

Corporate Responsibility bei Bertelsmann

# Gesichter der Verantwortung

## Impressum

### Herausgeber

Bertelsmann SE & Co. KGaA  
Carl-Bertelsmann-Straße 270  
33311 Gütersloh

### Verantwortlich

Marie-Luise Kühn von Burgsdorff,  
Leiterin Corporate Responsibility &  
Diversity Management

### Projektleitung

Thomas Hajduk,  
Manager Corporate Responsibility

### Gestaltung und Produktion

TERRITORY CTR GmbH

### Bildnachweis

Jan Voth (3), Privat (6, 7, 9, 10, 11, 17, 27, 29),  
Jörg Sänger (6, 19, 20, 21), Thorsten Scherz  
(6, 7, 13, 14, 15, 31, 33, 34), Frozen pic  
(6, 25, 26), Getty Images (1, 8, 36, 37, 38),  
tilman.schenk.tv (6, 23), Dana Zeber-Purcz  
(17, 23, 29)

### Rechte

Vervielfältigung, auch auszugsweise,  
nur mit ausdrücklicher Genehmigung  
der Bertelsmann SE & Co. KGaA.

### Papier

Dieser Bericht wurde klimaneutral auf  
vollständig FSC-zertifiziertem Papier  
gedruckt.

### Kontakt

**Corporate Responsibility &  
Diversity Management**

Tel. +49 (0) 52 41-80-75021  
verantwortung@bertelsmann.de

### Für Bewerber

Recruiting Services  
createyourowncareer@bertelsmann.de  
www.createyourowncareer.de



BERTELSMANN

# Die Bertelsmann Essentials

## Unser Ursprung und unsere Gesellschafter

Bertelsmann wurde 1835 von Carl Bertelsmann gegründet. Das Unternehmen wird bis heute privat geführt, wobei die Mehrheit der Anteile in die gemeinnützige Bertelsmann Stiftung eingebracht wurde.

## Unser Sense of Purpose

To Empower. To Create. To Inspire. Ermöglichen, Neues schaffen, begeistern – das wollen wir mit unserer Arbeit bei Bertelsmann bewirken. Dieser Unternehmenssinn bietet Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Führungskräften ebenso wie unseren Kunden und Partnern Orientierung. Er dient als Leitlinie für unsere Arbeit als internationales Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen, mit der wir die Gesellschaft mitgestalten.

## Unsere Essentials

In einer sich immer schneller verändernden, zunehmend digitalen Welt ist die Art und Weise, wie wir arbeiten und miteinander umgehen, von größter Bedeutung. Unsere zentralen Werte Kreativität & Unternehmertum bestimmen unser tägliches Handeln. Durch ihr Zusammenspiel verstärken sie sich gegenseitig und bilden so die Grundpfeiler unserer Unternehmenskultur, die auf Partizipation und Partnerschaft setzt.

## Kreativität

Kreativität ist das Fundament unseres Erfolgs. Ideen sind unsere Leidenschaft. Wir ermutigen zu freiem und kritischem Denken. Wir stellen Althergebrachtes in Frage und erschließen neue Wege. Wir wissen, dass auch Fehler Teil des kreativen Prozesses sind. So schaffen wir die Voraussetzung für Innovationen. Die Vielfalt und Verschiedenheit von Menschen sind entscheidend für Kreativität. Wir fördern den Austausch unterschiedlicher Meinungen, Kommunikation und Zusammenarbeit.

Unternehmerische Freiheit ist die Voraussetzung dafür, mit Mut, Weitblick und Entschlossenheit Risiken einzugehen, Ideen umzusetzen und Verantwortung zu übernehmen. Gegenseitiger Respekt und Vertrauen bestimmen das Verhältnis zwischen unseren Mitarbeitern und zu unseren Geschäftspartnern. Dabei behalten wir das Kundeninteresse fest im Blick. Kooperation macht uns alle stärker. Wir investieren in unsere Mitarbeiter, befähigen sie zu eigenständigen unternehmerischen Entscheidungen und bieten ein gerechtes und gesundes Arbeitsumfeld. Wir übernehmen Verantwortung in der Gesellschaft und für unsere Umwelt – mit dem Ziel, eine bessere Zukunft zu gestalten.



## Unternehmertum

Die Originalversion der Bertelsmann Essentials liegt in englischer Sprache vor. Übersetzungen sind in 12 Sprachen verfügbar.

## Liebe Leserinnen und Leser,

mit unseren Ideen für Medien, Dienstleistungen und Bildung begeistern wir unsere Kundinnen und Kunden – weltweit und Tag für Tag. Seit jeher sind die Grundlagen dieser Erfolgsgeschichte von Bertelsmann unsere Grundwerte Kreativität und Unternehmertum. Sie fußen auf einer partnerschaftlichen Kultur, die allen im Unternehmen den Freiraum bietet, sich zu engagieren und die Zukunft unserer Geschäfte mitzugestalten.

Unsere Unternehmenskultur wird gelebt, weil wir Menschen suchen und fördern, die ihre Handlungsspielräume nutzen und dabei in verantwortlicher Weise handeln: Diese Kolleginnen und Kollegen sind neugierig, hinterfragen Bestehendes, erkennen Chancen und setzen diese in die Tat um. Die einen nutzen digitale Angebote zum eigenverantwortlichen Lernen oder engagieren sich für Gleichberechtigung, andere wiederum sind akribisch der Wahrheit auf der Spur, um Falschmeldungen auszuschließen. Dieses vielfältige Engagement macht unsere Unternehmenskultur so lebendig.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen einige Kolleginnen und Kollegen vor. Sie erzählen, was sie bewegt und antreibt, Verantwortung zu übernehmen. Sie kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen und Funktionen bei Bertelsmann. Gleichwohl verbindet sie eine Unternehmenskultur, die jeden Einzelnen ermutigt sich einzubringen. Diese Kolleginnen und Kollegen sind einige „Gesichter der Verantwortung“



bei Bertelsmann und ihre Geschichten stehen beispielhaft für das vielfältige Engagement von vielen anderen. Lassen auch Sie sich von diesen Persönlichkeiten inspirieren!

Ihr Immanuel Hermreck  
Personalvorstand von Bertelsmann

## BERTELSMANN



# Inhalt

- 
- 3 Vorwort**  
Immanuel Hermreck,  
Personalvorstand von Bertelsmann
- 
- 5 Kreativität, Unternehmertum und die Initiative des Einzelnen**  
Fundamente der Zusammenarbeit
- 
- 6 Wer wir sind**  
Gesichter der Verantwortung
- 
- 8 Was uns antreibt**  
Kolleginnen und Kollegen über Themen, die sie bewegen
- 
- 12 #learning**
- Data Science – Lernen für die digitale Zukunft**  
Was Alexandra Kraft im „Udacity Data Science Scholarship Program“ gelernt hat
- Nachteil Vorurteil**  
Warum für Jan Altersten Fairness so wichtig ist
- 

- 
- 18 #diversity**
- Neue Perspektiven eröffnen**  
Warum Marcus Koring an der „Bertelsmann Exchange Initiative“ teilgenommen hat
- Vielfalt – eine Bereicherung für alle**  
Wofür sich Ingrid Höver im Netzwerk „be.queer“ engagiert
- 
- 24 #begreen**
- Grüner Daumen hoch!**  
Wie Arjun Sharma sein Team für den Umweltschutz begeistert
- Umweltengagement in Serie**  
Wie sich das „UFA Green Team“ für nachhaltiges Handeln einsetzt
- 
- 30 #truth**
- Detektive auf der Suche nach Wahrheit**  
Was das „Verification-Team“ der RTL Group antreibt, Bilder und Nachrichten zu überprüfen
- Wahr oder unwahr?**  
Wie das „Verification-Team“ Bilder und Nachrichten überprüft
- 

# Kreativität, Unternehmertum und die Initiative des Einzelnen

Vertrauen, Freiraum und Übernahme von Verantwortung in der Zusammenarbeit prägen das Selbstverständnis von Bertelsmann bis heute.

# A

us dem kleinen C. Bertelsmann Verlag für religiöse Schriften, der 1835 in Gütersloh gegründet wurde, ist sieben Generationen später ein Global Player geworden. Heute umfassen die Geschäftsfelder von Bertelsmann Medien, Dienstleistungen und Bildung. In jeder Phase seiner Entwicklung hat sich das Unternehmen technologischen Neuerungen, sich wandelnden Nutzergewohnheiten oder Marktveränderungen gestellt und neue Herausforderungen gemeistert. Ein zentraler Erfolgsfaktor dieser Geschichte von Kreativität und Unternehmertum ist die partnerschaftliche Unternehmenskultur: Vertrauen, Freiraum und Übernahme von Verantwortung in der Zusammenarbeit prägen das Selbstverständnis von Bertelsmann bis heute.

Diese Unternehmenskultur geht zurück auf Reinhard Mohn (1921–2009), der 1947 in fünfter Generation die Führung des Familienunternehmens übernahm. Der Nachkriegsgründer schuf die Grundlagen für den rasanten Aufstieg und die Expansion des Verlagshauses. Mit seinen Überzeugungen stand Mohn in der Tradition seiner Vorfahren und ihrer Fürsorge für die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Er verankerte die Traditionswerte eines partnerschaftlichen Miteinanders in der Bertelsmann-Unternehmenskultur.

„Im Mittelpunkt all unserer betrieblichen Überlegungen steht der Mensch“ – mit diesen Worten begann seine Bertelsmann Grundsatzordnung, welche bereits 1960 Grundsätze für „die Arbeit und das Zusammenleben in unserem Betrieb auf der Grundlage von Gerechtigkeit und gegenseitiger Achtung“ festschrieb. Neben Prinzipien der Unternehmensführung, Aufstiegschancen und Gewinnverwendung widmete er sich auch der „Initiative des Einzelnen“, die er als

„stärkste Kraft des Unternehmens“ ausmachte. Hierfür seien „Selbstständigkeit und Entscheidungsfreiheit die unerlässlichen Voraussetzungen“.

Heute wie damals bietet Bertelsmann seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Freiräume an und vertraut in ihre Kreativität und ihr Unternehmertum.

Dieser Anspruch an Partizipation und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit im Unternehmen war immer wieder handlungsleitend für Bertelsmann – und er ist es nach wie vor! Die Menschen in diesem Magazin sind Botschafterinnen und Botschafter dieser Unternehmenskultur. Die Geschichten über ihr Engagement zeigen beispielhaft, welche Formen die „Initiative des Einzelnen“ zu Beginn des 21. Jahrhunderts annehmen kann. Die Verantwortungsthemen, die Bertelsmann und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter heute bewegen, haben sich ebenso verändert und weiterentwickelt wie Wirtschaft, Gesellschaft und das Unternehmen als Ganzes: Bertelsmann ist wachstumsstärker, digitaler, internationaler und diversifizierter denn je. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestalten diesen Wandel und übernehmen an ihrem Arbeitsplatz und darüber hinaus Verantwortung. Heute wie damals bietet Bertelsmann ihnen dafür Freiräume an und vertraut in ihre Kreativität und ihr unternehmerisches Handeln. #



Verantwortung  
bei Bertelsmann  
hat viele Gesichter.



# #responsible

Was treibt Kolleginnen und Kollegen dazu an, verantwortungsvoll zu handeln? Die Motive dafür sind so vielfältig und so individuell wie die Welt von Bertelsmann.



## Mehr als nur ein Job

Für Veronica Valerio ist soziales Engagement ein wichtiger Teil ihres beruflichen und privaten Lebens. Als Manager of Corporate Giving kümmert sie sich mit ihren Kolleginnen und Kollegen um die Abwicklung der finanziellen Beiträge und Buchspenden von Penguin Random House US an Zwecke, die zu den Markenwerten des Unternehmens passen. „Es ist toll, wohltätige Zwecke unterstützen und unseren Gemeinden etwas zurückgeben zu können“, sagt sie. Als die Verlagsgruppe anlässlich ihres fünften Geburtstags alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu aufrief, Bücher an eine Einrichtung ihrer Wahl zu verschenken, nahm Valerio – ebenso wie tausende Mitarbeitende rund um den Globus – diese Chance begeistert wahr: Ihre Spende ging an „Behind the Book“, eine Organisation, die sich für New Yorker Schülerinnen und Schüler aus armen Familien engagiert. Insgesamt wurden weltweit übrigens mehr als 72.000 Bücher verschenkt. „Das war eine großartige Aktion, für die ich gern bei meinen Kolleginnen und Kollegen geworben habe. Ich bin stolz, dass sich so viele fürsorgliche Menschen bei Penguin Random House daran beteiligt haben.“



**Veronica Valerio,**  
Penguin Random House, New York



**Olaf Pack,**  
Arvato Supply Chain Solutions, Gütersloh

## Weg frei für Inklusion

„Egal ob mit Rollkoffer, mit Sperrgepäck oder im Rollstuhl – Barrieren braucht kein Mensch“, sagt Olaf Pack, Leiter der Bauabteilung von Arvato Supply Chain Solutions. Er engagiert sich beim „Aktionsplan Inklusion“ für die verbesserte Teilhabe von Menschen mit Behinderung am Arbeitsleben. „Barrieren früh zu erkennen und zu vermeiden, kommt allen späteren Nutzerinnen und Nutzern eines Gebäudes zugute. Ich setze mich für ein vorausschauendes Bauen ein, damit niemand unnötig behindert wird.“



**Philipp Cabron,**  
Arvato Systems,  
Rostock

## Müll vermeiden

„Unnötige Sachen haben mich schon immer gestört“, sagt Philipp Cabron. Der 26-Jährige macht eine Ausbildung zum Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung bei Arvato Systems in Rostock und achtet darauf, keinen unnötigen Plastikmüll zu verursachen: Plastiktüten oder Produktverpackungen, die nicht recycelt werden können, verwendet er nicht. „Deswegen unterstütze ich auch den ‚be green Day‘ bei Bertelsmann – ich freue mich schon darauf, Kolleginnen und Kollegen für das Thema Plastikmüll zu sensibilisieren.“



**Nadja Hereitani,**  
RTL Group, Köln, und  
**Alexandra Harrop,**  
Gruner + Jahr, Hamburg  
(von links)

## Vertrauen eröffnet neue Perspektiven

„Sich Zeit für andere Menschen zu nehmen und sie bei ihrer Entwicklung zu begleiten, das ist eine schöne Art, dem Leben etwas zurückzugeben“, sagt Nadja Hereitani, Personalleiterin bei Super RTL. Sie nimmt als Mentorin am divisionsübergreifenden Mentoring-Programm von Bertelsmann teil: Hier geben erfahrene Führungskräfte ihr Wissen an Nachwuchskräfte weiter und profitieren im Gegenzug von deren Kenntnissen. Ihr Mentee ist Alexandra Harrop, Publishing Manager bei Gruner + Jahr. Schon beim ersten Kennenlernen war klar, dass beide auf einer Wellenlänge liegen. Mehr noch: Sie sind bereit, neue Perspektiven kennenzulernen und zu vermitteln. Dafür reicht es manchmal schon, im richtigen Moment die richtige Frage zu stellen und so den entscheidenden Denkanstoß zu geben. „Das funktioniert bei uns sehr gut, denn wir hatten vom ersten Moment an eine tiefe Vertrauensbasis“, sagt Alexandra Harrop. So übernehmen sie trotz der räumlichen Distanz zwischen Köln und Hamburg Verantwortung füreinander. Denn manchmal spielt Harrop den Ball zurück und hilft ihrer Mentorin dabei, die richtige Antwort zu finden.

## Beim Kochen über den Teller- rand schauen

Einmal im Monat wird es wuselig bei Oliver Fehling: Dann kocht er gemeinsam mit Kindern aus dem Hamburger Stadtteil Lokstedt. „Ich möchte ihnen das Kochen mit frischen Zutaten näherbringen. Denn Kinder brauchen gutes Essen, keine Fertigkost“, sagt der 53-Jährige. Gleichzeitig unterstützt er mit seinem Engagement die Integration, denn die Kinder kommen aus allen gesellschaftlichen Schichten und zahlreichen Nationen. Das gemeinsame Kochen ist für sie auch eine Gelegenheit, bei der sie miteinander reden oder spielen können. „Das funktioniert sehr gut: Jeder hilft jedem, es gab noch nie Streit und alle gehen mit einem Lächeln nach Hause.“ Die Idee dazu hatte Fehling 2009. Die Räume stellt der Verein „Anstoß e.V.“, die Kosten trug der Verlagshersteller von Gruner + Jahr zunächst selbst. Seit 2013 unterstützt das Verlagshaus das Engagement finanziell, zwei Kolleginnen kochen mittlerweile mit. „Ich finde es wichtig, über den Tellerrand zu schauen. Zu sehen, dass es Menschen gibt, denen es vielleicht nicht so gut geht, und danach zu handeln“, erklärt er. „Dann bekommt man so viel zurück ... Ein russisches Geschwisterpaar war 2009 zum ersten Mal dabei und kommt immer noch – obwohl die beiden längst woanders studieren. Mehr Anerkennung kann ich mir nicht wünschen!“



**Oliver Fehling,** Gruner + Jahr, Hamburg



**Bianca Brummel,**  
Arvato Supply Chain Solutions,  
Gütersloh

## Fitness für Kolleginnen und Kollegen

„Bewegung hält gesund. Deswegen nehme ich mir neben Familie und Beruf die Zeit, beim Sportprogramm von Bertelsmann Kurse für Kolleginnen und Kollegen zu geben“, sagt Bianca Brummel, Assistentin der Personalleitung bei Arvato Supply Chain Solutions.

„So möchte ich sie dabei unterstützen, fit und gesund zu bleiben.“ Wie gut Bewegung tun kann, hat sie selbst erfahren: Ein Sportkurs bei Bertelsmann half ihr dabei, ihre Rückenschmerzen loszuwerden. „Eine schöne Erfahrung, die ich auch meinen Kolleginnen und Kollegen ermöglichen möchte!“

## Mit Bildung etwas bewegen

Um benachteiligten Kindern und Jugendlichen eine Zukunftsperspektive zu geben, unterstützen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Bertelsmann Brasil verschiedene Bildungsprojekte und Nichtregierungsorganisationen: Unter anderem malen oder lesen sie gemeinsam mit den Kindern und stehen Schülerinnen und Schülern als Mentoren zur Seite. Auch Viviani Miras, Executive Assistant im brasilianischen Corporate Center, macht hier mit. Sie sucht nach immer neuen Möglichkeiten, zu helfen, organisiert die Vor-Ort-Besuche und arbeitet tatkräftig in den Projekten mit. Ihr ist es wichtig, sich zu engagieren: „Wenn jeder von uns etwas von seinem Wissen und von seinen Fähigkeiten mit anderen Menschen teilt, dann können wir wirklich etwas bewegen.“



**Viviani Miras,**  
Bertelsmann Brasil, São Paulo

Das „Udacity Data Science Scholarship Program“

„Ich habe zum ersten Mal mithilfe einer Online-Plattform gelernt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse war, wie viel ich mit meiner Selbst-motivation erreichen kann. Hürden entstehen nur im Kopf.“

Alexandra Kraft, „stern“-Redakteurin, Gruner + Jahr, Hamburg



# Data Science – Lernen für die digitale Zukunft

Daten sind der Treibstoff der digitalen Wirtschaft und unserer Wissensgesellschaft – und eine echte Herausforderung für Medienmacher. Eine Verantwortung, deren sich „stern“-Redakteurin Alexandra Kraft bewusst ist und der sie sich stellt.

**G**roße Datenmengen bilden die Basis von immer mehr Geschäftsprozessen. Sie richtig zu interpretieren wird für Unternehmen langfristig zum Erfolgsfaktor, für Privatpersonen zunehmend unmöglich. Eine besondere Funktion als Wissensvermittler kommt deshalb Medienschaffenden sowie Journalistinnen und Journalisten zu. Eine Verantwortung, deren sich die „stern“-Redakteurin Alexandra Kraft bewusst ist. Sie hat deshalb am „Udacity Data Science Scholarship Program“ teilgenommen, welches Teil einer Weiterbildungsinitiative von Google, Bertelsmann und Udacity ist. In diesem Programm beschäftigte sich Kraft intensiv mit der Erhebung, Interpretation und Visualisierung von Daten – mit „Data Science“, die schon heute als eine der wesentlichen Digitalkompetenzen von morgen gilt.

## Raus aus der Komfortzone

„Ich bin grundsätzlich total neugierig und brauche ständig neue Herausforderungen“, erzählt Kraft. Dazu zählt das Reisen ebenso wie das Erlernen einer neuen Sprache, ganz nebenbei. Diese persönliche Neugier, der Antrieb, ständig zu lernen und stets den eigenen Horizont zu erweitern, ist allerdings nur eine Triebfeder der Redakteurin, die seit mehr als zwanzig Jahren für den „stern“ aktiv und unterwegs ist, darunter vier Jahre in den USA. Eine weitere ist beruflicher Natur. „Der Journalismus verändert sich massiv und ich will nicht der Dino in der Redaktion sein, an dem die Entwicklungen vorbeigehen.“ Als sie auf das „Udacity Data Science Scholarship Program“ aufmerksam wurde, war Alexandra Kraft deshalb schnell klar, dass sie



**Einfacher Zugriff, eigenverantwortliches Lernen:** Alexandra Kraft hat die Vorteile der Udacity-Online-Plattform schätzen gelernt

diese Chance ergreifen würde, auch wenn sie sich dadurch „aus der Komfortzone“ bewegen musste. Ein bisschen also wie damals, als sie noch während des Studiums der Fächer Germanistik, Politik, Geschichte und Spanisch aus einem Praktikum beim „stern“ heraus direkt ins Volontariat einstieg. „Das war auch so eine Chance, zu der man nicht ‚Nein‘ sagt: Der ‚stern‘ ist halt Champions League.“

Dort in der Redaktion profitiert nun das gesamte Team von Krafts Kenntnissen. „Die Neugierde bei den Kolleginnen und Kollegen ist groß, und wenn es um das Thema Datenauswertung geht, kann ich mich jetzt besser einbringen.“ Besonders für sie als Wissenschaftsjournalistin – mit dem Schwerpunkt Gesundheit – sind das Finden von Themen und das Überprüfen von Nachrichten und Fakten tägliches Brot. „Nehmen wir einmal das Thema Internet-Hypes“, erklärt Kraft. „Für uns Geübte ist so etwas sowieso leichter zu erkennen, und

nun kann ich sie auf Basis der Originaldaten noch leichter als solche identifizieren.“ Denn Hypes entständen oft, wenn nachlässig gearbeitet werde, aber man auf die schlagzeilenträchtige Geschichte nicht verzichten wolle. Auch Datenlecks wie etwa bei den Panama Papers könne sie nun besser be- und auswerten. „Ich bin sicher, dass ich jetzt genau weiß, welche Daten ich gebrauchen und wie ich sie aufbereiten kann.“

## Das „Udacity Data Science Scholarship Program“

Das „Udacity Data Science Scholarship Program“ ist Teil einer Weiterbildungsinitiative von Google, Bertelsmann und Udacity zur Ausbildung von IT-Expertinnen und -Experten. Das Angebot vermittelt Kompetenzen für die digitale Arbeitswelt.

Udacity ist eine Online-Lernplattform zum KarriereEinstieg oder zur Karriereförderung in der Technologiebranche und bietet Nanodegree-Programme an, die sich unter anderem auf Berufe in den Bereichen Softwareentwicklung, Data Science, digitales Marketing und Künstliche Intelligenz konzentrieren.

Weitere Informationen zu dem Scholarship Program und der Stipendieninitiative sowie den vielfältigen Lerninhalten und -formaten bei Bertelsmann sind auf der Website der Bertelsmann University zu finden.

→ [www.bertelsmann-university.com](http://www.bertelsmann-university.com)

## Keine Angst vor der Zukunft

Denn als Wissensvermittlerin trägt sie auch die Verantwortung, den Leserinnen und Lesern Daten und Erkenntnisse anschaulich zu vermitteln – unter Verwendung entsprechender Software wie Excel oder Tableau, deren Anwendung ebenfalls Lerninhalt des Programms war. Und wie ließ sich das alles mit Job und Familie unter einen Hut bringen? Relativ entspannt, wie Alexandra Kraft glaubwürdig versichert. „Man bekommt das irgendwie hin, auch weil man bei inhaltlichen Problemen von Mentoren unterstützt wird.“ Besonders das digitale Lernen mit vielen Videos und wenig Texten kam Alexandra Kraft entgegen. „Ich habe das erste Mal mithilfe einer Online-Plattform gelernt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse war, wie viel ich mit meiner Selbstmotivation erreichen kann. Hürden entstehen nur im Kopf.“ Die Lerninhalte und -zeiten konnte sie bequem in ihren Tagesablauf integrieren. „Jede Minute zählt. Oft waren es zehn oder zwanzig Minuten, manchmal aber auch mehrere Stunden am Stück, wenn wir unsere Projekte abliefern mussten.“ Die Verbindung zu einer großen Online-Community und der rege Austausch mit den anderen Studierenden machten die fehlende Offlinepräsenz mehr als wett. Hinzu kommt für Alexandra Kraft das gute Gefühl, Freundinnen und Freunde in aller Welt gefunden zu haben. Auch deshalb empfiehlt sie allen Interessentinnen und Interessenten: „Schreckt nicht vor dem zeitlichen Aufwand zurück!“ #

**Alexandra Kraft:** „Durch das Programm habe ich interessante Verbindungen in alle Welt geknüpft“



# #learning

„Lebenslanges Lernen ist für Bertelsmann wichtiger als je zuvor. Innovative Lernformen und digitales Lernen ermöglichen eine neue Bertelsmann-Lernkultur, die sich durch Qualität und Flexibilität auszeichnet. Die Bertelsmann University stellt sicher, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Führungskräfte genau die Fähigkeiten erwerben können, die sie für ihre Arbeit auch in Zukunft benötigen.“

**Steven Moran,**  
Chief Learning Officer von Bertelsmann

## Nachteil Vorurteil

Unbewusste Tendenzen haben nicht nur persönliche, sondern auch geschäftliche Auswirkungen.

Jan Altersten legt Wert auf Fairness. Gleiche Chancen für alle liegen ihm besonders am Herzen. Er ist eben Schwede – und bestätigt damit ein Vorurteil. Es sind allerdings die weniger offensichtlichen Vorurteile und kognitiven Muster, denen Jan Altersten als Mensch und Führungskraft den Kampf angesagt hat. „Jeder wird mit etwas Nachdenken an sich selbst solche unbewussten Tendenzen entdecken“, sagt der 44-Jährige. „Ich beispielsweise starte meinen Tag sehr früh. Aber natürlich leisten andere, die erst um 9.30 Uhr beginnen, ebenfalls hervorragende Arbeit. Dessen bin ich mir heute bewusster.“ Er sieht deshalb besonders Führungskräfte in der Verantwortung, die eigenen Einstellungen permanent zu hinterfragen. Nicht, damit alle Beteiligten bessere Menschen werden oder weil solche unbewussten kognitiven Denkmuster von vornherein schädlich sind: Sie erleichtern schließlich die Orientierung in der Welt und reduzieren komplexe Informationen. „Man muss sich des Unbewussten bewusst werden“, sagt Altersten und weist auf den kritischen Punkt hin. Denn wenn eine unbewusste Tendenz (engl. Unconscious Bias) nicht erkannt und nicht ausreichend reflektiert wird, kann dies zu Verzerrungen und Fehleinschätzungen führen. Und damit das Business beeinflussen und schädigen.

„Unbewusste Tendenzen verhindern manchmal, dass wir die besten Leute rekrutieren und die objektiv besten Entscheidungen für das Geschäft treffen“, sagt Altersten. Aus dieser Verantwortung heraus hat er an einem „Unconscious Bias Training“ teilgenommen, das von der Abteilung Corporate Responsibility & Diversity Management zusammen mit der Bertelsmann University entwickelt worden ist. Das Training vermittelt Strategien zum Umgang mit den eigenen „blinden Flecken“. Altersten versteht nun besser, welche Mechanismen seine Entscheidungen beeinflussen. Deshalb kann er das Training mit seinen offenen Diskussionen bis hinein in die eigene Komfortzone nur empfehlen. „Mich hat positiv überrascht, wie ehrlich auch sensible Punkte angesprochen wurden und dass wir uns nicht mit den offensichtlichen Kriterien aufgehalten haben.“ Denn eines ist für ihn klar: „Nur weil wir bei den Vorurteilen die augenscheinlichen



**Jan Altersten,**  
Geschäftsführer bei Arvato Financial  
Solutions B2C Finance & Nordic  
Debt Collection, Stockholm

Dinge wie Geschlecht, Hautfarbe, Religion und sexuelle Orientierung im Blick haben, sind wir noch lange nicht am Ende des Weges angekommen. Wenn wir das glauben, belügen wir uns selbst.“ Auch, weil der Bias „Verzerrungsblindheit“ dafür sorgt, dass man sich selbst für unbeeinflusst hält. Etwas, das auch Jan Altersten kennt. „Natürlich bin ich in mich gegangen – und habe mich für ziemlich frei von solchen Tendenzen gehalten. Aber beim Training wurde ich gezwungen, in die Tiefe zu gehen.“ Und so kommen auch ihm Situationen in den Sinn, die er rückblickend – und mit dem heutigen Wissen – anders gehandhabt hätte.

Als Multiplikator trägt Jan Altersten nun die Botschaft in seine Organisation – in einem persönlichen Blog, aber auch, indem er Trainings für Leitungsfunktionen unterstützt und die Entwicklung geeigneter Kennzahlen in Zusammenarbeit mit HR vorantreibt. Und durch kleine, alltägliche Dinge: „Ich ersetze das Wort ‚er‘ immer durch ‚sie‘, etwa wenn wir von Kunden oder allgemein von Führungskräften sprechen – aber ohne viel Aufheben davon zu machen.“ So sensibilisiert Altersten sein Team, wobei er selbst mit gutem Beispiel vorangehen will. „Es liegt in der Verantwortung jeder einzelnen Führungskraft, die Basis für ein Unternehmen zu schaffen, in dem – auch unbewusste – Vorurteile keine Rolle mehr spielen. Nur wenn wir eine Atmosphäre schaffen, in der alle ihr Bestes geben können, werden wir das volle Potenzial in unseren Teams freisetzen – und dann werden die finanziellen Ergebnisse folgen. Ebenso wie unser Beitrag zu einer gerechteren und dynamischeren Gesellschaft.“ #

Die „Bertelsmann Exchange Initiative“

„Es ist toll, seinen Horizont erweitern zu können. Die ‚Exchange Initiative‘ hat aber nicht nur mir neue Blickwinkel eröffnet – das Know-how, das ich während des Austauschs erworben habe, konnte ich mit zurück in mein Team nehmen.“

Marcus Koring, Global Procurement Systems & Processes, Corporate IT, Rheda





## Die „Bertelsmann Exchange Initiative“

Seit 2016 bietet die „Bertelsmann Exchange Initiative“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, neue Erfahrungen zu sammeln: Sie können sich bewerben, für bis zu zwölf Wochen ihren Arbeitsplatz zu wechseln und Einblicke in eines der vielen anderen Bertelsmann-Unternehmen rund um den Globus zu erhalten.

Die Voraussetzungen für die Teilnahme an der „Exchange Initiative“ sind unter anderem eine mindestens zweijährige Konzernzugehörigkeit, ein Nutzen für die Heimat- und die Gastgesellschaft, die nötigen Sprachkenntnisse und natürlich eine hohe Selbstmotivation für den Blick über den Tellerrand.

→ [www.createyourowncareer.de/karriere](http://www.createyourowncareer.de/karriere)  
→ [www.bertelsmann.de/diversity](http://www.bertelsmann.de/diversity)

# Neue Perspektiven eröffnen

Neue Erfahrungen sammeln, Wissen austauschen, über den Tellerrand blicken – das ermöglicht die „Bertelsmann Exchange Initiative“: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können bis zu drei Monate in einem anderen Unternehmensbereich arbeiten. Marcus Koring hat diese Möglichkeit genutzt und dabei viel gelernt.

**E**in spontanes Popkonzert im Großraumbüro ist auch in einem Konzern wie Bertelsmann kein Arbeitsalltag. Genau so einen Moment aber erlebte Marcus Koring, als er für zwölf Wochen seinen gewohnten Arbeitsplatz gegen einen bei BMG in Berlin tauschte: „Die kanadische Musikerin Elise LeGrow besuchte das Team und sang in der Mittagspause für uns – direkt neben meinem Schreibtisch“, erzählt er.

Koring ist Datenexperte. Am Standort in Rheda arbeitet er bei Corporate IT in der Procurement-Abteilung, die IT-Rahmenverträge für den gesamten Konzern verhandelt. Er durchforstet die IT-Landschaft auf der Suche nach Möglichkeiten, Kosten zu sparen. Außerdem ist er für Sourcing Analytics zuständig. Er sammelt und analysiert Unmengen von Daten, um Möglichkeiten für Prozessoptimierungen zu finden und zu prüfen.

## Ein neues Umfeld

Als er von der „Bertelsmann Exchange Initiative“ hörte, war für ihn klar: „Die Chance will ich nutzen.“ Dafür hat er auch ein starkes Motiv: „Ich lerne gern Neues kennen und brauche einfach Abwechslung. Dass Bertelsmann seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, vorübergehend in einem anderen Bereich zu arbeiten und den Horizont zu erweitern, finde ich sehr gut!“ Der gebürtige Bielefelder mag es nämlich, hin und wieder die Perspektive zu wechseln. Das hat er schon während seines Studiums getan, als er jeweils für mehrere Monate in nationalen und internationalen Unternehmen gearbeitet und so Städte wie Bremen, Stuttgart und auch Hongkong kennengelernt hat. „Bei diesem Austausch war es mir aber nicht so wichtig, ins Ausland zu gehen. Viel entscheidender war für mich, in einem neuen Umfeld neue Aufgaben kennenzulernen“, sagt der 37-Jährige. Koring sprach also mit seinem Vorgesetzten. Dieser gab grünes Licht und unterstützte ihn dabei, einen passenden Bereich zu finden. Den gab es im Team von Sebastian Hentzschel, dem IT-Verantwortlichen bei BMG. Koring bewarb sich im Frühling und bekam schnell die Zusage. Dann musste er allerdings noch einiges organisieren: Absprachen mit den Personalabteilungen, Arbeitsübergabe mit seinen Kolleginnen und Kollegen und natürlich die Wohnungssuche, die im Prenzlauer Berg endete. Schließlich fuhr Koring nicht für ein Meeting nach Berlin, sondern zog für drei Monate um.

Anfang August war es dann so weit: Koring hatte seinen ersten Austauschtag bei BMG. Dort erstellte er im Lauf der folgenden Wochen ein Reporting über den

### Marcus Koring:

„Der Austausch hat mir neue Blickwinkel eröffnet.“



IT-Support. Eine klassische Controlling-Aufgabe mit vielen Zahlen – genau das Richtige für den Analysten.

## Neues Team, neue Blickwinkel

Die Arbeitszeit in der Hauptstadt bot aber nicht nur Routine – ganz im Gegenteil. „Sebastian Hentzschel und ich hatten im Vorfeld mehrmals miteinander telefoniert. Alles war gut organisiert und die Kolleginnen und Kollegen haben mich sehr nett aufgenommen – aber das Business-Intelligence-Tool, das sie einsetzen, war für mich neu“, sagt Koring. Auch die Ausrichtung der Arbeit war eine andere als in seinem Job: „Jede Bertelsmann-Einheit hat, denke ich, ihren eigenen Charakter. Bei Corporate IT arbeiten wir eher strategisch in einer zentralen Funktion, bei BMG geht es direkt um das operative Geschäft. Aber wegen der tollen Arbeitsatmosphäre bin ich schnell im neuen Team angekommen.“ Auch privat hat er viele neue Eindrücke mitgenommen. „Natürlich war ich schon öfter in Berlin. Aber man lernt eine Stadt ganz anders kennen, wenn man dort lebt und wirklich mittendrin ist. Selbst, wenn es nur vorübergehend ist.“ Das ist ein Grund, warum Marcus Koring die Teilnahme an der „Exchange Initiative“ jeder Kollegin und jedem Kollegen empfiehlt. Es gibt aber noch weitere Gründe: „Der Austausch hat mir neue Blickwinkel eröffnet. Welche Herausforderungen die Kolleginnen und Kollegen im anderen Bereich haben, welche Tools sie nutzen“, erzählt er, „es war wirklich beeindruckend, zu erleben, wie effizient das BMG-Team arbeitet.“

## Neues Wissen auch für sein Team

Heute profitiert Koring von dem Know-how, das er in Berlin über das dort eingesetzte Business-Intelligence-Tool gesammelt hat. „Dieses Wissen aus erster Hand ist jetzt für meine Kolleginnen und Kollegen und mich sehr wertvoll, weil wir immer wieder Tools und Systeme daraufhin bewerten, ob sie gut und nutzbar für den gesamten Konzern sind.“ Und noch etwas hatte Marcus Koring für seine Kolleginnen und Kollegen im Rückreisegepäck: ein großes Dankeschön für ihre Unterstützung. Er konnte nämlich nur einen Teil seiner normalen Arbeit von Berlin aus erledigen, den Rest übernahm das Team in Rheda. „Es musste natürlich sichergestellt sein, dass meine regelmäßigen Aufgaben weiterlaufen. Ohne die Kolleginnen und Kollegen wäre das nicht möglich gewesen. Es ist keinesfalls selbstverständlich, dass sie sich kurzfristig neue und vor allem zusätzliche Aufgaben angeeignet haben.“ Aber da seine Kolleginnen und Kollegen wussten, dass das ganze Team von Korings neuem Know-how profitieren wird, unterstützten sie ihn und seinen Austausch tatkräftig. #

# #diversity

„Wir wollen Diversity auf allen Ebenen und in jeder Hinsicht. Ich wünsche mir, dass sich die Vielfalt der Geschäfte von Bertelsmann in der Vielfalt der Kolleginnen und Kollegen spiegelt, die sie verantworten.“

**Thomas Rabe,**  
Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann,  
Chief Executive Officer der RTL Group

„Wir freuen uns über Bewerbungen von Menschen, die zur Vielfalt unseres Unternehmens beitragen. Es sind die unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Bertelsmann kreativer und innovativer machen.“

**Immanuel Hermreck,**  
Personalvorstand von Bertelsmann

## Vielfalt – eine Bereicherung für alle



**Ingrid Höver,**  
Projektmanagerin,  
Arvato-Systems,  
Köln

Ein Arbeitsumfeld, in dem jede und jeder willkommen ist – dafür engagiert sich Ingrid Höver mit dem Netzwerk „be.queer“. Was treibt sie an? Und warum ist Vielfalt für Unternehmen so wichtig?

### **Frau Höver, Sie sind Kernmitglied von „be.queer“. Was hat Sie motiviert?**

Ich lebe in einer sogenannten Regenbogenfamilie und habe mit meiner Frau einen gemeinsamen Sohn. Aus eigener Erfahrung weiß ich, wie anstrengend es sein kann, wenn man nicht offen über sein Privatleben sprechen kann. Durch meinen familiären Background kann ich mich in einige Themen sehr gut hineinversetzen und meine Erfahrungen und Hilfestellungen weitergeben.

### **Wie setzen Sie sich für Vielfalt ein?**

Gelebte Vielfalt bedeutet ja auch, dass sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Führungskräfte, Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner unabhängig von ihrer sexuellen Orientierung oder Identität willkommen fühlen. Um genau diese Vielfalt zu fördern, gibt es das „be.queer“-Netzwerk, das im Mai 2017 als erste bereichsübergreifende Mitarbeiterinitiative bei Bertelsmann gegründet wurde. Ziel ist es, einen Dialog zum Thema LGBTIQ im Konzern anzustoßen, zu sensibilisieren, Unsicherheiten und Vorurteile abzubauen und auf beiden Seiten Ängste zu nehmen.

### **Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?**

Die Aktivitäten werden von einem Kernteam aus derzeit 20 Mitgliedern organisiert. Es gibt regelmäßig Meetings und Workshops, bei denen wir wichtige Themen besprechen und Kommunikationspakete erarbeiten, zum Beispiel Informationsflyer oder wie in diesem Jahr Werbemittel für den Christopher Street Day (CSD). Wir Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner stehen dabei in einem engen Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen aus den Personalabteilungen, dem Betriebsrat und dem Betriebssozialdienst. Und selbstverständlich sind wir für alle Kolleginnen und Kollegen da, die Fragen haben.

### **Was haben Sie mit „be.queer“ bereits bewirkt?**

Wir haben geschafft, das Thema LGBTIQ innerhalb nur kurzer Zeit nach vorn zu bringen, und merken, wie positiv es aufgenommen wird. Ein Highlight in diesem Jahr ist, dass wir unsere Kampagne erstmals öffentlich präsentieren und unsere Message unter anderem auf dem CSD prominent vertreten. Was ich ganz unabhängig von unserer Arbeit als Highlight betonen möchte, ist der offizielle Beschluss zum dritten Geschlecht.

### **Was ist daran so wichtig?**

Aufgrund meiner Erfahrung weiß ich, dass die persönliche Auseinandersetzung mit der eigenen sexuellen Orientierung sehr viel Kraft kostet. Deswegen ist es ein echter Fortschritt, wenn man Menschen nicht dazu zwingt, sich mit etwas zu beschreiben, mit dem sie sich nicht identifizieren können, und sie nicht weiter in innere Konflikte treibt. Arvato Systems hat die Ergänzung der dritten Geschlechtsoption als eines der ersten Unternehmen in Deutschland mit in die Stellenanzeigen aufgenommen, noch bevor es gesetzlich verpflichtend wurde. Das freut mich wirklich sehr!

### **Inwieweit profitiert ein Unternehmen generell von Vielfalt?**

Viele Untersuchungen belegen, dass eine LGBTIQ-freundliche Unternehmenskultur als Indikator für eine insgesamt offene Unternehmenskultur gesehen wird. Wenn Vielfalt gelebt wird, spricht das für einen wertschätzenden Umgang miteinander. Und ein wertschätzendes Arbeitsumfeld trägt zur Mitarbeiterzufriedenheit, -bindung und -stärkung bei. In der Summe machen die Aktivitäten des „be.queer“-Netzwerks auch den Arbeitgeber attraktiver. #

Die „be green Day“-Kampagne

„Der Smog und der Müll in Neu-Delhi sind Alarmzeichen. Daher nehme ich jede Chance wahr, einen aktiven Beitrag zum Natur- und Klimaschutz zu leisten.“

Arjun Sharma, Human Resources Manager, Penguin Random House India, Neu-Delhi





Umweltverschmutzung macht Arjun Sharma betroffen: „Das sind Alarmzeichen. Ich nehme jede Chance wahr, einen aktiven Beitrag zum Natur- und Klimaschutz zu leisten.“

### Kreative Ideen für den Weltumwelttag

Mit großer Begeisterung unterstützte Sharma daher im Sommer in seiner Firma den Weltumwelttag, motivierte seine Kolleginnen und Kollegen, sich aktiv an den Aktionen der „be green Day“-Kampagne von Bertelsmann zu beteiligen. „Einige waren zunächst skeptisch, sagten, sie hätten dafür keine Zeit“, erzählt er. „Doch dann änderte sich plötzlich ihre Einstellung, denn jedem Einzelnen wurde bewusst: Wenn alle einen kleinen Teil beitragen, kann das Ganze große Auswirkungen haben.“ So entstanden viele kreative Ideen, die am „be green Day“ umgesetzt wurden – von einer Papierkleid-Installation, die aus nicht mehr benutzten Büchern gebaut wurde und heute im Forum des Verlags steht, bis zu einem Vortrag der Umweltaktivistin Perna Singh Bindra.

in den Gesprächen im Kollegenkreis, die Sensibilität ist gewachsen. Jeder will mehr Verantwortung übernehmen und macht sich Gedanken, wie wir Penguin Random House gemeinsam umweltfreundlicher gestalten können“, erzählt Sharma. So wurden in den Büros bereits alle Plastikflaschen entfernt und gegen Penguin-gebrandete Glasflaschen ausgetauscht. Bei der Buchproduktion wird nun FSC-zertifiziertes Papier eingesetzt. „Diese Maßnahmen zeigen, dass das Engagement für die Umwelt bei uns gestiegen ist, und wir werden dadurch auch zu einem attraktiven Arbeitgeber, besonders für Millennials.“ Vielleicht sind die auch davon begeistert, wie Sharma täglich zum Verlag fährt: Der Berufspendler hat mit drei weiteren Kolleginnen und Kollegen einen Car Pool gebildet, um Geld zu sparen und die Luft weniger zu verschmutzen. Verantwortung für Natur und Umwelt beginnt eben mit kleinen Schritten. #

# Grüner Daumen hoch!

## Die „be green Day“-Kampagne

In vielen Teilen der Bertelsmann-Welt und über den ganzen Globus verteilt organisieren Bertelsmann-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter ihren „be green Day“, um sich für den Umwelt- und Klimaschutz einzusetzen. Die in Indien vertretenen Unternehmensbereiche von Bertelsmann nahmen den Weltumwelttag zum Anlass, um mit zahlreichen Initiativen einen Beitrag zu Natur- und Klimaschutz zu leisten. Mit mehr als 20 verschiedenen Aktivitäten bot der „be green Day“ den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vielfältige Möglichkeiten, sich für den Erhalt natürlicher Ressourcen einzusetzen sowie Energieverbrauch und Müllproduktion im eigenen Umfeld zu reduzieren. So lernten sie, dass auch scheinbar kleine Maßnahmen etwas bewirken.

→ [www.bertelsmann.de/umwelt](http://www.bertelsmann.de/umwelt)

Umweltschutz beginnt mit kleinen Schritten. Doch wie begeistert man ein komplettes Team dafür? Das weiß HR-Manager Arjun Sharma von Penguin Random House India in Neu-Delhi.

**A**

n seine Kindheit erinnert sich Arjun Sharma gern: „Ich bin in einer Region mit viel Grün aufgewachsen. Dort war die Luft noch frisch und klar.“ Heute lebt der 30-jährige Human Resources Manager von Penguin Random House India in der indischen Hauptstadt Neu-Delhi. Hier dringt an vielen Tagen die Sonne kaum durch den Smog. Schätzungsweise 17.000 Tonnen Müll produzieren die 15 Millionen Einwohner von Neu-Delhi – täglich! Die steigende

„Meine Lieblingsprojekte waren ‚Die blühenden Tagebücher‘ und ‚Die Pflanze an deinem Arbeitsplatz‘“, erzählt Sharma. Wie bitte, blühende Tagebücher? Ja, die gibt es. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter am indischen Standort von Penguin Random House besitzt heute ein Notizbuch, das in einen Topf Erde eingepflanzt wird, sobald es vollgeschrieben ist. Wenn das spezielle Papier zerfällt, setzt es Samen frei, aus denen später Blumen sprießen. Und bei dem Projekt „Die Pflanze an deinem Arbeitsplatz“ übernehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Patenschaft für eine Pflanze. „Diese zwei Projekte gefallen mir besonders, weil sie das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Wiederverwertung und den kostbaren Rohstoff Wasser im Alltag schärfen“, erzählt der Personalmanager, der in seinem Büro zwei Geigenfeigen betreut und davon immer wieder seiner Familie erzählt: „Meine Mutter findet das so toll, dass sie inzwischen selbst zwei Patenschaften übernommen hat.“

### Die Sensibilität ist gewachsen

Nicht nur im Privatleben des Personalers hat sich das Bewusstsein für Natur und Umwelt verändert, sondern auch an seinem Arbeitsplatz. „Man merkt das

↖  
**Der HR-Manager Arjun Sharma** motivierte seine Kolleginnen und Kollegen, sich aktiv an der „be green Day“-Kampagne zu beteiligen

→  
**Die Papierkleid-Installation,** die aus nicht mehr benutzten Büchern gebaut wurde



# #begreen

„Bertelsmann engagiert sich in Sachen Umwelt- und Klimaschutz. Das zeigt sich immer wieder auch an den vielfältigen Initiativen unserer Kolleginnen und Kollegen in den Unternehmensbereichen weltweit.“

**Immanuel Hermreck,**  
Personalvorstand von Bertelsmann

„Ausgemusterte Notebooks und Smartphones sind kein Elektroschrott. Durch unsere Kooperation mit AfB Social & Green IT bekommt ausgediente Hardware ein zweites Leben. Das schont wertvolle Ressourcen und sichert Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung.“

**Matthias Moeller,**  
Chief Executive Officer von Arvato Systems,  
Chief Information Officer von Bertelsmann



**Katja Bäuerle,**  
Producerin bei UFA Serial Drama,  
Potsdam

## Umweltengagement in Serie

Vor und hinter der Kamera setzt sich das „UFA Green Team“ für nachhaltiges Handeln ein – freiwillig und aus Überzeugung. Teammitglied und Producerin Katja Bäuerle über die Arbeit des Teams.

**E**s gibt Themen, bei denen versteht Katja Bäuerle keinen Spaß: Plastikmüll etwa, der durch Einwegbecher bei Dreharbeiten verursacht wird. „Allein bei ‚Gute Zeiten, schlechte Zeiten‘ haben wir früher jeden Monat bis zu 4.000 Becher weggeworfen“, erzählt die gebürtige Berliner, die bei UFA Serial Drama langlaufende Fernsehserien betreut. Daher engagiert sie sich mit drei weiteren Kolleginnen und Kollegen im „UFA Green Team“, das sie 2014 mitgegründet hat.

Als Producerin kennt Bäuerle den Alltag bei Dreharbeiten und weiß aus Erfahrung: Tägliche Serien eignen sich besonders gut dazu, Verbesserungen auszuprobieren und anschließend auf weitere Produktionen zu übertragen. So setzte sich das „UFA Green Team“ dafür ein, Einwegbehälter von den Drehorten zu verbannen. Mittlerweile benutzen die Teams der TV-Dauerbrenner „Unter uns“, „Alles, was zählt“ und „Gute Zeichen, schlechte Zeiten“ mit Namen gravierte wiederverwendbare Kaffeebecher und Edelstahlflaschen für Getränke. Gäste sowie Komparisinnen und Komparisen können sich am Drehort Bambusbecher ausleihen.

Das ist nur einer der Erfolge des Teams. Weitere sind: Drehbücher werden nur noch auf Wunsch ausgedruckt, die Firmenwagenflotte wird teilweise auf

E-Autos umgestellt, Studiobeleuchtungen wurden auf LED-Technik umgerüstet und in den Bürogebäuden werden immer mehr Wasseraufbereitungsanlagen installiert – die Liste der Maßnahmen ist lang. Das Team ist zwar klein, aber bestens vernetzt, weil die Mitglieder in verschiedenen Bereichen des Unternehmens arbeiten.

Das „UFA Green Team“ sorgt aber nicht nur hinter den Kulissen für Veränderungen. „Die Produkte unserer Arbeit werden jeden Tag von Millionen Menschen gesehen. Das nutzen wir, um ohne erhobenen Zeigefinger Beispiele für ein umweltbewusstes Handeln zu zeigen“, sagt Katja Bäuerle. So hat zum Beispiel die Bäckerei in „Unter uns“ Brötchentüten abgeschafft und durch Stoffbeutel ersetzt. Am meisten freut sich Bäuerle aber, wenn die Arbeit des „UFA Green Team“ andere UFA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter dazu motiviert, selbst aktiv zu werden. Denn das Team will zeigen, dass es gar nicht so schwierig ist, nachhaltiger zu leben. „Wir sind ja auch keine Umweltprofis. Aber ein bisschen nachdenken und dann bewusster handeln kann jeder und wir sind überzeugt, dass auch viele kleine Schritte addiert einen relevanten Impact haben können. Darüber hinaus engagieren wir uns in einem bundesweiten Netzwerk der Filmbranche, in dem es um die größeren, langfristigeren Themen wie Zertifizierung und Green-Consulting-Ausbildung geht.“ #

User-Generated-Content-Verification bei der RTL Group

„Es ist unser journalistischer Anspruch,  
die Wahrheit herauszufinden.“

Andreas Greuel, Fachgruppenleiter Verifizierung von infoNetwork, Köln



# Detektive auf der Suche nach Wahrheit

Sie suchen akribisch nach Hinweisen, um zu prüfen, ob Bilder und Nachrichten echt und wahr sind. Was treibt Producer, Redakteure und Reporter im „User-Generated-Content-Verification-Team“ der RTL Group dazu an?

**D**er 22. Juli 2016 in München: Im Olympia-Einkaufszentrum läuft ein 18-jähriger Schüler Amok, tötet neun Menschen und verletzt fünf weitere schwer. Schnell kursieren im Internet Bilder und Videos, die angeblich die Opfer und den mutmaßlichen Attentäter zeigen. Ein Nachrichtenredakteur von RTL Television prüft den von Usern generierten Content und kontrolliert deren Primärquellen. Das Resultat: Zwei Drittel der Bilder zeigen gar nicht das Münchner Einkaufszentrum, sondern Shopping Malls in England oder Südafrika. Und der erste Schnappschuss vom vermeintlichen Attentäter? Der zeigt den YouTube-Comedian Sam Hyde, aber nicht den Münchner Täter.

## Wahre Fakten schaffen Vertrauen

Dieser Faktencheck eines Mitarbeiters aus eigenem Antrieb ist die Geburtsstunde des „User-Generated-Content-Verification-Teams“ („Verification-Team“). Zunächst sind es zehn Männer und Frauen, die sich 2016 für die Idee begeistern, die Echtheit von Bildern und Nachrichten aus den sozialen Netzwerken zu prüfen und zu verifizieren.

Heute besteht das virtuelle Team aus 75 freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem gesamten Netzwerk der RTL Group. Hauptberuflich sind sie Producer, Redakteure, Netzreporter oder Mediendokumente wie Sergej Maier, dem das Faktenchecken mit vielen digitalen Tools „einfach Spaß macht, weil man tief in ein Thema eintauchen kann“. Genau dies gefällt auch dem Producer Robert Clausen: „Man sucht immer wie ein Detektiv nach Fakten.“ Der Content Manager Juri Biekehr, der im New Yorker Büro der Mediengruppe RTL Deutschland arbeitet, nennt noch andere Gründe: „Ich habe mir neue Kompetenzen aufgebaut, neue Tools kennengelernt und dadurch neues Wissen gesammelt, das ist eine tolle Erfahrung.“ Seinen Kölner Kollegen Stephan Große treibt noch etwas anderes an: „Recherchieren ist mein Steckenpferd.“ Und Florian Gerick bringt auf den Punkt, was wohl alle im Team denken: „Es ist mein journalistischer Anspruch, wahr und ehrlich zu berichten. Nur so schafft man Vertrauen.“ Doch die Wahrheit wird in der digitalen Welt häufig leichtfertig aufs Spiel gesetzt. Jeder kann heute mit seinem Smartphone Fotos oder Videos über das Internet verbreiten – und mit falschen



Robert Clausen, Florian Gerick, Andreas Greuel, Sergej Maier, Stephan Große und Marco Flick (von links) gehören zum „User-Generated-Content-Verification-Team“ der RTL Group

## Wie wird man Mitglied im Team?

Als das „Verification-Team“ 2016 ins Leben gerufen wurde, meldeten sich zunächst nur Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den verschiedenen Abteilungen der Mediengruppe RTL Deutschland am Standort Köln. Dann entstand die Idee, Kolleginnen und Kollegen der gesamten RTL Group für den Verifizierungsprozess zu gewinnen und zu schulen. Heute besucht Fachgruppenleiter Andreas Greuel die anderen Standorte der RTL Group, um Interessierte in eintägigen Workshops zu trainieren. Danach werden die internationalen Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer in das wachsende virtuelle Team aufgenommen und per Mail über Verifizierungsaufgaben benachrichtigt.

Behauptungen die Öffentlichkeit in die Irre führen. Dafür gibt es Gründe: „Das Senden von emotionsgeladenen Behauptungen wird auf Facebook, Twitter & Co. heute so einfach gemacht, dass Zweifel an ihrer Echtheit zunächst gar nicht bestehen“, erzählt Andreas Greuel, der das „Verification-Team“ leitet. Die Folgen sind tägliche Desinformationen wie Falschmeldungen, Fehler oder Lügen – kurz: Fake News. Diesen Begriff mag Greuel, der hauptberuflich Fachgruppenleiter Verifizierung bei infoNetwork ist, aber nicht: „Wenn eine Behauptung nachweislich falsch ist, sollte man sie schon als das bezeichnen, was sie ist, nämlich eine Fälschung, eine Manipulation oder ein Irrtum.“

## Keine Fehler sind die beste Werbung

Fakt ist: Die Zahl der Anfragen vonseiten der Redaktionen aus der gesamten RTL Group an das „Verification-Team“ steigt. Auch deshalb ist das Gruner + Jahr Magazin „stern“ als Kooperationspartner mit an Bord. Rund 25 Redakteure, vornehmlich aus dem Onlinebereich, unterstützen seit Sommer 2017 aktiv die Recherchen und helfen, die angefragten Inhalte gründlich und zuverlässig zu prüfen. Die gewonnenen Erkenntnisse gibt das Hamburger Medium dann an die Leserinnen und Leser weiter. „Dass wir Rechercheverläufe und -ergebnisse transparent weitergeben, stößt durchweg auf positive Resonanz und festigt das Vertrauen in unsere tägliche Arbeit“, erzählt Moritz Dickentmann, SEO-Redakteur bei stern.de. „Bisher lagen wir mit unseren Einschätzungen immer richtig. Dass wir keine Fehler machen, ist für uns die beste Werbung“, sagt Greuel. Zwischen 500 und 600 Anfragen hat das Team in den vergangenen zwei-einhalb Jahren bearbeitet. „Im Prinzip prüfen wir alles,

was angefragt wird.“ Das kann ein Video sein, das angeblich thailändische Taucher zeigt, die Kinder aus einer Höhle retten. Tatsächlich sind es französische Taucher beim Training. Das können ein angebliches Bekennerschreiben, eine Bombenexplosion vor der amerikanischen Botschaft in Peking, aber auch aufgespritzte Lippen einer Prominenten sein.

Stellt beispielsweise die Redaktion von „Punkt 12“ eine Anfrage, wird diese per Mail an das komplette „Verification-Team“ weitergeleitet und von einem Mitglied bearbeitet, das zeitliche Kapazitäten hat oder sich besonders für das Thema interessiert. Beim ehemaligen Tennisreporter Florian Gerick ist das der Sport, beim Russisch sprechenden Sergej Maier sind



**Florian Gerick und Marco Flick (von links)** prüfen und verifizieren Bilder und Nachrichten für die Programminhalte der RTL Group

# Wahr oder unwahr?

Wie das „Verification-Team“ sicherstellt, dass Inhalte echt sind – das Verifizierungsverfahren für nutzergenerierte Inhalte.



es Meldungen aus Russland oder der Ukraine und beim New Yorker Kollegen Juri Biekehr Breaking News aus den USA. „Wir benötigen in der Regel etwa zwei Stunden, um eine gestützte und verifizierte Einschätzung von Bildern, Videos oder Nachrichten abzugeben. Manchmal kann es jedoch länger dauern“, sagt Greuel, der das Team nicht nur leitet, sondern auch ausbildet. Eigentlich kann jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter der RTL Group Mitglied im „Verification-Team“ werden. „Die wichtigste Voraussetzung ist eine große Neugierde“, beschreibt Greuel das Anforderungsprofil. „Außerdem sollte man ein gutes technisches Verständnis und ein gutes räumliches Vorstellungsvermögen haben. Ebenso sollte man seine persönlichen Präferenzen in den Hintergrund schieben können.“ Warum der letzte Punkt so wichtig ist, erklärt Robert Clausen: „Wir glauben erst einmal gar nichts – ganz gleich, woher die Quelle stammt! Wir konzentrieren uns nur auf das, was wir auf den Bildern oder Videos sehen, und stellen alles infrage: vom Wetter und der Uhrzeit über den Schattenwurf und die Kleidung bis zu Gebäuden und Straßenschildern.“ Und dann startet die Rückwärtssuche nach den Primärquellen. Dafür werden alle im Internet verfügbaren Tools genutzt. „Meistens haben wir bei der Recherche bis zu 30 Tabs auf dem Monitor geöffnet“, erzählt Teamleiter Greuel, „und falls wir immer noch keine Antwort gefunden haben, rufen wir einen Experten an.“

## Redaktionen schätzen den Mehrwert

Der Aufwand der Recherche ist hoch, und das hat seinen Grund: „Jeder im Team ist sich seiner großen Verantwortung bewusst, denn mit unseren Interpretationen, Einschätzungen und Recherchen beeinflussen wir Programminhalte und damit unsere Zuschauerinnen und Zuschauer“, erklärt Greuel. Vorproduzierte oder geplante Sendebeiträge können auch gestrichen werden, falls das Bildmaterial oder dessen Inhalte nicht verifiziert werden konnten. Aber gerade das wird von den Redaktionen geschätzt, „weil wir für sie quasi Stütze und

„Jeder im Team ist sich seiner großen Verantwortung bewusst, denn mit unseren Interpretationen, Einschätzungen und Recherchen beeinflussen wir Programminhalte.“

**Andreas Greuel,**  
Fachgruppenleiter Verifizierung von infoNetwork, Köln

Ersthelfer sind, wenn es darum geht, den Wahrheitsgehalt von Nachrichten und Geschichten einschätzen zu können“. Die Arbeit des „Verification-Teams“ hat noch weitere Impulse ausgelöst: „Die Sensibilisierung gegenüber dem von Usern generierten Content in den sozialen Medien ist enorm gestiegen – besonders gegenüber sogenannten viralen Geschichten.“ Vielleicht hat deswegen das „Verification-Team“ auch einen so besonderen Stellenwert für die Solidarität der Redaktionen innerhalb der RTL Group. „Niemand möchte, dass Falschmeldungen gesendet werden. Falls das doch passieren sollte, haben nämlich nicht nur der Autor und die Redaktion ein Problem, sondern womöglich die gesamte Branche. Dessen sind sich alle im ‚Verification-Team‘ bewusst und leisten daher freiwillig ihren Beitrag, um das zu vermeiden.“ Das sei aber nur möglich, weil die Redaktionen den großen Mehrwert des Teams erkannt hätten, so Greuel. „Sie geben deswegen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den notwendigen Freiraum, in unserem Team mitarbeiten zu können. Sonst wäre das alles nicht möglich.“ #

#learning

#begreen

#keep  
moving

#perfect  
match

#giveback

#inclusion

Was ist dein Hashtag?

#

---

#less  
waste