





Geschäftsbericht 2013
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Bayern und vor allem der Großraum München nehmen im Bereich der klassischen Medien nach wie vor eine Sonderstellung im Vergleich zu anderen Standorten in Deutschland ein. Bestätigt wird das immer wieder durch aktuelle Studien, zuletzt im Rundfunkbereich durch die Untersuchung zur Wirtschaftlichkeit des Rundfunks in Deutschland, die Ende 2013 veröffentlicht wurde, und durch die Produzentenstudie vom Anfang des Jahres: Mit über 100 privaten Fernsehprogrammen und mehr als 80 privaten Hörfunkprogrammen liegt Bayern vor allen anderen Ländern. Die Sender beschäftigen annähernd 10.000 Menschen und erarbeiten mehr als die Hälfte des Jahresumsatzes des privaten Rundfunks in Deutschland. Auch im Vergleich der großen Film- und Fernsehproduktionsstandorte in Deutschland nimmt München den Spitzenplatz ein.

Trotz der vielen positiven Kennzahlen darf man auf der anderen Seite nicht übersehen, dass wir derzeit radikale Umbrüche in der Medienwirtschaft erleben und dass in dieser Situation gerade die lokalen Medien unsere Unterstützung benötigen. Manches ist dabei auf den Weg gebracht: Auch 2013 sind in Bayern weitere lokale und landesweite Radio-Programme über DAB auf Sendung gegangen. Beim lokalen Fernsehen ist die Situation wirtschaftlich nach wie vor schwierig, aber auch hier gibt es Fortschritte: Das Lokal-TV-Portal ist inzwischen zusätzlich zur bundesweiten Satellitenverbreitung in 12 Ballungsräumen auch über DVB-T empfangbar, wenn das Empfangsgerät ans Internet angeschlossen ist. Zudem beteiligen sich an dem Portal neben Bayern und Baden-Württemberg mittlerweile auch die

Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Zur guten Akzeptanz des lokalen Fernsehens in Bayern trägt in besonderem Maße das neue Angebot Plenum.TV bei, das regelmäßig Beiträge aus dem Landtag produziert und in 16 verschiedenen lokalen Versionen den lokalen Fernsehanbietern zuliefert. Das ist Grundversorgung und „Public Value“ im besten Wortsinn.

Gerade zur Unterstützung der mittelständischen Medienunternehmen im digitalen Transformationsprozess haben die BLM und ihre Tochterunternehmen 2013 einige neue Veranstaltungen und Veranstaltungsreihen ins Leben gerufen, in denen der digitale Wandel und seine Folgen thematisiert werden: Beim Medienforum Ostbayern geht es um die Zukunft des Einzelhandels und der lokalen Werbung. Der Mobile Media Day in Kooperation mit der Universität Würzburg und der Hochschule für angewandte Wissenschaft Würzburg/Schweinfurt zeigt Chancen auf, die sich durch die veränderte Mediennutzung ergeben, und am TV-Hackday wurden Ideen zur Zukunft des Fernsehens gesammelt. Damit ist ein Anfang gemacht, bei dem wir es allerdings nicht belassen werden.

Wer erfolgreich bleiben will, muss sich verändern. Diesem Motto folgt die BLM auch intern: Seit 1. April 2013 gibt es den neuen Bereich „Medienkompetenz und Jugendschutz“. Damit wollen wir dokumentieren, dass beide Felder eine wichtige Zukunftsvorsorge für unsere Gesellschaft darstellen.

Dies gilt auch für das Thema Vielfalt der Medien. In der konvergenten Medienwelt mit dem scheinbar immer größeren Angebot wird es zunehmend wichtig die Relevanz der Medien für die Meinungsvielfalt und die Meinungsmacht einzelner Unternehmen zu kennen und für die Öffentlichkeit transparent zu machen. Die BLM hat

deshalb den „MedienVielfaltsMonitor“ entwickelt. Er stellt die empirisch ermittelten Gewichte der einzelnen Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Zeitungen, Zeitschriften und Internet dar und ermöglicht die Marktanteile der verschiedenen Angebote eines Unternehmens miteinander zu verrechnen und deren Anteil am Meinungsmarkt zu bestimmen. Im September 2013 hat die BLM das 2. Update veröffentlicht und ist damit auf große öffentliche Beachtung gestoßen. Angesichts der hohen Resonanz hat die BLM sich entschlossen den Vielfaltsmonitor auf ein breites medienpolitisches Fundament zu stellen und in den geplanten übergreifenden „Medienkonvergenzmonitor“ der Landesmedienanstalten einzubringen. Er kann damit Baustein einer künftigen konvergenten Medienordnung sein.



SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

Rechtsgrundlagen und Organisation

10	Rechtsgrundlagen
10	Bayerisches Mediengesetz
10	Rundfunkstaatsvertrag
10	Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
11	Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten
12	Organisation und Organe
12	Organigramm der BLM
13	Der Medienrat
15	Der Verwaltungsrat
15	Der Präsident
16	ZAK
16	GVK
17	KEK
18	KJM
19	Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landes- medienanstalten
23	Datenschutz
25	Beteiligungen und Mitgliedschaften

Hörfunk

28	Programmangebot Hörfunk
28	Lokaler Hörfunk
30	Landesweiter Hörfunk
30	Bundesweiter Hörfunk
33	Programmorganisation Hörfunk
33	Genehmigungen
36	Technische Verbreitung
40	Reichweiten und Akzeptanz
44	Wirtschaftliche Lage
46	Programmaufsicht Hörfunk
46	Programmbeobachtung
47	Jugendschutz
49	Werbung

Impressum

Herausgeber
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien (BLM)

Verantwortlich
Johannes Kors,
Nikolaus Lörz
(Finanzbericht)

Redaktion
Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout
Mellon Design GmbH
Augsburg

Bildnachweis
BLM: Gabriele Hartmann, S. 4

Druck
Druckerei Joh. Walch
GmbH & Co. KG, Augsburg

Oktober 2014

Fernsehen

- 52 Programmangebot Fernsehen
- 52 Lokales/Regionales Fernsehen
- 52 Landesweites Fernsehen
- 54 Bundesweites Fernsehen
- 55 Bundesweites Fernsehen
- 55 Genehmigungen
- 56 Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse
- 58 Technische Verbreitung
- 62 Programmentwicklung
- 63 Fernsehnutzung
- 65 Entwicklung der Werbeumsätze
- 67 Lokales und landesweites Fernsehen
- 67 Genehmigungen
- 69 Technische Verbreitung
- 72 Fernsehnutzung
- 74 Wirtschaftliche Lage
- 75 Programmaufsicht Fernsehen
- 75 Programmbeobachtung
- 76 Jugendschutz
- 78 Werbung
- 79 Gewinnspiele

Fördermaßnahmen

- 82 Überblick Fördermaßnahmen 2013
- 83 Technische Förderung
- 83 Hörfunk
- 84 Fernsehen
- 85 Film- und Fernsehförderung
- 86 Programmförderung
- 87 Medienforschung
- 93 Aus- und Fortbildung
- 93 BLM Fortbildungsworkshops
- 94 Aus- und Fortbildungsprogramme
- 97 Medienpädagogik
- 98 Projekte und Initiativen
- 101 Fachtagungen und Workshops
- 102 Medienpädagogische Forschung
- 103 Förderung nach Art. 23 BayMG
- 103 Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
- 104 Programmausschuss
- 104 Betrauungen
- 105 Information
- 105 Publikationen
- 107 Internet
- 108 Social Media
- 108 Veranstaltungen
- 113 Archiv und Dokumentation

Finanzielle Entwicklung

- 116 Jahresabschluss 2013
- 120 Anhang für das Geschäftsjahr 2013
- 134 Lagebericht für das Geschäftsjahr 2013
- 141 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 142 Wirtschaftsplan 2013
- 145 Beschluss des Verwaltungsrats
- 145 Zustimmung des Medienrats

Rechtsgrundlagen und Organisation

10	Rechtsgrundlagen
10	Bayerisches Mediengesetz
10	Rundfunkstaatsvertrag
10	Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
11	Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten
12	Organisation und Organe
12	Organigramm der BLM
13	Der Medienrat
15	Der Verwaltungsrat
15	Der Präsident
16	ZAK
16	GVK
17	KEK
18	KJM
19	Länderübergreifende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten
23	Datenschutz
25	Beteiligungen und Mitgliedschaften

Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem:

- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
- Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie)

A

uf Grund Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 der Bayerischen Verfassung (BV) darf

Rundfunk in Bayern ausschließlich in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben werden. Das schließt nach der Rechtsprechung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs ein duales Rundfunksystem aus, wie es in anderen Ländern der Bundesrepublik Deutschland besteht. Zudem verlangt Art. 111 a Abs. 2 Satz 2 BV die angemessene Beteiligung der in Betracht kommenden bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen an der Kontrolle des Rundfunks.

Bayerisches Mediengesetz

Rechtsgrundlage für den in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) betriebenen Rundfunk ist das Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch Gesetz vom 27. November 2012 (GVBl S. 578).

Rundfunkstaatsvertrag

Am 1. Januar 1992 ist der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in Kraft getreten (GVBl 1991 S. 451, BayRS 2251-6-S). Er umfasste die zwischen allen Bundesländern abgeschlossenen Staatsverträge für Rundfunk und Telemedien (Art. 1: RStV; Art. 2: ARD-Staatsvertrag; Art. 3: ZDF-Staatsvertrag; Art. 4: RGebStV, 2013 abgelöst durch den RBeitrStV; Art. 5: RFinStV). Der RStV enthält grundlegende Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in Deutschland.

Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Geschäftsordnung des Medienrats

Die Geschäftsordnung des Medienrats ergeht zwar nicht in Satzungsform, enthält aber materielle Rechtsnormen. Ihre Vorschriften stellen die Grundlage für die Arbeit des Medienrats und die Abläufe wichtiger Verfahren dar wie etwa des Satzungserlasses, der Richtlinienaufstellung, der Genehmigung von Angeboten oder auch der Wahl des Präsidenten. Im Berichtszeitraum wurden qua Geschäftsordnungsänderung zwei Ausschüsse des Medienrats aufgelöst: der Programmförderausschuss und der Technikausschuss. Die Programmförderung wurde den beiden Programmausschüssen Hörfunkausschuss und Fernsehausschuss zur abschließenden Entscheidung zugewiesen. Zwei neue Ausschüsse mit beratender Funktion wurden gebildet: der Ausschuss für Fragen der Medienentwicklung und der digitalen Innovation (Digital-Ausschuss) und der Medienkompetenz-Ausschuss. Die beiden Ausschüsse werden als Querschnittsausschüsse aus drei Mitgliedern des Grundsatzausschusses

und jeweils vier Mitgliedern des Hörfunk- und des Fernsehausschusses gebildet. Damit hat der Medienrat ein Signal gesetzt, welchen Zukunftsfeldern er verstärkte Aufmerksamkeit widmen will.

Aufwandsentschädigungssatzung

Im Berichtszeitraum wurde die zuletzt am 17. Januar 2008 geänderte Satzung über die Aufwandsentschädigung der Mitglieder des Medienrats und des Verwaltungsrats neu gefasst. Wesentlichste Änderungen waren die Erhöhung der Monatspauschale von 680,00 Euro auf 700,00 Euro und des Sitzungsgeldes von 70,00 Euro auf 100,00 Euro. Die übrigen Änderungen waren im Wesentlichen redaktioneller Natur. Aufgrund der Neubekanntmachung steht eine komplette Textfassung im elektronischen Amtlichen Mitteilungsblatt der Landeszentrale zur Verfügung, in dem seit 2013 die Satzungen und Richtlinien der Landeszentrale veröffentlicht werden.

Volksbegehren- und Volksentscheidewerbegesetz

Nachdem der Gesetzgeber die Regelungskompetenz der Landeszentrale als Satzungsgeber in Art. 5 Abs. 7 Satz 3 BayMG auf Fragen der Kostenerstattung für die Werbung aus Anlass von Volksbegehren und Volksentscheiden erstreckt hatte, wurde in § 7 der Satzung eine Regelung über die Kostenerstattung eingefügt. In Anlehnung an die Regelung für Wahlwerbung ist die Kostenerstattung auf die dem Anbieter entstandenen Selbstkosten beschränkt. Nach § 7 Abs. 2 VVS hat der Anbieter die Möglichkeit anstelle des Selbstkostennachweises eine pauschalisierte Kostenerstattung in Höhe von maximal 35 Prozent der Brutto-Werbepreise geltend zu machen.

Wahlwerbesatzung

Für Kommunalwahlen wurde eine Öffnungsklausel eingefügt, die es der Landeszentrale ermöglicht, in begründeten Einzelfällen die Sendezeiten für Wahlwerbung bis auf das Doppelte der regulären Sendezeit zu erhöhen.

Richtlinie zur Förderung der technischen Infrastruktur

Die Richtlinie zur Förderung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten wurde im Berichtszeitraum neu gefasst. Herzstück der Änderung ist das gestaffelte Auslaufen der Förderung von UKW-Verbreitungskosten, die im Jahr 2016 endet.

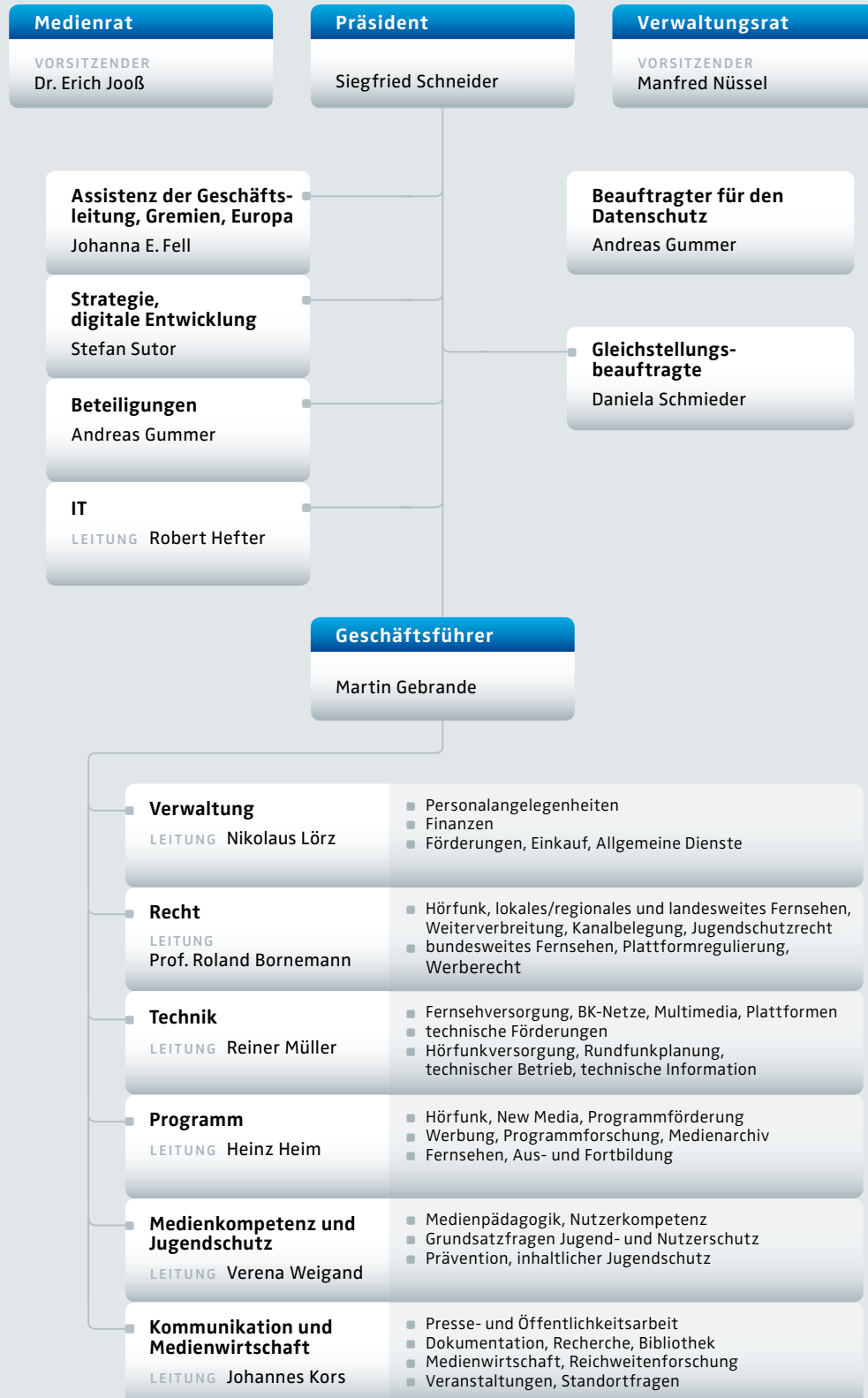
Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten

Finanzierungssatzung

Die Satzung zur Deckung der notwendigen Ausgaben/Aufwendungen der Organe nach § 35 Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrags und zur Erfüllung der Gemeinschaftsaufgaben (Finanzierungssatzung – FS) vom 21. Juli 2011 wurde unter gleichzeitiger Erhöhung der Liquiditätsreserve an die neue Geschäftsstellenstruktur angepasst. Dabei wurden Regelungen zur Dienstaufsicht und zur Weisungsbefugnis aus systematischen Gründen in das ALM-Statut ausgelagert. Weiterhin erfolgte eine Anpassung an den neuen Rundfunkbeitragsstaatsvertrag. Regelungen zum Gesamtwirtschaftsplan und zur Rechnungslegung wurden aktualisiert.

Satzungen und Richtlinien der Landeszentrale werden seit 2013 in einem neuen Amtlichen Mitteilungsblatt elektronisch veröffentlicht.

Organigramm der BLM



Der Medienrat

Organe der Landeszentrale sind gem. Art. 10 Abs. 2 BayMG der Medienrat, der Verwaltungsrat und der Präsident sowie fallweise nach § 35 Abs. 2 RStV die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Die Aufgaben der Landeszentrale werden jeweils durch diese Organe wahrgenommen.

Der Medienrat wahrt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 1 BayMG die Interessen der Allgemeinheit, sorgt für Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt in den von der Landeszentrale genehmigten Programmangeboten und überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze. Der Aufgabenbereich des Medienrats umfasst gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 BayMG u.a. Entscheidungen über Angelegenheiten von grundsätzlicher medienrechtlicher oder medienpolitischer Bedeutung, die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats, Entscheidungen über die Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen im Rahmen des BayMG sowie die Aufstellung von Richtlinien zu den Programmgrundsätzen, die Zustimmung zum Haushalts- und Finanzplan und zum Jahresabschluss der Landeszentrale sowie die Beschlussfassung über Fördermaßnahmen.

Der Medienrat konstituierte sich erstmals am 20. März 1985 aus den Vertretern der gesellschaftlich relevanten Gruppen in Bayern auf der Basis des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes vom 1. Dezember 1984. Die Zusammensetzung des Medienrats ist nunmehr in Art. 13 Abs. 1 BayMG geregelt. Die 47 Mitglieder werden für fünf Jahre entsandt.

Der Medienrat konstituierte sich am 5. Mai 2011 zu seiner 7. Amtsperiode. Der Medienrat hielt im Jahr 2013 insgesamt acht Sitzungen ab.

In den Medienrat entsenden neben der Staatsregierung und den im Bayerischen Landtag vertretenen Parteien mehr als 30 gesellschaftlich relevante Gruppen Vertreter. Die Zusammensetzung entspricht der des Rundfunkrats des Bayerischen Rundfunks, allerdings darf ein Vertreter nicht in beiden Organen Mitglied sein.

Vorsitzender des Medienrats

- Dr. Erich Jooß (Organisationen der Erwachsenenbildung)

Stellv. Vorsitzender

- Dr. Fritz Kempter (Verband der freien Berufe)

Schriftführerin

- Katharina Geiger (Evangelische kirchliche Frauenorganisationen)

Bayer. Staatsregierung

- Ilse Aigner, MdL, Staatsministerin

Bayer. Landtag

- Alex Dorow, MdL
- Martina Fehlner, MdL
- Ulrike Gote, MdL
- Dr. Gerhard Hopp, MdL
- Martin Neumeyer, MdL
- Prof. Dr. Michael Piazzolo, MdL
- Dr. Christoph Rabenstein, MdL
- Markus Rinderspacher, MdL
- Eberhard Rotter, MdL
- Berthold Rüth, MdL
- Martin Schöffel, MdL
- Jürgen Ströbel, MdL

Katholische Kirche

- Dr. Florian Schuller

Evangelische Kirche

- Detlev Bierbaum

Israelitische Kultusgemeinden

- Charlotte Knobloch

Gewerkschaften

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

Bayer. Bauernverband

- Anneliese Göller
- Franz Kustner

Industrie- und Handelskammern

- Walter Keilbart

Handwerkskammern

- Heinrich Mosler

Bayer. Städtetag

- Michael Sedlmair

Bayer. Landkreistag

- Tamara Bischof

Bayer. Gemeindetag

- Josef Mend

Verbände der Heimatvertriebenen

- Ulrike Schmid

Katholische kirchliche Frauenorganisationen

- Ulla Kriebel

Bayer. Jugendring

- Michael Voss

Bayer. Landessportverband

- Bernd Kränzle, MdL
- Lydia Sigl

Schriftstellerorganisationen

- Arwed Vogel

Komponistenorganisationen

- Thomas Rebensburg

Musikorganisationen

- Wilhelm Lehr

Intendanten der Bayer. Staatstheater

- Peter Theiler

Leiter der Bayer. Schauspielbühnen

- Rainer Lewandowski

Bayerischer Journalistenverband

- Jutta Müller

Bayer. Zeitungsverlegerverband

- Dr. Markus Rick

Bayer. Hochschulen

- Prof. Dr. Erich Bauer

Lehrerverbände

- Max Schmidt

Elternvereinigungen

- Helmut Wöckel

Bayer. Heimattag

- Prof. Dr. Manfred Tremel

Familienverbände

- Gerlinde Martin

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft

- Karl-Georg Nickel

Bund Naturschutz in Bayern

- Helmut Steininger

Stand 31.12.2013

Im Laufe des Berichtsjahres waren folgende Ausschüsse des Medienrats tätig

Beschließender Ausschuss (13 Mitglieder)

- Vorsitzender Dr. Erich Jooß

Grundsatzausschuss (10 Mitglieder)

- Vorsitzender Bernd Kränzle, MdL

Fernsehausschuss (17 Mitglieder)

- Vorsitzender Walter Keilbart

Hörfunkausschuss (17 Mitglieder)

- Vorsitzender Prof. Dr. Manfred Tremel

Technikausschuss (8 Mitglieder)

- Vorsitzender Klaus-Dieter Breitschwert (bis 30.11.2013)

Programmförderungsausschuss (8 Mitglieder)

- Vorsitzender Thomas Rebensburg

Programmausschuss (10 Mitglieder)

- Vorsitzender Helmut Wöckel

Die Ausschüsse des Medienrats traten im Laufe des Jahres 2013 zu insgesamt 33 Sitzungen zusammen.

Der Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat ist gem. Art. 14 Abs. 1 BayMG für die wirtschaftlichen Angelegenheiten der Landeszentrale zuständig. Ihm obliegen u.a. die Beschlussfassung über den Haushalts- und Finanzplan sowie den Jahresabschluss der Landeszentrale und der Erlass der Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 Abs. 12 BayMG. Die Zusammensetzung des Verwaltungsrats ist in Art. 14 Abs. 2 Satz 1 BayMG festgelegt. Danach besteht der Verwaltungsrat aus neun Mitgliedern.

Der Verwaltungsrat trat erstmals am 25. November 1985 zusammen. Er konstituierte sich zu seiner 7. Amtsperiode am 20. November 2009.

Der Verwaltungsrat trat im Berichtsjahr 2013 zu insgesamt vier Sitzungen zusammen.

Vorsitzender des Verwaltungsrats

vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied

- Manfred Nüssel

Stellv. Vorsitzender

vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied

- Walter Engelhardt

Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Johanna Rumschöttel
- Henry Schramm

Vertreter der Anbieter

- Jan Mojto
- Gerd Penninger

Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

- Dr. Rainer Hecker
- Prof. Dr. Johannes Kreile
- Dr. Eberhard Reichert

Stand 31.12.2013

Der Präsident

Der Präsident trägt die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gem. Art. 15 Abs. 1 BayMG gerichtlich und außergerichtlich.

Am 24. Februar 2011 wählte der Medienrat nach Anhörung des Medienrats Siegfried Schneider in Nachfolge von Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring zum neuen Präsidenten; er trat sein Amt am 1. Oktober 2011 an.

Der Medienrat stimmte am 22. Februar 1990 erstmals der Bestimmung von Martin Gebrande zum Geschäftsführer durch den Präsidenten für die Zeit ab 1. Mai 1990 zu und erteilte in der Sitzung am 31. März 2011 die Zustimmung zur Bestimmung von Herrn Gebrande zum Geschäftsführer durch den designierten Präsidenten Siegfried Schneider.

Präsident

- Siegfried Schneider

Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Martin Gebrande

Stand 31.12.2013

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

Die aus den gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten bestehende ZAK konstituierte sich erstmals am 9. September 2008.

Die ZAK hielt im Berichtsjahr 2013 insgesamt zehn Sitzungen ab.

Vorsitzender der ZAK

- Dr. Jürgen Brautmeier
(LfM Nordrhein-Westfalen)

Mitglieder

- Thomas Fuchs
(ma hsh Hamburg/Schleswig-Holstein)
Beauftragter für Programm und Werbung
- Thomas Langheinrich
(LFK Baden-Württemberg), Europabeauftragter
- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Hans Hege (mabb Berlin),
Beauftragter für Plattformregulierung
und Digitalen Zugang
- Cornelia Holsten (brema Bremen),
Beauftragte für Recht
- Prof. Wolfgang Thaenert
(LPR Hessen)
- Dr. Uwe Hornauer
(MMV Mecklenburg-Vorpommern),
Beauftragter für den Haushalt
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)
- Dr. Gerd Bauer
(LMS Saarland), Hörfunkbeauftragter
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Martin Heine (MSA Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco
(TLM Thüringen), Beauftragter
für Medienkompetenz und Bürgermedien

Stand 31.12.2013

Die Gremien-vorsitzendenkonferenz (GVK)

Die Gremienvorsitzendenkonferenz wird gebildet aus den jeweiligen Vorsitzenden des plural besetzten Beschlussgremiums der Landesmedienanstalten.

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2013 zu vier Sitzungen zusammen.

Vorsitzender der GVK

- Winfried Engel (LPR Hessen)

Mitglieder

- Christa Gönner-Schwarz
(LFK Baden-Württemberg)
- Dr. Erich Jooß (BLM Bayern)
- Prof. Dr. Jutta Limbach (mabb Berlin)
- Felix Holefleisch (brema Bremen)
- Lothar Hay (MA HSH Hamburg – Schleswig-Holstein)
- Marleen Janew (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Ortrud Wendt (NLM Niedersachsen)
- Dr. Frauke Gerlach (LFM Nordrhein-Westfalen)
- Albrecht Bähr (LMK Rheinland-Pfalz)
- Prof. Dr. Stephan Ory (LMS Saarland)
- Christoph Waitz (SLM Sachsen)
- Albrecht Steinhäuser (MSA Sachsen-Anhalt)
- Johannes Haak (TLM Thüringen)

Stand 31.12.2013

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Vorsitzende der KEK

- Prof. Dr. Insa Sjurts

stellvertretender Vorsitzender

- Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz

Mitglieder

- Prof. Dr. Dieter Dörr
- Dr. Hans-Dieter Lübbert
- Prof. Dr. K. Peter Mailänder
- Dr. Jürgen Schwarz

Ersatzmitglieder

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis
- Dipl.-Kfm. Franz Wagner

Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

- Dr. Hans Hege (mabb Berlin)
- Prof. Wolfgang Thaenert (LPR Hessen)
- Dr. Uwe Hornauer
(MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Thomas Fuchs
(MA HSH Hamburg-Schleswig-Holstein)
- Dr. Gerd Bauer (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)

Ersatzmitglieder

- Thomas Langheinrich
(LFK Baden-Württemberg)
- Dr. Jürgen Brautmeier
(LfM Nordrhein-Westfalen)

Die KEK, die sich erstmals am 15. Mai 1997 konstituierte, wurde durch den 10. RÄndStV in ihrer Zusammensetzung verändert. Neben den von den Ministerpräsidenten berufenen sechs Sachverständigen des Rundfunk- und Wirtschaftsrechts, aus denen der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz zu bestimmen sind, sind seit 1. September 2008 auch sechs gesetzliche Vertreter von Landesmedienanstalten Mitglieder. Diese dürfen nicht gleichzeitig Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sein.

Die KEK tagte im Jahr 2013 zehn Mal.

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Mit dem am 1. April 2003 in Kraft getretenen Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag) ist als weiteres Organ der Landeszentrale die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) fallweise tätig.

Die KJM besteht aus 12 Sachverständigen, von denen sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten benannt werden, vier Mitglieder von den für Jugendschutz zuständigen obersten Landesbehörden und zwei Mitglieder von der für den Jugendschutz zuständigen obersten Bundesbehörde. Für jedes Mitglied ist ein Stellvertreter bestimmt. Durch diese Zusammensetzung ist neben der verstärkten länderübergreifenden Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zugleich auch eine engere Vernetzung zwischen Landesmedienanstalten, Ländern und Bund in Fragen des Jugendschutzes in Rundfunk und Telemedien gewährleistet.

Die KJM trat 2013 zu insgesamt acht Sitzungen zusammen.

Direktoren der Landesmedienanstalten

Vorsitzender der KJM

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
Stellvertreter: Dr. Jürgen Brautmeier
(LfM Nordrhein-Westfalen)

stellvertretender Vorsitzender

- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
Stellvertreter: Thomas Fuchs
(MA HSH Hamburg-Schleswig-Holstein)

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
Stellvertreter: Dr. Uwe Hornauer
(MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Martin Heine (MSA Sachsen-Anhalt)
Stellvertreter: Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Cornelia Holsten (brema Bremen)
Stellvertreter: Dr. Gerd Bauer (LMS Saarland)
- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)
Stellvertreter: Thomas Langheinrich
(LFK Baden-Württemberg)

Vertreter der obersten Bundesbehörde

- Elke Monssen-Engberding
(Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bonn)
Stellvertreterin: Petra Meier (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bonn)
- Thomas Krüger
(Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn),
zweiter stellvertretender Vorsitzender
Stellvertreter: Michael Hange (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, Bonn)

Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

- Sebastian Gutknecht
(Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle Nordrhein-Westfalen, Köln)
Stellvertreter: Jan Lieven (Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle Nordrhein-Westfalen, Köln)
- Folker Hönge
(Oberste Landesjugendbehörde bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, FSK, Wiesbaden)
Stellvertreterin: Prof. Dr. Petra Grimm
(Hochschule der Medien, Stuttgart)
- Dr. Sigmar Roll
(Landessozialgericht Schweinfurt)
Stellvertreterin: Petra Müller
(Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht, Grünwald)
- Frauke Wiegmann
(Jugendinformationszentrum (JIZ) der Freien und Hansestadt Hamburg)
Stellvertreterin: Bettina Keil-Rüther
(Staatsanwaltschaft Erfurt)

Stand 31.12.2013

Die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten wird geregelt durch das ALM-Statut vom 20. November 2013, in Kraft seit 22. Mai 2014.

Die Landesmedienanstalten arbeiten zur Bewältigung grundsätzlicher und länderübergreifender Angelegenheiten seit 1985 in der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zusammen. Mit der Errichtung der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) vom 27. November 1993 wurde diese Zusammenarbeit auf eine neue Basis gestellt. Danach arbeiten die Landesmedienanstalten in Form einer Gesamtkonferenz, einer Gremienvorsitzendenkonferenz und einer Direktorenkonferenz zusammen. An der Gremienvorsitzendenkonferenz nehmen die Vorsitzenden der Beschlussgremien der einzelnen Landesmedienanstalten teil, die Direktorenkonferenz besteht aus den gesetzlichen Vertretern oder Geschäftsführern der Landesmedienanstalten. Die Gesamtkonferenz bilden die Vorsitzenden der Beschlussgremien und die gesetzlichen Vertreter oder Geschäftsführer der jeweiligen Landesmedienanstalten. Die Gremienvorsitzendenkonferenz und die Gesamtkonferenz beraten Angelegenheiten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Dazu gehören insbesondere Fragen der Programmentwicklung des privaten Rundfunks. In der Direktorenkonferenz werden die der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten zugewiesenen Aufgaben außerhalb der Zulassungs- und Aufsichtsaufgaben im Bereich der audiovisuellen Medien, insbesondere Programm, Recht, Technik, Forschung, Medienkompetenz und Finanzierung bearbeitet. Insgesamt traten im Jahr 2013 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu vier und die DLM zu zehn Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzender der DLM ist seit 1. Januar 2013 Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).

Aus dem Kreis der Direktoren wurde je ein Beauftragter für Europaangelegenheiten und für Haushalt bestellt.

Im Übrigen erfolgt die Zusammenarbeit im Rahmen der Kommissionen, die als Organe der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt tätig werden.

Seit In-Kraft-Treten des Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrages zum 1. Januar 1997 obliegt die Überprüfung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Auf der Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages wurde am 1. April 2003 die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) gebildet. Schließlich kamen mit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der zum 1. September 2008 in Kraft getreten ist, die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten und die Entscheidung über die Belegung von Plattformen zuständig ist, hinzu.

Der Präsident der BLM gehört als gesetzlicher Vertreter der Landeszentrale der ZAK an und ist Vorsitzender der KJM.

Mit Beginn des Jahres 2014 wurden drei Fachausschüsse für Schwerpunktthemen eingerichtet, die die Entscheidungen der ZAK und der DLM vorbereiten. Es handelt sich um die Fachausschüsse für Regulierung, für Netze, Technik und Konvergenz sowie für Medienkompetenz, Bürgermedien und Jugendschutz. Sie lösen das bisherige Beauftragten-Modell ab. Der Präsident der BLM ist Mitglied im Fachausschuss für Regulierung.



Eine Auflistung der Mitglieder der Organe finden Sie auf den Seiten 16–18.

Im Mai 2010 wurde die vom 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄndStV) geforderte Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGS) in Berlin-Mitte eröffnet. Die Geschäftsstelle ist zentrale Anlaufstelle für alle Zulassungs- und Aufsichtsangelegenheiten bundesweit verbreiteter Veranstalter, für europarechtliche Fragestellungen, Fragen der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten und seit Herbst 2013 auch für Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration. Die Gemeinsame Geschäftsstelle ist organisierend und koordinierend tätig. Dazu zählen insbesondere die Sitzungsbegleitung und die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den jeweiligen Funktionsträgern. Die inhaltliche Arbeit wird weiterhin in den Landesmedienanstalten vor Ort geleistet. So wurde im Zuge der KJM-Strukturreform zum 1. September 2013 im Hinblick auf die Grundsatzfragen im Jugendschutz die sogenannte Themenverantwortung neu eingeführt, nach der jedes ordentliche KJM-Mitglied die Verantwortung für bestimmte Themenfelder übernimmt. Die BLM ist für die Themen „Telemedien“, „Selbstkontrollenrichtungen“, „Online-Spiele“ und „Europa“ zuständig. Daneben gibt es auch Arbeitsgruppen der KJM, die für die Zuarbeit der KJM für bestimmte Themenfelder eingesetzt werden. Die BLM ist an vierzehn der fünfzehn KJM-Arbeitsgruppen aktiv beteiligt.

In den Gremien der Landesmedienanstalten sowie im Kreis der Gremienvorsitzenden wurde 2013 wiederholt das Thema „Scripted Reality“ im privaten Fernsehen aufgegriffen. Da diese Formate aufsichtsrechtlich in der Regel nicht zu beanstanden sind, ist eine breite gesellschaftliche Debatte darüber wichtig, welches Bild sie von der Wirklichkeit zeichnen und bei den Zuschauern verankern. Die Forderung nach einer Kennzeichnung „gescripteter“ Sendungen auf der Basis einer Selbstverpflichtung der Veranstalter wurde von den Gremienvorsitzenden mit den privaten

TV-Veranstaltern im November 2013 diskutiert. Der Dialog wird 2014 fortgesetzt.

Ebenfalls im November 2013 befasste sich die Gesamtkonferenz erneut mit dem Thema Barrierefreiheit. Es wurde festgestellt, dass die beiden großen Sendegruppen ihrer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung in dieser Frage nicht in ausreichendem Maße gerecht werden. Der Forderung der Landesmedienanstalten, mindestens eine Sendung pro Abend in einem Sender mit speziellen Untertiteln für Hörgeschädigte anzubieten, sind die Sendergruppen nicht oder nur in Ansätzen nachgekommen. Die Landesmedienanstalten werden die Debatte um die Förderung von Barrierefreiheit im privaten Fernsehen fortsetzen und gegebenenfalls auch auf gesetzliche Verschärfungen hinwirken.

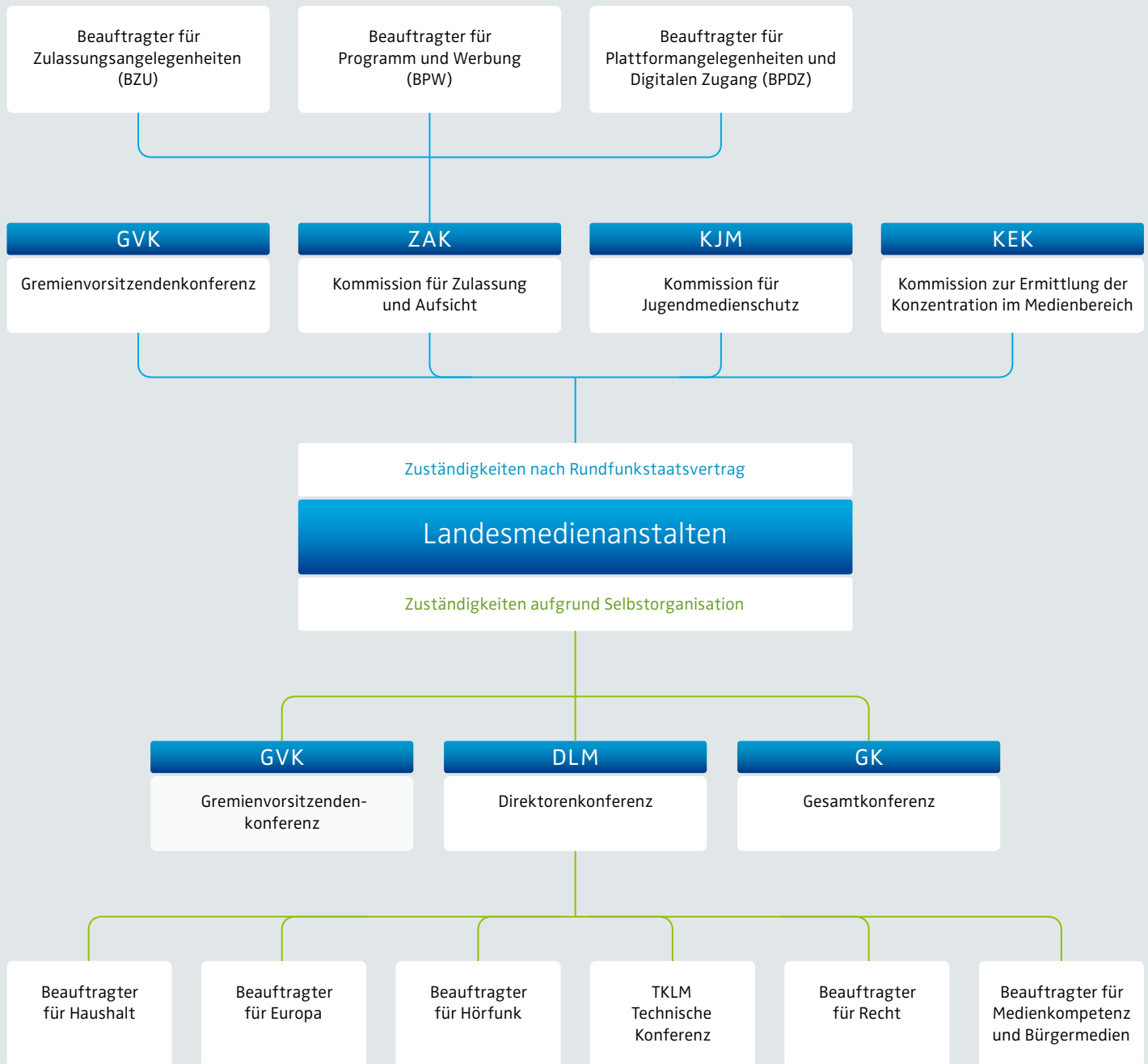
Zum Thema „Casting-Shows“ befinden sich die Landesmedienanstalten in einem fortlaufenden Gespräch mit Produzenten und Programmverantwortlichen mit dem Ziel, dass diese sensibel und nachhaltig ihre Verantwortung für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wahrnehmen.

Im September 2013 entschied die ZAK im Beschwerdefall N24 gegen KDG. Sie stellte eine Ungleichbehandlung des Nachrichtensenders N24 gegenüber den öffentlich-rechtlichen Sendern mit Blick auf die Konditionen für die Einspeisung in die Kabelnetze von Kabel Deutschland fest. Nachdem zunächst Klagen gegen den Bescheid der BLM erhoben wurden, haben sich die Parteien inzwischen außergerichtlich geeinigt.

Nach der Ankündigung der Deutschen Telekom im April 2013, die vertraglichen Konditionen für DSL-Kunden dahingehend zu verändern, das Datenvolumen nach Erreichen einer bestimmten Volumengrenze zu drosseln, beschäftigten sich auch die Landesmedienanstalten mit dem Thema Netzneutralität. Zu zwei Entwürfen einer

Die GGS ist seit Herbst 2013 auch Anlaufstelle für Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration.

Struktur der Medienaufsicht



Netzneutralitätsverordnung des Bundeswirtschaftsministeriums wurde in Positionspapieren Stellung bezogen, wonach das offene Internet und das Prinzip der neutralen Datenübertragung unabhängig von Inhalt, Sender und Empfänger erhalten bleiben müsse.

Zum Umstieg bei der terrestrischen Fernsehversorgung auf den Standard DVB-T2 haben sich die Landesmedienanstalten zur Übernahme einer Moderatorenrolle bereit erklärt. Hierzu wurde die Bildung einer Expertengruppe beschlossen, die in 2013 Gespräche mit den Marktteilnehmern aufgenommen hat. Auslöser war ein Konsultationsentwurf der Bundesnetzagentur zur Frequenzvergabe, bei dem sich die Landesmedienanstalten dagegen ausgesprochen haben, das 700 MHz-Band vor 2019/2020 für den Mobilfunk zu nutzen, bevor nicht eine Migration von DVB-T zu DVB-T2 stattgefunden hat.

Zu dem im Frühjahr 2013 von der Europäischen Kommission vorgelegten „Grünbuch über die Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt: Wachstum, Schöpfung und Werte“ haben die Landesmedienanstalten eine Stellungnahme abgegeben und dabei vor allem auf die aus der Unterscheidung zwischen linearen und nicht-linearen Diensten sich ergebende Schieflage in der derzeitigen Regulierung hingewiesen. Außerdem wurde die Aufhebung quantitativer Werbebeschränkungen und die Einführung festgelegter europäischer Standards, wie z.B. HbbTV, angeregt.

Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

Direktorenkonferenz (DLM)

Vorsitzender

- Dr. Jürgen Brautmeier
Direktor der Landesanstalt für Medien-Nordrhein-Westfalen (LfM)

stellvertretende Vorsitzende

- Jochen Fasco (TLM)
- Cornelia Holsten (brema)

Gremienvorsitzendenkonferenz

Vorsitzender

- Winfried Engel
Vorsitzender der Versammlung der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)

Beauftragte

Beauftragte für Recht

- Cornelia Holsten (brema)

Beauftragter für Europa

- Thomas Langheinrich (LFK)

Beauftragter für Medienkompetenz und Bürgermedien

- Jochen Fasco (TLM)

Beauftragter für Haushalt

- Dr. Uwe Hornauer (MMV)

Beauftragter für Hörfunk

- Dr. Gerd Bauer (LMS)

Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

Vorsitzender

- Martin Deitenbeck (SLM)

M it Art. 20 BayMG hat der Gesetzgeber die aus der Rundfunkfreiheit resultierende verfassungsrechtliche Vorgabe der Staatsferne für den Bereich des von der Landeszentrale getragenen Rundfunks auch hinsichtlich des Datenschutzes verwirklicht. Hierzu wurde erstmals 1993 vom Präsidenten der BLM ein Beauftragter für den Datenschutz bei der Landeszentrale berufen. Seine Aufgabe ist es, die Einhaltung der Vorgaben des BayMG sowie anderer Vorschriften hinsichtlich des Datenschutzes bei der Landeszentrale wie auch bei von der Landeszentrale genehmigten Anbietern zu überwachen. Er ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen (Art. 20 Abs. 3 Satz 6 BayMG) und besitzt so auch die europarechtlich geforderte völlige Unabhängigkeit. Die Dienstaufsicht über den Beauftragten für den Datenschutz übt der Verwaltungsrat aus.

Die geplante Europäische Datenschutzverordnung stellt das Prinzip der individuellen Einwilligung ins Zentrum des Rechts.

Die nach den letzten drei Novellen des Bundesdatenschutzgesetzes erwarteten Neueregungen zum Arbeitnehmerdatenschutz wie auch zur Vorratsdatenspeicherung blieben aus. Veränderungen mit großer Tragweite könnte jedoch die geplante europäische Datenschutzgrundverordnung (DS-GVo) mit sich bringen. Der Vorschlag der Europäischen Kommission für eine solche DS-GVo vom Januar 2012 wurde intensiv im Europäischen Parlament wie auch im Rat in verschiedenster Hinsicht erörtert und beraten. Der Inhalt der DS-GVo sieht einen Individualdatenschutz vor, der das Prinzip der Einwilligung ins Zentrum des Rechts stellt. Daneben sollen den Nutzern zahlreiche individuelle Rechte eingeräumt werden. Die DS-GVo enthält neben zahlreichen inhaltlichen Vorgaben aber auch weite Auslegungsspielräume und würde der Europäischen Kommission, die den Verordnungsentwurf bereits erarbeitet und vorgelegt hat, zudem erhebliche exekutive wie auch legislative Befugnisse einräumen, die mit der rechtsstaatlichen Grundvorstellung der Gewaltenteilung nur schwer in Einklang zu bringen sind. Zudem ist bis heute unklar, wie trotz einer europaweit einheitlich geltenden Verordnung der Vorgabe, das in den Mitgliedsstaaten erreichte Datenschutzniveau mit der DS-GVo nicht abzusenken, entsprochen werden soll. Daher blieben bis zur Europawahl einige sehr grundsätzliche Fragestellungen offen, die eine Verabschiedung der DS-GVo verhinderten.

Die Digitalisierung der Rundfunkübertragung und -nutzung hat eine vermehrte Speicherung von Rezipientendaten zur Folge.

Die in den letzten Jahren in vielen Lebensbereichen gewachsene Bedeutung des Datenschutzes hat auch im Rundfunk ihren Niederschlag und in einer stetig steigenden Sensibilität der Bevölkerung in Datenschutzfragen seine praktische Entsprechung im Rahmen der Aufsichtstätigkeit der Landeszentrale gefunden. Den hierfür maßgeblichen Hintergrund bildete einerseits die zunehmende Digitalisierung der Rundfunkübertragung und -nutzung und die sich daraus ergebenden Gestaltungs- und Erscheinungsformen von Rundfunk, die im Gegensatz zu früheren Zeiten unterdessen immer häufiger auch die Speicherung von Rezipientendaten bei Rundfunkanbietern mit sich bringen. Andererseits gewinnen auch die Rundfunkübertragung begleitende Dienste im Internet eine wachsende Bedeutung und führen zu neuen datenschutzrechtlichen Fragestellungen, die einerseits einen stetig wachsenden Beratungsbedarf bei Landeszentrale und Anbietern mit sich bringen, und andererseits ein gesteigertes Interesse der betroffenen Nutzer finden und diese zu Nachfragen und Beschwerden veranlassen.

Die Fragen beginnen bei der immer vielfältiger werdenden Erfassung von Daten, die unterdessen häufig auch ohne konkrete Kenntnis der Betroffenen erfolgt, betreffen die Speicherung, Nutzung und Weitergabe derselben wie auch die Sicherheit und Integrität der dabei eingesetzten Systeme, und führen über die Nutzungsbedingungen z.B. für die eingesetzte Hardware bis zur Überprüfung von Webseiten und dahinter stehenden Anwendungen. Die Digitalisierung des Rundfunks schreitet weiter voran. Sie bringt zusammen mit dem in inhaltlicher Hinsicht wie auch in Bezug auf die eingesetzten Übertragungssysteme zu beobachtenden Prozess der Konvergenz (beispielhaft seien nur die Stichworte Smart-TV und HbbTV erwähnt) stetig neue Anwendungen und mit diesen neue rechtliche Fragestellungen auch gerade in datenschutzrechtlicher Hinsicht hervor. Dies erhöht zwar laufend die auch an die Aufsicht gestellten Anforderungen, unterstreicht aber auch die wachsende Bedeutung des rundfunkrechtlichen Datenschutzes.

I. Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM

(Höhe der Beteiligung)

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (62 %)
- Bayerische Medientechnik GmbH (50 %)
- BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mbH (100 %)
- Medientage München GmbH (100 %)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8 %)

II. Mitgliedschaften der BLM

- Akademie der bayerischen Presse e.V.
- Akademie für neue Medien e.V., Kulmbach
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (AG. MA), Frankfurt
- Bayerische Akademie für Fernsehen e.V. (BAF), München
- Bayerische Akademie für Werbung und Marketing e.V. (BAW), München
- Deutsche Journalistenschule e.V., München
- Digitalradio Deutschland e.V., Hamburg
- Erfurter Netcode e.V.
- Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., Bonn
- Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V. (GfK), Nürnberg
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München
- Internet-ABC e.V., Düsseldorf
- Landesmediendienste Bayern e.V.
- Marketing Club München
- Medien-Campus Bayern e.V., München
- Münchner Kreis, Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung e.V., München
- Multimedia Akademie e.V., München
- Radiozentrale e.V., Berlin
- Programmberatung für Eltern e.V., München
- Verein deutscher Archivare e.V. (VdA), Frankfurt

III. Mitgliedschaften, die über die DLM gehalten werden

- Deutsche Kindermedienstiftung GOLDENER SPATZ, Erfurt
- Deutsche TV-Plattform e.V., Frankfurt
- Europäisches DVB-Projekt
- Hans-Bredow-Institut, Hamburg
- Institut für Europäisches Medienrecht e.V., Saarbrücken
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München
- World DAB-Forum
- EPRA european platform of regulatory authorities, Straßburg

IV. Mitträgerschaften

- Hochschule für Fernsehen und Film, München

V. Stiftungen

- Stiftung Medienpädagogik Bayern, München
- Stiftung Zuhören, Gießen
- Prix Jeunesse International, München

Stand 31.12.2013

Hörfunk

28 Programmangebot Hörfunk

- 28 Lokaler Hörfunk
- 30 Landesweiter Hörfunk
- 30 Bundesweiter Hörfunk

33 Programmorganisation Hörfunk

- 33 Genehmigungen
- 36 Technische Verbreitung
- 40 Reichweiten und Akzeptanz
- 44 Wirtschaftliche Lage

46 Programmaufsicht Hörfunk

- 46 Programmbeobachtung
- 47 Jugendschutz
- 49 Werbung

In Bayern gibt es eine Vielzahl privater Radioangebote, die landesweit oder lokal über UKW, DAB oder im Kabel senden. Auch einige bundesweite Programme, die über DAB, Satellit oder Internet verbreitet werden, sind von der Landeszentrale genehmigt.

Lokaler Hörfunk

UKW

Die überwiegende Anzahl der in Bayern genehmigten Hörfunkanbieter verbreitet ihr Programm analog über UKW. Ende 2013 waren 64 Lokalradioprogramme in 34 unterschiedlichen Sendege-bieten und zwei Aus- und Fortbildungsradios in München und Nürnberg mit einer Genehmigung der Landeszentrale über UKW auf Sendung.

DAB

Bereits seit 1999 werden in Bayern private Hörfunkprogramme auch über den digitalen Standard DAB landesweit sowie in vier lokalen Sendege-bieten in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg terrestrisch verbreitet.

In den vier lokalen Sendege-bieten waren Ende 2013 insgesamt 27 private Programmangebote auf Sendung. Acht Programme wurden ganz und zwei (Radio Lora und Radio Z) teilweise originär über DAB verbreitet. 18 Programme sind simul-cast über UKW empfangbar, wobei Feuerwerk und das Christliche Radio München (CRM) sich eine Frequenz mit Radio Lora teilen.

Dazu kamen die Programme MagicStar und MEGA Radio, die in allen vier lokalen Sendege-bieten ausgestrahlt wurden.

Kabel

Alle bayerischen Lokalradios werden auch im Kabel verbreitet. Darüber hinaus sind die lokalen Hörfunkprogramme RSA 2, RSA 3, AllgäuHit und Radio Lechtal ausschließlich mittels Kabelan-schluss zu empfangen.

Nürnberg
afk max
Energy Nürnberg
Hit Radio N1
MagicStar
MEGA Radio
Pirate Gong
Das neue Charivari 98,6
Radio F
Radio Gong 97,1
Radio Z
star fm
vilradio
Klassik Radio
egoFM²

Ingolstadt
coolradio 1
coolradio Jazz
Magic Star
MEGA Radio
Radio IN/ND1
Radio Galaxy Ingolstadt
PN Eins

Augsburg
Fantasy aktuell
hitradio.rt1 augsburg
MagicStar
MEGA Radio
Radio Augsburg
Radio Fantasy
Smart Radio
Klassik Radio
egoFM²
Rock Antenne

München
95.5 Charivari
afk M94.5
Digital Classix
Energy München
Gong mobil
LORA/Radio Feuerwerk/CRM
MagicStar
MEGA Radio
Radio 2Day
Radio Arabella
Radio Gong 96,3
Radio Horeb München
Klassik Radio²
egoFM²

Stand 31.12.2013

66

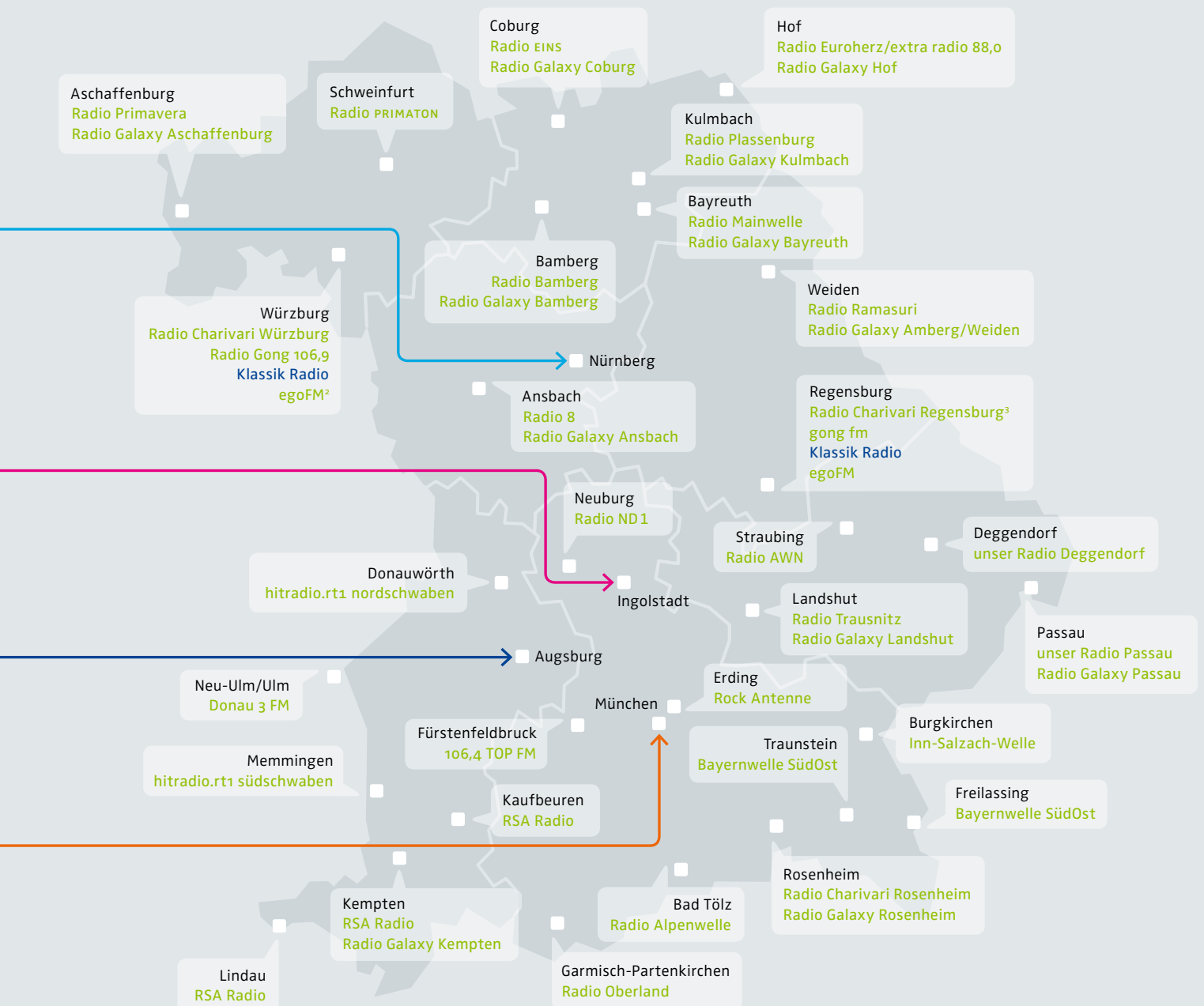
Programme sind in
34 Sendege-bieten lokal
über UKW empfangbar

30

Programme werden in
4 Sendege-bieten lokal
über DAB verbreitet

Hörfunkangebote über UKW und DAB in Bayern

Lokaler Hörfunk



UKW-Verbreitung

DAB-Verbreitung

UKW und DAB-Verbreitung

Lokal oder landesweit
über Antenne (UKW/DAB),
in Bayern empfangbare
Programme.

Detaillierte Informationen
zu den Empfangsgebieten
der DAB-Netze finden Sie
auf Seite 37.

Landesweiter Hörfunk

Absolut HOT
Antenne Bayern
Antenne Bayern Info
Antenne Bayern Top 40
Radio Galaxy
Rock Antenne
Schlagerparadies

Bundesweiter Hörfunk

Absolut relax
Energy¹
ERF Radio¹
Kiss FM¹
Klassik Radio^{1,2}
LoungeFM¹
Radio Bob!¹
Radio Horeb²
sunshine live¹

- 1 Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt
- 2 Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY (s.a. Seite 39)
- 3 In Cham, Kelheim und Neumarkt mit lokalen Programminhalten aus dem jeweiligen Landkreis

Landesweiter Hörfunk

UKW

Das private Radioprogramm Antenne Bayern wird in Bayern landesweit über 43 UKW-Frequenzen verbreitet und zusätzlich in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist.

DAB

Ende 2013 wurden in Bayern sechs originäre private Programme im landesweiten DAB-Netz verbreitet. Zusätzlich wird Antenne Bayern landesweit simulcast über UKW und DAB verbreitet (s.a. Karte Seite 29).

Bundesweiter Hörfunk

Satellit

Bundesweit über Satellit senden vier von der Landeszentrale genehmigte Anbieter: Radio Horeb, das Jugendradio EgoFM, Antenne Bayern sowie Rock Antenne.

DAB

Mit absolut relax und Radio Horeb sind zwei der insgesamt zehn bundesweit über DAB verbreiteten privaten Radioprogramme von der Landeszentrale genehmigt. Die Zuweisung der bundesweiten Übertragungskapazitäten erfolgte 2011 durch die ZAK.

Internet

Internetradios, die im sogenannten Streaming-Verfahren verbreitet werden und 500 und mehr Hörern technisch zugänglich sind, sind anzeigepflichtig. 14 originäre Webradios hatten Ende 2013 ihren Sendebetrieb über das Internet bei der BLM verpflichtend angezeigt. Für diese Programme liegt die Programmaufsicht bei der Landeszentrale. Weitere Programme haben ihren Sendebetrieb freiwillig angezeigt (s.a. Auflistung auf Seite 32).

Spartenanbieter und Zulieferer ⁽²⁾ bei folgenden Anbietern

Bundesweiter Hörfunk

Antenne Bayern

- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾

egoFM

- Bayerischer Jugending ⁽²⁾
- Medienzentrum Parabol ⁽²⁾
- Stadtjugending Augsburg ⁽²⁾
- Stadtjugending Würzburg ⁽²⁾

Landesweiter Hörfunk

Radio Galaxy

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Lokaler Hörfunk

Radio 8, Ansbach

- Walter L. Henne
- Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg ⁽²⁾
- Lutherisches Dekanat Ansbach ⁽²⁾
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Ansbach

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Primavera Aschaffenburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Hörfunkredaktion der Diözese Würzburg („Kirche im Lokalfunk“) ⁽²⁾

Radio Galaxy Aschaffenburg

- Stadtjugending Aschaffenburg
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Hitradio rt.1, Augsburg

- Sankt Ulrich Verlag GmbH
- Anbietergemeinschaft Evang. Bildungswerk Augsburg ⁽²⁾
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Mayer & Söhne ⁽²⁾

Radio Fantasy, Augsburg

- Mayer & Söhne ⁽²⁾
- Kanal C ⁽²⁾

Radio Augsburg

- Sankt Ulrich Verlag GmbH

Radio Alpenwelle, Bad Tölz

- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Bamberg

- Erzbistum Bamberg Hörfunkredaktion
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Bamberg

- Bezirksjugending Oberfranken
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Bayreuth

- Bezirksjugending Oberfranken
- Universität Bayreuth ⁽²⁾

Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen

- Radio Regenbogen
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Kath. Radiobüro des Bistums Passau ⁽²⁾
- Kreisjugending Mühldorf ⁽²⁾
- Musikbund Ober- und Niederbayern (über Radio Regenbogen) ⁽²⁾

Radio Eins, Coburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Coburg

- Bezirksjugending Oberfranken
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

unser Radio, Deggendorf

- Hochschule Deggendorf ⁽²⁾

hitradio rt.1 Nordschwaben, Donauwörth

- Sankt Ulrich Verlag GmbH ⁽²⁾

Rock Antenne, Erding/Freising/Ebersberg

- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾

Bayernwelle Südost, Freilassing/Traunstein

- Ensemble am Chiemsee GmbH/
Christian-Michael Doermer
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾
- Watzmann-Saalach-Welle ⁽²⁾
- Musikbund Ober- und Niederbayern ⁽²⁾
- Bezirksjugending Oberbayern ⁽²⁾

Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen

- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾
- Sankt Ulrich Verlag GmbH ⁽²⁾

Donau 3 FM, Günzburg

- Sankt Ulrich Verlag GmbH
- Christlicher Rundfunk Günzburg e.V.
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Euroherz/extra radio, Hof

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾





Radio Galaxy Hof

- Bezirksjugendring Oberfranken

Radio IN, Ingolstadt

- Evang. Presseverband für Bayern e.V.
- Evang. Bildungswerk Ingolstadt e.V.
- Bistum Eichstätt
- Verein zur Förderung kultureller Belange in der Region Ingolstadt e.V.
- Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt ⁽²⁾
- Musikbund Ober- und Niederbayern ⁽²⁾

Das neue RSA Radio, Kempten

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Trausnitz, Landshut

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

95,5 Charivari, München

- Sankt Michaelsbund ⁽²⁾

Radio Arabella, München

- Sankt Michaelsbund ⁽²⁾

Radio Horeb/Radio Lora/Radio Feierwerk, München

- Christliches Radio München
- Net FM GmbH (über Radio Horeb) ⁽²⁾

Charivari 98,6, Nürnberg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Hitradio N1, Nürnberg

- A.R.E.F. Anbietergem. Rundfunk Evang. Freikirchen
- Christliche Medieninitiative Franken e.V. (Camillo 92,9)
- Meilensteine Medien e.V.
- Pray Nürnberg e.V.
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. (über Camillo 92,9) ⁽²⁾

Radio F

- Jazzstudio Nürnberg e.V.

unser Radio, Passau

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Kath. Radiobüro des Bistums Passau ⁽²⁾

Radio Charivari, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Kath. Radioredaktion der Diözese Regensburg ⁽²⁾

gong fm, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Charivari Rosenheim

- Ensemble am Chiemsee GmbH
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e.V. ⁽²⁾
- Musikbund Ober- und Niederbayern (über Radio Regenbogen) ⁽²⁾

Radio Galaxy Rosenheim

- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e.V.
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio PRIMATON, Schweinfurt

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Diözese Würzburg Hörfunkredaktion („Kirche im Lokalfunk“) ⁽²⁾

Radio AWN, Straubing

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Hochschule Deggendorf ⁽²⁾
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg ⁽²⁾

Radio Ramasuri, Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg ⁽²⁾

Radio Galaxy Amberg/Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Charivari Würzburg

- Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt
- Diözese Würzburg Hörfunkredaktion („Kirche im Lokalfunk“)
- Julius-Maximilians-Universität
- Radio Opera
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Radio Gong Mainland, Würzburg

- Freie Evang. Gemeinde
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. ⁽²⁾

Internetradios

- 89 Hit FM
- Alpenmelodie ¹
- Antenne Bayern Oldies ¹
- Antenne Bayern Rock Over Germany ¹
- Antenne Bayern Soundgarage ¹
- Discofox FM
- Drachenmusikbox.de
- Eisradio ¹
(Sendebetrieb 2014 eingestellt)
- fcb.tv ¹
- Germany's Hitradio
- hitwelle.com
- maumafm.de
- Münchner Kirchenradio
- Music is life
- MS One Digital
- MS One Wellness
- p4live.de ¹
- radiobaba.de
- Radio FSN
- Radio-im-Internet.de ¹
- Radio Megastar ¹
- Radio NBG ¹
- Radio O.K. FM ¹
- RadioW Internetradio ¹
- Rastamusic.com ¹
- schlagermelodie.de
- schweinfurter-nachrichten.de
- Straubing tigers on air ¹
- webradioffm.com

¹ Anzeigepflicht
Stand 31.12.2013

Genehmigungen

Lokaler Digitaler Hörfunk

Am 22. März 2013 hat die Landeszentrale Übertragungskapazitäten für die digitale terrestrische Verbreitung lokaler Hörfunkprogramme in den vier lokalen DAB-Versorgungsgebieten Augsburg, Ingolstadt, München und Nürnberg ausgeschrieben. Der Medienrat erteilte als Ergebnis dieser Ausschreibung im Oktober 2013 jeweils bis 30. April 2015 befristete Genehmigungen (s. tabellarische Übersicht unten).

Bereits Ende März 2013 hatte die Landeszentrale dem Anbieter Mega Radio genehmigt, sein Programm aus Kostengründen nicht länger landesweit, sondern stattdessen in den lokalen Versorgungsgebieten München und Nürnberg (befristet bis 31. 12. 2013) sowie Augsburg und Ingolstadt (befristet bis 30. 04. 2015) zu verbreiten. Der Wechsel von der landesweiten auf die lokale Verbreitung wurde im August 2013 realisiert. Die Genehmigung für die Regionen München und Nürnberg wurde durch Beschluss des Medienrats vom Oktober 2013 (s. oben) bis zum 30. April 2015 verlängert.

Eine erneute Ausschreibung der Nutzung von terrestrischen Übertragungskapazitäten in den vier lokalen DAB-Versorgungsgebieten am 23. Dezember 2013 hatte eine Erweiterung des Programmspektrums um ein jugendaffines Programm zum Ziel. Die Kapazitäten wurden als sog. Frequenzkette zur Nutzung durch ein entsprechendes Programm ausgeschrieben. Bewerbungsschluss war der 13. Januar 2014. Genehmigt wurde am 20. Februar 2014 das Programm egoFM der Radio Next Generation GmbH & Co. KG, das noch am gleichen Tag auf Sendung ging.

Landesweiter Digitaler Hörfunk

Für die Verbreitung über die durch den Rückzug des Anbieters Mega Radio Bayern frei gewordenen Kapazitäten im landesweiten DAB-Multiplex wurde befristet bis Oktober 2015 das Programm Schlagerparadies des Anbieters RMNradio GmbH genehmigt. Schlagerparadies ging im September 2013 auf Sendung, stellte die Übertragung über den landesweiten Multiplex in Bayern jedoch im Februar 2014 wieder ein, nachdem das Programm Sendekapazitäten im bundesweiten DAB-Multiplex übernommen hatte.

Organisation lokaler DAB-Angebote

Ergebnis der Ausschreibung vom 22. März 2013 – Zur Verbreitung über jeweils eine lokale DAB-Übertragungskapazität bis 30. April 2015 genehmigte Programme:

Programm	Anbieter	Versorgungsgebiet(e)	Sendestart
PN Eins	PN Medien GmbH	Ingolstadt	1. November 2013
Radio München (Mo–Sa, 19–10 Uhr)	Radio München guG	München	noch offen
Münchner Kirchenradio (restliche Sendezeit)	St. Michaelsbund e.V.		3. Februar 2014
pure fm – bayerns dance radio	Pure Medien Network GmbH	München/Augsburg/Ingolstadt	9. Mai 2014
Coolradio 1	Matthias Bäuml	Augsburg	noch offen
Mega 80's	Mega Radio Bayern GmbH	Augsburg/Ingolstadt	3. Juni 2014
Mega Radio	Mega Radio Bayern GmbH	München/Nürnberg	6./9. August 2013
Radio Paloma	Unitcom GmbH	Augsburg/Ingolstadt	Genehmigung zurückgegeben

Lokaler UKW Hörfunk

■ Neugenehmigungen

□ Kulmbach – Radio Galaxy Kulmbach

Die Anbieter Welle Plassenburg Rundfunk-Programmanbietergesellschaft und Neue Welle Antenne Kulmbach Rundfunk-Programmanbieter GmbH (jeweils 50 Prozent Sendezeitanteil) erhielten eine bis 31. Oktober 2016 befristete Genehmigung zur Verbreitung des jugendorientierten Programms Radio Galaxy Kulmbach auf der drahtlosen UKW-Hörfrequenz 98,9 MHz. Versorgungsgebiet ist der Landkreis Kulmbach. Radio Galaxy Kulmbach ist am 7. Oktober 2013 auf Sendung gegangen. Ausgestrahlt wird das Programm von Radio Galaxy Bamberg, ergänzt um Inhalte aus der Region Kulmbach.

□ Hof – Radio Euroherz, Radio Galaxy Hof, extra radio 88,0

Das mit Ausschreibung vom 10. Februar 2012 eingeleitete Neuorganisationsverfahren in der Region Hof/Wunsiedel wurde durch Beschluss des Medienrats am 12. Oktober 2013 abgeschlossen. Zunächst wird die derzeitige Genehmigungssituation mit der gemeinsamen Nutzung einer Frequenzkette durch Radio Euroherz (18 Stunden/

Tag) und extra radio (6 Stunden/Tag) im lokalen Hörfunk in Hof befristet bis zum Beginn der digitalen Hörfunkverbreitung in Oberfranken im DAB+-Standard, längstens bis zum 31. Dezember 2015, fortgeführt. Mit Beginn der digitalen Verbreitung kann dann das Angebot Radio Galaxy Hof von der bisherigen UKW-Verbreitung auf einen Programmplatz in DAB+ wechseln. Damit wird eine Trennung der beiden UKW-Frequenzketten in Oberfranken und für beide Bewerber die Gestaltung eines 24-Stunden UKW-Programms möglich.

Die Entscheidung der Landeszentrale wurde von extra radio angefochten und war bei Redaktionsschluss noch nicht bestandskräftig.

■ Verlängerung von Genehmigungen

□ Radio Charivari Rosenheim/Radio Galaxy Rosenheim

Die Genehmigungen der in der Radio Charivari Rosenheim Programmanbieter GmbH zusammengefassten Anbieter sowie der jeweiligen Spartenanbieter der Programme Radio Charivari Rosenheim und Radio Galaxy Rosenheim wurde bis zum 30. April 2017 verlängert.

Organisation des lokalen Hörfunks in der Region Hof/Wunsiedel

Die gemeinsame Nutzung einer Frequenzkette durch Radio Euroherz und extra radio wird bis längstens Ende Dezember 2015 fortgeführt.

Programm	Genehmigung bis Verbreitungsstart DAB+ ¹		ab Verbreitungsstart DAB+	
	Frequenz ²	Sendezeit	Frequenz(en) ²	Sendezeit
Radio Euroherz	88,0 MHz	18–12 Uhr täglich	88,0 MHz	24 Std. täglich
extra radio	88,0 MHz	12–18 Uhr täglich	94,0 MHz Hof 97,3 MHz Wunsiedel	24 Std. täglich
Radio Galaxy Hof	94,0 MHz Hof 97,3 MHz Wunsiedel	24 Std. täglich	DAB+	24 Std. täglich

1 längstens bis 31. 12. 2015

2 jew. mit zugeordn. Füllsendern

□ **Rock Antenne (Erding, Freising, Ebersberg)**

Die Genehmigungen der Anbieter Lokalradio Ost Beteiligungs GmbH, FS-Radio Domberg Radio & Programmanbieter GmbH & Co. KG und Imcom Immobilien und Medien GmbH & Co. KG das Programm Rock Antenne in der Region 14 (Ost) (Versorgungsgebiet Landkreis Erding, Stadt Freising und Stadt Ebersberg) zu verbreiten wurde bis 14. Dezember 2017 verlängert.

■ **Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse**

□ **Augsburg**

Die Landeszentrale genehmigte die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Radio Fantasy GmbH nach Übertragung von 19,8 Prozent der Anteile der Peter Valentino GmbH auf die rt.1 GmbH und von 5 Prozent auf die Studio Gong AV-Produktionsgesellschaft GmbH & Co KG.

□ **Dillingen/Donauwörth/Nördlingen**

Die Landeszentrale genehmigte die Erhöhung des Sendezeitanteils der rt.1 media group GmbH nach dem Ausscheiden der DND Programmanbieter GmbH von 58 auf 63 Prozent.

■ **Nachfolge in Senderechten**

□ **Kulmbach**

Die beiden Anbieter Welle Veste Coburg Rundfunk-Programmgesellschaft GmbH und Anbietergesellschaft Radio für Bamberg GmbH wurden auf die Gesellschaft Welle Plassenburg Rundfunkprogrammgesellschaft GmbH verschmolzen. Die Welle Plassenburg Rundfunkprogrammgesellschaft GmbH trat damit in die Anbieterstellung der bisherigen Anbieter ein.

□ **München**

Die bisherige Anbietergesellschaft Radio 93,3 MHz München GmbH Produktion und Verbreitung von Rundfunkprogrammen trat in die Anbieterstellung der bisherigen Anbieter NRJ Hörfunk Beteiligungs GmbH und Radio Xanadu Mediengesellschaft mbH ein.

Internetradio

Acht Internetradios zeigten 2013 ihren Betrieb bei der Landeszentrale an.

- www.drachenmusikbox.de
- www.music-is-life-radio.de
- www.radio-fsn.de
- www.absolutradio.de
- www.radiobaba.de
- www.webradioffm.com
- www.germanys-hitradio.com
- www.maumafm.de

Technische Verbreitung

Digitaler Hörfunk (DAB)

Digitalradio über den Hörfunkstandard Digital Audio Broadcasting (DAB) wird in Bayern seit 1999 sowohl lokal/regional als auch landesweit ausgestrahlt. 2013 wurde die Übertragung der lokalen und landesweiten Digitalradioprogramme in Bayern vom alten Standard DAB auf den neuen Standard DAB+ abgeschlossen.

Neue Radiogeräte sind in der Lage digitale DAB+-Angebote zu empfangen und bieten in der Regel auch die Möglichkeit des Empfangs von UKW-Radioprogrammen. Mit einigen Geräten können zusätzlich Internet-Radioangebote empfangen werden. Mit mehr als 250 unterschiedlichen Produkttypen für Digitalradio bietet der Endgerätemarkt dem Verbraucher heute die Chance eines sanften Umstiegs von der analogen in die digitale Welt.

■ Lokales Digitalradio

Derzeit wird jeweils ein DAB-Ensemble in den Regionen München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg ausgestrahlt. Die technische Reichweite für die mobile und portable Versorgung liegt in der Region München derzeit bei 2,0 Mio. Einwohnern (zu Hause) bzw. 2,6 Mio. Einwohnern (unterwegs). Für das DAB-Netz Nürnberg wurde eine Reichweite von 647 bzw. 1.137 Tsd., für Augsburg 389 bzw. 686 Tsd. und für Ingolstadt 39 bzw. 396 Tsd. Einwohnern ermittelt. Die Flächenversorgung der Region München (medienrechtliches Versorgungsgebiet) für den mobilen Empfang liegt bei ca. 76 Prozent, für das DAB-Netz in Nürnberg bei ca. 60 Prozent (Industrieregion Mittelfranken)

und für die DAB-Netze in Augsburg und Ingolstadt bei ca. 51 Prozent (Region Donau-Lech) bzw. ca. 73 Prozent (Region Ingolstadt). Aus wirtschaftlichen Gründen wurde im Jahr 2013 der Standort Ingolstadt-Audi von der Bayern Digital Radio GmbH aufgegeben. Als Ersatzstandort soll ein Standort im Süden von Ingolstadt in den nächsten Monaten realisiert werden.

Ende 2013 waren acht originäre private Digitalradio-Programme lokal in Bayern auf Sendung. Zwei weitere Programme (Radio Z und Radio Lora München) senden aufgrund einer gegenüber der UKW-Verbreitung deutlich längeren Sendezeit über DAB zeitweise originäres Programm aus. Dazu kommen die originären Programme MagicStar und Mega Radio, welche überregional in allen vier lokalen Verbreitungsgebieten empfangbar sind. 17 lokale UKW-Programme werden simulcast über regionale DAB-Netze verbreitet (s.a. Lokaler UKW-Hörfunk).

Im DAB-Netz Ingolstadt wurde am 1. November 2013 das Programm PN Eins aufgeschaltet (Testbetrieb seit 10. Oktober 2013).

Vom 6. bis 9. August 2013 erfolgte die Aufschaltung des Programms Mega Radio in den Sendegebieten München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg.

Reichweite mobil der
lokalen DAB-Programme
in Mio. Einwohner

2,6

München

1,1

Nürnberg

0,7

Augsburg

0,4

Ingolstadt

Empfangbarkeit von Digitalradio in Bayern



- lokale/regionale Digitalradio-Programme
- bayernweite Digitalradio-Programme
- bundesweite Digitalradio-Programme

Stand 31.12.2013



Eine detaillierte Darstellung
des Programmangebots
finden Sie auf Seite 28/29.

Reichweite bayernweit
in Mio. Einwohner



landesweite Programme
über **DAB** (mobil)



bundesweite Programme
über **DAB** (mobil)

■ Landesweites Digitalradio

7,0 Mio. (zu Hause) bzw. 11,2 Mio. (unterwegs) der bayerischen Bevölkerung konnten Ende 2013 die sechs originären privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Radio Galaxy, Schlagerparadies, Antenne Bayern Top 40, Antenne Bayern Info und Absolut HOT, die landesweit über 27 Sender verbreitet werden, empfangen. Zusätzlich wird auch das landesweite Programm Antenne Bayern über das landesweite DAB-Netz Bayern 12D verbreitet (simulcast zur UKW-Verbreitung). Das landesweite DAB-Netz erreicht aktuell eine mobile Flächenversorgung für das Bundesland Bayern von ca. 86 Prozent.

Die Abschaltung des Programms Mega Radio über das landesweite Sendernetz erfolgte am 15. August 2013. Ab Mitte September 2013 wurde über diese Kapazitäten das Programm Schlagerparadies in Bayern verbreitet. Daneben ist eine Reihe von öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen des Bayerischen Rundfunks landesweit empfangbar.

■ Bundesweites Digitalradio

Seit 2011 werden bundesweit 13 Angebote in Digitalradio im Standard DAB+ ausgestrahlt, davon zehn private Hörfunkprogramme, von denen wiederum zwei mit einer Genehmigung der Landeszentrale senden. Die Media Broadcast GmbH ist der Betreiber des nationalen Digitalradio-Sendernetzes in Deutschland. Am 1. August 2011 startete der bundesweite DAB+ Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2013 waren es 53 Sender. Diese versorgen insgesamt 56,4 Prozent der Fläche Deutschlands, 56,8 Prozent der Bevölkerung können Digitalradio zu Hause empfangen. Bis 2015 soll das Netz schrittweise bis zur Vollversorgung auf 110 Senderstandorte ausgebaut werden.

In Bayern konnten die 13 bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2013 von ca. 5,5 Mio. Einwohnern zuhause und ca. 8,5 Mio. in portabler Qualität empfangen werden. Die mobile Versorgung umfasst ca. 56 Prozent der Fläche im Freistaat.

Lokaler UKW-Hörfunk

Für Lokalradio waren 2013 insgesamt 194 terrestrische UKW-Frequenzen in 34 unterschiedlichen Sendegebieten in Betrieb. Damit war es für rund 11,7 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm stationär, portabel und mobil zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage mindestens zwei Lokalradioprogramme zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit zwischen mindestens sechs unterschiedlichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können. Darüber hinaus sind alle Lokalradios in ihrem Sendegebiet auch über die Kabelnetze zu empfangen.

Die lokalen Hörfunkprogramme RSA 2, RSA 3, AllgäuHit und Radio Lechtal sind ausschließlich mittels Kabelanschluss zu empfangen.

■ Optimierungsmaßnahmen

Im Rahmen einer Optimierung wurde der Sendebetrieb UKW Stadtsteinach 98,9 MHz mit dem Programm Radio Plassenburg am 25. September 2013 beendet. Die dortige UKW-Sendeanlage wurde zum Standort Kulmbach (Rehberg) verlagert. Am 7. Oktober 2013 wurde mit der gleichen Frequenz das neue Programm „Galaxy Kulmbach“ aufgeschaltet.

Landesweiter UKW-Hörfunk

Der Empfang des landesweiten Hörfunkprogramms Antenne Bayern über terrestrische Frequenzen ist in Bayern nahezu flächendeckend möglich. Ca. 99 Prozent der Bevölkerung können Antenne Bayern über 43 UKW-Frequenzen stationär empfangen. Antenne Bayern wird zudem in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist.

Technische UKW-Stützfrequenzen

Die bundesweiten Hörfunkprogramme egoFM und Klassik Radio werden an den Standorten Würzburg, Nürnberg, Regensburg, München und Augsburg über UKW-Stützfrequenzen verbreitet.

Das bundesweite Programm Radio Horeb wird über zwei Kleinleistungsfrequenzen in Ursberg und Balderschwang verbreitet.

Zudem wird das landesweite DAB-Programm Rock Antenne in Augsburg über die UKW-Frequenz 87,9 MHz verbreitet.

Kabeleinspeisung

Die Kabeleinspeisung von Hörfunkprogrammen, die in analoger Technik verbreitet werden, wird in Art. 36 Abs. 2 BayMG geregelt. Demnach sind die auf gesetzlicher Grundlage, für Bayern veranstalteten Programme in ihren jeweiligen bestimmungsgemäßen Versorgungsgebieten einzuspeisen.

Reichweite bayernweit
in Mio. Einwohner

11,7

lokale Programme
über UKW

12,3

landesweites Programm
über UKW

Reichweiten und Akzeptanz

Hörfunknutzung

■ Funkanalyse Bayern

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2013 ist die Reichweite für Radiohören in Bayern an einem durchschnittlichen Werktag insgesamt um 1,5 Prozentpunkte auf 87,8 Prozent zurückgegangen. Die Radiohördauer hat mit einem Rückgang von 12 Minuten auf 242 Minuten pro Werktag bei der Bevölkerung ab 10 Jahren ebenfalls abgenommen. Von dieser Hördauer entfällt auf den landesweiten Sender Antenne Bayern mit 68 Minuten ein Marktanteil von 28,1 Prozent. Die Lokalradios erreichten mit einer Hördauer von 43 Minuten einen Marktanteil von 17,8 Prozent. Unter den Lokalprogrammen an Einfrequenzstandorten hat Radio Plassenburg in Kulmbach mit einer Tagesreichweite von 26,2 Prozent die Spitzenposition verteidigt. Auf den weiteren Plätzen folgen hitradio.rt1 nordschwaben in Donauwörth mit 24,7 Prozent, Radio Primaton in Schweinfurt mit 22,5 Prozent und Radio Oberland in Garmisch-Partenkirchen mit 21,2 Prozent.

hitradio.rt1 war mit einer Tagesreichweite von 27,2 Prozent 2013 der reichweitenstärkste Lokalsender in Bayern.

Der landesweite Sender Antenne Bayern hat wiederum die höchste Reichweite von allen in Bayern empfangbaren Radioprogrammen erzielt: 36,0 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren hören an einem durchschnittlichen Werktag (Montag bis Freitag) das Programm von Antenne Bayern. Der Sender hat damit im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 100.000 Hörer zugelegt und erzielte mit erstmals mehr als vier Millionen Hörern ab 10 Jahren das beste Ergebnis seit dem Sendestart im Jahr 1988.

Auch die bayerischen Lokalradios konnten 2013 ihre Reichweite verbessern. Sie erreichen nun an einem durchschnittlichen Werktag 3,32 Millionen Personen ab 10 Jahren in Bayern (+ 55.000 Hörer), das entspricht einer Reichweite von 29,7 Prozent. Damit wurde sogar der bisherige Höchstwert von 3,30 Mio. Personen aus dem Jahr 2004 übertroffen.

An den Standorten mit mehr als 100.000 Einwohnern in der Kernstadt hat sich hitradio.rt1 aus Augsburg mit 27,2 Prozent wiederum als Spitzenreiter nicht nur der Großstadt-Lokalsender, sondern aller bayerischen Lokalradios positioniert vor Radio Gong Würzburg mit 26,4 Prozent und gong fm in Regensburg mit 23,1 Prozent.

Tagesreichweite Hörfunk 2005–2013 in Bayern

Antenne Bayern erzielte mit mehr als 4 Mio. Hörern das beste Ergebnis seit dem Sendestart 1988.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Radiohören gesamt	87,5	86,0	84,6	83,8	86,5	87,5	86,7	89,3	87,8
Lokalradios gesamt	32,8	31,2	29,5	29,4	28,3	28,4	28,0	29,3	29,7
Antenne Bayern	29,0	33,2	33,5	32,8	34,3	32,4	30,6	35,1	36,0
Rock Antenne	1,2	1,1	1,3	1,0	1,4	1,4	1,6	1,3	1,4
Radio Galaxy	2,4	2,3	2,3	2,5	2,3	2,9	3,0	3,2	3,1
Klassik Radio	1,5	1,5	1,9	1,9	1,7	1,7	1,6	1,7	2,0
egoFM	–	–	–	0,7	0,2	0,7	0,6	1,0	1,1
Privatradioprogramme gesamt	54,6	55,3	55,1	53,8	55,4	53,3	50,8	55,9	56,9
Bayern 1	26,8	24,6	24,6	23,8	25,7	30,3	30,1	29,1	26,2
Bayern 2 Radio	3,7	3,6	4,0	3,6	3,8	3,8	4,2	3,9	4,7
Bayern 3	21,4	19,3	19,5	21,4	22,1	21,6	23,8	23,1	21,9
BR Klassik	2,5	2,2	2,5	2,6	2,4	1,9	1,7	1,8	1,8
B5 aktuell	6,6	6,2	6,1	6,8	6,3	6,2	5,7	5,7	5,4
Bayerischer Rundfunk gesamt	50,0	46,5	46,7	47,3	49,9	53,1	54,3	52,0	49,0

Basis: Bevölkerung ab 10 Jahre in Bayern (bis 2008 ab 14 Jahre); Montag bis Freitag; in Prozent

Quelle: Funkanalyse Bayern 2005–2013

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2013 nach Altersgruppen

	ab 10 Jahre	10–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	87,8	82,9	88,9	89,8
Lokalradios gesamt	29,7	36,3	34,4	22,3
Antenne Bayern	36,0	42,7	49,1	22,2
Rock Antenne	1,4	1,6	2,4	0,5
Radio Galaxy	3,1	7,9	3,2	0,3
Klassik Radio	2,0	1,2	1,2	3,0
egoFM	1,1	2,6	1,2	0,1
Privatprogramme gesamt	56,9	68,4	70,1	40,5
Bayern 1	26,2	7,0	12,7	47,4
Bayern 2 Radio	4,7	1,5	3,8	7,1
Bayern 3	21,9	23,7	28,2	16,1
BR Klassik	1,8	0,9	0,7	3,2
B5 Aktuell	5,4	2,9	5,4	6,9
Bayerischer Rundfunk gesamt	49,0	31,6	40,9	65,3

Basis: Bevölkerung ab 10 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent

Quelle: Funkanalyse Bayern 2013

13,1 % der Bevölkerung hörten werktags die Galaxy Stationen in ihren UKW-Verbreitungsgebieten.

Im Ballungsraum München hat Energy München mit einer Reichweite von 13,8 Prozent die Spitzenposition vor Radio Gong 96,3 (13,5 %) knapp verteidigt. Radio Arabella erreicht in seinem etwas größeren Sendegebiet 10,9 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren. 95.5 Charivari erzielt eine Reichweite von 8,2 Prozent im Stereoempfangsgebiet München, während Radio 2DAY 89 München 2,0 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren erreicht. Radio LORA München erzielt einen Wert von 0,4 Prozent, das Aus- und Fortbildungsradio afk M94.5 und CRM, Christliches Radio München jeweils 0,3 Prozent. Radio Horeb erreicht 0,2 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren.

Im Ballungsraum Nürnberg bleibt Hit-Radio N1 mit einer Reichweite von 13,0 Prozent der Spitzenreiter vor Radio F/Radio Franken mit 12,1 Prozent. Es folgen Energy Nürnberg mit 11,0 Prozent Tagesreichweite vor Charivari 98,6 mit 8,5 Prozent, Radio Gong 97,1 mit 8,2 Prozent im Stereoempfangsgebiet Nürnberg und 107.8 Star FM in seinem etwas größeren Gebiet mit 3,8 Prozent. Radio Z erzielte eine Reichweite von 0,9 Prozent.

Das Jugendprogramm Radio Galaxy erzielte im Sendegebiet Passau mit 16,5 Prozent die höchste Reichweite der Galaxy-Stationen. In Kempten erreichte Radio Galaxy 16,3 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren. In Landshut waren es 14,9 Prozent, in Bayreuth und Ansbach jeweils 14,7 Prozent, in Amberg/Weiden 14,6 Prozent sowie in Ingolstadt 14,3 Prozent. Im Durchschnitt wird Radio Galaxy in seinen UKW-Verbreitungsgebieten werktags von 13,1 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren gehört (Vorjahr 13,6 %). Der Jugendsender egoFM erreichte trotz des starken Wettbewerbs in den bayrischen Großstädten im Durchschnitt 6,2 Prozent der 14- bis 29-Jährigen in seinen UKW-Gebieten und damit mehr als im Vorjahr (5,9 %).

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2010 – 2013

	2010	2011	2012	2013
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	919.000	887.000	837.000	899.000
Antenne Bayern	1.182.000	899.000	1.324.000	1.288.000
Bayern 1	1.299.000	1.137.000	1.080.000	976.000
Bayern 2 Radio	101.000	110.000	126.000	160.000
Bayern 3	756.000	850.000	727.000	815.000
BR Klassik	91.000	80.000	58.000	65.000
B 5 aktuell	126.000	172.000	137.000	158.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; Bevölkerung ab 10 Jahre
Quelle: MA 2010 – 2013 Radio II

■ MA 2013 Radio II

Nach der bundesweiten Media Analyse ma 2013 Radio II liegt Antenne Bayern mit 891.000 Hörern pro Stunde in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen vor den im Bayern Funkpaket vermarkteten Lokalradios mit 590.000 Hörern und Bayern 3 mit 498.000 Hörern.

Bezogen auf die gesamte Hörschaft pro Stunde (Montag bis Freitag, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren) liegt Antenne Bayern mit 1.288.000 Hörern vor Bayern 1 mit 976.000 Hörern und vor dem Bayern-Funkpaket mit 899.000 Hörern.

Programminhalte

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern wurden auch Daten zu Image und Akzeptanz und zur Bewertung der bayerischen Hörfunkprogramme erhoben. Bei der Bewertung der einzelnen Programmelemente zeigt sich, dass den bayerischen Privatprogrammen nach wie vor eine führende Kompetenz in zahlreichen wichtigen Bereichen zuerkannt wird: 44,3 Prozent der bayerischen Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren geben an, dass die Lokalprogramme Musik nach ihrem Geschmack bringen. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es sogar 54,1 Prozent. Zu Antenne Bayern vertreten bei diesem wichtigen Programmelement 40,9 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 10 Jahren diese Meinung.

Die Lokalradios zeichnen sich vor allen anderen Sendern durch ihre besondere Hörernähe aus. Sie vermitteln wichtige Informationen aus dem Nahbereich (44,0 Prozent der Bevölkerung), bringen interessante Veranstaltungshinweise (33,0 %) und Interessantes zum lokalen Sport (25,4 %). Darüber hinaus gelten die Lokalprogramme als besonders präsent bei Aktionen und Veranstaltungen in der Region (38,3 Prozent der Bevölkerung).

Antenne Bayern gilt als führendes Radioprogramm in Bezug auf nützliche Verkehrsmeldungen (38,8 %), Professionalität (37,0 %), Nachrichten aus Deutschland und der Welt (33,7 %), Gewinn- und Ratespiele (29,5 %) sowie den Wetterbericht (27,9 %). Die Morgensendung und die Morgenmoderation von Antenne Bayern wird von 30,0 bzw. 29,7 Prozent der Bevölkerung positiv herausgestellt.

Die Lokalradios in Bayern zeichnen sich vor allen anderen Sendern durch ihre besondere Hörernähe aus.

Wirtschaftliche Lage

Die wirtschaftliche Lage der werbefinanzierten Medienunternehmen insgesamt hat sich im vergangenen Jahr nach dem Rückgang um 3,2 Prozent in 2012 weiter leicht verschlechtert. Nach Angaben des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeumsätze der Medien im Jahr 2013 gegenüber 2012 um 1,7 Prozent auf 15,25 Mrd. € zurückgegangen (die Werbung per Post wird vom ZAW nicht mehr berücksichtigt, so dass der Gesamtwert für die Nettowerbeeinnahmen der Medien nicht mehr mit früheren Jahren vergleichbar ist).

Anders als der Gesamtmarkt konnte der Hörfunk in Deutschland 2013 allerdings mit einem Wachstum von 3,7 Prozent eine deutlich überdurchschnittliche Entwicklung verzeichnen.

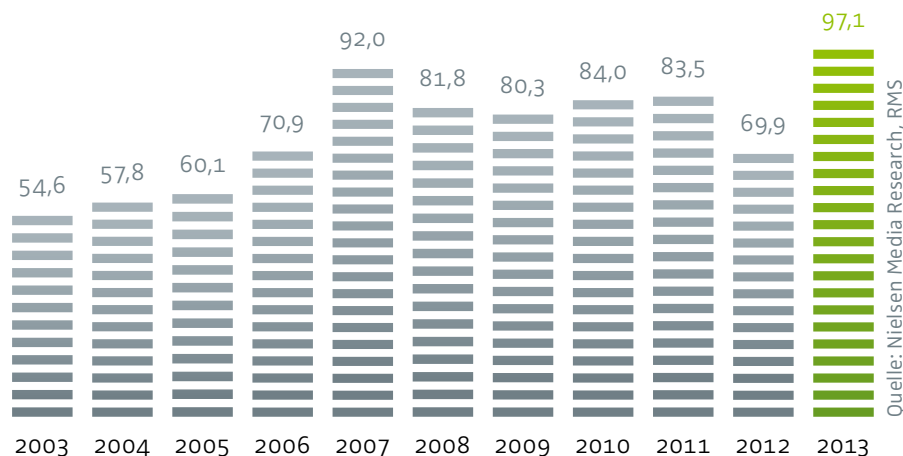
Analog zur allgemeinen Werbemarkt-Entwicklung im Hörfunk hat sich auch der Lokalfunk in Bayern insgesamt positiv entwickelt. Nach Einschätzung von Branchenexperten lagen die Erträge der Lokalradios 2013 bei rund 93,6 Mio. € (2012: 90,4 Mio. €) und sind damit um 3,5 Prozent angestiegen. Die Kosten für die Programmerstellung sind mit 81,1 Mio. € (2012: 80,0 Mio. €) ebenfalls angestiegen (+1,4 %). Insgesamt hat sich damit die wirtschaftliche Lage der Lokalradios mit einem Kostendeckungsgrad von 115 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (113 %) wieder verbessert.

Nach dem deutlichen Rückgang der Bruttowerbeumsätze im vergangenen Jahr erzielte Antenne Bayern 2013 Werbeeinnahmen in Höhe von 97,1 Mio. € brutto und damit eine Umsatzsteigerung von 32 Prozent. Damit wurde sogar der bisherige Rekordwert aus dem Jahr 2007 noch deutlich übertroffen.

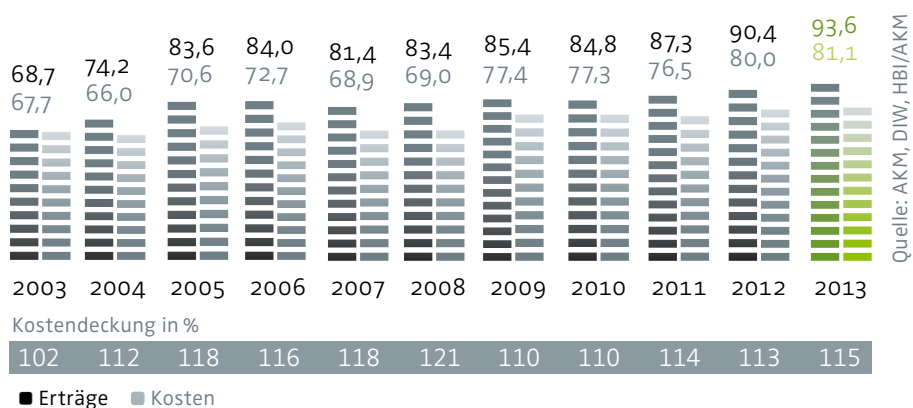
97,1

Antenne Bayern erzielte 97,1 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2013. Das ist ein Plus von 32 Prozent.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2003–2013 (in Mio.€)



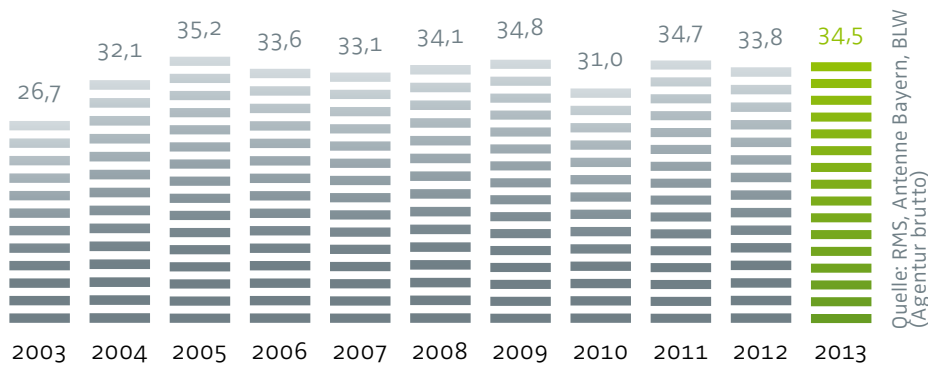
Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2003–2013 (in Mio.€)



93,6

Der Lokalfunk in Bayern erzielte 2013 einen Umsatz von 93,6 Mio. Euro. Das entspricht einem Plus von 3,5 Prozent bei einem Kostendeckungsgrad von 115 Prozent.

Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2003–2013 (in Mio.€)



34,5

34,5 Mio. Euro Umsatz überregionale Brutto-Werbeumsätze im Jahr 2013 entsprechen einem Plus von 2 Prozent.

Die Programmverantwortung und -aufsicht der BLM umfasst alle von ihr genehmigten lokalen, landesweiten und bundesweiten Radioprogramme.

Im BayMG gibt es die Forderung nach

- qualitätvoller Programmgestaltung (Art. 2)
- Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt (Art. 4)
- Einhaltung der journalistischen Programmgrundsätze (Art. 5)
- Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen (Art. 6)
- sowie Einhaltung von Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen (Art. 8 und 9)

Programmbeobachtung

Im Rahmen ihrer Programmverantwortung hat die Landeszentrale im Berichtsjahr regelmäßig stichprobenartige Untersuchungen der bayrischen Hörfunkprogramme durchgeführt. Die Programme werden nach inhaltsanalytischen Kriterien untersucht – sowohl quantitativ als auch qualitativ. Die Ergebnisse der Programmbeobachtung liefern vor allem Erkenntnisse über den Umfang des Wortprogramms und dessen Zusammensetzung sowie über die Genres und die Aktualität der gespielten Musik. Dabei liegen die Schwerpunkte beim Wortanteil auf dem Umfang der Lokalberichterstattung, der thematischen Vielfalt und der journalistischen sowie handwerklichen Qualität der Beiträge. Im Rahmen der Programmbeobachtung erfasst die BLM-Hörfunkbeobachtung auch Art und Anteil der Werbung im Programm sowie den Umfang und die Anmutung der Eigenwerbung (Promotion) des Programmanbieters. Zusätzlich werden Stichproben zur Prüfung von Hörerbeschwerden untersucht. In Sonderauswertungen können Programme auch nach speziellen Kriterien untersucht werden.



2013 wurden insgesamt 700 Sendestunden untersucht.

In der Hörfunk-Programmbeobachtung wurden im Jahr 2013 insgesamt 700 Sendestunden untersucht. Dabei wurden sowohl quantitative wie auch qualitative Beobachtungsverfahren angewendet.

Der Untersuchungsanlass für den quantitativ beobachteten Umfang von 304 Stunden waren im Jahr 2013 Verlängerungen der Genehmigungen von Anbietern. In Vorbereitung auf die Genehmigung durch den Medierat der BLM wurden im Rahmen der Standardbeobachtung somit folgende acht Programme beobachtet:

- Amberg/Weiden: Radio Ramasuri
- Amberg/Weiden: Radio Galaxy
- Erding: Rock Antenne
- Hof: Radio Euroherz
- Hof: extra Radio 88,0
- Hof: Radio Galaxy
- Rosenheim: Radio Charivari
- Rosenheim: Radio Galaxy

Die Beobachtung konzentriert sich dabei auf die Stunden des Tagesprogramms zwischen 6:00 und 22:00 Uhr an zwei Werktagen. Teilweise wurden diese durch weitere Stichproben, z.B. der Beobachtung der Morgen- und Nachmittagssendung, ergänzt. Das zugelieferte Mantelprogramm oder die Nachtautomation von 22:00 bis 6:00 Uhr wird im Rahmen der Standardbeobachtung nicht untersucht. Vom Medienrat genehmigte Lizenzverlängerungen erhielten 2013 die Anbieter aus Rosenheim und Erding. Die Genehmigungen der weiteren Anbieter fand erst im Jahr 2014 statt.

Zusätzlich wurden neu genehmigte Digitalradio-Programme (DAB+ lokal) in Augsburg, München, Nürnberg, Ingolstadt, soweit diese

bereits 2013 ihr Programm aufgenommen haben, beobachtet. Ein weiteres neu genehmigtes lokales Programm (UKW) wurde ebenfalls beobachtet. Insgesamt umfasste die qualitative Beobachtung dieser Programme nach dem Sendestart 32 Sendestunden.

Darüber hinaus wurden im Umfang von 364 Sendestunden anlassbezogene Sonderbeobachtungen von einem landesweiten Programm, einem Programm eines Anbieters mit Stützfrequenzen, 15 Lokalprogrammen, zwei Kabelprogrammen und Programme von einzelnen Spartenanbietern nach qualitativen Kriterien durchgeführt. Schwerpunkte waren hier zum Beispiel der Vergleich lokaler Inhalte in verschiedenen Sendegebietern innerhalb eines Beobachtungszeitraums. Auch programmliche Aspekte wurden untersucht, wie z.B. die Gestaltung der Musikformate oder die Präsentation und die Themen der Lokalnachrichten. Neue Sendungsformate, Talkmagazine, Musiksendungen oder Morgensendungen wurden ebenfalls beobachtet. Außerdem wurden ausgewählte Programme zu speziellen Fragestellungen qualitativ untersucht.

Jugendschutz

Die Landeszentrale beobachtet die von ihr genehmigten Fernseh- und Hörfunkprogramme sowie die Internetangebote, deren Anbieter ihren Sitz in Bayern haben, im Hinblick auf die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen des Jugendmedien-schutz-Staatsvertrages (JMStV).

Ein Schwerpunkt der Programmbeobachtung lag 2013 auf sexualisierten Programminhalten.

Ein Schwerpunkt in der Programmbeobachtung unter Jugendschutzgesichtspunkten lag im Jahr 2013 auf sexualisierten Programminhalten bei privaten bayerischen Lokalsendern, hauptsächlich in Radioprogrammen. Anlass dazu gab eine Vielzahl von Hörerbeschwerden, die bei der Landeszentrale eingingen. Die Beschwerdeführer monierten Beiträge zu explizit sexuellen Themen, die vor allem auch im Tagesprogramm und oft auch über mehrere Stunden ausführlich dargestellt wurden. Einige Beiträge fielen auch in der Hörfunkbeobachtung der Landeszentrale auf und wurden an den Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz weitergeleitet.

In drei Fällen war in privaten bayerischen Hörfunkprogrammen nach einer ersten Einschätzung der Landeszentrale von einem Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV auszugehen. Dabei handelte es sich um Werbung für ein Bordell, eine ausführliche Darstellung von Straßenprostitution in Nürnberg und um eine mehrstündige Höreraktion, bei der registrierten Anrufern als „Gewinn“ ein Pornodreh mit einer einschlägig bekannten Darstellerin auf dem Münchner Oktoberfest in Aussicht gestellt wurde.

Durch die Ausstrahlung derartiger Programminhalte bestand nach Ansicht der Landeszentrale der Verdacht auf einen Verstoß gegen § 5 Abs. 1 i. V. m. Abs. 3 JMStV, wonach Anbieter Angebote, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, dafür Sorge zu tragen haben, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen.

Der erotische Kontext der Programminhalte erschloss sich auch jüngeren Zuhörern ohne Weiteres durch die explizit und detailliert angesprochene Thematik. Hervorzuheben war auch die durchwegs persönliche Anrede der Hörer in

der Du- bzw. Ihr-Form: dadurch sollte anscheinend nicht nur eine private Vertrautheit zur Hörerschaft hergestellt werden, sondern speziell auch die minderjährige Zuhörerschaft angesprochen werden. Im Zuge crossmedialer Vermarktung der Programminhalte wurden auch konkrete URLs genannt, wodurch im Hinblick auf Kinder und Jugendliche die Gefahr bestand, auf u. U. unzulässige Internetangebote aufmerksam und neugierig gemacht zu werden. Die Tatsache, dass es für Kinder und Jugendliche ohne Weiteres möglich ist, über einen Internetanschluss am Computer oder ein internettaugliches mobiles Endgerät wie Handy oder Spielkonsole unzulässige Inhalte i. S. d. JMStV frei zugänglich abzurufen, verstärkte nach Einschätzung der Landeszentrale die Gefahr einer Entwicklungsbeeinträchtigung im Sinne einer sozial-ethischen bzw. sexual-ethischen Desorientierung.

Die Landeszentrale hörte die jeweiligen Anbieter zu den Vorwürfen an. Zwei Fälle wurden von der Landeszentrale daraufhin beanstandet, in einem Fall leitete sie ein Bußgeldverfahren ein.

Nach Erkenntnissen der Landeszentrale hat sich dabei ein Programmtrend abgezeichnet: Beiträge aus dem Themenkomplex Erotik/Sexualität wurden verstärkt in privaten bayerischen Hörfunkprogrammen, speziell in den „Morningshows“ (und damit auch im Tagesprogramm) zum Teil ausführlich dargestellt. Um speziell lokale Rundfunkanbieter auf ihre Verantwortung für den Jugendmedienschutz hinzuweisen und auch bei der rechtskonformen Gestaltung ihrer Internetpräsenz bzw. Sendermediatheken zu unterstützen, lud die Landeszentrale die Geschäftsführer der privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter in Bayern Anfang 2014 zu einem Gespräch zum Jugendschutz ein.

Werbung

Gemäß Art. 11 Satz 2 Nr. 1 BayMG hat die BLM in den von ihr zugelassenen Programmen für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages zu sorgen. Dies erfüllt die Landeszentrale im Rahmen ihrer dauerhaften Programmbeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen Hörfunkanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden, sowie im Rahmen von regelmäßigen Programmanalysen Werbung. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Dabei hat die Landeszentrale bei insgesamt 17 im Jahr 2013 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. Ein Fall betraf den landesweiten Hörfunk, sechs Fälle ein im Rahmen einer ZAK-Schwerpunktuntersuchung überprüfbares Webradio, die restlichen den lokalen Hörfunk. In sieben Fällen wurde ein Anfangsverdacht eines Verstoßes gegen die Sponsoringvorgaben festgestellt. In weiteren sieben Fällen wurde gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot verstoßen.

In der Vergangenheit stellten Verstöße gegen die Sponsoringvorgaben einen Schwerpunkt der Aufsichtsarbeit der Landeszentrale im Bereich Hörfunk dar. In vielen Fällen resultierten diese Verstöße aus der Unsicherheit der Anbieter, wie die Formulierung der Werberichtlinien auszulegen ist, die regelt, wie umfangreich und werblich Sponsorhinweise gestaltet sein dürfen (§ 8 Abs. 1 RStV: „Neben oder anstelle des Namens des Sponsors können auch der Produktname, die Marke, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen genannt werden. Dies ist auch in Form eines erläuternden Zusatzes zulässig.“). Um hinsichtlich dieses Aspektes größere Klarheit

und damit Rechtssicherheit zu schaffen und eine einheitliche Aufsichtspraxis sicherzustellen, haben die Werbereferentinnen und -referenten der Landesmedienanstalten nun ein Kriterienpapier erarbeitet. Es bildet im Wesentlichen die bisherige Aufsichtspraxis der Landeszentrale ab. Am Verbot von absatzwerblichen Aussagen wurde festgehalten. Gemäß ZAK-Beschluss wurde darüber hinaus die Möglichkeit eröffnet, als „erläuternden Zusatz“ künftig nicht nur einen Claim zu verwenden; möglich ist nun auch die Verwendung eines aus zwei Teil-Claims zusammengesetzten Claims (z.B. „xy Tee aus gutem Hause. Das Beste, was Ihrem Wasser passieren kann“). Ergebnis eines Dialogs der ZAK mit dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) war darüber hinaus eine weitere punktuelle Liberalisierung. Die besteht darin, dass nun nicht nur eine Internetadresse allein genannt werden kann, sondern diese auch mit einem Zusatz wie „Weitere Infos unter ...“ oder „Tickets unter ...“ ergänzt werden kann. Weiterhin darf aber auch an dieser Stelle keine konkrete Aufforderung zum Kauf ergehen.

Am 10. April 2013 wurde dem Medienrat der BLM zum fünften Mal ein ausführlicher Werbebericht vorgelegt. Dessen Berichtszeitraum beginnt am 1. August 2012 und endet am 31. Dezember 2013. In dem Bericht sind alle Werbeverdachtsfälle, gegliedert nach Fallgruppen, beschrieben. Der Medienrat hatte am 26. Mai 2009 beschlossen, dass jährlich aktualisiert ein solcher Bericht vorgelegt werden soll. Mit dem fünften Werbebericht wurde der Berichtszeitraum nun dem des Geschäftsbereichs angepasst. Zudem wurden Struktur und Konzept des Berichts modifiziert und dabei ein stärkerer Schwerpunkt auf die Darstellung aktueller Themen und Entwicklungen der Werbeaufsicht gelegt.

Ein Kriterienpapier der Landesmedienanstalten zum Sponsoring bringt Rechtssicherheit und gewährleistet eine einheitliche Aufsichtspraxis.

Fernsehen

52 Programmangebot Fernsehen

- 52 Lokales/Regionales Fernsehen
- 52 Landesweites Fernsehen
- 54 Bundesweites Fernsehen

55 Bundesweites Fernsehen

- 55 Genehmigungen
- 56 Änderung der Inhaber-
und Beteiligungsverhältnisse
- 58 Technische Verbreitung
- 62 Programmentwicklung
- 63 Fernsehnutzung
- 65 Entwicklung der Werbeumsätze

**67 Lokales und landesweites
Fernsehen**

- 67 Genehmigungen
- 69 Technische Verbreitung
- 72 Fernsehnutzung
- 74 Wirtschaftliche Lage

75 Programmaufsicht Fernsehen

- 75 Programmbeobachtung
- 76 Jugendschutz
- 78 Werbung
- 79 Gewinnspiele

Die Zuständigkeit der Landeszentrale erstreckt sich über alle von ihr zugelassenen Programme. Dazu zählt neben den bayerischen lokalen/regionalen TV-Programmen eine Vielzahl an weiteren über Satellit, Kabel, Antenne oder Internet empfangbaren Fernsehprogrammen und Tele-shoppingangeboten.

Lokales/Regionales Fernsehen

16 lokale TV-Programme waren Ende 2013 in Bayern auf Sendung. Die Vielfalt des lokalen Fernsehens in Bayern wird erweitert durch neun TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme sind analog und digital im Kabel und über digitalen Satelliten zu empfangen. In den Regionen München und Nürnberg besteht auch die Möglichkeit des terrestrischen Empfangs über DVB-T. Dazu kommen in München der Ballungsraum-sender münchen.tv, der zudem über das IPTV-Angebot der Deutschen Telekom empfangbar ist, sowie das nur im Kabelnetz München verbreitete Programm münchen2.

Dazu kommen 16 Programme, die ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet werden, und sechs lokale Fernsehprogramme, die über Internet verbreitet werden.

Landesweites Fernsehen

Landesweit wurden zwei private Fernsehfenster, 17:30 Sat.1 Bayern im Programm von Sat.1 und TV Bayern live im Programm von RTL, analog und digital via Satellit und im Kabel sowie über DVB-T verbreitet.

Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

Augsburg

- Klinik-TV Augsburg

Bad Steben

- Frankenwald TV

Bischofsheim

- Kabelfernsehen Bischofsheim

Coburg

- Infokanal Coburg/tvo

Enzensberg/Füssen

- Klinikfernsehen Enzensberg

Herzogenaurach

- Herzo TV

Kempten

- Klinik-TV Kempten-Oberallgäu

Ludwigstadt

- Infokanal Ludwigstadt

München

- Airport TV

Murnau

- Klinikfernsehen Murnau

Neustadt b. Coburg/Rödental

- nec tv

Steinwiesen/Nordalben

- Rodachtal TV

Trebcast

- Antenne Trebcast

Weiden

- Klinikfernsehen Klinikum Weiden

Diverse Krankenhäuser

- Klinik Info Kanal (KIK)
- Asklepios TV

Landesweite Fernsehfensterprogramme

- 17:30 Sat.1 Bayern (Mo.-Sa. auf Sat.1)
- TV Bayern live (Sonntag auf RTL)

Lokales Internet-TV

- altötting-tv
- iTV Coburg
- muehldorf-tv
- pafnet.tv
- tvschool21
- alikahn.tv

Lokale Fernsehangebote in Bayern



Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2013 43 bundesweite Fernsehprogramme und fünf Teleshoppingsender. Drei weitere Programme sendeten mit einer Genehmigung der Landeszentrale über Satellit, richteten sich aber an Zuschauer in anderen europäischen Ländern. Sieben Fernsehprogramme verfügten über eine Genehmigung der Landeszentrale, waren aber zu diesem Zeitpunkt nicht auf Sendung.

Bundesweite Fernsehprogramme

- 3D The Channel
- amazing discoveries tv
(nur über Internet)
- Animal Planet
- Anixe SD
- Boomerang
- Cartoon Network
- CineHome
(momentan nur als Video-On-Demand-Dienst verfügbar)
- Classica
- DAF
- Das Neue TV (Sendestart: 4.1.2014)
- Discovery Channel
- Discovery HD
- Disney Channel
- Disney Junior
- Disney XD
- FCB.TV (nur über Internet)
- TNT glitz
- GoldStar TV
- History
- Hyperraum.TV (nur über Internet)
- isarrunde/spreerrunde
(nur über Internet)

- Junior
- kabel eins
- Latizón TV (nur über Internet)
- MGM Channel
- Motorvision TV
- N24
- Romance TV
- Sky Fanzone
- Sky Fußball Bundesliga (SD/HD)
- Sky Event
- Sky Hits (HD)
- Sky Krimi
- Sky Sport 1 (SD/HD)
- Sky Sport 2 (SD/HD)
- Sky Sport HD Extra
- Sky Sport News HD
(auch in SD verfügbar)
- Sport 1
- Sport1 Livestream
- Sport1+
- Sport1 US
- Tele 5
- TNT Film
- TNT Serie
- Welt der Wunder (nur über Internet)

Programme für das europ. Ausland (auf Sendung für ausl. Zuschauer)

- Disney XD Schweiz
- MGM Channel Central Europe
- Motorvision HD (Sendestart 08.2013)

Nicht auf Sendung

- All TV
- Das Neue TV
- MGM Channel Southern Europe
- Loft TV
- Trinita TV
- Sky Sport HD1
- Sky Sport HD2

Teleshoppingangebote

- 1-2-3.tv
- HSE 24
- HSE24 Extra
- HSE24 Trend
- ManouLenz

Stand 31.12.2013

Genehmigungen

Der Sendestart des neuen Teleshoppingprogramms ManouLenz erfolgte im August 2013 über Satellit und im Dezember über DVB-T.

ManouLenz

Die ML-TV Konzept GmbH hat die Genehmigung erhalten, befristet bis zum 15. August 2021 das Teleshoppingangebot „ManouLenz“ bundesweit zu verbreiten. Mittelbarer Gesellschafter der ML-TV Konzept GmbH ist Herr Charles Smethurst.

ManouLenz ist am 12. August 2013 über den Satelliten Astra und im Dezember in München und Nürnberg über DVB-T auf Sendung gegangen. Zielgruppe des Teleshopping-Angebots, in dem Kleidung und Accessoires aus der eigenen Modemarke präsentiert werden, sind vor allem Frauen.

Motorvision HD

Der German Car TV Programm GmbH wurde im Berichtszeitraum die Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk erteilt und die Verbreitung des Fernsehspartenprogramms „Motorvision HD“ bis zum August 2021 genehmigt. Das Pay-TV-Programm ist ein englischsprachiger Ableger des Programms „Motorvision TV“ und ist im August 2013 in Griechenland auf Sendung gegangen. Inhaltlich bietet der Informations- und Unterhaltungssender Programmformate rund um das Thema Mobilität (Auto, Motor, Sport).

Das für die Verbreitung im europäischen Ausland konzipierte Programm bedarf der Genehmigung nach dem RStV, da der Anbieter der deutschen Rechtshoheit unterliegt.

Das Neue TV

Der von Herrn Timo C. Storost betriebenen ITV Media Group wurde für die Dauer von acht Jahren ab Sendestart längstens bis zum 3. Januar 2022 die bundesweite Verbreitung des Fernsehspartenprogramms „Das Neue TV“ im Internet genehmigt. Das Programm ist am 4. Januar 2014 auf Sendung gegangen und umfasst im Wesentlichen Unterhaltungs- und Informationssendungen.

Sport1Livestream

Der DSF Internet GmbH (nunmehr firmierend als Sport1 Gaming GmbH) war im Jahr 2009 die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung eines Fernsehspartenprogramms im Internet erteilt worden. Diese Genehmigung wurde auf Wunsch der Antragsteller im Berichtszeitraum widerrufen und der Sport1 GmbH die Zulassung zur Veranstaltung und bundesweiten Verbreitung des Angebots „Sport1 Livestream“ erteilt. Die Genehmigung ist bis zum 31. August 2021 befristet. Die Sport1 GmbH ist eine mittelbare Tochtergesellschaft der Constantin Medien AG.

Unbedenklichkeitsbescheinigungen 2013

2013 erhielt die TBN Public Relations GmbH eine Unbedenklichkeitsbescheinigung der Landeszentrale zur Ausstrahlung von Livestreams.

Änderung der Inhaber- und Beteili- gungsverhältnisse

Eine Änderung der IBV wurde genehmigt bei folgenden Programmen

- Anixe SD
- Sky
- History
- Sport1US
- MGM Channel/
MGM Channel
Southern Europe
- Kabel eins

Anixe SD

Die Landeszentrale genehmigte nach Prüfung durch die ZAK und die KEK die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der ANIXE HD Television GmbH & Co. KG auf der Grundlage einer im September 2012 angezeigten Beteiligungsveränderung. Hiernach ist Frau Marion Lapidakis alleinige Kommanditistin der Veranstalterin, ihre Kinder Jennifer und Marco Lapidakis sind jeweils Alleingesellschafter der Komplementärgesellschaften (Anixe HD Television Verwaltungs-GmbH und anixe TV Verwaltungs GmbH).

Sky

Die Sky Deutschland AG ist alleiniger Gesellschafter der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co KG. Diese verbreitet mehrere Fernsehspartenprogramme auf der Grundlage medienrechtlicher Genehmigungen durch die Landeszentrale. Im Rahmen einer Umstrukturierung wurden mittelbar beteiligte Gesellschaften umfirmiert. Die Aktionärsstruktur der AG stellt sich im Berichtszeitraum wie folgt dar: 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V. (ehemals: News Adelaide Holdings B.V.) AG 54,8 Prozent sowie 45,2 Prozent Streubesitz.

History

Gesellschafter der The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG sind die The History Channel (Germany) Beteiligungs GmbH und die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH. Bisher waren an der NBC Universal, LLC mittelbar die General Electric Company über 100%ige Tochtergesellschaften (National Broadcasting Holding,

Inc. und Navy Holdings, Inc.) mit 49 Prozent und die Comcast Corporation über Tochtergesellschaften (Comcast Navy Contribution, LLC und Comcast Navy Acquisition, LLC) mit 51 Prozent beteiligt. Die Comcast Corporation beabsichtigt nun über die Comcast Navy 20 Prozent der von der Navy Holdings, Inc. an der NBC Universal, LLC gehaltenen Anteile zu übernehmen. Der Anteil der Navy Holdings, Inc. an der NBC Universal, LLC verringert sich danach von 49 auf 29 Prozent, die Comcast Navy erhöht ihren Anteilsbesitz von 51 auf 71 Prozent. Zudem übernimmt die Comcast Navy 79 Prozent der Anteile der Navy Holdings, Inc.

Sport1 US

Der Constantin Sport Medien GmbH war 2009 die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehspartenangebots „LIGAtotal!“ erteilt worden. Mit Wirkung ab dem 1. August 2013 wurde die inhaltliche Ausrichtung des Programms auf die Ausstrahlung von amerikanischen Sport-Events genehmigt, das Programm wurde umbenannt in „Sport1 US“. Zudem wurde die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Constantin Sport Medien GmbH durch die Sport1 GmbH genehmigt, die ebenfalls eine Konzerngesellschaft der Constantin Medien AG ist. Geschäftsführer der Sport1 GmbH ist Herr Leif Arne Anders; seit dem 1. Dezember 2013 wurde die Geschäftsführung um die Herren Olaf G. Schröder und Robin Seckler ergänzt.

MGM Channel und MGM Channel Southern Europe

Geringfügige Veränderungen in der Beteiligungsstruktur der MGM Holdings Inc. haben sich auf den Anbieter MGM Networks (Deutschland) GmbH ausgewirkt, der die Fernsehspartenangebote „MGM Channel“ bundesweit verbreitet sowie das Programm „MGM Channel Southern Europe“ in Italien, Malta, Monaco, San Marino, Vatikan-Stadt und der Schweiz vermarktet. Die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der MGM Networks (Deutschland) GmbH unter den insoweit geänderten Beteiligungsverhältnissen und der Erweiterung der Geschäftsführung nach dem Ausscheiden von Herrn John Hendry durch Frau Roma Khanna neben Frau Christine Band wurde genehmigt.

kabel eins

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist unmittelbare Gesellschafterin der ProSieben Sat.1 TV Deutschland GmbH, welche das Vollprogramm „kabel eins“ verbreitet.

Im Berichtszeitraum haben die Aktionäre der AG der Umwandlung der stimmrechtslosen Inhaber-Vorzugsaktien in stimmberechtigte Namens-Stammaktien zugestimmt. Zudem hat die bisherige größte Aktionärin, die Lavena Holding 1 GmbH, welche durch von Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert wird, ihre am Jahresanfang 2013 gehaltenen 44 Prozent Aktienbeteiligung an der ProSiebenSat.1 Media AG

in drei Tranchen im Jahr 2013 sowie am 17. Januar 2014 außerbörslich verkauft und ist damit nicht mehr an der Gesellschaft beteiligt. Ebenfalls in den Streubesitz übergegangen ist die Beteiligung der Telegraaf Media Groep N.V.

Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG setzt sich nunmehr zu 100 Prozent aus auf den Namen lautende Stammaktien zusammen. 97,4 Prozent der Stammaktien befinden sich im Streubesitz (hiervon halten Capital Group Companies, Inc. 10,03 Prozent und BlackRock, Inc. 10,02 Prozent). Die ProSiebenSat.1 Media AG hält aktuell ca. 2,6 Prozent der Stammaktien im eigenen Bestand, welche jedoch nicht stimm- und dividendenberechtigt sind. Mit diesen Veränderungen haben sich die ZAK und die KEK in mehrfachen Sitzungen im Berichtszeitraum befasst.

Geschäftsführer der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH sind Dr. Markus Frerker, Zeljko Karajica, Karl König, Wolfgang Link und Dr. Gunnar Wiedenfels.

Technische Verbreitung

Der Fernsehempfang über Breitbandkabel ist, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2013 um rund ein Prozent auf 41,2 Prozent gefallen. Dagegen stieg der Anteil der Bevölkerung, der Satelliten-direkttempfang nutzt, um knapp ein Prozent auf 53,1 Prozent. Am 30. April 2012 war die analoge Verbreitung deutschsprachiger Fernsehprogramme über Satellit eingestellt worden; die Satellitenverbreitung erfolgt seitdem ausschließlich digital.

Ausschließlich über DVB-T (Digitalfernsehen terrestrisch) wurde – bezogen auf ganz Bayern – Fernsehen im Jahr 2013 von 3,2 Prozent der bayerischen Zuschauer empfangen. Durch Mehrfachnutzung der Übertragungswege sind es tatsächlich jedoch 21,8 Prozent der Personen in bayerischen TV-Haushalten, die das digitale Antennenfernsehen DVB-T nutzen.

In den Empfangsgebieten München/Oberbayern sehen ca. 33,4 Prozent und im Großraum Nürnberg 25,3 Prozent über DVB-T fern. Der Empfang in diesen Kerngebieten ist durch private Programmangebote deutlich attraktiver als in den Empfangsgebieten mit ausschließlich öffentlich-rechtlichen Angeboten. In den Stadtgebieten München mit 16,1 Prozent und Nürnberg mit 9,7 Prozent nutzen viele TV-Haushalte ausschließlich den DVB-T-Empfang. Bevorzugt wird DVB-T jedoch für Zweit- und Drittgeräte (mobil/portabel) genutzt.

DVB-T-Programmangebot in den Regionen München/Südbayern und Nürnberg

- ARD (Das Erste)¹
- Phoenix¹
- ARTE¹
- EinsPlus¹
- ZDF¹
- 3sat¹
- ZDFinfo¹
- KI.KA + zdf_neo¹
- Bayerisches Fernsehen¹
- BR-alpha¹
- Sat.1 (inkl.17:30 Sat.1 Bayern)
- ProSieben
- kabel eins
- N24
- ManouLenz
- sixx
- München.tv

DVB-T-Programmangebot in der Region München/Südbayern

- münchen.tv
- Sat.1 Gold
- Tele 5
- ProSieben MAXX
- DMAX
- SWR Fernsehen
- Tagesschau24¹
- HSE24

DVB-T-Programmangebot in der Region Nürnberg

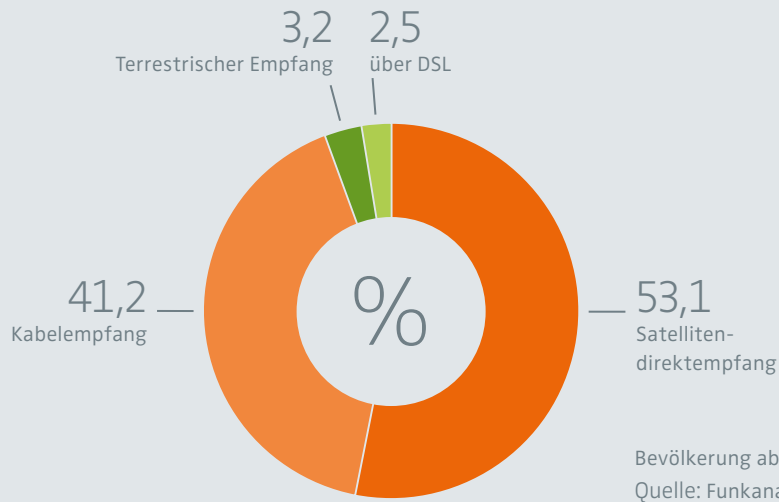
- Franken Fernsehen
- mdr Fernsehen¹
- hr Fernsehen¹

¹ öffentlich-rechtliche Programme
Stand 31.12.2013



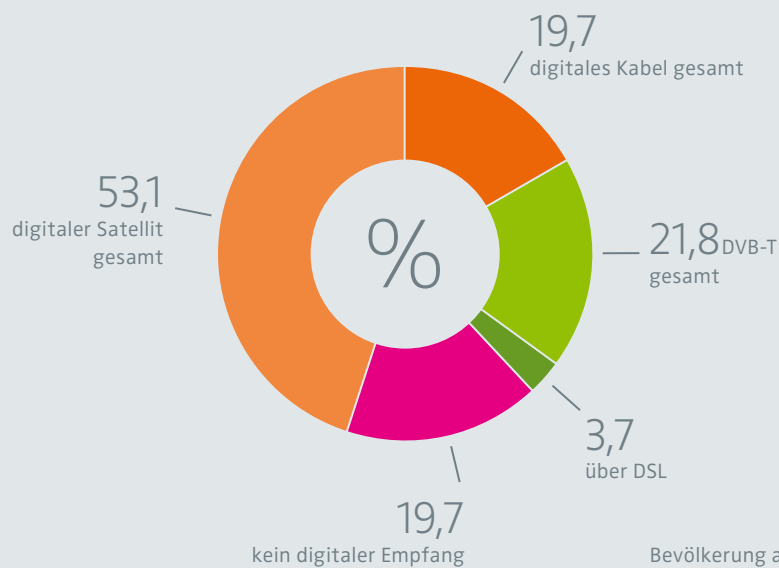
Eine Übersicht über alle genehmigten TV-Angebote finden Sie auf Seite 52–54.

Fernsehempfang in Bayern 2013



Seit einigen Jahren gibt es nur leichte Verschiebungen zwischen den einzelnen Übertragungswegen.

Digitaler Fernsehempfang in Bayern 2013



Die Digitalisierungsrate in Bayern liegt mit rund 80 Prozent knapp über dem europäischen Durchschnitt.

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, der Kabel Deutschland GmbH (KDG), wurde im Jahr 2013 eine Reduzierung der Verbreitung der Regionalprogramme der ARD vorgenommen, weshalb nicht mehr alle regionalspezifischen Ausprägungen der ARD-Dritten zu empfangen sind.

Insgesamt wurden über die KDG-Plattform Kabel Digital und über Sky Ende 2013 über 240 Fernseh- und mehr als 120 Hörfunkprogramme (inkl. der öffentlich-rechtlichen Programme) verbreitet. Unter den eingespeisten Programmen befinden sich auch alle bundesweiten privaten Fernsehprogramme, von denen viele nach wie vor auch analog eingespeist werden. Eine Zunahme war bei den HDTV-Programmen festzustellen, deren Zahl nun bei ca. 50 liegt.

Andere Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden ein zum Teil sehr unterschiedliches Angebot. Einige verbreiten die Programme nur digital, einige nur analog oder analog mit einer kleinen Auswahl an digitalen Programmen.

Die Fernsehnutzung ausschließlich über DSL stieg von 2,0 Prozent im Jahr 2012 auf 2,5 Prozent im Jahr 2013 an.

Die von der Landeszentrale genehmigten bundesweiten Fernsehprogramme kabel eins, N24, Sport1 und Tele 5 sind über Satellit (ASTRA 19,2° Ost) sowie z. T. über DVB-T zu empfangen und werden in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist. Die weiteren genehmigten digitalen Fernsehprogramme (siehe Auflistung Seite 124 f.) sind meist über digitale Plattformen via Satellit und Kabel empfangbar.

Der Fernsehempfang in Bayern erfolgte in über 80 Prozent der Haushalte digital. Die Übertragung über Satellit, Kabel und DSL-Anschlüsse erfolgt vollständig digital. Der digitale Kabelempfang ist im Vergleich zum Vorjahr mit 46 Prozent nahezu stabil geblieben.

Belegung der Kabelnetze

■ Verbreitung in analoger Technik

Sofern ein Kabelnetzbetreiber sich dafür entscheidet, Programme in analoger Technik zu verbreiten, hat er neben acht öffentlich-rechtlichen Programmen auch acht Programme privater Anbieter/Veranstalter einzuspeisen. Zu den Letzteren zählen die beiden bundesweit verbreiteten Vollprogramme mit bayerischen Fensterprogrammen (derzeit RTL und Sat.1) und ein lokales Fernsehangebot. Zudem sind vier weitere Fernsehprogramme und wahlweise ein Teleshoppingprogramm oder ein Telemedium nach den Vorgaben der Kanalbelegungssatzung (KBS) der Landeszentrale einzuspeisen.

■ Verbreitung in digitaler Technik

□ Gesetzliche Vorschriften

Im Regelfall unterliegen die Kabelnetze den Vorschriften der §§ 50 bis 53 RStV. Die zu beachtenden Belegungsregeln für den in digitaler Technik genutzten Teil der Kabelanlage sind in § 52b RStV enthalten. Diese sehen eine Einspeisungsverpflichtung für öffentlich-rechtliche und lokale Programme vor sowie für die privaten Programme, die Regionalfenster enthalten. Des Weiteren sind in besonderer Weise vielfältig zu belegende Kapazitäten und darüber hinausgehende Kapazitäten vorzusehen, für welche der Kabelnetzbetreiber bei der Belegung an die allgemeinen Gesetze gebunden, im Übrigen jedoch frei ist.

Liste der in analoge Kabelnetze einzuspeisenden Fernsehprogramme

- 3sat
- ARD
- ARTE
- Bayerisches Fernsehen
- BR alpha
- Kinderkanal
- Phoenix
- ZDF
- Ein lokales oder regionales Fernsehangebot
- RTL Television mit dem jeweiligen Fensterprogramm
- SAT.1 mit dem landesweiten Fensterprogramm
- N24
- Sport 1
- Tele 5
- Servus TV
- HSE 24 als Teleshoppingkanal

□ Aufhebung der Grundverschlüsselung

Bei der Verbreitung von Fernsehprogrammen in digitaler Technik wählten Kabelnetzbetreiber häufig die Ausstrahlung mit Signalschutz. Bei dem Einsatz dieser Grundverschlüsselung können Programme, die bei anderen Übertragungswegen frei empfangbar sind, nur mittels einer SmartCard empfangen werden. Im April 2013 wurde, insbesondere bei den Programmen der großen privaten Senderfamilien (ProSiebenSat.1, RTL-Gruppe) die Aufhebung der bisherigen Grundverschlüsselung bei diversen Kabelnetzbetreibern für SD Programme umgesetzt. Dies geschah nicht zuletzt auf den massiven Druck des Bundeskartellamtes hin.

Die bisherige Grundverschlüsselung bei Programmen der ProSiebenSat.1 und der RTL-Gruppe wurde im April 2013 aufgehoben.

□ Regionalprogramme der ARD

Im Berichtszeitraum teilte die Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH (KDG) der Landeszentrale mit, dass es zu Veränderungen in der künftigen Verbreitung öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme kommen werde. Die ZAK nahm die Anzeige der Kabelbelegungsänderung der KDG in ihrer Sitzung am 22. Januar 2013 zur Kenntnis. Die Änderung umfasst eine Angleichung der für die digitale Übertragung der öffentlich-rechtlichen Programme im Kabelnetz der KDG zur Verfügung gestellten Bandbreite an den Plattformstandard sowie eine Änderung bei der Einspeisung Dritter Fernsehprogramme, die künftig pro Kabelnetz nur noch einmal in der regional zutreffenden Variante, d.h. mit dem gebietsrichtigen Regionalfenster, verbreitet würden (siehe auch oben: Technische Verbreitung).

Die KDG reduzierte Anfang 2013 die Zahl der Dritten ARD-Programme im Kabel.

Programmentwicklung

Sport1

verzichtet seit März 2013 auf Gewinnspielsendungen am Nachmittag.

kabel eins

setzte 2013 verstärkt auf Eigenproduktionen und den neuen Claim „So sieht's aus“.

Tele 5

sendete auch 2013 viel Comedy und bietet für neue Anime-Serien ein Second-Screen-Angebot.

N24

erweiterte mit n24sport.de seine Online-Aktivitäten.

Sport1

Seit März 2013 hat der Sportsender Sport1 seine Nachmittags-Gewinnspielsendungen eingestellt und durch Wiederholungen von eigenproduzierten Formaten sowie durch neu eingekaufte Fremdproduktionen (z.B. „World Dumbest“, „Auction Kings“, „Storage Wars“) ersetzt. Mit den neuen männeraffinen Doku-Soaps positioniert sich der Sender ganz klar zu seinem Konkurrenten DMAX, der bei den amerikanischen Doku-Soaps (z.B. „Auction Kings“) ein ähnliches Produktportfolio im Programm hat. Im Unterhaltungsbereich produzierte der Sender mit „Fantausch“ (Doku-Soap) und „Wild Wannabees – Die Sport1 WG“ (Scripted Reality) zwei neue Formate. Mit dem neuen erotischen Late-Night-Talk „Die Rene-Schwuchow-Show“ im Nachtprogramm setzte Sport1 2013 auch im Erotikbereich neue Akzente.

Im Sportprogramm hat der Sender seit August 2013 mit der Sendung „Mittendrin – Der Fußballtalk“ den Versuch gestartet, das Erfolgsrezept der Sendung „Doppelpass“ auf den Sonntagabend zu kopieren. In der Sendung empfängt Jörg Wontorra fachkompetente Gäste, mit denen er die aktuellen Spiele der Fußball-Bundesliga Revue passieren lässt.

In der Formel 1 hatte der Sender 2013 von RTL die Sublizenz-Rechte erworben und zeigte die Freien Trainings am Freitag live in seinem Programm. Des Weiteren konnte sich der Sender 2013 die Sportrechte für die Live-Berichterstattung der italienischen Serie A, der französischen Ligue 1 und Ligue 2 und dem Ligapokal Coupe de la Ligue, der Campeonato Brasileiro Série A und der Regionalmeisterschaft Paulista (Brasilien) sichern.

kabel eins

Anfang des Jahres 2013 übernahm Katja Hofem die Leitung von kabel eins. Sie will mit mehr Eigenproduktionen den Sender wieder zu alter Stärke führen.

2013 wurden deshalb die Zeichentrick-Serien kontinuierlich zurückgefahren und durch Eigenproduktionen ersetzt, wobei es sich hierbei anfangs ausschließlich um Wiederholungen von alt bewährten Sendungen (z.B. „Achtung Kontrolle“, „Abenteuer Alltag“, „Rosins Restaurant“) handelte. Der erste Versuch der neuen Senderchefin, mit der Einrichtungs-Doku „Mein Zuhause, Dein Zuhause – Wer wohnt am schönsten?“ eine neue Eigenproduktion zu etablieren, brachte nicht die erwarteten Marktanteile. Weitere Eigenproduktionen 2013 waren „Mein Lokal, Dein Lokal“, „Junior Chef – Jetzt sind wir dran“, „Die Wildnis und ich – Richard Gress in Afrika“ und „Die Geschmacksjäger – Zwei Köche auf Weltreise“. Im Zusammenhang mit der Neupositionierung bekam der Sender Ende des Jahres 2013 mit „So sieht's aus“ einen neuen Claim.

Tele 5

Tele 5 setzte auch 2013 weiter auf Comedy als neue Programmfarbe des Senders. Der Sender, der in früheren Zeiten vor allem Spielfilme und Serien ausstrahlte, hofft dadurch neue Zuschauergruppen zu gewinnen. Im Sommer 2013 schickte Tele 5 mit dem Format „Eye TV – Der durchgeknallte Puppensender“ ein weiteres Comedy-Format rund um einen virtuellen Fernsehsender an den Start. Darin spielen Handpuppen verschiedene TV-Formate nach – von Homeshopping über Nachrichten bis Late-Night. In der Kommandozentrale sitzt ein erbarmungsloser Senderchef, dem Tele 5-Geschäftsführer Kai Blasberg höchstpersönlich seine Stimme leiht.

Fernsehnutzung

Im Bereich der Spielfilme hat Tele 5 Ende 2013 einen Vertrag mit der Wiesbadener Independent KSM geschlossen, der dem Sender ab 2014 insgesamt 17 Spielfilme als Free-TV-Premiere sichert.

Mit den deutschen-Erstaussstrahlungen von „Guilty Crown“ und „Black Lagoon“ hat Tele 5 außerdem einen neuen Anime-Serienblock 2013 ins Programm genommen. Zu den beiden Sendungen gibt es auch ein Second-Screen-Angebot: Mit der App „wywy“ kann man sich virtuell in die Sendung einchecken und Punkte für ein Gewinnspiel sammeln.

N24

Thema des Jahres war bei N24 die Ende 2013 verkündete Botschaft, dass der Springer Verlag den Sender übernimmt. N24 soll ab 2014 für das Internet und die mobilen Angebote der Welt-Gruppe Bewegtbilder liefern. Nicht ungelegen kommt da für den Springer Verlag, dass N24 seinen Liefervertrag mit der ProSiebenSat.1 Medien AG 2013 um 3 Jahre bis 2019 verlängert hat.

2013 hat der Nachrichtensender mit n24sport.de seine Sportberichterstattung im Online-Bereich erweitert. Neben Fußball und Formel 1 sind Handball, Basketball, Eishockey, Motorsport sowie US-Sport die Themenschwerpunkte. Angeboten werden Live- und Hintergrundberichte sowie Live-Ticker zu den wichtigsten Sportereignissen.

2013 lag gemäß GfK die durchschnittliche Sehdauer in Bayern bei den Zuschauern ab drei Jahren bei 199 Minuten und damit eine Minute höher als 2012. Bei der internetaffinen Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren ist die Sehdauer im Vergleich zum Vorjahr um 6 Minuten auf 110 Minuten zurückgegangen. Auch bei den Kindern (3–13 Jahre: 78 Minuten) lag der tägliche Fernsehkonsum 4 Minuten niedriger als 2012. Die 30- bis 49-Jährigen hielten mit 198 Minuten ihr Vorjahresergebnis stabil. Die Altersgruppe ab 50 Jahre steht mit einer durchschnittlichen Fernsehnutzung von 269 Minuten weiterhin an der Spitze. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um 4 Minuten, so dass fast der Spitzenwert von 2011 erreicht wird.

Obwohl 2013 keine Fußball-Europameisterschaft oder Olympische Spiele stattfanden verfehlte die ARD, die auch 2013 wieder der Spitzenreiter in Bayern war, mit einem Marktanteil von 13,1 Prozent nur knapp das Vorjahresergebnis (2012: 13,4 %, minus 0,2). Nach wie vor lagen die größten Probleme der öffentlich-rechtlichen Sender bei den 14- bis 49-Jährigen, hier mussten ARD (7,1 %, minus 0,7) und ZDF (7,2 %, minus 0,2) trotz ihrer Bemühungen diese Altersgruppe für sich zu gewinnen sogar Verluste hinnehmen.

RTL lag wie schon im letzten Jahr bei den Marktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen mit einem Anteil von 13,4 Prozent (2012: 13,9 %) auf Platz 1. Das Ergebnis vom Vorjahr konnte der Sender aber weder in dieser Zielgruppe noch beim Gesamtpublikum (9,3 %, minus 0,7) halten. Die bewährten Showformate wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder „Das Supertalent“ konnten die guten Quoten der letzten Jahre nicht mehr wiederholen. Aber auch neue Serien brachten nicht den erwünschten Erfolg.



199 Min.

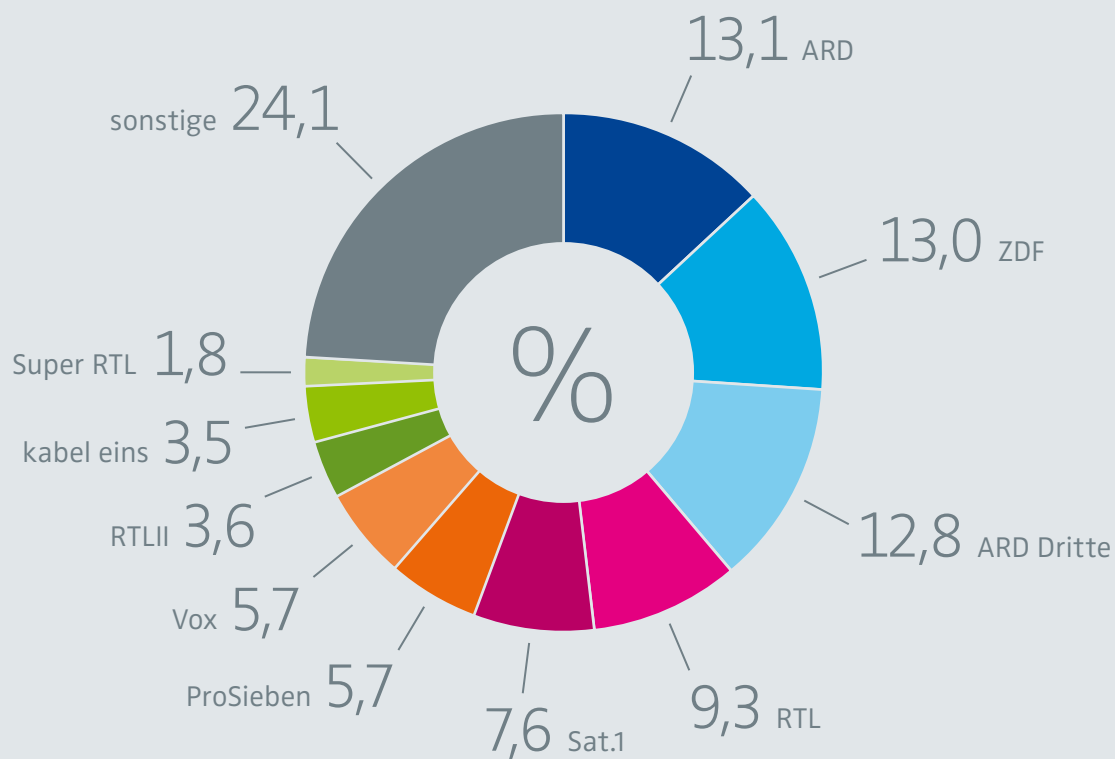
Sehdauer 2013 bei
Zuschauern ab 3 Jahre



Mit einem Marktanteil von
13,4 Prozent war RTL 2013
Spitzenreiter in der Alters-
gruppe 14–49 Jahre.

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2013

In Bayern erzielten die unter „sonstige“ subsumierten TV-Spartenprogramme insgesamt einen höheren Zuschauermarktanteil als im Bundesdurchschnitt, darunter insbesondere N24, Sky, Servus TV und Tele 5.



Basis: Personen ab 3 Jahre in Bayern Montag bis Sonntag, 3:00–3:00 Uhr; in Prozent
Quelle: GfK-Fernsehforschung/SevenOne Media

Entwicklung der Werbeumsätze

Der Kölner Privatsender VOX (5,7 %) konnte dagegen sein Vorjahresergebnis bei den Zuschauern ab 3 Jahren nochmals um 0,1 Prozentpunkte steigern.

Besonders erfreulich für die RTL-Gruppe aber ist das Abschneiden von RTL 2, der 3,6 Prozent erreichte und damit sein Vorjahresergebnis wie schon im letzten Jahr um 0,2 Prozentpunkte steigern konnte. „Berlin – Tag & Nacht“ und „Köln 50667“ waren auch 2013 wieder die Zugpferde des Senders.

Die Sender Sat.1 (7,6 %, minus 1,1) und ProSieben (5,7 %, minus 0,3) konnten von der Schwäche des Konkurrenten RTL beim Gesamtpublikum ab 3 Jahre nicht profitieren. Kabel eins (3,5 %) konnte dagegen sein Vorjahresergebnis (2011: 3,5 %) halten.

Der Spartenanbieter Sport1 (1,0 %) steigerte sich beim Gesamtpublikum um 0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Bei den Nachrichtensendern konnte n-tv (0,9 %) sein Vorjahresergebnis beim Gesamtpublikum ab 3 Jahre halten, N24 (1,4 %) übertraf dieses sogar um 0,2 Prozentpunkte. Auch Tele 5 (1,0 %) legte 2013 bei den Zuschauern ab 3 Jahren im Vergleich zum Vorjahr um 0,1 Prozentpunkte zu. Hier scheint sich die Programmreform am Ende des Jahres 2012 auf die Marktanteile 2013 positiv ausgewirkt zu haben.

Auch der Bereich des werbefinanzierten Fernsehens konnte im Jahr 2013 mit einem Umsatzwachstum von 2,2 Prozent eine gegenläufige Entwicklung im Vergleich zum Gesamtmarkt verzeichnen. Das Wachstumstempo der Fernsehwerbung hat sich damit nach dem Plus von 1,4 Prozent im Vorjahr weiter beschleunigt.

Die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender sind um 87 Mio. € auf 4,125 Mrd. € angestiegen (bereinigte Vorjahreswerte: + 1,4 Prozent, 4,038 Mrd. €).

Nachdem vom ZAW für 2013 keine Daten zu den Nettowerbeeinnahmen der einzelnen bundesweiten Fernsehanbieter veröffentlicht wurden, beruht die folgende Darstellung auf den von der Nielsen Media Research GmbH ermittelten Bruttowerbeeinnahmen der Fernsehsender: Von den privaten Anbietern nationaler werbefinanzierter Fernsehprogramme mit Sitz in Bayern konnte ProSieben auf der Grundlage der Bruttowerbeeinnahmen mit einer Steigerung um 182,7 Mio. € auf 2.290,2 Mio. € (+ 8,7 %) wiederum den größten monetären Zuwachs verbuchen. Nach dem Umsatzrückgang im Vorjahr konnte Sat.1 2013 wieder ein Plus von 53,7 € auf 2.016,4 Mio. € (+ 2,7 %) verzeichnen. Die Bruttowerbeeinnahmen von kabel eins stiegen um 121 Mio. € auf 901,7 Mio. € (+ 15,5 %). RTL II steigerte mit einem Zuwachs von 100,6 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 724,2 Mio. € und erreichte damit das größte prozentuale Wachstum (+ 16,1 %). Sport 1 erzielte Bruttowerbeeinnahmen in Höhe von 304,1 Mio. € (+ 7,6 %) und damit 21,4 Mio. € mehr als im Vorjahr. Tele 5 konnte mit einem Umsatzplus von 11,1 Mio. € auf 242,4 Mio. € nur unterdurchschnittlich zulegen (+ 4,8 %). Der Bruttoumsatz von N24 ist von 175,3

4,125

Mit 4,125 Mrd. Euro sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2013 um 2,2 Prozent gestiegen.

auf 186,5 Mio. € gestiegen (+ 6,4 %). Das Vierte musste mit Bruttowerbeeinnahmen in Höhe von 16,5 Mio. € erneut einen erheblichen Rückgang von 21 Mio. € hinnehmen (– 56,0 %). Der erstmals erfasste TV-Anbieter Anixe erzielte einen Bruttoumsatz von 12,0 Mio. €. Insgesamt verzeichneten die bayerischen Sender mit einem Wachstum von 7,9 Prozent eine etwas positivere Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (+ 6,9 Prozent brutto).

Bruttowerbeumsätze des Fernsehens 2012 – 2013

Sender	2013 T€	2012 T€	Veränderung in %
ARD	257.873	262.304	– 1,7
ZDF	240.929	246.482	– 2,3
RTL	2.684.953	2.571.988	4,4
ProSieben	2.290.151	2.107.433	8,7
Sat.1	2.016.365	1.963.094	2,7
VOX	1.028.470	967.944	6,3
kabel eins	901.730	780.681	15,5
RTL II	724.149	623.608	16,1
DMAX	304.077	259.381	17,2
Super RTL	284.194	282.758	0,5
Sport 1	269.622	282.706	– 4,6
Tele 5	242.395	231.335	4,8
VIVA	212.156	228.311	– 7,1
N24	186.539	175.337	6,4
NICKELODEON	116.169	107.390	8,2
n-tv	106.059	106.560	– 0,5
Comedy Central	104.793	100.804	4,0
SIXX	73.119	–	k.A.
RTL Nitro	44.095	–	k.A.
Das Vierte	16.468	37.458	– 56,0
Anixe	11.950	–	k.A.
Fernsehen gesamt	12.116.255	11.335.572	6,9

Quelle: Nielsen Media Research

Genehmigungen

Neuorganisationen/Neugenehmigungen

■ Lokales/regionales Fernsehen Neu-Ulm

Nach erneuter Ausschreibung des Versorgungsgebiets in Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg wurde der Regio TV Schwaben GmbH & Co. KG die Genehmigung erteilt, ein lokales/regionales Kabelfernsehprogramm und ein lokales/regionales Fernsehfenster im Programm RTL in der Planungsregion 15 Donau-Iller in den Kabelanlagen in der Stadt und im Landkreis Neu-Ulm und zusätzlich über digitalen Satellit (DVB-S) zu verbreiten.

■ Lokales/regionales Fernsehen Landshut

Nach einer Neuorganisation mit Ausschreibung wurde den in der ISAR TV Regionalfernsehen GmbH zusammenarbeitenden Anbietern ab 1. Juli 2013 die Verbreitung eines lokalen/regionalen Kabelfernsehangebots und eines Fernsehfensters im Programm RTL im Versorgungsgebiet Landshut sowie zusätzlich die DVB-S-Verbreitung des Programms über den Satelliten Astra in Zusammenarbeit mit den Anbietern aus den Versorgungsgebieten Deggendorf und Passau bis zum 30. Juni 2021 genehmigt.

■ Lokales/regionales Spartenangebot „Kirche in Bayern“

Die Arbeitsgemeinschaft Kirchenmagazin im bayerischen Privatfernsehen GbR, ein Zusammenschluss von Evangelischer Presseverband für Bayern e.V. und der jeweils zuständigen katholischen Diözese, erhielt die Genehmigung zur Verbreitung des Magazins „Kirche in Bayern“ als Spartenangebot in den Versorgungsgebieten Untermain, Würzburg, Main-Rhön, Oberfranken, Oberpfalz-Nord, Mittelfranken/Westmittelfranken, Ingolstadt, Regensburg, Passau, Deggendorf, Landshut, München/Oberland, Neu-Ulm und Südostoberbayern befristet bis 31. Dezember 2016.

Verlängerung von Genehmigungen

■ Lokales/regionales Fernsehen

□ München und Oberland

Die Genehmigung der München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG zur Verbreitung eines lokalen/regionalen Kabelfernsehangebots (münchen.tv) und Fernsehfensters im Programm RTL in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet München/Oberland und zusätzlich verbreitet über DVB-S und DVB-T wurde bis zum 30. Juni 2021 verlängert.

Im Zuge dieser Verlängerung wurden auch die Genehmigungen für ein weiteres Kabelfernsehprogramm (münchen2) sowie die Genehmigungen der Spartenanbieter afk tv Aus- und Fortbildungsfernsehen München e.V. und befristet bis 30. Juni 2014 der abm – Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V. verlängert.

Das lokale/regionale Fernsehen in Landshut sendet seit 1. Juli 2013 unter dem neuen Programmnamen „Isar TV“.

■ Kleine BK-Netze

□ „Airport TV“ München

Die Genehmigung der Flughafen München GmbH zur Verbreitung des Programmangebots „Airport TV“ bei Einbeziehung von Zulieferungen von N24, CNN, Bayerisches Fernsehen und Sport1 auf dem Gelände des Flughafens München wurde bis zum 31. März 2021 verlängert.

□ Infokanal Coburg/tvo

Die der süc//dacor GmbH und der TV Oberfranken GmbH & Co. KG erteilte Genehmigung für die Verbreitung eines Gesamtprogramms in den Kabelnetzen der Stadtwerke Coburg und Rödental wurde bis zum 31. März 2014 verlängert.

□ Klinik-TV Augsburg

Die vormals der rt1 Radio + Tele Anbieter- und Programm GmbH erteilte Genehmigung zur Verbreitung von Fernsehsendungen in den Kabelanlagen des Klinikums Augsburg wurde auf die rt1.tv production GmbH übertragen und bis zum 31. Dezember 2014 verlängert.

Änderung von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen

□ Klinik-TV Kempten-Oberallgäu

Der Eintritt der Allgäu TV GmbH & Co. KG in die Rechte und Pflichten der Herrn Christian Gösch erteilten Genehmigung zur Verbreitung eines Bewegtbildprogramms in den Kabelanlagen im Klinikum Kempten-Oberallgäu wurde genehmigt. Die Genehmigung ist bis 31. Dezember 2014 befristet.

Terrestrische Verbreitung bundesweiter Programme über DVB-T

Erstmals in 2013 wurde die terrestrische Verbreitung folgender bundesweit verbreiteter Programme an den Standorten München bzw. Nürnberg befristet bis zum 31. Mai 2014 genehmigt:

- Tele 5
- DMAX
- ManouLenz
- Sat.1 Gold
- sixx
- ProSieben MAXX

Verlängert bis zum 31. Mai 2014 wurden die Genehmigungen für die terrestrische Verbreitung der Programme:

- Sat.1
- ProSieben
- kabel eins
- N24
- HSE24



Eine Übersicht über das Programmangebot über DVB-T finden Sie auf Seite 58.

Technische Verbreitung

münchen.tv und Franken Fernsehen können seit Ende 2013 auch über das IPTV-Angebot Entertain empfangen werden.

Lokale Fernsehangebote

Die lokalen und regionalen bayerischen Fernsehprogramme werden in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet über Kabel (analog und digital) und Satellit (DVB-S), in München/Südbayern auch terrestrisch (DVB-T) ausgestrahlt. Dazu wird die vor einigen Jahren aufgebaute zukunftsfähige und kostengünstige Infrastruktur genutzt, mit der die über IP-basierte Leitungen gesammelten Programme an den Netzbetreiber Kabel Deutschland übergeben und für die Verteilung über Satellit und Terrestrik sowie künftig auch via IPTV vorbereitet werden.

■ Kabel

Ein wichtiger Verbreitungsweg für lokale/regionale Programme war auch im Jahr 2013 das Breitbandkabel. Nahezu alle bayerischen Kabelhaushalte der Kabel Deutschland sind in der Lage, mindestens ein originäres lokales Fernsehprogramm analog und digital zu empfangen. Ebenso werden die lokalen RTL-Fenster analog und digital in die Kabelnetze der Kabel Deutschland eingespeist.

Auch bei den anderen Kabelnetzbetreibern werden lokale/regionale Programme analog und digital verbreitet.

■ IPTV

Im IPTV-Angebot der Deutschen Telekom (Entertain) wurden Ende 2013 die Programme münchen.tv und Franken Fernsehen verbreitet. Für die Aufschaltung weiterer Programme wurden entsprechende Vorarbeiten getätigt.

■ DVB-S

Die Verbreitung über digitalen Satelliten eröffnet den lokalen bayerischen Fernsehangebern die Möglichkeit, zusätzliche Reichweite in ihrem Sendegebiet zu erlangen und damit ihre wirtschaftliche Situation zu verbessern. Alle 16 lokalen TV-Programme werden digital via ASTRA unverschlüsselt ausgestrahlt und sind europaweit mit jedem digitalen Satellitenreceiver empfangbar. Seit Dezember 2012 werden sieben 24-Stunden-Kanäle und drei 6-Stunden-Kanäle verbreitet. Die hierfür notwendige Infrastruktur wurde von der BLM in enger Zusammenarbeit mit der Bayerischen Medientechnik konzipiert und aus Mitteln des Freistaates Bayern gefördert.

Infolge der allgemeinen Akzeptanz der digitalen Satellitenverbreitung steigt die technische Reichweite in beträchtlichem Maße, so dass mittlerweile im Durchschnitt 33,8 % der Haushalte im Empfangsgebiet ihr Lokalfernsehprogramm digital via ASTRA empfangen können.



33,8 % der Haushalte im Empfangsgebiet können Lokalfernsehen digital über ASTRA empfangen.

■ Hybrides Fernsehen und Lokal-TV

Das Lokal-TV-Portal ist eine über einen ASTRA-TV-Kanal verbreitete mehrstufige, interaktive Anwendung mit dem Ziel, die Auffindbarkeit lokaler Fernsehangebote (Satellit und Internet) in ganz Deutschland zu erleichtern. Hierbei werden Satellitenhaushalte mittels umlaufender Standbilder über die lokalen TV-Angebote via ASTRA informiert. Über HbbTV geeignete Empfänger kann direkt auf die jeweiligen Videoströme umgeschaltet werden. Sind diese HbbTV-Geräte mit dem Internet verbunden, wird der Zugriff auf weitere Lokal-TV-Programme ermöglicht, die nur im Internet senden. Dieser Zugriff erfolgt menügeführt über die „Red-Button-Funktion“ der Fernbedienung. Über diesen „Red Button“ kann auch auf Mediatheken der ASTRALokal-TV-Kanäle zugegriffen werden.

Bayerische Fernsehfenster

Neben den lokalen Fernsehfenstern in RTL werden auch landesweite Fernsehfenster in RTL (Sonntag 17:45 bis 18:45 Uhr) und Sat.1 (Montag bis Freitag 17:30 bis 18:00 Uhr und Samstag 17:30 bis 18:30 Uhr) analog und digital im Kabel verbreitet.

Das bayernweite Sat.1-Fenster („Sat.1 Bayern“) ist via DVB-T in München/Oberbayern und Nürnberg sowie bereits seit 2011 auch digital via Satellit verfügbar. Seit Dezember 2013 wird das Sat.1-Bayern-Programm, also Sat.1 mit bayerischem Fensterprogramm, im Kabelnetz der KDG in HD-Qualität verbreitet und steht den Zuschauern in bestmöglicher Qualität zur Verfügung. Diese Verbreitung gewinnt an Bedeutung, da Ende 2013 über 14 Mio. Haushalte in Deutschland die Vorzüge des hochauflösenden Fernsehens nutzen.

Im IPTV-Angebot der Deutschen Telekom ist es in SD-Qualität ebenfalls enthalten.

Lokal-TV-Programme über digitalen Satellit: DVB-S-Kanal-Nutzung

seit Dezember 2012

Lokal-TV-Portal (Kanal 99)

main.tv • TV touring SW TV touring WÜ
Unterfranken

tvo •
Oberfranken

Franken Fernsehen •
Mittelfranken

Oberpfalz TV • TVA Ostbayern
Oberpfalz

Donau TV • TRP1 ISAR TV
Niederbayern

münchen.tv •
Oberbayern

a.tv •
Schwaben

24 Stunden

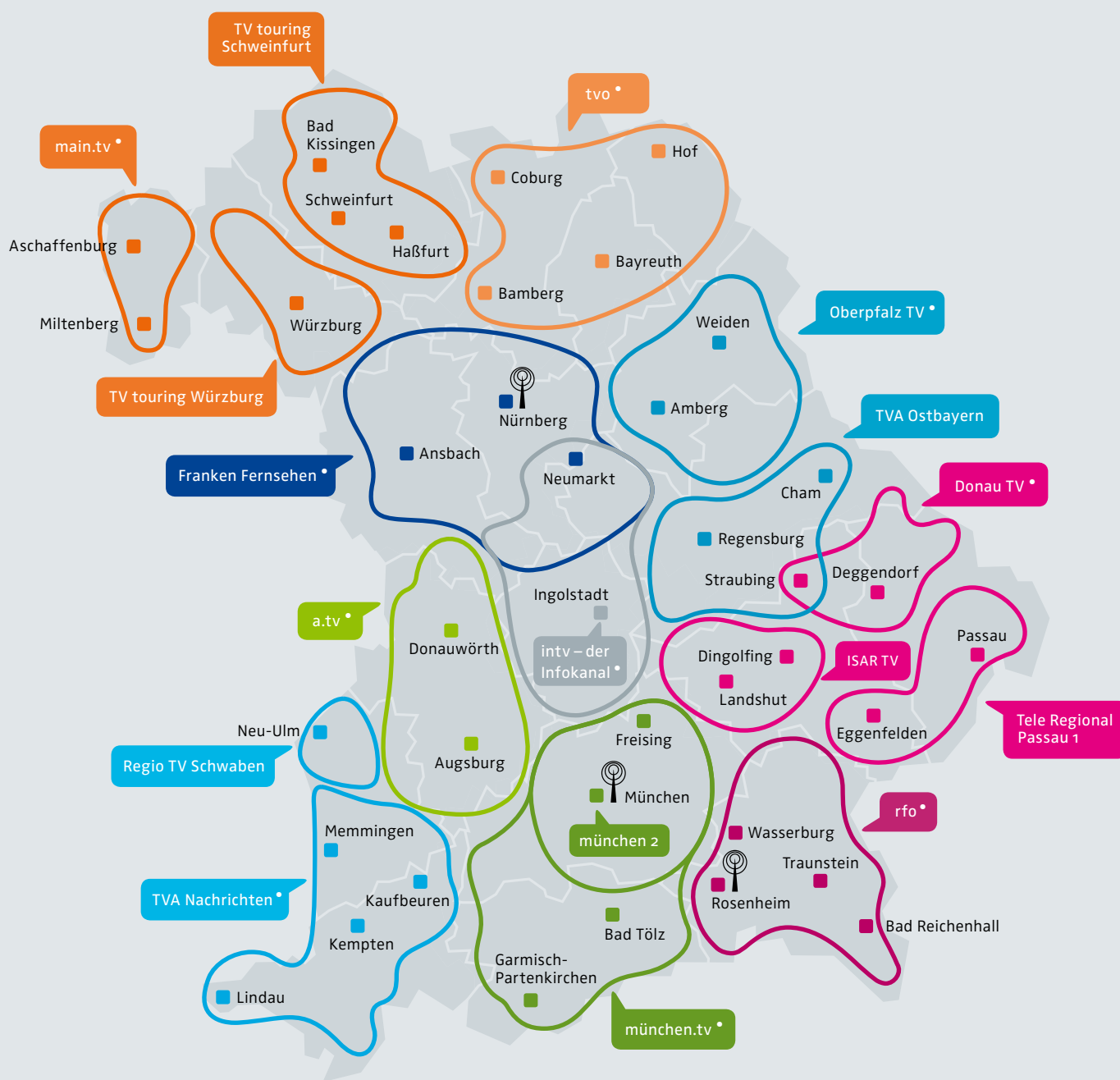
rfo •
Oberbayern

intv •
Oberbayern

TVA Nachrichten • RegioTV
Schwaben

6 Stunden 18–24 Uhr

• mit Red Button-Funktion (HbbTV)
ASTRA 19,2° Ost, Transponder 21,
Frequenz 1.52325 GHz, horizontale Polarisation



Regionalprogramm auf Sendung



Donau TV • Programmname



zusätzliche Verbreitung via DVB-T

im Sendegebiet München/Südbayern:
münchen.tv

im Sendegebiet Nürnberg:
Franken Fernsehen

Stand 31.12.2013

Fernsehnutzung

Spitzenreiter 2013 war Oberpfalz TV mit einer Tagesreichweite von 42,1 %.

2013 führte die TNS Infratest MediaResearch im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale erneut eine Untersuchung zu Hörfunk und Fernsehen in Bayern durch. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden 12.752 Befragungen zu Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit von Fernsehprogrammen in Bayern (und 5.334 Interviews für qualitative Zusatzfragen) durchgeführt. Zusätzlich wurden in einer Nachbefragung 5.334 Interviews zu den Wünschen, Bedürfnissen und Meinungen der Zuschauer in Bezug auf die bayerischen Lokalprogramme und SAT.1 Bayern erhoben.

Im RTL-Fenster in der Sendezeit zwischen 18:00 bis 18:30 Uhr ist der Marktanteil der lokalen Fensterprogramme (Montag bis Freitag) mit 17,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2012: 19,7 %) um 2,7 Prozentpunkte gesunken. Das bundesweite Fensterprogramm „Sat.1 Bayern“ musste bei den

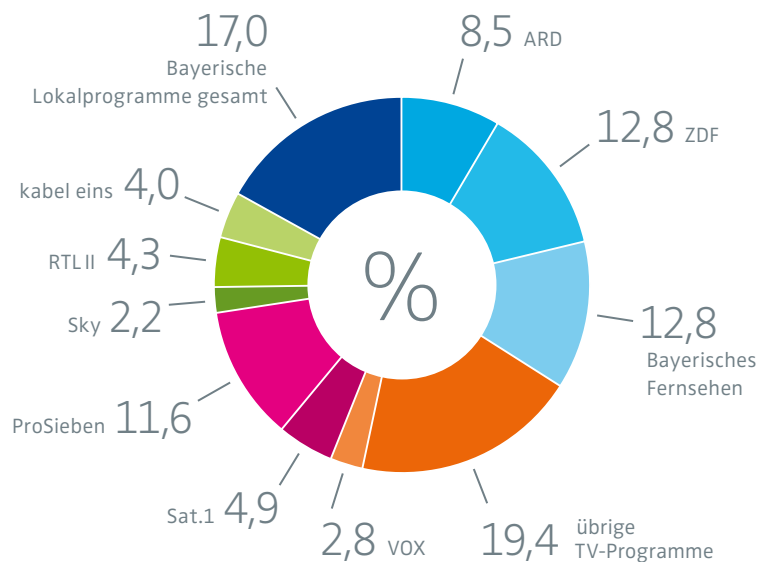
Marktanteilen (Montag bis Freitag) in der Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr im Vergleich zum Vorjahr (17,2 %) mit 11,5 Prozent bei den Zuschauern ab 14 Jahren Verluste von 5,7 Prozentpunkten hinnehmen und lag damit noch unter dem Ergebnis von 2011 (12,5 %). 2013 erreichten die lokalen Fernsehprogramme an einem durchschnittlichen Werktag 798.000 Personen (2012: 858.000). Bezogen auf die Kabelhaushalte erzielten die lokalen TV-Angebote eine Tagesreichweite (Montag bis Freitag) von durchschnittlich 13,7 Prozent, was einen Verlust von 0,9 Prozentpunkten zum Vorjahr bedeutete. Spitzenreiter bei den Kabelhaushalten war 2013 Oberpfalz TV mit einer Tagesreichweite (Montag bis Freitag) von 42,1 Prozent.

Marktanteil 2013

17,0 %
RTL-Fenster

11,5 %
Sat.1 Bayern

Marktanteil 2013 Lokalprogramme



Basis:
Montag bis Freitag,
18:00 bis 18:30 Uhr;
Bevölkerung ab
14 Jahre in RTL-
Fensterhaushalten

Quelle:
Funkanalyse
Bayern 2013

Programminhalte

Die Funkanalyse Bayern ergab für die Lokal-TV-Programme 2013 bei fast allen wichtigen Imagefaktoren bessere Werte als im Vorjahr und insgesamt eine sehr gute Akzeptanz:

94,4 Prozent der Befragten bewerteten die lokalen Fernsehsender als „glaubwürdig“ (Vorjahr 90,5 %). Glaubwürdigkeit ist damit der im Rahmen der Funkanalyse 2013 am besten bewertete Imagefaktor der lokalen Fernsehstationen. Ebenfalls sehr gut wird die Aktualität bewertet. 91,2 Prozent der Befragten stimmten dem Item „aktuell“ zu (Vorjahr 88,0 %). Sehr gute Zustimmungswerte erzielten weiter die Imagefaktoren „sympathisch“ mit 90,7 Prozent (Vorjahr 88,5 %), „zuverlässig“ mit 88,8 % (Vorjahr 84,5 %), „bürgernah“ mit 86,9 Prozent (Vorjahr 86,3 %) und „professionell“ mit 73,3 Prozent (Vorjahr 67,8 %). Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass die Lokalfernsehprogramme von ihren Zuschauern damit ganz besonders beim Faktor Professionalität deutlich besser bewertet wurden.

Der Wert für „hat sympathische Moderatoren“ lag 2013 bei sehr hohen 87,4 Prozent (zum ersten Mal abgefragt). Verbessert zeigten sich die Werte für „hat kompetente Reporter“ mit 82,8 Prozent (Vorjahr 80,6 %) und „hat gute Sprecher und Moderatoren“ mit 82,4 Prozent (Vorjahr 81,0 %). Auch bei der Bewertung der Öffentlichkeitspräsenz (60,0 %) und technischen Machart (54,2 %) schnitten die Sender besser ab als im Vorjahr. Einzig das Senderdesign stieß mit 64,6 Prozent auf weniger positive Resonanz als letztes Jahr (68,4 %).

Bezüglich der Bewertung von ganz konkreten Programmbestandteilen zeigte sich gegenüber den Imagefaktoren eine etwas andere Tendenz: Bei 21 sowohl 2012 als auch 2013 abgefragten Programmbestandteilen hat sich die Beurteilung in 13 Fällen verschlechtert und nur in 8 Fällen verbessert. Positiv bewertet werden muss dabei die deutliche Verbesserung bei der Frage nach „Nachrichten aus Ihrem Wohnort“ (von 35,0 auf 41,5 %). Eher kritisch gesehen werden muss die Beurteilung der „Berichte über lokale wirtschaftliche Themen“ (von 37,3 auf 33,7 %).

Wirtschaftliche Lage

Die Gesamterträge der lokalen und regionalen Fernsehanbieter haben nach Einschätzung der Landeszentrale ein Volumen von insgesamt 36,5 Mio. € im Jahr 2013 erreicht. Sie lagen damit um 4,4 Mio. € über dem Vorjahresergebnis. Hauptursache für diesen Anstieg ist allerdings die Erhöhung der staatlichen Fördermittel nach Art. 23 BayMG für die digitale Satellitenverbreitung. Ohne diese Sondereffekte beträgt das Umsatzwachstum lediglich rund ein Prozent. Durch die Erhöhung der staatlichen Fördermittel entfielen im Jahr 2013 nur noch rund 60 Prozent der Einnahmen auf Werbeerlöse, Auftragsproduktionen und Programmverkäufe sowie sonstige Erträge. Der Anteil der Einnahmen aus Fördermaßnahmen beläuft sich somit auf rund 40 Prozent und erreicht damit wieder das Niveau von 2009. Die gemäß Art. 23 BayMG bereitgestellten Zuschüsse zur Förderung der Produktionskosten tragen wesentlich zur Finanzierung der lokalen und regionalen Fernsehangebote in Bayern bei. Einschließlich der Spartenangebote wurden an die lokal/regionalen Anbieter im Jahr 2013 2,0 Mio. € aus Haushaltsmitteln der BLM ausgeschüttet. Zusätzlich wurde die technische Verbreitung der lokalen und regionalen TV-Angebote gemäß Art. 23 BayMG mit 9,0 Mio. € aus Mitteln des Freistaats Bayern gefördert.

Weitere Einnahmen in Höhe von 3,55 Mio. € erzielte das lokale/regionale Fernsehen in Bayern aus dem Finanzierungsbeitrag und der Programmförderung aus dem BLM Stammhaushalt. Die Werbeeinnahmen dürften nach Einschätzung der BLM im Jahr 2013 eine Höhe von insgesamt rund 13,5 Mio. € erreicht haben.

60,1 %

Selbst erwirtschaftete Erlöse



Finanzierungsbeitrag

Nach dem Rundfunkstaatsvertrag der Länder in Verbindung mit dem BayMG und § 23 der Fernsehgesetz müssen die bundesweiten Fernsehanbieter einen finanziellen Beitrag zur Sicherstellung der Finanzierung der lokalen/regionalen und landesweiten Fensterprogramme leisten. Bemessungsgrundlage hierfür ist die Anzahl der Fernsehhaushalte in Bayern. Auf dieser Grundlage standen im Jahr 2013 4,256 Mio. € zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 3,4 Mio. € auf die lokalen Fensterangebote (Vorjahr 3,37 Mio. €).

Die Finanzzuwendungen von Sat.1 an die landesweiten Fernsehfenster im Programm von Sat.1 wurden nach der Neufassung der Finanzierungsbeitragsrichtlinie auf den Finanzierungsbeitrag von Sat.1 angerechnet, soweit dadurch die Finanzierung aller landesweiten Fensterangebote im Programm von Sat.1 insgesamt sichergestellt ist.

13,5 Mio. € → 37,1 %

Werbung *

8,4 Mio. € → 23,0 %

Sonstige Erlöse *

3,405 Mio. € → 9,3 %

Finanzierungsbeitrag RTL

0,150 Mio. € → 0,4 %

Sonstige Fördermaßnahmen

2,0 Mio. € → 5,5 %

Art. 23 Produktionskostenförderung BLM

9,0 Mio. € → 24,7 %

Art. 23 Verbreitungskosten

39,9 %

Einnahmen aus Förderbeiträgen

* BLM Schätzung
Quelle: BLM

Die BLM beobachtet die von ihr genehmigten Programme, um die Einhaltung von Zulassungsvoraussetzungen und Programmgrundsätzen, von Vorgaben des Art. 23 BayMG sowie von Jugendschutz-, Werbe- und Gewinnspielbestimmungen zu überprüfen.



Insgesamt wurden 352
Sendestunden quantitativ
bzw. qualitativ beobachtet.

Programmbeobachtung

Standardbeobachtung

Im Rahmen der Standardbeobachtung werden, um die Einhaltung von Zulassungsvoraussetzungen und Programmgrundsätzen bzw. insbesondere die Erfüllung von Vorgaben des Art. 23 BayMG zu überprüfen, in regelmäßigen Abständen Berichte über die von der Landeszentrale zugelassenen Programme verfasst. Grundlage dieser Untersuchungen sind Stichproben im Umfang von meist einer Woche, die auf Basis des BLM-TV-Codebuchs analysiert werden. Im Jahr 2013 wurden so alle 16 lokalen Sender sowie die beiden bundesweiten Anbieter N24 und das Deutsche Anlegerfernsehen DAF untersucht. Außerdem werden im Rahmen der Standardbeobachtung von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mindestens drei Sendungen qualitativ beobachtet.

Qualitative Beobachtung

Neben der Standardbeobachtung wurden 2013 zusammen weitere knapp 5.000 Sendeminuten qualitativ zur Überprüfung der Einhaltung der Jugendschutz-, Werbe- und Programmrichtlinien beobachtet. Die Sendeminuten verteilten sich dabei auf 34 neue Formate im lokalen und bundesweiten Fernsehen, 24 Sondersendungen im Lokalfernsehen (die sich teilweise über mehrere Sendetage erstreckten) und 17 andere problematische Sendeformate.

2013 wurden 5 Verstöße von TV-Sendern und 3 Verstöße von Telemedien gegen den JMStV beanstandet.

Zusätzlich fand anlässlich der Landtagswahl am 15. September 2013 eine Sonderbeobachtung statt. Hier wurden von den bayerischen Lokalanbietern insgesamt rund 65 Stunden Programm produziert. Sämtliche Live-Sondersendungen am Wahlabend sowie ausgewählte Vor- und Nachberichterstattungen wurden dabei seitens der Landeszentrale qualitativ beobachtet und statistisch ausgewertet.

Darüber hinaus befasste sich die Landeszentrale auch 2013 mit der Bearbeitung von eingegangenen Programmbeschwerden und der Beobachtung von Gewinnspielen (s. Seite 79).

Jugendschutz

Die Landeszentrale beobachtet die von ihr genehmigten Fernsehprogramme sowie die Internetangebote, deren Anbieter ihren Sitz in Bayern haben, im Hinblick auf die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV).

Um speziell lokale Rundfunkanbieter auf ihre Verantwortung für den Jugendmedienschutz hinzuweisen und auch bei der rechtskonformen Gestaltung ihrer Internetpräsenz bzw. Sendermediatheken zu unterstützen, lud die Landeszentrale die Geschäftsführer der privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter in Bayern Anfang 2014 zu einem Gespräch zum Jugendschutz ein.

Vorabkontrolle

Anhand der Programmankündigungen kontrolliert die Landeszentrale bereits im Vorfeld der Ausstrahlung Sendungen der von ihr zugelassenen bundesweiten Fernsehsender kabel eins, münchen.tv, münchen.2, Tele 5, N24, Sky, ANIXE, TNT FILM und MGM. Geprüft wird, ob die Platzierung von Spielfilmen oder Serien gemäß den jeweiligen Altersfreigaben erfolgt ist.

Überprüfung nach Ausstrahlung

Filme und sonstige Sendungen, die keine Altersfreigabe der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) erhalten haben, die aber aufgrund des Titels oder Ankündigungstextes problematische Inhalte vermuten lassen, werden aufgezeichnet und gesichtet. Dies betrifft neben den Programmen von Kabel 1, münchen.tv, münchen.2, Sport1, Tele 5, N24 und ANIXE auch die digitalen Programme von SKY bzw. die über diese Plattform verbreiteten Angebote wie MGM, TNT FILM, TNT Serie und Discovery Channel sowie

das über die Kabel Digital-Plattform der Kabel Deutschland ausgestrahlte Angebot History. Kontrolliert wird auch die Jugendschutzvorsperre, bei deren Verwendung für digital verbreitete Programme des privaten Fernsehens vom JMStV abweichende Sendezeitgrenzen erlaubt sind. Darüber hinaus wird bei Spielfilmen, aber auch bei Serien, die Einhaltung der Schnittauflagen überprüft, soweit diese Voraussetzung für eine niedrigere FSK-Freigabe waren. Damit wird den Anbietern die Möglichkeit eröffnet, die Filme vor der für die originäre Altersfreigabe zulässigen Sendezeit auszustrahlen.

Im Jahr 2013 wurden insgesamt 56 Filme (Vorjahr: 77 Filme), deren ursprüngliche Fassungen von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert worden waren, daraufhin überprüft, ob sie in einer für das Fernsehen zulässigen Fassung ausgestrahlt wurden. Die Tendenz ist damit weiterhin stark rückläufig.

Prüfzahlen Rundfunk

Insgesamt konnten im Jahr 2013 die Verfahren zu fünf Rundfunkfällen aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen werden. In allen fünf Fällen stellte die KJM Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV fest. Die Landeszentrale beanstandete diese Fälle.

Die Verfahren zu vier weiteren Fällen sind noch offen.

Prüfzahlen Telemedien

Im Bereich Telemedien wurden 2013 insgesamt fünf Fälle aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale von der KJM abschließend bewertet.

In drei Fällen wurden Verstöße gegen den JMStV festgestellt: davon verstieß ein Fall gegen das Pornographieverbot nach § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 JMStV. Dabei war seitens des Anbieters nicht sichergestellt, dass das Angebot nur Erwachsenen zugänglich gemacht wird (geschlossene Benutzergruppe), da kein oder ein unzureichendes Zugangssystem verwendet wurde. In einem weiteren Internetangebot wurden rechtsextremistische Inhalte verbreitet, etwa in Form von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen z. B. auf Waren in Online-Shops oder als ausländerfeindliche Äußerungen in den Foren einschlägiger politischer Vereinigungen im Internet (unter anderem Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Nr. 2 und 4 JMStV). Im dritten Fall wurde eine Entwicklungsbeeinträchtigung im Hinblick auf Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren festgestellt (§ 5 Abs. 1 i. V. m. Abs. 3 und 4 Satz 2 JMStV). In diesem Fall wurde ein Beitrag aus einer Fernsehsendung inhaltsgleich in einer Online-Mediathek eines privaten Fernsehanbieters gezeigt. In diesen Fällen hat die Landeszentrale die von der KJM beschlossenen Maßnahmen gegen die verantwortlichen Anbieter umgesetzt. Dabei handelte es sich um Beanstandungen und Untersagungen sowie Bußgeldverfahren.

In einem Fall, in dem die KJM keinen Verstoß gegen den JMStV feststellen konnte, stellte die Landeszentrale das Verfahren ein.

In einem Fall stellte die Landeszentrale nach Entscheidung durch die KJM das Verfahren ein, da das Angebot nicht mehr abrufbar war.

Die Verfahren zu 14 weiteren Fällen sind noch nicht abgeschlossen.

Werbung

Gemäß Art. 11 Satz 2 Nr. 1 BayMG hat die BLM in den von ihr zugelassenen Programmen für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages zu sorgen. Dies erfüllt die Landeszentrale im Rahmen ihrer dauerhaften Programmbeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen bundesweiten, landesweiten und lokalen Fernsehanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden, sowie im Rahmen von regelmäßigen Programmanalysen. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Die Aufsicht und Entscheidungen über bundesweite Fernsehprogramme erfolgen dabei im Zusammenwirken aller Landesmedienanstalten.

Im Jahr 2013 hat die Landeszentrale bei insgesamt 102 ausgestrahlten Sendungen/Programnteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 26 Verdachtsfälle betrafen das nationale Fernsehen, acht Fälle das landesweite und 68 Fälle das lokale Fernsehen. Von den 26 Fällen im nationalen Fernsehen betrafen 21 die Werbedauer, die auch in mehreren Programmbeschwerden problematisiert wurde. In den das landesweite Fernsehen betreffenden Fällen wurden überwiegend Kennzeichnungsprobleme von Dauerwerbesendungen thematisiert. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle im lokalen Fernsehen lag mit 31 Fällen ebenfalls bei möglichen Verstößen gegen die Vorgaben zur Kennzeichnung von Dauerwerbesendungen.

Von Belang für die Werbeaufsicht und die künftige Aufsichtspraxis waren 2013 unter anderem folgende Entwicklungen und Aspekte:

Eine relativ neue Werbeform stellt die sogenannte virtuelle oder digitale Produktplatzierung dar. Dabei handelt es sich um ein technisches Verfahren, mit dem in der Postproduktion oder auch weit nach der ersten Ausstrahlung einer Sendung das Bildmaterial dahingehend manipuliert werden kann, dass entweder im Bild sichtbare Produkte durch andere ersetzt oder zusätzliche Produkte im Bild platziert werden. Damit ist es z.B. möglich, ein mehrere Jahrzehnte altes Fernsehformat mit aktuellen Produkten zu bestücken oder auch nach Ausstrahlungszeitpunkt, Sender oder Verbreitungsweg differenziert Produkte zu integrieren.

Um den werberechtlichen Status dieser relativ neuen Werbeform zu klären, befasste sich eine Arbeitsgruppe der Fachreferenten Werbung der Landesmedienanstalten mit der Thematik. Der Begriff „virtuelle Produktplatzierung“ bringt zum Ausdruck, dass sich die neue Werbeform im Spannungsverhältnis zweier Werbeformen, nämlich der „virtuellen Werbung“ und der Produktplatzierung, bewegt. Neben der Frage nach der grundsätzlichen Zulässigkeit wurde insbesondere diskutiert, ob die Regelungen zur virtuellen Werbung, wie sie etwa bei der Übertragung von Sportveranstaltungen eingesetzt wird, oder die Vorgaben zur Produktplatzierung Anwendung finden müssten. Als Ergebnis des Abstimmungsverfahrens innerhalb der ZAK wurde festgehalten, dass virtuelle Produktplatzierungen möglich sein können, aber die Anforderungen, die an Produktplatzierungen gestellt werden, erfüllen müssen.

102

Bei 102 Sendungen/Programnteilen wurde ein Anfangsverdacht gg. Werbebestimmungen festgestellt.

Am 10. April 2013 wurde dem Medienrat der BLM zum fünften Mal ein ausführlicher Werbebericht vorgelegt. Dessen Berichtszeitraum beginnt am 1. August 2012 und endet am 31. Dezember 2013. In dem Bericht sind alle Werbeverdachtsfälle, gegliedert nach Fallgruppen, beschrieben. Der Medienrat hatte am 26. Mai 2009 beschlossen, dass jährlich aktualisiert ein solcher Bericht vorgelegt werden soll. Mit dem fünften Werbebericht wurde der Berichtszeitraum nun dem des Geschäftsberichts angepasst. Zudem wurden Struktur und Konzept des Berichts modifiziert und dabei ein stärkerer Schwerpunkt auf die Darstellung aktueller Themen und Entwicklungen der Werbeaufsicht gelegt.

7 Beanstandungsbescheide wg. Verstößen gg. die Gewinnspielregeln wurden 2013 rechtskräftig.

Gewinnspiele

Auf Grundlage der Gewinnspielsatzung, können die Medienanstalten Verstöße gegen die Gewinnspielregeln mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro ahnden.

Anwendungs- und Auslegungsregeln zur Gewinnspielsatzung geben den Anbietern eine noch bessere Orientierung für die inhaltliche Gestaltung der Gewinnspielsendungen. Um die Einhaltung der Gewinnspielsatzung seitens der lizenzierten Anbieter zu kontrollieren, werden von der Programmbeobachtung der Landeszentrale zufällig ausgewählte Gewinnspielsendungen gesichtet und konkreten Hinweisen durch Zuschauerbeschwerden nachgegangen.

Häufiger Beschwerdegrund sind dabei nach wie vor der vermeintliche Schwierigkeitsgrad der Spiele, die (geringe) Chance auf ein „Durchgestelltwerden“ in die Sendung, aber auch das Verhalten von Moderatoren, wenn es um das Verlesen von Hinweispflichten gem. §§ 10, 11 der Gewinnspielsatzung geht.

Aufgrund festgestellter Verstöße gegen die Gewinnspielsatzung im Jahr 2012 hat die Landeszentrale entsprechende Bußgeldbescheide in Höhe von knapp 30.000 Euro zugestellt. Gegen diese wurde allerdings Einspruch eingelegt, so dass die Vorgänge im Verlauf des Jahres 2013 an die Staatsanwaltschaft übergeben wurden.

Im Falle von sieben zugestellten Beanstandungsbescheiden wurden innerhalb der Frist ebenfalls Rechtsmittel eingelegt. Die Anfechtungsklagen beim Bayerischen Verwaltungsgericht München wurden jedoch wieder zurückgezogen, so dass diese Beanstandungsbescheide im Jahr 2013 rechtskräftig wurden.

82 Überblick Fördermaßnahmen 2013**83 Technische Förderung**

83 Hörfunk

84 Fernsehen

85 Film- und Fernsehförderung**86 Programmförderung****87 Medienforschung****93 Aus- und Fortbildung**

93 BLM Fortbildungsworkshops

94 Aus- und Bildungsprogramme

97 Medienpädagogik

98 Projekte und Initiativen

101 Fachtagungen und Workshops

102 Medienpädagogische Forschung

103 Förderung nach Art. 23 BayMG103 Verwendung der Mittel
gem. Art. 23 BayMG

104 Programmausschuss

104 Betrauungen

105 Information

105 Publikationen

107 Internet

108 Social Media

108 Veranstaltungen

113 Archiv und Dokumentation

Die Fördermaßnahmen der Landeszentrale für private Hörfunk- und Fernsehangebote sowie für die Mediennutzer erstrecken sich über viele verschiedene Bereiche. Dazu zählen insbesondere die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen, die Programmförderung, die Medienforschung, die Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich sowie die Medienpädagogik. Der Finanzierungsbeitrag der bundesweiten Veranstalter für die TV-Fensterprogramme wird von der Landeszentrale festgesetzt und an die lokalen/ regionalen Anbieter verteilt. Im weiteren Sinn zu den Fördermaßnahmen zählt zudem die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bei Gesamtaufwendungen von 29.012,1 Mio. € wurden 2013 47,8 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

	T€	%-Anteil
Programmförderung	927,5	3,2
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,2
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.256,0	14,6
Förderung technische Infrastruktur und Technischer Betrieb/Entwicklung	1.766,3	6,1
Medienforschung	749,9	2,6
Ausbildungsförderung	894,1	3,1
Medienpädagogik	628,7	2,2
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	142,7	0,5
Öffentlichkeitsarbeit	1.000,6	3,4
Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM Anteil	2.000,0	6,9
Summe	13.865,8	47,8

Die Schaffung von stabilen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern sowie die Förderung innovativer Rundfunktechnologien ist das Ziel der Technischen Förderung der Landeszentrale. Darüber hinaus soll durch die Unterstützung innovativer Rundfunkübertragungssysteme eine nachhaltige Entwicklung für den Rundfunk in Bayern gesichert werden.



Im Jahr 2013 wurden aus dem BLM-Haushalt insgesamt 1.420 T€ zur Verfügung gestellt (Vorjahr: 1.798 T€). Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 9 Mio. € für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote.

Hörfunk

Standortoptimierung

Zur technischen Optimierung der bestehenden analogen und digitalen Netze wurde im Jahr 2013 eine Förderung in Höhe von 116 T€ von der BLM vergeben.

Für Versorgungsanalysen und -messungen für UKW- und DAB-Netze wurden Fördermittel in Höhe von 144 T€ ausgereicht.

Gemeinnützige Anbieter (UKW/DAB-Hörfunk)

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die technischen Infrastrukturkosten der zwei Aus- und Fortbildungsradios in Nürnberg und München i. H. v. 80 Prozent gefördert (insgesamt 88 T€).

Die gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feierwerk e.V. und Radio Horeb (München) wurden 2013 mit 64 T€ gefördert. Die Förderung wurde entsprechend der gültigen Richtlinie an die gemeinnützigen Programme ausgeschüttet. Für gemeinnützige Anbieter, deren Programme über UKW und DAB ausgestrahlt werden, beträgt die Förderquote 80 Prozent. Gemeinnützige Anbieter, die nur einen terrestrischen Verbreitungsweg nutzen, erhielten im Jahr 2013 eine Förderung i. H. v. 40 Prozent.

Förderquote in %


Gemeinnützige Anbieter



lokaler UKW-Hörfunk



landesweiter DAB-Hörfunk

lokaler/regionaler
DAB-Hörfunk**Lokaler UKW-Hörfunk**

Die technische Verbreitung von lokalem UKW-Hörfunk wurde 2013 mit 86 T€ (Vorjahr 280 T€) gefördert. Auf Grund der Haushaltssituation musste diese Förderung deutlich abgesenkt werden. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 4.2 Mio. € ergibt sich eine Förderquote von insgesamt ca. 2 Prozent. Gefördert wurden sieben der insgesamt 39 Betriebsgesellschaften, die über durchschnittlich hohe Infrastrukturkosten hatten, um so einen Strukturausgleich zwischen den Regionen zu schaffen. Die Infrastrukturförderung erreichte lediglich bei zwei dieser Betriebsgesellschaften einen Anteil von mehr als 10 Prozent der Netzkosten.

Digitalradio

Für die Förderung der DAB-Netze (ohne gemeinnützige Programme, s.o.) standen 2013 Mittel in Höhe 887 T€ (Vorjahr 1.036 T€) zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 2.032 T€ (Vorjahr 2.065 T€) ergibt sich eine Gesamtförderquote von ca. 44 Prozent.

Für die landesweiten DAB-Programme fielen im Jahr 2013 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.498 T€ an. Für die landesweiten Netze wurden Fördermittel in Höhe von 539 T€ ausgereicht (Förderquote: ca. 36 %).

Im Bereich der regionalen DAB-Netze beliefen sich die Fördermittel auf insgesamt 348 T€. Damit lag die Förderquote für regionale DAB-Anbieter im Jahr 2013 bei ca. 65 Prozent der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 534 T€. Dabei erhalten regionale DAB-Anbieter ohne eine UKW-Verbreitung in Bayern eine Förderquote von ca. 70 Prozent und regionale DAB-Anbieter mit einer UKW-Verbreitung in Bayern von ca. 56 Prozent. Die Förderung kann durch Ausstrahlung von Zusatzdiensten verbessert werden

Zusätzlich wurde für die Anschaffung von DABplus-Encoder für regionale DAB-Programme eine Sonderförderung i.H.v. 35 T€ von der Landeszentrale gewährt.

Fernsehen

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2013 nur durch Fördermittel gesichert werden. Dies wurde über die Förderung gemäß Art. 23 BayMG aus dem bayerischen Staatshaushalt finanziert. Gefördert werden dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betrauten Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren. 2013 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote Kosten in Höhe von 9.452 T€ (Vorjahr 4.248 T €), die mit 9.000 T€ (Vorjahr ca. 3.815 T€) gefördert wurden. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahr resultiert größten Teils aus einem deutlichen Kapazitätsausbau bei der Satellitenverbreitung:

465 T€ (Vorjahr 493 T€)Leitungskosten für die Heranführung
der Fernsehprogramme**110 T€** (Vorjahr 78 T€)Kabeleinspeisekosten
der TV-Programme**135 T€** (Vorjahr 135 T€)

Kosten der Schaltzentrale

8.066 T€ (Vorjahr 3.109 T€)für die digitale Satellitenverbreitung
(DVB-S) der Fernsehangebote**224 T€** (Vorjahr 0 T€)

Verbreitung über DVB-T



Zur Förderung nach Art. 23
BayMG s.a. Seite 103 f.

Der FFF Bayern ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Zu den Gesellschaftern gehören der Freistaat Bayern, die BLM, der BR, das ZDF und die privaten Fernsehanbieter ProSiebenSat.1 und RTL. Gefördert werden die Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen sowie die Entwicklung qualitativ hochwertiger, pädagogisch und kulturell wertvoller Computerspiele.

Die Landeszentrale hat 2013 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt. Damit erbringt sie die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) in Art. 11 Satz 2 Nr. 13 vorgesehene Förderung freier, mittelständischer Film- und Fernsehproduktionen. Die Förderung trägt dazu bei, die Leistungsfähigkeit der bayerischen Filmproduzenten zu stärken. Darüber hinaus wird damit ein Beitrag zur Vielfalt der deutschen und europäischen Filmkultur erbracht. Die Mittel werden nach der Richtlinie des Film-FernsehFonds Bayern GmbH (FFF) vergeben.

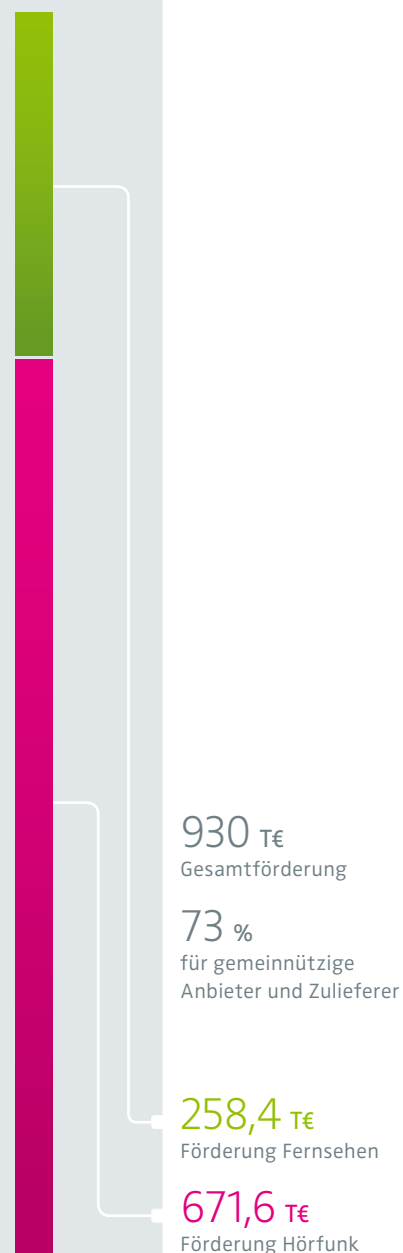
Der Präsident der Landeszentrale gehört dem Aufsichtsrat des FFF an. Außerdem benennt die Landeszentrale ein Mitglied für den Vergabeausschuss, der über die Auswahl der geförderten Projekte in jährlich fünf Sitzungen entscheidet. Die BLM ist zudem im Vergabeausschuss Games vertreten, der zweimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielebereich entscheidet.

Im Jahr 2013 wurde das Schwerpunktthema „Energie und Umwelt – Nachhaltige Entwicklungen in der Region“ im Rahmen der Möglichkeiten der Programmförderung der Landeszentrale besonders berücksichtigt. Für das Schwerpunktthema wurden ca. 10 Prozent des Gesamtfördervolumens verwendet. Etwa 73 Prozent (ca. 676 T€) der Fördermittel wurden für gemeinnützige Anbieter und Zulieferer eingesetzt.

Das Gesamtfördervolumen im Jahr 2013 betrug rd. 930 T€. Davon entfielen auf Hörfunkbeiträge ca. 671,6 T€ und auf Fernsehbeiträge ca. 258,4 T€. Eingereicht wurden 87 Anträge (74 Hörfunk, 13 Fernsehen) zur Förderung von Programmangeboten mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt von 41 verschiedenen Anbietern bzw. Zulieferern. Für 61 Sendungen von 35 Anbietern bzw. Zulieferern genehmigte der Medienrat eine Förderung.

Im Hörfunk wurden 55 Sendungen von 29 verschiedenen Anbietern bzw. Zulieferern gefördert. Die durchschnittliche Fördersumme pro Programmangebot betrug im Hörfunk ca. 12 T€.

Im Fernsehen wurden sechs Sendungen von sechs Anbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote oder Angebote, die in kleinen BK-Netzen oder im Internet verbreitet werden und keine Herstellungsförderung nach Art. 23 BayMG erhalten. Die durchschnittliche Summe für geförderte Fernsehsendungen betrug ca. 43 T€, wobei der Zuschuss für die einzelnen Anbieter jedoch recht unterschiedlich ausfiel und zwischen ca. 6 T€ und 150 T€ pro Anbieter lag.





Im Rahmen ihrer Aufgaben nach dem BayMG hat die BLM auch im Jahr 2013 medien- und kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten dienen der BLM insbesondere als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in der Trägerschaft der BLM angebotenen Rundfunkprogramme. Insgesamt wurden im Jahr 2013 Finanzmittel in Höhe von rund 750 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Media Analyse

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e.V. (AG.MA) die Interessen des bayerischen Lokalfunks in dieser von den Medien, den Werbeagenturen und Werbung Treibenden gemeinsam getragenen Einrichtung. Die Daten der Media Analyse (ma) ermöglichen einen Vergleich der Werbeträgerleistung der Senderkombinationen der bayerischen Lokalstationen mit den landesweiten und überregionalen Hörfunkprogrammen und somit die Berücksichtigung des Lokalfunks in den Streuplänen der national tätigen Werbung Treibenden und Werbeagenturen. Zudem stellen die Ergebnisse die Grundlage für die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar. Im Rahmen der ma 2013 Radio wurden bundesweit ca. 67.000 Computer gestützte Telefon-Interviews (CATI) durchgeführt.



Ergebnisse der MA 2013
Radio II s. Seite 42

Fernsehforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK Fernsehforschung zur Verfügung, die v.a. im Hinblick auf programminhaltliche und Konzentrationsrechtliche Fragen genutzt werden, aber auch zur Analyse der Angebotsstruktur im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen sowie zur Bewertung von Programmkonzepten. Zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben nach dem Rundfunkstaatsvertrag erhält die KEK als zuständiges Organ der Landesmedienanstalten von der BLM monatlich eine Übersicht über die aktuellen Zuschaueranteile der Fernsehprogramme.

Nielsen NetRatings

Zur Beobachtung der Entwicklung des Internets als Mediengattung und Werbeträger im Verhältnis zu den klassischen Medien haben die Landesmedienanstalten auf Initiative der BLM einen Vertrag zur Nutzung der Daten von Nielsen NetRatings abgeschlossen. Auf der Grundlage dieser Daten erstellt die BLM einen monatlichen Bericht zur Internetnutzung in Deutschland, der allen Landesmedienanstalten zur Verfügung gestellt wird.

Funkanalyse Bayern 2013

Die Funkanalyse Bayern stellt den lokalen Hörfunkanbietern als Ergänzung zu den Ergebnissen der Media Analyse aktuelle Reichweitenergebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet zur Verfügung. Darüber hinaus bilden die Ergebnisse der Funkanalyse die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse beim lokalen Hörfunk.

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2013 wurden von Januar bis März 2013 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 22.491 Personen ab 10 Jahre erhoben und ausgewertet. Darüber hinaus wurden in diesem Zeitraum 12.752 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern durchgeführt. Die Bewertung der lokalen und landesweiten Fernsehprogramme durch die Zuschauer wurde in einer Stichprobe von 5.334 Personen ab 14 Jahren erhoben. Zur Datenerhebung im Hörfunk- und Fernsbereich wurden jeweils computergestützte Telefon-Interviews (CATI) eingesetzt, um so eine besonders differenzierte Erfassung des Radiohörens sowie eine besonders gute Ausschöpfung mobiler Zielgruppen zu ermöglichen.

Wie in den Vorjahren wurde die Konzeption des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die rund 80 Auftraggeber der Studie von der BLM ausgearbeitet. Die beteiligten Hörfunk- und Fernsehunternehmen haben im Rahmen der von der Landeszentrale veranstalteten Arbeitskreise Zuschauer- und Hörerforschung die Möglichkeit, ihre Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern einzubringen. Einschließlich der Kosten für die Erhebung der Hörfunknutzung der 10 bis 13-jährigen Kinder wurden für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2013 erbrachten Basisleistungen 1,45 Mio. Euro aufgewendet (2012: 1,50 Mio. €). Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2013 auf 38 Prozent. Für Fallzahlaufstockungen und zusätzliche Leistungen im Zusammenhang mit der Funkanalyse Bayern 2013 wurden von der BLM weitere 38 T€ aufgewendet.

Gestützte Erhebung der DAB/DAB+-Programme im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2013

Die im Jahr 2012 erstmals im Rahmen eines Methodentests durchgeführte gestützte Abfrage aller DAB-Sender wurde auch im Jahr 2013 fortgeführt. Dabei wurden in einer repräsentativen Teilstichprobe von 4.000 Interviews der Funkanalyse Bayern 2013 alle bundesweiten, landesweiten und lokalen DAB-Angebote zusätzlich zu den bisher abgefragten UKW- und DAB-Sendern gestützt abgefragt, d.h. durch Vorlesen des Sendernamens und -slogans. Die Studie hatte zum Ergebnis, dass bei einer gestützten Abfrage signifikant höhere Weitesten Hörerkreise und Tagesreichweiten für die DAB-Angebote gemessen



Näheres zu den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2013 s. Seite 41, 43 und 73.

Programm-Monitor Bayern

sen wurden. Die Reichweiten der „UKW-Sender“ werden durch die gestützte Abfrage der DAB-Sender im Normalfall nicht negativ beeinflusst. Durch die längere Interviewdauer steigen allerdings die Datenerhebungskosten und die Gefahr von Interviewabbrüchen.

Sekundärauswertungen Hörfunk

Aus den im Rahmen der Funkanalyse erhobenen Daten erstellte die Landeszentrale für alle lokalen Hörfunksendegebiete in Bayern Grafikreports. Zusammen mit weiteren Berechnungen, die ein spezielles Auswertungsprogramm ermöglicht, geben diese der BLM und ihren Gremien wesentliche Entscheidungshilfen bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen Hörfunkkonzepts in Bayern.

Sekundärauswertungen Fernsehen

Auf der Grundlage der in der Funkanalyse erhobenen qualitativen Daten stellte das von der Landeszentrale beauftragte Münchner Forschungs- und Beratungsunternehmen GGmedia die wichtigsten Ergebnisse für die lokalen Fernsehsender in Bayern zusammen. Wesentliche Aspekte hierbei waren das Informationsinteresse der Bürger, die Akzeptanz der Angebote und das Image der lokalen Fernsehsender. Die ausführlich als Management Report aufbereiteten Programmanalysen sollen den Sendern helfen, das Programm für den Zuschauer zu optimieren.

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2013 wurden 25 lokale und drei landesweite Hörfunkprogramme (Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3) inhaltlich untersucht. Die Stichprobe umfasste die Morgenschiene (6:00 Uhr bis 9:00 Uhr) an drei Wochentagen. Dabei wurde jedes Programmelement mit Ausnahme der Musik nach formellen und inhaltlichen Kriterien codiert und klassifiziert.

Mit Hilfe des Programm-Monitors kann die inhaltlich-formale Positionierung der bayerischen Lokalprogramme im Vergleich zu den landesweiten Konkurrenzprogrammen nach einem einheitlichen Schema dargestellt werden. Durch den Vergleich mit besonders erfolgreichen Lokalprogrammen und unter Einbezug der quantitativen und qualitativen Ergebnisse der Funkanalyse wurden in Workshops mit den Programmverantwortlichen Empfehlungen für Veränderungen im Programm erarbeitet.

Web-Radio Monitor

Web-Radio-Monitor 2013

↘ 2.851
Webradios

− 6,7%

Mobile Nutzungsmöglichkeiten sind wichtig für den Webradiomarkt.

📱 25 %
der Abrufe
erfolgen mobil

Bereits zum fünften Mal erhob Goldmedia im Auftrag der BLM eine umfassende Analyse zum Webradiomarkt. Gemäß dem „Web-Radio-Monitor 2013“ gab es 2013 in Deutschland 2.851 Webradios. Damit sank die Zahl der Webradios nach schnellem und stetigem Wachstum bis zum Jahr 2011 (3.055 Webradios) zum zweiten Mal hintereinander.

Gehört werden Webradios von 47 Prozent der bayerischen Bevölkerung. Mindestens 35 Prozent hören ein Internetradio mindestens ein Mal in der Woche. Die Nutzung von Webradios nahm damit gegenüber dem letzten Jahr leicht zu. Im Gegensatz zu UKW-Radios werden Webradios weiterhin vor allem abends gehört.

Immer wichtiger für den Webradiomarkt sind mobile Nutzungsmöglichkeiten über Handy und Tablet-PC. Rund ein Viertel der Abrufe erfolgen mittlerweile über mobile Endgeräte. Nach Prognosen der Veranstalter dürfte bis 2015 schon jeder dritte Abruf mobil stattfinden. Große Erwartungen bestehen auch an das Streaming im Auto. Die Anbieter gehen davon aus, dass sich das Web-radio-Streaming im Auto bereits in den nächsten drei Jahren deutlich erhöhen wird. Über die Hälfte der Veranstalter rechnet auch mit einer wachsenden Bedeutung der sozialen Netzwerke für die Webradionutzung.

Allerdings können sich weiterhin nur ca. zwei von fünf Webradios über Werbeeinnahmen finanzieren. So sind auch nur rund 25 Prozent der Webradios mit der Rentabilität ihres Angebotes zufrieden. Dies sind vier Prozent weniger als letztes Jahr. Dennoch sprechen Vermarkter und andere Experten von einer zunehmenden Professionalisierung der Branche und steigender Nachfrage durch die werbetreibende Industrie. Hoffnung auf Verbesserung der wirtschaftlichen Situation machen geplante Reichweitenstudien und neue Planungstools der Vermarkter.

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2012/2013

Die Erhebung der Beschäftigungs- und Wirtschaftsdaten aller deutschen Rundfunkunternehmen einschließlich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde als Gemeinschaftsprojekt von zehn Landesmedienanstalten unter Federführung der BLM durchgeführt. Mit der Datenerhebung für den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk und mit der Berichterstattung für den Fernseh-bereich wurde die Goldmedia GmbH beauftragt. Die Hörfunk-Berichterstattung wurde durch den Fachjournalisten Guido Schneider abgefasst.

Die Studie liefert ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft und ermöglicht die Analyse ihrer Entwicklung seit der Jahrtausendwende auf Basis von Zeitreihendaten.

Die Studie liefert ein umfassendes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft für die Jahre 2011 und 2012 und ermöglicht zudem die Analyse ihrer Entwicklung seit der Jahrtausendwende auf Basis von Zeitreihendaten. Zusätzlich zur Bundesebene stellen eigene Länderkapitel die wirtschaftliche Lage des Rundfunks in den jeweiligen Zuständigkeitsgebieten der beteiligten Landesmedienanstalten dar. Wie in der Vorgängerstudie wurden auch die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2013, die Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage des eigenen Unternehmens sowie der Branche insgesamt erfasst.

Nach der aktuellen Erhebung betrugen die Gesamterträge im dualen Rundfunksystem in Deutschland im Jahr 2012 (ohne Teleshopping und Deutsche Welle) rund 15,7 Mrd. Euro. Gegenüber dem Jahr 2010 entspricht dies einem Wachstum von 2,3 Prozent. Die Entwicklung verläuft sehr unterschiedlich: Während das private Fernsehen mit einem Zuwachs von sieben Prozent deutlich zulegen kann, ist das Wachstum im Hörfunk mit drei Prozent eher moderat. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ist eine stagnierende bis rückläufige Ertragsentwicklung festzustellen. Die strukturelle Entwicklung des Rundfunks im dualen System wird weiter auf der Agenda bleiben. Die vorliegende Studie liefert eine fundierte Grundlage für die Diskussion über die Fortentwicklung sowohl bundesweit als auch in den Ländern.

Relevanz der Medien für die Meinungsbildung

Wie schon in den Jahren 2009 und 2011 wurde auch im Jahr 2013 die Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ von TNS Infratest im Auftrag der BLM durchgeführt. Zielsetzung der Untersuchung ist die Ermittlung des Gewichts der Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen, Zeitschriften und Internet für die Meinungsbildung der Bevölkerung in Deutschland. Zu diesem Zweck wurden die Tagesreichweiten erhoben, die auf informative Zwecke entfallen, sowie die individuelle Wichtigkeit der einzelnen Mediengattungen als Informationsquelle zum Zeitgeschehen. Grundgesamtheit der Studie ist die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland; das entspricht 70,2 Mio. Personen ab 14 Jahren.

Die Datenerhebung erfolgte im Rahmen einer bundesweit repräsentativen CATI-Mehrthemenbefragung mit 3.050 Interviews. Die Befragung wurde die im März 2013 erstmals als sogenannte Dual-Frame-Telefonbefragung durchgeführt, d.h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern.

MedienVielfaltsMonitor

Ziel des MedienVielfaltsMonitors ist die Messung der Meinungsmacht und Medienkonzentration.

Die Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ ist auch ein zentraler Bestandteil des MedienVielfaltsMonitors der BLM. Die BLM hat den MedienVielfaltsMonitor entwickelt, da im bestehenden fernsehzentrierten Medienkonzentrationsrecht das durch die Konvergenz der Medien und das Internet veränderte Angebot und Nutzungsverhalten für die Messung von Meinungsmacht unberücksichtigt bleiben. Der MedienVielfaltsMonitor stellt die für die Meinungsbildung relevanten Medien vernetzt dar und ist ein übergreifender empirischer Ansatz zur Messung von Meinungsmacht und Medienkonzentration in Deutschland. Er basiert auf neutral erhobenen Reichweitendaten im Rahmen der im Medienmarkt anerkannten und regelmäßig durchgeführten Studien von AGF/GfK, agma und den Nielsen Net-Ratings in Verknüpfung mit dem empirisch erhobenen Meinungsbildungsgewicht der Mediengattungen und den Beteiligungsgrößen der Anbieter. Die Vernetzung der jeweils empirisch erhobenen Reichweiten- und Gewichtsdaten sowie der Beteiligungsdaten zur Darstellung der Meinungsrelevanz der Medienunternehmen im MedienVielfaltsMonitor wird von der BLM vorgenommen. Der MedienVielfaltsMonitor ermöglicht einen hohen Grad an Transparenz über die Meinungsrelevanz einzelner Medien und Medienunternehmen in Deutschland.

Durch die Mitgliedschaft der BLM in der agma verfügt die BLM über die regelmäßigen Reichweitendaten des Hörfunks und der Printmedien. Die TV-Daten der GfK werden über die AGF-Lizenz der BLM und die Internet-Daten über die gemeinsame Nielsen-Lizenz der DLM bezogen.

Location-based Services

Die BLM hat im Jahr 2013 die Studie „Location-based Services 2013. Vorstudie zu Angeboten, Nutzung und lokalen Werbemarktpotenzialen ortsbezogener mobiler Dienste in Deutschland“ durchgeführt und im Rahmen der Local Web Conference 2013 erste Ergebnisse präsentiert. Die Analyse wurde von Goldmedia durchgeführt. Die Studie basiert auf einem umfangreichen Desk Research und Expertengesprächen mit Dienstleistern und Branchenvertretern. Die Studie weist ein breites Angebotsspektrum, steigende Nutzungszahlen und großes Wachstumspotenzial aus. In Deutschland wurden 181 Anbieter von Location-based Services (kurz LBS) identifiziert.

Nach Art. 11 Satz 2 Nr. 3 des BayMG hat die BLM „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Für den Bereich Aus- und Fortbildung wurden 2013 finanzielle Mittel in Höhe von fast 900 T€ aufgewendet.

BLM Fortbildungsworkshops

19

Workshops mit

232

Teilnehmern

Die Landeszentrale hat im Jahr 2013 19 Workshops für Volontäre und Jungredakteure des privaten Rundfunks in Bayern durchgeführt. Schwerpunkte der Veranstaltungen, die von insgesamt 232 Teilnehmern besucht wurden, waren die Vermittlung journalistischer und technischer Grundkenntnisse sowie die inhaltliche Auseinandersetzung mit bestimmten Themen. So wurden 16 Workshops für Mitarbeiter von lokalen Fernsehstationen durchgeführt, wobei die Workshops gebündelt in Grundkursen für TV-Volontäre mit jeweils acht 2-tägigen Workshops angeboten wurden. Außerdem gab es zwei Workshops für die Mitarbeiter lokaler Hörfunkstationen. Der Workshop „Social Media im Lokalfunk“ konnte von Mitarbeitern aller bayerischen Programmanbieter besucht werden.

Die Workshops fanden in München, Nürnberg, Kulmbach, Regensburg, Passau und Deggendorf statt.

Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind

- Veranstaltung eigener Fortbildungsworkshops
- Organisation und Weiterentwicklung der Aus- und Fortbildungskanäle (afk)
- Finanzielle Förderung bestehender Ausbildungsinstitutionen

Beteiligt ist die Landeszentrale an den folgenden Aus- und Fortbildungsinstitutionen

- Akademie der Bayerischen Presse (ABP)
- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- Mitträgerschaft an der Hochschule für Fernsehen und Film (HFF), München
- Mitgliedschaft im MedienCampus Bayern, der die Aus- und Fortbildung in Medienbereichen koordiniert

Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielt 2013, die im Aus- und Fortbildungsbereich tätige Organisation

- Medien-Praxis für die Organisation von Workshops mit dem Themenschwerpunkt „Hörfunk“ und eines Grundkurses für Hörfunk-Volontäre

Aus- und Fortbildungsprogramme

Auf Initiative der BLM wurde mit Gründung der gemeinnützigen AFK GmbH die Voraussetzung für die Inbetriebnahme der drei Aus- und Fortbildungsprogramme in Bayern geschaffen.

Die Aus- und Fortbildungsprogramme Radio afk max, Radio afk M94.5 und afk tv sind Plattformen für die Medienmacher von morgen. In eigenen Sende- und Produktionsstudios kann der Mediennachwuchs „on air“ erste Erfahrungen in Journalismus und Produktion sammeln und mit neuen Programmformaten experimentieren. Die Vor-Ausbildung ist breit angelegt und setzt dabei einen besonderen Blick auf Online-Medien als cross- und transmediale 360°-Schnittstelle. Daneben ist die medienpädagogisch begleitete Programmarbeit einzelner angegliederter Jugendredaktionen ein weiterer fester Bestandteil dieses Aus- und Fortbildungsprojekts.

Das praxisorientierte Konzept hat sich längst erfolgreich bewährt. Viele Absolventen haben durch grundlegende journalistische und technische Erfahrungen wie auch redaktionelle Verantwortung schnell neue interessante berufliche Aufgaben übernommen, sowohl in privaten wie auch in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen.

Hörfunk München: afk M94.5

afk M94.5 und BR Klassik kooperierten 2013 beim Projekt „Austauschradio“.

■ Programm

Unter dem Titel „Austauschradio“ hat Radio afk M94.5 mit den Kollegen von BR-Klassik zwei jeweils einstündige Sendungen produziert, die live zunächst aus dem Studio von afk M94.5 und eine Woche später aus einem Studio des BR gesendet wurden. Die Redaktionen präsentierten ein Musikangebot, das sich aus beiden Repertoires zusammensetzte und dennoch als ein Ganzes wahrgenommen werden konnte.

Hörfunk Nürnberg: afk max

Um weiterhin fit für die Zukunft zu bleiben, präsentiert afk M94.5 sich und sein Programm nun auch über diverse Online- und Social-Media-Kanäle, so etwa seine Beiträge, Reportagen und Interviews zum Nachhören über SoundCloud, Videos auf YouTube und Fotos von Gästen, Interviewpartner sowie eigenen Veranstaltungen, Partys und Konzerten auf Flickr.

Auch namhafte Auszeichnungen haben einige Mitglieder der Redaktion erhalten: So den BLM Hörfunkpreis in der Kategorie „Unterhaltung“ und den „Campus Europa Preis“ beim Campus-Radio-Tag in Köln.

■ Ausbildung

Das vielfältige Kursangebot bietet die gewohnte Palette der journalistischen und technischen Ausbildungseinheiten. Neben dem Ausbau der Online-Präsenz war und ist die Umsetzung eines Multimedia-Arbeitsplatzes in Planung. Zentrale Ausbildungselemente sollen hier die Betreuung der Social-Media-Kanäle, die Verbreitung von Inhalten auf diversen Plattformen, die Videoproduktion und Bildbearbeitung sowie das Live-Streaming und die Live-Berichterstattung von Unterwegs sein.

Im Jahresverlauf umfasste die Münchner Radiolehrredaktion durchschnittlich rund 180 Studenten. Daneben waren 2013 knapp 50 Praktikanten in der Wort- und Musikredaktion wie auch Technik aktiv. Als Schnupperpraktikanten hat afk M94.5 weitere neun Schüler in die Arbeit einer Radioredaktion eingeführt. Viele ehemalige Redaktionsmitglieder haben im Berichtszeitraum eine Tätigkeit oder Medienausbildung bei öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern begonnen.

■ Programm

Im Frühjahr 2013 ist eine umfassende Programmreform in Kraft getreten. Das Tagesprogramm ist nicht mehr in einzelne Sendungen unterteilt, sondern in Sendestunden. Damit ist das starre Sendeschema aufgebrochen und sehr flexibel geworden. So können nun besonders viele Praktikanten erste Moderationserfahrung sammeln. Auch die medienpädagogischen Jugendmagazine „Free Spirit“ und „Funkenflug“ haben teilweise neue Sendeplätze. Insbesondere der „Funkenflug“ nutzt den Montagabend verstärkt für Live-Sendungen. Ein kleines Team erfahrener jugendlicher Radiomacher findet so unter medienpädagogischer Anleitung einen Einstieg in die Live-Moderation.

Auch der Sommer stand ganz im Zeichen der aktiven Radioarbeit von Kindern und Jugendlichen. Beim Schulradiotag von Schulradio Bayern konnten Schülerinnen und Schüler in einem „gläsernen Studio“ ein betreutes Live-Schulradio ausprobieren, das heuer auch erstmals live auf afk max gesendet wurde.

Seit November 2013 sendet nun auch das Bamberger Uniradio „Uni-Vox“ auf afk max.

■ Ausbildung und Kooperationen

Mit Radio Energy in Nürnberg wurde die Zusammenarbeit deutlich intensiviert. Insgesamt zweimal im 2. Halbjahr waren alle Praktikanten jeweils einen halben Tag bei Radio Energy zu Vorstellungsrunden und Workshops.

Bereits zum 15. Mal war das „Stadtradio Nürnberg“ bei afk max zu Gast, eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit der BR-Ausbildungsredaktion. Im Rahmen des BR-Volontärsradios erproben sich die Volontäre landesweiter ARD-Rundfunkanstalten eine Woche live auf den Frequenzen von afk max.

afk max bot beim Schulradiotag 2013 ein betreutes Live-Schulradio zum Ausprobieren an.

Die Beteiligung in der Radiolehrredaktion war 2013 besonders hoch. Insgesamt waren 67 Praktikanten in Voll- und Teilzeit sowie 23 Schnupperpraktikanten aktiv dabei. Und auch die berufliche Laufbahn nach dem Praktikum bleibt weiter erfolgversprechend: viele ehemalige Redaktionsmitglieder haben im Berichtszeitraum eine Tätigkeit oder Medienausbildung bei öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern begonnen.

Fernsehen München: afk tv

■ Programm

In Kooperation mit dem MedienCampus Bayern, der Hochschule Ansbach und der Hubertus-Altgeld-Stiftung wurde bei afk tv die „Eliteförderung Videojournalismus“ gestartet. Diese studien- oder berufsbegleitende Fortbildung für Videojournalismus richtet sich an Bewerber, die sich durch besondere journalistische, produktionstechnische oder akademische Leistungen ausgezeichnet haben. Während der Fortbildung pilotieren und produzieren die Stipendiaten ein bayernweit einsetzbares TV-Jugendmagazin.

Stipendiaten der „Eliteförderung Videojournalismus“ produzieren bei afk tv ein TV-Jugendmagazin.

□ Neugestaltung der Website

Neben den programmlichen Aktivitäten war bei afk tv vor allem auch die Neugestaltung der Website ein wichtiges Projekt. Starttermin war im Januar 2013. Die Website ist für die Wiedergabe auf mobilen Geräten optimiert. Inhaltlich konzentriert sich die Website auf Bewegtbildinhalte und OnDemand-Videos. Durch diese verbesserte Sichtbarkeit der TV-Beiträge entsteht eine Plattform, von der afk tv als Ganzes und auch die Vereinsmitglieder vom Nebeneinander ihrer Filme profitieren.

□ Produktionen für die LMU München

afk tv ist zudem der technische Dienstleister für die Online-Kurse „Massive Open Online Courses (kurz: MOOC)“, die die LMU München auf der Plattform Coursera bereitstellt. Im Jahr 2013 wurden 170 Clips mit über 1.600 Minuten Gesamtlänge hergestellt, die drei Millionen Mal abgerufen wurden.

■ Ausbildung

Beim neuen Content-Management-System (CMS) wird auf ein weit verbreitetes freies System gesetzt. So werden die Praktikanten nicht mehr auf einer Insellösung trainiert, sondern lernen den Umgang mit einem CMS, das sie in anderen Unternehmen vorfinden werden und auch für ihre eigenen Blogs nutzen können. Neben intensiven Kursen zu Kamera, Schnitt, Ton, Licht, Studio- und Regietechnik etc. finden Workshops zu Moderation, Recherche, Medienrecht, Jugendschutz und Dramaturgie statt.

Im Berichtszeitraum haben rund 50 Vollzeit- und 30 Schülerpraktikanten in der TV-Lehrredaktion mitgearbeitet. Eine Vielzahl hat im Anschluss eine weiterführende Ausbildung bei professionellen Medienunternehmen und renommierten Ausbildungsinstituten oder ein Medien-Hochschulstudium aufgenommen.

Medienkompetenz zu vermitteln und Medienpädagogik zu fördern, gehören zu den gesetzlich festgeschriebenen Aufgaben der BLM. Sie setzt sich seit vielen Jahren mit vielfältigen medienpädagogischen Maßnahmen und Projekten für einen verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit Medien durch Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene ein. Im Jahr 2013 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 630.000 € aufgewendet.

Zusätzlich gab die BLM über die bayerischen Aus- und Fortbildungskanäle zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Chance, den kompetenten Umgang mit den Medien Hörfunk und Fernsehen zu erlernen (s. Seite 94 ff.).

Begleitet wird die medienpädagogische Arbeit der Landeszentrale von dem 1994 gegründeten Forum Medienpädagogik, das sich insbesondere mit Inhalten, Methoden und Rahmenbedingungen der Medienpädagogik als gesellschaftliche Aufgabe befasst.

Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2013

19 Medienräte der BLM

8 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunk

23 Vertreter folgender Institutionen

- Aktion Jugendschutz
- Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- Bayerisches Landesjugendamt (BLJA)
- Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit
- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
- Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration
- Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst
- Deutsches Jugendinstitut e.V. (DJI)
- Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern
- Evangelische Medienzentrale
- FWU – Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht
- Hochschule München
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
- JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
- kabel eins
- Katholisches Büro Bayern
- Landesmediendienste Bayern e.V.
- Pädagogisches Institut der Landeshauptstadt München (PI)
- Staatsinstitut für Frühpädagogik (IFP)
- Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB)

Projekte und Initiativen

In eigener Regie

„In eigener Regie“ ist eine Gemeinschaftsinitiative der BLM und des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Ihr Ziel ist es, junge Nachwuchstalente in Bayern zur aktiven und kreativen Auseinandersetzung mit Medien zu ermuntern und bereits aktive Jugendmediengruppen zu unterstützen. Das Projekt richtet sich an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene bis 22 Jahre. Bayerische Kinder- und Jugendmediengruppen werden bei der Umsetzung ihrer Produktionen finanziell, fachlich und medienpädagogisch unterstützt. Das Förderprogramm existiert seit 1991.

Im 22. Förderzeitraum von April 2012 bis März 2013 wurden 22 Gruppen junger Medienmacher gefördert, dadurch entstanden vier Audio-, fünf Multimedia- und dreizehn Videoproduktionen. Bei der Abschlussveranstaltung am 2. und 3. März 2013 an der Hochschule Augsburg im Campus am Roten Tor trafen sich die rund 150 beteiligten Jugendlichen, um ihre produzierten Filme, Hörspiele und multimedialen Beiträge zu präsentieren. Dabei erhielten sie von ausgewählten Experten aus verschiedenen Medienbereichen konstruktive Rückmeldungen zu ihren Produktionen und praktische Tipps für die Zukunft. Die Abschlussveranstaltung wurde von den lokalen Radio- und Fernsehanbietern Radio Fantasy, egoFM und a.tv unterstützt.

In eigener Regie
Förderzeitraum 2012/2013

4

Audioproduktionen

5

Multimedia-
produktionen

13

Videoproduktionen

Programmberatung für Eltern e.V. – FLIMMO und FLIMMO-Fachportal Medienerziehung

Mitglieder des gemeinnützigen Vereins Programmberatung für Eltern e.V. sind 13 Landesmedienanstalten und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmratgebers „FLIMMO“, der sich an Eltern und Erziehende richtet. Der FLIMMO enthält Einzelgesprächen kinderrelevanter Fernsehsendungen sowie Tipps rund um die Fernseherziehung in der Familie. Das zusätzliche Online-Angebot „FLIMMO-Fachportal Medienerziehung“ richtet sich verstärkt an professionell Erziehende.

Seit dem Anfang Mai 2013 erschienenen Ausgabe wird der FLIMMO als Länderausgabe herausgegeben. Die einzelnen Landesmedienanstalten haben dabei die Möglichkeit, Teile wie die Rückseite der Broschüre inhaltlich individuell zu gestalten, um z.B. auf medienpädagogische Aktivitäten im jeweiligen Bundesland hinzuweisen. Als weiterer Verbreitungsweg neben der Broschüre wurde eine Anwendung für mobile Endgeräte (App) entwickelt, die seit Mitte 2013 für das mobile Betriebssystem iOS erhältlich ist. Zusätzlich wird eine Version für Android-Geräte programmiert. Die FLIMMO-App wird von Eltern sehr gut angenommen und hat bereits eine Auszeichnung erhalten: Ende 2013 wurde sie mit der von der Zeitschrift „ELTERN family“ vergebenen „Giga-Maus“ prämiert.



FLIMMO-App
erhielt 2013
die Auszeichnung
Giga-Maus
der Zeitschrift
ELTERN family.



Anlässlich des zehnjährigen Jubiläums wurde der Internet-ABC-Zukunftstag veranstaltet.

Im September 2013 wurde auch die Überarbeitung des Online-Angebots von FLIMMO abgeschlossen. Neben der Verbesserung des Nutzungskomforts und der übersichtlicheren Darstellung der Inhalte finden Eltern nun schnelleren Zugang zu den Sendungsbesprechungen. Ein weiteres Angebot hat der FLIMMO gemeinsam mit der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) entwickelt. Zum Safer Internet Day 2014 (s. a. Seite 102 und 111) wurde das große Medien-Quiz unter www.medienquiz.de gestartet. Mit dem MedienQuiz können Familien gemeinsam ihr Wissen rund um Medien testen und Neues hinzulernen. Ziel ist es, auf spielerische Weise Medienkompetenz zu fördern.

Internet-ABC

Das Projekt „Internet-ABC“ ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten. Es widmet sich seit 2001 mit dem Portal www.internet-abc.de der Medienerziehung im Grundschulalter. Das Portal bietet leicht verständliches Basiswissen zu Themen wie Apps, Computerspiele, Soziale Netzwerke und Jugendschutz. Lehrkräfte erhalten zudem gezielte Anregungen zur Einbindung des Internets in den Unterricht. Als neues Fördermitglied trat die Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der Katholischen Hochschule Mainz der Initiative 2013 als Vertreter der Katholischen Kirche bei.

2013 feierte das Internet-ABC sein zehnjähriges Jubiläum. Im Rahmen dessen lud es sogenannte „Digital Natives“ und erfahrene Internet-Experten zum „Internet-ABC-Zukunftstag“ am 30. September 2013 nach Düsseldorf ein, um über das Internet der Zukunft zu spekulieren und zu diskutieren. Vorab wurden bundesweit Kinder im Alter von fünf bis zwölf Jahren mit einem Ideenwettbewerb dazu aufgefordert, das Internet der Zukunft zu erfinden. Bundesweit nahmen rund 150 Schulen am Wettbewerb teil.

Die Initiative veröffentlichte eine kostenlose Computerspiele-App mit Spielertipps zur mobilen Orientierung für Eltern beim Spieleeinkauf. Die kostenlose App enthält über 800 Empfehlungen, die nach Genres und Konsolensystemen sowie dem Alter des Kindes sortiert werden können. Weiteres wichtiges Thema 2013 war das Smartphone in der Hand von Kindern und in diesem Zusammenhang vor allem die Sensibilisierung der Eltern für Datenschutz, Urheber- und Persönlichkeitsrechte. Zu diesem Zweck hat die Initiative auf ihrer Internetseite zahlreiche Informationen und Tipps bereitgestellt.

Stiftung Zuhören

Die BLM setzt sich seit der Gründung der Stiftung Zuhören im Jahr 2002 als Mitstifter für das Entstehen einer Zuhörerfreundlichen Gesellschaft ein. Der kontinuierliche Ausbau und die Verbreitung des Hörclub-Projekts ist nach wie vor das Hauptanliegen der Stiftung. Bis Ende 2013 konnten alleine durch die Hörclubs rund 50.000 Kinder und Jugendliche erreicht werden. Bundesweit wurden 2.500 Schulen als Kooperationspartner der Stiftung gewonnen und 4.000 Fortbildungen für Multiplikatoren durchgeführt. Daneben widmete sich die Stiftung Zuhören 2013 weiteren Projekten, wie z.B. „Hörbilder im Schlossmuseum Weimar“, ein Audioguide für Jugendliche, der in Kooperation mit MDR Figaro und der Klassikstiftung Weimar entstand. Gemeinsam mit Schulen und bayerischen Kulturpartnern entwickelte die Stiftung Zuhören eine eigene App von Jugendlichen für Jugendliche. Die kostenlose App „Bayern hören“ bietet über 100 Audio- und Videodateien für Museumsbesuche und Stadtrundgänge in allen bayerischen Regierungsbezirken. Daneben veröffentlichte die Stiftung in zwei Büchern („Ganz Ohr für das, was zählt“ und „HörensWert in Kitas und Schulen“) ihre Erfahrungen von bereits in Kindertagesstätten, Kindergärten und Schulen durchgeführten Projekten. In Hessen startete zu Beginn des Schuljahres 2013/2014 das Schulradio-

projekt „tat:funk“ und am NDR-Unterrichtsprojekt „Hörspiel in der Schule“ konnten insgesamt 100 Schulen aus dem Sendegebiet des NDR in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern teilnehmen.

Auch konnte sich die Stiftung Zuhören erneut in mehreren Wettbewerben behaupten. Das in Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildungsarbeit und dem Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks entstandene Projekt „Wie klingt Geschichte? Auf Spurensuche in München“ wurde 2013 zweifach ausgezeichnet. Es ist sowohl Preisträger des „Kinder zum Olymp!-Wettbewerbs – Schulen kooperieren mit Kultur 2012/2013 der Kulturstiftung der Länder“ als auch des „Junge Ohren Preis 2013“ in der Kategorie „Musik und Medien“.

Schulradio Bayern

„Schulradio-Bayern“ ist ein Projekt der BLM mit den Partnern Stiftung Zuhören und „tat:funk“ (Stiftung Zuhören). Das Projekt ermöglicht Schülerinnen und Schülern sowie ihren Lehrkräften seit 2002 Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge aus Schulradioprojekten auf der Plattform www.schulradio-bayern.de zu veröffentlichen. Hörerinnen und Hörer von Schulradio-Bayern können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

2013 waren rund 110 Schulen mit knapp 1.000 Radiobeiträgen auf www.schulradio-bayern.de on Air. Die Plattform bleibt damit eine beliebte Anlaufstelle für bayerische Schulradios. Beim

Schulradiotag am 24. Juli 2013 im Rundfunkmuseum Fürth haben 150 Schülerinnen und Schüler teilgenommen. Angeboten wurden verschiedenen Workshops für die Altersstufen der 5. bis 7. sowie der 8. bis 12. Klassen. Inhalte der Workshops waren u.a. „Moderationstechniken“, „Produzieren mit dem Smartphone“ oder auch „Musikplanung“ sowie das „Live-Radio“ oder die „QR-Code Rallye“. Kooperationspartner waren u.a. das Rundfunkmuseum und das Medienzentrum Parabol. Zum Abschluss des Schulradiotages wurde der Schulradiopreis verliehen.

Als Starterpaket für Lehrkräfte in Bayern hat die BLM 2013 in Zusammenarbeit mit dem Medienpädagogen Danilo Dietsch die Schulradiobox entwickelt. Sie ist sowohl für Grundschulen als auch für weiterführende Schulen geeignet und bietet technisches Equipment, Software sowie rechtliche, radiojournalistische und organisatorische Informationen, die Schulradiogruppen den sofortigen Start in die Radioarbeit ermöglichen.

1.000

Radiobeiträge von 110
Schulen liefen 2013 auf
www.schulradio-bayern.de

Weitere Projekte

- **Prix Jeunesse International**
ein internationales Fernsehfestival für Kinder und Jugendprogramme
- **Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich**
eine Auswahl pädagogisch wertvoller Filme für Kinder im Vorschul- und Grundschulalter
- **Schulradiocoachnetzwerk**
Unterstützung für Schulradioprojekte
- **tat:funk**
ein Schulradioprojekt zur Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns in der Schule
- **Hört Hört!**
ein Festival und Hörwettbewerb im fränkischen und südbayerischen Raum für junge Hörbegeisterte

Fachtagungen und Workshops

Arbeitsgruppen und Initiativen

- **Lenkungsgruppe Medienkompetenz und Arbeitsgruppe Medienführerschein Bayern**
- **Wertebündnis Bayern**
ein Zusammenschluss von über 100 Bündnispartnern zur Stärkung des Wertebewusstseins in Bayern
- **Ein Netz für Kinder**
eine Initiative des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) zur Schaffung von einem sicheren Surfraum für Kinder
- **Dialog Internet – Aufwachsen mit dem Netz** eine Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
- **ELTERNTALK**
ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt des Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- **Erfurter Netcode**
eine Auszeichnung für kindgerechte Internetseiten
- **GamesLab**
ein Praxis- und Forschungsprojekt für den verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Spielen
- **Stiftung Bildungspakt Bayern**
bietet Kooperationsprojekte von Wirtschaft und Schulen zur Verbesserung der Bildungsqualität

Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Das Smartphone ist heute im Alltag von Kindern und Jugendlichen omnipräsent: sich über Aktuelles informieren, Freundschaften und Liebesbeziehungen pflegen, online spielen. Die 19. Fachtagung des Forums Medienpädagogik „Nicht ohne mein Smartphone – Der multimediale Alleskönner in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen“ widmete sich dieser Thematik und vermittelte, wie Kinder und Jugendliche ihren Alltag mit dem Smartphone erleben und welche Chancen und Risiken dies bergen kann. Vorträge zu aktuellen wissenschaftlichen Befunden vermittelten Einblicke in die umfangreichen Funktionen aktueller Smartphones und die jugendliche Kommunikationskultur. Die Workshops am Nachmittag zeigten vielfältige Möglichkeiten auf, Smartphones in die aktive und kreative Medienarbeit zu integrieren, und gaben konkrete Tipps für den pädagogischen Alltag an die Hand.

Die Teilnahme an der Fachtagung, die am 24. Oktober 2013 stattfand, war für die rund 180 Teilnehmenden kostenlos und wurde wie bereits in den Vorjahren vom Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst in das Fortbildungsportal FIBS aufgenommen. Damit konnte den anwesenden Lehrkräften eine Freistellung vom Unterricht erteilt werden.

Fortbildung Medienkompetenz

In 14 verschiedenen Workshops lernten rund 150 Studierende der Kirchlichen Fachakademie für Sozialpädagogik Regensburg am 12. und 13. November 2013 spielerische Möglichkeiten der aktiven Medienarbeit mit Kindern kennen. So entstanden digitale Daumenkinos, raffinierte Trickfilme mit Knetanimationen, spannende Hörspiele und Vieles mehr. Wie viel Spaß die Teilnehmenden bei der Produktion hatten und mit welchem Engagement

Ziel der Fortbildungsveranstaltung ist es, ein aktuelles Thema der Medienpädagogik in den Fokus zu rücken und dazu Anregungen und Tipps für die medienpädagogische Praxis zu vermitteln.

sie bei den Workshops dabei waren, zeigte sich bei deren Abschlusspräsentationen. Ergänzt wurde das praktische Angebot unter anderem durch theoretische Einführungen, z.B. zum Jugendmedienschutz. Bei der Durchführung der für die Studierenden kostenlosen Veranstaltung arbeitete die BLM organisatorisch mit dem Medienzentrum München (MZM) des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, dem Medienzentrum Parabol e.V., der Medienfachberatung Oberpfalz sowie der Stiftung Zuhören zusammen. Die Veranstaltung wurde von der Stadt Regensburg sowie den lokalen Sendern, dem Funkhaus Regensburg und TVA Ostbayern, unterstützt.

Schulungen mit Multiplikatoren zum Thema Nutzerschutz

Durch die Umstrukturierung der BLM und die Einrichtung eines neuen Bereichs Medienkompetenz und Jugendschutz zum 1. April 2013 wurde dem hohen Beratungsbedarf zum Thema Nutzerschutz und dessen Bedeutung Rechnung getragen. Die BLM übernimmt hier unter anderem die Schulung von Multiplikatoren wie Lehrern, aber auch die Schulung von Referenten zu den Themen Datenschutz und Urheberrecht.

Safer Internet Day

„Teilen, vernetzen, liken“ – die Veranstaltung zum Safer Internet Day in der BLM am 5. Februar 2013 stand ganz im Zeichen des Medienhandelns Jugendlicher im Web 2.0. Bereits zum achten Mal beteiligte sich die Landeszentrale am alljährlichen Aktionstag der EU-Initiative „klicksafe“ zur Sicherheit im Netz.

Zentraler Programmpunkt war die Präsentation der vierten Teilstudie aus der von der BLM beim JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Auftrag gegebenen 5. Konvergenzstudie zum Online-Medienhandeln Jugendlicher. Die Veranstaltung markierte gleichzeitig auch den Abschluss der im Dezember 2007 begonnenen Gesamtstudie. Dr. Ulrike Wagner

und Niels Brüggemann vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis stellten vor rund 100 interessierten Teilnehmerinnen und Teilnehmern die zentralen Ergebnisse der Studie vor. Anhand einer Reihe von Fallbeispielen veranschaulichten sie das Handlungsrepertoire Jugendlicher im Alter zwischen 13 und 17 Jahren in Sozialen Netzwerken und gingen dabei auf die verschiedenen Facetten der Identitätsarbeit Jugendlicher im Web 2.0 ein. Bei der anschließenden Podiumsdiskussion wurde über Chancen und Risiken des Medienhandelns Jugendlicher in Sozialen Netzwerken diskutiert.

Medienpädagogische Forschung

Im Mittelpunkt der medienpädagogischen Forschung stehen seit über zwei Jahrzehnten die von der Landeszentrale beim JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Auftrag gegebenen Konvergenzstudien. Die Konvergenzstudien untersuchen die Medienaneignung von Heranwachsenden in der konvergenten Medienwelt und deren Auswirkungen auf die Medienkompetenz und souveräne Lebensführung der Heranwachsenden. Die vierte und letzte Teilstudie wurde im Rahmen des Safer Internet Day 2013 präsentiert (siehe oben). Die Gesamtergebnisse der 5. Konvergenzstudie erschienen in der Schriftenreihe der BLM (s.a. Seite 105). Die als Langzeitstudie angelegte 5. Konvergenzstudie erforschte im Untersuchungszeitraum von 2007 bis 2012 das Medienhandeln Jugendlicher im Web 2.0.

Mit der 4. Teilstudie wurde die Konvergenzstudie zum Online-Medienhandeln Jugendlicher abgeschlossen. Die als Langzeitstudie angelegte 5. Konvergenzstudie erforschte im Untersuchungszeitraum von 2007 bis 2012 das Medienhandeln Jugendlicher im Web 2.0.

Die seit 1. Januar 2008 bestehende Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten aus staatlichen Mitteln gemäß Art. 23 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) wurde mit der Novellierung des BayMG im November 2012 mit Modifikationen bis Ende 2016 fortgeschrieben. So stehen staatliche Mittel für die technische Verbreitung der Angebote zur Verfügung. Die Förderung der Programmherstellung erfolgt aus dem Haushalt der Landeszentrale.

Die Fördermittel werden für die von der BLM genehmigten bayerischen Anbieter von lokalen/regionalen Fernseh- und Spartenprogrammen eingesetzt, die originär über Kabel und Satellit verbreitet werden. Damit wird eine gleichwertige Versorgung mit diesen Fernsehangeboten in Bayern ermöglicht sowie zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit dieser Programme beigetragen.

Zur Erlangung der Fördermittel müssen die Anbieter u.a. Finanzpläne bei der Landeszentrale einreichen. Die Zuwendungen für die technischen Verbreitungskosten je Sender werden in Abhängigkeit der betrauten zu den gesamten Sendezeiten und den angefallenen Verbreitungskosten ermittelt. Die Förderung der Produktionskosten je Anbieter erfolgt auf Basis der förderfähigen Sendezeiten, die gegenseitig in Relation gebracht und auf die zur Verfügung stehenden Mittel bezogen werden. Nach Ablauf des Geschäftsjahres müssen die Anbieter einen Verwendungsnachweis gegenüber der Landeszentrale führen, der einen wirtschaftlichen und programmlichen Nachweis enthält. Im Ergebnis können anteilig die Produktionskosten sowie in großem Umfang die Kosten der technischen Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehangeboten gefördert werden.

Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2013 partizipierten 16 Haupt- und neun Spartenanbieter an der Förderung. Es standen ca. 11,00 Mio. € zur Verfügung. Hiervon stammten aus dem bayerischen Staatshaushalt 9,00 Mio. €, und aus dem Stammhaushalt der BLM 2,00 Mio. €. Für die Verbreitung über Kabel und Satellit sind 2013 ca. 9,45 Mio. € angefallen, hiervon wurden ca. 95,22 Prozent für betraute Programmanteile gefördert.

Darüber hinaus erhielten die förderfähigen Anbieter für die von ihnen zu tragenden Pro-

grammkosten i.H.v. 28,69 Mio. € noch Zuschüsse. Diese Förderung betrug bei den Hauptanbietern ca. 1,20 Mio. €, somit bei Programmkosten i.H.v. 27,23 Mio. €. durchschnittlich 6,6 Prozent, und bei Spartenanbietern ca. 0,8 Mio. €, somit bei Programmkosten i.H.v. 1,46 Mio. € ca. 54,66 Prozent.

Die Verteilung der eingesetzten Mittel erfolgt nach der Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fördersatzung – FöS) vom 17. Dezember 2007. Insgesamt wurden im Jahr 2013 die Mittel i.H.v. ca. 11,00 Mio. € eingesetzt (s. Grafik).

Programmausschuss

Art. 23 Abs. 2 Satz 2 BayMG in der ab 1. Januar 2008 geltenden Fassung normiert als Voraussetzung für die Betrauung lokaler und regionaler Fernsehanbieter mit der Erstellung vielfältiger und qualitätsvoller Fernsehangebote eine plurale gesellschaftsrechtliche Zusammensetzung des Anbieters, die keinem Gesellschafter einen beherrschenden Einfluss in den Organen der Gesellschaft ermöglicht, oder die Einrichtung eines Programmausschusses. Für die Fälle, in denen die gesellschaftsrechtlichen Voraussetzungen nicht erfüllt wurden, kam eine Betrauung nur in Betracht, weil die Anbieter dem Programmausschuss des Medienrats für die Dauer der Betrauung unwiderruflich das Recht zur Festlegung verbindlicher Leitlinien des Programms einräumen und sich verpflichten, Vorgaben im Einzelfall zur Wahrung der Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt des Programms umzusetzen.

Der Programmausschuss des Medienrats war für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Aschaffenburg, Würzburg und Schweinfurt sowie Passau, Landshut und Südostoberbayern zuständig. Die Zuständigkeit für das Versorgungsgebiet Landshut entfiel durch die Neuorganisation zum 1. Juli 2013.

Satzungsgemäß tagte der Programmausschuss 2013 viermal. Die Sitzung am 21. Februar 2013 verband der Programmausschuss mit einem Besuch beim Anbieter in Schweinfurt. Hier informierte sich der Programmausschuss insbesondere über die redaktionelle Arbeit des Anbieters. Die Sitzungen am 6. Mai, am 2. Oktober und am 28. November 2013 fanden in der Landeszentrale statt.

Betrauungen

Sämtliche Betrauungen sind aktuell bis 31. Dezember 2016 befristet

11,0 Mio. €
Gesamtförderung
davon:

2,00 Mio. €
Förderung der Programm-
herstellung

9,00 Mio. €
Technische Verbreitung
der Programme

Publikationen

Die BLM hat 2013 insgesamt 86 Pressemitteilungen veröffentlicht. Davon thematisieren 40 Entscheidungen des Medienrats, Veranstaltungen der Landeszentrale werden in 13 Pressemitteilungen dokumentiert. Die Ergebnisse der Sitzungen des Medienrats einschließlich der Berichte des Präsidenten und des Vorsitzenden des Medienrats wurden in sechs BLM-Infos zusammengefasst.

BLM-Schriftenreihe

Die BLM-Schriftenreihe wurde 2013 mit zwei Bänden fortgesetzt.

Band 101: „Teilen, vernetzen, liken – Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web“. Das Internet mit seinen vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten nimmt in der Lebenswelt der Jugendlichen einen immer größeren Stellenwert ein. Die Bedeutung dieser gesellschaftlichen Entwicklung war Anlass für die BLM, die 5. Konvergenzstudie, deren Ergebnisse im Band 101 der BLM-Schriftenreihe dokumentiert sind, in Auftrag zu geben. Die Studie, die vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis durchgeführt wurde, greift die Verlagerung jugendtypischer Sozialisation in das Web 2.0 auf und geht den Strukturen und Motivationen dieses jugendlichen Medienhandelns nach und schafft damit neue Anknüpfungspunkte für die medienpädagogische Arbeit.

Band 102: „BLM-Symposium Medienrecht 2013: Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit durch staatsfreie untergesetzliche Normbildung“. Bei der Rundfunkgesetzgebung begegnen Demokratiegebot und Parlamentsvorbehalt dem ebenfalls



Veröffentlicht wurden
im Jahr 2013

86

Pressemitteilungen

2

Bände der BLM-Schriften-
reihe

3

Ausgaben der Zeitschrift
tendenz

verfassungskräftigen Prinzip der Staatsferne des Rundfunks. Der Gesetzgeber muss diesen Konflikt lösen. Dabei stellen sich zwei Fragen, die voneinander zu unterscheiden sind: „Wie weitgehend muss der Gesetzgeber regelnd tätig werden?“ und „Wie weit darf der Gesetzgeber mit konkreten Regelungen gehen?“ Das Thema ist nicht nur von großer verfassungsrechtlicher Relevanz, sondern für Regulierer und Regulierte auch von enormer praktischer Bedeutung. Schließlich geht es dabei auch um den Aktionsrahmen der Landesmedienanstalten bei der Ausübung von Richtlinien- und Satzungsermächtigungen.

Tendenz

Jugendschutz und Medienpädagogik sind zwei Seiten einer Medaille. Die Aufgabe des Jugendschutzes ist es, dem Recht Anerkennung zu verschaffen und das Verantwortungsbewusstsein der Medienmacher zu schärfen. Der Jugendmedienschutz bleibt aber ein unzureichendes Instrument ohne die Förderung und Vermittlung von Medienkompetenz. Beides wird jedoch nicht funktionieren ohne ein medienethisches Fundament, auf das sich die Gesellschaft immer wieder neu verständigen muss. Jugendschutz und Medienkompetenz sind das Schwerpunktthema der Tendenz-Doppelnummer 4/2012 und 1/2013.

Mit ein paar Mausklicks im Internet lässt sich heute die weite Welt erkunden. Doch auch wenn unsere schöne neue Medienwelt zum globalen Dorf wird, in dem es kaum Raum- und Zeitgrenzen zu geben scheint, suchen die Mediennutzer nach wie vor „echte Nähe“ und „echte Kommunikation“. Die Globalisierung der Kommunikation überfordert manche Menschen, so dass die traditionellen lokalen Medien – Zeitung, Radio, Fernsehen – über das Vermitteln lokaler Identität ihre Stärken ausspielen können. Mit den Trends in der lokalen Kommunikation setzt sich die Tendenz 2/2013 auseinander, auch um die Konsequenzen für die Zukunft der lokalen Medien und den Lokaljournalismus zu verdeutlichen.

In der vernetzten Fernsehwelt, die durch Begriffe wie Smart-TV, Hybrid-TV und Social TV geprägt wird, geht es um eine Erweiterung des Marktes, der sich durch Apps, Internetanbieter oder Videoplattformen wie Youtube und Netflix gerade rasant wandelt. Die TV-Sender müssen sich deshalb auf eine stärkere Fragmentierung des Marktes und auf einen härteren Kampf um das Zeitbudget der Konsumenten einstellen, die mittlerweile viele Geräte und auch Inhalte parallel nutzen. Welche Konsequenzen sich daraus für Anbieter und Nutzer ergeben, wird in der Tendenz 3/2013 analysiert.

Internet

Die Website der BLM – zu erreichen über www.blm.de – ist ein wichtiges Element im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landeszentrale. Sie informiert Nutzer aus Fachkreisen, Medienschaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürger über die Arbeit der BLM, die Entscheidungen der Gremien sowie neueste Entwicklungen im Medienbereich. Informationen über die privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter in Bayern, die Organisationsstruktur der BLM sowie aktuelle Meldungen stehen dabei im Fokus des Interesses der Nutzer und verzeichnen die höchsten Besucherzahlen. Häufig nachgefragt wird auch der Bereich Medienkompetenz, der Erziehern und Pädagogen wertvolle Tipps für ihre Arbeit sowie entsprechendes Begleitmaterial zum Download bietet. Die Gremienmitglieder der BLM haben die Möglichkeit, in einem Passwort-geschützten Bereich, dem sogenannten „Gremien-Intranet“, Sitzungsunterlagen und Protokolle abzurufen.

Im Jahr 2013 verzeichnete die Website 144.547 Besucher, die 571.721 Page Impressions (PI = Anzahl der Seitenaufrufe) erzeugten. Im Durchschnitt verweilte der Besucher ca. zwei Minuten auf www.blm.de und rief dabei drei Seiten auf.

Die Veranstaltungen der BLM werden auf der Veranstaltungsplattform www.medienpuls-bayern.de beworben. Diese offene Online-Plattform enthält neben den aktuellen Events der BLM auch die Veranstaltungen ihrer Partner am Medienstandort Bayern, die diese dort kostenlos einbringen und selbst einpflegen können. 2013 – im zweiten Jahr ihres Bestehens – verzeichnete die Plattform einen Anstieg der Besucherzahlen um starke 33,5 Prozent. Die Anzahl der Partner erhöhte sich auf 42. Seit Oktober 2013 gibt es einen Flyer, der die Plattform bewirbt.

Das Jahr 2013 stand im Zeichen der vorbereitenden Maßnahmen zu dem für 2014 geplanten Relaunch der BLM-Website. Die Website soll im Hinblick auf Design und mobile Nutzung einer grundlegenden Modernisierung unterzogen werden. In einem Ausschreibungsverfahren setzte sich die Münchner Agentur St. Elmo's Interaction gegenüber zwei weiteren Konkurrenten durch. In die Ausarbeitung des Konzepts und Layouts wurden erstmals auch die einzelnen Bereiche der BLM im Rahmen einer Gruppe von „Online-Beauftragten“ eingebunden. Die Programmierphase durch den Münchner Content-Management-Hersteller „Contens“, mit dem die BLM schon seit 10 Jahren kooperiert, begann Ende Dezember 2013.



144.547
Besucher auf www.blm.de

571.721
Seitenaufrufe

Die BLM bietet über ihre Seite außerdem Zugang zu folgenden Websites:

- www.lokalrundfunktage.de
begleitet den Fachkongress für den lokalen und regionalen Rundfunk
- www.funkanalyse-bayern.de
gibt Aufschluss über Reichweiten von lokalen Hörfunk- und TV-Sendern
- www.schulradio-bayern.de
bietet Jugendlichen eine Plattform zum Radiomachen
- www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de
sensibilisiert bayernweit Kinder und Jugendliche, aber auch Eltern und pädagogisch Tätige für eine kompetente Mediennutzung.

Social Media

Seit 2012 kommuniziert die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) auch über Social-Media-Profilen auf Twitter, Facebook und Google+. Bei Twitter sorgt vor allem die Eventbegleitung dafür, dass die BLM 2013 mit dem Social TV Summit oder auch mit den Lokalfunktagen schon mehrfach in den „trending topics“ auftauchte.

Online ist die Landeszentrale damit auf unterschiedlichen Plattformen präsent, die alle mit der Website www.blm.de vernetzt sind. Nachdem die Online-Kommunikation eine immer wichtigere Rolle in der Pressearbeit spielt und die Möglichkeit zur zielgerichteten Interaktion mit allen Zielgruppen bietet, soll diese künftig kontinuierlich verstärkt werden.

Veranstaltungen

Im Jahr 2013 entwickelte die BLM mit dem Medienforum Ostbayern eine neue Veranstaltungsreihe und mit dem TV Hackday eine innovative Veranstaltung, die sehr Kreatives hervorbrachte. Ebenso wurde der Meet Media Date als Reihe eingeführt. Der im Vorjahr erfolgreich gelaufene Social TV Summit wurde mit doppelt so vielen Teilnehmern fortgesetzt. Darüber hinaus war die BLM auf zwei Regionalmessen mit ihrem Programm „total digital“ vertreten.

Auf den Lokalfunktagen Nürnberg sowie auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2013 präsentierte sich die BLM mit eigenen Ständen. Auf den Medientagen gab es am zweiten Abend auch einen Standempfang (Après Fair) für die Messebesucher.

Medienforum Ostbayern

Gleich zu Beginn des Jahres startete die BLM die neue Veranstaltungsreihe, die sich der Region Ostbayern annimmt und dort eine Plattform für medienpolitische Diskussionen sein soll: Das Medienforum Ostbayern widmete sich dem aktuellen Thema „E-Commerce und Multichannel“ und den Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Handel, den ländlichen Raum und auf die Werbevolumina der lokalen Medien. Die Veranstaltung im Thon-Dittmer-Palast in Regensburg fand guten Anklang und wird im Jahr 2014 fortgeführt.

Meet Media Date

In Kooperation mit der Axel Springer SE, ProSiebenSat.1, Sky und dem BR sowie der Türkischen Gemeinde in Bayern fand am 5. März ebenfalls erstmals der Meet Media Date statt, bei dem sich die Medienunternehmen jungen Studenten und Absolventen im Sitzungssaal der BLM präsentierten und anschließend auch an Ständen für Gespräche zur Verfügung standen. Unter dem Motto „Vielfalt führt und Medienvielfalt beginnt bei den Mitarbeitern“ sollte die Börse insbesondere Absolventen mit Migrationshintergrund Wege in die einzelnen Medienunternehmen aufzeigen, die dann wiederum von der Vielfalt der Bewerber profitieren konnten.

BLM-Foren

■ „Must carry – must offer – must pay: Kabel-Einspeise-Entgelte auf dem Prüfstand“

Ende 2012 hatten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre Einspeiseverträge mit den großen Kabelanlagenbetreibern gekündigt und weigern sich seitdem, für die Kabeleinspeisung Entgelte zu zahlen. Klagen der Kabel Deutschland GmbH (KDG) vor den Zivilgerichten wurden in erster Instanz in mehreren Bundesländern abgewiesen. Die Verfahren werden in zweiter Instanz fortgesetzt. Auch die privaten Rundfunkanbieter warten gespannt auf den Ausgang. Dabei geht es besonders um die Frage, was genau der Rundfunkauftrag beinhaltet, denn die Grundversorgung für die gesamte Bevölkerung hat neben der inhaltlichen eine technische Komponente. Sollte die Kabelverbreitung mit etwa 45 % Anteil am

BLM-Veranstaltungen (sowie Kooperationen mit Dritten)

- **31. Januar**
Medienforum Ostbayern:
„E-Commerce und Multichannel“
in Regensburg
- **05. Februar**
Safer Internet Day: „Teilen, vernetzen, liken – Präsentation der 5. Konvergenzstudie zum Medienhandeln Jugendlicher im Social Web“
- **5. März**
„MeetMediaDate 2013 – Vielfalt führt“ (Axel Springer SE, ProSiebenSat.1, Bayerischer Rundfunk und Sky. Unterstützt: Türkische Gemeinde in Bayern, Integrationsbeauftragter der Bayerischen Staatsregierung, BLM)
- **23. März**
Medientag „total digital“ auf der miba (Mittelbayern-Ausstellung, Ingolstadt)
- **8. April**
Interaktiver Lernparcours (RealityTwist und missio, BLM)
- **19. April**
BLM-Rechtssymposium:
„Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit durch staatsfreie untergesetzliche Normsetzung“
- **22. April**
Landestagung der Arbeitsgemeinschaft Katholischer Frauen Bayerns
- **8. Mai**
MuLa Fachtag 2013: „App App – Hurra?! Neue Wege der Medienbildung“ (Studio im Netz)
- **21. Juni**
„Internet und Ältere“
(Bayerisches Seniorennetzforum)
- **22./23. Juni**
TV Hackday
- **25. Juni**
„2. Deutscher Social TV Summit“
- **9./10. Juli**
Lokalrundfunktage in Nürnberg
- **4. Oktober**
Mainfranken-Messe Würzburg
- **8. Oktober**
11. Augsburger Mediengespräche:
„Skandalisierung in den Medien – Kontrollverlust in der digitalen Welt?“
- **16. – 18. Oktober**
Medientage München
- **24. Oktober**
Fachtagung des Forums Medienpädagogik „Nicht ohne mein Smartphone“
- **27. November**
BLM-Forum „Must carry – must offer – must pay – Kabel-Einspeise-Entgelte auf dem Prüfstand“
- **29. November**
Interdisziplinäre Fachtagung (BLM/JFF) „vernetzt_öffentlich_aktiv – Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen“
- **3. Dezember**
Vorstellung der Studie
„Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“

Anlässlich des TV Hackday wurde die BLM zu einem Ideen-Labor.



Näheres zur Studie finden Sie auf Seite 90f.

gesamten Fernsehempfang nicht dazu gehören? Oder übertragen Must-carry-Vorschriften den Kabelanlagenbetreibern Grundversorgungsaufgaben ohne staatliche Finanzierungsgewährleistung? Können andere Modelle die Interessen der Sender und Kabelnetzbetreiber in Ausgleich bringen? Diese und weitere Fragen der Kabelweiterverbreitung wurden im BLM-Forum „Must carry – must offer – must pay: Kabel-Einspeise-Entgelte auf dem Prüfstand“ am 27. November 2013 erörtert.

■ Präsentation der Studie zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks in Deutschland

Am 3. Dezember wurde in der Hochschule für Philosophie in München die Studie zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks in Deutschland vorgestellt und diskutiert. Mitte 2013 wurde dafür im Auftrag von zehn Landesmedienanstalten bei allen bundesweiten, landesweiten und lokalen/regionalen Fernseh- und Hörfunkanbietern eine Erhebung durchgeführt. Die Studie lieferte ein umfassendes Gesamtbild über die Entwicklung der ökonomischen Lage und Struktur der deutschen Fernseh- und Hörfunkanbieter und schrieb damit die Studienreihe der Landesmedienanstalten fort.

■ BLM-Rechtssymposium

Das Rechtssymposium 2013 erörterte das Thema „Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit durch staatsfreie untergesetzliche Normsetzung“ und bot damit Gelegenheit, die Möglichkeiten und Grenzen untergesetzlicher Normsetzung zur Ausgestaltung der Rundfunkfreiheit näher zu beleuchten und mit einem fachkundigen Publikum lebhaft zu diskutieren.

TV Hackday

Vom 21. bis 23. Juni hat die BLM mit Unterstützung des Mediennetzwerks Bayern zum gemeinsamen „Hacken“ nach München eingeladen. Gekommen sind Programmierer, Designer, TV-Macher, eine Galeristin und Anbieter, die ihre Plattformen zur Verfügung stellten. In neun Gruppen arbeiteten 35 TV-Enthusiasten mit großem Eifer und Spaß ein Wochenende lang an Zukunftsprojekten. Das gemeinsame Ziel war es, an neuen Lösungen im TV-Bereich zu arbeiten und diese zu kreativen Hard- und Softwareprodukten zu entwickeln. Die Räume der BLM glichen ein Wochenende lang einem Ideen-Labor. Am Ende standen fertige Lösungen zum Einsatz bereit. Eine Jury aus Fachleuten kürte das Projekt „Social Media Language“ zum Sieger. Die Projektmitarbeiter hatten die Möglichkeit, ihr Live-Abstimmungstool auf dem 2. Deutschen Social TV Summit zu präsentieren.

Zweiter „Deutscher Social TV Summit“

Social TV ist mehr als Marketing in Sozialen Netzwerken. Die Herausforderung ist es, Nutzer zu binden, sie zu unterhalten und sie zur Interaktion zu animieren. Denn Verlage, Social Networks und Startups konkurrieren mit dem TV um die Aufmerksamkeit. Der 2. Deutsche Social TV Summit gab am 25. Juni 2013 einen Überblick über die Entwicklungen des letzten Jahres und einen Ausblick auf die Chancen und Herausforderungen der nächsten Jahre. Der Summit fand abermals so großen Zuspruch, dass die Räumlichkeiten der BLM nicht mehr ausreichten und auf das Literaturhaus ausgewichen werden musste. Die Reihe soll 2014 fortgesetzt werden.

Medienpädagogik/Medienkompetenz



Nähere Informationen
zum Safer Internet
Day 2013 s. Seite 102

zur Fachtagung des
Forums Medienpädagogik
s. Seite 101

■ Safer Internet Day 2013

Im Rahmen des Safer Internet Day 2013 wurden die abschließenden Ergebnisse der 5. Konvergenzstudie unter dem Motto „Teilen, vernetzen, liken – Jugendliche zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web“ vorgestellt und anschließend in einer Podiumsdiskussion mit der Bedeutung der neuen Erkenntnisse für die medienpädagogische Arbeit verknüpft.

■ Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Die 19. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM „Nicht ohne mein Smartphone – Der multimediale Alleskönner in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen“ vermittelte am 24. Oktober 2013 durch Vorträge zu aktuellen wissenschaftlichen Befunden Einblicke in die umfangreichen Funktionen aktueller Smartphones und die jugendliche Kommunikationskultur.

■ Interdisziplinäre Tagung des JFF und der BLM

Die 9. Interdisziplinäre Tagung des JFF und der BLM mit dem Titel „Vernetzt. Öffentlich. Aktiv. – Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen“ beschäftigte sich mit der Bedeutung mobiler Medien im Alltag von Heranwachsenden. Ziel dieser Tagung war es, aus interdisziplinären Einblicken zur Bedeutung mobiler Medien für die Sozialisation Folgerungen für die medienpädagogische Arbeit in Praxis und Forschung und Aufsicht zu ziehen.

Augsburger Mediengespräche

„Skandalisierung in den Medien – Kontrollverlust in der digitalen Welt?“ war das Thema der 11. Augsburger Mediengespräche 2013, die die BLM in Kooperation mit der Stadt Augsburg und den lokalen Medien veranstaltete. Als Diskutanten kamen der Journalist und Blogger Richard Gutjahr, der Professor für Medienwissenschaft Prof. Dr. Bernhard Pörksen, der Chefredakteur der Augsburger Allgemeinen Zeitung Walter Roller und der Medien- und Kommunikationsberater Michael Spreng. Die Moderation übernahm Silvia Laubacher von a.tv.

Weitere Veranstaltungen

Die BLM öffnete ihre Türen abermals für viele Informationsveranstaltungen anderer Organisationen. So tagte die Arbeitsgemeinschaft Katholischer Frauen Bayerns am 22. April 2013 unter dem Titel „Datenschutz in sozialen Netzwerken – Das hat meine Tochter ins Netz gestellt?!“ Studio im Netz hielt ihren MuLa-Fachtag „Kinder in der Wissensgesellschaft“ unter dem Motto „App App – Hurra?! Neue Wege der Medienbildung“ am 8. Mai in der BLM ab. Missio für life stellte am 8. April in einem Launch Event ihr transmediales Lernerlebnis mit Tablet Games in einer Ausstellung vor. Das Bayerische Seniorennetzwerk veranstaltete in der BLM eine Fachtagung zum Thema „Internet und Ältere“.

2013 war die BLM bei Verbrauchermessen in Ingolstadt und Würzburg präsent.

Medientage „total digital“

Als neue Veranstaltungsreihe hat die BLM 2012 die Initiative „total digital“ ins Leben gerufen. Unter diesem Motto veranstaltet die Landeszentrale gemeinsam mit den lokalen Hörfunk- und Fernsehanbietern Medientage im Rahmen von regionalen Verbrauchermessen. Die Idee ist, die BLM und ihre Arbeit stärker als bisher in allen Landesteilen Bayerns zu präsentieren, gemeinsam mit den lokalen Hörfunk- und Fernsehanbietern die Bedeutung des lokalen Rundfunks hervorzuheben und die Menschen bei der Digitalisierung mit Rat und Tat zu begleiten. Mit einer Mischung aus Diskussionsrunden, Beratung und Unterhaltungselementen war die BLM im Jahr 2013 bei Verbrauchermessen in Ingolstadt und Würzburg präsent.

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Rund 6.000 Teilnehmer haben die 27. MEDIENTAGE MÜNCHEN besucht, die diesmal unter dem Motto „Mobile Life: Medien – Werbung – Gesellschaft“ standen. Die BLM, deren Tochtergesellschaft die MEDIENTAGE organisiert, hat insgesamt neun eigene Panels angeboten, sechs zum Thema Radio und drei zum Thema Fernsehen. Bei den Hörfunk-Panels ging es um die Bedeutung von Radio-Apps, um die Renaissance von Radio-Personalities, die Frage, ob lokale und regionale Radios von der Zeitungskrise profitieren können, die Rolle der Gesellschafter von Hörfunksendern zwischen Rendite-Interessen und notwendigen Investitionen sowie die Kontroverse um regionalisierte TV-Werbung. Die drei Fernseh-Panels thematisierten die Zukunft der TV-Branche. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage Formateinkauf oder Eigenentwicklung und Pay-TV aus nationaler und internationaler Sicht.

Im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN veranstaltete die BLM neun eigene Panels.

Lokalrundfunktage

Die Lokalrundfunktage, der Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk im deutschsprachigen Raum, wurde 2013 von ca. 1.200 Teilnehmern besucht, die sich in 18 Workshops über neue Trends, Technologien und Produkte informierten. In der Eröffnungsveranstaltung wurden die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2013 vorgestellt und die BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen. Die Lokalrundfunktage werden von dem BLM-Tochterunternehmen Bayerische Medien Service mbH (BayMS) organisiert.

BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage in Nürnberg wurden zum 26. Mal die BLM-Hörfunk- und zum 22. Mal die BLM-Lokalfernsehpreise für herausragende Leistungen im lokalen Rundfunk in Bayern vergeben. Die Preise sind mit einem Preisgeld in Höhe von 3.000 Euro dotiert, in der Kategorie Werbung und Promotion mit 1.500 Euro. Die Gewinner von Anerkennungspreisen erhalten 1.500 Euro bzw. 750 Euro. Im Fernsehen wird zudem ein Sonderpreis „Moderation“ vergeben, im Hörfunk ein Sonderpreis „Innovation“.

Ein eigener Preis wird in der Kategorie Religion und Glauben vom St. Michaelsbund und dem Evangelischen Presseverband verliehen. Der Galaxy Music Award ging in diesem Jahr an zwei Brüder, die unter dem Namen SAM deutschen Hip Hop machen.

Archiv und Dokumentation

Pressedokumentation

Die Pressedokumentation versorgt die Mitarbeiter der BLM mit tagesaktuellen Informationen aus dem Medienbereich in Form eines elektronischen Pressespiegels. Mit LfK, (bre)ma, MA HSH, mabb und der Gemeinsamen Geschäftsstelle in Berlin beziehen fünf weitere Institutionen die tägliche Pressemappe.

Darüber hinaus werden verschiedene themenbezogene Pressespiegel erstellt: die wöchentliche Übersicht für die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) oder Presseauswertungen zu verschiedenen BLM-Veranstaltungen.

Regelmäßig werden ca. 110 Publikationen und Internetdienste ausgewertet. Die dabei gefundenen Artikel werden digital bearbeitet, aussagekräftig verschlagwortet und schließlich in die BLM-Pressedatenbank aufgenommen. Anfragen können mit Hilfe dieser Datenbank und durch Internetrecherchen beantwortet werden.

Bibliothek

Die BLM verfügt über eine Fachbibliothek mit über 5.500 Medieneinheiten mit den Schwerpunkten Rundfunk, Medienrecht, Jugendmedienschutz und Medienpädagogik. Der Bestand ist in einer Datenbank erfasst und kann schnell und unkompliziert auch über das Intranet der BLM recherchiert werden. Bibliografische Daten und Inhaltsbeschreibungen ermöglichen einen Überblick über Themen und Inhalte. Der Bestand der Präsenzbibliothek wird kontinuierlich aktualisiert.

Medienarchiv

Im Hörfunk- und Videoarchiv der BLM werden alle Sendemitschnitte aufbewahrt, die der Landeszentrale im Rahmen ihrer Programmaufsicht überlassen oder von ihr aufgezeichnet wurden.

Ende 2013 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM 16.900 Hörfunk- und 34.900 Fernsehmittschnitte mit einer Gesamtdauer von ca. 67.000 Programmstunden. Die BLM bewahrt damit zwar nur einen kleinen Teil der Programmleistungen der privaten Anbieter auf, dokumentiert aber die programminhaltlichen Entwicklungen des privaten Rundfunks in Bayern seit 1985 mit Originalmitschnitten.

Zusätzlich werden im Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM seit 1995 auch Rundfunksendungen archiviert, die sich inhaltlich mit den Themen Rundfunk und Mediendienste befassen.

Im Geschäftsjahr 2013 wurde die 2012 begonnene Digitalisierung ausgewählter analoger Sendemitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks fortgesetzt. Insgesamt konnten bislang 1.000 Sendemitschnitte des analogen Altbestands digitalisiert werden.

Finanzielle Entwicklung

Jahresabschluss 2013

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss entsprechend den handels- und aktienrechtlichen Bilanzierungsvorschriften für große Aktiengesellschaften (§§ 238, 264 ff. HGB) aufzustellen.

Bilanz zum 31. Dezember 2013

[illegible]

	31. 12. 2013	31. 12. 2013	31. 12. 2012
PASSIVA	EUR	EUR	TEUR
A Anstaltseigenes Kapital			
1. Kapital		20.668.590,89	20.668
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	424.000,00		272
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	136.079,81		256
		560.079,81	528
		21.228.670,70	21.196
B Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen	5.396.525,00		4.821
2. Sonstige Rückstellungen	1.503.993,96		1.283
		6.900.518,96	6.104
C Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	268.416,24		315
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 268.416,24 (i.V.: TEUR 315)			
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	651.000,00		652
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 651.000,00 (i.V.: TEUR 652)			
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	135.490,14		56
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 135.490,14 (i.V.: TEUR 56)			
4. Verbindlichkeiten aus dem Teilnehmerentgeltsystem	0,00		2
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 0,00 (i.V.: TEUR 2)			
5. Sonstige Verbindlichkeiten	643.706,62		771
– davon aus Förderprogrammen: EUR 390.297,34 (i.V.: TEUR 393)			
– davon aus Steuern: EUR 123.712,94 (i.V.: TEUR 114)			
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 32.563,82 (i.V.: TEUR 22)			
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 643.706,62 (i.V.: TEUR 771)			
		1.698.613,00	1.796
		29.827.802,66	29.096

Gewinn- und Verlustrechnung 2013

	2013 EUR	2013 EUR	2012 TEUR
1. Erträge			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag (Vj.: an der Rundfunkgebühr)		22.736.000,00	22.264
b) Gebühren		129.134,05	321
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme		4.256.000,00	4.216
		27.121.134,05	26.801
d) Erträge Teilnehmerentgeltsystem		0,00	24
e) Förderung gemäß Art. 23 BayMG		9.000.000,00	4.499
		36.121.134,05	31.324
2. Sonstige betriebliche Erträge		1.858.651,72	904
		37.979.785,77	32.228
3. Personalaufwand			
a) Gehälter	– 6.102.212,90		– 5.974
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung: EUR 960.941,21 (Vj.: TEUR 716)	– 1.886.500,17		– 1.633
		– 7.988.713,07	– 7.607
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		– 1.277.173,77	– 1.279
5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags (Vj.: der anteiligen Rundfunkgebühr)		– 818.000,00	– 802
6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen			
a) Programmförderung	– 927.484,00		– 1.376
b) Fernsehproduktionsförderung	– 1.500.000,00		– 1.840
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	– 4.256.000,00		– 4.216
d) Förderung technische Infrastruktur	– 1.419.860,52		– 1.798
e) Kosten des technischen Betriebes	– 346.458,47		– 325
f) Medienforschung	– 749.883,32		– 937
g) Ausbildungsförderung	– 894.069,31		– 803
h) Medienpädagogik	– 628.704,77		– 711
i) Mitglieds- und Förderbeiträge	– 142.757,32		– 312
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	– 1.000.610,91		– 1.243
k) BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	– 1.999.999,00		– 2.000
		– 13.865.827,62	– 15.561

	2013 EUR	2013 EUR	2012 TEUR
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Aufwendungen Teilnehmerentgeltsystem	0,00		– 190
b) Förderung gemäß Art. 23 BayMG	– 9.000.000,00		– 4.499
c) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	– 1.239.579,89		– 1.325
d) Übrige	– 3.518.006,52		– 3.014
		– 13.757.586,41	– 9.028
8. Erträge aus Wertpapieren des Finanzanlagevermögens		59.644,27	59
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		4.980,41	20
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen		– 56.785,20	0
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		– 246.619,80	– 250
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		33.704,58	– 2.220
13. Sonstige Steuern		– 1.415,60	– 2
14. Jahresüberschuss (Vj.: Jahresfehlbetrag)		32.288,98	– 2.222
15. Einstellung in die Investitionsrücklage (Vj.: Entnahme)		– 151.600,00	168
16. Entnahme aus der Rücklage zur Finanzierung digitaler Verbreitungswege		0,00	265
17. Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage		119.311,02	1.789
18. Bilanzgewinn		0,00	0

Anhang für das Geschäftsjahr 2013

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Der Jahresabschluss der BLM wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des deutschen Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Der Abschluss umfasst die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie den Anhang.

Die BLM erstellt die Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren.

Die Gliederung sowie der Ausweis spezieller Posten in der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen den besonderen Erfordernissen der Landeszentrale.

■ **Aktiva**

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Sie werden über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung pro rata temporis.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Das Sachanlagevermögen wird linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

Abnutzbare Vermögensgegenstände des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten bis EUR 150 werden im Zugangsjahr direkt im Aufwand erfasst. Für Zugänge, deren Anschaffungskosten mehr als EUR 150 jedoch nicht mehr als EUR 410 betragen (Geringwertige Wirtschaftsgüter), erfolgt die Aktivierung und vollständige Abschreibung im Zugangsjahr. Ihr Abgang wird im Zugangsjahr unterstellt. Zugänge von Wirtschaftsgütern mit Anschaffungskosten zwischen

EUR 150 und EUR 1.000 wurden in den Jahren 2008 bis 2010 in einem Sammelposten erfasst und gleichmäßig über fünf Jahre abgeschrieben.

Das im Jahr 1996 erworbene Verwaltungsgebäude wurde nach Abschluss des Umbaus Ende September 1998 bezogen. Das Gebäude wird mit Wirkung ab 1. Oktober 1998 linear über einen Zeitraum von 50 Jahren abgeschrieben.

Finanzanlagen (Anteile an verbundenen Unternehmen, Beteiligungen und Wertpapiere) werden mit den Anschaffungskosten oder, soweit eine dauerhafte Wertminderung vorliegt, mit dem niedrigeren beizulegenden Wert ausgewiesen. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung weggefallen sind.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagespiegel dargestellt.

Die Vorräte werden mit ihren Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet. Bestandsminderungen, die sich aus der Lagerdauer oder der verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden durch Abwertungen berücksichtigt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie flüssige Mittel werden mit dem Nennbetrag nach Abzug der erforderlichen Wertberichtigungen bilanziert.

Unter den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten werden Ausgaben vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwendungen für einen bestimmten Zeitraum danach darstellen.

Erläuterungen zur Bilanz

■ Passiva

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach dem versicherungsmathematischen Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) auf Basis der Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck bewertet. Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen wurden pauschal mit dem von der Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre abgezinst, der sich bei einer angenommenen Restlaufzeit von 15 Jahren ergibt (§ 253 Abs. 2 Satz 2 HGB). Die Bewertung zum 31. Dezember 2013 erfolgte mit einem Rechnungszinssatz von 4,88 % p.a. unter Einbezug eines Gehaltstrends zwischen 0,00 % und 2,00 % p.a. sowie eines Rententrends von 1,00 % und 2,00 % p.a. Vom Wahlrecht, die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen auf bis zu 15 Jahre zu verteilen, wurde nicht Gebrauch gemacht.

Die Altersteilzeitrückstellung beinhaltet Aufstockungsbeträge sowie den Erfüllungsrückstand. Die Bewertung erfolgt nach dem versicherungsmathematischen Anwartschaftsbarwertverfahren (Richttafeln 2005 G – Klaus Heubeck) unter Zugrundelegung eines Rechnungszinses von 3,43 % und einer angenommenen Restlaufzeit von 2 Jahren.

Bei der Bemessung der übrigen Rückstellungen wird allen erkennbaren Risiken, ungewissen Verbindlichkeiten sowie drohenden Verlusten aus schwebenden Geschäften Rechnung getragen. Die Rückstellungen sind in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt.

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbeitrag am Bilanzstichtag angesetzt.

■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden TEUR 408,4 investiert. Bei Abgängen von TEUR 1,5 und Abschreibungen von TEUR 355,7 hat sich der Restbuchwert um TEUR 51,2 auf TEUR 404,4 erhöht.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 607,0 auf TEUR 17.615,4 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 314,4, Abgängen von TEUR 0 und Abschreibungen von TEUR 921,4. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen das Bürogebäude (TEUR 158,2), Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 123,5) und rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 32,7).

Unter den Finanzanlagen (5.070,8 TEUR) sind die Anteile an verbundenen Unternehmen

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München (TEUR 19,8),
- Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München (TEUR 51,6),
- BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg (TEUR 57,8),

und die Beteiligungen an der

- Bayerische Medien Technik GmbH, München (TEUR 25,6),
 - FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München (TEUR 4,1),
 - Stiftung Zuhören, Gießen (EUR 1),
 - Stiftung Medienpädagogik Bayern, München (TEUR 3.100,0),
- erfasst.

Daneben sind festverzinsliche Wertpapiere (TEUR 1.812,0) als Deckungsstock zur Sicherung langfristiger Verpflichtungen aus Altersversorgung der Landeszentrale ausgewiesen.

Das Umlaufvermögen von TEUR 6.643,2 umfasst neben Vorräten an Büro-, EDV- und Dokumentationsmaterial (TEUR 16,0), Beständen von Publikationen aus der BLM-Schriftenreihe (TEUR 24,3) sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 414,2) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 6.188,7). Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 50,2) handelt es sich hauptsächlich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 4,1) wertmindernd berücksichtigt.

Das Teilnehmerentgelt/Betreiberentgelt gemäß Art. 33 BayMG wurde zum 31. Dezember 2007 abgeschafft. Der Wirtschaftsplan 2013 weist erstmals keinen „Einzelplan Teilnehmerentgelt“ mehr aus. Daher wurde im Jahresabschluss 2013 auf den Ausweis gesonderter Bilanz- und GuV-Posten im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgelt/Betreiberentgelt verzichtet und ggf. vorhandene Salden zu den entsprechenden Bilanz- bzw. GuV-Posten umgegliedert.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 359,7) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2014 (TEUR 274,8) und Zinsforderungen aus Finanzanlagen (TEUR 43,0) ausgewiesen.

Die bereits im Vorjahr vollständig wertberichtigten Forderungen aus dem Teilnehmerentgelt/Betreiberentgelt sowie aus der Verrechnung von Gebühren und Auslagen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgelt-Leistungsbescheidverfahren wurden in 2013 bis auf TEUR 9,8 ausgebucht. Der Ausbuchungsaufwand (TEUR 767,4) ist unter

Entwicklung des Anlagevermögens

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

Entgeltlich erworbene EDV-Software

II. Sachanlagen

1. Grundstücke und Geschäftsbauten
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung

Summe Sachanlagen

Zwischensumme I. und II.

III. Finanzanlagen

1. Anteile an verbundenen Unternehmen
2. Beteiligungen
3. Wertpapiere des Anlagevermögens

Summe Finanzanlagen

Summe Anlagevermögen

den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst; der korrespondierende Ertrag aus der Auflösung der nicht mehr benötigten Wertberichtigung (TEUR 768,0) ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten. Das Ergebnis der Landeszentrale wurde durch diesen Vorgang nicht belastet.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände weisen eine Restlaufzeit von unter einem Jahr auf.

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten betragen zum Bilanzstichtag TEUR 6.188,7.

Stand 1. 1. 2013 AK / HK EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2013 AK / HK EUR	Abschreibungen (kumuliert) EUR	31. 12. 2013 Restbuchwert EUR	31. 12. 2012 Restbuchwert EUR
2.096.130,26	408.389,56	361.459,50	2.143.060,32	1.738.614,82	404.445,50	353.288,50
2.096.130,26	408.389,56	361.459,50	2.143.060,32	1.738.614,82	404.445,50	353.288,50
23.260.187,34	158.241,52	0,00	23.418.428,86	6.744.908,60	16.673.520,26	16.999.334,76
1.181.899,62	32.695,00	429.102,16	785.492,46	687.386,12	98.106,34	110.533,42
3.656.354,07	123.472,72	150.733,10	3.629.093,69	2.785.332,04	843.761,65	1.112.593,87
28.098.441,03	314.409,24	579.835,26	27.833.015,01	10.217.626,76	17.615.388,25	18.222.462,05
30.194.571,29	722.798,80	941.294,76	29.976.075,33	11.956.241,58	18.019.833,75	18.575.750,55
129.189,58	0,00	0,00	129.189,58	0,00	129.189,58	129.189,58
3.229.654,93	0,00	0,00	3.229.654,93	99.999,00	3.129.655,93	3.129.655,93
1.860.230,82	426.624,70	418.070,32	1.868.785,20	56.785,20	1.812.000,00	1.860.230,82
5.219.075,33	426.624,70	418.070,32	5.227.629,71	156.784,20	5.070.845,51	5.119.076,33
35.413.646,62	1.149.423,50	1.359.365,08	35.203.705,04	12.113.025,78	23.090.679,26	23.694.826,88

Anteile an anderen Gesellschaften gem. § 285 Nr. 11 HGB

GESELLSCHAFT	Eigenkapital TEUR	Beteiligungsquote %	Ergebnis JAHR	TEUR
Anteile an verbundenen Unternehmen				
AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München	1.774,0	62	2012	(-) 1.096,8
Medientage München GmbH, München	2.806,5	100	2012	(-) 25,4
BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg	914,5	100	2012	(-) 36,9
Beteiligungen				
Bayerische Medien Technik GmbH, München	1.422,6	50	2012	(+) 88,2

Entwicklung der kumulierten Abschreibungen 2013

	Stand 1. 1. 2013	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Abschreibungen (kumuliert) 31. 12. 2013
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.742.841,76	355.735,06	359.962,00	0,00	1.738.614,82
	1.742.841,76	355.735,06	359.962,00	0,00	1.738.614,82
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	6.260.852,58	484.056,02	0,00	0,00	6.744.908,60
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	1.071.366,20	45.090,08	429.070,16	0,00	687.386,12
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.543.760,20	392.292,61	150.720,77	0,00	2.785.332,04
Summe Sachanlagen	9.875.978,98	921.438,71	579.790,93	0,00	10.217.626,76
Zwischensumme I. und II.	11.618.820,74	1.277.173,77	939.752,93	0,00	11.956.241,58
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Beteiligungen	99.999,00	0,00	0,00	0,00	99.999,00
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	0,00	56.785,20	0,00	0,00	56.785,20
Summe Finanzanlagen	99.999,00	56.785,20	0,00	0,00	156.784,20
Summe Anlagevermögen	11.718.819,74	1.333.958,97	939.752,93	0,00	12.113.025,78

Kapitalentwicklung

	Stand 1. 1. 2013	Einstellung aus dem Jahresüberschuss	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr	Stand 31. 12. 2013
	EUR	EUR	EUR	EUR
1. Kapital	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
2. Zweckgebundene Rücklagen				
a) Investitionsrücklage	272.400,00	32.288,98	119.311,02	424.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	255.390,83	0,00	– 119.311,02	136.079,81
	21.196.381,72	32.288,98	0,00	21.228.670,70

■ Passiva

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2013 über TEUR 32,3 wird in die Investitionsrücklage eingestellt. Daneben werden weitere TEUR 119,3 aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage entnommen und in die Investitionsrücklage eingestellt.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2013 insgesamt TEUR 21.228,7.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.504,0) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2013 (TEUR 652,3), Prozesskosten (TEUR 375,0), Kosten der Altersteilzeitregelung (TEUR 211,9), Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 68,4), Überstundenansprüche (TEUR 60,3) sowie ausstehende Rechnungen von Lieferanten (TEUR 48,2).

Außerdem sind zur Deckung latenter Risiken aus einer Inanspruchnahme der BLM aus der Anmietung von Sendern und Übertragungseinrichtungen der Deutschen Telekom AG TEUR 50,0 zurückgestellt.

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag TEUR 268,4. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit TEUR 130,7 auf Lieferungen und Leistungen für die elektronische Datenverarbeitung, mit TEUR 39,0 auf Rechtsberatung und mit TEUR 26,1 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 651,0) werden Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2014 gegenüber der AFK GmbH (TEUR 651,0) ausgewiesen.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (TEUR 135,5) betreffen die BMT und beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus dem Förderabschluss UKW/DAB 2013.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 643,7) enthalten im Wesentlichen gegenüber Programm-anbietern für 2013 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Programmförderung (TEUR 176,5), zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 110,4), Verbindlichkeiten aus Medienforschung (TEUR 68,2) und Verbindlichkeiten aus Medienpädagogik (TEUR 30,0). Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 123,7), den Sozialversicherungsträgern (TEUR 32,6), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 77,7) und KEK-Anteile aus der Zulassung bundesweiter TV-Anbieter (TEUR 18,4) enthalten.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2013 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Einnahmen in Höhe von EUR 22,7 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2013 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. Die Einnahmen gem. Art. 22 BayMG (TEUR 129,1) beinhalten Gebühren und Auslagen für Amtshandlungen der BLM im Vollzug des BayMG und des RStV.

Die von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Berichtsjahr erhobenen Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.256,0) gem. § 23 der Fernsichtsatzung vom 18. Dezember 2003 wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfernteranbieter ausgereicht.

Erträge

	2013		2012	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gem. Art. 21 (1) Nr. 2 BayMG	22.736,0	78,3	22.264,0	80,1
Erträge gem. Art. 21 (1) Nr. 3 BayMG	129,1	0,4	321,0	1,1
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.256,0	14,7	4.216,0	15,2
Sonstige betriebliche Erträge	1.858,7	6,4	903,9	3,3
Erträge aus Wertpapieranlagen	59,6	0,2	58,9	0,2
Zinsen und ähnliche Erträge	5,0	0,0	19,7	0,1
Erträge Allgemeiner Haushalt	29.044,4	100,0	27.783,5	100,0
Förderung gem. Art. 23 BayMG	9.000,0	–	4.499,2	–
Erträge Einzelplan Teilnehmerentgelt	0,0	–	24,6	–

Gesamtaufwendungen

	2013		2012	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	7.988,7	27,5	7.607,1	25,5
Abschreibungen	1.277,2	4,4	1.279,1	4,3
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	818,0	2,8	802,0	2,7
Programmförderung	927,5	3,2	1.376,5	4,6
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,2	1.840,0	6,2
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.256,0	14,6	4.216,0	14,1
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	1.766,3	6,1	2.124,0	7,1
Medienforschung	749,9	2,6	936,8	3,1
Ausbildungsförderung	894,1	3,1	802,6	2,7
Medienpädagogik	628,7	2,2	710,6	2,4
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	142,7	0,5	311,9	1,0
Öffentlichkeitsarbeit	1.000,6	3,4	1.242,5	4,2
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	2.000,0	6,9	2.000,0	6,7
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.239,6	4,3	1.324,9	4,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.518,0	12,1	3.014,1	10,1
Abschreibungen auf Finanzanlagen	56,8	0,2	0,0	0,0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	246,6	0,9	250,3	0,9
Sonstige Steuern	1,4	0,0	1,6	0,0
	29.012,1	100,0	29.840,0	100,0
Förderung gem. Art. 23 BayMG	9.000,0	–	4.499,2	–
Aufwendungen Einzelplan Teilnehmerentgelt	0,0	–	189,6	–

Wesentliche Einzelposten unter den „Sonstigen betrieblichen Erträgen“ (TEUR 1.858,7) sind Erstattungen aus DLM-Projekten (TEUR 426,9) und die Nachzahlung von Rundfunkgebühren 2012 (TEUR 376,6). Außerdem sind hier als einmaliger Effekt Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen aus dem Teilnehmerentgelt/Betreiberentgelt sowie aus der Verrechnung von Gebühren und Auslagen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgelt-Leistungsbescheidverfahren in Höhe von TEUR 768,0 enthalten. Die zugrundeliegenden, bereits im Vorjahr vollständig wertberichtigten Forderungen wurden in 2013 ausgebucht, so dass die Wertberichtigung aufzulösen war.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 1.283,7. Es handelt sich im Wesentlichen um Erträge aus der Auflösung der Wertberichtigung auf Forderungen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgeltsystem (TEUR 768,0, s.o.), die Nachzahlung von Rundfunkgebühren 2012 (TEUR 376,6), die Rückzahlung von Fördermitteln der Programmförderung (TEUR 36,3) und Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 35,1).

Aus Wertpapieren flossen im Berichtsjahr Erträge von TEUR 59,6 zu. Kontokorrent- und Festgeld- bzw. Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von insgesamt TEUR 5,0 vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2013 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 9.000,0 (i.Vj. TEUR 4.499,0) als Zuwendung bewilligt. Der Anstieg resultiert aus erhöhten Kosten im Bereich der technischen Infrastruktur zur Verbreitung über DVB-S, die im Rahmen der Förderung nach Art. 23 BayMG berücksichtigt werden. Die Finanzierung der im Jahr 2013 ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 11.000,0 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 9.000,0) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 2.000,0).

■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 7.988,7) sind die laufenden Gehälter (TEUR 6.102,2) und Sozialabgaben (TEUR 925,6) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 960,9) enthalten.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 525,7), Sozialabgaben (TEUR 85,8) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 25,8).

Nach Art. 10 Abs. 4 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag in der ab 1. Januar 2013 geltenden Fassung haben die Landesmedienanstalten sowie ARD und ZDF die Kosten des Beitragseinzugs entsprechend ihrem Anteil am Rundfunkbeitrag (vgl. Tabelle Erträge) zu tragen. Der Aufwand 2013 der BLM beträgt TEUR 818,0 und beruht auf einer Beitrags-schätzung der ARD/GEZ.

Gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 9 und 10 BayMG hat die Landeszentrale auf der Grundlage der vom Medienrat beschlossenen Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungs-Richtlinie – PFR) vom 13. Oktober 2003 (StAnz. Nr. 42), geändert durch Richtlinie vom 18. Oktober 2012 (StAnz. Nr. 43), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 927,5 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2013 hat die BLM gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 11 BayMG im Rahmen der Bayerischen Film- und Fernsehförderung der FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München einen Betrag von TEUR 1.500,0 zur Verfügung gestellt.

Von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme wurden im Jahr 2013 Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.256,0) gemäß § 23 der Fernseh-satzung vom 18. Dezember 2003 erhoben, welche in gleicher Höhe zur Ausreichung an die bayerischen Fernsehfensteranbieter gekommen sind.

Auf Grundlage von Art. 11 Satz 2 Nr. 7 und 10 BayMG sind im Berichtsjahr wieder erhebliche Mittel (TEUR 1.419,9) für die Verbesserung der technischen Infrastruktur für Anbieter eingesetzt worden, wobei die von der BLM zur finanziellen

Entlastung der Anbieter übernommenen Telekomgebühren für Hörfunksender einschließlich Digital-Radio mit einem Betrag von TEUR 1.160,0 den größten Einzelposten darstellen. Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 259,9 aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb und Entwicklung über insgesamt TEUR 346,4.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2013 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2013) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 628,4) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 49,6) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 28,5) durchgeführt. Für Forschungskostenbeiträge an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V., Frankfurt a.M. (agma) wurden insgesamt TEUR 43,4 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2013 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 145,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 64,7 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (AFK GmbH) wurde in 2013 ein Betrag von TEUR 651,0 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 33,4 an Förderbeiträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 628,7 unterstützt. Der seit 1996 bestehende „Programmberatung für Eltern e.V., München“ hat hiervon einen Betrag von TEUR 390,0 erhalten, insbesondere als Finanzierungsbeitrag für die medienpädagogische TV-Broschüre „Flimmo“. Ein Betrag von TEUR 80,0 wurde als Zuschuss für das JFF-Projekt „In eigener Regie“ gewährt. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 158,7 aufgewendet.

Die im Jahr 2013 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 142,7.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.000,6. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 67,9) und weitere Publikationskosten (TEUR 167,3), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 113,7), die Lokalrundfunktage Nürnberg einschließlich BLM-Hörfunk/TV-Preis (TEUR 468,8) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 152,6) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 30,3 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2013 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 2.000,0.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2013 auf der Grundlage der Satzung über die Aufwandsentschädigungen der Mitglieder des Medienrats und des Verwaltungsrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien vom 28. Mai 1993 (StAnz. Nr. 25), in der derzeit gültigen Fassung vom 17. Januar 2008 (StAnz. Nr. 4), Zahlungen in Höhe von TEUR 598,9 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 27,2. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2013 TEUR 613,5 aufgewendet, davon an die ALM mit ZAK, GVK und KEK (TEUR 453,7) und die KJM (TEUR 159,8).

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (TEUR 3.518,0) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant (TEUR 668,7), EDV-Kosten (TEUR 379,1), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 766,9), Wertberichtigungen auf Forderungen und Forderungsverluste (TEUR 804,0), Bürokosten (TEUR 209,8), die

Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 166,5), Reisekosten (TEUR 176,2) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Telefax und Internet (TEUR 120,2) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 829,4. Im Wesentlichen handelt es sich dabei mit TEUR 767,4 um den einmaligen Effekt aus der Ausbuchung von bereits im Vorjahr vollständig wertberichtigten Forderungen aus dem Teilnehmerentgelt/Betreiberentgelt sowie aus der Verrechnung von Gebühren und Auslagen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgelt-Leistungsbescheidverfahren. Der korrespondierende Ertrag aus der Auflösung der nicht mehr benötigten Wertberichtigung (TEUR 768,0) ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten, so dass das Ergebnis der Landeszentrale durch diesen Vorgang nicht belastet wurde.

In 2013 wurden Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von TEUR 56,8 vorgenommen, um die Anschaffungskosten der über pari erworbenen festverzinslichen Wertpapiere des Anlagevermögens an den niedrigeren Einlösungskurs anzupassen.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 246,6) betreffen im Wesentlichen den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensions- und Altersteilzeitrückstellung (TEUR 235,3, respektive TEUR 11,3).

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2013 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 9.000,0 aufgewendet.

Überlassungsverhältnisse

	BRUTTO EUR
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	391.224,34
Fenster- + Vollprogramme Fernsehen – lokal	831.644,74
Terrestrischer Hörfunk – lokal	3.851.685,59
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	3.289.059,06
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	282.560,47
Terrestrisches Fernsehen – lokal	377.110,05
Terrestrisches Fernsehen – national	3.594.561,87
	12.617.846,12
Digital Radio – landesweit	1.749.192,01
Digital Radio – lokal	568.653,88
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	131.389,28
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	25.016,28
DVB-S	9.896.655,47
Gesamt	24.988.753,04

Sonstige Angaben

Zum Abschlussstichtag bestehen folgende, nicht in der Bilanz ausgewiesene finanzielle Verpflichtungen:

1. Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen der Deutsche Telekom AG trägt die Landeszentrale bei vorzeitiger Kündigung eines Überlassungsverhältnisses oder der Aussetzung der Sendegenehmigung für den Anbieter das Mietausfallrisiko gegenüber der Bayerische Medien Technik GmbH (BMT), jedoch erst nach Ablauf von drei Monaten. Für dieses Mietausfallrisiko hat die BLM TEUR 50,0 zurückgestellt. Die Kosten der ersten drei Monate des Ausfallzeitraumes trägt die BMT als direkter Vertragspartner der Deutsche Telekom AG.

Der Wert der Überlassungsverhältnisse als Berechnungsgrundlage beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2013 insgesamt EUR 24,99 Mio. (im Vj. EUR 19,23 Mio.).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2013 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung EUR 1,2 Mio. getragen.

2. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München, übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 62 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2014 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 651,0.

3. Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 148,3) aus Dauerschuldverhältnissen handelt es sich im Wesentlichen um Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen zum Bilanzstichtag für den Zeitraum von mehr als fünf Jahren nach dem Bilanzstichtag bestehen in Höhe von EUR 564.

4. Angaben über das Abschlussprüferhonorar (§§ 285 Nr. 17 HGB)

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers, der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2013 TEUR 48,6. Das Honorar betrifft ausschließlich Abschlussprüfungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im genannten Betrag Umsatzsteuer in Höhe von TEUR 7,8 berücksichtigt.

Die Landeszentrale hat zum 31.12.2012 erstmals freiwillig einen Konzernabschluss aufgestellt.

Personalbericht

Mit dem Wirtschaftsplan für 2013 (mit Nachtrag) war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 74 Vollzeitstellen genehmigt worden. Im Stellenplan berücksichtigt ist der neue Bereich „Medienkompetenz und Jugendschutz“.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen insgesamt 31.12.2012	Besetzte Stellen insgesamt 31.12.2013	Mitarbeiter tatsächlich 31.12.2013
Präsidium	4,0	4,0	4
Geschäftsleitung	6,0	8,0	8
Bereich Recht	12,5	11,5	14
Bereich Verwaltung	10,5	11,5	12
Bereich Technik	8,5	8,5	9
Bereich Programm	20,5	10,0	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	–	8,0	13
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	9,5	11,5	14
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1
	72,5	74,0	86

Von den per 31. Dezember 2013 angestellten 86 Bediensteten waren 48 weibliche und 38 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 21 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind vier Mitarbeiterinnen und ein Mitarbeiter mit ruhenden Arbeitsverhältnissen (Elternzeit bzw. passive Phase im Altersteilzeit-Blockmodell).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 83 festangestellte Mitarbeiter beschäftigt (vgl. § 285 Nr. 7 HGB i. V. mit § 267 Abs. 5 HGB). Die Stellen für den Präsidenten und den Geschäftsführer sind bei der Ermittlung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen nicht eingerechnet.

Die Vergütungen und Sozialabgaben für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften zusätzlich zum Stellenplan sind unter den Personalaufwendungen ausgewiesen.

Zum 1. April 2013 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 3,0 %. Daneben wurde eine Einmalzahlung von EUR 700 pro Stelle zu Jahresbeginn gewährt.

Eine tarifvertragliche Bindung besteht für die Angestellten der Landeszentrale nicht. Grundlage für die Entlohnung der Beschäftigten der BLM ist eine vom Verwaltungsrat beschlossene Gehaltsstruktur, deren zuletzt gültige Fassung am 1. Mai 2007 in Kraft getreten ist, und die zum 31. Dezember 2012 ausgelaufen ist. Aufgrund einer Betriebsvereinbarung vom 17. 06. 2013 wurde die erwähnte Gehaltsstruktur für das Geschäftsjahr 2013 entsprechend angewandt.

Bezüge 2013

	Jahresbezüge Grundgehalt EUR	Leistungsbezogene Zulagen EUR	Sachbezüge/ Priv. KFZ-Nutzung EUR	Gesamt EUR
Siegfried Schneider	222.100	0	7.320	229.420
Martin Gebrande	164.424	0	3.720	168.144
Summe	386.524	0	11.040	397.564

Altersversorgung

	Barwert der Pensions- verpflichtung 31. 12. 2013 EUR	Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2013 EUR	Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2013 EUR	Umlage/Versorgungs- rücklage an den Versorgungsverband für das Jahr 2013 EUR
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande	1.258.733	158.911	0	46.761
Summe	1.258.733	158.911	0	46.761

Entsprechend dem Beschluss des Verwaltungsrates vom 20. September 2010 erfolgt der Ausweis der Bezüge von Präsident und Geschäftsführer im Anhang des Geschäftsberichtes.

PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

GESCHÄFTSFÜHRER

Martin Gebrande, Volljurist

Das künftige Ruhegehalt des Präsidenten, Herr Siegfried Schneider, wird vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beiträge werden im Jahr der Zahlung als Aufwand (2013: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr TEUR 8,0 Versorgungszuschlag an den Freistaat Bayern abgeführt. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Das künftige Ruhegehalt des Geschäftsführers bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 8.

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Hr. Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2013 auf EUR 1.253.452. Im Geschäftsjahr 2013 wurden für Hr. Prof. Dr. Ring EUR 54.895 an Umlage und Versorgungsrücklage an den Versorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und Fahrtkostenerstattungen gemäß Aufwandsentschädigungssatzung vom 28. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2008 geltenden Fassung wurden im Geschäftsjahr 2013 vergütet an:

a) Medienrat	EUR 507.014,25
b) Verwaltungsrat	EUR 91.881,65

München, 6. Juni 2014


DER PRÄSIDENT
Siegfried Schneider


DER GESCHÄFTSFÜHRER
Martin Gebrande

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2013

Geschäftsverlauf

■ Strukturreform der Landesmedienanstalten

Am 01.09.2013 hat die Gemeinsame Geschäftsstelle in Berlin offiziell ihren Betrieb aufgenommen. Mit der Integration der Geschäftsstellen der KJM und KEK ist der vor drei Jahren begonnene Prozess der Strukturreform der Landesmedienanstalten abgeschlossen worden, der organisatorisch im Mai 2010 mit der Zusammenführung der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) als erste Einheiten in der Gemeinsamen Geschäftsstelle begonnen hatte.

Die Landeszentrale hat plangemäß die KJM-Stabsstelle zum 01.09.2013 aufgelöst. Das bei der KJM-Stabsstelle arbeitende Personal wurde einzeln von der Landeszentrale für Aufgaben des Jugendschutzes übernommen oder die bis zum 01.09.2013 befristeten Arbeitsverträge liefen aus.

Die Gemeinsame Geschäftsstelle koordiniert zentral alle wesentlichen bundesweiten Entscheidungen zu Lizenz- und Aufsichtsfragen, zum Jugendmedienschutz sowie zur Medienkonzentration im privaten Fernsehen. Die inhaltliche Arbeit verbleibt in den regional verankerten Landesmedienanstalten. Damit werden Doppelstrukturen vermieden und der in den Landesmedienanstalten vorhandene Sachverstand effektiv genutzt.

Die ersten Erfahrungen mit der Gemeinsamen Geschäftsstelle sind positiv zu bewerten.

■ Lokales Fernsehen

Die ab 01.01.2013 in Kraft getretene Novellierung des BayMG (Änderungsgesetz zum BayMG vom 27.11.2012, GVBl S. 578) hat die Grundlage geschaffen, dass für die 16 bayerischen Lokalfernsehprogramme insgesamt sieben 24-Stunden-Kanäle sowie drei 6-Stunden-Kanäle zur Verfügung gestellt werden konnten. Für die Förderung der technischen Verbreitung der bayerischen lokalen Fernsehprogramme stehen im Jahr 2013 bis zu acht Mio. Euro und in den Jahren 2014 bis 2016 jeweils zehn Mio. Euro aus Mitteln des Staatshaushaltes zur Verfügung. Ein Lokal-TV-Portal, das von TV-Geräten mit HbbTV-Modul über ASTRA empfangen werden kann, wird darüber hinaus in Zukunft sicherstellen, dass lokale TV-Programme trotz teilweise beschränkten Ausstrahlungszeiten jederzeit einfach zu finden und immer verfügbar sein werden.

Mit den erweiterten Satellitenkapazitäten kommt es zu einer erheblichen Verbesserung der digitalen Versorgung der lokalen/regionalen bayerischen Fernsehprogramme. Gleichzeitig werden die Vermarktungschancen der Programme deutlich gestärkt, was erste Reichweitenergebnisse zeigen.

■ Wirtschaftliche Lage des Rundfunks

Am 03.12.2013 ist in München die Studie „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2012/2013“ vorgestellt worden, die von zehn Landesmedienanstalten beauftragt wurde.

Für Bayern belegen die Ergebnisse ein Umsatzwachstum der privaten Rundfunkanbieter. So haben 2012 die in Bayern ansässigen Fernseh- und Hörfunkunternehmen zusammen Erträge in Höhe von fast 4,7 Mrd. Euro erwirtschaftet. Das sind mehr als 53 Prozent der Gesamterträge des privaten Rundfunks in Deutschland. Seit 2003 sind die Erträge damit um fast 60 Prozent gestiegen. Auch bei den Gesamtbeschäftigten im privaten Rundfunk nimmt Bayern mit fast 10.000 Mitarbeitern (Anteil 40 %) eine führende Rolle ein. Die Ergebnisse für Bayern stellen sich zusammengefasst wie folgt dar:

- Insgesamt haben die privaten Fernsehsender im Freistaat 2012 inklusive Teleshopping 4,542 Mrd. Euro erwirtschaftet, also mehr als 56 Prozent der Erträge der privaten Fernsehsender in Deutschland. Mit rund 1,4 Mrd. Euro werden annähernd 95 Prozent des Pay-TV-Umsatzes in Deutschland von Unternehmen mit Sitz in Bayern erwirtschaftet. Ausschlaggebend dafür ist vor allem die positive Geschäftsentwicklung bei Sky. Die privaten Fernsehsender in Bayern verbesserten ihren Kostendeckungsgrad 2012 im Vergleich zu 2011 um drei Prozentpunkte auf 111 Prozent. Der Kostendeckungsgrad im lokalen Fernsehen lag allerdings nur bei 94 Prozent. Bei allen privaten TV-Sendern im Freistaat waren 8.196 Mitarbeiter beschäftigt, knapp fünf Prozent mehr als 2010.
- Im privaten Hörfunk verfügt Bayern über die höchste Angebotsdichte in Deutschland. Die bayerischen Hörfunkunternehmen stehen in der Summe nach wie vor gut da (2012: Erträge in Höhe von 138,6 Mio. Euro), allerdings gibt es deutliche Unterschiede zwischen den lokalen und landesweiten Stationen. Während beim landesweiten Hörfunk der Kostendeckungsgrad bei 127 Prozent liegt, kommen die Lokalradios auf einen Wert von 113 Prozent. Im Jahr 2012 waren insgesamt 1.628 Mitarbeiter bei den privaten lokalen und landesweiten Hörfunkstationen in Bayern beschäftigt.

Die Ergebnisse der aktuellen Studie zeigen, dass Bayern zu den wichtigsten Medienstandorten in Deutschland zählt. Während im nationalen Free-TV und im Hörfunk gute bis sehr gute Ergebnisse erzielt werden und Pay-TV eine positive Geschäftsentwicklung nimmt, muss das lokale Fernsehen noch zulegen. Erste Ergebnisse zeigen, dass sich die Digitalisierungsinitiative mit den deutlich erweiterten Satellitenkapazitäten und dem HbbTV-Portal in Zukunft positiv auswirken wird.

■ DVB-T

In Bezug auf die DVB-T-Ausstrahlung privater Anbieter in den Verbreitungsgebieten München/Südbayern und Nürnberg hat es im Laufe des Geschäftsjahres eine grundlegende Änderung gegeben. Ab dem 01.08.2013 sind im Gebiet München/Südbayern die Programme RTL, RTL 2, Vox und Super RTL nicht mehr via DVB-T zu empfangen. Die RTL-Gruppe verzichtet aus wirtschaftlichen Gründen auf eine weitere Ausstrahlung ihrer Programme. In Nürnberg hatte RTL die Ausstrahlung seiner Programme bereits im Herbst 2010 eingestellt. Die ProSiebenSat.1 Group plant dagegen ihr DVB-T-Engagement bundesweit bis 2018 zu verlängern.

Der Ausstieg von RTL aus der DVB-T-Verbreitung zeigt deutlich auf, dass dieser dritte Übertragungsweg neben der Satelliten- und Kabelverbreitung nur dann für die privaten Fernsehanbieter attraktiv ist, wenn erhebliche Kostenreduzierungen im terrestrischen Bereich erzielt werden können. DVB-T ist derzeit noch der mit Abstand teuerste Fernsehübertragungsweg pro Haushalt. Neue Geschäftsmodelle für die DVB-T-Verbreitung für den privaten Rundfunk wie etwa verschlüsselte Ausstrahlung sind jedoch mit einem Wechsel auf den Standard DVB-T 2 verbunden.

■ Digitalradio

Auch in diesem Geschäftsjahr wurden verschiedene Genehmigungen für Digitalradioprogramme (wie bspw. Schlagerparadies, Coolradio, Megaradio) erteilt.

Die Verbreitung von Digital Radio (DAB) gewinnt in Bayern weiter an Bedeutung. Immerhin 8,9 Prozent der bayerischen Bevölkerung (992.000 Personen ab 10 Jahren) verfügen inzwischen über mindestens ein DAB-Empfangsgerät (ab 14 Jahren: 8,8 %). Ein DAB-Empfangsgerät in der Wohnung haben 7,6 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern, ein DAB-Radio im Auto 3,9 Prozent. Immerhin 2,1 Prozent der Bevölkerung

geben an, DAB-Programme täglich zu hören. Dies entspricht 237.000 Personen ab 10 Jahren in Bayern.

■ **Forschung**

Die BLM hat im Geschäftsjahr 2013 den von ihr entwickelten MedienVielfaltsMonitor vorgestellt. Der MedienVielfaltsMonitor gibt ein sehr genaues Bild davon, welche Mediengattungen und welche konkreten Medien die Deutschen nutzen, wenn sie sich über politische, wirtschaftliche und kulturelle Themen informieren wollen. Durch die Einbeziehung aller relevanten Mediengattungen bietet der MedienVielfaltsMonitor eine pragmatische Lösung zur Messung der Medienkonzentration in Deutschland. Er schafft damit eine geeignete Grundlage für ein neues Medienkonzentrationsrecht, das im Übrigen seit etwa drei Jahren angekündigt wird, sowie Transparenz über die Meinungsmacht von Medienunternehmen.

Die Vorstellung der aktuellen Ergebnisse des MedienVielfaltsMonitors erfolgte nicht nur als Pressemitteilung, sondern auch über verschiedene Social-Media-Kanäle, angereichert mit einer Infografik und einem kleinen Erklär-Film auf Youtube. Damit wurde eine große mediale Resonanz erzielt. Mehrere Dutzend Tageszeitungen, Zeitschriften, Blogs, Newsletter usw. haben das Thema fast durchweg positiv aufgegriffen.

Eine weitere Studie der Landeszentrale hat die BLM im Rahmen der Local Web Conference 2013 in Nürnberg zu Location-based Services 2013 in Deutschland vorgestellt. Ein breites Angebotspektrum, steigende Nutzungszahlen und großes Wachstumspotenzial weist diese neue Studie aus. Demnach gab es in Deutschland Ende 2012 181 Anbieter von Location-based Services (kurz LBS). Die Anzahl der Dienste wächst rasant. Experten gehen davon aus, dass zukünftig nahezu jede App eine LBS-Funktion integriert. Mindestens jeder vierte Deutsche nutzt einen solchen Service bereits jetzt schon. Erarbeitet wurde die Analyse zu Angeboten, Nutzung und lokalen Werbemarkt-

potenzialen ortsbezogener mobiler Dienste von der Strategieberatung Goldmedia.

Die deutschen LBS-Anbieter erwirtschafteten 2012 einen Gesamtumsatz von 57 Mio. Euro, u.a. über Werbung, Vertrieb und Provisionierung. Bis 2017 wird der Gesamtmarkt laut Goldmedia-Prognose pro Jahr um durchschnittlich 39 Prozent auf 265 Mio. Euro wachsen. Dabei haben die werbefinanzierten LBS-Apps das größte Umsatzpotenzial. Liegt deren Anteil an den Gesamterlösen 2013 voraussichtlich bei rund 40 Prozent, steigt dieser in den nächsten fünf Jahren auf 71 Prozent.

Im internationalen Vergleich steht Deutschland erst am Anfang der Entwicklung. So sind auch Effekte auf den lokalen Werbemarkt in den nächsten zwei bis drei Jahren noch nicht zu erwarten. Dafür ist das mit LBS generierte Marktvolumen in Deutschland, aktuell 85 Mio. Euro, noch zu gering. Erst nach 2016 könnten erste Verlagerungstendenzen oder Budgetverschiebungen im Werbemarkt zu beobachten sein.

■ **Öffentlichkeitsarbeit**

Anfang des Jahres hat die Landeszentrale in Regensburg zum ersten Ostbayern-Forum eingeladen. Das Thema der Veranstaltung lautete: „E-Commerce und Multichannel – Herausforderung für Einzelhandel, Städte, ländlichen Raum und lokale Medien“. Im Ostbayern-Forum ging es um die Frage, inwiefern sich das Umsatzwachstum im Online-Handel auf den stationären Einzelhandel und damit auch auf die lokale Werbung und die lokalen Medien auswirkt. Unmittelbar ist damit natürlich auch die Wirtschaftlichkeit der lokalen Rundfunkangebote betroffen: Brechen dem lokalen Handel Umsätze weg, fehlen den Sendern wichtige Werbeeinnahmen. Nach einer Prognose werden im Jahr 2020 rund 30 Prozent des Umsatzes im Netz generiert. Bestimmte Branchen wie die Buchgeschäfte, Mode und der Gebrauchtwagenverkauf geraten jetzt schon enorm unter Druck. Die Experten auf dem Forum haben aber auch Chancen für den stationären Handel

verdeutlicht, die sich aus den Möglichkeiten des E-Commerce ergeben. Die Mischung aus Internetrecherche und traditionellem Einkauf wird immer attraktiver. Wenn die neuen Marketinginstrumente wie mobile Rabatt-Coupons etc. offensiv genutzt werden, können die stationären Händler auch davon profitieren.

Das Mediennetzwerk Bayern als Nachfolger des Clusters Audiovisuelle Medien hat am 28.01.2013 seine Arbeit aufgenommen. Die Gründungspartner des Mediennetzwerks Bayern sind dabei der Bayerische Rundfunk, der Bayerische FilmFernsehFonds, der Medien-campus Bayern und die Landeszentrale. Ziel des Mediennetzwerkes ist es, Kreative und Unternehmen aus verschiedenen Mediensparten zusammenzubringen und durch diese Vernetzung der Medienschaffenden den Medienstandort Bayern zu stärken. Der Medienstandort Bayern ist laut zahlreicher Studien mit großem Abstand die Nummer eins im Rundfunksektor und hat eine starke Position im Print- und Verlagssektor und bei den Netz- und Mobilfunkbetreibern. Die starke Position der klassischen Medienunternehmen und des Standortes unter dem Druck und der Dynamik des Internets zu halten, ist die große Herausforderung. Aufgabe der Politik und öffentlicher Institutionen ist es nicht nur, die richtigen Rahmenbedingungen zu setzen, sondern die Medienunternehmen in diesem Veränderungsprozess nachhaltig zu unterstützen. Zudem müssen sie noch viel stärker als bisher den Gründergeist fördern.

Die Landeszentrale hat Ende letzten Jahres ein Symposium zur Digitalen Wirtschaft in Bayern veranstaltet, das genau diese Klientel – nämlich interessierte Gründer – mit Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zusammenbringen sollte. Im Geschäftsjahr wurden zahlreiche Veranstaltungen zum Thema „Digitale Wirtschaft“ initiiert, wie bspw. der Deutsche Social TV Summit oder das Ostbayern-Forum.

Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage

Am 01.01.2013 ist der Fünfzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 15.12./21.12.2010 (GVBl 2011 S. 258) in Kraft getreten, der mit dem Rundfunkbeitrag eine neue Finanzierungsgrundlage für die Landeszentrale geschaffen hat. Der Rundfunkbeitrag muss vom Beitragsschuldner pro Wohnung oder Betriebsstätte bezahlt werden. Der neue Beitrag deckt alle Angebote auf allen Verbreitungswegen ab. Es wird nicht mehr zwischen Radio, Fernseher und Computer unterschieden. Der Rundfunkbeitrag ersetzt die geräteabhängige Rundfunkgebühr.

Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) festgelegt und beträgt monatlich 17,98 € pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag). Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 15.12./21.12.2010 (GVBl 2011 S. 258) wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01.01.2013 auf 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens neu festgesetzt (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

§ 40 in Verbindung mit § 64 des Rundfunkstaatsvertrages und die §§ 10 und 11 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages in der Fassung des Rundfunkstaatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31.08.1991 (GVBl S. 451), zuletzt geändert durch den Fünfzehnten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 15.12./21.12.2010 (GVBl 2011 S. 258) sind Rechtsgrundlage für das anteilige Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale. Diese Regelung hat ihren Niederschlag auch in Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG gefunden. Daneben erzielt die Landeszentrale noch sonstige Einnahmen (Art. 21 Abs. 1 Nr. 3, 22 BayMG).

Die Landeszentrale stellt zur finanziellen Steuerung ihrer Aufgaben jährlich einen Wirtschaftsplan auf, der ein ausgeglichenes Ergebnis vorsieht. Über einen monatlichen Soll-/Ist-Vergleich können Abweichungen festgestellt und die erforderlichen

Maßnahmen durchgeführt werden. Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Vollzugsbestimmungen regeln dabei nach festgelegten Betragsgrenzen das Verfahren für eine notwendige Anpassung des Wirtschaftsplans an die geänderten Rahmenbedingungen.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des Art. 23 BayMG errichtete Förderprogramm mit 9.000,0 T€ (Vorjahr 4.499,2 T€) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Die bisherige gesetzliche Verpflichtung der Landeszentrale, einen Beitrag im Rahmen der Förderung nach Art. 23 BayMG zu leisten, ist mit dem 31.12.2012 entfallen. Dennoch hat die Landeszentrale das lokale und regionale Fernsehen durch Fördermittel für die Programmherstellung im Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 1.999,9 T€ unterstützt (Vorjahr 2.000,0 T€).

Aufgrund der im Rundfunkstaatsvertrag und im BayMG festgeschriebenen eigenen Einnahmequellen kann die Landeszentrale in erforderlichem Umfang Mittel einsetzen, um in eigener Verantwortung ein vom Staat unabhängiges und wirtschaftlich in sich selbst tragfähiges System für private Rundfunkanbieter zu gewährleisten.

Im Geschäftsjahr 2013 weist die Landeszentrale einen Jahresüberschuss von 32.288,98 € (Vorjahr Jahresfehlbetrag 2.221,6 T€) auf. Die erhebliche Verbesserung des Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr (+ 2.253,9 T€) ist im Wesentlichen durch Kürzungen im Förderbereich im Geschäftsjahr 2013 (– 1.846,0 T€ gegenüber dem Vorjahr) erreicht worden. Hinzu kamen höhere Erträge aus dem Rundfunkbeitrag (+ 472,0 T€).

Der Personalaufwand der Landeszentrale ist im Vergleich zum Vorjahr um 381,7 T€ angestiegen. Neben einer linearen Erhöhung der Gehälter des Personals um 3,0 % und der Schaffung von drei neuen Stellen führen auch die höheren Aufwendungen für die Altersversorgung, insbesondere die Pensionsrückstellungen, zu diesem Mehraufwand.

Die Erträge der Landeszentrale stiegen im Geschäftsjahr um 5.751,8 T€ an. Dies beruht im Wesentlichen auf den höheren Fördermitteln des Freistaats Bayern gemäß Art. 23 BayMG für die Satellitenverbreitung des lokalen und regionalen Fernsehens, die von 4.499,2 T€ im Jahr 2012 auf 9.000,0 T€ im Geschäftsjahr (+ 4.500,8 T€) angestiegen sind. Das Änderungsgesetz zum BayMG vom 27.11.2012 (GVBl S. 578) sowie der vom Bayerischen Landtag beschlossene Doppelhaushalt 2013/2014 sehen eine Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens auf Grundlage des Art. 23 BayMG bis zum 31.12.2016 mit jährlich 9.000,0 T€ vor.

Ferner erhöhten sich die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag um 472,0 T€ auf 22.736,0 T€ (Vorjahr 22.264,0 T€) bei gleichzeitigem Rückgang der Erträge aus Gebühren um 191,9 T€ auf 129,1 T€ (Vorjahr 321,0 T€), da in 2013 weniger Genehmigungen erteilt worden sind.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind um 954,7 T€ gestiegen. Dies hängt im Wesentlichen mit Erträgen aus der Auflösung von Wertberichtigungen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgeltsystem zusammen (+ 767,9 T€), aber auch höheren Nachzahlungen von Rundfunkgebühren für 2012 durch den NDR (376,6 T€; + 56,1 T€ gegenüber dem Vorjahr) sowie um 61,7 T€ höher ausgefallenen Erstattungen aus DLM-Projekten mit 426,9 T€ (Vorjahr: 365,2 T€).

Die Zinserträge gingen um 14,7 T€ zurück, was insbesondere der Zinsentwicklung geschuldet ist.

Das anstaltseigene Kapital ist durch den Jahresüberschuss in Höhe von 32.288,98 € auf 21.228.670,70 € (Vorjahr 21.196.381,72 €) angestiegen. Das Anlagevermögen hat sich auf Grund der Neuzugänge und unter Berücksichtigung der Abgänge sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31. 12. 2013 um 604,1 T€ auf 23.090.679,26 € verringert. Das Umlaufvermögen beläuft sich am Bilanzstichtag auf 6.643.193,81 € und liegt damit um 1.321,5 T€ über dem Vorjahreswert (5.321,7 T€).

Der Anstieg ist im Wesentlichen verursacht durch um 1.499,7 T€ höhere flüssige Mittel auf Grund geringerer Fördermittelzahlungen im Geschäftsjahr.

Die Bilanzsumme erhöhte sich auf 29.827.802,66 € (Vorjahr 29.096.283,63 €).

Nachträgliche Ereignisse, Zukunftsperspektiven und Risiken

Die CAMP TV hatte die Landeszentrale im Dezember 2012 auf Schadensersatz verklagt und im Jahr 2013 ihre Klage begründet. Anspruchsgrundlage sollte ein angeblicher Amtshaftungsanspruch und ein Anspruch aus enteignungsgleichem Eingriff sein, der sich als Folge des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts zur Rechtswidrigkeit des Ausgangsbescheides (Widerruf der Anbietergenehmigung) ergeben soll. Das Landgericht München I hat am 26.02.2014 durch Teil-Grund- und Teil-Endurteil entschieden, dass der Anspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist soweit der Anspruch auf den Widerruf der laufenden Genehmigung für die Anbietertätigkeit mit einem landesweiten Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und SAT 1 befristet bis zum 30.09.2010 beruht und im Übrigen die Klage abgewiesen. Damit ist der überwiegende Teil der Schadensersatzforderung durch diese gerichtliche Entscheidung abgewiesen worden. Der nur noch kleine Teil der Schadensersatzforderung steht unter dem Vorbehalt, dass die CAMP TV einen entsprechenden Schaden nachweisen muss.

Gegen diese Entscheidung hat die klagende CAMP TV im März 2014 Berufung eingelegt. Auch die BLM hat gegen das Urteil des Landgerichts München I Berufung eingelegt, um das Teil-Grundurteil anzugreifen. Wir sind der Auffassung, dass der im Wesentlichen unsubstantiierte Sach- und wenig überzeugende Rechtsvortrag der klagenden CAMP TV nach unserer Einschätzung nicht geeignet ist, der Berufung zum Erfolg zu verhelfen.

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des

Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt. Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 15.12./21.12.2010 (GVBl 2011 S. 258), der am 01.01.2013 in Kraft getreten ist, verblieb es bei der Höhe von 17,98 € pro Monat auch für den neuen Rundfunkbeitrag. Die Höhe des Anteils der Landeszentrale beträgt zwar nun nur noch 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens, aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben.

Die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag betragen im Geschäftsjahr 22.736 T€ und lagen damit um 472 T€ höher als im Vorjahr. Nach den Prognoseberechnungen des Norddeutschen Rundfunks sollen sich auch in den Folgejahren die Rundfunkbeiträge leicht erhöhen. Die nach § 11 Satz 2 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag spätestens bis Juni vom Norddeutschen Rundfunk zu leistende Schlusszahlung für das vorangegangene Kalenderjahr wird zeigen, ob und in welcher Höhe die Landeszentrale mit zusätzlichen Mitteln aus dem neuen Rundfunkbeitrag rechnen kann. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) hat in ihrem 19. Bericht vom Februar 2014 festgestellt, dass durch den Rundfunkbeitrag in der Periode 2013 bis 2016 erhebliche Mehreinnahmen gegenüber der bisherigen Rundfunkgebühr durch die Landesrundfunkanstalten erzielt werden. Sie schlägt daher den Ländern vor, den Beitrag um 73 Cent auf 17,25 € ab 01.01.2015 zu senken. Die bis 2015 von den Anstalten erlösten Mehreinnahmen sollen diese einer Rücklage zuführen.

Auch für die Landesmedienanstalten prognostiziert die KEF Mehreinnahmen von 21,8 Mio. € für den Zeitraum 2013 bis 2015. Die Landesmedienanstalten sind ebenfalls von einer Beitragskürzung betroffen. Da ein Teil der Landesmedienanstalten keine Rücklage bilden kann, schlägt die KEF vor,

den Prozentsatz der Landesmedienanstalten am Anteil des Rundfunkbeitrags abzusenken.

Nach dem unter den Landesmedienanstalten geltenden Finanzierungsschlüssel würden die zusätzlichen Erlöse für die Landeszentrale rund 3,5 Mio. € ausmachen.

Die Ministerpräsidenten haben in ihrer Konferenz in Berlin Mitte März 2014 sich darauf verständigt, den Rundfunkbeitrag um 48 Cent auf 17,50 € zu senken. Die Umsetzung erfolgt durch eine Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags, der nach Ratifizierung von allen Länderparlamenten in Landesrecht umgesetzt werden muss. Ein Inkrafttreten zum 01.01.2015 ist daher fraglich.

Unabhängig von der beschlossenen Absenkung des Rundfunkbeitrags sind verschiedene verwaltungsrechtliche Klagen gegen den Rundfunkbeitrag bei Gerichten anhängig, die bisher abgewiesen wurden. In Bayern wurde eine Popularklage gegen den Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag erhoben mit dem Ziel, das bayerische Zustimmungsgesetz zum Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag für verfassungswidrig zu erklären. Begründet wird die Popularklage damit, dass der Rundfunkbeitrag auch zu zahlen sei, gleichgültig, ob der Beitragsschuldner einen Fernseher, ein Radio oder einen internetfähigen Computer habe oder nicht. Auf die Zahl und Art der Empfangsgeräte komme es nicht mehr an. Daher steht eine Verletzung des Gleichheitssatzes in Rede. Auch wird damit argumentiert, dass der Rundfunkbeitrag eine Steuer sei, für deren Erhebung die Länder keine Gesetzgebungskompetenz haben. Nachdem nicht in Frage steht, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch öffentliche Abgaben finanziert werden darf, ist die Landeszentrale der festen Überzeugung, dass selbst für den Fall einer Verfassungswidrigkeit des Rundfunkbeitrags ein entsprechendes Urteil die Verfassungswidrigkeit nur für die Zukunft aussprechen wird, so dass eine Rückabwicklung der geleisteten Rundfunkbeiträge grundsätzlich auszuschließen ist.

Damit bleibt abzuwarten, wie die verwaltungs- und verfassungsrechtlichen Klagen gegen den Rundfunkbeitrag entschieden werden.

In Anbetracht des vielfältigen gesetzlichen Aufgabenspektrums der Landeszentrale ist es erforderlich, weiterhin die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmittel gezielt einzusetzen und das konsequente Kostenmanagement fortzusetzen. Die im Jahr 2013 umgesetzten Maßnahmen aus dem Organisationsgutachten unterstützen diesen Prozess nachhaltig.

Risikomanagement

Wöchentliche Besprechungen der Bereichsleiter mit der Geschäftsführung sichern organisatorisch eine frühzeitige Identifikation und Kommunikation wesentlicher Risiken sowie bestandsgefährdender Entwicklungen. Als Frühwarnsignal wird auch die monatliche Analyse von Abweichungen zum Wirtschaftsplan betrachtet.

Gesamtaussage zur Lage

Wir sind mit dem Verlauf des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung des Wirtschaftsplans 2013 zufrieden. Trotz weiter bestehender Unwägbarkeiten mit dem neuen Rundfunkbeitrag ist davon auszugehen, dass die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2014 ausreichend gesichert ist. Wir gehen derzeit für das nächste Jahr mit Erträgen in ähnlicher Größenordnung wie in 2013 sowie einem ausgeglichenen Jahresergebnis aus.

München, 6. Juni 2014



DER PRÄSIDENT
Siegfried Schneider



DER GESCHÄFTSFÜHRER
Martin Gebrande

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, München, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes liegen in der Verantwortung der Geschäftsführung der Landeszentrale. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Landeszentrale sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebe-

richt überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der Geschäftsführung sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Landeszentrale und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 6. Juni 2014

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



WIRTSCHAFTSPRÜFER
Schubert



WIRTSCHAFTSPRÜFERIN
Sandhaas

Wirtschaftsplan 2013

Dem vom Verwaltungsrat am 23. November 2012 beschlossenen Wirtschaftsplan 2013 wurde in der 14. Sitzung des Medienrats am 13. Dezember 2012 die Zustimmung erteilt.

Entsprechend den Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 24. Juni 2013 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2013, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 1. Juli 2013 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt. Danach konnten im Haushaltsjahr 2013 Erlöse von EUR 29,0 Mio. erzielt werden. Bei den Kostenerlösen ergaben sich Mindereinnahmen von TEUR 201,9. Die sonstigen Erträge übersteigen die Planwerte um TEUR 1.037,3. Die Überschreitung ist in Höhe von TEUR 768,0 verursacht durch einen einmaligen Sondereffekt im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgeltsystem: Die bereits im Vorjahr vollständig wertberichtigten Forderungen aus dem Teilnehmerentgelt, dem Betreiberentgelt und dem Leistungsbescheidverfahren wurden in 2013 fast vollständig ausgebucht. Der Ertrag aus der nicht mehr benötigten Wertberichtigung ist in den sonstigen Erträgen erfasst. Der korrespondierende Aufwand aus der Ausbuchung der Forderungen ist in den laufenden Aufwendungen enthalten. Das Ergebnis der Landeszentrale wurde durch diesen Vorgang nicht belastet.

An laufenden Aufwendungen sind EUR 29,0 Mio. angefallen. Diese lagen um TEUR 803,1 über den Plandaten (siehe oben).

Der Jahresüberschuss 2013 über TEUR 32,3 wird der Investitionsrücklage zugeführt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 424,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2014 vorgetragen.

Der Wirtschaftsplan 2013 weist erstmals keinen „Einzelplan Teilnehmerentgelt“ mehr aus.

A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2013 TEUR	Ist-Ergebnis 2013 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Erträge			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	22.736,0	22.736,0	0,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	331,0	129,1	- 201,9
3. Sonstige Erträge	886,0	1.923,3	+ 1.037,3
4. Geldbußen (Art. 37 BayMG)	0,0	0,0	0,0
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	4.256,0	4.256,0	0,0
6. Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	0,0	0,0	0,0
Summe	28.209,0	29.044,4	+ 835,4

	Wirtschaftsplan 2013 TEUR	Ist-Ergebnis 2013 TEUR	Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-) TEUR
Aufwendungen			
1. Personalaufwendungen	7.664,2	7.988,7	+ 324,5
2. Abschreibungen	1.200,0	1.334,0	+ 134,0
3. Sonstige Steuern	1,6	1,4	- 0,2
4. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.395,0	1.239,6	- 155,4
5. Sonstige Aufwendungen	2.649,7	2.688,6	+ 38,9
6. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	818,0	818,0	0,0
7. Programmförderung	930,0	927,5	- 2,5
8. Förderung technische Infrastruktur und Technischer Betrieb/Entwicklung	1.900,0	1.766,3	- 133,7
9. Medienforschung	750,0	749,9	- 0,1
10. Ausbildungsförderung	910,0	894,1	- 15,9
11. Medienpädagogik	630,0	628,7	- 1,3
12. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
13. Mitgliedschaften und Förderbeiträge	144,5	142,7	- 1,8
14. Öffentlichkeitsarbeit	1.036,0	1.000,6	- 35,4
15. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.256,0	4.256,0	0,0
16. Förderung nach Art.23 BayMG/BLM-Anteil	2.000,0	2.000,0	0,0
17. Zinsaufwendungen	263,0	246,6	- 16,4
18. A.o. und periodenfremde Aufwendungen	161,0	829,4	+ 668,4
Summe	28.209,0	29.012,1	+ 803,1
Jahresüberschuss	0,0	32,3	32,3

B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2013 Vortrag aus 2012 TEUR	Ist-Ergebnis 2013 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
Mittelherkunft			
1. Jahresüberschuss lt. Haushaltsplan	0,0	32,3	32,3
2. Abschreibungen	1.200,0	1.334,0	+ 134,0
3. Entnahme aus Rücklagen	0,0	119,3	+ 119,3
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	160,0	575,9	+ 415,9
5. Übertrag aus Finanzplan Vj.	272,4	272,4	0,0
Summe	1.632,4	2.333,9	+ 701,5
Mittelverwendung			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.435,3	722,8	- 712,5
2. Finanzanlagen	30,0	19,6	- 10,4
3. Darlehenstilgung	0,0	0,0	0,0
4. Einstellung in Rücklagen	0,0	151,6	151,6
5. Ausleihungen	0,0	0,0	0,0
6. Sonstige	167,1	1.439,9	+ 1.272,8
Summe	1.632,4	2.333,9	+ 701,5

C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2013 TEUR	Ist-Ergebnis 2013 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Förderung nach Art. 23 BayMG			
1. Einnahmen			
1.1 Förderung Staatshaushalt	9.000,0	9.000,0	0,0
Summe	9.000,0	9.000,0	0,0
2. Ausgaben			
2.1 Technische Verbreitungskosten	9.000,0	9.000,0	0,0
2.2 Programmherstellungskosten	0,0	0,0	0,0
Summe	9.000,0	9.000,0	0,0

Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 19. September 2014 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG den Jahresabschluss 2013 beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München vom 06. Juni 2014, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2013 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2013 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2013 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 19. September 2014



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS
Manfred Nüssel

Zustimmung des Medienrats

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2013 zu.

München, 09. Oktober 2014



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS
Dr. Erich Jooß

