



**PRESSEMITTEILUNG**

19. Oktober 2022

## **MEDIENTAGE MÜNCHEN 2022 vom 18. bis 20. Oktober**

Neue Grüne Fernsehwelt: Warum die Zukunft der TV-Produktion nachhaltig ist

### **Nächste Klappe für die Nachhaltigkeit**

**München** – Egal ob Film-, Serien- oder Sport-Highlights – der neue Standard bei der Produktion von Bewegtbildinhalten ist „grün“. Daraus ergeben sich viele Chancen, aber auch Herausforderungen. Wie Programmanbieter und Produktionsfirmen der Verantwortung gerecht werden, ihre Reichweite rund um das Thema Nachhaltigkeit zu nutzen, darüber ist im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN diskutiert worden.

Die Zahlen sprechen laut Philip Gassmann, Experte im Bereich Green Film, eine eindeutige Sprache: Die Film- und Fernsehindustrie – Produktion plus Konsumenten – würden mehr CO<sub>2</sub> als die gesamte Luftfahrt emittieren. Allein ein 90-minütiger Film verursacht laut Gassmann eine Emission von 100 Tonnen CO<sub>2</sub>. Inzwischen gebe es viele Anstrengungen, auch bei der Herstellung bewegter Bilder auf den Umweltschutz und die Klimabilanz zu achten. Zahlreiche Sender und Produktionsfirmen hätten eigene Nachhaltigkeits-Initiativen aufgesetzt oder engagieren sich im bundesweiten Arbeitskreis Green Shooting. „Wir sind eine große Branche, wir können viel bewegen“, sagte Charly Classen, Sportchef von Sky Deutschland, dem Mitveranstalter der Diskussionsrunde. Sky hat sich bereits vor Jahren dem Thema „grüner Drehen“ verschrieben: zunächst im Bereich Fiction, jetzt auch im Bereich Sport. Sky produziert seit Sommer alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga klimaneutral.

Nach Ansicht von Classen gibt es drei wichtige Ansätze, um das Thema noch weiter voranzubringen. Zum einen werde inzwischen auch bei Lieferanten und Partnern darauf geachtet, wie nachhaltig sie agieren. Sky lasse seine Mitarbeiter:innen beispielsweise nur noch in Hotels übernachten, die sich auf einer sogenannten „Grünen Hotelliste“ finden. Ein Berliner Hotel habe bei Sky nachgefragt, warum es nicht mehr gebucht werde. „Die haben unsere Beweggründe verstanden und einiges umgestellt, um auf die Liste zu gelangen. Jetzt buchen wir dort wieder“, erklärte Classen. Zum anderen setze Sky Deutschland auf Green Storytelling, um für das Thema zu sensibilisieren, und befolge bestimmte Einkaufsrichtlinien. So buche Sky nur noch Studios, die mit Ökostrom betrieben werden.

Es finde in der Branche ein generelles Umdenken statt, sagte auch Sarah Jeschner. Sie betreut bei RTL Deutschland das Thema Green Productions. Der Konzern unterscheide drei Kategorien im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit. Erstens würden die Emissionen untersucht, die durch Mitarbeiter:innen entstehen, Stichwort: Dienstreisen. Zweitens würden die Standorte unter die Lupe genommen: Wie wird geheizt, welcher Strom wird genutzt? Und drittens werde auf die Produktion an sich geachtet. „Hier fallen achtzig Prozent der Emissionen an“, sagte Jeschner. Deshalb sei dies ein Bereich, den man sich besonders gut ansehe und in dem man bereits viel eingespart habe.

Ist es denn nicht teurer, grün zu produzieren? Auf die Frage von Friederike Schüler, Head of Public & EU Affairs bei Sky, formulierte die Expert:innen-Runde ein klares Urteil. Mit klimafreundlichem Produzieren würde sich auch Geld sparen lassen. Große Posten wie Energie, Treibstoff, Müll und Catering ließen sich durch einfache Schritte reduzieren. Sport-Chef Classen nannte ein konkretes Beispiel: Während man früher für Sky Sport drei bis vier News-Reporter mit einem Ü-Wagen losgeschickt habe, ziehe nun ein einziger Reporter mit einem iPhone los, der häufig sogar auch näher ans Geschehen herankomme. Was allerdings moderne Technologien und Tools angehe, sei die Anschaffung, beispielsweise von LED-Leuchten, anfangs teuer. „Über Zeit gesehen zahlen sich die Investitionen aber aus“, erklärte Sarah Jeschner.

**Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.medientage.de](http://www.medientage.de).**