

12.02.2021

Wird diese Nachricht nicht richtig dargestellt, klicken Sie bitte [hier](#).

Newsletter | Februar 2021



89 Prozent

der Zwölf- bis 19-Jährigen nutzten 2020 täglich das Netz. Die Onlinenutzung stieg um rund 26 Prozent von 205 auf 258 Minuten pro Tag. Bei der inhaltlichen Verteilung rangiert die Unterhaltung mit 34 Prozent vor Spielen (28 Prozent), Kommunikation (27 Prozent) und Informationssuche (elf Prozent). Ein Trend: der Unterhaltungsbereich ist auf dem Vormarsch, während die Kommunikation an Boden verliert.

Quelle: JIM-Studie 2020 und BLM-Blog

Themenübersicht

Medienpolitik: [Novellierung Bayerisches Mediengesetz](#)

[BLM-Aufsicht über Amazon Prime Video](#)

[Offener Brief der BLR](#)

[Erhöhung Rundfunkbeitrag gestoppt](#)

Radio: [BLM-Hörfunk- und Lokal-TV-Preise 2021](#)

[Bayern ist Spitzenreiter bei guter Radio- Ausbildung](#)

Fernsehen: [Crossmediale Nachrichtenredaktion für Seven.One](#)

[Jüdisches Leben in Bayern - Geschichte und Gegenwart](#)

Digitale Trends: [Werbeaufsicht in sozialen Medien](#)

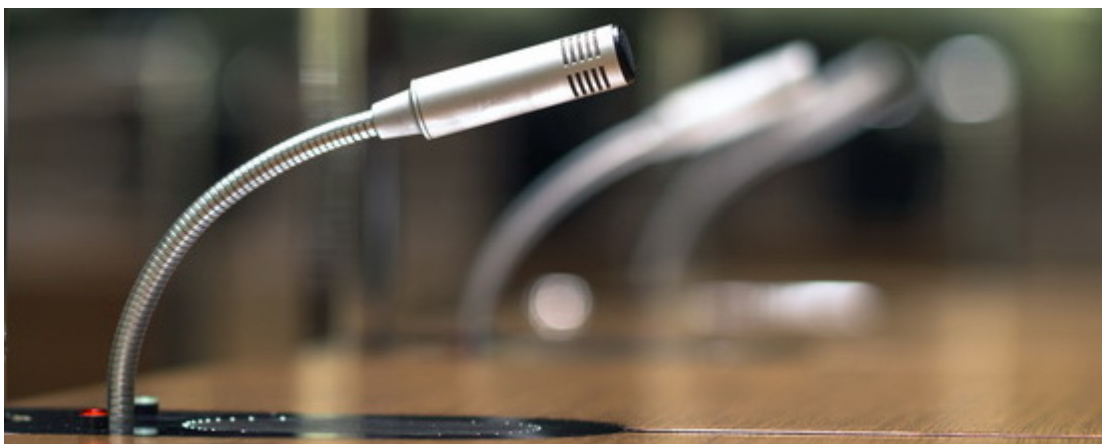
Medienkompetenz: ["Gemeinsam gegen Hass und Hetze im Netz" - Online-Reihe in drei Teilen](#)

Forschung: [Ergebnispräsentation der Studie "Welche Inhalte machen Empfehlungsalgorithmen von YouTube sichtbar?"](#)

Netzwerk: [Medientrends 2021](#)

[Termine](#)

Medienpolitik



Novellierung Bayerisches Mediengesetz

Die staatliche Unterstützung der lokalen und regionalen TV-Anbieter in Bayern wird um vier Jahre verlängert. So ist es in der am 2. Dezember 2020 beschlossenen Novelle des BayMG festgeschrieben worden. Weitere Neuerungen laut BayMG (Art. 11, Abs. 2, Satz 4): Die Förderung von Gründerinnen und Gründern in den digitalen Medien sowie die Stärkung der Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern gehören zum Aufgabenkatalog der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. [> Mehr erfahren](#)

BLM-Aufsicht über Amazon Prime Video

Das Video on Demand-Angebot von Amazon Prime in der Europäischen Union unterliegt ab Ende der Brexit-Transferperiode der deutschen Rechtshoheit und der Aufsicht der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Für die Regulierung von Amazon Prime Video ist damit die BLM zuständig. [> Mehr erfahren](#)

Offener Brief der BLR

Für Gesprächsstoff sorgte Ende 2020 ein Offener Brief der BLR, Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokalradioprogramme. Er thematisiert eine aus der Balance geratene Wettbewerbssituation mit dem Bayerischen Rundfunk (BR) – vor allem mit Blick auf Abwerbungen von Talenten, die im privaten Lokalfunk ausgebildet wurden. Auch das im Vergleich zu seiner finanziellen Ausstattung geringe Engagement des BR bei der MEDIASCHOOL BAYERN (2 Prozent) wird kritisiert. BLM-Präsident Siegfried Schneider setzt nun auf einen konstruktiven Austausch mit dem BR, der in Richtung weiterer Kooperationsmöglichkeiten geht. [> Mehr erfahren](#)

Erhöhung Rundfunkbeitrag gestoppt

Die geplante Erhöhung des Rundfunkbeitrags zum 1. Januar um 86 Cent auf 18,36 Euro

entfällt vorerst, da der Landtag von Sachsen-Anhalt nicht über den Medienänderungsstaatsvertrag abgestimmt hat. ARD, ZDF und Deutschlandradio haben Verfassungsbeschwerde gegen die verhinderte Anhebung des Rundfunkbeitrags eingereicht – Ausgang noch offen. Die Länder wollen jetzt die Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Sachen Auftrag und Struktur konsequent angehen. Ein Thema, für das sich der BLM-Präsident schon seit vielen Jahren einsetzt und u.a. eine Indexierung fordert.

Radio



BLM-Hörfunk- und Lokal-TV-Preise 2021

2021 werden zum 34. Mal die „**BLM-Hörfunk-Preise**“ und zum 30. Mal die „**BLM-Lokalfernseh-Preise**“ in verschiedenen Kategorien vergeben. Zusätzlich vergeben der Evangelische Presseverband für Bayern e.V. (EPV) und das katholische Medienhaus Sankt Michaelsbund (SMB) zum 5. Mal den Spezialpreis "Kultur, Medien und Kirchen" für Radio- und Fernsehjournalisten in Bayern. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien verleiht seit 1988 die BLM-Hörfunkpreise und seit 1992 die BLM-Lokalfernseh-Preise für herausragende Leistungen im privaten lokalen Rundfunk in Bayern. Jährlich werden die besten Hörfunk- bzw. Fernsehbeiträge mit lokaler Bedeutung in verschiedenen thematischen Kategorien mit Geldpreisen und mit einem „BLM-Radio“ bzw. „BLM-Telly“ ausgezeichnet. Auch lokale Werbekampagnen werden prämiert. Alle Informationen zur Einreichung der Hörfunk- und Lokalfernsehbeiträge finden Sie [hier!](#)

Bayern ist Spitzenreiter bei guter Radio-Ausbildung

Gleich neun bayerische Lokalsender haben im Dezember 2020 das Radiosiegel für ihre professionelle Volontärsausbildung im privaten Hörfunk verliehen bekommen. Deutschlandweit wurden 28 Sender ausgezeichnet. Zu diesem Erfolg tragen die Nachwuchsförderung durch die BLM-Workshops und die MEDIASCHOOL BAYERN bei. In alle Aus- und Fortbildungsmaßnahmen investiert die BLM 2021 insgesamt mehr als eine Million Euro. Dazu Medienratsvorsitzender Walter Keilbart: „Wer die Ausbildung junger Menschen fördert, investiert in die Zukunft des Qualitätsjournalismus: Das ist in Zeiten von Desinformation und Verschwörungstheorien wichtiger denn je.“ [> Mehr erfahren](#)

Fernsehen



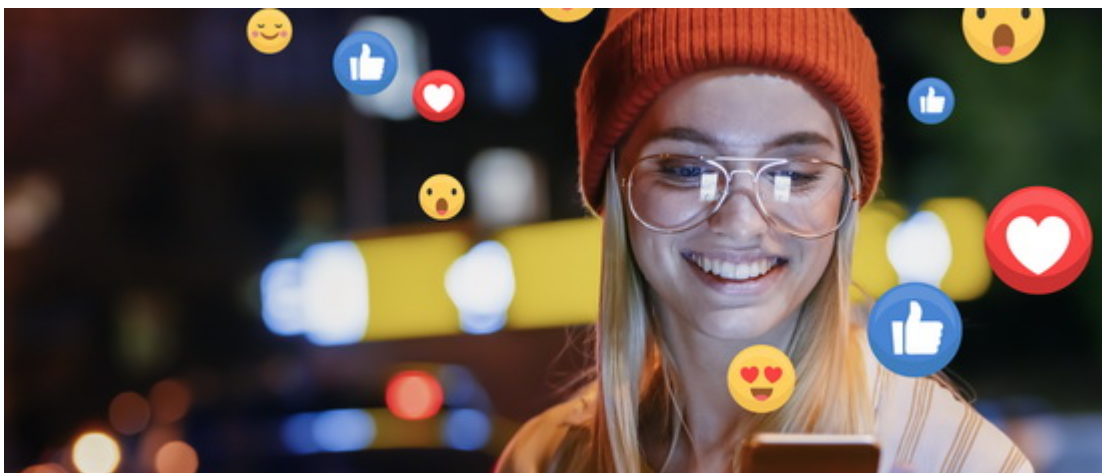
Crossmediale Nachrichtenredaktion für Seven.One

Als „Bereicherung für den Medienstandort Bayern und Bekenntnis zu Public Value“ bewertet BLM-Präsident Siegfried Schneider den Plan der Seven.One Entertainment Group, die Produktionsaktivitäten im Nachrichtsbereich auszubauen. Im Zuge des Neubaus der Senderzentrale in Unterföhring soll eine crossmediale Nachrichtenredaktion mit etwa 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entstehen, hatte ProSiebenSat.1 Ende des Jahres angekündigt. [> Mehr erfahren](#)

Jüdisches Leben in Bayern – Geschichte und Gegenwart

„Jüdisches Leben in Bayern – Geschichte und Gegenwart“ ist dieses Jahr das Schwerpunktthema der Programmförderung für Lokalradios und Lokal-TV-Sender durch die BLM. Von den 550.000 Euro Gesamt-Fördersumme sind 174.000 für Fernsehangebote vorgesehen. > [Mehr erfahren](#)

Digitale Trends



Werbeaufsicht in sozialen Medien

Die Zahl der Beiträge mit werblichem Inhalt in sozialen Medien wie Instagram oder YouTube steigt und damit auch die Zahl potentieller Verstöße gegen das Gebot der Kennzeichnung von Werbung, wie Schwerpunktanalysen der Medienanstalten zeigen. Nach dem neuen Medienstaatsvertrag ist die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) für die Werbeaufsicht in bundesweit ausgerichteten Telemedien zuständig. Eine neue Werbesatzung, die unter Federführung der BLM entstanden ist, wird die Bestimmungen konkretisieren und ist voraussichtlich ab April 2021 gültig. Die Medienanstalten setzen auf einen Dialog mit den Akteuren der Social Media-Branche. So praktiziert es auch die BLM im Rahmen ihrer präventiven Werbeaufsicht in den sozialen Medien. > [Mehr erfahren](#)

Medienkompetenz



"Gemeinsam gegen Hass und Hetze im Netz" - Online-Reihe in drei Teilen

Hass und Hetze gibt es nicht nur im Netz. Doch das Internet und vor allem die Social Media-Plattformen können Hassrede, Fake News und verwandte Phänomene in besonderem Ausmaß befeuern. Welche Auswirkungen etwa die digitale Verbreitung von Verschwörungsmythen haben kann, zeigt das Beispiel des Mythos vom Wahlbetrug, den Ex-US-Präsident Trump so lange u.a. über Twitter verbreitete, bis seine Anhänger, teils gewaltbereit, das Kapitol stürmten. Attentäter, wie im Fall der rechtsextremen Anschläge von Christchurch, Halle oder Hanau, präsentieren ihre Hassbotschaften online oder filmen ihre Taten - zur Veröffentlichung im Internet. Was die Konfrontation mit Mobbing und Hass im Internet bei Kindern und Jugendlichen betrifft, so geben aktuell 29 Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland an, dass über die eigene Person falsche oder beleidigende Dinge verbreitet wurden - so die JIM-Studie 2020 (Jugend, Information, Medien – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger). Grund genug also, sich mit Formen von Hass und Hetze im Netz in einer dreiteiligen Online-Reihe auseinanderzusetzen und Gegenstrategien vorzustellen. Dazu lädt das Bayerische Bündnis für Toleranz gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) am 24. Februar sowie am 3. und 18. März ab 15 Uhr herzlich ein. > [Mehr erfahren](#)

Forschung



Ergebnispräsentation der Studie "Welche Inhalte machen Empfehlungsalgorithmen von YouTube sichtbar?"

Wie funktionieren Empfehlungen bei YouTube in Krisenzeiten? Werden im Anschluss an informierende Videos zu Themen wie Covid-19 oder Klimawandel Quellen empfohlen, die freie Meinungsbildung ermöglichen? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der Studie „Empfehlungen in Krisenzeiten – Welche Inhalte machen die Empfehlungsalgorithmen von YouTube sichtbar?“, deren Ergebnisse am 24. Februar 2021 ab 16:00 Uhr live bei ALEX Berlin im TV und [Onlinestream](#) präsentiert werden. Die Studie wurde von Kantar, Public Division und der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen (RWTH) im Auftrag der mabb, der Senatskanzlei Berlin, der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), der Landesanstalt für Medien NRW und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz durchgeführt. [> Mehr erfahren](#)

Netzwerk



Medientrends 2021

Welche Entwicklungen werden in diesem Jahr für die Medienbranche besonders relevant? Diese Frage stellte sich das MedienNetzwerk Bayern und hat 21 Trends für das Jahr 2021 identifiziert. Der Blick erfolgte dabei in die Branchen Audio, Bewegtbild, Buch, Print & Publishing sowie Werbung. Im Rahmen der Recherche ergaben sich zum Teil bereits bekannte Entwicklungen, die schon längere Zeit zu beobachten sind, als auch neue, teils stark durch Corona geprägte Trendthemen.

Das Ergebnis: 2021 ist dabei weniger von technologischen Hypes geprägt. Vielmehr sucht die Branche nach medialen Antworten auf die veränderten Lebensrealitäten – in einem Jahr, das weiter im Zeichen der Medienkonvergenz stehen wird. Drei Trendkategorien hat das MedienNetzwerk Bayern ausgemacht, abgegrenzt nach den wesentlichen Treibern dahinter: der Mensch, sich wandelnde oder neue Prozesse sowie technologiegetriebene Entwicklungen. > [Mehr erfahren](#)

Termine

Gemeinsam gegen Hass und Hetze im Netz Online-Reihe in drei Teilen

24. Februar, 3. und 18. März 2021 | online

Studienpräsentation: Welche Inhalte machen Empfehlungsalgorithmen von YouTube sichtbar?

24. Februar 2021 | online

Mehr Medienevents finden Sie auf
[unserer Homepage](#)

Bildnachweis:

JIM-Studie/mpfs; fotolia/redaktion93; BLM/Alexander von Spreti; franckreporter/iStock; Adobe Stock/PhotoPlus+; Mellon Design, Adobe Stock/New Africa; mabb; MedienNetzwerk Bayern



Wenn Sie diese E-Mail (an: petra.ragaller@blm.de) nicht mehr empfangen möchten, können Sie diese [hier](#) kostenlos abbestellen.

Weitere Informationen zum Datenschutz der BLM finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#).

Impressum

Bayerische Landeszentrale für neue Medien | BLM

Redaktion: Bettina Pregel / Tanja Nagel

V.i.S.d.P.: Veit Olischläger

Heinrich-Lübke-Straße 27

81737 München

Deutschland

info@blm.de

www.blm.de

