



© PantherMedia/design36

Klima im Bild

Kürzlich zeigte eine Studie des Gallup Instituts in Zusammenarbeit mit dem MHW, dass rund sieben von zehn Österreichern Interesse an Klimaberichterstattung haben.

Klimaaoffensive auf den TV-Sendern

ProSiebenSat.1 Puls 4 baut die Klimaberichterstattung aus und möchte so Verantwortung übernehmen.

WIEN. Man habe sich „in Sachen Klimaschutz sehr ambitionierte Ziele gesetzt“, hieß es Ende letzter Woche seitens der ProSiebenSat.1 Puls 4-Gruppe in einer Aussendung. Bis 2030 wolle das Unternehmen Klimaneutralität erreichen, und Klimabildung sei ein Beitrag zum Public Value als Medienunternehmen. Aus diesen Gründen starte die Sendergruppe eine Klima-Offensive auf all ihren Sendern.

Neue Formate in Planung

Die Klimaberichterstattung soll sukzessive ausgebaut werden. Bis zum Jahresende widmet sich etwa „Pro und Contra“ auf Puls 4 mit einer Spezial-Serie der Klimakrise. Es folgen Schwerpunkte bei „Café Puls“, auf dem Newssender Puls 24 und puls24, at sowie beim 4Gamechangers-

Festival, das zukünftig als „Green Event“ veranstaltet wird und Panels zum Thema Klimaschutz bieten soll. Das Nachhaltigkeitsmagazin „Klimaheldinnen“, das nun für den K3-Preis für Klimakommunikation des Bundesministeriums für Klimaschutz nominiert wurde, soll weiterhin erhalten bleiben.

Vergangene Woche widmete sich ein ATV-Themenabend der Klimakrise und ihren Auswirkungen auf die Österreicher. Weitere Schwerpunkte und neue Sendeformate, etwa im Unterhaltungsbereich, sollen in den kommenden Wochen und Monaten folgen.

Sachlich und spannend

Schon im April diesen Jahres wurde die Nachhaltigkeitinitiative „4Sustainability“ ins Leben

gerufen, um der „ökologischen Verantwortung als Unternehmen gerecht zu werden“. Die Leitung dessen hat mittlerweile der ehemalige Pressesprecher von Rudi Anschober, Adrian Hinterreither, inne. Zuletzt war dieser in der

Unternehmenskommunikation der Privatsendegruppe tätig.

„Immer mehr Zuseherinnen und Zuseher sind an seriöser sachlicher Klimaberichterstattung und an spannenden Sendungsformaten mit Klimaschwerpunkt interessiert“, so Hinterreither. Mit der Klimaaoffensive wolle man „dem drängendsten Thema unserer Zeit“ Raum geben, in Sachen Klimaschutz Vorreiter werden und einen Beitrag im Kampf gegen die Klimakrise leisten.

„Wir sehen es als unsere Verantwortung, Sendungen zum Klimaschutz zu entwickeln, die sachliche Information, spannende Diskussionen und Unterhaltung bieten“, zeigt sich Hinterreither überzeugt. (red)

”

Wir sehen es als unsere Verantwortung, Sendungen zum Klimaschutz zu entwickeln.

Adrian Hinterreither
Head of 4Sustainability P7S1P4

“



© Bernhard Eder