

3. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 26. Oktober 2022, 13:30 Uhr

Vorsitz: Katharina Geiger

Tagesordnung:	Seite
1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit	1
2. Genehmigung der Tagesordnung	1
3. Genehmigung der Niederschrift über die 2. Sitzung des Medienrats am 14.07.2022	1
4. Bericht der stellvertretenden Vorsitzenden	1
5. Bericht des Präsidenten	3
6. Jahresabschluss 2021 - Entwurf Geschäftsbericht 2021	9
7. Erlass von Satzungen und Richtlinien:	12
7.1 Änderung der Satzung zur Erhebung von Kosten im Bereich der Aufsicht über bundesweit ausgerichtete Medien (Kostensatzung)	12
8. Änderung von Kapazitätszuweisungen:	13
8.1 Anpassung von DAB-Kapazitäten im DAB-Netz Oberfranken 10B	13
9. Ernennung des Medienbeauftragten für den Datenschutz	13
10. Tätigkeitsbericht des Medienbeauftragten für den Datenschutz (Berichtszeitraum: Kalenderjahr 2021)	15
11. Verschiedenes	20
11.1 Ausschreibung Förderung Hörfunk	20
11.2 Ausschreibung Förderung Fernsehen	21

Die Sitzung ist öffentlich.

* * *

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger eröffnet die 3. Sitzung des Medienrats und informiert, dass Herr Vorsitzender Walter Keilbart leider aus gesundheitlichen Gründen verhindert sei.

Sie begrüßt alle Anwesenden sehr herzlich, namentlich den Verwaltungsratsvorsitzenden, Herrn Roland Richter, der unter TOP 6 über den Jahresabschluss 2021 berichten werde.

Die Vorsitzende dankt für die Berücksichtigung der Namensschilder an den Sitzplätzen, die die Zuordnung erleichtern sollten, und weist auf die ausgelegten Flyer des Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern hin, der auch auf den Medientagen vorgestellt worden sei. Über den aufgedruckten QR-Code erhalte man Zugang zur neuen Publikation dieser Initiative, von der aus Nachhaltigkeitsgründen nur wenige Exemplare ausgedruckt und ausgelegt worden seien.

Die nächste reguläre und letzte Sitzung des Medienrats in diesem Jahr werde an einem Freitag, und zwar am 16.12.2022 um 10 Uhr, stattfinden. Dies sei den Landtagsterminen geschuldet.

1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt die ordnungsgemäße Ladung zu dieser Sitzung und die Beschlussfähigkeit des Gremiums fest.

2. Genehmigung der Tagesordnung

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt Einverständnis mit der Tagesordnung fest.

3. Genehmigung der Niederschrift über die 2. Sitzung des Medienrats am 14.07.2022

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt keine Einwände gegen die Niederschrift über die 2. Sitzung des Medienrats am 14.07.2022 fest. Die Niederschrift sei damit **einstimmig genehmigt**.

4. Bericht der stellvertretenden Vorsitzenden

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger berichtet in Vertretung des Vorsitzenden Walter Keilbart zunächst über die Informationsreise nach Köln am 15. und 16. September 2022. Diese habe dem Austausch mit RTL und Deutschlandradio sowie mit der Schwesteranstalt LfM gedient. Es habe auch eine gemeinsame Sitzung der Gremien der BLM und der LfM stattgefunden.

Der Einblick in die Arbeit der LfM und der Blick über den Tellerrand seien wertvoll gewesen. Man habe Informationen aus erster Hand über aktuelle medienpolitische Entwicklungen sowie Einblicke in die bundesweite Medien-Vielfalt erhalten.

Die Inforeise diene dem Austausch mit Gremienkolleginnen und -kollegen sowie mit dem Verwaltungsrat und sei wichtig und hilfreich für die künftige vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Die nächste Inforeise sei erst für das Frühjahr 2024 geplant, da aufgrund der Landtagswahl im September 2023 mit personellen Veränderungen unter den aus dem Landtag entsandten Medienratsmitgliedern zu rechnen sei.

Am 06.10.2022 sei die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) zu Besuch bei der BLM in München gewesen. Nach einem gemeinsamen Mittagessen habe eine gemeinsame Sitzung der Delegation der TLM und des Hörfunkausschusses der BLM stattgefunden. Ein Vortrag über die medienpädagogischen Aktivitäten der BLM bzw. deren Stiftung Medienpädagogik Bayern sei durch einen Besuch von Media Lab Bayern in der Rosenheimer Straße ergänzt worden, und es seien innovative Medienprojekte im Rahmen der Start-up-Förderung vorgestellt worden. Die Delegierten der TLM hätten sich beeindruckt von den Medienkompetenz-Projekten und Aktivitäten der BLM gezeigt, die auch durch die Förderung des Freistaats ermöglicht würden.

Direktor Jochen Fasco habe eine Einladung nach Thüringen zu einem Gegenbesuch ausgesprochen.

Am 7. Oktober 2022 habe die GVK gemeinsam mit ARD und ZDF in München getagt. Hauptthema der GVK sei das Sichtbarmachen der medienpädagogischen Angebote der Landesmedienanstalten gewesen. Die Medienpädagogik habe also einen sehr hohen Stellenwert.

Aufgrund der unterschiedlichen Voraussetzungen der einzelnen Landesmedienanstalten sei die Idee einer Dachmarke allerdings von der DLM abgelehnt worden. Es sollten eher starke Marken der jeweiligen Medienanstalten wie klicksafe oder FLIMMO gestärkt werden.

Die Medienräte seien herzlich zum Symposium der GVK am 04.11.2022 in Berlin eingeladen, zum Thema „Roadmap Kinder- und Jugendmedienschutz“.

Schließlich sei noch über die Novellierung der Geschäftsordnung mit verändertem Zuschnitt der Ausschüsse zu berichten. Der Medienrat habe sich in seiner konstituierenden Sitzung im Mai 2022 eine neue Geschäftsordnung gegeben. Die Notwendigkeit, eine Anpassung der Ausschussstruktur an die Veränderungen in der Medienlandschaft vorzunehmen, um ein Zeichen in Richtung Innovation und Digitalisierung zu setzen, sei aber schon früher erörtert worden. Daneben könnten Themen, die bislang in Unterausschüssen behandelt worden seien, auf die Ebene der neu zugeschnittenen Hauptausschüsse gehoben werden. Gleichzeitig bestünde die Gelegenheit, auch die organisatorischen Veränderungen in der BLM aufzugreifen. Daher habe der Vorstand des Medienrats die Geschäftsleitung der BLM zu Beginn des Jahres aufgefordert, einen Vorschlag für eine Reform der Geschäftsordnung auszuarbeiten.

Die vorgeschlagene Struktur gehe von vier gleichrangigen Ausschüssen aus und sei von einer möglichst klaren Zuordnung der einzelnen Organisationsbereiche der BLM zu einem Hauptausschuss geprägt. Auf eine Unterteilung in Haupt- und Unterausschüsse werde dem Vorschlag nach verzichtet. Zur Sicherung der Programmvielfalt gebe es zudem noch den Programmausschuss, der allerdings ein Instrument zur Vielfaltssicherung nach dem BayMG und gerade kein ständiger Ausschuss im Sinne der Geschäftsordnung des Medienrats sei.

Dieser Vorschlag sei in der letzten Amtsperiode unter anderem in einer für alle Mitglieder des Medienrats offenen Sitzung des Grundsatzausschusses am 13.04.2022 vorgestellt und diskutiert worden. Zuletzt habe sich auf Initiative des Vorsitzendenausschusses im August 2022 eine Arbeitsgemeinschaft mit einer Reform der Geschäftsordnung befasst. In dieser Sitzung sei dem Vorstand des Medienrats das Mandat erteilt worden, die allseits gewünschte Anpassung der Geschäftsordnung voranzutreiben. Aber vor allem rund um die Verortung der Themen des bisherigen beratenden Unterausschusses Medienkompetenz gebe es noch Diskussionsbedarf.

Vor diesem Hintergrund sei ein Austausch des Medienrats über die geplanten Änderungen geplant, der am 08.11.2022 um 13:30 Uhr als Videokonferenz stattfinden werde. Die reguläre Informationssitzung des Medienrats folge am 10.11.2022. Schließlich werde der Medienkompetenz-Ausschuss in einer Sondersitzung am 15.11.2022 in Präsenz zu diesem Thema tagen; die anderen Ausschüsse würden sich in ihren regulären Sitzungen im November und Dezember damit befassen.

5. Bericht des Präsidenten

Präsident Dr. Thorsten Schmiege beginnt seinen Bericht mit einem Rückblick auf die **Medientage München**. Nach zwei Jahren digitaler und hybrider Medientage sei es großartig gewesen, wieder in Präsenz zu tagen und analog auf der Nacht der Medien zu feiern. Die Medientage würden hoffentlich auch im nächsten Jahr wieder analog stattfinden.

Unter dem Motto „More relevant than ever“ hätten rund 400 Speaker, davon immerhin 43 % Frauen, über alles diskutiert, was in Medienwissenschaft und Politik wichtig sei oder noch wichtig werde. Schwerpunkte seien in diesem Jahr wieder Technologie, insbesondere Web3, sowie Aus- und Weiterbildung gewesen. Es habe kontroverse Debatten, inspirierende Keynotes und informative Präsentationen gegeben.

Mit etwa 5.000 Besucherinnen und Besuchern habe man einen Rückgang um 20 Prozent gegenüber der Zeit vor der Corona-Pandemie verzeichnet.

Festzuhalten bleibe, dass Medien in Zeiten von Krieg und Krisen relevanter denn je seien. Das habe sich wie ein roter Faden durch die Medientage gezogen. Nicht zuletzt auch angesichts der ARD-Vertrauenskrise sei die Frage zentral, wie klassische Medien verlorengewonnenes Vertrauen zurückgewinnen könnten. Auch und gerade im unverzichtbaren dualen

Rundfunksystem funktioniere dies durch mehr Kommunikation auf Augenhöhe, durch mehr Nachhaltigkeit, durch noch mehr Bereitschaft zur Kooperation.

Die Diskussion dazu sei interessant gewesen, habe aber leider ohne die Intendanten stattgefunden.

Emotionaler Höhepunkt der Medientage sei das Interview mit Wladimir Klitschko gewesen, der unmittelbar und authentisch über die wichtige Rolle der Medien gesprochen habe und darüber, wie schwierig es sei, aus einem Kriegsland zu berichten.

Dank gebühre allen Beteiligten, allen voran aber Stefan Sutor und dessen Team von der Medien.Bayern GmbH.

Folgende Medientage-Veranstaltungen seien der BLM besonders wichtig gewesen:

Die Vorstellung des **Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern**, dessen Impulsgeberin und Koordinatorin die BLM sei. Als Schirmherrin habe man die bayerische Landtagspräsidentin Ilse Aigner gewinnen können. Das Besondere am Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern sei die Überzeugung, dass der Nachhaltigkeitspakt für Medien auch bedeute, ihrer publizistischen Verantwortung nachzukommen.

Seit der Auftaktveranstaltung Anfang April im Bayerischen Landtag hätten die Gründungspartner – Amazon Prime Video Deutschland, ProSiebenSat.1, Vodafone Deutschland, der regionale Hörfunkanbieter egoFM, der Bayerische Journalistenverband, FAU und LMU sowie der Bayerischen Rundfunk – alles darangesetzt, bis zu den Medientagen Leitlinien in diesem Sinne zu entwickeln.

Diese Leitlinien seien mit einigen Gründungspartnern auf den Medientagen diskutiert worden. Dank gebühre Herrn Busch und vor allem auch Frau Prof. Haberer, welche auf dem Podium die medienethische Sichtweise vertreten habe.

Künftig würden hoffentlich noch viele weitere kleine und große Medienunternehmen dem Nachhaltigkeitspakt beitreten. Die Resonanz direkt vor Ort, beispielsweise auch von anderen Landesmedienanstalten, sei auf jeden Fall sehr erfreulich gewesen.

25 Jahre FLIMMO seien Anlass für ein Panel mit Kultusminister Prof. Dr. Michael Piazzolo gewesen, bei dem man nicht nur in die Vergangenheit, sondern vor allem auch in die Zukunft geblickt habe:

Mit der Digitalisierung seien die Herausforderungen der Medienerziehung für Familien ungleich größer geworden. Das Angebot an Bewegtbild-Inhalten sei inzwischen fast unüberschaubar. Umso wichtiger sei es, dass Eltern mit FLIMMO einen Ratgeber hätten, um aus dem Angebot Geeignetes für Kinder auszuwählen.

Der bayerische Kultusminister habe festgestellt, dass Medienkompetenz „eine Schlüsselqualifikation in der digitalen Welt“ sei. Seine Wertschätzung für FLIMMO habe sich übrigens auch schon Anfang des Monats gezeigt, als er Erstklässlerinnen und Erstklässlern der Grundschule an der Gebelestraße in München-Bogenhausen zusammen mit Vertretern der

BLM ein FLIMMO-Special zum Schulstart übergeben habe. Die Medienräte Herr Lenhart und Herr Schwägerl hätten ebenfalls an diesem Termin teilgenommen. Die Kinder hätten bei dieser Gelegenheit übrigens sehr interessante Einblicke in ihren Medienkonsum gewährt.

FLIMMO sei deshalb so erfolgreich, weil sich das Angebot seit 25 Jahren immer weiterentwickle und vom Fernsehen auch auf Streaming-Angebote ausgeweitet worden sei. Inzwischen gebe es einen Online-Ampel-Check, der ganz einfach per Klick anzeige, ob und für welche Altersgruppe sich ein TV- oder Streaming-Angebot eigne.

Anspruch und Ziel sei es, Eltern mit FLIMMO auch in Zukunft stets aktuell, praktisch und zukunftsorientiert bei der Medienerziehung zu unterstützen.

Hervorzuheben sei auch die Verleihung der **Mach Dein Radio-Stars** für Schüler-, Campus- und Jugendludios. Die mehr als 100 Einreichungen aus ganz Bayern hätten sehr gelungene Beiträge beinhaltet und sich durch eine große Bandbreite an Themen ausgezeichnet, zum Ukrainekrieg, zu Klima- und Energiethemen, aber auch zu Depression oder Drogenmissbrauch.

Die besten Beiträge seien mit einem kleinen Preisgeld ausgezeichnet worden.

Im Folgenden sei über eine Personalie zu berichten, die nicht zuletzt auch auf den Medientagen ein Thema gewesen sei: **Bert Habets werde neuer Vorstandsvorsitzender bei ProSiebenSat.1** und löse damit ab 1. November 2022 Rainer Beaujean ab, der eigentlich als Keynote-Speaker auf den Medientagen vorgesehen gewesen sei. Die von ProSiebenSat.1 Anfang Oktober kommunizierte Personalie sei umso überraschender gewesen, da Beaujeans Vertrag erst im Dezember 2021 bis Mitte 2027 verlängert worden sei.

Bert Habets sei bereits seit Mai Mitglied im Aufsichtsrat des MDax-Konzerns.

Seitens ProSiebenSat.1 sei mitgeteilt worden, dass der Großaktionär MediaForEurope (MFE) keinen Einfluss auf die Personalie genommen habe. Auch Spekulationen um Fusionen mit MFE/RTL sei eine Absage erteilt worden.

Die Vertragsauflösung sei damit begründet worden, dass der Finanzexperte Beaujean nach turbulenten Jahren im Konzern der Richtige gewesen sei, um Ruhe nach Unterföhring zu bringen. Nun aber werde ein Medienvisionär benötigt, um ProSiebenSat.1 bestmöglich für die Zukunft aufzustellen. Bert Habets sei ein solcher Visionär – gerade auch im Streaming-Bereich, in dem sich ProSiebenSat.1 neu positionieren wolle. Habets sei bei RTL längere Zeit CEO gewesen und habe das Streaminggeschäft von RTL in den Niederlanden aufgebaut.

Ende November werde sich Bert Habets bei einem Termin in der BLM mit dem Präsidenten über die zukünftige Ausrichtung von ProSiebenSat.1 austauschen.

In der letzten Medienratssitzung sei bereits über den **Abschluss des Public-Value-Verfahrens** berichtet worden, in dem die Medienanstalten nach einer öffentlichen Ausschreibung diejenigen Angebote bestimmt hätten, die in besonderem Maß zur Meinungs- und Angebotsvielfalt beitragen. Damit müssten sie künftig auf Benutzeroberflächen leicht auffindbar sein.

Nach Abschluss des aufwendigen Bestimmungsverfahrens, das federführend von der Landesanstalt für Medien NRW durchgeführt worden sei, hätten die Landesmedienanstalten nun Ende September die rechtsverbindliche **Liste der Public-Value-Angebote veröffentlicht**. Zudem sei eine Empfehlung für die Reihenfolgen-Listen zur Umsetzung durch die Anbieter von Benutzeroberflächen für Bewegtbild- und Audioangebote sowie Telemedien auf den Websites der Landesmedienanstalten veröffentlicht worden.

In Abstimmung mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk sei die gemeinsame Listung öffentlich-rechtlicher und privater Angebote festgelegt worden. Mit der Veröffentlichung sei das Bestimmungsverfahren abgeschlossen.

Über den Vorsitz im Fachausschuss Infrastruktur und Innovation koordiniere die BLM das weitere Verfahren, mit dem zeitnah bei den Anbietern von Benutzeroberflächen, Fernsehherstellern, aber zum Beispiel auch bei Automobilherstellern die Umsetzung der Public-Value-Vorgaben eingefordert werde.

Die umfangreichen Listen und Listungen von Public-Value-Angeboten seien nicht zuletzt Ausdruck der Qualität der bayerischen Anbieter, was auch die zahlreichen **Preisverleihungen** im Herbst belegten:

Bei der Verleihung des Deutschen Radiopreises Anfang September habe sich der Lokalsender egoFM in der Kategorie „Bestes Informationsformat“ gegen öffentlich-rechtliche Konkurrenz durchgesetzt. Auch die „Beste Radioaktion“ sei aus Bayern gekommen: Radio Gong 96.3 habe mit einer Programmaktion für ukrainische Familien gewonnen.

Im Rahmen des Deutschen Fernsehpreises seien Mitte September sieben Preise an private Anbieter mit Sitz am Medienstandort Bayern vergeben worden.

Ganz frisch sei noch die Erinnerung an den Blauen Panther – TV und Streaming Award, der im Rahmen der Medientage erstmals verliehen worden sei, und zwar an vier Preisträger aus Bayern mit spannenden und unterhaltsamen Produktionen. Dieser Award sei von der Medien.Bayern GmbH organisiert worden und mit großen Erwartungen verbunden gewesen. Die Premiere dieses neuen Veranstaltungsformats sei sehr gelungen, frisch und neu gewesen, und die Erweiterung auf Streaming-Produktionen und Web-Creator-Formate stelle eine wichtige Weiterentwicklung des Bayerischen Fernsehpreises dar.

Erfreuliche Nachrichten habe es Anfang Oktober vom Bundesgerichtshof gegeben, der die Nichtzulassungsbeschwerde in Sachen **Camp TV - BLM** abgewiesen und damit eine Entscheidung des Oberlandesgerichts München bestätigt habe. Damit habe eine der aufwen-

digsten Rechtsstreitigkeiten der Landeszentrale nach vielen Jahren ein gutes Ende gefunden. Die Rückstellung für etwaige Entschädigungszahlungen könne nun aus dem Wirtschaftsplan genommen werden.

Auch vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion um **Compliance** im Zusammenhang mit der Krise bei den Öffentlich-Rechtlichen habe die BLM auch die eigenen Compliance-Vorschriften überprüft.

Beim Umgang mit Beitragsmitteln würden bei der BLM strengste Maßstäbe in Sachen Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit gelten. Diskussionen darüber, wie viele Fahrer einem Direktor zustünden, gebe es bei der BLM schon allein deshalb nicht, weil die Fahrer schon vor Jahren abgeschafft worden seien.

Dennoch sei Compliance ein Prozess, der nie abgeschlossen sei. Man müsse sich ständig hinterfragen. Schon der Anschein einer Beeinflussbarkeit oder fehlenden Objektivität sei zu vermeiden. Hierfür sei eine hohe Sensibilität aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr wichtig.

Es sei nur eine Frage der Zeit, bis sich der Blick auch auf die Landesmedienanstalten richten werde. Doch die BLM sei gut und transparent aufgestellt. Dies gelte auch für die Gremien: Der Medienrat habe sich einen Verhaltenskodex gegeben, der an einigen Stellen möglicherweise etwas abstrakt und unkonkret wirke. Aber er habe sich gerade im Fall von Interessenskonflikten bewährt, weil er auch gelebt werde.

Dennoch müsse man sich aufgrund der Finanzierung durch öffentliche Gelder der Außenwirkung bewusst sein. Auch rechtlich noch Erlaubtes könne politische Wellen schlagen. Sofern vom Medienrat gewünscht, könnte der Verhaltenskodex unter diesem Gesichtspunkt noch einmal überprüft und könnten gegebenenfalls Konkretisierungsvorschläge erarbeitet werden.

Abschließend sei noch auf einen wichtigen Termin ein paar Tage vor Beginn der Medientage zurückzublicken:

Ministerpräsident Dr. Markus Söder habe es sich nicht nehmen lassen, gemeinsam mit dem Präsidenten der BLM im Juli die **millionste Urkunde des Medienführerscheins Bayern** am Münchner Wilhelm-Hausenstein-Gymnasium zu überreichen.

Staatsminister Dr. Florian Herrmann habe aus dem gleichen Anlass am 13. Oktober über 100 pädagogische Fachkräfte sowie Expertinnen und Experten aus ganz Bayern in die Münchner Residenz eingeladen.

Dort habe es Gelegenheit gegeben, auf zwölf sehr erfolgreiche Jahre des Medienführerscheins zurückzublicken und sich in vier Gesprächsrunden unter anderem mit Kultusminister Prof. Dr. Michael Piazolo, Sozialministerin Ulrike Scharf und Landtagspräsidentin Ilse Aigner darüber auszutauschen, wie es weitergehe. Die Sozialministerin habe beispielsweise skizziert, wie wichtig Medienkompetenz auch in der außerschulischen Arbeit sei.

Der praxisbezogene und spielerische Ansatz des Medienführerscheins Bayern sei das Geheimnis seines Erfolges. Für Staatsminister Dr. Florian Herrmann stehe außer Frage, dass die Initiative fortgesetzt werden und dankenswerterweise weiter durch die Staatsregierung gefördert werden sollte.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger dankt für den ausführlichen Bericht und merkt an, dass der im Vergleich zu den Vorjahren deutlich höhere Frauenanteil auf den Medientagen durchaus positiv wahrgenommen worden sei.

Der Sommer sei für die BLM sehr erfolgreich gewesen, nicht nur in punkto Medientage, sondern auch in Bezug auf den Nachhaltigkeitspakt, den Medienführerschein, FLIMMO, hinsichtlich der vielen Preise für bayerische Programmanbieter und des Blauen Panthers sowie angesichts des beigelegten Rechtsstreits mit Campus TV. Diese Nachricht werde auch den vormaligen Justiziar der BLM, Herrn Bornemann, sehr freuen, der die Gremien der BLM wiederholt über diese Angelegenheit informiert habe.

Der Verhaltenskodex sollte nochmals überprüft werden. Compliance-Regeln müssten gelebt werden, und dazu müsse man diese vor allem genau kennen. Eine Evaluation derselben könne nicht schaden, auch wenn der Medienrat eines der wenigen Aufsichtsgremien unter den Landesmedienanstalten sei, das sich einen Verhaltenskodex gegeben habe. Freilich sei dieser bei seiner Einführung auch dringend nötig gewesen.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede stellt fest, der Medienrat sei auch eines der wenigen Aufsichtsgremien, die öffentlich tagten, und lege besonders viel Wert auf Transparenz, weshalb die Sitzungen während der Corona-Pandemie gestreamt worden seien. Der Rundfunkrat des BR habe sich erst nach langer Zeit durchgerungen, auch einmal eine Sitzung zu streamen. Die Herstellung von Öffentlichkeit und Transparenz sei ein wichtiger Bestandteil von Compliance.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger ergänzt, der Medienrat sei ein Spiegelbild der Gesellschaft und sollte auch deswegen nicht im stillen Kämmerlein tagen.

Michael Busch merkt zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern an, dieser stütze sich auf eine ungewöhnliche, aber definitiv nicht unheilige Allianz. Große Kooperationspartner wie beispielsweise Amazon und Vodafone hätten natürlich ganz andere Interessen und manchmal auch Ideen bezüglich der Nachhaltigkeit als zum Beispiel das Lokalradio egoFM oder der Bayerische Rundfunk.

Ausdrücklich danken wolle er, Herr Busch, bei dieser Gelegenheit auch Frau Schmieder und Herrn Dr. Hacker. Nach einem ambitionierten Start bei einem ersten Treffen im Bayerischen Landtag hätten Herr Dr. Hacker und Frau Schmieder den Input sehr gekonnt in Bahnen gelenkt und vermutlich viele Stunden damit verbracht, alle Ideen, Wünsche und Vorstellungen zu sortieren und diesen gerecht zu werden.

Zu danken sei auch Josef Häckler, der den Werbeclip erstellt habe und dafür durch halb Bayern gereist sei.

Da Compliance bzw. der Verhaltenskodex Gegenstand der Berichterstattung gewesen sei, wolle er, Herr Busch, schon an dieser Stelle darauf hinweisen, dass er bei Aufruf von TOP 8 den Sitzungssaal verlassen werde, weil dieser einen seiner Arbeitgeber betreffe.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt fest, dass es keine weiteren Anmerkungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe.

6. Jahresabschluss 2021 – Entwurf Geschäftsbericht 2021

Roland Richter, Vorsitzender des Verwaltungsrats, stellt fest, dass die Landeszentrale das Geschäftsjahr 2021 mit einem Jahresüberschuss von 2,320 Mio. Euro gegenüber einem Jahresüberschuss von 1,113 Mio. Euro im Vorjahr abschlieÙe.

Zu ausgewählten Themen des Jahresabschlusses 2021 seien folgende Anmerkungen zu machen:

Der Jahresüberschuss 2021 werde in voller Höhe den zweckgebundenen Rücklagen zugeführt.

Die Bilanzsumme sei im Vergleich zum Vorjahr um 3,65 Mio. Euro angestiegen.

Auf der Aktivseite stehe dem Rückgang des Anlagevermögens um 1 Mio. Euro ein Anstieg des Umlaufvermögens um 4,6 Mio. Euro gegenüber.

Der Rückgang des Anlagevermögens entfalle u. a. mit 655.000 Euro auf die Tilgung des in den Finanzanlagen ausgewiesenen Darlehens an die Bayerische Medientechnik GmbH über ursprünglich 4 Mio. Euro.

Im Umlaufvermögen seien insbesondere die flüssigen Mittel um 4,6 Mio. Euro angestiegen.

In der Zunahme der flüssigen Mittel spiegele sich auch der Liquiditätszufluss aus der Tilgung des oben erwähnten Darlehens an die Bayerische Medientechnik GmbH wider.

Auf der Passivseite sei das anstaltseigene Kapital infolge des Jahresüberschusses um 2,3 Mio. Euro auf 27,8 Mio. Euro angestiegen.

Dem Anstieg der Pensionsrückstellungen um 861.000 Euro und dem Rückgang der sonstigen Rückstellungen um 122.000 Euro stünden stichtagsbedingt höhere Verbindlichkeiten um 598.000 Euro gegenüber.

Die Pensionsrückstellungen würden 10,5 Mio. Euro betragen und stellten 25,1 % der Bilanzsumme dar. Im Vorjahr seien es 25,2 % gewesen.

Der handelsrechtlich vorgeschriebene Abzinsungssatz werde zum jeweiligen Bilanzstichtag als Durchschnittswert von der Bundesbank ermittelt und veröffentlicht. Der Abzinsungssatz

habe zum 31.12.2021 nur noch 1,87 % gegenüber 2,30 % im Vorjahr betragen, sei also deutlich vermindert gewesen. Je tiefer der Zinssatz sei, umso höher fielen die Pensionsrückstellungen aus, was mit erheblichen Ergebnisbelastungen verbunden sei.

Der Anstieg der Pensionsrückstellungen um 861.000 Euro sei neben dem Zinseffekt auch auf die Anpassung an einen erhöhten Rententrend bei der gesetzlichen Rentenversicherung auf 2 % zurückzuführen.

Die sonstigen Rückstellungen seien um 122.000 Euro auf 1,8 Mio. Euro gesunken. Der Rückgang entfalle mit 42.000 Euro auf die Auflösung der Rückstellungen für ausstehende Rechnungen sowie mit 165.000 Euro auf die Auflösung der Rückstellungen für Projektkosten. Hierbei handle es sich um Maßnahmen zur Förderung der technischen Infrastruktur, welche in diesem Jahr endabgerechnet worden seien.

Die Erträge der BLM hätten sich um 164.000 Euro auf 45 Mio. Euro verringert.

Der Anteil am Rundfunkbeitrag habe im Geschäftsjahr 24,3 Mio. Euro betragen.

Die Fördermittel des Freistaats Bayern gemäß Artikel 23 BayMG hätten sich auf 12,4 Mio. Euro belaufen, gegenüber 11,5 Mio. Euro im Vorjahr.

In diesem Zusammenhang sei darauf hinzuweisen, dass der Eigenanteil der BLM an der Förderung gemäß Artikel 23 BayMG im Berichtsjahr bei 1,6 Mio. Euro gelegen habe.

Der Personalaufwand für Vollzeitkräfte und für die befristet eingestellten studentischen Teilzeitkräfte habe in 2021 insgesamt 9,2 Mio. Euro betragen und sei damit um 0,3 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert gelegen. Dies beruhe im Wesentlichen darauf, dass Nachbesetzungen von frei gewordenen Planstellen nicht im Geschäftsjahr erfolgt seien.

Dabei seien die Gehälter um 650.000 Euro und die gesetzlichen Sozialabgaben um 80.000 Euro gesunken. Die Aufwendungen für Altersversorgung hätten sich um 440.000 Euro erhöht.

Die BLM habe in 2021 im Jahresdurchschnitt ein Stammpersonal von 96 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beschäftigt.

Die Fördermaßnahmen mit einem Volumen von 14,7 Mio. Euro hätten um 2,6 Mio. Euro unter dem Vorjahresniveau gelegen. Hier sei die Förderung für technische Infrastruktur um 2,127 Mio. Euro reduziert worden. Dies habe insbesondere an den wesentlich geringeren an die Anbieter ausbezahlten Corona-Hilfen im Jahr 2021 gelegen.

Die Zinsaufwendungen lägen um 85.000 Euro über dem Vorjahreswert und beträfen fast ausschließlich den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung.

Weitere Einzelheiten könnten dem Finanzteil des Geschäftsberichts 2021 entnommen werden.

Der Verwaltungsrat habe in seiner Sitzung am 10.10.2022 den Jahresabschluss 2021 beraten und beschlossen. Aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Mazars

GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Steuerberatungsgesellschaft, Hamburg, Zweigniederlassung München, habe der Verwaltungsrat der Geschäftsführung der Landeszentrale die Entlastung erteilt.

Der Verwaltungsrat habe in seiner Sitzung am 10.10.2022 dem Medienrat empfohlen, dem Jahresabschluss 2021 die Zustimmung zu erteilen.

Abschließend bittet der Verwaltungsratsvorsitzende den Präsidenten, Herrn Sutor und dessen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von der Medien.Bayern GmbH im Namen des Verwaltungsrates herzlich für die sehr gelungenen Medientage zu danken. Das für die Medientage investierte Geld sei sehr gut angelegt.

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, erklärt, dass sich der Grundsatzausschuss in seiner Sitzung am 11. Oktober 2022 aufgabengemäß mit dem Jahresabschluss 2021 befasst habe und sich dem Bericht des Verwaltungsratsvorsitzenden vollinhaltlich anschließe.

Ergänzend sei Folgendes anzumerken:

Der den Sitzungsunterlagen beiliegende Geschäftsbericht 2021 gebe auf 179 Seiten Einblick in die Aufgabenerfüllung der BLM. Die von Herrn Richter vorgetragene Zahlen fänden sich ab Seite 138.

Er, Herr Dr. Kuhn, betone den Geschäftsbericht auch deshalb, weil ein Jahresüberschuss von 2,3 Mio. Euro auf den ersten Blick nicht positiv sei. Schließlich sei die BLM nicht zur Überschusserzielung da, sondern zur Aufgabenerfüllung. Da die Aufgaben aber erfüllt worden seien, sei ein Überschuss natürlich besser als ein Defizit. Außerdem fließe der Überschuss in die Rücklage und trage dazu bei, dass in den kommenden Jahren noch mehr Aufgaben erfüllt werden könnten.

Der Anteil der Personalkosten betrage 21,5 % und spiegele die Effektivität der Aufgabenerfüllung. Personalkosten seien am schwersten zu steuern und zu reduzieren. Je geringer der Anteil der Personalkosten sei, desto flexibler sei die Haushaltsplanung. Angesichts der im Geschäftsbericht 2021 dokumentierten Aufgaben der BLM als Anstalt des öffentlichen Rechts sei ein Personalkostenanteil von 21,5 % ein sehr guter Wert. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebühre großer Dank für ihre hervorragende Arbeit.

Dank gebühre auch dem Freistaat Bayern für dessen Fördermittel. Diese seien auf 12,42 Mio. Euro gestiegen, gegenüber 11,54 Mio. Euro im Vorjahr. Gefördert würden die technische Verbreitung sowie die Herstellung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten. Dies ermögliche eine einzigartige Vielfalt der lokalen Fernsehprogramme in Bayern.

Insgesamt zeige der Jahresüberschuss, dass trotz einiger coronabedingter Sondereffekte, welche die Planung beeinträchtigt hätten, wirtschaftlich und sparsam gearbeitet worden sei.

Der Grundsatzausschuss habe einstimmig beschlossen, dem Medienrat die Zustimmung zum Jahresabschluss 2021 zu empfehlen.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger schließt sich dem Hinweis von Herrn Dr. Kuhn auf den Geschäftsbericht an, der umfänglich über die Aktivitäten der BLM informiere, und stellt fest, dass es keine Fragen oder weitere Anmerkungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe.

Beschluss:

Dem Jahresabschluss 2021 wird die Zustimmung erteilt.

(einstimmig)

7. Erlass von Satzungen und Richtlinien:

7.1 Änderung der Satzung zur Erhebung von Kosten im Bereich der Aufsicht über bundesweit ausgerichtete Medien (Kostensatzung)

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, erläutert, dass die Landesmedienanstalten übereinstimmende Satzungen zur Erhebung von Kosten im Bereich der Aufsicht über bundesweit ausgerichtete Medien erlassen hätten. Auch Änderungen dieser Kostensatzung könnten nur übereinstimmend beschlossen werden.

Kern der vorgeschlagenen Änderung sei Folgendes: Die Gebühren, die erhoben werden dürften, ergäben sich aus dem Gebührenverzeichnis der Kostensatzung. Bislang seien darin keine Gebühren für die Position „Entgegennahme einer Anzeige des Betriebs einer Medienplattform oder Benutzeroberfläche“ vorgesehen gewesen. Nun habe sich herausgestellt, dass im Einzelfall mit der Entgegennahme einer Anzeige weiterer Prüfaufwand verbunden sei, sodass die Erhebung von Gebühren veranlasst sei.

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten habe daraufhin eine Anpassung des Gebührentatbestands und einen Gebührenrahmen von 100 bis 1.000 Euro beschlossen.

Der Verwaltungsrat, der für die entsprechende Änderung der Kostensatzung zuständig sei, habe am 10.10.2022 seine Zustimmung erteilt. Der Grundsatzausschuss habe den Vorgang in seiner Sitzung am 11.10.2022 erörtert und empfehle dem Medienrat, der vorliegenden Änderung der Kostensatzung zuzustimmen.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt fest, dass es keine Nachfragen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe.

Beschluss:

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Grundsatzausschusses vom 11.10.2022

(einstimmig)

8. Änderung von Kapazitätszuweisungen:

8.1 Anpassung von DAB-Kapazitäten im DAB-Netz Oberfranken 10B

(Medienrat Michael Busch nimmt aufgrund der Compliance-Regeln nicht an der Beratung und Beschlussfassung zu diesem Tagesordnungspunkt teil.)

Dr. Roland Gertz, Vorsitzender des Hörfunkausschusses, berichtet, dass es vorliegend um eine Erhöhung der DAB-Kapazitäten in Oberfranken für die Programme „Radio Bamberg“, „RadioEINS“, „Radio Mainwelle“ und „Radio Plassenburg“ gehe.

Bisher sei für jedes der genannten Angebote eine DAB-Kapazität von 48 CU zugewiesen. Bis zum 31.12.2024 solle die DAB-Kapazität auf 54 CU erhöht werden. Damit werde die Klasse „erwünschte Qualität“ bei der Audioqualität erreicht.

Diese Kapazitätserhöhung werde möglich, weil der BR der BLM bis Ende 2024 zunächst im Rahmen eines Pilotprojekts zusätzliche Kapazität zur Verfügung gestellt habe.

Nach Abschluss des Pilotprojekts sollten alle oberfränkischen Programme dauerhaft eine DAB-Kapazität von 54 CU nutzen können.

Alle Anbieter hätten im August 2022 einen Antrag auf Erhöhung der CU gestellt.

Mit der Anpassung der DAB-Kapazitäten im DAB-Netz Oberfranken werde für alle organisierten Stereo-Musik-Programme der Landeszentrale eine Mindestdatenrate in Höhe von 72 kbit/s erreicht.

Der Hörfunkausschuss gebe dem Medienrat die Beschlussempfehlung auf Seite 1 der Vorlage.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger verweist hinsichtlich der technischen Details auf die ausführliche Unterlage zu diesem Tagesordnungspunkt und stellt fest, dass es diesbezüglich keine Nachfragen gebe.

Beschluss:

**Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Hörfunkausschusses vom
06.10.2022**

(einstimmig)

9. Ernennung des Medienbeauftragten für den Datenschutz

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger führt aus, dass Herr Andreas Gummer 2018 erstmalig zum Medienbeauftragten für den Datenschutz bestellt worden sei. In dieser Funktion sei er die zuständige Aufsicht für die Landeszentrale, für die mit ihr verbundenen Unternehmen und für die privaten Rundfunkanbieter in Bayern.

Die vierjährige Amtszeit von Herrn Andreas Gummer ende zum 30.11.2022.

Der Medienrat habe daher mit Zustimmung des Verwaltungsrats die Ernennung eines oder einer Medienbeauftragten für den Datenschutz für eine weitere Amtszeit vorzunehmen. Eine dreimalige Wiederbenennung sei hierbei möglich.

Den Vorgaben der Geschäftsordnung entsprechend habe Herr Keilbart als Medienratsvorsitzender das Ernennungsverfahren eingeleitet: Mit Schreiben vom 31.08.2022 sei der Präsident der Landeszentrale aufgefordert worden, innerhalb einer Frist von vier Wochen einen Vorschlag für die Ernennung eines oder einer geeigneten Medienbeauftragten für den Datenschutz für den Zeitraum vom 01.12.2022 bis 30.11.2026 einzubringen. Auch die Mitglieder des Medienrats seien hierüber informiert und auf die Frist zur Einreichung von Vorschlägen am 31.08.2022 hingewiesen worden.

Mit Schreiben vom 23.09.2022 habe der Präsident Herr Andreas Gummer zur Wiederbenennung vorgeschlagen.

Auch aus dem Kreis der Medienräte hätten sich zwei Mitglieder ausdrücklich für die Wiederbenennung von Herrn Gummer ausgesprochen. Alternative Vorschläge seien nicht eingegangen.

Der Präsident habe, wie erbeten, die fachliche und persönliche Eignung von Herrn Gummer dargelegt, von der sich der Medienrat in der Vergangenheit überzeugt habe sowie auch in der heutigen Sitzung bei der noch ausstehenden Vorstellung seines aktuellen Tätigkeitsberichts erneut überzeugen könne.

Herr Gummer habe zudem erklärt, für das Amt weiterhin zur Verfügung zu stehen.

Der Grundsatzausschuss sei in seiner Sitzung am 11.10.2022 über den aktuellen Verfahrensstand informiert worden.

Die Ernennung des Medienbeauftragten für den Datenschutz erfolge laut Geschäftsordnung per Akklamation, sofern kein Mitglied des Medienrats der Ernennung durch Akklamation widerspreche. Bei Widerspruch werde eine geheime schriftliche Abstimmung durchgeführt. Die Ernennung sei erfolgt, wenn der Vorgeschlagene mehr als die Hälfte der Stimmen der anwesenden Mitglieder erhalte.

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, würdigt Herrn Gummer als ausgesprochen sachkundigen und engagierten Mediendatenbeauftragten, der zweckmäßige Lösungen suche und Datenschutz nicht als Kampfsportart betreibe.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt fest, dass sich gegen die Ernennung des Medienbeauftragten für den Datenschutz per Akklamation kein Widerspruch erhebt und bittet darum, einer erneuten Ernennung von Herrn Gummer mit einem Handzeichen zuzustimmen.

Beschluss:

Der Medienrat stimmt der Wiederernennung von Herrn Andreas Gummer zum Medienbeauftragten für den Datenschutz zu.

(einstimmig)

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger stellt fest, dass Herr Gummer damit ab dem 01.12.2022 seitens des Medienrats für weitere vier Jahre zum Medienbeauftragten für den Datenschutz ernannt worden sei.

Die Vorsitzende gratuliert Herrn Gummer sehr herzlich zu seiner Wiederernennung und wünscht viel Erfolg für die Fortsetzung seiner verantwortungsvollen Aufgabe.

Um wirksam zu werden, bedürfe die Ernennung noch der Zustimmung des Verwaltungsrats, der sich am 21.11.2022 mit dem Vorgang befassen werde.

**10. Tätigkeitsbericht des Medienbeauftragten für den Datenschutz
(Berichtszeitraum: Kalenderjahr 2021)**

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, schickt voraus, er empfehle dem Medienrat die Lektüre des umfassenden Tätigkeitsberichts von Herrn Gummer.

Der erste Teil des Berichtes beschreibe das Gesamtumfeld des Mediendatenschutzes. Das Rechtsgebiet sei sehr stark europäisch geprägt und lebe davon, dass die Dogmatik des Datenschutzes in den USA und in Europa sehr verschieden sei. Beim internationalen Datenaustausch müssten die Regelungssysteme aber insgesamt ineinandergreifen.

Im zweiten Teil des Berichts werde die tagtägliche Arbeit dargestellt: Dabei handle es sich um Anfragen zu Kontrollanregungen, aber auch um gemeldete Datenpannen der Anbieter, von denen es zum Glück nur relativ wenige gegeben habe. Insgesamt seien auf gleichbleibend hohem Niveau im Jahr 2021 159 neue Fälle zu bearbeiten gewesen. Außerdem seien noch 18 Fälle aus dem Vorjahr erledigt worden.

Inhaltlich reiche das Spektrum von den regelmäßig vorkommenden einfachen Auskunftsverlangen über den Einsatz von Consent- und Tracking Tools bis zur bewussten Veränderung von Finanzdaten und Fällen der Cyberkriminalität.

In einem letzten Teil schildere der Bericht noch, in welchen nationalen Gremien und Arbeitsgemeinschaften der Medienbeauftragte für den Datenschutz mitwirke.

Der Grundsatzausschuss habe den vorliegenden dritten Tätigkeitsbericht des Medienbeauftragten für den Datenschutz bei der Landeszentrale mit dem Medienbeauftragten beraten und anschließend zustimmend zur Kenntnis genommen.

Andreas Gummer, Medienbeauftragter für den Datenschutz, skizziert zunächst seine besondere Stellung im Gefüge der BLM: Der Mediendatenbeauftragte sei einerseits Teil der

Landeszentrale, andererseits eine Aufsichtsbehörde nach DSGVO. Der Mediendatenbeauftragte habe alle in der DSGVO für Datenschutzaufsichtsbehörden vorgesehenen Zuständigkeiten und Befugnisse, wenn auch gegenüber der Landeszentrale etwas eingeschränkt; dafür habe er als rundfunkrechtliche Datenschutzaufsicht gewisse erweiterte Kompetenzen.

Letztlich handle es sich um eine zwar auf den Sektor Rundfunk beschränkte Aufsichtsbehörde, die sich aber ansonsten von anderen Aufsichtsbehörden wie Landes- und Bundesbeauftragten für den Datenschutz oder Aufsichtsbehörden in anderen EU-Mitgliedstaaten nicht unterscheide.

Da seine Aufsichtsbehörde aber deutlich kleiner sei als die der genannten Kollegen, spiele die Zusammenarbeit mit diesen und deren über die eigenen Möglichkeiten deutlich hinausgehenden Möglichkeiten eine erhebliche Rolle. Denn das Datenschutzrecht sei erstaunlich vielfältig.

Im Grundsatzausschuss habe er, Herr Gummer, auf die 26 Arbeitskreise der staatlichen Kollegen hingewiesen, von denen jeweils die Hälfte inhaltlich auch die Tätigkeitsbereiche des Medienbeauftragten für den Datenschutz berührten. Die Arbeitskreise Technik, Werbung, internationaler Datentransfer oder Medienkompetenz hätten erhebliche Anknüpfungspunkte. Aus Kapazitätsgründen beschränke man sich aber bisher auf den besonders wichtigen Arbeitskreis Medien und dessen Unterarbeitsgruppen, die zusammen mit den beiden Taskforces auf europäischer Ebene, in denen man wegen der unmittelbaren Betroffenheit ebenfalls vertreten sei, die zwei den Medienbeauftragten für den Datenschutz zentral betreffenden Themen abdeckten.

Eines davon sei der Datentransfer über den europäischen Rechtsraum hinaus in andere Länder der Welt, der nur zulässig sei, sofern dort zum Schutz der Grundrechte der betroffenen Bürger ein jedenfalls im Wesentlichen vergleichbares Datenschutzniveau vorherrsche. Dies habe der Europäische Gerichtshof in zwei Entscheidungen seit 2015 sogar für die USA verneint, was deutliche Restriktionen für die Zusammenarbeit mit amerikanischen Unternehmen, aber auch für den Einsatz amerikanischer Software-Produkte mit sich bringe. Dies gelte insbesondere für die häufig eingesetzten Produkte von Google und Facebook.

Trotz aller Hilfestellungen des Europäischen Datenschutzausschusses und der EU-Kommission, die dazu Entsprechendes veröffentlicht hätten, lasse sich das erforderliche Ziel häufig nur schwer erreichen, weil hierfür vereinbart werden müsste, dass für US-amerikanische Unternehmen in den USA US-amerikanisches Recht nicht gelte. Dies funktioniere in der Regel nicht. Möglich sei nur eine Verschlüsselung der Daten für den amerikanischen Zugriffsbereich.

Das zweite bedeutsame Thema sei der Privatheitsschutz bei der Onlinenutzung. Im Mittelpunkt dieser Problematik stehe das zum Ende des Jahres 2021 geschaffene TTDSG, das Regeln des Privatheitsschutzes mit denen des Datenschutzes und den Vorgaben des Telemediengesetzes zusammenbringe, das vormals die Rechtsgrundlage für den Datenschutz

beim Rundfunk gewesen sei. Um diesen Rechtsübergang sachgemäß begleiten zu können, habe die Datenschutzkonferenz eine Arbeitsgruppe eingerichtet, an der auch der Medienbeauftragte für den Datenschutz bei der BLM beteiligt gewesen sei und die Sichtweise des Rundfunks eingebracht habe. Die Arbeitsgruppe habe sich im zweiten Halbjahr 2021 sehr häufig getroffen, um Konkretisierungen und Hilfestellungen zur Umsetzung der gesetzlichen Regeln in die Praxis zu geben.

Da das TTDSG erst zum 01.12.2021 in Kraft getreten sei und die darauf aufbauende Orientierungshilfe noch später, würden die Umsetzungsmaßnahmen einschließlich der Workshops für Anbieter Gegenstand des nächsten Tätigkeitsberichts für das Jahr 2022 sein.

Die besondere Bedeutung der neuen Regeln liege darin, dass danach die Erfassung von Daten aus der Nutzung von Online-Angeboten in der Regel nur mit einer wirksamen Einwilligung des Betroffenen zulässig sei. Dies setze die Freiwilligkeit der Einwilligung voraus, die in der Regel so nicht gegeben sei. Denn in der Praxis werde man bei der Nutzung von Internetseiten oft mit den Einwilligungsprozessen konfrontiert. Details würden aktuell im Rahmen der anderen, eingangs erwähnten Taskforces verhandelt.

Der Europäische Datenschutzausschuss werde in der übernächsten Woche ein paar Entscheidungen treffen. Dieser sei im Rahmen der DSGVO in die Europäischen Verträge eingebaut worden und nun in Europa gewissermaßen die Top-Ebene der Aufsicht.

Gerade die Nutzungsdaten würden häufig für die gängigen Formen der Onlinevermarktung von Werbeflächen vorausgesetzt, was auch für große Anbieter, wenn sie sich rechtskonform verhalten wollten, erhebliche Schwierigkeiten bei der Onlinevermarktung mit sich bringe. Häufig sei diese aber die einzige nennenswerte Refinanzierungsquelle. Ohne Refinanzierung gebe es keine Inhalte. Finanzierungsfragen entschieden darüber, ob Inhalte angeboten würden oder nicht.

Finanzierungsfragen seien für den Rundfunk daher von besonderer Bedeutung und stünden unter einem besonderen verfassungsrechtlichen Schutz. Denn die verfassungsrechtlichen Vorgaben zielten auf eine möglichst große Vielfalt von Angeboten und enthielten entsprechende Vorgaben sogar für den Gesetzgeber.

Diese Vorgaben bedürften daher besonderer Beachtung, die ihnen in der allgemeinen Datenschutzanwendung in der Regel nicht zuteilwerde. In dieser Situation sei ein besonderes Verständnis für die Bedeutung des Rundfunks notwendig. Ein solches sei außerhalb des Rundfunks aber selten vorhanden.

Der Medienbeauftragte für den Datenschutz bei der BLM bemühe sich, die besondere Rolle des Rundfunks in die Diskussion einzubringen.

Neben diesen großen Aufgaben gebe es auch das Tagesgeschäft, welches den Hauptteil der Arbeit ausmache und aus Anfragen, Beschwerden, Meldungen von Datenpannen und dergleichen bestehe. Doch auch alltäglich erscheinende und gelegentlich als bürokratisch

empfundene datenschutzrechtliche Anforderungen hätten durchaus ihren Sinn und ihre Berechtigung, wie folgendes Beispiel zeige:

Die vom Gesetz vorgesehene verpflichtende Meldung von Datenpannen bei der Datenschutzaufsicht, die für die Verantwortlichen natürlich unangenehm sei, gehöre in diese Kategorie. Die Anlässe erschienen zunächst belanglos, berührten aber mit Vertrags- und Bankdaten auch bedeutsame Bereiche, bis hin zum Identitätsdiebstahl. Im Rahmen der Prüfung von Datenpannen, die jeweils jede für sich als bedauerlicher Einzelfall dargestellt worden seien, sei eine wachsende Anzahl gleichgelagerter Fälle aufgefallen, die eine zufällige Entstehung als zunehmend unwahrscheinlich habe erscheinen lassen. Nachfragen beim Verantwortlichen und die Aufforderung, dem genannten Verdacht nachzugehen, hätten zur Aufdeckung einer ganzen Serie von Betrugsfällen geführt.

Die Anzahl der vermutlich involvierten Mitarbeiter des betreffenden Dienstleisters habe sich so sehr ausgeweitet, dass dessen Vertrag gekündigt worden sei. Die Anzahl der betroffenen Kunden bewege sich im vierstelligen Bereich. Abschließende Feststellungen seien noch nicht möglich, da die Untersuchungen sowie die zivil- und strafrechtlichen Verfahren noch andauerten.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger dankt für den Bericht und merkt an, das von Herrn Gummer angeführte Beispiel zeige die Notwendigkeit von Datenschutzbeauftragten. Nutzerinnen und Nutzer seien darauf angewiesen, dass solchen Betrugsfällen nachgegangen werde.

Thomas Rebensburg weist darauf hin, dass Nutzerinnen und Nutzer zunehmend vor die Wahl zwischen dem Abschluss eines Abonnements oder der Freigabe ihrer Daten gestellt würden.

Andreas Gummer, Medienbeauftragter für den Datenschutz, erläutert, die Grundproblematik sei vergleichbar derjenigen, die auftrete, wenn im Fernsehen Inhalte in das Pay-TV abwanderten. Soweit es insgesamt für zulässig gehalten werde, dass Inhalte nur gegen eine entsprechende Bezahlung angeboten würden, lasse sich dagegen nichts unternehmen. Die Anbieter der Inhalte würden in aller Regel eine Alternative für die Art und Weise der Bezahlung anbieten: Nutzer könnten entweder mit den von ihnen hinterlassenen Daten bezahlen, was dem Anbieter dann die Möglichkeit biete, sich über höhere Werbeeinnahmen zu refinanzieren, oder über die Entrichtung eines Nutzungsentgelts.

Da die betreffenden Angebote in der Regel von Medienhäusern kämen, die Zeitungen und Zeitschriften publizierten und gewohnt seien, diese nicht zu verschenken, sondern zu verkaufen, sei dies kein fernliegendes Konstrukt.

Die Schwierigkeit für den Datenschutz bestehe darin, beim Bezahlen mit Daten noch die Datenschutzregeln zur Geltung zu bringen, also die Freiwilligkeit der Einwilligung.

Neben der Freiwilligkeit der Einwilligung beschäftige den Datenschutz auch die Frage, wie der Umgang mit den Daten nach der Entscheidung des Nutzers geregelt werde: Zahle der Nutzer ein Entgelt für die zur Verfügung gestellten Inhalte, müsse er die Abschöpfung seiner Daten ablehnen können. Es gehe also um die inhaltliche Ausgestaltung des Abo-Modells. Als Abonnent müsse man sich in der Regel einloggen. Die dadurch beim Anbieter generierten Daten dürften nicht weitergegeben werden.

Thomas Rebensburg erwidert, ihm sei klar, dass die Nutzung von Inhalten nicht kostenlos sein könne. Aber wenn er die Bezahlung mit Daten akzeptiere, habe er keinen Überblick, welche Daten er freigebe.

Andreas Gummer, Medienbeauftragter für den Datenschutz, erklärt, für die Variante, die Nutzung von Inhalten mit der Freigabe persönlicher Daten zu bezahlen, gelte das ganz normale Datenschutzrecht, das die Einwilligung des Nutzers verlange. Folglich müssten Nutzer zunächst darüber informiert werden, welche Daten zu welchen Zwecken erhoben und später verwendet würden. Diese Information müsse im Einwilligungsprozess frühzeitig offeriert werden und finde sich in Datenschutzerklärungen wieder. Diese seien aber meist sehr umfangreich und unverständlich formuliert und erforderten einen Leseaufwand, den kaum jemand aufbringen wolle, sodass es am Schluss an der Transparenz der Information mangele.

Gegen diese Intransparenz wende er sich, seit er sich um den Datenschutz kümmere. Die Informationen müssten in einer vertretbaren Kürze vermittelt werden, die ein normaler Nutzer noch geneigt sei wahrzunehmen. Die Informationen zum Datenschutz ließen sich auch auf einer halben Seite unterbringen statt auf 30, 40 oder gar 100 Seiten. Sie wären dann nur sehr unerfreulich.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger merkt an, dass auch die Verbraucherschutzorganisationen immer wieder forderten, die AGBs verständlicher zu gestalten.

Andreas Gummer, Medienbeauftragter für den Datenschutz, ergänzt, er stehe in laufendem Kontakt mit den bayerischen Verbraucherschutzorganisationen, zu unterschiedlichen Themen; meist handle es sich um Pay-TV und Ähnliches.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger dankt Herrn Gummer nochmals sehr herzlich für seine Ausführungen und stellt fest, dass es keine weiteren Anmerkungen zum Bericht des Medienbeauftragten für den Datenschutz gebe.

11. Verschiedenes

11.1 Ausschreibung Förderung Hörfunk

Dr. Roland Gertz, Vorsitzender des Hörfunkausschusses, teilt mit, dass sich der Hörfunkausschuss in seiner Sitzung am 6. Oktober 2022 auch mit dem Thema Programmförderung befasst habe.

Üblicherweise werde jedes Jahr um diese Zeit festgelegt, welches Thema gefördert und wie die Ausschreibung gestaltet werde. Neben der normalen Programmförderung habe es bereits in 2022 erstmals auch eine Innovationsförderung gegeben, in diesem Jahr mit zeitlicher Verzögerung. Für das Jahr 2023 erfolge eine parallele Ausschreibung von Programm- und Innovationsförderung. Die Frist laufe bis 10.11.2022. Die Anbieter seien bereits informiert, dass sie sowohl Anträge für die normale Programmförderung Hörfunk bzw. Fernsehen, über die Frau Völzow berichten werde, einreichen könnten als auch für die Innovationsförderung.

Über das Schwerpunktthema der Programmförderung habe der Hörfunkausschuss lange beraten und sich schließlich für das Thema „Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung in Bayern“ entschieden. Dieses sehr vielfältige Thema könne in verschiedenste Richtungen ausgefüllt und interpretiert werden. Es müsse dabei nicht nur um Schule, Universität oder Berufsbildung gehen, sondern es könne auch um Umweltbildung gehen. Die Wahl dieses Schwerpunktthemas solle zur Ermutigung und Freude daran beitragen, sich ständig weiterzubilden.

Unabhängig vom Schwerpunktthema könnten die Anbieter auch die Förderung anderer Programmformate beantragen. Wichtig sei aber, dass sich die zu fördernden Programme durch Innovation oder deutliche Weiterentwicklung auszeichneten.

Über die Innovationsförderung werde Christine Völzow im Anschluss berichten.

Der Entscheidung des Hörfunkausschusses für ein Schwerpunktthema sei eine lebhafte Diskussion vorausgegangen, weil drei Themenvorschläge vorgelegen hätten. Neben dem lebenslangen Lernen seien dies das Thema Gesundheit und Ernährung sowie das Thema „Sicher und souverän durch das Netz – kompetenter Umgang mit der digitalen Welt“ gewesen. In der Diskussion sei noch ein viertes Thema aufgetaucht, nämlich Energie bzw. Energiekrise und Klima. In einer knappen Abstimmung habe sich der Hörfunkausschuss dann für das Thema „Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung in Bayern“ entschieden.

Die Kolleginnen und Kollegen aus Thüringen, die an diesem Tag bekanntlich zu Gast im Hörfunkausschuss gewesen seien, hätten übrigens weder an der Diskussion noch an der Abstimmung teilgenommen.

Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger verweist mit Blick auf die Erfahrungen im Forum Medienpädagogik, das sich auch immer zwischen verschiedenen Themen für die nächste

Fachtagung entscheiden müsse, auf die Möglichkeit, Themen zu verknüpfen. Vielleicht sei dies auch beim Thema „Lebenslanges Lernen“ möglich.

11.2 Ausschreibung Förderung Fernsehen

Christine Völzow, Vorsitzende des Fernsehausschusses, berichtet, der Fernsehausschuss habe sich in seiner Sitzung am 13.10.2022 ebenfalls mit der Programm- und Innovationsförderung befasst.

Der Fernsehausschuss habe über das Schwerpunktthema nicht so intensiv wie der Hörfunkausschuss diskutiert; zum einen, weil man der Entscheidung des Hörfunkausschusses fachlich nichts entgegenzusetzen gehabt habe, und zum anderen, weil die Programmförderung im Fernsehbereich keine so große Rolle spiele wie im Hörfunkbereich.

Dies liege daran, dass Programmförderung nur von jenen Fernsehanbietern beantragt werden könne, die keine Förderung nach Artikel 23 BayMG erhielten. In den vergangenen Jahren seien deshalb nur vier landesweit ausgestrahlte Programme überhaupt für die Programmförderung in Betracht gekommen.

Relevant sei für den Fernsehbereich die von Hörfunk- und Fernsehausschuss beschlossene Fortsetzung der Innovationsförderung, die 2022 eingeführt worden sei. Hierfür könnten auch lokale Fernsehanbieter Anträge stellen, allerdings nicht für das nach Artikel 23 BayMG betraute Programm, sondern für eine Weiterentwicklung der Programme, für neuen Content, für soziale Medien oder andere digitale Kanäle. Es gehe natürlich darum, die Zukunftsfähigkeit zu steigern. Die Innovationsunterstützung bahne den Weg in die Zukunft, die voraussichtlich eine recht digitale sein werde.

Abschließend sei noch einmal darauf hinzuweisen, dass die Anträge für die Programm- und Innovationsförderung bis 10. November 2022 bei der BLM eingehen müssten. Der Fernsehausschuss freue sich auf viele Anträge auf Innovationsförderung.

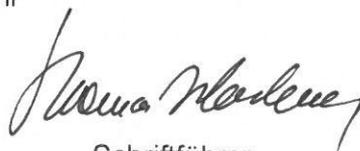
Stellv. Vorsitzende Katharina Geiger hofft ebenfalls auf spannende Anträge und innovative Projekte und stellt fest, dass es zu diesem Tagesordnungspunkt keine weiteren Wortmeldungen gebe.

Die Vorsitzende dankt für die rege Teilnahme und zügige Beratung, erinnert nochmals an die virtuelle Sitzung am 08.11.2022 bezüglich einer möglichen Änderung der Ausschuss-Zuschnitte sowie an die reguläre Informationssitzung am 10.11.2022, wünscht einen guten Nachhauseweg und schließt die Sitzung.

Schluss der Sitzung: 15:15 Uhr



Protokollführerin



Schriftführer



Vorsitzende

**3. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 26.10.2022, 13:30 Uhr (Präsenz)**

Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Sitzung

(veröffentlicht gem. Art. 10 Abs. 6 BayMG i.V m. § 3 Abs. 4 der Geschäftsordnung des Medienrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien)

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
Bär	Dr. Oliver	x	
Baumgärtner	Elke	x	
Böhm	Martin	x	
Busch	Michael	x	
Deisenhofer	Max	x	
Erb	Birgit	x	
Engel	Sabine	x	
Fehlner	Martina	x	
Felßner	Günther	x	
Feser	Prof. Dr. Uta M.		x
Funken-Hamann	Dr. Katja	x	
Geiger	Katharina	x	
Gertz	Dr. Roland	x	
Göller	Anneliese	x	
Gül	Nesrin		x
Haberer	Prof. Johanna		x
Hansel	Paul	x	
Hartinger	Herbert	x	
Hasenmaile	Christa		x
Högl	Petra	x	
Hofmann	Michael	x	
Hopp	Dr. Gerhard	x	

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
John	Frank-Ulrich	x	
Keilbart	Walter		x
Knobloch	Dr. h. c. Charlotte	x	
Krah	Franz	x	
Kraus	Nikolaus	x	
Kriebel	Ulla	x	
Kuhn	Dr. Thomas	x	
Lehr	Wilhelm	x	
Lenhart	Toni	x	
Ludwig	Rainer	x	
Müller	Werner	x	
Nieß	Dr. Nicosia	x	
Piazolo	Prof. Dr. Michael	x	
Rauch	Hans-Peter	x	
Rebensburg	Thomas	x	
Rick	Dr. Markus	x	
Rottner	Peter	x	
Rüth	Berthold	x	
Schmidbauer	Helmut	x	
Schorer	Angelika		x
Schuhknecht	Stephanie	x	
Schuhmacher	Ilona	x	
Schwägerl	Michael	x	
Skutella	Christoph		x
Stephan	Dr. Michael	x	
Stüwe	Prof. Dr. Klaus	x	
Vogel	Arwed	x	
Völzow	Christine	x	

Verwaltungsrat			
Richter	Roland	x	