

MedienTrends

Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien



20 JAHRE

Bayerische Landeszentrale für neue Medien



**Zur Zukunft der Landesmedienanstalten:
Rollenwandel und neue Herausforderungen**

Schrittmacher für den Umstieg in die digitale Medienwelt

**Zukunft, so heißt es, sei die Vergangenheit, die durch eine andere Tür wieder her-
einkommt. Gemessen daran, muss den Landesmedienanstalten um die Zukunft
nicht bange sein. Sie sind noch jung und können für ihre ersten 20 Jahre auf eine
respektable Aufbauleistung des dualen Rundfunksystems in Deutschland zurück-
blicken. Sie fortzusetzen ist nicht nur Anforderung, sondern Ansporn. Die künftigen
Herausforderungen der Landesmedienanstalten und ihre Entwicklung skiz-
ziert für »tendenz« Prof. Wolfgang Thaenert, der Vorsitzende der Direktorenkonfe-
renz der Landesmedienanstalten (DLM).**

Der Auftrag der Medienanstalten ist verfassungsrechtlich fundiert. Die besondere Funktion des Rundfunks für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung und den demokratischen Willensbildungsprozess sowie die historischen Erfahrungen verbieten es, das Massenkommunikationsmittel Rundfunk den freien Kräften des Marktes zu überlassen. So der übereinstimmende Tenor mehrerer Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts (BVG). Vielmehr bedarf es einer positiven Ordnung, die in den Landesrundfunk- und Mediengesetzen seit 1982 Ausdruck gefunden hat. Zur Ausgestaltung dieser Landesrundfunk- und Mediengesetze sind die Landesmedienanstalten berufen.

Aufbauleistung der Landesmedienanstalten

Der Fokus ihrer Aufgaben lag zunächst auf der Zulassung von Rundfunkanbietern, auf der Aufsicht über die Vielfalt und Ausgewogenheit der Programme, auf der Kontrolle von Werbung und auf der Sicherung des Jugendschutzes. Die Bayerische Verfassung überträgt der BLM in Art. 111 a darüber hinaus eine besondere Verantwortung; die BLM ist nicht nur Initiator und Förderer des privaten Rundfunks, sondern sogar sein Träger.

Entstanden sind in den letzten 20 Jahren bundesweit deutlich mehr als 200 private Hörfunk- und mindestens ebenso viele private Fernsehkanäle. Damit ist insgesamt ein duales Rundfunksystem entwickelt worden, dass so in Europa ohne Beispiel ist.

Voraussetzung für diese Aufbauleistung war der Ausbau bundesweiter, landesweiter und regionaler terrestrischer Versorgungsnetze für Hörfunk und Fernsehen. Die Landesmedienanstalten haben dazu die Initiative ergriffen, Frequenzen neu geplant und den Netzausbau gefördert – in den ersten Jahren oft gegen Widerstände aus

Politik, Postverwaltung und öffentlich-rechtlichem Rundfunk.

Da die Übertragungskapazitäten weiterhin beschränkt blieben, waren im Rahmen der Zulassung privater Anbieter Auswahlentscheidungen nötig, die sich an Vielfaltskriterien orientierten. So sollte ein mit Blick auf Inhalte wie Gesellschafter differenziertes Angebot an Hörfunk- und Fernsehprogrammen gefördert werden. Eine Mangelverwaltung gab es auch im Kabel. Dabei haben die Landesmedienanstalten eine weitsichtige Belegungspraxis im analogen Bereich unter Beweis gestellt und auch hier die Vielfalt gesichert. Der BLM ist es darüber hinaus gelungen, durch die Umsetzung ihres Lokalfunk- und -fernsehkonzeptes die lokale und regionale Vielfalt Bayerns widerzuspiegeln.

Auftrag und Ziel, ein vielfältiges privates Rundfunksystem aufzubauen, fortzuentwickeln und im Wettbewerb des dualen Systems zu erhalten, haben nach wie vor Gültigkeit. Dem Wandel unterliegen allerdings die Mittel und Wege, um dieses Ziel zu erreichen.

Gestaltungsrolle beim Ausbau digitaler Versorgungsstrukturen

Im Zeitalter der Digitalisierung haben die Landesmedienanstalten anders als bisher nicht nur begrenzte Rundfunkübertragungskapazität zu vergeben; sondern ihnen wächst die Planung und die Gestaltung neuer, leistungsfähiger Kommunikationsinfrastrukturen zu. Die Netzbetreiber sind anders als vor 20 Jahren privatisiert. Ihre berechtigten wirtschaftlichen Belange sind mit den Interessen der Länder an einer vielfaltsgewährenden Netzinfrastruktur zu verbinden. Das verlangt einen Interessenausgleich bei der Nutzung der Übertragungsnetze.

Es genügt nicht mehr, wie bisher über die Programmebelegung auf terrestrischen Hörfunk- und Fernsehfre-

quenzen oder im Kabel zu entscheiden. Angesetzt werden muss vielmehr schon bei der Konzeption der Netzinfrastruktur: Sie muss sich an regionalen Kommunikationsbedürfnissen orientieren.

Bei der Ausgestaltung des digitalen Antennenfernsehens (DVB-T) müssen die wirtschaftlichen Anforderungen der Veranstalter und die Wünsche der Verbraucher in Übereinstimmung gebracht werden; eine Strategie zur Überführung des analogen Hörfunks und Fernsehens in die digitale Welt ist nötig. Dazu können die Landesmedienanstalten nicht nur wichtige Impulse geben, sie müssen angesichts divergierender Interessen auch eine Mittlerrolle übernehmen.



Der Vorsitz der Landesmedienanstalten in der Direktorenkonferenz wechselt alle vier Jahre. Derzeit hat ihn Prof. Wolfgang Thaenert von der LPR Hessen inne.

Die Digitalisierung der Rundfunkübertragung führt auch zu neuen Wertschöpfungsketten. Zwischen Veranstalter und Rezipienten treten technische und Vermarktungsdienstleister mit jeweils eigenen ökonomischen Interessen, die eine potenzielle Gefährdung für den chancengleichen und diskriminierungsfreien Zugang für Anbieter und Rezipienten bilden. Mit der Digitalisierung des Rundfunks ist zudem mehr denn je eine länderübergreifende Strategie nötig, wie die Einführung von DVB-T oder digitalem bundesweiten Hörfunk zeigt.

Die Bereitstellung digitaler Übertragungskapazitäten für Rundfunk, rundfunkähnliche und rundfunkfremde Dienste verlangt Konzepte, die auch der nächsten Generation ein breites Rundfunk- und Mehrwerteangebot sichert.



Die konstituierende Sitzung der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) fand am 2. April 2003 statt, v.l.n.r. die KJM-Mitglieder: Prof. Wolfgang Thaenert, Dr. Victor Henle, KJM-Vorsitzender Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring und der stv. KJM-Vorsitzende Dr. Lothar Jene.

Mit der Verteilung verfügbarer Übertragungskapazitäten auf öffentlich-rechtliche und private Träger ist es nicht mehr getan. In Zukunft werden Initiative und Impuls für einen bedarfsgerechten Netzausbau von Ländern und Landesmedienanstalten ausgehen müssen.

Anforderungen an Aufsicht wachsen

Die Vervielfachung der Rundfunk- und Fernsehangebote und das Zusammenwachsen von klassischen Rundfunkformen mit neuen multimedialen Anwendungsformen führen auch zu gewachsenen Anforderungen an die Aufsicht. Mit der steigenden Zahl an inhaltlichen Angeboten durch weitere technische Übertragungsmöglichkeiten hat die Aufsichtsfunktion der Landesmedienanstalten nicht an Bedeutung verloren – im Gegenteil. Doch auch hier unterliegt das »Handwerkszeug« dafür einem deutlichen Wandel.

Jugendschutz

Hat schon bisher die Vielzahl der Hörfunk- und Fernsehangebote eine dauerhafte und umfassende Programmbeobachtung und -bewertung sehr aufwändig gestaltet, so wird die Vervielfachung der elektronischen Angebote die Aufsicht an neue Kapazitätsgrenzen führen. Ein gutes Beispiel dafür bietet die Aufsicht über Telemedien (Internet), die gemeinsam mit der Aufsicht über den privaten Rundfunk unter dem Dach der Kommission für

Jugendmedienschutz (KJM), einem Organ der Landesmedienanstalten, zusammengefasst wurde. Die Landesmedienanstalten müssen nun auch Internetangebote auf jugendgefährdende Inhalte hin überprüfen, was das Pensum der Aufsichtsinstitutionen quantitativ und qualitativ potenziert.

Die KJM ist nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) als zentrale Aufsichtsinstanz geschaffen worden, um die Zersplitterung der Aufsichtsstruktur zu beseitigen. Dadurch wird verhindert, dass gleiche Inhalte in verschiedenen Medien unterschiedlichen Gesetzen unterliegen. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag folgt dem Prinzip der regulierten Selbstregulierung, mit dem Ziel, die Eigenverantwortung der Rundfunk- und Internetanbieter zu stärken und die Möglichkeiten der Vorabkontrolle zu verbessern. Den Einrichtungen der

Freiwilligen Selbstkontrolle wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugebilligt, den die Medienaufsicht nur begrenzt überprüfen darf. Um tätig werden zu können, müssen die Selbstkontrolleinrichtungen allerdings von der KJM anerkannt werden.

Die Landesmedienanstalten sind dabei auf eine enge Zusammenarbeit nicht nur mit den für Trägermedien (Print, Video, CD, usw.) zuständigen Bundesstellen, sondern auch mit jugendschutz.net angewiesen, der gleichsam eine Funktion als Internetstreife zukommt. Die KJM muss zu Indizierungsanträgen Stellung nehmen. Auch diese Verzahnung der Tätigkeit verschiedener Jugendschutzstellen von Bund und Ländern trägt zu einer Harmonisierung bei der Anwendung von Jugendschutzbestimmungen auf elektronische wie Trägermedien bei. Und sie weitet den Verantwortungsbereich der Landesmedienanstalten nicht unwesentlich aus.

Werbung / Sponsoring

Zusätzliche und komplexe Rechtsfragen wirft die Konvergenz klassischer Hörfunk- und Fernsehmedien mit Telemedien auch auf dem Sektor der Werbeaufsicht auf. Die EU-Fernsehrichtlinie gestattet neben dem klassischen Fern-



Am 16. und 17. Juni 1997 trafen sich die Direktoren der Landesmedienanstalten zu ihrer 100. Sitzung in München. Ehrengast war der bayerische Medienminister und BLM-Medienratsmitglied Staatsminister Erwin Huber.



Medienkompetenz durch aktive Medienarbeit zu erlernen, ist das Prinzip der Aus- und Fortbildungskanäle, von denen es in Bayern drei gibt.



Die gesellschaftspolitischen Aufgaben der Landesmedienanstalten werden wachsen. Einen wesentlichen Beitrag dazu leisten medienpädagogische Projekte und Initiativen, die Medienkompetenz vermitteln. Als bundesweit anerkanntes Beispiel dafür gilt der »Flimmo«, die Programmberatung für Eltern.

sehen so genannte Eigenwerbekanäle. Zusätzlich zu neuen Sparten- und Zielgruppenkanälen im Fernsehen sind auch eine Vielzahl von Mediendiensten angemeldet worden. Im Interesse des Zuschauers sicherzustellen, dass gekaufte Werbezeit erkennbar und von redaktionellen Inhalten deutlich unterscheidbar ist, wird auch in Zukunft zu den Herkulesaufgaben der Medienaufsicht gehören. Dabei geht es nicht nur um den Schutz des laueren Wettbewerbs unter Veranstaltern und den Schutz des Zuschauers vor Irreführung. Letztlich geht es um den Erhalt der publizistischen Verantwortung des Mediums Rundfunk.

Notwendigkeit einer einheitlichen Kontrolle im dualen Rundfunk

Die Harmonisierung der Aufsicht über Rundfunk und Telemedien im Bereich des Jugendmedienschutzes trägt der Konvergenz medialer Inhalte konsequent Rechnung. Sie bleibt allerdings unvollständig, solange die Aufsicht über den privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht vereinheitlicht wird. Wenn Rundfunk und Telemedien einer einheitlichen Aufsichtspraxis unterzogen werden, muss dies konsequenterweise erst recht für beide Seiten des dualen Rundfunksystems gelten. Die Aufsichtspraxis der Lan-

desmedienanstalten erfährt nicht geringe Kritik durch die privaten Veranstalter, solange diese auf ungeahndete Problemfälle in öffentlich-rechtlichen Programmen verweisen können. Im Interesse der Vereinheitlichung der Rechtsanwendungspraxis gehört die Aufsicht in eine Hand. Vorbilder dafür liefern die Rundfunksysteme in Skandinavien, Frankreich und der Schweiz.

Förderung der Medienkompetenz

Die zunehmende Ausdifferenzierung der Medienangebote und die Neuregelung des Jugendmedienschutzes haben den Landesmedienanstalten einen nicht unwesentlichen Aufgabenzuwachs beschert: Denn sie tragen eine wachsende Verantwortung für eine gesellschaftsverträgliche Medienentwicklung.

Jugendmedienschutz ist allein durch hoheitliche Regelungen nicht zu bewerkstelligen. Die Länder sind schon nach der Verfassung zu einer umfassenden Strategie aufgerufen. Dazu gehört auch und immer mehr, den Nutzer in der neuen Informationsgesellschaft fit zu machen für den (selbst)kritischen Umgang mit Medien. Das ist das Ziel der Förderung von Medienkompetenz, die die Rundfunkgesetzgeber den Landesmedienanstalten

übertragen haben. Diese Aufgabe hat mit der Reform des Jugendschutzes im Sinne einer »regulierten Selbstregulierung« an Bedeutung gewonnen. Im Interesse eines präventiven Jugendmedienschutzes haben die Landesmedienanstalten eine Reihe von Projekten und Programmen für Kinder, Jugendliche, Erzieher und Pädagogen entwickelt und gefördert, die wertvolle Hilfen zur verantwortlichen Mediennutzung geben. Dabei stehen die handlungsorientierten Ansätze im Vordergrund. Der Flimmo oder das Internet-ABC seien als pars pro toto angeführt.

Ausbildung, Bürgermedien, Förderung

Darüber hinaus nehmen die Landesmedienanstalten, landesrechtlichen Bestimmungen folgend, auch eine Reihe von Ausbildungs- und Forschungsaufgaben wahr. Sie betreiben oder fördern Offene Bürgerkanäle im Hörfunk und Fernsehen, nichtkommerziellen lokalen Hörfunk, Aus- und Fortbildungskanäle oder sonstige Medienbildungseinrichtungen. Beispiele dafür sind das Bildungszentrum der Landesmedienanstalten Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz, die Stiftung Zuhören oder der Forschungsverband Südwest. Alle Initiativen und Einrichtun-

Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang

Vorsitzender:

Dr. Hans Hege (Medienanstalt
Berlin-Brandenburg)

Geschäftsführer:

Dr. Joachim Kind

Sitz der Geschäftsstelle: Berlin

Gemeinsame Stelle Programm, Werbung, Medienkompetenz

Vorsitzender: Prof. Dr. Norbert

Schneider (Landesanstalt für
Medien Nordrhein-Westfalen)

Sitz: Düsseldorf

Kommission für Jugend- medienschutz (KJM)

12 Mitglieder, davon sechs
Landesmedienanstalten

Vorsitzender:

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring
(Bayerische Landeszentrale
für neue Medien)

Sitz der KJM-Geschäftsstelle:
Erfurt

Sitz der KJM-Stabsstelle:
München



Der Aufbau des privaten Hörfunks hat dem Mediennachwuchs Jobchancen eröffnet. Moderatoren sind nach wie vor gefragt. Eine Moderatorenrolle als »Sachwalter des dualen Rundfunksystems« übernehmen künftig verstärkt die Landesmedienanstalten.



Gut zwei Drittel der Aufgaben der Landesmedienanstalten fallen auch weiter in den Ländern an, für bundesweite Fragen arbeiten die LMAs in Gemeinsamen Stellen zusammen.

gen haben ungeachtet ihrer Formenvielfalt Medienpädagogik, Aus- und Fortbildung als gemeinsames Ziel.

Die Landesmedienanstalten begleiten damit nicht nur die Rezipienten auf dem Weg in die Informationsgesellschaft, sie legen auch im Vorfeld von Medienproduktion und Vertrieb eine unerlässliche Grundlage für vielfältige und qualitativ ansprechende private Inhalte von morgen.

Von der Regulierung zur Gestaltung

In den letzten Jahren ist den Landesmedienanstalten zusätzlich zu ihrer Regulierungsfunktion in Zulassungs- und Aufsichtsfragen eine immer bedeutendere Gestaltungs- und Moderationsrolle zugewachsen. Als Sachwalter des dualen Rundfunks, eigener Interessen unverdächtig, werden sie eine unentbehrliche Rolle beim Umstieg des dualen Rundfunksystems in das digitale und Multimediazeitalter wahrnehmen.

Sie bleiben nicht nur Schrittmacher für den technologischen Umstieg in die digitale Medienwelt, sondern Garant für eine nutzergerechte Rundfunkversorgung. Die pluralen Gremien der Landesmedienanstalten, die die Interessen der Allgemeinheit auf dem Gebiet des Rundfunks wahrnehmen, werden mehr denn je die Entwicklung neuer Programm- und Dienstangebote unter dem Aspekt der Gesellschaftsverträglichkeit zu beobachten und zu bewerten haben.

Das kann nicht ohne Auswirkun-

gen auf Organisation und Struktur der Einrichtungen bleiben. Sichtbares Zeichen der veränderten Rolle sind die Organisationsreformen der Landesmedienanstalten. Die föderale Aufstellung der Landesmedienanstalten darf dabei nicht zur Disposition stehen. Denn gut zwei Drittel der Aufgaben der Landesmedienanstalten fallen auch weiter in den Ländern an (Planung des lokalen und landesweiten Hörfunks, Förderung und Betrieb von Bürgermedien, Förderung der Medienkompetenz).

Dort, wo Fragen des bundesweiten Fernsehens oder Hörfunks und länderübergreifende Planungen berührt sind, bleibt die Bündelung der Planungs-, Zulassungs- und Aufsichtstätigkeit auf der Tagesordnung. Mit Gemeinsamen Stellen (vgl. Kasten) wie »Programm, Werbung und Medienkompetenz« und »Digitaler Zugang« sowie der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), sind zentrale Einheiten geschaffen, die ebenso sachverständige wie einheitliche Antworten auf Fragen mit länderübergreifendem Charakter gewährleisten. Ob dadurch erzielbare Rationalisierungseffekte steigende Kosten in den Tätigkeitsfeldern Jugendmedienschutz, Medienkompetenzvermittlung und Förderung einer verbrauchergerichten Digitalisierung kompensieren können, bleibt abzuwarten.

Zukunftsaufgaben bilden jedenfalls kein geeignetes Sparpotenzial. Denn Zukunft, so heißt es, sei etwas, das meistens schon da ist, bevor wir damit rechnen. Wer vorsieht, ist Herr des Tages. Prof. Wolfgang Thaenert ●

Staatsminister Erwin Huber,
Leiter der Bayerischen Staatskanzlei,
zur Zukunft der Landesmedienanstalten

Bündelung der Kräfte gefragt



Als »Medienminister« von Bayern ist der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Staatsminister Erwin Huber, bekannt. Seit 1988 ist er Mitglied des Medienrates der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. »tendenz« hat ihn um einen Standpunkt zu Rollenwandel und neuen Herausforderungen für die Landesmedienanstalten gebeten.

Am 1. April 1985 wurde Dr. Wolf-Dieter Ring vom Medienrat zum Beauftragten bestellt. Er sollte bis zu sechs Mitarbeiter einstellen, Räume anmieten, eine Geschäftsordnung entwerfen und Kriterien für die Genehmigung von Kabelgesellschaften erarbeiten. Es waren Pionierjahre.

Heute ist das duale Rundfunksystem etabliert. Neben den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind private Sender und Landesmedienanstalten zum festen Bestandteil unserer Medienordnung geworden. Zentrale Aufgaben der bundesweit 15 Landesmedienanstalten sind die Lizenzvergabe und die Beaufsichtigung des privaten Rundfunks. Größe, Aufgabenspektrum und finanzielle Ausstattung der Landesmedienanstalten sind je nach landesgesetzlicher Vorgabe unterschiedlich.

Die rasante Entwicklung im Bereich der audiovisuellen Medien fordert sowohl vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch von den privaten Medienunternehmen innovative Konzepte für Programm und technische Verbreitung. Unverzichtbare Grundlagen dafür sind ein klarer, flexibler gesetzlicher Ordnungsrahmen und gegenüber den privaten Medien eine entsprechende Umsetzung und Gestaltung durch die Landesmedienanstalten.

Während in den vergangenen Jahren Frequenzknappheit und der Kabel-

engpass die beherrschenden Themen waren, müssen die Landesmedienanstalten heute ihren Blick über die Landesgrenzen hinaus schärfen, um der Digitalisierung der Verbreitungswege bundesweit rasch zum Durchbruch zu verhelfen. Auch die Programmüberwachung, insbesondere der Jugendschutz, erfordert infolge der Verbreitung durch Fernsehen, Internet und multimediale Dienste einen übergreifenden und schlagkräftigen Ansatz.

Die Landesmedienanstalten haben in länderübergreifenden Angelegenheiten verschiedene Formen der Zusammenarbeit entwickelt. Dazu wurden die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und Gemeinsame Stellen zu bestimmten Themen eingerichtet. Zu einer besseren koordinierten Erledigung übergreifender Aufgaben hat der Gesetzgeber die Einrichtung von Kommissionen geregelt, die der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organe dienen. So wurden die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) gebildet.

Trotz einer verstärkten Zusammenarbeit unter den Landesmedienanstalten muss hinterfragt werden, ob die herkömmliche Struktur mit 15 Einrichtungen den Herausforderungen einer

modernen elektronischen Medienwelt gerecht wird. Kritikpunkte sind sowohl lange Abstimmungsprozesse als auch die Kosten für die parallele Vorhaltung von Ressourcen. Die Wirkungsbereiche von Landesmedienanstalten sollten weniger nach Ländergrenzen als nach größeren zusammenhängenden Kommunikationsräumen ausgerichtet werden. Die Schaffung der länderübergreifenden Medienanstalt Berlin-Brandenburg ist dafür ein gutes Beispiel.

Wir brauchen keine Bundesmedienanstalt, aber Landesmedienanstalten, die sowohl ihre Verantwortung über größere Verbreitungs- und Programmstrukturen ausüben und in der bundesweiten Zusammenarbeit ihr Gewicht einbringen als auch in Kenntnis der örtlichen Verhältnisse die weitere Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks organisieren und unterstützen.

Mit einer Zusammenlegung kleinerer Landesmedienanstalten und damit einer Reduzierung der heutigen Gesamtzahl der Landesmedienanstalten könnten erhebliche Einsparungen erzielt werden und das Handeln der Landesmedienanstalten für die Medienunternehmen klarer und transparenter gestaltet werden.

Durch eine Bündelung der Kräfte der Landesmedienanstalten in einer neuen Gesamtstruktur ließen sich auch neue Aufgaben und Herausforderungen besser bewältigen. Besonders die zunehmende programmliche und technische Konvergenz wird mittelfristig eine einheitliche, auch im dualen System übergreifende Medienaufsicht erfordern. Übergreifende Aufgaben im Jugendmedienschutz sind hier möglicherweise erst der Anfang.

Pionierleistungen gilt es auch heute zu erbringen



Die Pionierjahre im privaten Rundfunk sind vorbei, nicht aber die Herausforderung an die Landesmedienanstalten, immer wieder Pionierleistungen in einer sich rasant wandelnden Medienlandschaft zu initiieren. »Gestalten – Fördern – Forschen – Informieren« – so definiert sich das Aufgabenfeld der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) 20 Jahre nach ihrer Gründung.

1985 waren der private Hörfunk und die privaten Fernsehangebote die »neuen Medien«, die mit Hilfe der BLM etabliert werden sollten. Der Art. 111 a in der Bayerischen Verfassung, nach dem Rundfunk nur »in öffentlich-rechtlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft« betrieben werden darf, hat der BLM eine Sonderrolle unter den Landesmedienanstalten verschafft. Dadurch bekam sie eine größere Steuerungsfunktion in Richtung privater Anbieter übertragen als in jedem anderen Bundesland. Das hat die Landeszentrale genutzt, um in Bayern eine private Rundfunklandschaft aufzubauen, die in ihrer lokalen und regionalen Vielfalt und auch durch die hohe Präsenz nationaler und internationaler Medienunternehmen einzigartig in Deutschland ist. Für die Gewährleistung dieser Vielfalt sorgt der plural zusammengesetzte Medienrat.

Gestaltend war die BLM also schon in ihren Anfangsjahren tätig, z. B. mit ihren Konzepten zum Aufbau der lokalen Rundfunklandschaft in Bayern. Ihr Aufgabenfeld beschränkt sich eben nicht darauf, Radio- und Fernsehprogramme zu genehmigen und zu kontrollieren, sondern sie schafft die Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung der Rundfunklandschaft. Und zwar, indem sie Programme und technische

Infrastruktur fördert, die Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter unterstützt, und Rundfunkanbietern sowie Mediennutzern Forschungsergebnisse zur Verfügung stellt. Den lokalen Hörfunk und das lokale Fernsehen zu stärken, bleibt eine wichtige Aufgabe in einem stetig wachsenden, national ausgerichteten Programmmarkt.

Die Aufgaben der BLM haben seit 1985 stetig zugenommen: So ist zum Beispiel die Förderung der Medienkompetenz erst ins Bayerische Mediengesetz aufgenommen worden, nachdem aufgrund der medienpädagogischen Arbeit der BLM die Notwendigkeit einer gesetzlichen Festbeschreibung dieser Aufgabe erkannt worden war. Das bundesweit bekannteste Projekt aus dieser Arbeit ist die TV-Programmberatung »Flimmo«.

Die starke Bedeutung von Medienkompetenzprojekten ist vom Medienrat der BLM immer unterstrichen worden, genauso wie die Rolle des Jugendschutzes als herausragende Aufgabe der Landeszentrale. Die gesellschaftliche Relevanz des Jugendschutzes ist nicht zuletzt dem Einsatz und der hervorragenden Zusammenarbeit der Organe und Gremien der BLM zu verdanken. Ob Talkshow-Diskussion oder Reality-TV-Debatte: Programmkritik und Jugendschutz stehen

auf der Prioritätenskala ganz oben. Gerade im Zeitalter der digitalen »neuen« Medien ist Jugendschutz wichtiger denn je geworden – denn zu Radio und Fernsehen sind das Internet und andere Telemedien hinzugekommen, die entwicklungs- und jugendgefährdende Inhalte verbreiten können. Die BLM hat die Notwendigkeit, die Aufsicht über Fernsehen und Internet zu vereinheitlichen schon früh betont und die Diskussion über die Jugendschutzreform entscheidend mitgeprägt. Ein Ergebnis dieser Reform ist die Kommission für Jugendmedienschutz, deren Vorsitz ich 2003 übernommen habe.

Meine Arbeit als KJM-Vorsitzender hat mir gezeigt, dass Regulierung kein Relikt aus altmodischen Zeiten ist. Dies verdeutlicht auch die Zunahme von Programmbeschwerden seitens der Mediennutzer. Im Gegenteil: In moderner Form wie beim Jugendmedienschutz, als »regulierte Selbstregulierung«, ist die Aufsicht sogar wichtiger denn je geworden, da sich die Verbreitungswege für Medieninhalte vervielfacht haben. Neue digitale Rundfunk und Mobilfunkstandards eröffnen Übertragungsmöglichkeiten, die Chancen und sicher auch Risiken bergen. Diese Chancen durch eine Weiterentwicklung der technischen Infrastrukturen zu eröffnen, den Zugang dazu diskriminierungsfrei zu gestalten und die übertragenen Medieninhalte sowohl programmethisch als auch unter Jugendschutzgesichtspunkten zu überprüfen, sind die größten Herausforderungen für die BLM in den nächsten zwanzig Jahren.

Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des
Medienrates der BLM, zur Aufgabe des
Gremiums als Garant der Medienvielfalt

»Pluralität als Nährboden für Innovationen«



Im Dezember 2003 wurde Dr. Erich Jooß zum neuen Vorsitzenden des Medienrates der BLM gewählt und löste damit seinen Vorgänger Klaus Kopka ab, der dieses Amt fast zwanzig Jahre inne hatte. »tendenz« hat den Medienratsvorsitzenden gebeten, sich über das Thema »Plurale Gremien als Garanten der Medienvielfalt« Gedanken zu machen.

Medienvielfalt kann sehr Unterschiedliches bedeuten: Vielfalt der Anbieter, Vielfalt der Medienformen und Vielfalt der Medieninhalte. Darüber lässt sich trefflich streiten und darüber wird auch genügend gestritten.

Nicht aber, jedenfalls in unserem Lande nicht, über einen Glaubenssatz bayerischer Medienpolitik: Am besten aufgehoben ist diese Vielfalt in einem vielfältigen Gremium, das allein schon durch die Herkunft seiner Mitglieder plural angelegt ist.

Andere Länder haben die Gremien ihrer Landesmedienanstalten verkleinert und manchmal sogar in ihrer Bedeutung und Wirksamkeit so massiv eingeschränkt, dass ihnen nur noch eine Alibifunktion zukommt. Das muss letztlich zu einer gesellschaftlichen Entwurzelung des dualen Systems führen.

Die großen Kräfte unseres Landes – Kirchen und Gewerkschaften, Parteien und Verbände – entsenden ihre Vertreter in den Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Alle Vertreter sind ihrem Gewissen verpflichtet und so in ihrer Gremienarbeit auch an keine Weisungen gebunden.

Die Medienräte kommen aus allen Regionen Bayerns, deren kulturelle Vielfalt erst die Unverwechselbarkeit und Attraktivität unseres Landes aus-

macht. Die zahlreichen lokalen und regionalen Sender konnten nur deshalb gedeihen, weil sie von diesen Medienräten gefordert und gefördert wurden.

In den 20 Jahren seines Bestehens hat der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien leidenschaftliche Diskussionen erlebt, besonders wenn es um Fragen der Programmkritik oder um Klärungsprozesse bei den Anbieterzulassungen ging. Trotz aller notwendigen Auseinandersetzungen erwies sich das Gremium jedoch als effizient konsensorientiert.

Bürger werden nicht abgekoppelt

So soll es auch bleiben. Denn die Pluralität des Medienrats ist der beste Nährboden für Innovationen. Hier werden die Bürger nicht abgekoppelt von den Medienentwicklungen, sondern mitgenommen auf die Reise in die mediale Zukunft. Mehr noch: Hier haben sie unmittelbar Einfluss auf die Reiseroute und die Reiseziele.

Die Mitglieder des Medienrats sind in der Regel keine erfahrene Medienspezialisten. Sie brauchen deshalb die professionelle, kompetente Zuarbeit durch den Apparat der Landeszentrale.

Gerade weil sie keine Spezialisten sind, endet ihre Welt auch nicht an den Grenzen der Medien. Was für den Insider eine Schwäche sein mag, ist für die Gesellschaft zweifellos eine Stärke. Denn der unbefangene Blick kann das (Medien-)System vor der Gefahr der Sterilität bewahren.

Ein weiteres: Der Rundfunkrat und der Medienrat in Bayern sind nach den gleichen pluralen Prinzipien zusammengesetzt. Das verbindet die Gremienvertreter, die ihre unterschiedlichen Erfahrungen in die entsendenden Einrichtungen zurücktransferieren und miteinander vergleichen können. Das schärft das Urteilsvermögen, stärkt die Unabhängigkeit und macht selbstbewusst.

Nur einem selbstbewussten Gremium gelingt es auf Dauer, seine Vorstellungen zum Nutzen der Medien in Bayern zu verwirklichen: mit einem Gespür für das heute Machbare und für das künftig Denkbare.

Medienräte sind natürlich auch Mediennutzer. Sie entsprechen vielleicht nicht den so genannten werberelevanten Zielgruppen. Dafür fragen sie (hoffentlich) genauer nach, was die Medien mit dem Leben der Menschen zu tun haben, ob sie die Lebensmöglichkeiten einschnüren oder erweitern, ob sie Kreativität anregen oder ersticken.

Die Aufsichtsgremien müssen das Medienrecht umsetzen. Noch wichtiger ist jedoch ihre Funktion als medienkritisches Gewissen. Dazu befähigt sie ihre plurale Zusammensetzung in ganz besonderer Weise.

Langfristig angelegte Finanzpolitik zeigt Wirkung



Was vor 20 Jahren mit fünf Mitarbeitern und einer Staatsbürgerschaft für ein Darlehen über acht Millionen Mark begann, hat sich heute zu der in Deutschland führenden Landesmedienanstalt mit über 80 Voll- und Teilzeitmitarbeitern und einem Haushaltsvolumen von 48,6 Mio. € entwickelt.

Rückblick

Es zeigte sich schnell, dass die vom Bayerischen Medienentwicklungs- und -erprobungsgesetz anfangs vorgesehenen Einnahmequellen der BLM (Erhebung von Kosten, anteilige Abgaben von Einnahmen aufgrund von Verträgen der Kabelgesellschaften mit den Anbietern, anteilige Teilnehmerentgelte) nicht geeignet waren, die Aufgabengebiete der BLM adäquat abzudecken. So erzielte die BLM 1986 Einnahmen von knapp 48.000 Euro bei gleichzeitigen Aufwendungen für Personal, Aufwandsentschädigung für ihre Organe, Zinsen, etc. in Höhe von 1,9 Mio. Euro. Erst die seit 1988 anteilige Gebührenfinanzierung aus dem Rundfunkgebührenaufkommen stellte die Finanzierung der BLM auf eine solide und zukunftsfähige Basis.

Förderpolitik

Durch die Rundfunkgebührenfinanzierung wurde die BLM in die Lage versetzt, eine wirkungsvolle Förderpolitik umzusetzen. So konnten zwischen 1990 und 2004 24,4 Mio. Euro für die Programmförderung der lokalen und regionalen Rundfunkanbieter und 22,7 Mio. Euro für die Förderung technischer Infrastruktur eingesetzt werden. Gleichzeitig wurden verschiedene Projekte auf dem Gebiet der Ausbildung und der Medienpädagogik finan-

ziell unterstützt. Außerdem wird seit 1993 die Förderung von Fernsehproduktionen mit jährlich zwei Millionen Euro (bis 2004: 24 Mio. €) dotiert, die überwiegend mittelständischen bayerischen Produzenten zu gute kommt. Das Ergebnis all dieser Maßnahmen ist eine in Deutschland einmalige und vielfältige Rundfunklandschaft.

Finanzpolitik

Voraussetzung für eine erfolgreiche und effiziente Politik zur Entwicklung und Förderung der neuen Medien in Bayern war und ist die auf dieses Ziel abgestimmte Finanzpolitik. Die Finanzpolitik der BLM ist bereits seit Anfang an mittel- und langfristig angelegt. Stärkung des Eigenkapitals, Verbesserung der Liquidität und Vorsorge durch Rücklagenbildung sind nur einige der notwendigen Maßnahmen, um die finanzielle Handlungsfähigkeit jederzeit gewährleisten zu können. Daher war es nahe liegend, dass die BLM durch die Investition in ein eigenes Verwaltungsgebäude 1997 ihre Eigenkapitalausstattung verbesserte. Gleichzeitig wurde die Notwendigkeit gesehen, auf technische Innovationen reagieren zu können, in dem zweckgebundene Rücklagen vor allem für die Digitalisierung der Verbreitungswege angelegt und ausgebaut wurden. Dass sich diese Entscheidungen als richtig erwiesen haben, wurde

erstmalig mit der Ende 2001 beginnenden und noch heute anhaltenden Wirtschaftskrise sichtbar, die besonders die Medienbranche erfasste. Gerade die lokalen Fernsehanbieter waren auf Förderung mehr denn je angewiesen, um ihrem Auftrag einerseits und dem Qualitätsanspruch andererseits nachkommen zu können.

Aber nicht nur die Wirtschaftskrise der Medienbranche forderte die BLM in ihren Anstrengungen, die vielfältige Rundfunklandschaft aufrecht zu erhalten, heraus, sondern auch gesetzgeberische Maßnahmen. Der bayerische Gesetzgeber hat im Dezember 2001 beschlossen, das in Bayern bestehende Teilnehmerentgelt, das insbesondere dem lokalen Fernsehen und seiner technischen Infrastruktur zu Gute kommt, schrittweise abzusenken und 2008 gänzlich abzuschaffen. Trotz des Einsatzes der Ende der neunziger Jahre angelegten zweckgebundenen Rücklagen zeigt sich bereits heute, dass die BLM aus ihren Mitteln nicht in der Lage sein wird, die Ausfälle bei den lokalen Fernseh Anbietern auf Dauer zu kompensieren.

Darüber hinaus zeichnete sich schon bei den Verhandlungen über den Rundfunkgebührenstaatsvertrag die Nichtbeteiligung der BLM an der Rundfunkgebührenerhöhung 2005 ab. Mit einem 2003 eingeleiteten Kostensenkungsprogramm hat die BLM erfolgreich auch diesen finanziellen Einschnitt ausgeglichen. Weitere Reduzierungen der Erlöse wird sie allerdings nicht verkraften können, ohne dass dies auch strukturverändernde Auswirkungen auf die mittelstandsgeprägte Rundfunklandschaft in Bayern hätte.

»Lokale Vielfalt – Paradigma bayerischer Medienpolitik«



»tendenz« hat bei Willi Schreiner, dem Ersten Vorsitzenden des Verbands Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), nachgehakt, inwiefern die lokale Vielfalt ein Markenzeichen der bayerischen Rundfunklandschaft bildet.

Wer vor 20 Jahren das Wort »Privatfunk« in den Mund nahm, galt entweder als Sympathisant suspekter Pirsensender oder als realitätsferner Utopist. Diese Gründungssituation hat sich entscheidend geändert. In den letzten 20 Jahren ist in Bayern für den Aufbau und die Entwicklung einer privaten Radio- und Fernsehlandschaft – vor allem im lokalen Bereich – von vielen Großartiges geleistet worden. Nicht alles was an Konzepten und Ideen – ob nun von Medienpolitikern, Medienräten, BLM-Mitarbeitern oder Anbietern ausgedacht – konnte gestartet und / oder erfolgreich umgesetzt werden.

In kluger Weise hat der Gesetzgeber vor 20 Jahren den gesetzlichen Rahmen auch Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) genannt. Es wurde tatsächlich viel erprobt und entwickelt, auch im lokalen Bereich. Mit viel Euphorie, manchmal mit noch mehr Geld, wurden landauf landab Radio- und später auch lokale Fernsehstationen aufgebaut. Die Vielfalt – ein Paradigma bayerischer Medienpolitik – wurde dabei aus- und manchmal überreizt. Zu erinnern ist nur an das Frequenzsplitting außerhalb der Ballungsräume, das immer noch nicht der Vergangenheit angehört, oder auch an manche Form von verordneten Zulieferverträgen, die nichts mit Programmvielfalt oder Wirtschaftlichkeit zu tun haben.

Dennoch, lokales Radio und lokales Fernsehen ist die eigentliche Innova-

tion bayerischer Medienpolitik. Viele haben dazu beigetragen, dass an den meisten Standorten stabile Strukturen erarbeitet wurden. 1.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der regionalen Hörfunk- und Fernsehstationen berichten täglich in Wort und Bild, was in ihrer Heimat passiert.

Ein paar Fakten verdeutlichen diese regionale Vielfalt:

■ 3,3 Mio. Menschen (ab 14 Jahren / Montag–Freitag) hören jeden Tag die Nachrichten, Infobeiträge und vor allem die Musik der bayerischen Lokal- und Regionalradios. 1.300 Mitarbeiter / innen kümmern sich bei den privaten Regionalradios um Programm, Verkauf, Marketing, PR und Events. Mit einer Gesamtreichweite von 34,8 Prozent – laut Funkanalyse Bayern 2004 – konnten sich die lokalen Hörfunksender gegen die landesweiten Mitbewerber Bayern 3 (22,2 %) und Antenne Bayern (25,8 %) hervorragend behaupten. Der Marktanteil der Lokalradios ist mit 27 % gegenüber dem letzten Jahr um einen Prozentpunkt gestiegen.

■ Die 18 lokalen TV-Stationen produzieren im Schnitt täglich 416 Minuten aktuelles Programm. 700 Mitarbeiter / innen stehen vor und hinter der Kamera, produzieren, verkaufen Werbespots und Imagefilme. Laut Funkanalyse Bayern 2004 erreichen die lokalen bayerischen Fernsehprogramme an einem durchschnittlichen Werktag Montag bis Freitag 8,9 Prozent der Bevölkerung,

das entspricht 842.000 Personen ab 14 Jahren. Die Mikrofone und Kameras der privaten Sender in allen Regionen Bayerns sind zum festen Bestandteil der Medienlandschaft geworden.

Ein leichter Weg? Nein, eher ein steiniger Weg mit vielen Hindernissen. Dennoch konnten die Zögerer diese Entwicklung nicht aufhalten: Die bayerische Rundfunklandschaft mit ihren regionalen Radio- und Fernsehsendern ist bunt und vielfältig, für Außenstehende manchmal schwierig zu durchschauen und für Insider eine Herzensangelegenheit.

Der private Rundfunk hat für Bewegung gesorgt, er hat auch die öffentlich-rechtlichen Sender in vielfältiger Weise beeinflusst: Wurden beispielsweise die Selbstfahrerstudios noch anfangs von den Technikertruppen der etablierten Sender belächelt, hat dieses technische Konzept heute überall Einzug gehalten. Der berufliche Einstieg von jungen Menschen in den Rundfunk ist viel einfacher und selbst-verständlicher geworden, der Hauch des Elitären ist der Wirklichkeit des Realen gewichen.

Diese regionale Vielfalt war immer ein Herzensanliegen der BLM und des Medienrats. Manche der BLM-Mitarbeiter sind seit 20 Jahren dabei und haben mit Fleiß und Tatkraft ihren Teil dazu beigetragen, dass diese Rundfunklandschaft heute sicht- und hörbar ist. Die Zusammenarbeit der Anbieter mit den Verantwortlichen der bayerischen Medienpolitik war und ist immer von hohem gegenseitigen Respekt gekennzeichnet.

Die lokale und regionale Vielfalt zu stabilisieren und zu erhalten ist Pflicht und Kür für BLM, Medienrat und Anbieter.

Jürgen Doetz, VPRT-Vorsitzender,
zu Stärken und Schwächen
der föderalen Rundfunkordnung

»Notwendigkeit zu Reformen zeigt sich«



»tendenz« hat den Vorsitzenden des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT), Jürgen Doetz, um seinen Standpunkt zum Thema föderale Rundfunkordnung gebeten, und zwar insbesondere mit Blick auf die Rolle der Landesmedienanstalten.

Ohne Zweifel haben die Landesmedienanstalten seit ihrem Bestehen kontinuierlich am Auf- und Ausbau des privaten Rundfunks mitgewirkt und einen substanziellen Beitrag für die Entwicklung der deutschen Rundfunklandschaft geleistet, die im internationalen Vergleich hinsichtlich Vielfalt und Qualität herausragend ist. Es steht auch außer Frage, dass sich die föderale Rundfunkordnung über einen langen Zeitraum mit Blick auf die Gewährleistung von Programm- und Meinungsvielfalt bewährt hat – dies insbesondere mit Blick auf die regionalen Kommunikationsräume.

In der 20-jährigen Geschichte des privaten Rundfunks haben sich jedoch die technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der elektronischen Medien deutlich verändert. Sie stellen heute andere Anforderungen an eine Medienordnung. Stärken und Schwächen des föderalen Systems haben sich in dieser Zeit herauskristallisiert und es zeigt sich die Notwendigkeit zu Reformen.

Eine föderale Medienregulierung macht auch künftig dort Sinn, wo die Belange der jeweiligen Region im Fokus der Medienpolitik und der Medienangebote stehen und lokale sowie regionale Informationsbedürfnisse der Bevölkerung bedient werden. Allerdings hat sich das Föderalismus-

Modell in der Praxis auch hier teilweise als problematisch erwiesen. So hat die föderale Medienpolitik vielfach zu einer Ungleichbehandlung von privaten Rundfunkveranstaltern geführt. Und die Erfahrung zeigt, dass Standortpolitik nicht automatisch zu den besten wirtschaftlichen und medienpolitischen Ergebnissen führt.

Die föderale Medienregulierung macht umso weniger Sinn, je größer die Medienangebote angelegt sind – nicht umsonst haben die Länder den Rundfunkstaatsvertrag als »Dachregulierung« für die national ausgerichteten Rundfunkangebote erlassen. Die zunehmende technische und inhaltliche Konvergenz einer Vielzahl bislang völlig unterschiedlich regulierter Medienangebote stellt föderale Regulierung und Aufsicht vor weitere Probleme.

Angesichts der wachsenden Internationalisierung, der europäischen Regulierung auch im Bereich der Medienangebote und dem Wechsel von der analogen in die digitale Welt stehen Gesetzgeber heute vor der Aufgabe umfassender Reformen der Medienordnung. Die Notwendigkeit einer Reform der Medienordnung für Rundfunk, Medien- und Teledienste wurde im Bereich des Jugendschutzes bereits erkannt. Die Auswirkungen auf Strukturen und Handlungsfelder der

Medienaufsicht sind schon jetzt unverkennbar. Die Medienregulierung wie auch die Medienaufsicht müssen mittel- und langfristig in der Lage sein, jenseits ihrer föderalen Strukturen, auf die genannten Entwicklungen mit einer nationalen Position zu reagieren und diese auch in Europa umzusetzen.

Viele Fragen, wie etwa die der Werberegulierung, Lizenzfragen, die Sicherung eines chancengleichen Zugangs zu Infrastrukturen, Frequenzfragen sowie Jugendschutz- und Programmfragen können nicht von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich bewertet werden. Vielmehr handelt es sich hier um national bzw. europaweit übergreifende Themen, deren Bearbeitung veränderte Strukturen verlangt. Der Weg weist hier zu einer schlanken, zentraler aufgestellten Institution, die einerseits die föderalen Elemente bündelt und andererseits als starke Stimme mit einheitlichen und liberalen Regulierungsansätzen im nationalen wie internationalen Umfeld spricht.

Entsprechende Weichenstellungen für mehr Einheitlichkeit und gemeinschaftliches Handeln wurden mit der Gründung der Gemeinsamen Stellen der Landesmedienanstalten im Jahr 2001 und der Etablierung der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) vor zwei Jahren bereits vorgenommen. Auf dem Weg zu einer Bündelung mit anderen Aufsichtsinstitutionen, mehr Effizienz und auch mit Blick auf die Anforderungen an eine zukunftsweisende Medienordnung können dies jedoch nur erste Schritte sein.

20 Jahre BLM: Medienräte erinnern sich

Von leichten und schweren Entscheidungen

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist ein pluralistisch zusammengesetztes Gremium, das die gesellschaftlich relevanten Gruppen repräsentiert. Genauso vielfältig sind die Erinnerungen, die ehemalige und jetzige Medienratsmitglieder anlässlich des Jubiläums »20 Jahre BLM« haben.



Dr. Klaus Beichel
Mitglied des Medienrats sowie Vorsitzender des Grundsatzausschusses 1985 – 2001, Vertreter der Vereinigung der Arbeitgeberverbände

Die Vereinigung der Arbeitgeberverbände in Bayern entsandte mich Anfang 1985 als ihren Vertreter in den Medienrat. Dr. Ring, der in der konstituierenden Sitzung am 20. März 1985 zum Beauftragten gewählt wurde, traf ich schon zuvor, um mir ein Bild von dieser neu zu schaffenden Institution, ihren Aufgaben und den handelnden Personen zu machen.

Wir stellten sofort fest, dass wir das hohe Interesse an dieser neuen Aufgabe teilten. Für mich war in der Umsetzung des Gesetzesauftrags von Anfang an die Verstärkung des privaten Wettbewerbs, die Förderung neuer Entwicklungen, des Mittelstandes und der lokalen und regionalen Belange in Bayern entscheidend.

Wie bei fast allen neuen Entwicklungen trafen auch hier unterschied-

liche Interessenlagen aufeinander, etwa die der Interessierten am neuen Medium Lokalfunk und die der Zeitungsverleger. Bei den daraus fast zwangsläufig resultierenden Konflikten zwischen der BLM und den Unternehmen, vor allem in der Anfangszeit, war es Aufgabe des Grundsatzausschusses unter meiner Leitung, die Dinge auf den Punkt zu bringen, Positionen auszuloten, Sachkonflikte aus dem Weg zu räumen und eine Lösung zu finden. Gelegentlich war dies unter meiner Moderation außerhalb der BLM bei einem guten Essen leichter möglich.

Der Grundsatzausschuss machte bei allen seinen Entscheidungen die übergeordneten Gesichtspunkte zum Maßstab seiner Entscheidungen. Der mit der Arbeit in einem pluralen Kontrollgremium verknüpfte aufwändige Abstimmungsbedarf war dabei zunächst für viele durchaus gewöhnungsbedürftig.

Dennoch traf der Grundsatzausschuss fast immer einstimmige Beschlüsse innerhalb von 119 Minuten. Neben Fragen von grundsätzlicher Bedeutung stellte er insbesondere auch die Weichen für Beschlüsse wie die Gründung der Technikgesellschaft, die Beteiligung der BLM an den Gesellschaften des BR und an den Medientagen. Zusammen mit dem Verwaltungsrat machte er sich auch

frühzeitig für ein eigenes Haus der BLM stark. Auch nach einigen Jahren Abstand von der BLM bin ich weiterhin der festen Überzeugung, dass für die komplexen Aufgaben, die der BLM über das Bayerische Mediengesetz, den Rundfunkstaatsvertrag und den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag im gesellschaftlichen Bereich zugewiesen wurden, hoch qualifiziertes Personal eine zwingende Voraussetzung ist.

Demgemäß votierte der Grundsatzausschuss bei Personalentscheidungen stets nach dem Motto »lieber weniger, dafür aber entsprechend hoch qualifiziertes und gut bezahltes Personal«. Dies ist nicht nur für die Qualität der Sacharbeit selbst wichtig, sondern auch im Hinblick auf die Gesprächspartner, mit denen die BLM zu tun hat: herausragende Manager und Unternehmen, die am besten für die Lösungen im Interesse der Sache zu gewinnen sind, wenn die Vertreter der BLM ihre Positionen in einer qualifizierten Auseinandersetzung kompetent darlegen können.

Betrachtet man die BLM heute, fühle ich mich darin bestätigt, dass der Grundsatzausschuss die Weichen richtig gestellt hat: Die BLM hat sich im Konzert der Landesmedienanstalten als die Nummer Eins profiliert.



Anke Geiger

Mitglied des Medienrats seit 1985, Vorsitzende des Hörfunkausschusses seit 1993, Vertreterin der Evangelischen kirchl. Frauenorganisationen

Es begann an einem sonnigen Vorfrühlingstag im März 1985. Fünfzig zukünftige Medienräte aus ganz Bayern waren ins Kultusministerium eingeladen worden. Der Ort signalisierte: Auch der privat organisierte Teil des entstehenden dualen Rundfunksystems gehört zur Kultur und ist Ländersache. Zunehmend faszinierte mich die zügig und konsequent durchgeführte Organisation der neuen Kommunikationswelt, an der ich teilnehmen konnte. Mediengesetzliche Rahmenbedingungen schufen Freiräume, die lokalen, regionalen, landes- und bundesweiten privaten Rundfunk ermöglichten.

Viele, vor allem junge Menschen, fanden neue Arbeitsplätze und Lebensaufgaben. Die subsidiär angelegte Struktur machte vor allem kleinen und mittelständischen Anbietern Mut, sich programmlich, wirtschaftlich und technisch den neuen Herausforderungen zu stellen. Programmleistungen sorgten für Aufregungen, und Programmqualität wurde gefördert. Als Hörfunkausschussvorsitzende liegen hier meine besonderen Interessen. Von Beginn an wollte ich die gesellschaftlich relevante Gruppe, die ich im Medienrat vertrete, die evangelischen Frauen, mit ins Boot der bayerischen Medienentwicklung nehmen. Bereits im Herbst 1985 fand die erste Informationsveranstaltung in der BLM für die Frauen statt. Seitdem treffen

wir uns regelmäßig einmal im Jahr in der BLM zu aktuellen Themen, von Anfang an unterstützt vom damaligen Geschäftsführer und jetzigen Präsidenten der BLM, Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, und der Abteilung Programm unter deren Leiter Heinz Heim.

Das Thema 2004 lautete: »Wer hat Angst vor dem Internet?« Mit besonderer Sorge beobachte ich die Mediennutzer in ihrer grundsätzlich gespaltenen Situation. Einerseits bilden sie die kleinstmögliche Minderheit im System, deren Identität in hochgerechneten Einschaltquoten verschwindet, andererseits sind sie als mündige Bürger fähig zur persönlichen Verantwortung für sich und andere. Deshalb habe ich mich dafür eingesetzt, dass Medienerziehung und Medienpädagogik zu den Aufgaben der BLM gehören und als solche auch im Bayerischen Mediengesetz verankert sind. Ich meine, verantwortliche Medienkompetenz auf allen Ebenen und ein konstruktiver Dialog miteinander sind die Voraussetzungen für Menschlichkeit bei allen künftigen Entwicklungen.



Werner Honal

Mitglied des Medienrats 1985 – 1993, Vorsitzender des Programmausschusses 1985 – 1998, Vorsitzender des Fernsehausschusses 1988 – 1993, Vertreter der Lehrerverbände

Wenn die ARD beschließt, dann können die Landesgremien nur noch klatschen oder knurren. Bei der BLM

war das anders. Es machte Freude, Programme mitzugestalten und Konzepte mitentwickeln zu können. Woher dieser Unterschied? Das lag an ► Personen, wie z. B. Klaus Kopka, Rudolf Mühlfenzl, Dr. Wolf-Dieter Ring, Heinz Heim und Medien- und Verwaltungsräten mit Interesse an Partizipation, mit Ideen und föderalem Gestaltungswillen, ► der Rechtslage, wie dem Art. 111 a der Bayerischen Verfassung, dem Aufbau des Bayerischen Mediengesetzes und des Rundfunkstaatsvertrags, der das »Dann-wechsle-ich-das-Bundesland« – Spielchen stoppte und durch Medienräte beeinflussbar war. Nach Änderungen dort entwickelte die BLM im Februar 1993 die systematische Programmbewertung, die noch heute mit www.flimmo.tv Eltern und Erziehern angeboten wird. So entstand auch die medienpädagogische Verantwortung der BLM (Art. 10 Nr. 15 Bay MG), die in alten Prospekten noch fehlt.

► Schließlich gab es Schlüsselsituationen wie die Gespräche im Vorfeld der Programmgenehmigung, die mehr brachten als nachträgliche Kritik, oder die kreativen Beratungen des Medienrats, der z. B. in Raisting im Mai 1990 einstimmig zwei TV-Bayernfenster durchsetzte, finanziert von SAT.1 und RTL+, wie es nun Art. 3 (3) des BayMG regelt.

Bei Kabel 1 fehlen nun die von der BLM erfolgreich bei Tele 5 geforderte Eigenproduktion »Bim Bam Bino« und Geschäftsführer Donald P. McLoughlin. Er hatte im Juli 1992 Tele 5 als »Loosername« empfunden – damit es sich schnell zum DSF wandelt. Konnte er nicht ahnen, dass 2002 Tele 5 samt Jochen Kröhne erfolgreich auferstanden ist? Leider fehlt auch dort nicht nur »Bim Bam Bino«.



Gustl Huber
Mitglied des Medienrats
und Vorsitzender des Programm-
förderausschusses seit 1985,
Vertreter der Verbände der Heimat-
vertriebenen

Die konstituierende Sitzung des Medienrats fand 1985 im Kultusministerium statt. Der Sitzungssaal war eng, die Leitung lag bei einem hohen Ministerialbeamten. Ihm merkte man die Aufregung ob der Premiere deutlich an. Hauptpunkt der Tagesordnung: Wahl des Vorstands. Klaus Kopka, MdL aus Hof, und Professor Schumann aus Regensburg kandidierten für den Vorsitz des Gremiums. Der Landtagsabgeordnete gewann deutlich. Professor Schumann, seines Zeichens auch Bayerischer Senator – der Senat war noch nicht aufgelöst –, stellte sich in nobler Manier als Stellvertreter zur Verfügung und wurde mit großer Mehrheit gewählt. Erster Präsident der BLM wurde dann Rudolf Mühlfnzl, sein Stellvertreter und Geschäftsführer war Dr. Wolf-Dieter Ring.

Die BLM nahm ihre Arbeit 1985 in angemieteten Räumen der BBV in der Thomas-Dehler-Straße in München/Neuperlach auf. Da Bedeutung und Mitarbeiterzahl wuchsen, erfolgte nach ein paar Jahren der Umzug – einen Steinwurf weiter – in die Fritz-Erlor-Straße. Hier war der Sitzungssaal sogar schon mit Presse- und Zuhörerplätzen ausgestattet. Doch die Verantwortlichen, an der Spitze Verwaltungsleiter Josef Ganz, ruhten nicht, bis die BLM mit ihren Gremien

und Mitarbeitern unter ein eigenes Dach ziehen konnte. Die Heinrich-Lübke-Straße wurde zur ständigen Adresse. Alle waren sich einig: Sehr funktionell und angemessen der neue Sitzungssaal, hervorragend die Veranstaltungsmöglichkeiten im überdachten, geräumigen Innenhof. Die BLM durchlief damit in ihren örtlichen Stationen den Straßennamen nach die drei Hauptparteien der ersten Phase der Bundesrepublik Deutschland.

Als Medienrat von der ersten Stunde bis heute erinnere ich mich an viele Mitglieder, die bedeutende Positionen in Politik, Kirche und Gesellschaft inne hatten oder später erlangten. Ein Weihbischof war dabei, ein Generalvikar, der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Staatssekretäre, ja auch ein Landtagspräsident. Intendanten und Prälaten, Präsidenten, Direktoren, Landräte, Bürgermeister und Gewerkschaftsvorsitzende gaben sich die Ehre, Abgeordnete per Gesetz sowieso.

Meine schönste Erinnerung in den 20 Jahren ist jedoch die durchweg sachliche, ausgewogene, ja überparteiliche Atmosphäre und Arbeit im Medienrat. Sehr viele Entscheidungen fielen einstimmig. Meist auch die Abstimmungen im Programmförderausschuss, den ich von Beginn an leiten darf. Im Gremium wurden viele Freundschaften geschlossen, die über die Amtszeit hinaus gehen. Auch der Humor kam nicht zu kurz. Dies gilt für die Zeit des Vorsitzenden Klaus Kopka und auch jetzt unter der Ägide von Dr. Erich Jooß. Als kürzlich unsere langjährige Schriftführerin im Vorstand, Frauke Ancker vom Bayerischen Journalistenverband, etwas verspätet ihren Platz am Vorstandstisch einnahm und dabei laut hörbar eine Kaffeekanne auf den Boden beförderte, konnte ich mir den Zwischenruf nicht verkneifen: »Jetzt hat sie Anker geworfen!«

Die BLM ist seit 20 Jahren fest verankert im bayerischen Mediengesche-

hen, das BLM-Schiff hat meiner Meinung nach stets klaren Kurs gesteuert. Dies ist vor allem auch ein Verdienst von Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring und seinen langjährigen, bewährten Mitarbeitern. Ich darf mich herzlich für das gute Miteinander in all den Jahren bedanken und wünsche weiterhin eine wirksame Politik zum Wohle der Medienlandschaft im Freistaat Bayern.



Charlotte Knobloch
Mitglied des Medienrats seit 1992,
Vertreterin der Israelitischen
Kultusgemeinde

Ohne Zweifel: Ich kann mich an keine Sitzung des Medienrats erinnern, in der ich mich gelangweilt hätte. Oft sind die Diskussionen spannend und kontrovers – man merkt dann allen Medienräten an, wie sie um die richtige Entscheidung, um den besten Weg für die bayerische Medienlandschaft ringen.

Ein Grund für diese lebendigen Debatten, in denen es manchmal auch etwas lauter werden kann, ist sicher die spannende Zusammensetzung des Gremiums – hier treffen sich die unterschiedlichsten Persönlichkeiten aus Politik, Kirchen, Kultur und Gesellschaft. Und jeder hat eigene Ideen, Vorstellungen, Wünsche. Da ist es doch völlig klar, dass bei den Sitzungen diskutiert wird.

Als Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde München und Ober-

bayern hat es mich daher tief bewegt, dass alle Medienräte im vergangenen Herbst ohne Zögern die bösen Verunglimpfungen jüdischer Bürger durch Bewohner des »Big Brother«-Containers scharf verurteilt haben. Über jüdischen Humor gibt es zahlreiche schöne und erfrischende Bücher. Hier findet man eine Art von Witz, über die wir Juden gerne und oft lachen – und alle Nicht-Juden einladen, mit uns zu lachen.

Die Witze bei »Big Brother« waren jedoch verletzend und erniedrigend und erfüllten den Tatbestand der Volksverhetzung: Nicht mit uns Juden wurde gelacht, sondern über uns. Das tat weh. Wenn jüdische Menschen mit Aschenbechern und Schornsteinen in Verbindung gebracht werden und dies öffentlich ausgestrahlt wird – dann haben nicht nur Juden wie ich, die das unvorstellbare Glück hatten, den Nazi-Terror zu überleben, das Gefühl, dass der Begriff »Menschenwürde« hohl ist.

Bis ich von diesen so genannten »Juden-Witzen« erfahren habe, dachte ich, dass die Schlussstrich-Debatte in den Medien Erfolg hatte. Mit großer Enttäuschung musste ich damals feststellen, dass bei den betroffenen Fernsehsendern offensichtlich keinerlei Verantwortungsgefühl existiert.

Umso beeindruckender war für mich die Reaktion des Medienrats: Ich möchte an dieser Stelle meinen Kollegen nochmals herzlich danken für ihre Solidarität und die deutliche Resolution, mit der sie damals die Vorfälle verurteilten.



Klaus Kopka
Vorsitzender des Medienrats
1985 – 2003, Vertreter des
Bayerischen Landtags (CSU)

Als Edmund Stoiber 1984 den »Urknall im Rundfunk« ausrief und manche sich fragten, was das wohl sein werde, hatte einer eine Idee: Wenn schon privaten Rundfunk, so sagte er, wenn schon neue Programme und Vielfalt, und wenn schon mehr Information, dann müsse es auch lokalen Hörfunk in Bayern geben.

Als die BLM ihre Arbeit aufgenommen hatte und der Medienrat installiert war, nahmen wir uns dieses Themas sofort an. Gott sei Dank waren sich alle Beteiligten darin einig, dass mit lokalen Hörfunkprogrammen eine Bereicherung im Rundfunk eintreten werde. Ich selbst war fasziniert von dem Gedanken, dass es nunmehr nicht nur in den Zentren Rundfunk geben sollte, sondern in allen Regionen Bayerns von Hof bis Lindau und von Berchtesgaden bis Aschaffenburg. »Unser« Radio war geboren!

Bayern hatte damit in der Entwicklung und Gestaltung neuer privater Rundfunkprogramme im dualen System die Nase vorn. Jetzt ging's ans Eingemachte. Unsere Gespräche bei der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz verliefen durchaus positiv, zumindest im Ergebnis: Der Bayerische Rundfunk gab seinen Segen zu der Idee. »Irgendwo müssen sie sich doch austoben, wenn sie schon mal da sind«, gab sich der Intendant des BR, Reinhold Vöth, großzügig. Rudolf Mühlfenzl, Wolf-Dieter Ring und der Medienrat konnten ans Werk gehen.

Schon nach kurzer Zeit zeigten sich die ersten Pflänzchen auf der Hörfunkwiese. Wir haben uns über jede neue Station gefreut, auch wenn es manchmal recht chaotisch zuging. So hat sich der lokale Hörfunk Schritt für Schritt zum erfolgreichsten Radio in Bayern entwickelt. Diese Entwicklung hat tausenden, vornehmlich jungen Menschen, einen Job vermittelt und neue Rundfunkangebote, die es im Radio bisher nicht gab, aus der Taufe gehoben.

Die Zuhörer bedankten sich mit hohen Einschaltquoten. Für den Medienrat wurde der lokale Hörfunk zum Lieblingskind. Für Mühlfenzl und Ring zum Erfolgs- und Vorzeigeprojekt. Die BLM hat mit dem Hörfunk und später mit dem regionalen Fernsehen ihre größten medienpolitischen Erfolge erzielt und einen wesentlichen Beitrag zu mehr Vielfalt im Rundfunk geleistet.

Wir haben den lokalen Hörfunk bis heute begleitet und aufmerksam beobachtet. Er ist und bleibt ein Glücksfall für die Medienentwicklung in Bayern. Ich wünsche ihm und der BLM mit ihrem Medienrat weiterhin viel Erfolg. Glückauf für die kommenden Jahre!

Dr. Holger Paesler
Mitglied des Medienrats seit
Mai 2001, Vertreter des Bayerischen
Zeitungsverlegerverbandes

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) wird 20 Jahre alt – der Verband Bayerischer Zeitungsverleger e.V. (VBZV) gratuliert dazu herzlich. Als dessen Vertreter im Medienrat und in der Nachfolge von Rechtsanwalt Dietmar Ahrndsen darf ich nunmehr seit dem Jahr 2001 diesem Gremium beiwohnen. Dies ist mir eine große Ehre und Freude. Die BLM mit ihrem Präsidenten Prof. Ring

und dem Medienratsvorsitzenden Klaus Kopka waren mir zwar durch meine frühere Tätigkeit für den BDZV bekannt und vertraut, dass ich mal als jüngstes Ratsmitglied bei der Gremienwahl die Stimmen für sie auszählen dürfte, hätte ich hingegen nie gedacht.

So war ich im Frühjahr 2001 auch sehr stolz über meine Benennung durch den Verbandsvorstand, gleichsam vorsichtig, wollte ich mir doch gegenüber der Institution keine Blöße geben. So fragte ich denn den Geschäftsführer Martin Gebrande, ob es in der BLM geheime Regeln gebe, die man als Neuankömmling beachten müsse? Herr Gebrande versicherte mir damals väterlich, dass die BLM eine basisdemokratische Veranstaltung sei und ich nichts falsch machen könne, solange ich den gleichen Ausschuss wie mein Vorgänger besuche und im Gremium dessen Platz besetze.

Diesen Rat habe ich dann befolgt und durch die Gremienarbeit die BLM kennen und schätzen gelernt: Sowohl mein Sitzplatz als auch der Hörfunkaus-schuss sind gut gewählt.

Die BLM ist für mich diejenige Landesmedienanstalt, die Kompetenz, Sachverstand und Pragmatismus bei der Verwaltung und den Gremien wie keine Zweite vereint. Dies macht sie unersetzlich und fit für die nächsten 20 Jahre – dazu wünsche ich der BLM alles Gute!



Rainer Rupp
Mitglied des Medienrats seit 1993
und Vorsitzender des Fernseh-
ausschusses seit 2001,
Vertreter der Lehrerverbände

47 Organisationen nahmen 1984 zum bayerischen Medien-Erprobungs- und Entwicklungsgesetz Stellung, darunter auch der Bayerische Philologenverband. Seine Hauptanliegen waren strikte Programmgrundsätze, eine wirksame Kontrolle und die Förderung von Sendungen zu Bildung und Kultur. Obwohl privat finanziert, sollte der neue Rundfunk nicht dem bloßen Kommerz preisgegeben werden. Wie sieht die Bilanz nach 20 Jahren aus?

Wer sein Urteil über die neuen Medien nur aus Berichten zu Sex und Gewalt im TV-Geschäft oder den abstrusen Auswüchsen sog. Realityformate ableitet, müsste in der Tat glauben, es herrsche der Quotendruck und sonst nichts. Er übersähe dabei freilich, dass gerade private Anbieter auch vorzügliche Nachrichtenmagazine und Beiträge aus dem Wissensbereich bieten, und dass vor Ort die kulturelle Berichterstattung lokaler Sender eine große Bereicherung darstellt.

Natürlich gibt es viel Schatten. Das ist allen in der BLM und in deren Gremien Tätigen wohl bewusst, weshalb auch in den vergangenen 20 Jahren gezielt Qualitätsmarksteine gesetzt wurden: etwa durch Resolutionen gegen Entgleisungen in Talkshows, durch die Gründung eines medienpädagogischen Forums und die Verankerung der Medienpädagogik im

Gesetz, durch Initiativen zur Programmverbesserung und eine entsprechende Förderung, schließlich durch die Schaffung einer bundesweit tätigen Stelle für den Jugendmedienschutz.

Ist also nur Zufriedenheit am Platze? Natürlich nicht, so lange auch in Bayern jene Veranstalter erfolgreich Quote machen, die die Grenze der Enttabuisierung und der Dummheit immer wieder aufs Neue ausreizen. Die BLM und ihre Gremien, so steht zu befürchten, haben auch in den nächsten 20 Jahren viel zu tun.



Prof. Dr. Dieter Schäfer
Mitglied des Medienrats
1985 – 2001 und Vorsitzender des
Fernsehausschusses 1993 – 2001,
Vertreter der Industrie- und
Handelskammer

Der Anfang der BLM verknüpft sich für mich mit zwei Namen: Klaus Kopka und Rudolf Mühlfnz. Klaus Kopka traf ich zum ersten Mal im Bayerischen Landtag beim Hearing der CSU-Fraktion zum Entwurf des Landesmediengesetzes, wo ich die Meinung der Industrie- und Handelskammern zu vertreten hatte. Wir stimmten darin überein, das Gesetz sollte kommen und den Weg für die Einführung des dualen Rundfunksystems freimachen. Es stand für mich außer Frage, dass Klaus Kopka der Vorsitzende des neu zu bildenden Medienrates werden würde, was er dann auch wurde.

Rudolf Mühlfenzl kannte ich schon länger, genau seit Beginn der fünfziger Jahre, wo er als Leiter der BR Wirtschaftsredaktion vielfältige Experimente machte, um einem breiten Publikum wirtschaftliche Zusammenhänge näher zu bringen. 1963, mit dem Beginn des Studienprogramms des BR-Fernsehens, des Vorläufers des Dritten Programms, hat Mühlfenzl mir auf Empfehlung von Wolf Feller ein zunächst halbstündiges Wirtschaftsmagazin anvertraut, später den »Treffpunkt Freimann«, eine der ersten Talksendungen. Er wurde der erste Präsident der neuen Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, ich sein meist gehorsames Mitglied des Medienrats.

Einmal war ich das nicht. Ich hatte als Vorsitzender des Fernsehausschusses dessen Empfehlung dem Medienrat vorzutragen, fügte dann allerdings – durch eine neue Information eines Besseren belehrt – hinzu, dass ich abweichend von der Meinung des Fernsehausschusses einen anderen Beschluss empfehle. Mit diesem Vorschlag ging ich allerdings kläglich baden. Charlotte Knobloch beugte sich vor und sagte mir tröstend und ermahnend zugleich, »einen Mann erkennt man nicht daran, wie er mit seinen Siegen, sondern wie er mit seinen Niederlagen fertig wird.« Recht hatte sie und ich habe mir das zu Herzen genommen.

Kopka und Mühlfenzl waren ein Glücksfall für den Start der BLM. Kopka, weil er fair, geduldig und im parlamentarischen Verfahren sicher war, Mühlfenzl, weil mit ihm ein fernseherfahrener Journalist und zugleich ein gewiefter Medienpolitiker der erste Präsident wurde. Das ging auch deshalb sehr gut, weil Wolf-Dieter Ring, der den Gesetzentwurf in der Staatskanzlei gefertigt hatte, heute Präsident und Professor zugleich, beiden hilfreich und loyal zur Seite stand. Es hat

Spaß gemacht, das Zusammenspiel der drei zu verfolgen.

Der Medienrat war neu und musste sich erst zusammenfinden. Für einige Mitglieder war die Wahl offenbar ein besonderer Glücksfall. Das war so ein Gremium, in dem man Gehör finden konnte (am liebsten bei den zahlreich anwesenden Pressevertretern). Einige nutzten das bis zur Schmerzgrenze. Besonders gerne ergriffen die Vertreter der Parteien und Gruppen das Wort, die das Landesmediengesetz erbittert bekämpft hatten. Vermutlich war das eine Art tätiger Reue.

Amüsant war auch zu beobachten, wie die dem Lehrstand entstammenden Mitglieder sich episch breit zu profilieren bemühten, was die Sitzungen erheblich verlängerte. Über allen thronte mit nie erlahmender Geduld Klaus Kopka. Leider haben dadurch manche der Bindestrichbayern aus peripheren Regionen ihre Anschlusszüge verpasst. Aber, vor der Entscheidung stehend, sich den Zorn des Vorsitzenden zuzuziehen oder erst spät in der Nacht nach Hause zu kommen, hat mich der scharfe Blick Kopkas diszipliniert und im Saal fest- und damit den Medienrat beschlussfähig gehalten.

Summa summarum: Die Arbeit im Medienrat hat sich gelohnt und hat mir zu Einblicken verholfen, die ich aus meiner bisherigen beruflichen und publizistischen Erfahrung so nicht hatte gewinnen können. Auf einige hätte ich auch verzichten können. Bei einigen Formaten der privaten Anbieter sah ich mich im Familien- und Freundeskreis mit dem Vorwurf konfrontiert, »Und so was hast Du mit beschlossen!?!« Manchmal frage ich mich das selbst und denke, der Preis für Programmvielfalt und für die Entautorisierung der Öffentlich-Rechtlichen ist recht hoch, auch bei diesen selbst. Sei's drum, jeder Fernseher hat einen Knopf zum Ein- und zum Ausschalten.



Dr. Markus Söder
Mitglied des Medienrats
1998 – 2002, Vertreter des
Bayerischen Landtags (CSU)

20 Jahre BLM – eine echt bayerische Erfolgsgeschichte. Die BLM hat gewaltigen Anteil daran, dass Bayern heute eine deutschlandweit einmalige Medienlandschaft hat. Es gibt von Schweinfurt bis Garmisch-Partenkirchen keinen regionalen Sender, der nicht auf den Einsatz der BLM zählen könnte. Und es gibt keine Medienanstalt in Deutschland, die eine vergleichbare Bedeutung erlangt hat wie die BLM. Sie ist mehr als ein Verwaltungsapparat für Privatsender. Die BLM gestaltet Medienpolitik und ist als Ideen- und Impulsgeber über die Grenzen Deutschlands hinaus gefragt. Dieser großartige Erfolg ist dem Engagement aller BLM-Mitarbeiter mit Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring und Dr. Erich Jooß an der Spitze zu verdanken.

Die Arbeit im BLM-Medienrat hat mich medienpolitisch stark geprägt. Gerade die Diskussionen zum Thema Jugendmedienschutz, immer wieder angestoßen von Klaus Kopka, Prof. Wolf-Dieter Ring und der Jugendschutz-Ikone Verena Weigand, waren wichtig und richtungweisend. Regelmäßig haben wir im Fernsehausschuss anhand von Videoausschnitten einzelne TV-Sendungen nach Jugendschutzkriterien bewertet: Unsere bayerische Linie war deutschlandweit entscheidend. So geht die KJM auf Initiative von Bayern zurück.

Auch beim Aufbau einer flächen-deckenden lokalen Rundfunkstruktur in Bayern spielte die BLM die entscheidende Rolle. Dabei ging es manchmal auch sehr emotional zu. Allein die Diskussion der oberfränkischen Medienräte untereinander über den Standort und die Programmanteile von Oberfranken TV zeigen, wie viel regionale Sensibilität und wie viel Finger-spitzengefühl von Medienrat und BLM erforderlich sind.

Vier Jahre im BLM-Medienrat – das war für mich so eine Art medien-politisches Trainee-Programm: In keinem anderen Gremium lernt man die Medienpolitik in ihrer gesamten Bandbreite umfassender und gründlicher kennen. Auch als ZDF-Fernsehrat profitiere ich davon und vermisse oft die guten Gespräche mit Freunden im Medienrat.



Klaus Warnecke
Mitglied des Medienrats
1985 – 1994, Vertreter des
Bayerischen Landtags (SPD)

Wie bei den meisten Geburtstagen liegt der eigentlich erinnerungswürdige Vorgang im Jahr vor der Geburt – hier also 1984, als der Bayerische Landtag das »MEG« (Medienentwicklungsgesetz) diskutierte und beschloss. Zur allgemeinen Verblüffung erklärte der CSU-Berichterstatter Dr. Matschl, MdL, in der Schlussberatung als Begründung für die Installation der privat-kommerziellen Medien: Der Bayerische Rundfunk sei ein ungezogenes Einzelkind,

dem endlich ein konkurrierendes Geschwisterchen gebühre.

Die Hebamme BLM erblickte nun im gleichen Jahr das Licht der Welt wie die Säuglinge »Privatradio« und »Privatfernsehen«. Entsprechend sachkundig verlief die gemeinsame Kindheit. Die kurzen Hosen der meisten Lokalradios wurden nicht länger. Dafür wurde die langjährige (immer währende?) TV-Bayernfenster-Diskussion zur sich selbst ernährenden Dauerposse. Schade, dass die digitale Sendetechnik erst mit 20jähriger Verspätung entwickelt wurde. Wie viele unproduktive Kosten für Organisation und Installation des altbackenen Verteilmediums Kabel hätten vermieden und stattdessen in den kreativen programminhaltlichen Bereich gelenkt werden können!



Lore Schultz-Wild
Mitglied des Medienrats seit 1985
und stv. Vorsitzende des Fernseh-ausschusses seit 2001, Vertreterin
der Schriftstellerorganisationen

20 Jahre BLM = Sturm und Drang-Zeit der bayerischen Medienpolitik. Das waren Lern- und Wanderjahre für fünfmal vier Dutzend Mitglieder des Medienrats (mal mehr, mal weniger): Von der drangvoll engen Hufeisen-Sitzordnung mit Rücken-an-Rücken-Redegefechten in der Thomas-Dehler-Str. 25, wo es der Bürgerinitiative gegen Kabelkommerz (BIKK) dennoch gelang, ihr basisdemokratisches walk-in zu

inszenieren, über den 5. Stock in der Fritz-Erler-Str. 30, den man nur mit wechselnden Sicherheitsausweisen erreichen konnte, bis zum eigenen BLM-Haus in der Heinrich-Lübke-Str. 27, das mittlerweile als offenes Forum in vielfältigen Zusammenhängen gerühmt wird.

Gelernt habe ich etwa, dass meine UrRede »Wir dürfen diese kleinen Anbieter doch nicht in ihren Ruin locken ...« deshalb ungehört verhallte, weil es später ja das Teilnehmerentgelt, Finanzierungsbeiträge und so genial lukrative Sendungen wie »bet & win« geben sollte. Gelernt habe ich als Wort-Arbeiterin, dass selbst 20 Jahre Realität unsere Geschäftsordnung nicht erreichten. Dennoch: Der Schriftführer des Medienrats ist weiblich. Und immerhin hat mein »Merke: Es beschweren sich auch Frauen!« im Antrag von 1993 den heutigen § 16 geprägt.

Der damals geforderte »gemeinsame Unterausschuss für Bildungsfragen« hat sich nie etabliert – wohl aber das Forum Medienpädagogik. Es gibt Aus- und Fortbildungskanäle, Seminare und ein spezielles Budget im BLM-Haushalt, den »Flimmo«, »In eigener Regie« und viele Kooperationen mit dem Ziel, Programmqualität und Jugendmedienschutz gleichermaßen zu fördern. Keine schlechte Bilanz.

Gelernt habe ich, dass eine Entschuldigung oder Protokoll-Nachfrage durchaus verblüffend wirken kann. Verblüfft war ich selbst über das einmalige Abstimmungsergebnis Erwin Huber und Lore Schultz-Wild gegen den Rest des Medienrats. Was ich vermisse: Die Wort-Erteilung durch Klaus Kopka in der unnachahmlich modulierten Tonfolge: Frau Schultz-Wild.

Harald Rösch, Geschäftsführer Hansenet, zur Zukunft von IPTV und Alice homeTV

»IPTV gehört die Zukunft«

Nach Hamburg, Lübeck und Rostock will Hansenet dieses Jahr noch Frankfurt, Berlin und Münster mit IPTV versorgen. Im Mai 2006 startete die 100-Prozent-Tochter der Telecom Italia das erste IPTV-Angebot in Deutschland und hat bisher 10.000 Kunden gewinnen können. Diese Zahl soll laut Geschäftsführer Harald Rösch auf 100.000 gesteigert werden. Er ist überzeugt, dass der Technologie IPTV die Zukunft gehört.



? **tendenz:** Hansenet hat mit Alice home TV das erste IPTV-Angebot in Deutschland gestartet. Welche Erfahrungen – positive und negative – haben Sie auf dem noch jungen Markt im ersten Jahr gesammelt?

Harald Rösch: Natürlich ist der Start eines solchen anspruchsvollen Produktes und einer derartigen Technik nicht immer problemlos. Als erster Anbieter haben wir da entsprechende Erfahrungen in Hamburg und Lübeck gemacht. Wir sind aber auch sehr sensibel mit dem Produkt umgegangen und haben vor allem unsere ersten Kunden eingebunden, um das Produkt Alice homeTV zu optimieren und zur vollständigen Marktreife zu bringen. Wir sind sehr überrascht, wie gut das neue Angebot von unseren Kunden angenommen wird, obwohl wir bisher aktiv keine Werbung für das Produkt gemacht haben.

? Alice homeTV hat derzeit rund 10.000 Kunden in Hamburg, Lübeck und in Teilen Mecklenburg-Vorpommerns. Welche Städte/Regionen sollen in diesem Jahr noch dazu kommen? Welche Kundenzahlen erwarten Sie bis Ende des Jahres?

Wir werden bis Mitte des Jahres noch Frankfurt, Berlin und auch Münster für Alice homeTV erschließen und bis Ende des Jahres noch viele weitere deutsche Metropolen. Damit wollen wir unser Ziel, knapp 100.000 IPTV Kunden für Alice zu gewinnen, erreichen.

Kommunikation und TV-Genuss erleichtern

? In Presseberichten wurde angekündigt, dass Alice homeTV bereits Ende 2006 in mehreren Großstädten zu empfangen sein soll. Bis Frühjahr 2007 ist es bei den Startregionen im Norden Deutschlands geblieben. Wie ist diese Verzögerung zu erklären?

Bei jeder Neueinführung eines technischen Produktes kommt es zu kleineren Verzögerungen. Wir haben in der Tat schon mit dem Ausbau auch in Städten wie Berlin im letzten Jahr begonnen. Allerdings ist es eher unser Stil, erst dann über den weiteren Ausbau zu sprechen, wenn wir auch genau sagen können, bis wann wir die Stadt entsprechend erreichen.

? Alice homeTV bietet ca. 60 Free-TV-Sender, 3 Pay-TV-Pakete und Movies im Video-on-Demand-Verfahren an. Bisher verfolgt Hansenet also offenbar die Strategie, den Bestand bzw. »more of the same« anzubieten. Genau dies sei der Schwachpunkt der jetzigen IPTV-Anbieter, sagen Kritiker ...

Lassen Sie sich überraschen, wir sind davon überzeugt, dass der Technologie IPTV die Zukunft gehört und wir über Alice homeTV zukünftig Services anbieten können, die über andere Technologien nicht realisierbar sind und dem Zuschauer die Kommunikation und den TV-Genuss erleichtert.

? Sportprogramme wie das DSF oder Eurosport sind derzeit nicht über Alice homeTV zu empfangen. Verzichten Sie damit nicht auf einen wesentlichen Programmtreiber des IPTV-Marktes, den Sport?

Sport wird künftig in zunehmendem Maße für Alice homeTV, insbesondere aber im Pay TV-Bereich, an Bedeutung zunehmen. Aber ohne Frage, DSF und Eurosport werden nach Beendigung der Vertragsverhandlungen zeitnah in unser Free-TV-Bouquet mit einbezogen werden.

Harald Rösch ist seit November 2003 Geschäftsführer der HanseNet Telekommunikation GmbH in Hamburg. Der 39-Jährige hat nach seinem Betriebswirtschaftsstudium in Reutlingen und Reims 1993 seine berufliche Laufbahn als Projektleiter bei der McKinsey Unternehmensberatung begonnen. Erfahrungen mit dem Internet-Markt sammelte er als Marketingleiter bei der Infostrada in Italien und ab 2001 als Leiter der Internetdivision bei der Telecom Italia.



? Im Sommer will ein weiterer Wettbewerber mit IPTV starten und auch Optionen wie zeitversetztes Fernsehen realisieren. Wie sehen die weiteren Pläne für Alice home TV aus? Wann werden Ihre Kunden interaktive Features nutzen können?

Natürlich arbeiten wir an Themen und Services, die unseren Alice-Kunden die Nutzung und Möglichkeiten von Alice homeTV erleichtern bzw. neue Perspektiven der Vernetzung von Internet und Fernsehen aufzeigen.

? »Triple Play«, also Internet, Telefonie und Fernsehen aus einer Hand, heißt derzeit das Zauberwort in der Medien- und TK-Branche. Wird der »Kampf um's Wohnzimmer«(DSL, Kabel, Satellit) die TV-Zukunft bestimmen?

Wichtig wird es erst einmal sein, dass die Anbieter von IPTV auch den Fernsehzuschauern in Deutschland die Möglichkeit aufzeigen, die diese Technologie in Zukunft bietet. Allerdings: Wenn man einen Massenmarkt erreichen will, ist es wichtig, den neuen Kunden den Einstieg möglichst einfach zu gestalten. Deshalb ist Alice homeTV über eine Set Top Box auf dem Fernseher zu empfangen.

? »More of the same« oder neue Spartenprogramme – welche Programmstrategie wird auf dem IPTV-Markt am erfolgreichsten sein?

Ohne Frage – beides ist unabdingbar! Der Mainstream muss bedient werden, und mit den Spartenprogrammen wird die spezifische Akzentuierung gesetzt.

? Bisher haben Ihre IPTV-Kunden die Auswahl zwischen ADSL mit 4.000kBit und ADSL 2+ mit 16.000 kBit. Inwiefern ist VDSL ein Thema für Sie?

Wir glauben an eine weitere Entwicklung der Bandbreiten, speziell mit weiteren Services, die zum einen wir mit IPTV, aber auch andere Anbieter mit Videoportalen offerieren. Von daher ist VDSL auch ein Thema für Alice.

? Im europäischen Vergleich hinkt Deutschland laut verschiedener Studien auf dem IPTV-Markt weit hinterher. Welche Gründe gibt es dafür und wie beurteilen Sie die weiteren Entwicklungschancen?

Sicherlich sind die wichtigsten Gründe für die unterschiedlichen Entwicklungsstände in Sachen IPTV die unter-

Am 11. Mai 2006 präsentierte das Alice-Gesicht Vanessa Hessler (Mitte) in Berlin gemeinsam mit Geschäftsführer Harald Rösch (rechts) und TV-Moderator Wigald Boning (links) das Alice homeTV-Angebot mit bis zu 100 TV-Kanälen und rund 600 Movies.

schiedliche Infrastruktur sowie die verschiedene Auslegung der Regulierung in den einzelnen Ländern.

? Inwiefern profitiert Hansenet als 100prozentige Tochter der Telecom Italia von Erfahrungen mit IPTV aus dem Ausland?

Natürlich profitieren wir von den Erfahrungen und Entwicklungen unserer Mutter Telecom Italia und haben dadurch auch die Möglichkeit, ein Produkt wie zum Beispiel Alice homeTV als erster Anbieter in Deutschland auf den Markt bringen zu können. Was uns einen entscheidenden Marktvorteil im Wettbewerb bringt.

Die Fragen stellte Bettina Pregel ●

In Zukunft planende und steuernde Aufgaben

Zur Rolle der Landesmedienanstalten in 20 Jahren privater Rundfunk

20 Jahre privater Rundfunk in Deutschland Revue passieren zu lassen, bedeutet auch, die Medienpolitik und die Rolle der Landesmedienanstalten unter die Lupe zu nehmen. »tendenz« hat Ingrid Scheithauer um einen Rückblick und einen Ausblick gebeten, der sich auf das bundesweite Fernsehen konzentriert. Dem lokalen Rundfunk, insbesondere dem Radio, wird sich die nächste Ausgabe widmen.

»Einmal pro Woche kam ein Lastwagen aus München, brachte die Kassetten und die Programmvorschau gleich mit«. Was Jürgen Doetz gut 20 Jahre nach dem Start des kommerziellen Fernsehens in Deutschland eher beiläufig und ein wenig verschmitzt berichtet, ist seinerzeit empört ins Reich der Gerüchte verwiesen worden. Offiziell hatte Leo Kirch mit der Projektgesellschaft Kabel- und Satellitenfernsehen (PKS), dem Vorläufer von Sat 1, nichts, aber auch gar nichts zu tun. Die Deutsche Genossenschaftsbank, damals Hausbank des Münchner Filmhändlers, tritt als Gesellschafterin auf – für Leo Kirch. Schließlich will der Spielfilm- und Serienlieferant der öffentlich-rechtlichen Sender seine traditionelle Kundschaft mit seiner künftigen Rolle als deren schärfster Konkurrent nicht verärgern.

Aus Kirchs »Fort Knox« in Unterföhring bei München kommen denn auch die meisten Programme zum Auftakt der neuen Ära, die geradezu klassisch, fast öffentlich-rechtlich beginnt. Mit Händels »Feuerwerksmusik« eröffnet die PKS das Programm und beendet gegen Mit-

ternacht den Tag Nr. 1 in der Geschichte des privaten deutschen Fernsehens – nach dem Spielfilm »Der Unverbesserliche« mit Jean Paul Belmondo – mit Beethovens neunter Symphonie; mit Herbert von Karajan am Dirigentenpult der Berliner Philharmoniker.



Jürgen Doetz, der PKS-Geschäftsführer, hält eine kurze Ansprache, und die erste Ansagerin des Privatfernsehens, Irene Joest, tritt im geborgten Bleylekleid ihrer Mutter auf. Es ist der 1. Januar 1984. Im rheinland-pfälzischen Medienlabor Ludwigshafen hat der »Urknall« stattgefunden. Am 2. Januar macht es wieder »Plopp«: RTLplus geht auf Sendung – von Luxemburg aus erreicht das Programm über eine terrestrische Frequenz Teile des Saarlands und von Rheinland-Pfalz, »allerdings die unbewohnten«,



Die Privatfernsehpioniere Jürgen Doetz und Helmut Thoma kämpfen um terrestrische Frequenzen.

20 JAHRE BLM – EINE CHRONIK



1985**20. März**

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien konstituiert sich als erstes Organ der BLM und wählt in der ersten Sitzung den Vorstand, bestehend aus Klaus Kopka (Vorsitzender), Prof. Ekkehard Schumann (stv. Vorsitzender) und Frauke Ancker (Schriftführerin). Zum Beauftragten wird Dr. Wolf-Dieter Ring berufen, er führt die Geschäfte bis zur Wahl des Präsidenten. Die BLM finanziert ihren Geschäftsbetrieb zunächst über ein Darlehen, das durch eine Staatsbürgerschaft gedeckt ist.

1. April

Die BLM nimmt mit fünf Mitarbeitern ihre Tätigkeit auf.

25. April

Die UKW-Frequenzplanung für die terrestrischen Hörfrequenzen in Bayern beginnt. Nach den Vorgaben des Bayerischen Medienentwicklungs- und -erprobungsgesetzes (MEG) sollen lokale Anbieter und eine landesweite Hörfunkkette zugelassen werden. Für München sind drei Hörfrequenzen zu organisieren, für die 23 Bewerbungen vorliegen.

23. Mai

Der Medienrat bildet vier ständige Ausschüsse zur Vorberatung seiner Entscheidungen und stimmt über eine Geschäftsordnung und weitere Verfahrensfragen ab.

29. Mai

In München gehen als erste terrestrische Hörfunksender Radio Süd, Radio Gong 2000 und Radio M1 auf den Frequenzen 95,23 MHz bzw. 92,4 MHz mit insgesamt elf Anbietern auf Sendung.

1. Juni

Die Landeszentrale kann nach dem MEG ab sofort neben der Genehmigung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen auch über die Weiterverbreitung von Programmen entscheiden, die außerhalb Bayerns zugelassen sind.

28. Juni

Beim Bayerischen Verfassungsgerichtshof werden verschiedene Popularklagen eingereicht, u.a. von der SPD und dem DGB, in denen die Vereinbarkeit des MEG mit dem Grundrecht der Rundfunkfreiheit, mit Art. 111a der Bayerischen Verfassung und dem Grundrecht der allgemeinen Handlungsfreiheit angezweifelt werden.

25. Juli

Für den Bayern zugewiesenen Kanal auf dem Satelliten Intelsat V bewerben sich 13 Anbieter, der Medienrat stimmt der Nutzung des Transponders grundsätzlich zu. Die Weiterverbreitung des deutschsprachigen Satellitenprogramms von RTL plus in Bayern wird insbesondere wegen der Frage der Sonntagswerbung zunächst nicht genehmigt.

August

Die BLM legt für den Hörfunk München Sendeschemata für die Frequenzen 89,0, 92,4 und 96,3 MHz fest, gegen die beim Verwaltungsgericht (VG) München Widerspruch eingelegt wird. Nachdem die BLM in der ersten Instanz Recht bekommt, gibt der Verwaltungsgerichtshof (VGH) der Anfechtungsbeschwerde der Anbieter auf den Frequenzen 96,3 und 92,4 MHz statt. Der BLM werden vom VGH das Recht der Ausübung der Rundfunkfreiheit und der verantwortlichen Gestaltung der Hörfunkprogramme in München abgesprochen. Sie erhebt daraufhin Verfassungsbeschwerde, der vom Bayerischen Verfassungsgerichtshof am 18. November 1985 insofern stattgegeben wird, als die Kompetenzen der BLM eindeutig klargestellt werden.

24. September

Die Bayerische Staatsregierung beschließt das Medienförderungsprogramm, das vor allem die technische Investitionsförderung der Kabelgesellschaften und die Förderung besonderer Programmangebote vorsieht.

3. Oktober

Der Medienrat genehmigt die ersten neun Kabelgesellschaften in Bayern und stimmt der Weiterverbreitung von RTL plus in Bayern zu.

31. Oktober

Der Programmanbietervertrag mit der KMP (deutsche music-box), tv weiß-blau und Impuls TV wird ebenso genehmigt wie fünf weitere Kabelgesellschaften. Der

Medienrat wählt die im Gesetz vorgesehenen drei Mitglieder des Verwaltungsrats.

27. November

Der Verwaltungsrat konstituiert sich als zweites Organ der Landeszentrale, nachdem die genehmigten Kabelgesellschaften und Anbieter ihre Vertreter entsandt haben. Zum Vorsitzenden wird Dr. Hans Domcke gewählt, zu seinem Stellvertreter Erhardt D. Stiebner.

28. November

Das Konzept der Hörfunknutzung in München nach dem 31. Dezember 1985 wird in Form einer Satzung verabschiedet.

19. Dezember

Der Medienrat wählt Rudolf Mühlfnzl zum ersten Präsidenten und Dr. Wolf-Dieter Ring zum Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten der Landeszentrale. Die Münchner Gesellschaft für Kabelkommunikation (MGK) wird als örtliche Münchner und überörtliche Kabelgesellschaft genehmigt. Der Medienrat genehmigt die Verträge für die Programmanbieter auf den Münchner Hörfrequenzen 89,0, 92,4 und 96,3 MHz sowie einer vierten, noch nicht verfügbaren Frequenz für München.

31. Dezember

Das Münchner Kabelpilotprojekt endet und damit auch die Tätigkeit der Münchner Pilotgesellschaft für Kabelkommunikation (MP). Die Institution wird in die MGK überführt.



*Konstituierende Sitzung
des Medienrats der
BLM am 20. März 1985.*



1986

30. Januar

Es wird ein Hörfunkfrequenzplan für Bayern verabschiedet, der 92 mögliche Frequenzen aufweist. Für die Standorte Nürnberg, Kempten und Kaufbeuren werden Programmversuche im Kabelhörfunk zugelassen. Der Medienrat stimmt der Zulassung von Radio Charivari auf der 4. Münchner Hörfunkfrequenz zu. Der Sendebetrieb beginnt am 1. April 1986.

20. März

Für Freising und Ingolstadt werden Programmversuche mit lokalem Fernsehen zugelassen. Der Medienrat spricht sich dafür aus, bei den Fernsehanbietern auf eine angemessene Programmgestaltung an Sonn- und Feiertagen mit Blick auf Werbung hinzuwirken.

24. April

Die Ausschüsse legen dem Medienrat einen Entwurf für Jugendschutzrichtlinien vor. Der Medienrat befaßt sich erstmals mit dem Südschienen-Staatsvertrag vom 12. Mai 1986 zwischen Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, auf dessen Basis später SAT. 1 zugelassen wird.

17. Juli

Der Medienrat verabschiedet die Hörfunksatzung, die Satzung zur vorläufigen Ordnung der Fernsichtnutzung in München und die Wahlwerbesatzung. Außerdem stimmt er dem ersten Jahresabschluss und dem ersten Haushaltsplan der Landeszentrale zu.

13. Oktober

Im Großraum München wird mit »Kanal 4« erstmals ein privates TV-Programm über eine terrestrische Fernsehfrequenz verbreitet. Zu den 13 Anbietern des Programms »Kanal 4« gehören die deutsche musicbox, mbt, tv weiß-blau und Unser Kleines Theater.

20. November

Der Medienrat genehmigt vier Hörfunkprogramme für Nürnberg, die am 3. Dezember auf Sendung gehen. Für die Programmförderung werden erstmals Zuschüsse nach dem Bayerischen Medienförderungsprogramm vergeben.

21. November

Der Bayerische Verfassungsgerichtshof bestätigt das bayerische Modell der öffentlich-rechtlichen Trägerschaft der Landeszentrale für den privatrechtlich-organisierten Rundfunk als verfassungskonform, erklärt die Zusammensetzung des Verwaltungsrats jedoch für unzulässig. Der Verwaltungsrat wird daraufhin aufgelöst. Die Neukonstituierung erfolgt nach der Novellierung des MEG am 9. Dezember 1987.

9. Dezember

Der Gebührenstaatsvertrag wird von Bayern und Baden-Württemberg gekündigt. Durch die Kündigung, der sich Rheinland-Pfalz und Niedersachsen später anschließen, soll eine Neufassung des Rundfunkstaatsvertrags erwirkt werden.

11. Dezember

Der Medienrat verabschiedet die Teilnehmerentgeltsatzung.

14. Dezember

Die Inn-Salzach-Welle nimmt den Probebetrieb im Kabelfernsehen auf, die Dauergenehmigung wird vom Medienrat am 14. Juli 1988 erteilt.

24. Dezember

Die Hörfunksender in Kempten und Kaufbeuren nehmen den befristeten Probebetrieb auf. Zum Jahresende stehen 48 Hörfunkfrequenzen zur Verfügung.

1987

19. Februar

Das Programmangebot der deutschen musicbox (KMP) wird auf täglich 24 Stunden ausgeweitet, um ausländischer Konkurrenz wie z. B. Super Channel Paroli bieten zu können. In Ingolstadt werden die Kabelversuche der fünf Fernsehanbieter und der Anbieter von Kabelhörfunk verlängert. Für terrestrisches Fernsehen werden zwei gleichwertige, flächendeckende Sendernetze aufgebaut.

21. März

Der Sendebetrieb von Hit Radio RT.1 und Radio Fantasy in Augsburg beginnt.

1. April

Die Ministerpräsidenten der Länder unterzeichnen den Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens (Rundfunkstaatsvertrag). Er tritt nach der Ratifizierung durch die Länderparlamente am 1. Dezember 1987 in Kraft.

30. April

Der Medienrat stimmt nach dem Südschienen-Staatsvertrag der Vergabe eines Kanals an SAT. 1 zu. Im Sinne der Meinungsvielfalt und Chancengleichheit wird die zweite Frequenzkette an den für den Nordschienen-Staatsvertrag vorgesehenen Veranstalter RTL plus vergeben. Für beide bundesweiten Anbieter sind bayerische Fensterprogramme vorgesehen. In Regensburg, Aschaffenburg und Würzburg werden Hörfunksender zugelassen und in München der Kabelhörfunksender Star*Sat Radio genehmigt.

22. Mai

Dr. Wolf-Dieter Ring wird zum Vorsitzenden der neu gegründeten Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) gewählt.

2. Juli

Der Medienrat genehmigt die Hörfunkangebote in Passau, Regen und Freyung.

16. Juli

Die Lokalradios in Bayreuth, Landshut und Straubing werden zugelassen, ebenso die Weiterverbreitung von Eureka TV und Voice of America Europe in Bayern genehmigt.

30. Juli

Der Medienrat unterstreicht seine Forderung nach einer Gesamtsendezeit von bis zu 120 Minuten täglich für bayerische Anbieter im Programm von SAT. 1 bzw. RTL. Das Nutzungskonzept für die landesweite Hörfunkkette wird grundsätzlich befürwortet. Für die Hörfunksender in Kemp-

Die BLM nimmt am 1. April 1985 mit fünf Mitarbeitern ihre Tätigkeit auf.



Im Dezember 1985 wird Rudolf Mühlfnzl (links) zum ersten BLM-Präsidenten gewählt und Dr. Wolf-Dieter Ring zum Geschäftsführer.

ten und Kaufbeuren wird eine dauerhafte Genehmigung nach Ende des Programmversuchs befürwortet.

25. September

In Rosenheim beginnt das Zeitalter des lokalen Kabelfernsehens mit der Genehmigung eines Probebetriebs, bei dem auch Kabeltext ausgestrahlt wird.

1. Oktober

Nach Inkrafttreten der MEG-Novelle genehmigt der Medienrat die Satzung über die Wahl der Verwaltungsräte. Die Hörfrequenzen in München sollen umorganisiert werden. Das bisher zielgruppenorientierte Sparten-TV-Programm KMP-music-box soll in ein jugendspezifisches Vollprogramm umgewandelt und künftig unter dem Namen Tele 5 ausgestrahlt werden.

3. Oktober

In Hof nehmen die Hörfunkanbieter Radio Euroherz und extra radio den Sendebetrieb auf. In Bayern sind inzwischen 25 lokale Hörfunksender in Betrieb.

29. Oktober

Für die landesweite Hörfunkkette wird die Radio Bayern Programm-anbieter GmbH zugelassen. In Nürnberg wird eine 5. Hörfrequenz als Programmversuch mit bestimmten Auflagen für den Anbieter Radio Z genehmigt.

1. Dezember

Der Rundfunkstaatsvertrag (Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens) tritt in Kraft. Darin werden erstmals Fragen wie Programmgrundsätze,

Jugendschutz, Werbung, Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt und die Finanzierung der Aufgaben der Landesmedienanstalten geregelt. Die Direktorenkonferenz richtet eine Woche später einen »Ständigen Arbeitskreis Jugendmedienschutz« zur Beratung ein.

9. Dezember

Der neu zusammengesetzte Verwaltungsrat tritt zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen. Vorsitzender wird erneut Dr. Hans Domcke, Stellvertreter Erhardt D. Stiebner.

10. Dezember

Der Hörfunk in München wird umorganisiert. In Lindau und Augsburg werden lokale Hörfunkprogramme zugelassen. Radio Lindau nimmt am 18. Dezember den Sendebetrieb auf. Das neue jugendorientierte Programm von Tele 5 wird genehmigt.

1988

17. Februar

In Würzburg startet der Lokalsender TV Touring.

17. März

Der bisherige Programmausschuss und der Planungsausschuss des Medienrats werden umorganisiert und in Hörfunk- und Fernsehausschuss aufgliedert. In Nürnberg wird die 5. Hörfrequenz ohne den Anbieter Radio Z genehmigt, der jedoch den befristet genehmigten Probebetrieb auf Grundlage einer einstweiligen Anordnung des VG Ansbach weiterführen kann.

23. März

Star*Sat Radio verbreitet als erster deutscher privater Radiosender sein Programm europaweit via Satellit.

9. April

In Dillingen, Donauwörth und Nördlingen beginnt das Zeitalter des Lokalfunks mit einem zeitgleich ausgestrahlten gemeinsamen Programm und originären Beiträgen aus den drei Orten.

18. April

Radio Xanadu (heute: Radio Energy) geht in München auf Sendung.

21. April

In Würzburg werden Radio Gong-Mainland und Radio Charivari Würzburg zugelassen und ein weiterer lokaler Fernsehversuch genehmigt. Für die Anbieter in Kempten, Kaufbeuren, Sonthofen und Füssen werden Dauergenehmigungen erteilt. Der Programmversuch von Radio Z in Nürnberg wird verlängert.

19. Mai

Der Medienrat genehmigt die vorläufige Nutzung der terrestrischen Fernsehfrequenzen in Bayern, über die auch landesweite bzw. lokale Fenster im Programm von SAT. 1 bzw. RTL plus realisiert werden sollen.

6. Juni

Die Lokalradios in Mühldorf und Burgkirchen (Inn-Salzach-Welle) gehen auf Sendung.

14. Juli

Erstmals wird der BLM-Hörfunkpreis ausgeschrieben. Die Satzung zur Organisation des drahtlosen Fernsehens in Bayern wird verabschiedet.

5. September

Der landesweite Hörfunkanbieter Antenne Bayern geht auf Sendung.

30. September

Mit dem Kulmbacher Radio Plassenburg geht das 45. bayerische Lokalradio in Betrieb.

1. Oktober

Radio Deggendorf startet als 24-stündiges Lokalprogramm.

18.–19. Oktober

Die BLM veranstaltet erstmals den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der MÜNCHNER MEDIENTAGE.

27. Oktober

Die Kapazität in den Kabelnetzen ist an einigen Standorten bereits erschöpft.

24. November

Mit dem TELECLUB wird der erste Pay-TV-Anbieter Deutschlands zur Weiterverbreitung zugelassen. Mit der Diskussion um »Radio SAT 2000« beginnen die Überlegungen für ein bayerisches Zulieferprogramm zur Entlastung und Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Lokalstationen.

30. November

Eureka TV ändert seine Gesellschafterstruktur und sein Programmangebot wird in PRO 7 umbenannt.



Erstmals veranstaltet die BLM den Rundfunkkongress. Zu den Moderatoren gehört auch der junge Fred Kogel (rechts im Bild).



1. Mai 1990: Martin Gebrande tritt sein Amt als BLM-Geschäftsführer an.

15. Dezember

Das lokale Hörfunkkonzept für Bayern ist im wesentlichen umgesetzt. In der zweiten Phase wird die Stabilisierung der Sender in Angriff genommen. Mittlerweile sind 50 Lokalfrequenzen in Betrieb, über die 35 Lokalradioprogramme verbreitet werden. SAT. 1 wird terrestrisch in fünf Regionen ausgestrahlt, RTL plus in vier Städten und Tele 5 an zwei Standorten.

1989

Die erste Image- und Akzeptanzstudie zum Hörfunk in Bayern liegt vor, die gleichzeitig den Auftakt zur BLM-Schriftenreihe bildet.

28. Januar

Der Neuburger Lokalsender Radio ND1 nimmt den Sendebetrieb auf.

23. Februar

Die in Bayern verfügbaren drahtlosen Frequenzen werden für SAT,1, RTL plus und Tele 5 vorgesehen. In München wird auf der Frequenz 92,4 MHz Radio Arabella zugelassen. Der Medienrat genehmigt die Weiterverbreitung des Kabelhörfunkprogramms Radio Belcanto in bayerischen Kabelnetzen.

16. März

In Holzkirchen wird ein Kabelfernseh-Programmversuch zugelassen, wobei die Problematik der mangelnden wirtschaftlichen Tragfähigkeit klar gesehen wird. Bei der Organisation des drahtlosen Fernsehens in Bayern werden erste Stützmaßnahmen in Erwägung gezogen, um die bayerischen Fernsehfensterprogramme realisieren zu können.

6. April

Der Medienrat konstituiert sich zur 2. Amtsperiode

8. Mai

In Rosenheim geht Radio Charivari Rosenheim auf Sendung.

15. Mai

Das vom Europarat entwickelte Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen tritt in Kraft.

8. Juni

Für die bayerischen Fernsehfenster werden mit der Organisation eines Lokalprogramms bei RTL plus und eines landesweiten Vorabendangebots bei SAT.1 die Weichen gestellt. Mittlerweile sind 53 lokale Hörfunksender in Betrieb.

29. Juni

Mit der Unterzeichnung des Westschienen-Staatsvertrags werden die Weichen für das informationsorientierte Vollprogramm VOX gestellt, das im Januar 1993 auf Sendung geht.

11. Juli

Die erste Funkanalyse Bayern wird präsentiert. Sie belegt den Erfolg der Lokalradios unter den jüngeren Hörern und bietet eine zuverlässige Währung für die Werbeakquise.

20. Juli

Dr. Wolf-Dieter Ring wird zum Präsidenten der Landeszentrale gewählt. Er tritt sein neues Amt im Januar 1990 an. Zur finanziellen Absicherung der lokalen Fernsehanbieter wird die Abendwerbeschiene eingeführt.

28. September

Das bayerische Fernsehkonzept mit einem landesweiten Fenster im Programm von SAT.1 und einem lokalen Fenster auf RTL plus wird in den Grundzügen beschlossen.

1. Oktober

TV1 Schweinfurt startet sein regionales Programm für die Region Main-Rhön.

3. Oktober

Der EG-Ministerrat beschließt die EG-Fernsehrichtlinie.

15. Oktober

Das Regionalfernsehen Landshut geht erstmals auf Sendung.

16. November

Die Jugendschutzrichtlinie der Landesmedienanstalten wird vom Medienrat verabschiedet. Der Medienrat beschließt die Grundstruktur zur Hörfunkorganisation im Regensburger Umland, wo die lokalen Fensterprogramme an den Standorten Kelheim, Schwandorf, Neumarkt und Cham durch Angebote ummantelt werden sollen, die aus Regensburg zugeführt werden

Ende November 1989

Radio Belcanto nimmt via Kabel und Satellit als erstes bundesweites privates Klassikradio den Sendebetrieb auf.

14. Dezember

In der Fortentwicklung des Hörfunkkonzepts wird die Grundstruktur für das Zulieferprogramm für bayerische Lokalradios verabschiedet, um diese wirtschaftlich zu entlasten. Für die Lokalradios werden Mindestsendezeiten festgesetzt, damit der Lokalcharakter erhalten bleibt. Aus dem Teilnehmerentgelt werden rund drei Millionen Mark für bayerische Programmangebote bereitgestellt.

1990

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) richtet die »Gemeinsame Stelle Jugendschutz« ein.

25. Januar

Der Medienrat befasst sich intensiv mit »Tutti Frutti« und »Eine Chance für die Liebe«, wobei die Moderatorin Erika Berger Anschauungsunterricht im Fernsehausschuss gibt.

22. März

Das landesweite Fernseh-Regionalprogramm »Wir in Bayern« bekommt eine Genehmigung für vier Jahre.

Erstmals ist von den Planungen für eine 5. Hörfunkkette des BR die Rede, die schließlich am 21. Juni 1990 realisiert wird.

Der frühere Präsident der BLM, Rudolf Mühlfnz, wird zum Rundfunkbeauftragten für die Abwicklung des Staatsrundfunks in der ehemaligen DDR benannt. Parallel dazu verhandeln die neuen Bundesländer über den Aufbau neuer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.

1. Mai

Der vom Medienrat gewählte BLM-Geschäftsführer Martin Gebrande tritt sein Amt an.

Anfang Mai

Die BLM organisiert den Ausbildungskongress »Journalismus für den Hörfunk der Zukunft«.

19. Mai

In Fürstfeldbruck nimmt Radio FFB – zunächst als Programmversuch – den Sendebetrieb auf.

30. September

Radio Sat 2000 stellt den Sendebetrieb ein.

4. Oktober

Die Bundespost verringert ihre zuvor forcierte Verkabelungspolitik drastisch. Der Medienrat fordert daraufhin die Fortsetzung der geplanten Verkabelung und appelliert an die strukturpolitische Verantwortung der Post gerade in strukturschwächeren Gebieten. Die Studie »Lokalfunk und Lokalität« wird veröffentlicht, die standortspezifische lokale Informationsangebote als Voraussetzung für ein akzeptiertes Lokalradio belegt.

10. Oktober

Der erste Studiengang des von der BLM und der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) gegründeten Fachstudiums Medienmarketing beginnt.

2. November

Zwischen 18.00 und 18.30 Uhr startet auf SAT.1 und RTL plus das gemeinsame bayernweite Programmfenster »Bayern Aktuell«.

22. November

Das Hörfunkkonzept wird durch Genehmigung erweiterter Zulieferungen fortgeschrieben. Dazu soll eine bayerische Programm-zulieferungsgesellschaft gebildet werden. Zwischen BLM und BR wird eine Vereinbarung über die Aufteilung der verfügbaren UKW-Frequenzen unterzeichnet.

13. Dezember

Bei Radio Xanadu in München steigt Thomas Gottschalk ein. Durch die technischen Reichweitenoptimierungen der BLM können zum Jahresende acht Millionen Hörer in Bayern ihr jeweiliges Lokalradio empfangen. An 64 Standorten sind insgesamt 81 Frequenzen in Betrieb. SAT. 1 und RTL plus werden terrestrisch an neun Standorten ausgestrahlt. Tele 5 in acht Städten und PRO 7 an 4 Standorten.

5. November

TV Touring startet auch am Standort Aschaffenburg ein eigenes Programm.

1991

In Zusammenarbeit mit dem Institut für Jugend Film Fernsehen (JFF) bietet die BLM erstmals das Förderprogramm »In eigener Regie« für Jugendmediengruppen an.

31. Januar

Das bayerische Fernsehkonzept mit landesweiten und lokalen / regionalen Programmteilen ist weitgehend umgesetzt. Für die Hörfunkanbieter in Würzburg wird eine Kooperation in Form eines Funkhauses geprüft.

28. Februar

Der Pay-TV-Sender Premiere geht auf Sendung. Nach dem Zusammenschluss mit DF1 wird die analoge Verbreitung 2003 eingestellt.

2. April

Die Bayerische Lokalradio-Programm-Gesellschaft (BLR) nimmt den Sendebetrieb als Zulieferer für die bayerischen Lokalradios auf.

6. Juni

Radio Chiemgau geht in Traunstein auf Sendung.

13. Juni

Das Funkhaus Regensburg wird genehmigt. Das seit September 1987 bestehende Frequenzsplitting an den Standorten Landshut und Straubing wird aufgehoben.

1. Juli

Vier Jahre nach der Genehmigung durch den Medienrat nimmt das Lokalradio in Bamberg den Sendebetrieb auf.

4. Juli

Die Bundesregierung beschließt die Veranstaltung von zwei bundesweiten öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen mit den Schwerpunkten Information (Deutschlandradio mit Sitz in Köln) bzw. Kultur (DS Kultur mit Sitz in Berlin).

11. Juli

Dem bundesweit verbreiteten Sender Klassik Radio werden terrestrische Frequenzen für die Ausstrahlung in einigen bayerischen Ballungsräumen zugewiesen. Geplant ist die Verbreitung in Augsburg, München, Regens-

burg, Nürnberg und Würzburg. 20 Prozent des Gesamtprogramms werden von der Klassik Radio Bayern Belcanto GmbH zugeliefert, in der sich die bayerischen Gesellschafter zusammengeschlossen haben. Radio Belcanto selbst hatte den Sendebetrieb am 5. August 1990 wegen mangelnder Wirtschaftlichkeit einstellen müssen.

31. August

Die Ministerpräsidenten der Länder verabschieden den Staatsvertrag über den Rundfunk im Vereinten Deutschland. Er tritt am 1. Januar 1992 in Kraft. Darin wird unter anderem die Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk neu geregelt.

14. September

Radio PrimaTon in Schweinfurt nimmt den Sendebetrieb auf.

10. Oktober

Mit dem Sendestart von Radio Prima 1 in Memmingen wird die 100. Frequenz für lokalen Hörfunk in Betrieb genommen. Das Regionalfernsehen in Rosenheim wird für vier Jahre genehmigt, in Würzburg wird ein lokales Kabelfernsehangebot zugelassen.

14. Oktober

Das Volksmusikprogramm Radio Melodie geht bundesweit auf Sendung.

11. November

Die Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rundfunk mündet in die erste gemeinsame Sitzung von Rundfunkrat und Medienrat.

4. Oktober

Der Verwaltungsrat der BLM konstituiert sich zu seiner 3. Amtsperiode und bestimmt erneut Dr. Hans Domcke zu seinem Vorsitzenden und Erhardt D. Stiebner zum stellvertretenden Vorsitzenden.

29./30. November

An der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten nehmen erstmals die Vertreter der in den neuen Bundesländern gegründeten Landesmedienanstalten teil.

6. Dezember

Start des monatlichen Fernsehmagazins Bildstörung der Medienwerkstatt Franken in Nürnberg.

19. Dezember

Der Medienrat stimmt der Rahmenvereinbarung zur technischen Zusammenarbeit zwischen BLM und BR zu. Darin werden der BLM die Nutzungsrechte für weitere 23 UKW-Frequenzen eingeräumt und die Grundlagen für die künftige Kooperation im Bereich der Technik geschaffen. Sie wird inzwischen in vielen Bereichen praktiziert (z. B. DAB, DVB-T). Ende 1991 sind in Bayern 49 lokale Hörfunkprogramme auf Sendung. Die Programme werden über 86 Frequenzen und 47 Füllfrequenzen verbreitet. An zehn Standorten sind zudem lokale / regionale bzw. landesweite TV-Programme empfangbar.



1991 erfolgt der Sendestart für das bundesweit verbreitete Radioprogramm Klassikradio.



Am 20. September 1993 hält Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring seine Antrittsvorlesung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

1992

1. Februar

In München geht der erste Informations- und Servicekanal (ISK) auf Sendung. Es folgen ISKs in Rosenheim, Regensburg (1993) und Nürnberg (1993).

27. Februar

Die Versorgungsoptimierung für den terrestrischen Hörfunk in Bayern wird beschlossen. Dadurch sollen die technischen Reichweiten für Lokalradios gesteigert und die Lokalradioversorgung im ländlichen Raum verbessert werden. Der Versorgungsgrad wird dann 90 Prozent der Bevölkerung betragen.

29. Februar

Von der BLM als Spartenprogramm Unterhaltung genehmigt, geht »Der Kabelkanal« (heute: Kabel 1) von München aus bundesweit auf Sendung.

1. Mai

Radio Untersberg nimmt in Freilassing den Sendebetrieb auf.

23. Juli

Für Nürnberg wird ein lokales Kabelfernsehprogramm genehmigt, das von Franken Funk und Fernsehen gestaltet wird.

16. Juni

Die Landesmedienanstalten verabschieden zur Klärung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunkstaatsvertrag einen Fragebogen, der allen bundesweit zugelassenen Fernsehveranstaltern zugeleitet wird. Mit dieser Aktion beginnt eine Grundsatzdebatte über Gesellschafterstrukturen und Zurechnungsmöglichkeiten.

12. November

Der Medienrat stimmt den geänderten Jugendschutzrichtlinien der Landesmedienanstalten zu und verabschiedet eine Resolution gegen Gewalt und Sex im Fernsehen.

28. November

In Coburg startet der lokale Hörfunksender Radio Eins.

30. November

n-tv nimmt als erster deutschsprachiger Nachrichtensender den Sendebetrieb auf.

3. Dezember

Am Standort Bad Tölz/Miesbach startet Studio 1 FM (heute: Radio Alpenwelle).

Dezember

Das Bayerische Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) tritt nach acht Jahren außer Kraft und wird durch das Bayerische Mediengesetz (BayMG) ersetzt, das vom Bayerischen Landtag am 26. November verabschiedet worden ist.

1993

1. Januar

Mit dem Deutschen SportFernsehen (DSF) geht das dritte in Bayern angesiedelte nationale TV-Programm auf Sendung. Das DSF ist aus der Umwandlung von Tele 5 entstanden. Am 1. Januar startet auch der paneuropäische Nachrichtensender Euronews in Lyon.

25. Januar

Das informationsorientierte Vollprogramm VOX startet.

6. März

Sendestart des jugendorientierten Vollprogramms RTL 2, das seinen Geschäftssitz 1994 nach München verlegt.

29. März

Die erste Ausgabe des von der BLM herausgegebenen Medienmagazins »tendenz« liegt vor, das künftig viermal im Jahr erscheint.

18. April

Radio Feierwerk geht in München auf Sendung.

29. April

Der Medienrat konstituiert sich zur 3. Amtsperiode. In den Vorstand werden erneut Klaus Kopka, Prof. Ekkehard Schumann und Frauke Ancker gewählt.

24. Juni

Eine Bestandsaufnahme der Wirtschaftlichkeit bayerischer Lokalradios stellt einen deutlichen Aufwärtstrend für den lokalen Hörfunk in Bayern fest.

8. Juli

Mit großer Mehrheit wird Dr. Wolf-Dieter Ring für weitere vier Jahre zum Präsidenten der BLM gewählt. Auch Geschäftsführer Martin Gebrande wird mit großer Mehrheit vom Medienrat bestätigt.

15. Juli

BLR/BLW und Antenne Bayern unterzeichnen einen gemeinsamen Vermarktungsvertrag zur überregionalen Werbung der bayerischen Lokalradios. Der Vertrag, der unter der Moderation der BLM zustande kam, sichert dem bayerischen Lokalfunk die Vermarktung des Bayern-Funkpakets innerhalb der Radio Marketing Service GmbH (RMS) und regelt die Finanzierung des Zulieferprogramms der BLR. Erstmals findet der Lokalrundfunktag der BLM in Nürnberg statt. Gleichzeitig werden der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreis verliehen. In Nürnberg präsentiert die BLM der Öffentlichkeit auch erstmals MEDIS- das Medieninformationssystem für private Rundfunkangebote in Bayern.

1. September

Mit TV-Weiß-Blau geht in München erstmals ein lokales Ballungsraumfernsehen terrestrisch auf Sendung.

20. September

BLM-Präsident Dr. Wolf-Dieter Ring wird zum Honorarprofessor für Rundfunkpolitik und neue Medien an der Ludwig-Maximilians-Universität München ernannt.

24. September

Mit dem Fernsehhaus München wird eines der modernsten und voll digitalisierten Produktions- und Abwicklungsstudios in Europa eröffnet. Angesiedelt sind dort ProSieben, der Kabelkanal und weitere Firmen.

9. Oktober

Radio Lora startet in München auf der Frequenz 92,4 MHz.

15. Oktober

Start von Franken Info TV in Nürnberg.

1. November

In Nürnberg nimmt das RTL-Fenster »RTL Franken Life TV« den Sendebetrieb auf.

11. November

Der BLM-Medienrat verabschiedet einen Beschluss zur Eindämmung von Gewalt im Fernsehen, in dessen Rahmen Ergänzungen des Rundfunkstaatsvertrages gefordert werden. Gleichzeitig wird die Notwendigkeit einer effizienten Medienpädagogik gesehen.

24. Dezember

Das Musikfernsehen VIVA startet bundesweit von Köln aus.

31. Dezember

Das landesweite Fernsehfenster »Bayern aktuell« sendet zum letzten Mal parallel bei Sat. 1 und RTL. Künftig wird das Magazin nur noch auf Sat. 1 ausgestrahlt.

1994

Nach zehn Jahren privater Rundfunkangebote in Bayern sieht die Bilanz folgendermaßen aus:

- 4 bundesweite Fernsehanbieter haben Ende 1994 ihren Sitz in München.
 - 15 Standorte werden mit lokalem Fernsehen versorgt.
 - 57 Lokalradioprogramme sind auf Sendung.
 - 1 landesweites Hörfunkprogramm ist auf Sendung.
- Die französische Radiogruppe NRJ übernimmt den Münchner

Lokalsender Radio Xanadu und benennt den Sender in Radio Energy um.

3. Februar

Der BLM-Medienrat stimmt den »Grundsätzen für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland« zu sowie der Errichtung einer »Gemeinsamen Stelle Vielfaltssicherung der Landesmedienanstalten«.

17. Februar

Die Richtlinie zur Erhebung und Verteilung des Finanzierungsbeitrages für Fernsehfensterprogramme in Bayern wird erlassen. Nach der Fernsehsatzung der BLM müssen die Veranstalter bundesweiter Fernsehprogramme, die terrestrische Frequenzen in Bayern nutzen, grundsätzlich einen Finanzierungsbeitrag für die bayerischen Fernsehfensterprogramme leisten.

18. Februar

Die Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF) wird eröffnet, um dem gestiegenen Bedarf an qualifizierten Fachkräften für das Fernsehen gerecht zu werden. Finanziert wird sie u. a. aus Mitteln der BLM.

27. Februar

Mit Franken Fernsehen geht in Nürnberg /Erlangen das zweite Ballungsraumfernsehen terrestrisch auf Sendung.

16. März

TV Augsburg nimmt den Sendebetrieb als RTL-Fensterprogramm auf. Am 6. September 1996 startet schließlich der Betrieb auf einer eigenen Kabelfrequenz.

31. März

Im Raum Augsburg und Nordschwaben startet Flott TV »Das bunte Kulturschaufenster«.

4. April

Die Geschäftsstelle der von den privaten TV-Veranstaltern gegründeten Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) nimmt in Berlin ihre Arbeit auf.

8. Juli

Der BR und die BLM gründen gemeinsam die Bayerische Medien-Technik GmbH (BMT). ein Schwerpunkt der künftigen Arbeit soll die Begleitung von Entwicklungsvorhaben im digitalen Hörfunk und Fernsehen sein. Bis Ende 1997 besteht die wichtigste Aufgabe der BMT in der Durchführung des DAB-Pilotprojekts Bayern (Digital Audio Broadcasting).

20. Juli

Beim zweiten Lokalrundfunkkongress der BLM in Nürnberg diskutieren 500 Teilnehmer aktuelle Fragen zu lokalem Hörfunk und lokalem Fernsehen.

27. Juli

Das neu gegründete Forum Medienpädagogik trifft sich zu seiner ersten Sitzung in der BLM. Es soll eine Plattform für die gesellschaftliche Debatte über Medienkompetenz bilden und die medienpädagogische Arbeit der BLM begleiten.

5. September

Sendestart des terrestrischen Ballungsraumfernsehens »M1 – Fernsehen für München« auf Kanal 51, dessen Sendezeiten 1999 von tv.münchen übernommen werden.

17. – 18. September

Die Landesmedienanstalten legen mit den »Lübecker Beschlüssen« konkrete Vorschläge zur Zusammenarbeit und zur Novellierung der Konzentrationsbestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag vor. Darin sprechen sie sich für ein Zuschauer-Marktanteilsmodell aus, wonach sich ein Unternehmen an mehreren Veranstaltern beteiligen darf, bis eine Zuschaueranteilsgrenze von 25 Prozent erreicht wird.

6. Oktober

Nach monatelanger kontroverser Diskussion spricht sich der Medienrat gegen einen Lizenzentzug beim Nürnberger Hörfunkanbieter Radio Z aus, der wegen einer im Spätherbst 1993 ausgestrahlten Serie mit jugendgefährdenden Inhalten von der Landeszentrale mit Ordnungsstrafen belegt worden war.

18. Oktober

Auf dem BLM-Rundfunkkongress wird die Prognos-Studie »Digitales Fernsehen – Marktchancen und ordnungspolitischer Regelungsbedarf« präsentiert, die im Auftrag von BLM und LfR entstanden ist.

17. November

Nach langwierigen Verhandlungen wird das Funkhaus Nürnberg genehmigt, in dem vier der fünf lokalen Hörfunkanbieter im Bereich der Verwaltung, Vermarktung und Technik kooperieren.

1995

Die BLM startet die Archivierung von Presseartikeln, Fachaufsätzen, Positionspapieren und Pressemitteilungen in einem elektronischen Pressearchiv. Im Raum Donau-Iller wird ein länderübergreifendes Lokalradioprogramm für Bayern und Baden-Württemberg gesendet, das Radio Donau 1 ablöst. Mit den Programmen Super RTL, VIVA 2, VH-1, Nickelodeon und dem in Bayern ansässigen tm3 gehen fünf neue bundesweite Fernsehsender an den Start.

1. Januar

Start des kulturellen Spartenprogramms FUNKTURM auf der Frequenz von Radio Charivari Rosenheim.

14. – 15. Februar

In der DLM führt das positive Abstimmungsergebnis über eine neue Gesellschafterstruktur beim Deutschen Sportfernsehen (DSF) zum Rücktritt des Vorsitzenden Dr. Hans Hege von der MABB. Nachfolger wird Thomas Kleist (LAR Saarland)

16. März

Eine Änderung im Rundfunkstaatsvertrag (§ 29) ermöglicht die Förderung nicht-kommerzieller Radios aus dem Rundfunkgebührenanteil der Landesmedienanstalten.

7. April

Gründung der DVB-Multimedia Bayern Projekt GmbH unter maßgeblicher Beteiligung der BLM. Heute ist die DVB eine hundertprozentige Tochter der BLM und die Veranstalterin der MEDIENTAGE MÜNCHEN.



1995 feiert die BLM ihr zehnjähriges Bestehen. Der Bayerische Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber lobt beim Jubiläum das Engagement der BLM.

24. April

Gründung der AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, an der die BLM mehrheitlich beteiligt ist: Die gemeinnützige GmbH soll Aus- und Fortbildungskanäle für Hörfunk und Fernsehen in Nürnberg und München koordinieren. Die Aus- und Fortbildungskanäle (M 94,5 und Max in Nürnberg sowie AFK-TV in München) sollen dem Mediennachwuchs ein Übungsfeld bieten und gleichzeitig durch praktische Medienarbeit Kindern und Jugendlichen Medienkompetenz vermitteln.

1. Juni

In Deggendorf geht das Regionalfernsehen DONAU TV auf Sendung.

25. August

Der Spartensender tm3 startet: Das Programm ist auf die weibliche Zielgruppe ab 14 Jahren ausgerichtet.

13./14. Oktober

Die Ministerpräsidenten einigen sich auf ihrer Klausurtagung in Bad Neuenahr auf das Zuschauermarktanteilsmodell. Außerdem wird beschlossen, zur Konzentrationskontrolle die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) zu gründen. Der Medienrat der BLM begrüßt das Zuschauermarktanteilsmodell in einer Erklärung vom 9. November grundsätzlich, fordert aber, die KEK als kleines, fachlich kompetentes Gremium zu installieren, das jeweils eng mit der für die Zulassung zuständigen Landesmedienanstalt zusammenarbeitet.

28. September

Der Medienrat genehmigt den öffentlich-rechtlichen Vertrag zur Verbreitung des Teleshopping-Kanals H.O.T. (Home Order Television) in bayerischen Kabelanlagen. Am 16. Oktober geht der erste deutsche Teleshopping-Kanal auf Sendung. Die Satellitenverbreitung soll erst nach Zustimmung der Gesamtkonferenz der DLM genehmigt werden, die ihre Zustimmung jedoch verweigert. Der Medienrat genehmigt die Satellitenverbreitung von H.O.T. trotzdem am 14. Dezember.

17. Oktober

Bayern startet als eines der ersten Bundesländer ein Pilotprojekt für digitales Radio (DAB). Verbreitet werden können sieben landesweite und jeweils sieben lokale Hörfunkangebote in München, Nürnberg und Ingolstadt plus eine Reihe neuer Daten-dienste.

29. November

Der Verwaltungsrat der BLM, der am 9. November für vier Jahre neu gewählt worden war, bestimmt Senator Manfred Nüssel zu seinem neuen Vorsitzenden. Als stv. Vorsitzender wird Erhardt D. Stiebner bestätigt.

4. Dezember

Radio Energy Nürnberg nimmt als Nachfolger von Radio Down-Town den Sendebetrieb auf.

1996

1. März

Mit »Oberpfalz TV Nord« geht das regionale Fernsehangebot für die nördliche Oberpfalz auf Sendung. Die Novellierung des Bayerischen Mediengesetzes (Bay MG) tritt in Kraft. Wichtige Änderungen sind u.a. die Festschreibung der Erprobungsklausel Art. 35 a und die Erweiterung des Aufgabekatalogs der BLM durch den Bereich der Medienerziehung.

1. April

TV Aktuell Ostbayern geht in Regensburg auf Sendung.

26. April

In Nürnberg startet das Aus- und Fortbildungsradio afk max.

2. Mai

Der Medienrat stimmt den Eckwerten für die Bewerberauswahl zum DVB-Pilotprojekt (Digital Video Broadcasting) der Landeszentrale zu. Im Rahmen des Pilotprojektes sollen digitale Fernsehangebote sowie Multimedia- und Online-Dienste getestet werden.

30. Juni

Mit afk tv startet das Aus- und Fortbildungs-Fernsehen in München.

1. Juli

In München startet das Aus- und Fortbildungsradio m94,5.

3. Juli

Der Präsident der BLM, Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, wird für sein erfolgreiches Engagement für den Aufbau des privaten

Rundfunks in Bayern, mit dem Bayerischen Verdienstorden ausgezeichnet.

25. Juli

Der Vertrag zwischen der BLM und »DF1 – Das Digitale Fernsehen« wird unterzeichnet. Damit ist die rechtliche Grundlage (im Rahmen des DVB-Multimedia-Pilotprojekts Bayern) für den Start der ersten Digital-TV-Plattform in Deutschland geschaffen. DF1 startet am 28. Juli.

9. August

Mit sieben Spartenfernsehsendern beteiligt sich die französische Multithématiques -Gruppe am DVB-Projekt. Das digitale Programmpaket wird über die DF1-Plattform verbreitet und vermarktet.

24. September

ProSieben startet die neue Angebotsform Business-TV. Erster Kunde für das Firmenfernsehen ist die Bausparkasse Schwäbisch Hall.

Oktober

Das Internet-Angebot der BLM geht unter www.blm.de online.

5. Oktober

In Hof geht der Radiosender HOT*FM (heute: Galaxy Hof) auf Sendung.

7. Oktober

Dr. Reiner Hochstein, Direktor der LPR Rheinland-Pfalz, löst Thomas Kleist (LAR Saarland) als Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten ab.



Am 17. Oktober 1995 startet das DAB Pilotprojekt Bayern für digitales Radio.



1996 starten in München die Aus- und Fortbildungskanäle für Hörfunk und Fernsehen. BLM-Präsident Ring besucht mit dem Kanzler der LMU, Dr. Hendrik Rust, M94,5 in München.

15./16. Oktober

Angesichts der fortschreitenden Entwicklung des digitalen Fernsehens stehen Digitalisierung und Individualisierung der Medien im Mittelpunkt des BLM-Rundfunkkongresses.

19. Oktober

Leo Kirch kündigt an, die Unternehmensstruktur der KirchGruppe ab 1. Januar 1997 in eine Unternehmensstiftung umzuwandeln und damit den Holding-Charakter der Gruppe zu formalisieren.

15. November

Mit »Oberfranken TV« geht ein weiteres bayerisches Lokalfernsehprogramm auf Sendung.

27. November

Auf Initiative der BLM wird der Verein »Programmberatung für Eltern« gegründet. Ziel des Vereins ist die Herausgabe einer »Programmberatung« für Eltern und Erzieher mit Einzelbewertungen kinderrelevanter Sendungen. Die erste Ausgabe des »Flimmo« erscheint am 10. Juni 1997.

1. Dezember

Der Teleshopping-Sender QVC startet sein deutsches Programm.

1997**1. Januar**

Der Dritte Rundfunkänderungsstaatsvertrag tritt in Kraft und etabliert die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) als zentrale Entscheidungsinstanz für die Konzentrationskontrolle. Den TV-Unternehmen ist nun die Veranstaltung einer unbegrenzten Zahl an Fernsehprogrammen erlaubt, sofern diese nicht einen Zuschauermarktanteil von 30 Prozent erreichen.

22. Januar

Das Hamburger Landgericht entscheidet auf Eilantrag des Pay-TV-Senders Premiere, dass DF1 sein digitales Programmpaket nicht außerhalb Bayerns vermarkten und bewerben darf, ohne auch eine Lizenz aller nichtbayerischen Landesmedienanstalten zu haben. Die BLM erlässt daraufhin einen feststellenden Verwaltungsakt, um zu verdeutlichen, dass die DF1-Sendelizenz auch für die bundesweite Satellitenverbreitung gilt. Im Februar hebt das hanseatische Oberlandesgericht das Urteil gegen DF1 wieder auf. Die BLM übersendet der DLM am 19. Februar einen neu gefassten öffentlich-rechtlichen Vertrag, um die bundesweite Dauer genehmigung vorzubereiten.

19. März

Das Bundesverwaltungsgericht bestätigt die Rechtmäßigkeit der DSF-Lizenzauflhebung durch den Bayerischen Verwaltungsgeschichtshof (1995). Die BLM erteilt eine Übergangsgenehmigung für das Deutsche SportFernsehen, um den Sendebetrieb abzuschließen.

17. April

In der konstituierenden Sitzung zur 4. Amtsperiode wählt der Medienrat Klaus Kopka wieder einstimmig zum Vorsitzenden. Prof. Dr. Ekkehard Schumann wird als Kopkas Stellvertreter im Amt bestätigt.

22. April

Die rheinland-pfälzische LPR wird bis Ende 1998 zur geschäftsführenden Anstalt der ALM (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten) gewählt. Die DLM stimmt der Erteilung einer neuen Lizenz für das DSF durch die BLM vorbehaltlich der Konzentrationsrechtlichen Prüfung durch die KEK zu.

15. Mai

In Potsdam konstituiert sich die KEK. Erster Vorsitzender wird Reimut Jochimsen, Präsident der Landeszentralbank in Nordrhein-Westfalen.

16. Juni

In München findet die 100. Sitzung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten statt. Die Direktoren genehmigen einstimmig die Anträge von DF1 und Multithématiques auf bundesweite Versuchszulassung.

19. Juni

Der Medienrat verabschiedet vor dem Hintergrund der Talkshow-Debatte eine Resolution zum Affektfernsehen und fordert, im Rahmen der Programmkontrolle einzelne Sendungen noch stärker auf eine Verletzung der Menschenwürde hin zu prüfen. Die Lizenzweiterung für Kabel 1 zum Vollprogramm wird genehmigt.

21. Juni

Vier MultiThématiques-Programme starten auf der Digital-Plattform DF1.

23. Juni

Die KirchGruppe und Bertelsmann schließen einen »Digital-TV-Pakt«. Ihre Digitalaktivitäten (DF1 und Premiere) sollen unter dem Dach von Premiere gebündelt werden.

7. Juli 1997

Der Münchner TV-Sender ProSieben geht als erstes deutsches TV-Unternehmen an die Börse.

17. Juli

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring wird vom Medienrat mit großer Mehrheit in seinem Amt als Präsident der BLM bestätigt. Geschäftsführer Martin Gebrande wird ebenfalls für vier Jahre wieder gewählt. Die BLM beschließt, ein Mantelprogramm-Pilotprojekt der BLM für lokale/regionale TV-Veranstalter in Bayern zwischen dem 24. September und dem 31. Dezember durchzuführen. Ziel ist die Stabilisierung und Weiterentwicklung des Lokalfernsehkonzepts. Programmzulieferer sollen RTL, tv.münchen und der Bayerische Rundfunk sein.

28. August

CLT Ufa und die KirchGruppe teilen mit, dass DF1 1998 aufgelöst und unter dem Dach von Premiere fortgeführt werden soll. Premiere stellt im Oktober bei der BLM Lizenzanträge für die bundesweite Verbreitung elf neuer digitaler TV-Programme. Für elf weitere Kanäle wird bei der HAM eine Zulassung beantragt. Damit können Angebote, die zuvor auf der Basis einer Versuchslizenz von DF1 ausgestrahlt wurden, in das Gesamtpaket überführt werden.

10. Oktober

Ab sofort sind in 95 Prozent der bayerischen Kabelnetze digitale Fernsehprogramme verfügbar. Voraussetzung für den Empfang ist die so genannte d-box.

22. Oktober

Der Bayerische Verwaltungsgeschichtshof bestätigt nach zwei Normenkontrollverfahren, die Euronews und der Hessische Rundfunk angestrengt hatten, im Grundsatz die Gültigkeit der Kanalbelegungssatzung der BLM.

6. November

Multithématiques erhält von der BLM nach der Konzentrationsrechtlichen Prüfung durch die KEK eine bundesweite Zulassung für seine digitalen Pay-TV-Programme.

7. November

Bertelsmann und die KirchGruppe unterzeichnen die abschließenden Verträge zur Gründung der Unternehmensgruppe Premiere und zur Entwicklung des digitalen Fernsehens in Deutschland. Das Vorhaben steht allerdings unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die Europäische Kommission.

11. Dezember

Der Medienrat stimmt der Fortentwicklung des Hörfunkkonzepts der Landeszentrale zu, das die stufenweise Einführung von Digital Radio und die Schaffung von UKW-Zweitfrequenzen an Einfrequenzstandorten vorsieht.

31. Dezember

Der TV-Spartenanbieter »Unser kleines Theater« stellt den Sendebetrieb ein.

1998**1. Januar**

Das novellierte Bayerische Mediengesetz (BayMG) tritt in Kraft. Kernelemente sind die Entlassung der Medienbetriebsgesellschaften Ende 1998 aus ihren Rechten und Pflichten und der stufenweise Abbau des Teilnehmerentgelts.

3. Februar

Eine von der DLM in Auftrag gegebene Studie des Instituts für Jugend, Film, Fernsehen (JFF) kommt zu dem Ergebnis, dass die technischen Sperrmöglichkeiten für jugendgefährdende Programmangebote im digitalen Fernsehen in der Praxis nicht funktionieren. Die DLM fordert daraufhin, dass die gesetzlichen Sendezeitgrenzen auch bei Programmangeboten mit Verschlüsselungstechnik und Sperrmöglichkeiten beibehalten werden müssen.

18. Februar

Der Österreichische Rundfunk reduziert seine Sendeleistung für das Programm ORF 1, so dass das Programm terrestrisch als auch im Kabel nur noch in grenz-

nahen Gebieten zu empfangen ist. Diese Maßnahme, die von der BLM bedauert wird, löst einen Sturm der Entrüstung unter den bayerischen Zuschauern aus.

9. März

Das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) erklärt in einem Beschluss bezüglich des Rechtsstreits um den Lokalsender »extra radio« in Hof, dass der verfassungsrechtlich festgeschriebene Schutz der Rundfunkfreiheit privater Rundfunkanbieter nicht durch Regelungen der Bayerischen Verfassung eingeschränkt werden dürfte. Die BLM sieht ihre öffentlich-rechtliche Trägerschaft der privaten Rundfunkangebote durch das Urteil nicht »grundsätzlich in Frage gestellt«. Der BLM-Präsident Ring betont, dass das Bundesverfassungsgericht die Organisation des bayerischen Rundfunksystems nicht antaste und die Genehmigungspraxis damit nicht geändert werden müsse.

27. Mai

Die EU-Kommission untersagt die Digital-TV-Allianz von KirchGruppe, Bertelsmann und Deutsche Telekom mit der Begründung, dass die Unternehmen durch den Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung auf dem digitalen Pay-TV-Markt in Deutschland erlangen würden.

28. Mai

BLM, LPR Rheinland-Pfalz und LfK Baden-Württemberg unterzeichnen eine Erklärung zur Markteinführung von DAB (Digital Radio) in ihren Bundesländern. Ziel ist es, allen Marktbeteiligten die notwendige Planungssicherheit zu geben.

30. Juni

Als Reaktion auf die Talkshow-Debatte, die auch vom Medienrat der BLM entscheidend mit angestoßen und begleitet wurde, verabschiedet der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) einen Verhaltenskodex für das Privatfernsehen.

23. Juli

Der Medienrat stimmt der Neufassung der Kanalbelegungsatzung zu. Wichtigste Änderungen: Für verpflichtend einzuspeisende Programme wird ein neues System eingeführt, das auf der Bildung von Programmkategorien basiert (Information, Unterhaltung, fremdsprachig etc.). Vorgaben für die analoge Belegung der bis zu 33 Kabelkanäle wird die Landeszentrale in der Regel nur noch für 29 Kabelkanäle machen.

1. Oktober

Die BLM bezieht ihr neues Dienstgebäude in der Heinrich-Lübke-Straße in München-Neuperlach und führt zeitgleich ein neues Logo ein. Es kombiniert das Kürzel BLM mit dem graphischen Symbol der Raute.

7. November

Die Konferenz der Direktoren der Landesmedienanstalten (KDLM) befasst sich mit der Auseinandersetzung zwischen der BLM und der KEK um die Zulassung des Discovery-Channels und fasst einen Grundsatzbeschluss über Auslegungsmaßstäbe für die Konzentrationsprüfung. Den Antrag der BLM, anstelle der KEK die konzentrationsrechtliche Unbedenklichkeit zu bestätigen, weist sie jedoch zurück.

11. November

Mit einem Festakt, zu dem rund 250 Gäste kommen, wird das neue Dienstgebäude der BLM eingeweiht. Ziel der BLM ist es, das neue Gebäude als Forum für Medienwirtschaft, Medienkultur und Medienbildung zu etablieren.

10. Dezember

Der erste von vier Spots zur Fernseherziehung von Kindern läuft in den Programmen von Kabel 1 und ProSieben. Mit dieser Aktion wird ein Beschluss des Medienrats aufgegriffen, in dem die Programmverantwortlichen zu konstruktiven Beiträgen zur Fernseherziehung der Kinder aufgefordert worden sind.

18. Dezember

Die BLM kündigt an, dass die Funkanalyse Bayern, die Reichweitenuntersuchung der Hörfunk- und Fernsehangebote in Bayern, 1999 erstmals mit Telefoninterviews (CATI) durchgeführt werden soll. Das bedeutet auch eine erhebliche Kostenreduzierung.

1999

Die BLM beginnt mit dem Aufbau einer eigenen Fachbibliothek, die zunächst 2.000 Bücher umfasst.

MTV und Premiere ziehen von Hamburg nach München.



Am 11. November wird das neue Dienstgebäude der BLM in München / Neuperlach eingeweiht.



Bei der Einweihungsfeier der BLM 1998 trifft Leo Kirch Dr. Rudolf Mühlfnz und Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring.

1. Januar

Die LfR in Nordrhein-Westfalen übernimmt von der LPR Rheinland-Pfalz den Vorsitz der ALM. LfR-Direktor Dr. Norbert Schneider löst damit LPR-Direktor Dr. Reiner Hochstein als DLM-Vorsitzenden ab.

Die Medienbetriebsgesellschaften werden entsprechend dem novellierten Bayerischen Mediengesetz aus ihren Rechten und Pflichten entlassen; freiwillig gegründete Medienvereine treten in der Programmorganisation an ihre Stelle.

Das Teilnehmerentgelt ist nach den Vorgaben des BayMG von 3,30 Mark pro Wohneinheit auf 2,00 Mark reduziert worden.

1. Februar

Im Kabelnetz Dorfen / Isen geht Hitwelle 87.9: Erding im Radio auf Sendung. Später erfolgt die Ausweitung zunächst auf das Kabelnetz Erding, 2002 dann auf eine terrestrische Frequenz in Erding.

5. Februar

Auf dem Münchner Presseball wird BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring wegen seines Engagements für die Aus- und Fortbildung von Journalisten in Bayern mit der Goldenen Feder des Bayerischen Journalistenverbands ausgezeichnet.

10. Februar

Die Gemeinsame Stelle Jugendschutz und Programm der Landesmedienanstalten (GSJP) tagt erstmals unter dem Vorsitz der BLM. GSJP-Vorsitzender Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring fordert eine »Offensive der Landesmedienanstalten im Jugendschutz«.

18. März

Mit der Anerkennung des Medienvereins Oberfranken-Ost erteilt der BLM-Medienrat die erste Anerkennung für die Nachfolger der Medienbetriebsgesellschaften. Weitere Anerkennungen folgen.

29. April

Der BLM-Medienrat genehmigt 15 Digital Radio-Programme für den Regelbetrieb: Mit Rock Antenne, Radio Fantasy, Vii Radio, Radio IQ und Radio IN gehen in Bayern die ersten DAB-Programme im Regelbetrieb auf Sendung.

Mit Discovery Channel und später auch Disney Channel (im Juli) werden zwei namhafte Digital-Fernsehanbieter in Bayern genehmigt. Der Disney Channel nimmt seinen Sendebetrieb am 16. Oktober auf.

3. Mai

tm3 gibt den Erwerb der Übertragungsrechte für die Champions League bekannt und stellt bei der BLM einen entsprechenden Antrag auf Programmänderung, dem die BLM später zustimmt.

17. Juni

Der Medienrat der BLM stimmt der bundesweiten Verbreitung des Nachrichtenkanals N24 zu. Der Sendestart von N24 erfolgt am 24. Januar 2000 in München.

22. Juli

Die Fortentwicklung des bayerischen Lokalfernsehkonzepts wird beschlossen: Es ermöglicht den Lokalstationen die Übernahme von Zulieferprogrammen sowie die gemeinsame Vermarktung überregionaler Werbung.

1. Oktober

PremiereWorld (heute: Premiere) nimmt als Zusammenschluss von Premiere und DF1 den Sendebetrieb auf. Die Deutsche Telekom steigt in die Vermarktung des neuen digitalen Pay-TV-Bouquets ein.

8. Oktober

Die KirchGruppe übernimmt die Mehrheit an der ProSieben AG.

14. Oktober

Der Medienrat der BLM wählt den Verwaltungsrat für fünf Jahre neu. Vorsitzender bleibt Manfred Nüssel, stv. Vorsitzender Erhardt D. Stiebner.

15. November

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring wird das Verdienstkreuz 1. Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland durch den Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Edmund Stoiber verliehen.

2000**1. Januar**

Durch das Media.1-Vermarktungs-Network starten 13 bayerische Lokalfernsehstationen zusammen mit den anderen lokalen TV-Sendern Deutschlands eine gemeinsame Vermarktung.

16. Januar

Der ehemalige BLM-Präsident Rudolf Mühlfnzl stirbt im Alter von 80 Jahren.

10. Februar

Der Medienrat genehmigt Gold-Star TV, ein bundesweites, digitales Sparten-Pay-TV-Programm, das am 1. März auf der Premiere-Plattform startet.

14. März

Nach intensiven Beratungen über die Sendung »Big Brother« empfiehlt die GSJP (Gemeinsame Stelle Jugendschutz und Programm der Landesmedienanstalten) unter Vorsitz von BLM-Präsident Ring, der für RTL 2 zuständigen Landesmedienanstalt, zunächst keine rechtsaufsichtlichen Maßnahmen zu ergreifen. Allerdings hatte RTL 2 vorher schon Zugeständnisse (z. B. kamerafreie Stunde) gemacht.

1. April

Der Vierte Rundfunkänderungsstaatsvertrag tritt in Kraft. Er enthält zahlreiche Neuerungen im Bereich der Jugendschutzbestimmungen (u. a. zur Verschlüsselung von Programmen) und überträgt den Landesmedienanstalten noch mehr Verantwortung als bisher.

15. Mai

TV-Allgäu geht auf Sendung.

29. Mai

Die »Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Fernsehen und Hörfunk« treten in Kraft. Der Kodex setzt die Werbebestimmungen des Vierten Rundfunkänderungsstaatsvertrags um und trifft erstmals Regelungen für neue Werbeformen wie »Split Screen« und virtuelle Werbung.

8. Juni

Der Medienrat verabschiedet die Satzung zur Gewährleistung des Jugendschutzes in digital verbreiteten privaten Fernsehangeboten (JSS), die am 1. Juli in Kraft tritt.

28. Juni

Die Betreiber der ProSieben Media AG und von SAT.1 kündigen die Gründung einer Senderfamilie mit SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 unter dem Dach der TV-Holding ProSiebenSAT.1 Media AG an. Das Bundeskartellamt gibt am 1. Juli grünes Licht. Eine außerordentliche Gesellschafterversammlung von ProSieben und SAT.1 am 22. August stimmt ebenfalls zu.

20. Juli

Der Medienrat genehmigt die digitalen Pay-TV-Programme »Fox Kids« sowie »Animal Planet«.

12. Oktober

Der Medienrat beschließt die »Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten zur Gewährleistung des Jugendschutzes«. Eine Überarbeitung der Richtlinien war durch den Vierten Rundfunkänderungsstaatsvertrag erforderlich geworden.

24. Oktober

Die KEK genehmigt die Gründung der ProSieben SAT.1 Media AG.

30. November

Der Sender 89 Hit FM in München muss seinen Sendebetrieb einstellen, da sein Antrag auf Verlängerung der Genehmigung insbesondere wegen einer negativen Prognose zur finanziellen Programmgewährleistung vom Medienrat abgelehnt wurde.

7. Dezember

Der Medienrat genehmigt in Aschaffenburg das erste der geplanten Jugendradios (Galaxy) auf einer bereits verfügbaren UKW-Zweitfrequenz. Sendestart ist am 20. Dezember.

2001**8. Februar**

Der Medienrat genehmigt »FAZ-Business-Radio« auf der Frequenz 93,4 MHz in München

12. März

Die BLM richtet das Online-Monitoring zur Überwachung und Analyse von lokalen Hörfunksendern ein.

22. März

Der Medienrat verabschiedet eine Resolution zu Psychoformaten (z. B. Big Brother 3, Girls-camp, House of Love), in der er vor einer bedenklichen Veränderung von gesellschaftlichen Normen und Werten durch diese Sendungen warnt und gleichzeitig an die Verantwortung von Machern, Anbietern und Werbetreibenden appelliert.

19. April

Genehmigung von TM-TV, das im April 2002 als Tele 5 auf Sendung geht.

3. Mai

Konstituierende Sitzung des Medienrats und seiner Ausschüsse zur 5. Amtsperiode. Klaus Kopka als Vorsitzender des Medienrats sowie der Vorstand werden mit großer Mehrheit wiedergewählt.

4. Juli

Im Bericht der Staatsregierung vor dem Hochschulausschuss des Landtags verkündet der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Staatsminister Huber, das Teilnehmerentgeltsystem befristet von 2003 bis 2008 fortzuführen. Damit sind wichtige Grundlagen für die Konsolidierung und Fortentwicklung des lokalen Fernsehens in Bayern gelegt.

26. Juli

Erstmals finden die »Augsburger Mediengespräche« zum Thema »Stars im Fadenkreuz der Medien« statt. Diese Veranstaltung richtet sich nun jährlich an ein breites Publikum und beleuchtet die verschiedenen Facetten im Verhältnis zwischen Massenmedien und Gesellschaft.

18. Juli

Die Aus- und Fortbildungskanäle für Hörfunk und Fernsehen feiern ihren 5. Geburtstag.

29. August

Das F.A.Z. Business Radio sendet in München auf der UKW-Frequenz 92,4. Der Sendebetrieb

wird allerdings am 31. Oktober 2002 auf Grund wirtschaftlicher Probleme des Senders wieder eingestellt.

11. September

Vier Jugendradios starten unter dem Namen »Radio Galaxy« in Bamberg, Kempten, Landshut und Rosenheim. Später folgen die Standorte Ingolstadt (2001), Passau (2002), Ansbach (2003), Bayreuth (2004), Amberg (2005).

25. Oktober

Der Medienrat der Landeszentrale verabschiedet eine Resolution zur Reform des Jugendmedienschutzes und plädiert darin nachhaltig für den Fortbestand der Medienaufsicht durch die Landesmedienanstalten und deren Gremien.

8. November

Der Medienrat genehmigt das digitale Pay-TV Sparten-Angebot »KidsGate« der Get on Air GmbH.

13. November

Erfolgreicher Start der Veranstaltungsreihe »BLM-Forum« mit einem Infotag zum Thema »Frauen in der Medienwirtschaft«.

6. Dezember

Der Medienrat stimmt der Nutzung von terrestrischen Mittelwellenfrequenzen in Bayern durch den Anbieter Mega-Radio GmbH zu.

8. Dezember

In Günzburg startet das Jugendradio Hitradio X.

2002**1. Januar**

Die Änderung des Bayerischen Mediengesetzes tritt in Kraft und fixiert die Fortführung des Teilnehmerentgeltsystems von 2003 bis Ende 2008. Im Rahmen des Verlängerungszeitraums findet zudem eine Absenkung in drei Stufen von 0,60 Euro auf 0,30 Euro pro Kabelhaushalt / Monat statt.

Wegen fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeit wird Radio KÖ in Augsburg Anfang des Jahres eingestellt.

7. Februar

Der Medienrat genehmigt das Hörfunk-Pilotprojekt in Erding auf einer terrestrischen Frequenz. Nach Art. 30 BayMG soll darüber Aufschluss gewonnen werden, ob sich im Versorgungsgebiet Erding ein wirtschaftlich tragfähiges Programm entwickeln kann.

21. März

Nach Einstellung des Betriebs von Radio KÖ auf Grund fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeit erfolgt Neuordnung des Augsburger Hörfunkmarktes. Die Landeszentrale beschränkt den Wettbewerb in Augsburg auf nunmehr zwei drahtlose UKW-Frequenzen (Radio Fantasy und Hitradio RT.1). Der Digitalradiosender Rock Antenne erhält eine terrestrische Stützfrequenz.

8. April

Die Kirch-Gruppe stellt Insolvenzantrag für das Kerngeschäft der KirchMedia AG mit ProSiebenSat.1 und Rechthandel.



Knopfdruck zum Start des Nachrichtensenders N 24 von München aus.



2001 finden erstmals die Augsburger Mediengespräche statt, die sich an ein breites Fachpublikum richten.

28. April

Sendestart des bundesweiten Spartensenders Tele5.

8. Mai

KirchPayTV, Muttergesellschaft des Pay-TV-Senders Premiere, meldet Insolvenz an.

13. Mai

Nach dem Insolvenzantrag von Oberfranken TV erfolgt eine Neuausschreibung für ein regionales Fenster- und Kabelfernsehprogramm für die Region Oberfranken.

16. Mai

Der Medienrat verabschiedet eine Resolution zur Jugendschutzreform, in der er u. a. bei der Gestaltung des Staatsvertrages zum Jugendmedienschutz klare und ordnungspolitisch wirksame Regelungen für das Zusammenwirken der Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der öffentlich-rechtlichen Aufsichtsinstitutionen fordert.

12. Juni

Start von ON-TV im Rahmen des zunächst zweijährigen DVB-S-Pilotprojektes für Lokalfernsehen. Damit können die fünf lokalen Fernsehprogramme aus Niederbayern und der Oberpfalz auch digital über Satellit empfangen werden. Das Projekt ist ein wichtiger Ansatz, um die Reichweite lokaler und regionaler Fernsehangebote und damit deren wirtschaftliche Tragfähigkeit zu verbessern.

12. Juni

Insolvenzantrag der Kirch-Dachgesellschaft TaurusHolding.

28. Juni

Zweite Augsburger Mediengespräche zum Thema »Politik und Medien – Wer inszeniert wen?«.

25. Juli

Der Medienrat genehmigt die Neuorganisation des regionalen Fernsehens TV Oberfranken, das am 1. August startet.

30. Juli

Megaradio geht auf der Mittelwellenfrequenz im Großraum München auf Sendung.

31. Oktober

FAZ Business Radio stellt den Sendebetrieb aus wirtschaftlichen Gründen ein.

29. November

BLM-Präsident Ring wird mit der Bayerischen Verfassungsmedaille in Silber ausgezeichnet.

2003**1. Januar**

Donau 3 FM geht mit einer Lizenz der LfK Baden-Württemberg im Raum Donau-Iller auf Sendung. Der Münchner Vermarkter SevenOneMedia stellt die Ballungsraum-TV-Vermarktung ein, in die u. a. auch tv.münchen integriert war. Die Sender übernehmen die überregionale Vermarktung daraufhin in Eigenregie.

6. Februar

Der Medienrat genehmigt die bundesweite Verbreitung des digitalen Spartenfernsehprogramms MGM-Channel mit Spielfilmen der MGM-Fimmbibliothek. Sendestart ist am 1. April.

20. Februar

Die Fondsgesellschaft Permira übernimmt 65,13 % der Anteile von Premiere. In der neuen Gesellschaftsstruktur finden sich außerdem drei Banken (23,5 %) und das Management (11,4 %).

12. März

Ein Investorenkonsortium aus Apax Partners, Goldman Sachs Capital Partners und Providence Equity Partners erwirbt die restlichen Kabelnetze der Telekom in den Regionen Bayern, Rheinland-Pfalz/Saarland, Niedersachsen/Bremen, Hamburg/Schleswig-Holstein/Mecklenburg-Vorpommern, Berlin/Brandenburg und Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen.

14. März

Das jugendorientierte Hörfunkprogramm Hitradio X, das im Landkreis Günzburg sendet, stellt auf Grund fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeit den Sendebetrieb ein.

Die Frequenz wird dem Anbieter Donau 3 FM vorübergehend und später definitiv zugeteilt.

27. März

Der Medienrat beschließt Neuausschreibung der lokalen Münchner Hörfrequenz 92,4 MHz.

1. April

Der Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (JMStV) tritt in Kraft. Wichtigste Änderung: Die Aufsicht über Rundfunk und Telemedien wird vereinheitlicht und unter dem Dach der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zusammengefasst. Der JMStV stärkt die Selbstkontrolle und folgt dem Prinzip der »regulierten Selbstregulierung«.

2. April

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) nimmt unter Vorsitz von BLM-Präsident Ring ihre Arbeit auf.

4. April

Megaradio stellt seinen Betrieb ein.

13. Mai

KirchMedia verkauft DSF an ein Konsortium aus EM.TV, Karstadt-Quelle AG und Hans-Dieter Cleven.

21. Mai

Die »Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz« (GSPWM) der Landesmedienanstalten nimmt ihre Arbeit auf.

3. Juni

Die lokalen Fernsehprogramme aus Mittel-, Ober- und Unterfranken sind im Rahmen eines Pilotprojekts als Franken-SAT digital über Satellit zu empfangen.

24. Juli

Der Medienrat genehmigt das Fernsehspartenprogramm Hollywood Cinema, ein 24-stündiges Unterhaltungsprogramm, das vorwiegend Kinogänger ansprechen soll.

8. August

Die amerikanische Saban-Gruppe übernimmt die Mehrheit an der ProSiebenSat.1 Media AG.

1. September

Der in München angesiedelte Sci-Fi-Kanal startet auf der Premiere-Plattform.

11. September

Dritte Augsburger Mediengespräche: »Nachrichten zwischen Propaganda und Zensur. Medienberichterstattung in Krisenzeiten«.

23. September

Der Vorsitzende des Medienrats, Klaus Kopka, teilt mit, dass er nach achtzehneinhalb Jahren an der Spitze des Medienrats nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung steht.

26. September

Unterzeichnung des Entwurfs zum Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrags durch die Ministerpräsidenten der Länder. Darin wird der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks konkretisiert.

9. Oktober

BLM legt Bericht zur Fortentwicklung des Bayerischen Lokalradio-Konzepts vor: Auf Grund der anhaltenden Konjunkturschwäche und der damit verbundenen Werbekrise hatte sich die wirtschaftliche Situation der bayerischen Lokalradios im Durchschnitt deutlich verschlechtert.

18. Dezember

Dr. Erich Jooß wird mit überwältigender Mehrheit neuer Vorsitzender des Medienrats.

Der Medienrat beschließt Maßnahmen zur Optimierung des Hörfunkkonzepts. Stichworte dabei: Senkung der lokalen Mindestsendezeiten, Neustrukturierung der BLR-Zulieferungen, Prüfung der Einrichtung regionaler Funkhäuser, Prüfen von Vermarktungskombinationen und Professionalisierung der lokalen Vermarktungskonzepte, Zweitfrequenzkonzept.

Der Medienrat spricht Tele 5 eine Senderkette zur terrestrischen Verbreitung in Bayern zu.

Ende des Jahres verlegt Kabel Deutschland seinen Unternehmenssitz nach Unterföhring bei München.

2004**1. Januar**

20 Jahre Privater Rundfunk in Deutschland: Am 1. Januar 1984 war das Kabelpilotprojekt in Ludwigshafen gestartet.

9. Januar

Die neue Reality-TV-Sendung »Ich bin ein Star - Holt mich hier raus« löst eine Diskussion um ethische Grundsätze für Fernsehprogramme aus.

18. Januar

Ostbayerische lokale Fernsehsender starten gemeinsam das neue Magazin »Perspektive Europa – Wir überschreiten Grenzen«.

Das Projekt das in Kooperation mit tschechischen TV-Sendern läuft, wird von EU und BLM gefördert.

29. Januar

Die BLM verabschiedet den langjährigen Vorsitzenden des Medienrats Klaus Kopka.

5. Februar

Der Medienrat verabschiedet Eckpunkte zur Einführung von DVB-T in Bayern.

Die BLM untersagt den Titel der Sendung »Judas Game« auf Kabel 1.

31. März

Sendestart des Spartenprogramms »Animal Planet« auf der Premiere-Plattform.

27. Mai

Der Medienrat verabschiedet eine Erklärung zur Anpassung der Rundfunkgebühr.

27. Mai

Der Medienrat beschließt das Organisations- und Förderkonzept zur Einführung von DVB-T in Bayern. Das digitale Antennenfernsehen soll am 30. Mai 2005 in München/Oberbayern und Nürnberg starten.

16. September

Start eines Pilotprojekts zur digitalen Satellitenausstrahlung lokaler Programme von TV Augsburg, IN-TV und TV-Allgäu Nachrichten.

27. September

Premiere entscheidet sich, den Großraum München als Standort beizubehalten.

14. Oktober

Neuwahl des Verwaltungsrats der Landeszentrale.

14. Oktober

Der Medienrat verabschiedet eine Resolution zu Vorfällen auf dem »Big-Brother«-Kanal von Premiere. In der Nachtsendung des 24-Stunden-Kanals waren antisemitische Witze erzählt worden.

18.–20. Oktober

BLM und bmt (Bayerische Medientechnik) präsentieren während der MEDIENTAGE MÜNCHEN erstmals den DMB-Standard für Digital Multimedia Broadcasting auf der kongressbegleitenden Messe. In der zweiten Jahreshälfte 2005 soll ein DMB-Pilotprojekt in Regensburg starten.

19. Oktober

BLM relauncht die Website www.blm.de.

3. November

Die BLM feiert das 20-jährige Jubiläum des Spartenprogramms »arbeitsgemeinschaft behinderung und medien e. v.«. Die erste Sendung der abm war am 7. September 1984 ausgestrahlt worden.

8. November

Manfred Nüssel wird als Vorsitzender des Verwaltungsrats der Landeszentrale bestätigt, Walter Engelhardt zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt.

10./11. November

Sendestart der Spartenprogramme »Toon Disney« und »Playhouse Disney« im Rahmen eines digitalen Programmpakets der Kabel Deutschland.

15. November

Sendestart des Spartenprogramms »The History Channel« im Rahmen eines digitalen Programmpakets der Kabel Deutschland.

16. Dezember

Der Medienrat teilt Radio 2Day die komplette Sendezeit auf der Münchner Hörfrequenz 89,0 MHz zu.

16. Dezember

Beschluss des Medienrats zum lokalen / regionalen Fernsehen in München: Falls die »Das Stadtfernsehen Programmgesellschaft mbH« (tv.münchen) bis 20. Januar 2005 keine neue genehmigungsfähige Gesellschaftsstruktur mit lokal verwurzelten Gesellschaftern vorlegt, soll der Genehmigungsbescheid zur Verbreitung eines lokalen / regionalen Fernsehvollprogramms in München widerrufen werden.



Dezember 2003: BLM-Präsident Ring gratuliert dem neuen Vorsitzenden des Medienrats, Dr. Erich Jooß (ganz links), mit einem Blumenstrauß.

Hinweis:
Die Chronik ist sorgfältig recherchiert worden, erhebt aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Fotos: BLM

Bayerische Landeszentrale für neue Medien | Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts
Heinrich-Lübke-Straße 27 | 81737 München | Telefon [089] 63808-0 | Fax [089] 63808-140
E-Mail: blm@blm.de | Internet: www.blm.de



wie der Verantwortliche Helmut Thoma noch heute spottet. Beim Ableger der Compagnie Luxembourgoise de Télédiffusion (CLT) geht es weniger offiziös zu. Zwischen der »Geburts- tagsparty«, deren dritter und letzter Teil die vermuteten, aber nicht nachzuweisenden Zuschauer mit einem »Betthupferl« verabschiedet, laufen die »Newsshow« mit Hans Meiser und Björn Hergen Schimpf und ein Spielfilm mit Alain Delon. Helmut Thoma war es wichtig, für »die paar Leutchen den ganzen Bildschirm zu füllen, dass sich etwas bewegt und das in Farbe.«

Auch wenn es im Laufe der kommenden Jahre unzählige Irrungen und Wirrungen sowie Veränderungen in den Gesellschafterformationen gab – in den ersten Tagen des Jahres 1984 sind die Kerne der beiden Senderfamilien entstanden, die auch heute den privaten Fernsehmarkt dominieren. Und noch etwas zeigt der Rückblick auf den »Urknall«: Schon damals haben sich die grundlegenden Probleme abgezeichnet – Programmversorgung, die technische Reichweite, Infrastruktur, die mangelnde Transparenz und die Schwächen der Medienpolitik in einer föderalen Ordnung, verstärkt durch parteipolitisches Gezerre, sprich: Standortpolitik der Länder.

Als Politiker und Medienmacher in Ludwigshafen auf den roten Knopf drücken und das Versuchsprojekt starten, ist der Vorschlag dazu schon acht Jahre alt. 1976 rät die »Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationswesens«, kurz KtK genannt, nach dreijähriger Arbeit zu »Modellversuchen mit Breitbandkabelsystemen«. Das vom damaligen Bundesminister für Forschung und Technologie, Horst Ehmke (SPD), eingesetzte Expertengremium konnte die Fragen nicht beantworten, ob ein gesellschaftliches, politisches oder volkswirtschaftliches Bedürfnis nach neuen Kommunikationsformen bestehe, in welcher Weise neue Kommunikationssysteme

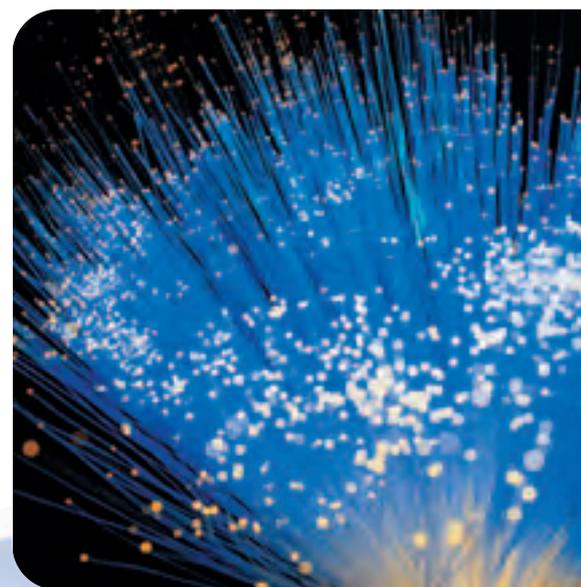
organisiert sein sollten oder wie sie finanziert werden könnten. Zu weit lagen die Meinungen auseinander. Der kleinste gemeinsame Nenner: die Empfehlung für vier Versuchsprojekte.

In der Folge geht das politische Hickhack zwischen unversöhnlichen Grundpositionen und damit der Streit zwischen einer subjektiven oder einer institutionellen Interpretation des Artikel 5 GG weiter. 1978 finden die Länderchefs endlich einen Konsens und greifen die KtK-Empfehlung auf. Wieder heißt es: vier Kabelpilotprojekte. Zwei Jahre später, 1980, nach zahllosen weiteren rundfunkpolitischen Scharmützel zwischen A- und B-Ländern, gehen die Ministerpräsidenten in ihrem »Kronberger Beschluss« noch einen Schritt weiter. Erst aufgrund der dort gewonnenen Erfahrungen sollen weitere medienpolitische Weichenstellungen erfolgen.

Doch der Kompromiss trägt nicht. Nicht nur, weil der niedersächsische Regierungschef Ernst Albrecht (CDU) das »Stillhalteabkommen« nicht unterschreibt und der Hannoveraner Landtag wenige Monate nach dem Start in Ludwigshafen ein Privatfunkgesetz verabschiedet. Bereits 1986 werden die Versuchsprojekte in Ludwigshafen und München beendet. Damit ist der kommerzielle Rundfunk in Deutschland etabliert. An eine »Rückholbarkeit« der Versuche war nie gedacht.

Verkabelung der Republik wird vorangetrieben

Die Zeit war über die KtK-Empfehlung hinweggegangen. Nicht nur, weil neue Informationstechniken, Deregulierung und Globalisierung den Wandel der Mediensysteme einleiten, sondern auch, weil sich mit dem Regierungswechsel 1982 die Machtverhältnisse geändert hatten. In der ersten Regierung Kohl treibt der Medienpolitiker Christian Schwarz-Schilling als Bundespostminister die Verkabelung



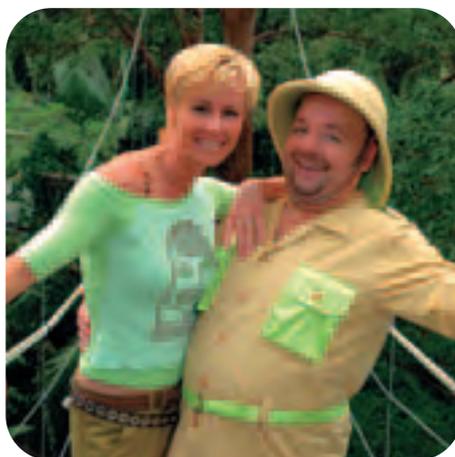
der Republik voran, eine Milliardeninvestition, subventioniert aus den Telefongebühren. Es entsteht eine medienpolitisch gewollte, quer subventionierte Infrastruktur, die sich später nur schwer in tragfähige Geschäftsmodelle transformieren lässt, wie die Kabelnetzbetreiber es bis heute zu spüren bekommen.

Doch im Jahr Eins des privaten Rundfunks ist das Kabel alles andere als eine Reichweiten starke Infrastruktur. Nicht einmal 600 Kabelhaushalte zählt das Ludwigshafener Kabelpilotprojekt bei seinem Start. Das Versuchsgebiet wird ausgeweitet, um die Zahl seiner Teilnehmer zu erhöhen. Schließlich setzt die Bundespost auch auf den Kommunikationssatelliten ECS, über den ab Januar 1985 SAT.1 und wenige Monate später auch RTL plus abgestrahlt werden.

Doch der wahre Poker geht um terrestrische Frequenzen. »Wenn wir nur auf Fernmeldesatelliten und Verkabelung angewiesen wären, müssten wir schon recht bald den Sendebetrieb wieder einstellen«, konstatiert RTL-Mann Helmut Thoma. Bei seinem Sender stehen im Jahr zwei nach dem Start rund 23 Millionen Euro Ausgaben lediglich Einnahmen von knapp zehn Millionen Euro gegenüber. Bei SAT.1



Die Diskussion um Programmverantwortung und Trash-TV ist auch im Multimediazeitalter nicht obsolet.



sind die Zahlen noch weitaus dramatischer: Bei Kosten von 100 Millionen Euro fließen gerade einmal 3,5 Millionen Euro in die Kasse.

Folglich wurde »wie auf einem Basar um Frequenzen gehandelt«, erinnert sich Jürgen Doetz. Zusagen und Versprechungen werden gemacht. So kündigt SAT.1 in Schleswig-Holstein etwa ein »Programm für die dänische Minderheit« an, das, »na ja, so nie stattgefunden hat«, wie Doetz eingesteht. SAT.1 präsentiert sich als »der einzige deutsche Veranstalter« und versucht mit der nationalen Karte den Konkurrenten RTLplus auszusteichen. »Pickelhauben-Geschäftsführer« piesackt Helmut Thoma prompt seinen Konkurrenten Jürgen Doetz.

Streit um Konzentrationskontrolle

Noch sind die Sender Bittsteller bei den Ländern, doch mit dem RTL-Umzug nach Köln 1988 und der darauf folgenden Unterstützung Nordrhein-Westfalens für »seinen« Sender beginnt die unverhohlene Standortpolitik. Plötzlich läuft die Trennlinie nicht mehr zwischen A- und B-Ländern, also nach politischer Farbe, sondern nach Senderinteressen. Der Sender Pro 7 und die umstrittene Beteiligung von Kirch-Sohn Thomas werden 1994 zum Lackmustest. Zwei

Jahre prüfen die Medienwächter, ob der an SAT.1, Premiere und dem Deutschen Sportfernsehen beteiligte Leo Kirch einen unzulässigen Einfluss auf Pro 7 ausübt, das in Schleswig-Holstein lizenziert ist. Doch wegen »unterschiedlicher Bewertung« kommt die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zu keiner Entscheidung.

Das Echo ist verheerend. Edmund Stoiber moniert, dass die Landesmedienanstalten konzentrationsrechtliche Probleme immer nur bei den Sendern entdeckten, die sie nicht selbst zugelassen hätten. Und die von Bundespräsident Richard von Weizsäcker eingesetzte Expertenkommission attestiert in ihrem »Bericht zur Lage des Fernsehens« der Medienaufsicht: »Die bisherige Vielfaltskontrolle durch die Landesmedienanstalten zur Begrenzung der Konzentration hat sich als wenig wirksam erwiesen.« Und weiter heißt es dort: »Der im Rundfunkstaatsvertrag normierte Zwang zu Anbietergemeinschaften hat den Trend zu einer oligopolistischen Struktur des Fernsehmarktes gestärkt und nicht zu einem funktionierenden Außenpluralismus geführt.« Eine heftige Debatte

folgt: Am Ende steht eine neue »Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich«, die KEK, die als ein quasi verselbständigtes Beschluss-gremium aller Landesmedienanstalten 1997 ihre Arbeit aufnimmt.

Und es gilt eine neue Formel, das Zuschauermarktanteilsmodell, das die Aktivitäten eines Unternehmens auf 30 Prozent Zuschaueranteil begrenzt. Natürlich ist auch diese Regel ein von Standortinteressen bestimmter Kompromiss, der die fest gefügten Senderfamilien nicht ins Wanken bringt. Doch die Transparenz ist durch die jährlichen KEK-Berichte größer geworden.

Bei dieser politisch verordneten Kooperation der Medienanstalten in Sachen Konzentrationskontrolle bleibt es nicht. Längst haben die Landesmedienanstalten ihre Zusammenarbeit besser koordiniert und teilweise institutionalisiert. Für die Bereiche Digitaler Zugang sowie Programm, Werbung, Medienkompetenz ist die Arbeit in »Gemeinsamen Stellen« gebündelt. Für einen besseren Jugendschutz in Fernsehen und Internet entsteht schließlich 2004 die »Kommission für Jugendmedienschutz« (KJM), ein Organ der Landesmedienanstalten. Zum Vorsitzenden wird BLM-Präsident Wolf-Dieter Ring gewählt.

Neue Herausforderungen für die Landesmedienanstalten

Heute stehen die Landesmedienanstalten vor einer neuen Herausforderung in Sachen Vielfaltssicherung. Der deutsche Medienmarkt befindet sich in tief greifenden Veränderungen. Die Insolvenz der Kirch-Gruppe 2002 hat internationalen Finanzinvestoren eine Schneise geschlagen. Bei der ProSiebenSat.1 Media AG agiert zwar mit Haim Saban ein nach außen hin erkennbarer Mehrheitsaktionär. Doch finanziert haben die Übernahme der



Der Pay-TV-Sender Premiere: vom Insolvenzfall zum Börsenneuling. Die heutige Aktionärsstruktur zeigt, dass internationale Investoren die Fernsehlandschaft dominieren – eine neue Herausforderung für die Landesmedienanstalten.

In Zukunft: steuernde und planende Aufgaben

Die Aufgaben der Landesmedienanstalten haben sich in zwanzig Jahren privaten Rundfunks permanent gewandelt. Entstanden als direkter Ausfluss der neuen Landesmediengesetze, oft an der Spitze besetzt mit denjenigen, die diese Gesetze ausgearbeitet hatten, war ihre erste Aufgabe, kommerzielle Konkurrenz zu den etablierten öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunksendern zu ermöglichen.

Nachdem in unterschiedlichen Modellen der Bundesländer lokale und regionale Anbieter zum Zuge gekommen waren und sich auf nationaler Ebene die beiden Senderfamilien rund um RTL/Bertelsmann und rund um SAT.1 gebildet hatten, wandte man sich stärker den Programminhalten zu. Es ging um Informationsgehalt, Werberichtlinien, Jugendschutz, und immer wieder um Programmverantwortung und Trash-TV. Flankiert wurden diese Auseinandersetzungen mit neuen Aufgaben wie Medienpädagogik, Medienkompetenz sowie Fort- und Weiterbildung. Wie die aktuelle Diskussion um Programmethik zeigt, sind diese Felder im Multimediazeitalter keineswegs obsolet. Digitalisierung und Programmzersplitterung lassen steuernde und planende Aufgaben in den Vordergrund treten, um in der Zukunft eine allgemeinverträgliche Medien-Infrastruktur für das Informationszeitalter zu gewährleisten.
Ingrid Scheithauer ●

Sendergruppe nicht nur die Saban Capital Group, sondern sechs weitere US-Investmentfirmen. Zehn der 15 Aufsichtsratsmandate werden von Managern der Kapital gebenden Fondsgesellschaften ausgeübt. Ähnlich sieht es bei Kirchs einstigem Bezahlsender Premiere aus; dort ist mit Permira ebenfalls eine Fondsgesellschaft eingestiegen, die auch nach dem Börsengang größter Aktionär bleibt. Und selbst Lokalanbieter wie tv münchen und tv berlin sind für Investmentgesellschaften interessant. Auch das größte deutsche Zeitungshaus, die Axel Springer AG, hat im Zuge des Zusammenbruchs der Kirch-Gruppe mit Hellmann&Friedmann einen private equity-fonds als Aktionär erhalten, als die Deutsche Bank Kirchs gepfändete Springer-Anteile verkauft.

Doch damit nicht genug: Das Kabelnetz, für das die Deutsche Telekom händierend Käufer suchte, ist ebenfalls im Besitz US-amerikanischer Investmentfonds. Ebenso die kleinere

Kabelnetzbetreiberin iesy aus Hessen, die sich anschickt, das NRW-Netz ish zu übernehmen.

Die Folgen dieser neuer Eigentümerstrukturen dürften gravierend sein. Ziel dieser anonymen Kapitalgesellschaften ist nicht in erster Linie die langfristig ausgerichtete unternehmerische Tätigkeit, sondern die Erhöhung der Rendite, um das erworbene Unternehmen gewinnträchtig wieder zu veräußern.

Deshalb befürchtet Victor Henle, Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt, Qualitätsverlust und größere Belieblichkeit des Programms sowie den Verlust nationaler Identität. Aus Sicht Henles wird angesichts der Anonymität der Investoren auch das System der Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Fernsehen auf den Kopf gestellt, »weil es bei der Ermittlung des Zuschaueranteils auf Unternehmen abstellt und auf dieser Ebene die Zurechenbarkeit der veranstalteten Programme vornimmt.«

Pardigmenwechsel bei Gewaltdarstellungen im Fernsehen

Die Anfang der 90er Jahre prognostizierte »Abrüstung« im Fernsehen hat nicht stattgefunden. Es zeichnet sich eher ein Paradigmenwechsel ab: »Im Fernsehen wird inzwischen realitätsnahe bzw. faktische Gewalt häufiger gezeigt als realitätsferne Gewalt«, so ein zentrales Ergebnis der Studie »Gewalt zwischen Fakten & Fiktionen«, die im Auftrag der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) entstanden ist. Zur Präsentation und Diskussion der Studie hatten die Auftraggeber am 24. Februar 2005 in die BLM nach München eingeladen. Dabei ging es auch um die praktische Anwendung der Forschungsergebnisse im Jugendmedienschutz.

Die Studie von Petra Grimm, Katja Kirste und Jutta Weiß befasst sich mit der Frage: Wie wird Gewalt in den Fernsehformaten präsentiert, in welchem Kontext wird sie dargestellt und wie gewertet? Ihr genauer Titel lautet »Gewalt zwischen Fakten & Fiktionen – Eine Untersuchung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen unter besonderer Berücksichtigung ihres Realitäts- bzw. Fiktionalitätsgrades«.

Es wurden zehn TV-Programme (ARD, ZDF, RTL, PRO 7, SAT.1, RTL 2, VOX, KABEL 1, KIKA, SUPER RTL) im Zeitraum Oktober 2002 bis Ende Januar 2003 mittels einer Inhaltsanalyse untersucht. Dazu wurden 1.162 Stunden (1.960 Sendungen, 4.968 Programmtrailer) kodiert und ausgewertet. Die Basis der Untersuchung bilden 8.832 ermittelte Gewalteinheiten (Gewaltakte oder Folgen). Folgende Ergebnisse spielen für den Jugendmedienschutz eine wichtige Rolle:

→ Im Fernsehen wird realitätsnahe bzw. faktische Gewalt häufiger gezeigt als realitätsferne Gewalt. Somit zeichnet sich ein Paradigmenwechsel hinsichtlich des Gewaltvorkommens ab: Gewalt im Fernsehen nimmt eher Bezug auf die »echte« Welt als auf eine unrealistische.

→ Gewalt gehört im Fernsehen weitgehend zum festen Bestandteil einer

männlichen Welt, womit Jungen stereotype Konfliktlösungsmuster offeriert werden.

→ Unterhaltungsformate zeigen Gewalt häufig im Kontext von »Alltag und Familie« sowie »Ehe und Beziehung«. Es ist nicht auszuschließen, dass jüngere Zuschauer die mediale Gewalt im privaten Bereich auf ihre eigene Lebenswelt beziehen und möglicherweise mit Angst reagieren.

→ Gewalt wird selten kritisiert. Es bleibt den Zuschauern überlassen, wie sie die Gewalt zu bewerten haben. Unter dem Aspekt der Wertebildung kann dies für jüngere Zuschauer problematisch sein, weil sie bei der Bewertung von Gewalt allein gelassen werden.

→ Die Vermischung von Fakten und Fiktionen bei Gewaltdarstellungen ist besonders kritisch zu bewerten: Fiktionale Gewaltdarstellungen können von jungen Zuschauern als Abbild realer Gewalt missverstanden werden, da schwer zu erkennen ist, was inszeniert oder authentisch ist. Durch Emotionalisierung und Dramatisierung von realer Gewalt erhöht sich das negative Wirkungspotenzial.

In Bezug auf das Vorkommen und die Art und Weise der Gewaltdarstellung im Fernsehen sind folgende Befunde als zentrale Ergebnisse der Studie zu nennen:

Verteilung der Gewalt

Von 1.162 untersuchten Stunden entfallen 30,2 Stunden, das sind 2,6 %, ausschließlich auf Gewaltdarstellungen. Somit machen Gewaltdarstellungen prozentual einerseits einen relativ kleinen Teil des Sendeumfangs aus. Es konnte andererseits festgestellt werden, dass in über der Hälfte aller Sendungen (58,2 %) mindestens eine Gewaltdarstellung anzutreffen ist.

Gewaltanteil in Formaten

Reality-TV weist im Vergleich mit den anderen Formaten den höchsten Gewaltanteil auf. Betrachtet man die Publizistikformate, so liegt der Gewaltanteil bei Nachrichtensendungen höher als bei Magazinsendungen. Innerhalb der Unterhaltungsformate weisen Fernseh- und Kinofilme einen vergleichsweise hohen Gewaltanteil auf.

Verteilung der Gewalt und Realitätscharakter

Ein wichtiger Untersuchungsaspekt war der Realitätscharakter der dargestellten Gewalt. Es wurde ermittelt, dass drei Viertel der Gewaltdarstellungen realitätsnah sind bzw. faktische (authentische) Gewalt zeigen. Gleichzeitig konnte eine zunehmende Vermischung von faktischer und realitätsnaher Gewalt beobachtet werden, ins-



Im Rahmen einer Podiumsdiskussion wurde die »Gewaltstudie« präsentiert.

besondere dann, wenn dokumentarische Sendungen mit Inszenierungen arbeiten, z. B. im Reality-TV.

Täter und Opfer

Täter wie Opfer sind in der Mehrzahl männlich. Gewalt gehört so gesehen zum festen Bestandteil einer männlichen Welt. Frauen werden am häufigsten als Opfer in Sendungen gezeigt, die Fakten und Fiktionen vermischen oder Gewalt in realitätsnahen Kontexten zeigen.

Während eine Bestrafung der Täter in realitätsnahen Welten in der Regel mit rechtsstaatlichen Mitteln erfolgt, werden in fantastischen Welten die Täter hauptsächlich durch physische Verletzung sanktioniert.

Positiv charakterisierte Täter kommen vor allem in fantastischen Welten vor. Je stärker der Fiktionalitätscharakter der dargestellten Gewalt ist, umso eher ist der Täter positiv charakterisiert. Es zeigt sich die Tendenz: Je stärker der Fiktionalitätscharakter einer Gewaltdarstellung ist, desto häufiger fehlt eine Sanktionierung der positiv charakterisierten Täter.

Gewaltschäden bzw. Gewaltfolgen

Insgesamt dominieren im Fernsehen physische Schäden, psychische Folgen der Gewalt werden relativ selten gezeigt. Extreme physische Schäden, wie schwere Verletzungen oder Tod, wer-

den vor allem im Reality-TV (62,3 %) und in Publizistikformaten dargestellt (Nachrichten 54,7 %, Reportagen 53,6 % und Magazine 51,9 %). Dies zeigt, dass insbesondere Ereignisse mit schweren Gewaltfolgen einen hohen Nachrichtenwert haben.

Kontext der Gewalt

Insgesamt gesehen wird Gewalt im Fernsehen am häufigsten im Kontext von Kriminalität und Verbrechen gezeigt. In Unterhaltungsformaten findet Gewalt zwar auch mehrheitlich im Kontext von Kriminalität und Verbrechen statt, aber relativ häufig im Rahmen von Alltag und Familie sowie Ehe und Beziehung. Gewalt im thematischen Umfeld von Ehe und Beziehung wird am häufigsten in einer angespannten und aggressiven Atmosphäre gezeigt.

Detailliertheit der Gewaltdarstellung

Den höchsten Anteil an visuell detailliert gezeigten Gewaltdarstellungen haben Fernsehfilme (38,2 %) und Reality-TV-Sendungen (37,2 %). Auffällig ist, dass vor allem im Vorspann einer Sendung visuell detaillierte Gewaltsequenzen vorkommen.

Motivation

Die Motive, warum Gewalt angewendet wird, sind sehr unterschiedlich. Insgesamt machen Gewaltdarstellungen mit sozial akzeptierten Motiven

(wie Selbstverteidigung, Schutz des Lebens anderer oder aufgrund einer dienstlichen Pflichterfüllung) rund ein Drittel der gezeigten Gewalt aus. Fast zwei Drittel der Gewalt wird jedoch aus anti-sozialen Motiven ausgeübt (wie kurzfristige Wut, persönliche Bereicherung, Vergeltung bzw. Rache). Fiktionale Formate (wie Kino-, TV-Filme und Serien) zeigen Gewalt vor allem mit den Motiven Selbstverteidigung, kurzfristige Wut und infolge eines nicht-legalen Auftrags. Bei Gerichts-, Psycho- und Konflikt-Shows werden vor allem emotionale und sexuelle Motive thematisiert. Das Motiv der sexuellen Befriedigung in Zusammenhang mit Gewalt steht in Reality-TV-Sendungen sogar an erster Stelle.

Botschaft der Gewalt

Wie Gewalt bewertet wird, ist abhängig von der Botschaft, mit der die Gewalt vermittelt wird. Ergebnis der Untersuchung ist, dass Gewalt bei fast allen Formaten größtenteils mit einer neutralen Botschaft gezeigt wird. Das heißt, Gewalt wird weder abgelehnt noch propagiert. Publizistikformate weisen einen besonders hohen Anteil an neutralen Botschaften auf (Nachrichten 91,1 %, Magazinsendungen 84,9 %), was genretypisch ist. Aber auch die meisten Unterhaltungsformate verzichten größtenteils auf eine eindeutige Botschaft: Gewalt steht für sich. *Petra Grimm, Jutta Weiß* ●

Die Studie »Gewalt zwischen Fakten und Fiktionen« ist als Band 18 der Schriftenreihe der NLM im Vistas Verlag Berlin erschienen (ISBN 3-89158-401-6).