedia GmbH vermarktet Werbeangebote und erbringt Dienstleistungen im Umfeld des Bayerischen Rundfunks. Die folgenden Antworten beschreiben ihre Verantwortung in der Unternehmensführung, im Betrieb und in der Vermarktung. Redaktionelle Inhalte und Entscheidungen des Bayerischen Rundfunks liegen außerhalb ihres Zuständigkeitsbereichs.

Wo Maßnahmen noch entwickelt werden, ist dies ausdrücklich als Vorhaben gekennzeichnet.

Fragestellungen zur ökonomischen Nachhaltigkeit

Welche Governance- bzw. Unternehmensführungsziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Die BRmedia verfolgt eine verantwortungsvolle, transparente und langfristig orientierte Unternehmensführung. Als Vermarktungs- und Dienstleistungsunternehmen verbindet sie wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung, Integrität und nachhaltigem Handeln. Damit trägt sie zur Finanzierung des Bayerischen Rundfunks bei und stärkt ihn zugleich durch eine verlässliche Zusammenarbeit und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln. Grundlage dafür sind das Unternehmensleitbild, der Verhaltenskodex, die Zuwendungsrichtlinie sowie die Compliance- und Datenschutzstrukturen der BRmedia.

Nachhaltigkeit wird nicht als Einzelthema verstanden, sondern als Querschnittsaufgabe, die Einfluss auf Unternehmensführung, Personalentwicklung, Compliance, Kundenbeziehungen und das Ökosystem hat. Durch die Durchführung von Wesentlichkeitsanalysen wurden die aus Sicht der BRmedia wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen identifiziert und priorisiert. Die Ergebnisse bilden eine zentrale Grundlage für die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens.

Die BRmedia verfolgt das Ziel, ihre Governance-Strukturen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Transparente Entscheidungsprozesse, klare Verantwortlichkeiten, rechtssicheres Handeln sowie ein respektvoller Umgang mit Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnern bilden hierfür die Grundlage.

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

Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben besitzt für die BRmedia einen hohen Stellenwert. Zur Sicherstellung von Compliance und regelkonformem Verhalten verfügt das Unternehmen über ein etabliertes Compliance-Management-System.

- Dieses umfasst insbesondere:
- Verhaltenskodex
- Compliance-Beauftragte
- Ombudsmann
- Hinweisgebersystem
- Datenschutzorganisation
- regelmäßige Compliance- und Datenschutzschulungen
- dokumentierte Richtlinien und Geschäftsanweisungen
- Vier-Augen-Prinzip bei relevanten Prozessen

Ergänzend bestehen Regelungen zu Datenschutz, Informationssicherheit, Korruptionsprävention, Interessenkonflikten und zum Umgang mit Zuwendungen. Mitarbeitende werden regelmäßig sensibilisiert und über neue gesetzliche oder regulatorische Anforderungen informiert. Datenschutzrechtliche Anforderungen werden durch eine externe Datenschutzbeauftragte begleitet. Hinweise auf Verstöße können vertraulich gemeldet werden und werden nach definierten Verfahren bearbeitet.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Unternehmensfinanzen?

Die BRmedia verfolgt eine wirtschaftlich nachhaltige Unternehmensstrategie. Sie verbindet das Ziel, dauerhaft gute wirtschaftliche Ergebnisse zu erzielen, mit finanzieller Stabilität, einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und der langfristigen Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

Investitionen und neue Geschäftsmöglichkeiten bewertet die BRmedia nach ihrer Wirtschaftlichkeit, den damit verbundenen Risiken und ihrem Beitrag zur künftigen Entwicklung des Unternehmens. Dazu gehören insbesondere die Digitalisierung, die Verbesserung von Prozessen und die Weiterentwicklung ihrer Vermarktungsangebote.

Als Tochtergesellschaft des Bayerischen Rundfunks verfolgt die BRmedia zugleich das Ziel, mit ihren kommerziellen Leistungen einen möglichst hohen und dauerhaft tragfähigen finanziellen Beitrag für den BR zu erwirtschaften. Dieser Beitrag stärkt dessen Finanzierung und hilft, den Bedarf an Mitteln aus dem Rundfunkbeitrag zu begrenzen. Voraussetzung dafür ist eine Unternehmensführung, die wirtschaftlichen Erfolg mit verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln verbindet.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf die Lieferkette?

Die BRmedia verfügt als Dienstleistungsunternehmen über kurze und überschaubare Lieferketten. Bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistern werden Zuverlässigkeit, Integrität, Qualität, Datenschutz, Wirtschaftlichkeit und die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen berücksichtigt.

Die Zusammenarbeit erfolgt auf Basis langfristiger Partnerschaften und eines verantwortungsvollen Umgangs mit Ressourcen. Von Geschäftspartnern erwartet die BRmedia ein Verhalten, das mit den Grundsätzen von Integrität, Transparenz und Rechtstreue vereinbar ist.

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

Die BRmedia positioniert sich als Vermarkter hochwertiger Audio- und Medienangebote im Umfeld des Bayerischen Rundfunks und der ARD. Neue Kundinnen und Kunden gewinnt sie, indem sie werbungtreibende Unternehmen und Agenturen zu den Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten in den von ihr vermarkteten Angeboten berät. Auf Grundlage der jeweiligen Kommunikationsziele und Zielgruppen entwickelt sie passende Vorschläge für den Einsatz dieser Angebote.

Kundinnen und Kunden profitieren dabei von:

- persönlicher Beratung
- hoher Marktkompetenz
- fundierten Forschungs- und Reichweitendaten
- individuellen Vermarktungslösungen
- nachhaltigkeitsbezogenen Angeboten wie dem Green GRP
- dem hoch qualitativen Umfeld

Bestehende Kundenbeziehungen pflegt die BRmedia durch feste Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner und einen regelmäßigen Austausch. Aktuelle Marktdaten, Studien und Informationen zu den Vermarktungsangeboten helfen dabei, Kampagnen zu planen und die Zusammenarbeit an veränderte Anforderungen anzupassen.

Ziel ist eine langfristige, verlässliche Partnerschaft, die sich an den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden orientiert. Mit dem Green GRP bietet die BRmedia ihnen zudem die Möglichkeit, Klimaschutzaspekte bei der Planung ihrer Radiowerbung zu berücksichtigen.

Fragestellungen zur ökologischen Nachhaltigkeit

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

Die BRmedia verfolgt das Ziel, Umweltwirkungen kontinuierlich zu reduzieren. Im Mittelpunkt stehen Ressourceneffizienz, Digitalisierung, Vermeidung unnötiger Emissionen und die Förderung nachhaltiger Vermarktungsangebote.

Schwerpunkte sind:

- Digitalisierung von Prozessen
- papierarme Arbeitsweisen
- Förderung nachhaltiger Mobilität
- effiziente Nutzung von Infrastruktur
- Sensibilisierung von Mitarbeitenden
- Weiterentwicklung klimafreundlicher Vermarktungsangebote
- umweltfreundliches Auswählen von Werbemitteln
- nachhaltige Aktionen und Veranstaltungen

Mit Green GRP hat die BRmedia bereits früh ein Produkt etabliert, das Nachhaltigkeit unmittelbar mit dem Kerngeschäft verbindet und Kundinnen und Kunden die Möglichkeit bietet, Klimaschutz aktiv in die Mediaplanung einzubeziehen.

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

Ökologische Fragestellungen werden im Rahmen von ESG- und Wesentlichkeitsanalysen bewertet.

Zusätzlich beschäftigt sich die BRmedia mit:

- Scope-1-Emissionen
- Scope-2-Emissionen
- Scope-3-Emissionen
- CO_2-Bilanzierung
- klimarelevanten Auswirkungen der Geschäftstätigkeit

Die Erkenntnisse werden genutzt, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und bestehende Maßnahmen weiterzuentwickeln.

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

Die BRmedia verfolgt einen ressourcenschonenden Umgang mit Arbeitsmitteln.

Beschaffung und Nutzung orientieren sich an:

- Wirtschaftlichkeit
- Langlebigkeit
- Funktionalität
- Ressourceneffizienz
- langfristiger Nutzbarkeit

Digitale Arbeitsprozesse tragen zusätzlich zur Verringerung des Papierverbrauchs und des Materialeinsatzes bei.

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

Als Dienstleistungsunternehmen entstehen die wesentlichen Umweltwirkungen vor allem durch Büro- und Verwaltungsprozesse sowie durch Mobilität.

Die BRmedia setzt daher auf digitale Kommunikations- und Kollaborationslösungen, papierarme Prozesse sowie die Vermeidung unnötiger Dienstreisen. Geschäftsreisen sollen grundsätzlich wirtschaftlich, notwendig und möglichst umweltschonend erfolgen.

Die Mitarbeitenden werden zudem für ressourcenschonendes Handeln im Arbeitsalltag sensibilisiert. Darüber hinaus kommen papierarme Prozesse, digitale Dokumentation und ressourcenschonende Arbeitsweisen zum Einsatz.

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

Die BRmedia verankert Nachhaltigkeitsaspekte unmittelbar in ihrem Kerngeschäft, der Vermarktung von Radiowerbung. Seit 2021 berechnet sie im Rahmen der Green-GRP-Initiative den CO_2-Fußabdruck der Werbespots in den Radioprogrammen des Bayerischen Rundfunks. Berücksichtigt werden Emissionen, die bei der Produktion, Ausstrahlung und beim Empfang der Spots entstehen.

In Kooperation mit ClimatePartner werden diverse Klimaschutzprojekte unterstützt und somit auch Verantwortung für die entstandenen Emissionen von Werbekampagnen und Werbespots übernommen. Für die Geschäftspartner fallen keine Mehrkosten an. Für ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht erhalten sie auf Wunsch eine Urkunde.

Gemeinsam wird ein Beitrag zum Erreichen der UN Sustainable Development Goals im Rahmen der Agenda 2030 geleistet.

Ergänzend greift sie in der Reihe „Bewusst Werben im Radio“ Fragen zur nachhaltigen Transformation und zum Engagement werbungtreibender Unternehmen auf. So verbindet sie eine konkrete Maßnahme im Werbegeschäft mit dem Austausch über verantwortungsbewusste Werbung.

Fragestellungen zur sozialen Nachhaltigkeit

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

Die BRmedia betrachtet ihre Mitarbeitenden als wichtigste Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg.

Wesentliche Handlungsfelder sind:

- Fachkräftesicherung
- Personalentwicklung
- Arbeitgeberattraktivität
- Gesundheit
- Wissenstransfer
- Mitarbeiterzufriedenheit
- Offene Feedback- und Unternehmenskultur

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels kommt dem Wissenstransfer zwischen erfahrenen und jüngeren Mitarbeitenden besondere Bedeutung zu. Die BRmedia investiert daher gezielt in Weiterbildung, Gesundheitsförderung und Arbeitgeberattraktivität.

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

Die BRmedia analysiert soziale Nachhaltigkeit durch:

- Wesentlichkeitsanalysen
- Workshops
- Betriebsratsdialog
- Führungskräfteaustausch
- relevante Personalkennzahlen

Die Ergebnisse fließen unmittelbar in die Weiterentwicklung bestehender Maßnahmen ein.

Wie werden das Wohlbefinden und die Weiterentwicklung von Mitarbeitenden unterstützt?

Die BRmedia unterstützt ihre Mitarbeitenden dabei, sich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln, gesund zu arbeiten und Beruf und Privatleben miteinander zu vereinbaren.

Zum Weiterbildungsangebot gehören:

- Fachseminare
- individuelle Fortbildungen
- Web Based Trainings (WBT)
- Sprachkurse
- Digitalisierungstrainings

Die Angebote ermöglichen es den Mitarbeitenden, ihre Kenntnisse zu vertiefen, neue Kompetenzen zu erwerben und sich auf veränderte Anforderungen ihrer Tätigkeit vorzubereiten. Mobiles Arbeiten, flexible Arbeitszeitmodelle und familienfreundliche Angebote unterstützen darüber hinaus die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Ein weiterer Schwerpunkt sind sichere und gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen. Im **Arbeitsschutzausschuss (ASA)** tauschen sich die Beteiligten regelmäßig über Arbeitsschutz, Unfallverhütung und Präventionsmaßnahmen aus. Zusätzlich wird die BRmedia von der IAS AG betreut. Bei jährlichen Begehungen unterstützt eine externe Fachkraft für Arbeitssicherheit dabei, mögliche Risiken zu erkennen, bestehende Maßnahmen zu überprüfen und Verbesserungen anzustoßen.

Für die Gesundheitsförderung und persönliche Unterstützung stehen den Mitarbeitenden u. a. folgende Angebote zur Verfügung:

- EGYM-Wellfit und Wellhub
- RV-Fit
- Gesundheitstage
- betriebsärztliche Betreuung
- Gesundheitsinformationen
- Präventionsangebote
- Beratungsangebote
- Angebote des Betrieblichen Gesundheitsmanagements

Auch besondere Qualifikationen von Mitarbeitenden fließen in das interne Angebot ein: Eine Mitarbeiterin mit Pilates-Ausbildung leitet beispielsweise einen Kurs für Kolleginnen und Kollegen. So wird vorhandenes Wissen im Unternehmen genutzt und zugleich ein weiteres Bewegungsangebot geschaffen.

Ergänzend können die Mitarbeitenden die bereits eingeführte Plattform **voiio** nutzen. Sie bietet Informationen, Workshops, Webinare, Coachings und Beratung zu Themen wie Gesundheit, mentaler Stärke, Familie, Elternschaft und der Pflege von Angehörigen. Je nach Anliegen können Beschäftigte auch direkt mit Fachleuten in Kontakt treten. Das Angebot soll sie in unterschiedlichen Lebenssituationen unterstützen und das das gerade im Aufbau befindliche betriebliche Gesundheitsmanagement ergänzen.

Die BRmedia überprüft ihre Angebote regelmäßig und entwickelt sie entsprechend den Bedürfnissen der Mitarbeitenden weiter. Gesundheitsförderung, Arbeitsschutz und Weiterbildung sind für sie Bestandteile einer langfristig ausgerichteten Personalpolitik.

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

Die BRmedia bekennt sich zu einer fairen, transparenten und diskriminierungsfreien Vergütung ihrer Mitarbeitenden. Die Vergütung erfolgt auf Grundlage der geltenden tariflichen und arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen sowie unter Berücksichtigung der jeweiligen Aufgaben, Qualifikationen und Verantwortungsbereiche. Fairness und Gleichbehandlung sind dabei wesentliche Bestandteile der Unternehmenskultur und der Personalpolitik.

Das Unternehmen verfolgt das Ziel, allen Mitarbeitenden eine verlässliche und nachvollziehbare Vergütungsstruktur zu bieten. Grundlage hierfür sind interne Regelungen sowie die Einhaltung arbeitsrechtlicher Vorgaben. Die BRmedia lehnt jede Form der Benachteiligung aufgrund von Geschlecht, Herkunft, Alter, Religion, Weltanschauung, sexueller Identität oder anderer persönlicher Merkmale ab. Dies gilt sowohl für die Vergütung als auch für Entwicklungsmöglichkeiten und den Zugang zu Weiterbildungsangeboten.

Neben der Vergütung trägt auch das umfangreiche Angebot an Zusatzleistungen zur Arbeitgeberattraktivität bei. Hierzu gehören unter anderem Angebote des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, EGYM-Wellfit, Wellhub, RV-Fit, Gesundheitsaktionen, mobiles Arbeiten, Weiterbildungsangebote, Sprachkurse sowie weitere Benefits für die Mitarbeitenden.

Diese Maßnahmen sollen die Zufriedenheit der Belegschaft fördern und die BRmedia als attraktiven Arbeitgeber positionieren. Grundlage hierfür sind die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalysen zur Nachhaltigkeit sowie die regelmäßige Weiterentwicklung der Benefits- und Personalangebote.

Darüber hinaus steht die BRmedia für einen wertschätzenden Umgang miteinander. Faire Arbeitsbedingungen, transparente Kommunikation und die Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung von Veränderungen werden als wichtige Voraussetzungen für Motivation und langfristige Mitarbeiterbindung verstanden.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

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

Vielfalt, Chancengleichheit und gegenseitiger Respekt sind zentrale Bestandteile der Unternehmenskultur der BRmedia. Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass unterschiedliche berufliche Erfahrungen, Kompetenzen, Perspektiven und Lebenswege einen wichtigen Beitrag zur Innovationsfähigkeit, Kreativität und Zukunftsfähigkeit leisten.

Die BRmedia fördert ein Arbeitsumfeld, das von Offenheit, Wertschätzung und gegenseitigem Respekt geprägt ist. Grundlage hierfür sind das Unternehmensleitbild und der Verhaltenskodex. Über einen dynamisch zu entwickelnden analogen und digitalen Mitarbeiterleitfaden sollen die „Werte unserer Arbeitswelt“ sowie die „Leitlinien für ein respektvolles und unterstützendes Miteinander“ im Unternehmen manifestiert werden.

Im Recruiting, bei der Personalentwicklung sowie bei Beförderungs- und Qualifizierungsentscheidungen werden fachliche Eignung, Leistung und Potenzial in den Mittelpunkt gestellt. Jede Form von Diskriminierung, Belästigung oder Benachteiligung wird nicht toleriert. Mitarbeitende sollen unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft, Religion, Weltanschauung, sexueller Identität oder körperlichen Voraussetzungen gleiche Entwicklungsmöglichkeiten erhalten.

Darüber hinaus fördert die BRmedia eine Unternehmenskultur, die von gegenseitiger Unterstützung, offener Kommunikation und einer konstruktiven Fehlerkultur geprägt ist. Mitarbeitende werden ermutigt, ihre Perspektiven einzubringen und aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitzuwirken.

Auch gegenüber Kundinnen und Kunden, Geschäftspartnern sowie Marktteilnehmern tritt die BRmedia für Vielfalt, Respekt und Fairness ein. Als Vermarktungsunternehmen im Umfeld des öffentlich-rechtlichen Rundfunks steht sie für eine verantwortungsvolle Kommunikation und einen diskriminierungsfreien Umgang mit allen Stakeholdern.

Vielfalt wird dabei nicht nur als gesellschaftliche Verantwortung verstanden, sondern auch als wichtiger Erfolgsfaktor für Innovation, Arbeitgeberattraktivität und nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Fragestellungen zur publizistischen Verantwortung

Welche publizistischen Ziele setzt sich das Unternehmen? Wie möchte es diese erreichen?

Die BRmedia trägt als Vermarktungsunternehmen Verantwortung für eine qualitativ hochwertige, transparente und verantwortungsvolle Medienvermarktung, nicht für die redaktionelle Gestaltung des Programms im Bayerischen Rundfunk.

Als Tochtergesellschaft im Umfeld des öffentlich-rechtlichen Rundfunks versteht sich die BRmedia insbesondere als Partner von Werbekunden und Agenturen sowie als Teil eines hochwertigen Medienumfeldes, das von Glaubwürdigkeit, Qualität und gesellschaftlicher Verantwortung geprägt ist.

Ziel ist es, Werbekunden attraktive und wirksame Kommunikationslösungen anzubieten und gleichzeitig hohe Anforderungen an Integrität, Transparenz und Rechtssicherheit zu erfüllen. Die BRmedia unterstützt damit indirekt die Finanzierung qualitativ hochwertiger Audio- und Medienangebote des Bayerischen Rundfunks und trägt zu einem funktionierenden Medienstandort Bayern bei.

Die Vermarktung erfolgt in einem Umfeld, das für journalistische Qualität, Glaubwürdigkeit und hohe Akzeptanz bei den Nutzerinnen und Nutzern steht. Dadurch profitieren Werbekunden von einem vertrauenswürdigen Kommunikationsumfeld.

Darüber hinaus soll Nachhaltigkeit zunehmend Bestandteil der Vermarktungsstrategie sein. Mit Green GRP wurde bereits ein Angebot etabliert, das ökologische Aspekte in die Medienplanung integriert und nachhaltige Werbelösungen ermöglicht .

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Welche Prozesse dienen der Wahrung der publizistischen Verantwortung?

Die Wahrung publizistischer Verantwortung wird durch klare interne Prozesse und verbindliche Regelwerke unterstützt. Hierzu zählen insbesondere Compliance-Regelungen, Datenschutzvorgaben, interne Freigabeprozesse sowie die Einhaltung geltender Werbe- und Medienstandards, die außerdem einen Einfluss auf das redaktionelle Programm des Bayerischen Rundfunks verhindern.

Darüber hinaus orientiert sich die BRmedia an den hohen Qualitätsanforderungen des öffentlich-rechtlichen Umfelds. Werbung wird in einem glaubwürdigen und qualitativ hochwertigen Medienumfeld platziert. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sowie interner Standards trägt dazu bei, Risiken frühzeitig zu erkennen und verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen.

Die Mitarbeitenden werden regelmäßig über relevante rechtliche und regulatorische Anforderungen informiert und geschult. Dies stärkt das Bewusstsein für Qualitätsstandards, Compliance und verantwortungsvolle Kommunikation.

Transparente Prozesse und klar definierte Verantwortlichkeiten unterstützen die Einhaltung der geltenden Vorgaben und stellen sicher, dass Marktkommunikation und Vermarktungsaktivitäten mit den Unternehmenswerten vereinbar sind.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Welcher Aufwand wird bei Informationsgewinnung und Validierung betrieben?

Die BRmedia stützt ihre Marktkommunikation, Kundenberatung und Vermarktungsangebote auf qualitätsgesicherte Daten, Marktanalysen und etablierte Forschungsquellen.

Für die Entwicklung von Vermarktungsstrategien sowie die Beratung von Kundinnen und Kunden werden valide Markt-, Reichweiten- und Nutzungsdaten herangezogen. Die zugrunde liegenden Informationen werden regelmäßig überprüft und auf Aktualität sowie Plausibilität bewertet.

Darüber hinaus erfolgt ein kontinuierlicher Austausch mit Branchenverbänden, Marktpartnern, Forschungsinstituten und anderen relevanten Akteuren des Medienmarktes. Dieser Austausch unterstützt die BRmedia dabei, Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen und fundierte Informationen bereitzustellen.

Die Nutzung belastbarer Daten und nachvollziehbarer Methoden trägt dazu bei, Transparenz, Vertrauen und Qualität in der Kundenkommunikation sicherzustellen.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Wie werden Hintergründe erläutert und Themen begleitet?

Die BRmedia setzt auf eine transparente und partnerschaftliche Kommunikation mit Kundinnen und Kunden. Marktinformationen, Studienergebnisse, Vermarktungsinformationen sowie aktuelle Entwicklungen werden aktiv kommuniziert und in persönlichen Beratungsgesprächen erläutert.

Zusätzlich organisiert oder begleitet die BRmedia Fachveranstaltungen, Kundenevents, Branchendialoge und Informationsformate, um Marktpartnern relevante Entwicklungen näherzubringen und Orientierung zu bieten.

Ziel ist es, fundierte Entscheidungsgrundlagen bereitzustellen und langfristige Kundenbeziehungen zu stärken. Die kontinuierliche Betreuung durch feste Ansprechpartner ermöglicht eine individuelle Beratung entsprechend der jeweiligen Anforderungen und Marktbedingungen.

Darüber hinaus versteht sich die BRmedia als Vermittlerin zwischen Werbekunden, Agenturen und dem hochwertigen Umfeld öffentlich-rechtlicher Medienangebote.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

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

Ja, die BRmedia versteht Nachhaltigkeit als unternehmensübergreifendes Querschnittsthema. Nachhaltigkeitsaspekte beeinflussen die Unternehmensführung ebenso wie Personalentwicklung, Gesundheitsmanagement, Compliance, Datenschutz, Kundenbeziehungen, Umweltmanagement und die Weiterentwicklung von Vermarktungsangeboten.

Durch die Durchführung von Wesentlichkeitsanalysen wurden relevante Handlungsfelder in den Bereichen Governance, Soziales und Ökologie identifiziert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse dienen als Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Nachhaltigkeit wird somit nicht als isoliertes Projekt verstanden, sondern als fortlaufender Entwicklungsprozess, der in zahlreiche Unternehmensbereiche integriert ist. Ziel der BRmedia ist es, ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung langfristig miteinander zu verbinden und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu stärken.

Dabei berücksichtigt die BRmedia sowohl die Erwartungen ihrer Mitarbeitenden und Kunden als auch gesellschaftliche und regulatorische Entwicklungen. Nachhaltigkeit wird damit zu einem wichtigen Bestandteil verantwortungsvoller Unternehmensführung.

Die BRmedia entwickelt die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich weiter und überprüft regelmäßig deren Wirksamkeit im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

BRmedia

BRmedia GmbH
Hopfenstraße 4, 80335 München
Postfach 20 05 62, 80005 München

E-Mail: info@br-media.de
Internet: www.br-media.de

Geschäftsführer: Dr. Markus Riese
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Prof. Dr. Dr. habil. Godehard Ruppert

Sitz und Registergericht:
München HRB 4060
USt.-IdNr. DE811173592

br-media.de