

**B LM**

Bayerische  
Landeszentrale für  
neue Medien

2014

Geschäftsbericht |





Geschäftsbericht 2014  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



**D**ie lokale Rundfunklandschaft in Bayern zeichnet eine im bundesweiten Vergleich einmalige Vielfalt aus. Diese Vielfalt zu erhalten, bleibt auch in Zukunft eines der vorrangigen Ziele der Landeszentrale. Aus diesem Grund war die weitere Entwicklung des Hörfunks einer der Schwerpunkte der Arbeit der BLM im Jahr 2014. Eine interne Arbeitsgruppe unter dem programmatischen Titel „Hörfunk 2020“ analysierte die aktuelle Situation des lokalen Hörfunks aus programmlicher, rechtlicher, technischer und medienwirtschaftlicher Sicht und lud dazu auch externe Experten ein. Ziel ist es, daraus mögliche Entwicklungstendenzen und Innovationsstrategien abzuleiten und vor allem entsprechende Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Dabei werden alle wichtigen Felder angesprochen: Genehmigung, Förderung, technische Verbreitung, Vermarktung, Programmstrategien, Aus- und Fortbildung usw. Die Ergebnisse wurden den Gremien erstmals Ende November vorgestellt. Im Jahr 2015 wird es darum gehen, erste Handlungsempfehlungen umzusetzen. Folgerichtig wird sich im kommenden Jahr eine weitere Arbeitsgruppe mit der Zukunft des lokalen Fernsehens auseinandersetzen.

Wie eine Studie zur wirtschaftlichen Situation der bayerischen lokalen und landesweiten Rundfunkanbieter zeigt, können sich vor allem die Hörfunkanbieter derzeit noch gut gegen die zunehmende Konkurrenz behaupten. Die lokalen und überregionalen privaten Hörfunkanbieter in Bayern erwirtschafteten im Jahr 2013 Gesamteinnahmen in Höhe von 150 Mio. € und damit ein deutliches Umsatzplus von 11 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. Der Kostendeckungsgrad für die

privaten Hörfunkangebote stieg damit auf 122 Prozent. Auch die lokalen und landesweiten Fernsehanbieter konnten ihre Umsätze steigern. Der Kostendeckungsgrad bleibt aber mit 98 Prozent im Durchschnitt weiter im negativen Bereich.

Man muss kein Prophet sein, um vorauszusagen, dass die Situation sowohl für den lokalen Hörfunk als auch für das lokale Fernsehen nicht einfacher werden wird. Die Entscheidung des Bayerischen Rundfunks, im Jahr 2018 einen Frequenzwechsel zwischen BR Klassik und BR Puls vorzunehmen und damit mit drei abgestimmten musikorientierten Programmen aufzutreten, wird bei einer Umsetzung sowohl den lokalen als auch dem landesweiten Hörfunk Reichweite und damit Werbeeinnahmen kosten, die sowohl für einige lokale Sender als auch für die Galaxy-Senderkette und egoFM existenzgefährdend werden können. Mittlerweile haben die privaten bayerischen Hörfunkanbieter beim Landgericht München Klage gegen den Bayerischen Rundfunk eingereicht, nachdem alle Vermittlungsgespräche im Jahr 2014 gescheitert waren.

Diese und weitere Entwicklungen haben die BLM veranlasst die Initiative INNOVATE: MEDIA ins Leben zu rufen, mit dem Ziel, die Radio- und Fernsehanbieter, insbesondere aus dem lokalen Bereich, im Medienwandel zu unterstützen. Ausgangspunkt der Initiative ist, dass sich unsere Medienwelt rasant verändert. Medien sind mobil überall verfügbar, die Medieninhalte präsentieren sich auf den unterschiedlichsten Plattformen multimedial, crossmedial oder transmedial. INNOVATE: MEDIA will mit seinen fünf Teilprojekten einerseits aufzeigen, welche Änderungen sich vollziehen, wo bemerkenswerte Ansätze für den Medienwandel bereits umgesetzt sind und will schließlich den Radio- und Fernsehanbietern möglichst konkrete Hilfestellungen geben, wie

sie selbst digitale Projekte umsetzen können. Im Zentrum der Initiative steht das „media.lab“, in dem Projektteams ihre Ideen für den Medienbereich bis zur Gründung entwickeln können.

Auch Medienkompetenz bleibt für die BLM ein wichtiges Thema. So war die Landeszentrale mit einer Reihe von Angeboten an den ersten Medienkompetenztagen Bayern beteiligt, die vom Bayerischen Wirtschaftsministerium getragen wurden und landesweit rund 70 Einzelveranstaltungen umfassten. Zudem hat nicht zuletzt das Engagement der BLM-Stiftung Medienpädagogik Bayern dafür gesorgt, dass im November der 100.000ste Medienführerschein Bayern verliehen werden konnte. Mit den kostenlosen Unterrichtsmaterialien können Kinder und Jugendliche altersgerecht die Chancen, aber auch Risiken der Medienwelt kennenlernen. Der Medienführerschein Bayern ist eine Initiative der Bayerischen Staatsregierung, die von der Stiftung Medienpädagogik Bayern koordiniert wird.



SIEGFRIED SCHNEIDER  
Präsident der BLM

## Rechtsgrundlagen und Organisation

10	Rechtsgrundlagen
10	Bayerisches Mediengesetz
10	Rundfunkstaatsvertrag
10	Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
11	Übereinstimmende Satzungen der Landesmedienanstalten
12	Die Organe der Landeszentrale
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
----	---------------------------------------

## Hörfunk

28	Programmangebot Hörfunk
28	Lokaler Hörfunk
30	Landesweiter Hörfunk
30	Bundesweiter Hörfunk
33	Programmorganisation Hörfunk
33	Genehmigungen
35	Technische Verbreitung
38	Reichweiten und Akzeptanz
42	Wirtschaftliche Lage
44	Programmaufsicht Hörfunk
44	Programmebeobachtung
46	Jugendschutz
47	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: Helmut Seisenberger, S. 4

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

Oktober 2015

## Fernsehen und Telemedien

- 50 Programmangebot Fernsehen
- 50 Lokales/Regionales Fernsehen
- 50 Landesweites Fernsehen
- 52 Bundesweites Fernsehen
  
- 53 Bundesweites Fernsehen
- 53 Genehmigungen
- 54 Änderung der Inhaber-  
und Beteiligungsverhältnisse
- 56 Technische Verbreitung
- 59 Programmentwicklung
- 61 Fernsehnutzung
- 63 Entwicklung der Werbeumsätze
  
- 65 Lokales und landesweites  
Fernsehen
- 65 Genehmigungen
- 66 Technische Verbreitung
- 69 Fernsehnutzung
- 71 Wirtschaftliche Lage
  
- 72 Programmaufsicht  
Fernsehen und Telemedien
- 72 Programmebeobachtung
- 73 Jugendschutz
- 75 Werbung
- 77 Gewinnspiele

## Fördermaßnahmen

- 80 Überblick Fördermaßnahmen  
2014
  
- 81 Technische Förderung
- 81 Technische Infrastrukturförderung
- 82 Technischer Betrieb
  
- 83 Film- und Fernsehförderung
  
- 84 Programmförderung
  
- 85 Medienforschung
  
- 90 Aus- und Fortbildung
- 90 BLM Fortbildungsworkshops
- 91 Aus- und Fortbildungs-  
programme
  
- 93 Medienpädagogik
- 94 Projekte und Initiativen
- 97 Fachtagungen und Workshops
- 98 Medienpädagogische Forschung
  
- 99 Finanzierungsbeitrag
  
- 100 Förderung nach Art. 23 BayMG
- 100 Programmausschuss
- 101 Verwendung der Mittel  
gem. Art. 23 BayMG
  
- 102 Information
- 102 Publikationen
- 103 Internet
- 104 Social Media
- 104 Veranstaltungen
- 109 Archiv und Dokumentation

## Finanzielle Entwicklung

- 112 Jahresabschluss 2014
  
- 116 Anhang für das Geschäftsjahr 2014
  
- 130 Lagebericht  
für das Geschäftsjahr 2014
  
- 137 Bestätigungsvermerk  
des Abschlussprüfers
  
- 138 Wirtschaftsplan 2014
  
- 141 Beschluss des Verwaltungsrats
  
- 141 Zustimmung des Medienrats

# Rechtsgrundlagen und Organisation

**10 Rechtsgrundlagen**

- 10 Bayerisches Mediengesetz
- 10 Rundfunkstaatsvertrag
- 10 Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
- 11 Übereinstimmende Satzungen der Landesmedienanstalten

**12 Die Organe der Landeszentrale**

- 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

Im Berichtszeitraum wurde die Geschäftsordnung des Medienrats neu bekannt gemacht und einmal geändert. Mit der Änderung reagierte der Medienrat auf das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum ZDF-Staatsvertrag. Durch Einbeziehung der Vorstandsmitglieder in die Ausschussbesetzung wurde erreicht, dass die Besetzung der Programmausschüsse (Hörfunkausschuss, Fernsehausschuss) die Staatsferne-kriterien des ZDF-Urteils ohne Einschränkung erfüllt. Zur Erhöhung der Transparenz werden die Protokolle der öffentlichen Medienratssitzungen nach ihrer Annahme durch den Medienrat seit 2015 im Internetauftritt der Landeszentrale veröffentlicht.

### Geschäftsordnung des Verwaltungsrats

In der konstituierenden Sitzung zu Beginn der neuen Amtsperiode (1. November 2014 bis 30. Oktober 2019) hat sich der Verwaltungsrat eine (neue) Geschäftsordnung gegeben. Die vormalige Geschäftsordnung war gemäß dem Diskontinuitätsgrundsatz mit dem Ende der vorherigen Amtsperiode außer Kraft getreten.

### Verwaltungsratswahlsatzung

Rechtzeitig vor der Neuwahl des Verwaltungsrats hat der Medienrat die Verwaltungsratswahlsatzung am 10. April 2014 neu gefasst. Änderungen gegenüber der alten Fassung betrafen vor allem die öffentliche Aufforderung zur Einreichung von Wahlvorschlägen durch genehmigte Anbieter im Internetauftritt der Landeszentrale, die erforderliche Stimmenmehrheit bei der Wahl (Mehrheit der anwesenden Mitglieder anstelle absoluter Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen) und eine Beschränkung der Möglichkeit die

Wahlen für mehrere Sitze auf einem Stimmzettel zusammenzufassen, wenn die notwendigen Mehrheiten im ersten Wahlgang nicht erreicht werden. Ferner wurde die Notwendigkeit einer konstitutiven Feststellung des Wegfalls gesetzlich geregelter Wählbarkeitsvoraussetzungen durch den Beschließenden Ausschuss fallen gelassen. Als Reaktion auf das ZDF-Urteil des Bundesverfassungsgerichts hat der Medienrat die Abberufung eines Verwaltungsratsmitglieds vom Vorliegen eines wichtigen Grundes abhängig gemacht; das Quorum von zwei Drittel der gesetzlichen Mitglieder des Medienrats für die Abberufung blieb unverändert.

#### **Fernsehsatzung**

Die Fernsehsatzung wurde am 10. April 2014 an geänderte Bedingungen bei der ausschließlich in digitaler Technik erfolgenden Erstausstrahlung angepasst und redaktionell überarbeitet. Die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Dritten beim sog. Business-Fernsehen wurden für lokale und regionale Fernsehanbieter erweitert. Auf Anregung eines Anbietersverbandes wurde in § 13 Abs. 3 klargestellt, dass Vorkehrungen zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht nicht ausreichend sind, wenn ein Anbieter, der anderenfalls ungleichgewichtigen Einfluss hätte, über 50 v. H. oder mehr der Stimmrechte in einer Anbietergesellschaft oder -gemeinschaft verfügt oder aufgrund von Quotenregelungen Entscheidungen verhindern kann, die zur Umsetzung programmlicher Entscheidungen erforderlich sind.

In einer weiteren Änderung der Fernsehsatzung hob der Medienrat am 11. Dezember 2014 den Berechnungssatz für die Bemessung der Finanzierungsbeitrags um 5 Cent auf 85 Cent pro erreichten Haushalt an, den die beiden reichweitenstärksten bundesweit verbreiteten Vollprogramme für die Gestaltung der bayerischen Fernsehfenster zu leisten haben.

In derselben Sitzung wurde die Anpassung der Finanzierungsbeitragsrichtlinie beschlossen.

#### **Fördersatzung**

Um die Beiträge insbesondere gemeinnütziger Spartenanbieter im lokalen/regionalen Fernsehen abzusichern, wurde deren Fördersatz im Rahmen der Förderung nach Art. 23 BayMG in § 12 Abs. 4 Satz 1 der Fördersatzung angehoben.

#### **Programmförderungs-Richtlinie**

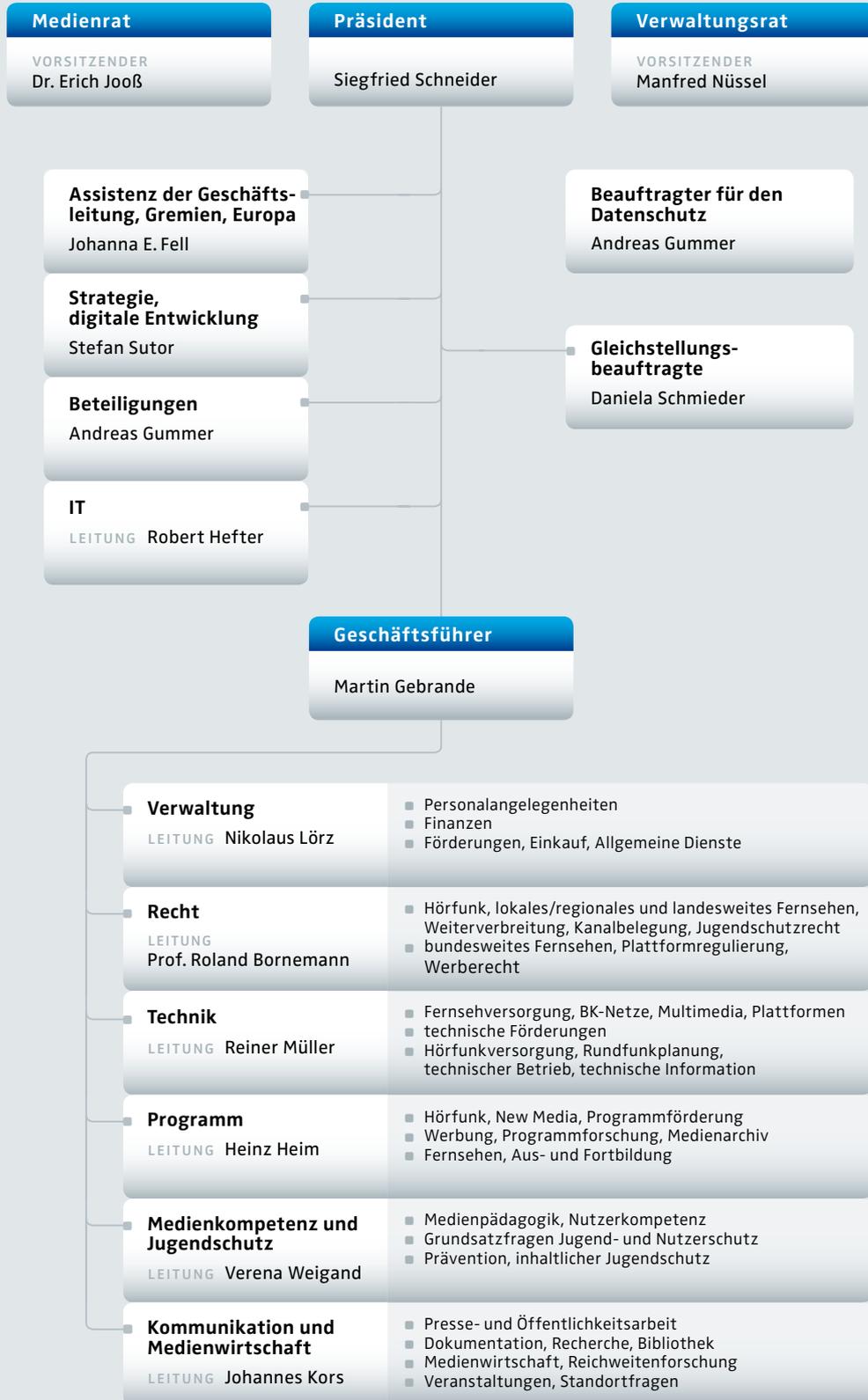
Am 20. Februar 2014 beschloss der Medienrat eine Änderung der Programmförderungs-Richtlinie. Die Änderung betraf das Verfahren nach dem Übergang der Entscheidungszuständigkeit vom Medienrat auf den Hörfunk- bzw. den Fernsehausschuss.

## Übereinstimmende Satzungen der Landesmedienanstalten

#### **Satzung über den Aufwundersatz der KJM**

Die Neufassung der Satzung über den Ersatz der notwendigen Aufwendungen und Auslagen der Mitglieder der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) – Aufwundersatzsatzung (KJMAES) – wurde am 11. Dezember 2014 vom Medienrat beschlossen. Die Anhebung der monatlichen Sitzungspauschale von 400 auf 500 Euro für Mitglieder und von 200 auf 300 Euro für stellvertretende Mitglieder sowie die Anhebung des Sitzungsgeldes von 100 auf 150 Euro soll den gestiegenen Umfang der Tätigkeit der KJM-Mitglieder abgelden. Neu eingeführt wurde ein Sitzungsgeld i. H. v. 100 Euro für Prüfgruppensitzungen. Aufwundersatzpauschalen und Sitzungsgelder werden nicht an Direktoren oder Mitarbeiter von Landesmedienanstalten gezahlt. Die Neuregelung kann erst nach Zustimmung der zuständigen Gremien aller Landesmedienanstalten in Kraft treten.

# Organigramm der BLM



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

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 2014 insgesamt acht Sitzungen ab.

Die Ende 2013 beschlossene Neustrukturierung der Ausschüsse des Medienrats, durch die die aktuelle Arbeit der Landeszentrale auch in den Ausschüssen entsprechend widergespiegelt wird, wurde Anfang 2014 durch entsprechende Zuweisung der jeweiligen Aufgaben der Ausschüsse umgesetzt. Neu gebildet wurden der Ausschuss für Fragen der Medienkompetenz und des Jugendschutzes (Medienkompetenz-Ausschuss) und der für Fragen der Medienentwicklung und der digitalen Innovation (Digital-Ausschuss); zeitgleich wurde die Arbeit des Programmförderungs-Ausschusses und des Technikausschusses eingestellt. Durch Aufnahme je eines Mitglieds des Vorstands in die drei Hauptausschüsse wurde für deren Zusammensetzung den Anforderungen des Bundesverfassungsgerichts aus dessen Urteil zum ZDF-Staatsvertrag vom 25. März 2014 Rechnung getragen, soweit dies durch den Medienrat selbst möglich war.

---

Die Ausschüsse des Medienrats wurden Anfang 2014 neu strukturiert.

**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**

- Dr. h. c. Charlotte Knobloch

**Gewerkschaften**

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

**Bayer. Bauernverband**

- Anneliese Göller
- Franz Kustner

**Industrie- und Handelskammern**

- Walter Keilbart

**Handwerkskammern**

- Heinrich Mosler

**Bayer. Städtetag**

- Markus Loth

**Bayer. Landkreistag**

- Tamara Bischof

**Bayer. Gemeindetag**

- Josef Mend

**Verbände der Heimatvertriebenen**

- Paul Hansel

**Katholische kirchliche Frauenorganisationen**

- Ulla Kriebel

**Bayer. Jugendring**

- Michael Voss

**Bayer. Landessportverband**

- Bernd Kränzle, MdL
- Lydia Sigl

**Schriftstellerorganisationen**

- Arwed Vogel

**Komponistenorganisationen**

- Thomas Rebusburg

**Musikorganisationen**

- Wilhelm Lehr

**Intendanten der Bayer. Staatstheater**

- Peter Theiler

**Leiter der Bayer. Schauspielbühnen**

- Rainer Lewandowski

**Bayer. 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**

- Peter Rottner

Im Laufe des Berichtsjahres waren folgende Ausschüsse des Medienrats tätig:

**Beschließender Ausschuss**

(13 Mitglieder)

- Vorsitzender Dr. Erich Jooß

**Grundsatzausschuss**

(11 Mitglieder)

- Vorsitzender Bernd Kränzle, MdL

**Fernsehausschuss**

(18 Mitglieder)

- Vorsitzender Walter Keilbart

**Hörfunkausschuss**

(18 Mitglieder)

- Vorsitzender Prof. Dr. Manfred Tremel

**Medienkompetenz-Ausschuss**

(11 Mitglieder)

- Vorsitzender Wilhelm Lehr

**Digital-Ausschuss**

(11 Mitglieder)

- Vorsitzender Prof. Dr. Erich Bauer

**Programmausschuss**

(10 Mitglieder)

- Vorsitzender Helmut Wöckel

Die Ausschüsse des Medienrats traten im Laufe des Jahres 2014 zu insgesamt 30 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. In der Sitzung des Medienrats am 24. Juli 2014 wählte der Medienrat die Mitglieder für die 8. Amtsperiode des Verwaltungsrats (01. 11. 2014 – 31. 10. 2019). Der Verwaltungsrat konstituierte sich am 24. November 2014 neu und wählte den Vorstand neu.

Im Berichtsjahr trat der Verwaltungsrat zu insgesamt drei Sitzungen zusammen; hiervon fielen zwei Sitzungen in die 7. und eine Sitzung in die 8. Amtsperiode.

### Vorsitzender des Verwaltungsrats

vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied

- Manfred Nüssel

### Stellv. Vorsitzender

vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied

- Achim Werner<sup>1</sup> (Walter Engelhardt<sup>2</sup>)

### Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer<sup>1</sup> (Johanna Rumschöttel<sup>2</sup>)
- Henry Schramm

### Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland<sup>1</sup> (Jan Mojto<sup>2</sup>)
- Gerd Penninger

### Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

- Prof. Dr. Johannes Kreile
- Roland Richter<sup>1</sup> (Dr. Rainer Hecker<sup>2</sup>)
- Michael Sedlmair<sup>1</sup> (Dr. Eberhard Reichert<sup>2</sup>)

1 Mitglied seit Beginn der 8. Amtsperiode

2 Zum Ende der 7. Amtsperiode am 31. 10. 2014 aus dem Verwaltungsrat ausgeschieden

Stand 31.12.2014

## 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 31.12.2014

## 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 2014 insgesamt zehn Sitzungen ab.

### Vorsitzender der ZAK

- Dr. Jürgen Brautmeier (LfM Nordrhein-Westfalen)

### Mitglieder

- Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
- Thomas Langheinrich (LFK Baden-Württemberg), Europabeauftragter
- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Hans Hege (mabb Berlin)
- Joachim Becker (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)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Martin Heine (MSA Sachsen-Anhalt)

Stand 31.12.2014

## Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2014 zu drei 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)
- Prof. Dr. Werner Schwaderlapp (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 31.12.2014

## Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

### Vorsitzende der KEK

- Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz

### stellvertretender Vorsitzender

- Dr. Hans-Dieter Lübbert

### Mitglieder

- Prof. Dr. Dieter Dörr
- Prof. Dr. K. Peter Mailänder
- Prof. Dr. Insa Sjurts
- Dr. Jürgen Schwarz

### Ersatzmitglieder

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

### Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

- Dr. Hans Hege (mabb Berlin)
- Joachim Becker (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 2014 neun 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 enge Vernetzung zwischen Landesmedienanstalten, Ländern und Bund in Fragen des Jugendschutzes in Rundfunk und Telemedien gewährleistet.

Die KJM trat 2014 zu insgesamt zehn 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 (BPjM, Bonn)
- Thomas Krüger (Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn), 2. stellvertretender Vorsitzender der KJM  
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 31.12.2014

**D**ie 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 2014 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu drei 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 Überprüfungen 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 Bürgermedien, Medienkompetenz und Jugendschutz. Sie lösen das bisherige Beauftragten-Modell ab. Der Präsident der BLM ist Mitglied im Fachausschuss für Regulierung.

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 verteilter Veranstalter, für europarechtliche Frage-



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

Seit Anfang 2014 bereiten Fachausschüsse zu den Schwerpunktthemen „Regulierung“, „Netze, Technik und Konvergenz“ sowie „Bürgermedien, Medienkompetenz und Jugendschutz“ Entscheidungen der ZAK und der DLM vor.

Die Gremiovorsitzenden entwickelten gemeinsam mit den privaten TV-Veranstaltern Leitlinien für die Kennzeichnung von eigenproduzierten Scripted-Reality-Formaten.

stellungen, 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.

Der Dialog zwischen den Gremiovorsitzenden und den privaten TV-Veranstaltern zum Thema Scripted Reality wurde in 2014 fortgesetzt. Als Ergebnis wurden Gemeinsame Leitlinien für die Kennzeichnung und deren Wahrnehmbarkeit bei eigenproduzierten Scripted-Reality-Formaten entwickelt. Die freiwilligen Verhaltensgrundsätze enthalten sowohl Module zur Formulierung der Kennzeichnungshinweise als auch zur Wahrnehmbarkeit hinsichtlich Platzierung und Lesbarkeit. Die Umsetzung der Leitlinien soll in einem Jahr evaluiert werden.

Auch 2014 wurde wieder das Angebot der beiden großen privaten Sendergruppen an barrierefreien Sendungen (mit Untertiteln für Hörgeschädigte) untersucht. In ihrer Sitzung am 19. November 2014 stellte die Gesamtkonferenz fest, dass in den Programmen der RTL-Mediengruppe Sendungen mit Untertiteln auf festen Programmplätzen weiterhin nicht ausgestrahlt werden. Bereits im Oktober wurde von den Medienanstalten eine Studie zur Mediennutzung von Menschen mit Behinderung ausgeschrieben, die Defizite offen legen soll, um sie dann sukzessive abzubauen.

Zur besseren Abstimmung der aufsichtlichen Tätigkeit im Rahmen der Glücksspielwerbung haben die Medienanstalten im Jahr 2014 mit den Obersten Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder Leitlinien zur Zusammenarbeit der Glücksspiel- und Medienaufsicht vereinbart.

## **Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM**

### **Direktorenkonferenz (DLM)**

#### **Vorsitzender**

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

#### **stellvertretende Vorsitzende**

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

### **Gremiovorsitzendenkonferenz**

#### **Vorsitzender**

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

### **Koordinatoren der Fachausschüsse der ZAK**

#### **Fachausschuss 1 – Regulierung**

- Cornelia Holsten (brema)

#### **Fachausschuss 2 – Netze, Technik, Konvergenz**

- Thomas Fuchs (MA HSH)

#### **Fachausschuss 3 – Bürgermedien, Medienkompetenz, Jugendschutz**

- Jochen Fasco (TLM)

### **Beauftragte der DLM**

#### **Beauftragter für Europa**

- Thomas Langheinrich (LFK)

#### **Beauftragter für den Haushalt**

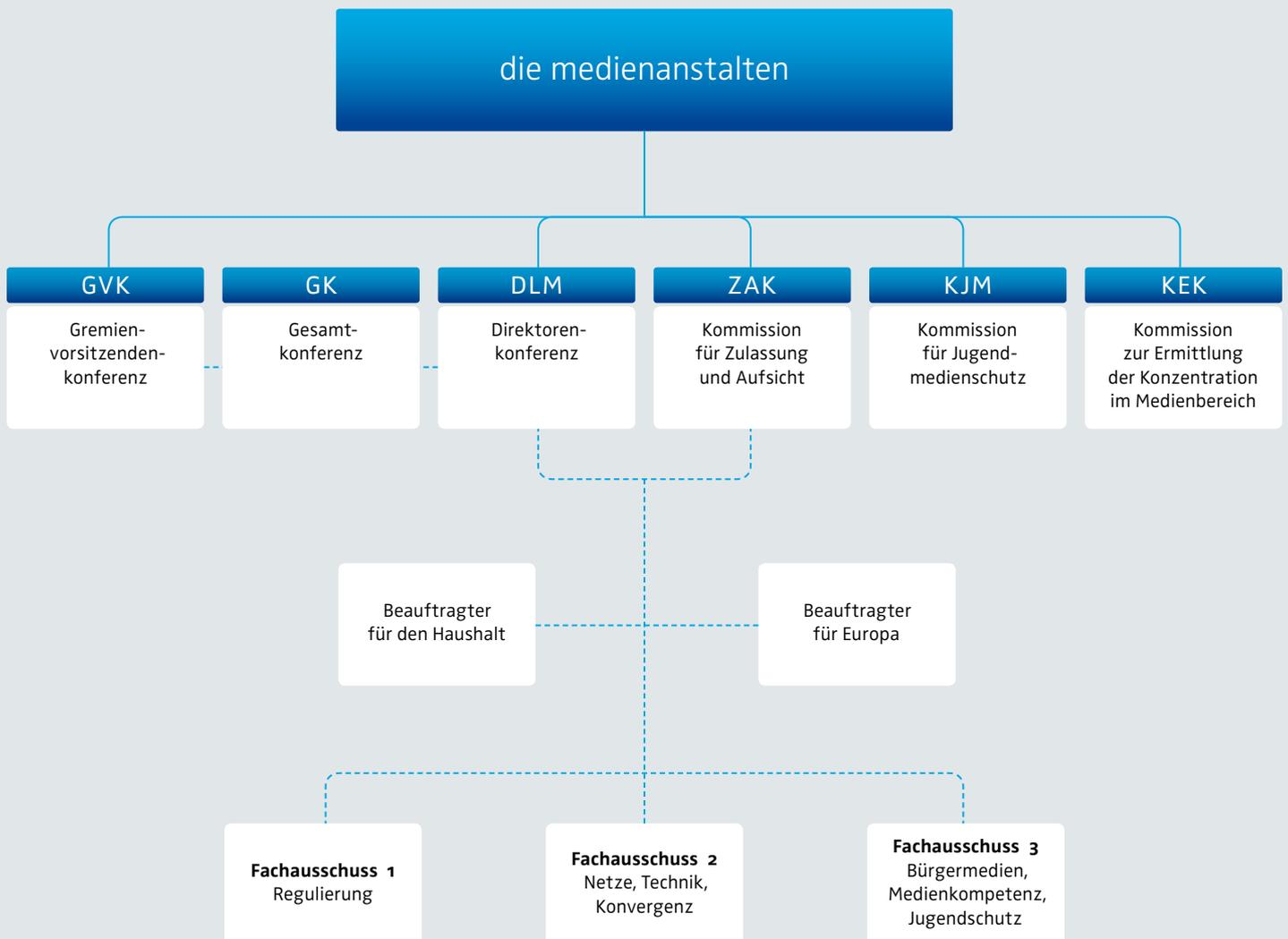
- Dr. Uwe Hornauer (MMV)

### **Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)**

#### **Vorsitzender**

- Martin Deitenbeck (SLM Sachsen)

## Struktur der Medienaufsicht



## Ausschreibung von Übertragungskapazitäten im neuen DVB-T2-Standard beschlossen.

Am 18. November 2014 haben die Medienanstalten die Ausschreibung von Übertragungskapazitäten im neuen DVB-T2/HEVC-Standard für das terrestrische Fernsehen beschlossen. Gesucht wurde ein Plattformanbieter, der die Programme der privaten Veranstalter verbreitet. Dadurch soll ab 2016 ein größeres Programmangebot insbesondere auch in HD-Qualität terrestrisch verfügbar sein. Bei einem Runden Tisch treffen sich Vertreter der Landesmedienanstalten, der öffentlich-rechtlichen und der privaten Fernsehveranstalter, um sich zu technischen und organisatorischen Themen auszutauschen und die Kommunikationsmaßnahmen rund um die Abschaltung des derzeitigen Standards DVB-T zu planen.

Das Thema Datenschutz bei Smart-TVs wurde von den Landesmedienanstalten beim Panel der Gremienvorsitzendenkonferenz auf den Medientagen München am 23. Oktober 2014 aufgegriffen. Dabei äußerten sich Vertreter der Medienanstalten verhalten positiv zu den neuen Leitlinien der Deutschen TV-Plattform zum Umgang mit Zuschauerdaten auf Smart-TV. Sie würden wesentliche Forderungen der Medienanstalten für anonyme TV-Nutzung, zu einer verbesserten Information der Nutzer über Art und Weise der Datenerhebung sowie deren Zweck und zum verantwortungsvollen Umgang mit nutzerbezogenen Daten aufgreifen.

Das so genannte Konvergenzgutachten der Wissenschaftler Kluth und Schulz für die Rundfunkkommission der Länder zu den offenen Fragen der Medienregulierung vom Oktober 2014 wurde vom DLM-Vorsitzenden und in ihrer Gemeinsamen Sitzung am 22. Oktober 2014 auch von den Gremienvorsitzenden der ARD und der Landesmedienanstalten begrüßt. Gleichzeitig wurde auf eine zügige Umsetzung der Ergebnisse, für die ein breiter Konsens erreicht werden kann, gedrängt.

**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 den 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 nach den letzten drei Novellen des Bundesdatenschutzgesetzes erwarteten Neueregungen zum Arbeitnehmerdatenschutz blieben aus. Neuerungen ergaben sich zur Frage der Zulässigkeit der Vorratsdatenspeicherung. Mit europäischer Richtlinie vom 15. März 2006 waren die EU-Mitgliedsstaaten verpflichtet worden, dafür Sorge zu tragen, dass von Anbietern von Telekommunikationsdiensten Verbindungsdaten mindestens sechs Monate auf Vorrat gespeichert werden. In Deutschland wurde diese Verpflichtung per Gesetz zum 1. Januar 2008 umgesetzt, das aber vom Bundesverfassungsgericht in 2010 als mit dem Grundgesetz unvereinbar verworfen wurde. Seitdem bestand in der deutschen Politik Uneinigkeit über die Umsetzung der EU-Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung, die nun durch den EuGH beseitigt wurde, der im April 2014 entschieden hat, dass die Richtlinie gegen die EU-Grundrechtecharta verstößt.

Veränderungen mit großer Tragweite könnte die geplante europäische Datenschutzgrundverordnung (DS-GVo) bringen. Der Vorschlag der Europäischen Kommission für eine solche DS-GVo vom Januar 2012 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 vielen 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 Befugnis 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. Nachdem der erste Entwurf scheiterte, hat das Europäische Parlament im Herbst 2013 im Innen- und Justizausschuss die ausgearbeitete Verhandlungsposition des Grünen-Europaabgeordneten Jan Philipp Albrecht angenommen. Der EU-Rat verhandelte nach wie vor über das Vorhaben. Für 2015 werden eine Einigung im EU-Rat und ein nachfolgendes Trilog-Verfahren angestrebt.

Die EU-Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung verstößt gegen die EU-Grundrechtecharta.

## Die Digitalisierung des Rundfunks führt zu neuen datenschutzrechtlichen Fragestellungen.

Die in den letzten Jahren in vielen Lebensbereichen stetig gewachsene Bedeutung des Datenschutzes hat auch im Rundfunk seinen Niederschlag und in einer steigenden Sensibilität der Bevölkerung in Datenschutzfragen seine praktische Entsprechung im Rahmen der Aufsichtstätigkeit gefunden. Die zunehmende Digitalisierung der Rundfunkübertragung und -nutzung und die sich daraus ergebenden Gestaltungs- und Erscheinungsformen von Rundfunk, die im Gegensatz zu früheren Zeiten immer häufiger auch die Erhebung und Speicherung von Rezipientendaten bei Rundfunkanbietern zur Folge hat, sind Anlass für diese Entwicklung. Dieser Entwicklung folgend nahmen das Aufkommen und die Beantwortung von Bürgeranfragen sowie die Bearbeitung von Beschwerden einen weiter wachsenden Umfang an, ebenso der Beratungsbedarf der Landeszentrale wie auch der von der Landeszentrale genehmigten Hörfunk- und Fernsehanbieter. Gleichzeitig erfahren auch die Rundfunkübertragung begleitende Dienste im Internet und mobile Apps eine wachsende Bedeutung und führen zu neuen datenschutzrechtlichen Fragestellungen im Zuständigkeitsbereich des Beauftragten für den Datenschutz bei der Landeszentrale.

Die Fragen beginnen bei der immer vielfältiger werdenden Erfassung von personenbezogenen bzw. -bezieharen Daten, die unterdessen häufig auch ohne konkrete Kenntnis der Betroffenen

erfolgt; sie 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 bringt zusammen mit dem in inhaltlicher Hinsicht wie auch in Bezug auf die eingesetzten Übertragungssysteme zu beobachtenden Prozess der Konvergenz stetig neue Anwendungen und mit diesen neue rechtliche Fragestellungen auch in datenschutzrechtlicher Hinsicht hervor, insbesondere im Bereich von Smart-TV bzw. HbbTV. Hier versucht die Landeszentrale, vor allem mit Blick auf die Interessen der bei ihr zugelassenen Anbieter von Lokal- und Regionalprogrammen, Lösungen zur datenschutzkonformen Reichweitenmessung und Werbegestaltung zu finden und zu implementieren.

## **I. Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM**

(Höhe der Beteiligung)

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (61 %)
- 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. (agma), 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. Stiftungen**

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

Stand 31.12.2014

Hörfunk

**28 Programmangebot Hörfunk**

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

**33 Programmorganisation Hörfunk**

- 33 Genehmigungen
- 35 Technische Verbreitung
- 38 Reichweiten und Akzeptanz
- 42 Wirtschaftliche Lage

**44 Programmaufsicht Hörfunk**

- 44 Programmbeobachtung
- 46 Jugendschutz
- 47 Werbung

In Bayern gibt es eine Vielzahl an privaten Radioangeboten, 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 2014 waren 64 Lokalradioprogramme in 34 unterschiedlichen Sendebereichen 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 Sendebereichen in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg terrestrisch verbreitet.

In den vier lokalen Sendebereichen waren Ende 2014 insgesamt 38 private Programmangebote auf Sendung, wobei die Programme Mega Radio und egoFM (seit März 2014) in allen vier lokalen DAB-Sendebereichen ausgestrahlt wurden. Pure FM wird seit Mai 2014 in den Netzen München, Ingolstadt und Augsburg und Mega 80s seit April 2014 in den Netzen Augsburg und Ingolstadt ausgestrahlt.

14 Programme wurden originär über DAB verbreitet. 24 Programme waren simulcast über UKW empfangbar, wobei die Programme Radio Lora und Radio Z über zusätzliche Sendezeiten über DAB verfügen, also teilweise originäres Programm senden.

Das Programm Magic Star hat seinen Sendebetrieb in allen vier lokalen Sendebereichen zum 28. Februar 2014 eingestellt.

### Nürnberg

afk max  
Das neue Charivari 98,6  
egoFM<sup>2</sup>  
Energy Nürnberg  
Hit Radio N1  
Klassik Radio<sup>2</sup>  
MEGA Radio  
Pirate Gong  
Radio F  
Radio Gong 97,1  
Radio Z  
star fm  
vilradio

### Ingolstadt

coolradio 1  
coolradio Jazz  
egoFM<sup>2</sup>  
MEGA Radio  
Mega Radio 80s  
PN Eins  
pure fm  
Radio IN/ND1  
Radio Galaxy Ingolstadt

### Augsburg

egoFM<sup>2</sup>  
Fantasy aktuell  
hitradio.rt1 augsburg  
Klassik Radio<sup>2</sup>  
MEGA Radio  
Mega Radio 80s  
PN eins  
pure fm  
Radio Augsburg  
Radio Fantasy  
Rock Antenne  
Smart Radio

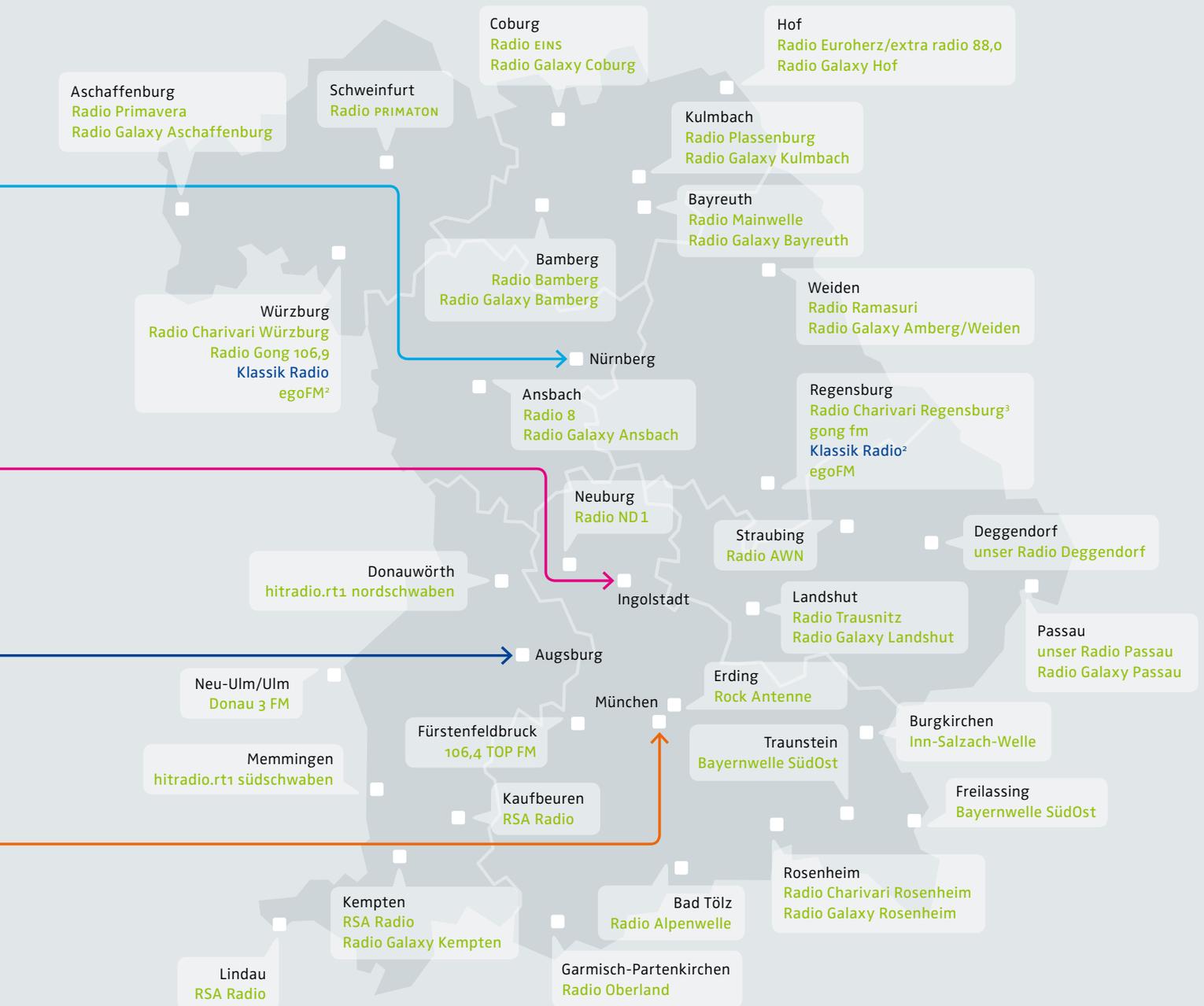
### München

95.5 Charivari  
afk M94.5  
Digital Classix  
egoFM<sup>2</sup>  
Energy München  
Gong mobil  
Klassik Radio<sup>2</sup>  
LORA/Radio Feuerwerk/CRM  
MEGA Radio  
Münchner Kirchenradio  
pure fm  
Radio 2Day  
Radio Arabella  
Radio Gong 96,3  
Radio Horeb München  
Radio München

Stand 31.12.2014

# Private 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

### Bundesweiter Hörfunk

Absolut relax  
 Energy<sup>1</sup>  
 ERF Radio<sup>1</sup>  
 Klassik Radio<sup>1,2</sup>  
 LoungeFM<sup>1</sup>  
 Radio Bob!<sup>1</sup>  
 Radio Horeb<sup>2</sup>  
 Schlagerparadies  
 sunshine live<sup>1</sup>

- 1 Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt
- 2 Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY (s.a. Seite 36)
- 3 In Cham, Kelheim und Neumarkt mit lokalen Programminhalten aus dem jeweiligen Landkreis

**Kabel**

Alle bayerischen Lokalradios werden auch im Kabel verbreitet. Ausschließlich mittels Kabelanschluss waren Ende 2014 die lokalen Hörfunkprogramme RSA 2, RSA 3 und AllgäuHit zu empfangen.

Radio Lechtal hat seine Kabelverbreitung zum 31. März 2014 eingestellt.

**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 2014 sendeten landesweit in Bayern fünf originäre private Digitalradio-Programme. Antenne Bayern Top 40 und Antenne Bayern Info haben ihren Sendebetrieb jedoch zum 31. Dezember 2014 eingestellt. Zusätzlich wird Antenne Bayern landesweit simulcast über UKW und DAB verbreitet.

**Bundesweiter Hörfunk****Satellit**

Bundesweit über Satellit senden vier von der Landeszentrale genehmigte Anbieter: Radio Horeb, das Jugendradio EgoFM, Antenne Bayern sowie Rock Antenne. Das Hörfunkangebot mauma.fm erhielt 2014 eine bundesweite Satellitengenehmigung von der Landeszentrale, war Ende 2014 aber noch nicht über Satellit auf Sendung.

**DAB**

Mit absolut relax und Radio Horeb sind zwei bundesweit über DAB verbreitete private Digitalradioprogramme von der Landeszentrale genehmigt. Die Zuweisung der bundesweiten Übertragungskapazitäten erfolgte 2011 durch die ZAK.

**Internet**

Internetradios, die im sogenannten Streamingverfahren verbreitet werden und 500 oder mehr Hörern technisch zugänglich sind, sind seit 2009 nicht mehr genehmigungs-, sondern nur noch anzeigepflichtig. Für diese verpflichtend anzuzeigenden Programme liegt die Programmaufsicht bei der Landeszentrale. Weitere Programme haben ihren Sendebetrieb freiwillig angezeigt.

**10**

Internetradios wurden 2014 bei der Landeszentrale angezeigt:

**verpflichtend**

- Kultradio
- Radio Schwany
- Kochblogradio
- kopfKINO.fm<sup>®</sup>
- Antenne Gold

**freiwillig**

- M-Radio
- Bayern Live Dreamradio
- Munich's Hardest Hits
- Audio Live Stream aus dem Stadtrat (Ingolstadt)
- BoOomradio

## Spartenanbieter und Zulieferer <sup>(2)</sup> bei folgenden Anbietern

### Bundesweiter Hörfunk

#### Antenne Bayern

- Sankt Michaelsbund e.V. <sup>(2)</sup>

#### egoFM

- Bayerischer Jugendring <sup>(2)</sup>

### Landesweiter Hörfunk

#### Radio Galaxy

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

### Lokaler Hörfunk

#### Radio 8, Ansbach

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

#### Radio Galaxy Ansbach

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Primavera Aschaffenburg

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

#### Radio Galaxy Aschaffenburg

- Stadtjugendring Aschaffenburg
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Hitradio rt.1, Augsburg

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

#### Radio Fantasy, Augsburg

- Mayer & Söhne <sup>(2)</sup>
- Kanal C

#### Radio Augsburg

- Sankt Ulrich Verlag GmbH

#### Radio Alpenwelle, Bad Tölz

- Sankt Michaelsbund e.V. <sup>(2)</sup>
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Bamberg

- Erzbistum Bamberg Hörfunkredaktion
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Galaxy Bamberg

- Bezirksjugendring Oberfranken
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Galaxy Bayreuth

- Bezirksjugendring Oberfranken
- Universität Bayreuth <sup>(2)</sup>

#### Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen

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

#### Radio Eins, Coburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Galaxy Coburg

- Bezirksjugendring Oberfranken
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### unser Radio, Deggendorf

- Hochschule Deggendorf <sup>(2)</sup>

#### hitradio rt.1 Nordschwaben, Donauwörth

- Sankt Ulrich Verlag GmbH <sup>(2)</sup>

#### Rock Antenne, Erding/Freising/Ebersberg

- Sankt Michaelsbund e.V. <sup>(2)</sup>

#### Bayernwelle Südost, Freilassing/Traunstein

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

#### Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen

- Sankt Michaelsbund e.V. <sup>(2)</sup>
- Sankt Ulrich Verlag GmbH <sup>(2)</sup>

#### Donau 3 FM, Günzburg

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

#### Radio Euroherz/extra radio, Hof

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>





#### Radio Galaxy Hof

- Bezirksjugendring Oberfranken

#### Radio IN, Ingolstadt

- Evang. Presseverband für Bayern e.V.
- Bistum Eichstätt (GKL, Radio K1)
- Verein zur Förderung kultureller Belange in der Region Ingolstadt e.V.
- Kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt <sup>(2)</sup>
- Musikbund Ober- und Niederbayern <sup>(2)</sup>

#### Das neue RSA Radio, Kempten

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Trausnitz, Landshut

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### 95,5 Charivari, München

- Sankt Michaelsbund <sup>(2)</sup>

#### Radio Arabella, München

- Sankt Michaelsbund <sup>(2)</sup>

#### Radio Horeb/Radio Lora/Radio Feierwerk, München

- Christliches Radio München
- Net FM GmbH (über Radio Horeb) <sup>(2)</sup>

#### Charivari 98,6, Nürnberg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### 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) <sup>(2)</sup>

#### Radio F

- Jazzstudio Nürnberg e.V.

#### unser Radio, Passau

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

#### Radio Charivari, Regensburg

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

#### gong fm, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Charivari Rosenheim

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

#### Radio Galaxy Rosenheim

- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e.V.
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio PRIMATON, Schweinfurt

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

#### Radio AWN, Straubing

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

#### Radio Ramasuri, Weiden

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

#### Radio Galaxy Amberg/Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

#### Radio Charivari Würzburg

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

#### Radio Gong Mainland, Würzburg

- Freie Evang. Gemeinde
- Evang. Presseverband für Bayern e.V. <sup>(2)</sup>

## Genehmigungen

### Lokaler Digitaler Hörfunk

Die 2014 erteilten Genehmigungen in den lokalen DAB-Versorgungsgebieten waren jeweils bis 30. April 2015 befristet. Die Programmanbieter erhielten die Auflage, die Programme inhaltlich auf die jeweiligen Sendgebiete auszurichten und auch die Hörschaft im jeweiligen Umfeld zu berücksichtigen.

#### ■ egoFM

Die Ausschreibung der Nutzung von terrestrischen Übertragungskapazitäten in den vier lokalen DAB-Versorgungsgebieten Augsburg, Ingolstadt, München und Nürnberg 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 im Sendgebiet München noch am gleichen Tag auf Sendung ging.

Als 24-Stunden-Vollprogramm richtet sich egoFM an eine junge und urbane Hörer-Zielgruppe. Der Einsatz neuer Medien, wie der sozialen Netzwerke Twitter und Facebook und anderer Online-Dienste, ist ein permanentes Programmelement von egoFM, das insbesondere die junge Netz-Community zielgerichtet anspricht. Die Hörer werden sowohl gestalterisch als auch moderativ in das Programm eingebunden. Das Musikformat zeichnet sich durch ein außergewöhnlich breites Musikspektrum mit mehr als einem Dutzend verschiedener Musikgenres aus. egoFM verzichtet auf Chartmusik und bindet dafür zahlreiche Neuvorstellungen ins laufende Programm ein.

egoFM wird zudem europaweit über Satellit und in den Ballungsräumen Augsburg, München, Nürnberg, Regensburg und Würzburg terrestrisch über UKW ausgestrahlt.

#### ■ Radio PN Eins

Am 9. Oktober 2014 erhielt die PN Medien GmbH eine Genehmigung zur Verbreitung des Programms Radio PN Eins über eine DAB-Übertragungskapazität im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Augsburg. Der Sendestart in Augsburg erfolgte im April 2015.

Das Programm „Radio PN Eins“, das bereits seit 2013 im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Ingolstadt zu hören ist, wendet sich als 24-Stunden-Vollprogramm mit einem „Dance/Hit Oriented AC“-Musikformat mit vorwiegend elektronischer Musik an junge Hörer ab 14 Jahren.

#### ■ Radio Ilmwelle

Ebenfalls am 9. Oktober 2014 wurde der PN Medien GmbH die Verbreitung des Programms Radio Ilmwelle über je eine DAB-Übertragungskapazität in den lokalen DAB-Versorgungsgebieten Augsburg und Ingolstadt genehmigt. Der Sendestart erfolgte Anfang 2015.

Das Programm „Radio Ilmwelle“ richtet sich als 24-Stunden-Vollprogramm mit einem „Classic based Soft AC“-Musikformat, das vorwiegend Oldies, Rockmusik und Klassiker der Musikgeschichte vorsieht, an eine ältere Zielgruppe ab 30 Jahren.

### Landesweiter Digitaler Hörfunk

#### ■ Schlagerparadies

Schlagerparadies ging im September 2013 mit einer bis Oktober 2015 befristeten Genehmigung über DAB 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.

#### ■ Kultradio

Die Kultradio.fm UG erhielt für das bisher bereits im Internet ausgestrahlte Hörfunkangebot Kultradio.fm am 24. Juli 2014 eine bis 31. Oktober 2019 befristete Genehmigung für die Verbreitung des Programms über eine DAB-Übertragungskapazität im landesweiten DAB-Versorgungsgebiet.

Kultradio.fm nahm den Sendebetrieb über DAB am 12. Januar 2015 auf. Das 24-Stunden-Vollprogramm richtet sich einem Oldie basierten AC-Musikformat an eine Zielgruppe zwischen 30 und 59 Jahren. Die redaktionellen Inhalte werden sowohl selbst produziert als auch von der Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radioprogramme GmbH & Co. KG (BLR) und dem DPA Audio Service bezogen.

### Lokaler UKW Hörfunk

#### ■ Radio Ramasuri

Die Genehmigungen der in der Radio Ramasuri Rundfunk-Programm GmbH & Co. KG zusammengeschlossenen Anbieter M.U.T. Musik und Technik Rundfunkanbieter GmbH (52 %), Aktuelle Welle Weiden-Amberg-Tirschenreuth Rundfunk-Programmanbietersgesellschaft mbH (28 %) und Neue Welle – Antenne Amberg + Weiden Rundfunkprogrammanbieter GmbH (20 %) wurde bis Januar 2018 verlängert. Radio Ramasuri wendet sich mit einem 24 Stunden Vollprogramm im Format AC an Hörer zwischen 14 und 49 Jahren.

#### ■ Donau 3 FM

Die Genehmigungen der M.O.R.E. Lokalfunk Baden-Württemberg GmbH & Co. KG und des Spartenanbieters Christlicher Rundfunk Günzburg e.V. zur Verbreitung eines lokalen bayerischen Hörfunk-Fensterprogramms in Form von lokalen Beiträgen und Nachrichten für den Landkreis Günzburg durch eigenständige Programmschienen im Rahmen des von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) genehmigten Hörfunkprogramms Donau 3 FM über die UKW-Frequenz 90,3 MHz in Günzburg wurden bis 31. Dezember 2023 verlängert.

#### ■ Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

Die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der SV Teleradio Produktions- und Beteiligungsgesellschaft für elektronische Medien (SV Teleradio) im drahtlosen Hörfunk München (UKW und DAB, Radio Gong 96,3 MHz) wurde nach Übernahme durch die rt.1 media group GmbH (Augsburg) genehmigt. Weiterhin wurde die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der weiteren Hörfunkanbieter in Bayern, an denen die SV Teleradio mittelbar beteiligt ist, nach Übernahme der Gesellschaftanteile durch die rt.1 media group GmbH genehmigt.

### Bundesweiter Hörfunk

Die Radio mauma.fm UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG hat die Genehmigung zur bundesweiten Satellitenverbreitung des bereits über Internet verbreiteten Programms Radio mauma.fm 2014 bei der Landeszentrale beantragt. Das Vollprogramm richtet sich an die Zielgruppe zwischen 10 und 59 Jahren. Der Programmlogan lautet „Wir lieben Franken – Wir lieben die Hits“ und beinhaltet ein hitorientiertes Musikformat sowie auch selbst produzierte Nachrichten. Das bundesweite Genehmigungsverfahren wurde im Berichtszeitraum abgeschlossen, die Genehmigung bis zum 31. Oktober 2022 erteilt. Ein bundesweiter Satellitenstart ist 2014 nicht erfolgt.

Am 12. Januar 2015 startete Kultradio.fm in Bayern landesweit über DAB.

Radio mauma.fm erhielt eine Genehmigung der Landeszentrale für die bundesweite Satellitenverbreitung.

## 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.

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.

erzielt. Für das DAB-Netz Ingolstadt wurden in der Klasse „unterwegs“ 444 Tsd. Einwohnern und in der Klasse „zu Hause“ 193 Tsd. 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. 81 Prozent (Industrieregion Mittelfranken) und für das DAB-Netz in Augsburg bei ca. 59 Prozent (Region Donau-Lech) und für das DAB-Netz Ingolstadt bei ca. 79 Prozent (Region Ingolstadt).

Ende 2014 waren 14 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 zusätzlich originäres Programm aus. 24 Programme werden simulcast über DAB und UKW verbreitet.

Einige der Programme werden in mehreren lokalen Netzen ausgestrahlt (s. a. Seite 28/29).

#### Reichweite DAB lokale Programme (unterwegs) in Mio. Einwohner



München



Nürnberg



Augsburg



Ingolstadt

#### ■ 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 bei 2,0 Mio. Einwohnern (zu Hause) bzw. 2,6 Mio. Einwohnern (unterwegs). Für das DAB-Netz Nürnberg gab es eine Netzoptimierung: seit September 2014 wird der Standort „Nürnberg Fernsehturm“ mit einer Sendeleistung von 5 kW genutzt. Die bisherigen Standorte „Studio Franken“ und „Erlangen“ haben ihren Betrieb eingestellt. Nach Versorgungsberechnungen der BLM wurde durch den Wechsel auf den „Nürnberger Fernsehturm“ die Einwohnerreichweite in der Klasse „unterwegs“ von 1.085 Tsd. um ca. 13 Prozent auf 1.230 Tsd. und die Einwohnerreichweite in der Klasse „zu Hause“ von 646 Tsd. auf 927 Tsd. um 43 Prozent gesteigert.

Die Reichweite für das DAB-Netz Augsburg liegen bei 771 Tsd. (+ 6,8 % zum Vorjahr) für „unterwegs“ und bei 430 Tsd. (+ 10,2 % zum Vorjahr) für „zu Hause“. Die Verbesserung bei der Reichweite wurde durch eine Leistungserhöhung von 3,6 auf 4 kW am Standort Augsburg-Hotelturm

### ■ Landesweites Digitalradio

7,1 Mio. (zu Hause) bzw. 11,3 Mio. (unterwegs) der bayerischen Bevölkerung konnten Ende 2014 die fünf originären privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Radio Galaxy, Antenne Bayern Top 40, Antenne Bayern Info und Absolut HOT, die landesweit über 26 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 erreichte 2014 eine mobile Flächenversorgung für das Bundesland Bayern von ca. 86 Prozent.

### ■ Bundesweites Digitalradio

Seit 2011 werden bundesweit Hörfunkangebote in Digitalradio im Standard DAB+ ausgestrahlt. 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 2014 waren 61 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 62,8 Prozent der Fläche Deutschlands, 59,1 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 12 bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2014 von ca. 6,2 Mio. Einwohner zu Hause und ca. 7,8 Mio. in portabler Qualität empfangen werden. Die mobile Versorgung umfasst ca. 50 Prozent der Fläche im Freistaat.

### Lokaler UKW-Hörfunk

Für Lokalradio waren 2014 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 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 und AllgäuHit sind ausschließlich mittels Kabelanschluss zu empfangen.

### 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

11,3

landesweite Programme  
über DAB (mobil)

7,8

bundesweite Programme  
über DAB (mobil)

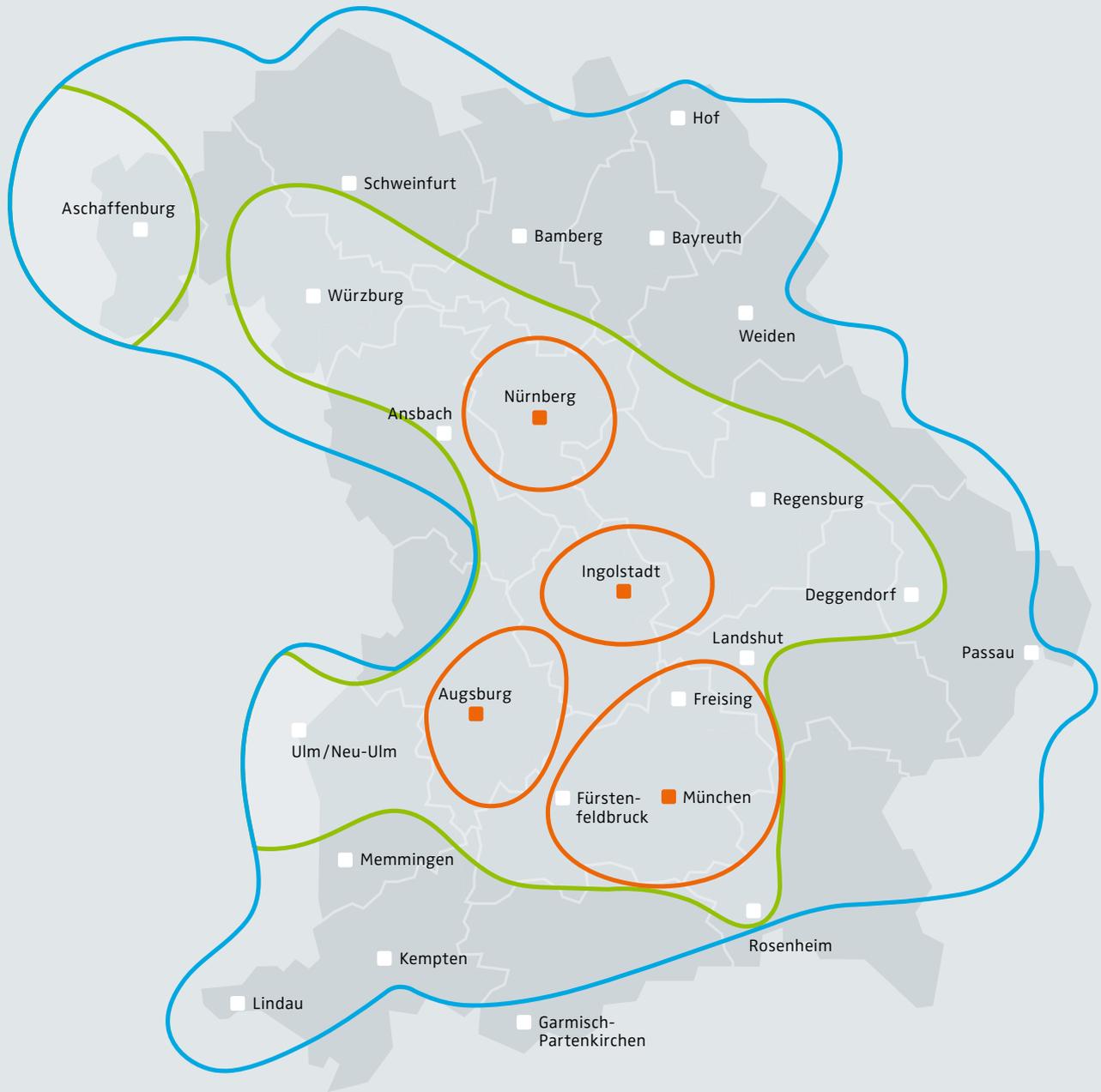
11,7

lokale Programme  
über UKW

12,3

landesweite Programme  
über UKW

# Empfangbarkeit von Digitalradio in Bayern



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

Stand 31.12.2014



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

## Reichweiten und Akzeptanz

### Funkanalyse Bayern

#### ■ Hörfunknutzung

Die bayerischen Lokalradio-Programme haben nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2014 eine Tagesreichweite von 29,0 Prozent an einem durchschnittlichen Werktag erzielt und erreichen damit 3,26 Mio. Personen ab 10 Jahren in Bayern. Die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme im Jahr 2014 hat wiederum Antenne Bayern mit 35,8 Prozent erzielt (4,03 Mio. Hörer).

Die Reichweite für Radiohören insgesamt ist an einem durchschnittlichen Werktag um 0,9 Prozentpunkte auf 88,7 Prozent wieder leicht angestiegen. Die Radiohördauer ist praktisch stabil geblieben: Es gab nur einen Rückgang um eine Minute auf 241 Minuten pro Werktag bei der Bevölkerung ab 10 Jahren. Von dieser Hördauer entfällt auf Antenne Bayern mit 68 Minuten wie im Vorjahr ein Marktanteil von 28,1 Prozent. Die Lokalradios erreichten mit einer Hördauer von 42 Minuten einen Marktanteil von 17,6 Prozent.

Unter den Lokalprogrammen an Einfrequenzstandorten hat hitradio.rt1 nordschwaben in Donauwörth mit einer Tagesreichweite von 21,1 Prozent die Spitzenposition eingenommen.

Auf den weiteren Plätzen folgen Radio Alpenwelle in Bad Tölz mit 18,9 Prozent, Radio Oberland in Garmisch-Partenkirchen mit 17,0 Prozent und Radio Primaton in Schweinfurt mit 15,0 Prozent.

An den weiteren Standorten mit mehr als 100.000 Einwohnern in der Kernstadt hat sich hitradio.rt1 aus Augsburg mit 30,4 Prozent wiederum als Spitzenreiter nicht nur der Großstadt-Lokalsender, sondern aller bayerischen Lokalradios positioniert vor gong fm in Regensburg mit 22,4 Prozent und Radio Gong Würzburg mit 21,4 Prozent.



# 3,26

Die bayerischen Lokalradios erreichten 2014 an einem durchschnittlichen Werktag 3,26 Millionen Hörer.

hitradio.rt1 war mit einer Tagesreichweite von 30,4 Prozent 2014 erneut der reichweitenstärkste Lokalsender in Bayern.

## Tagesreichweite Hörfunk 2006–2014 in Bayern

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Radiohören gesamt	86,0	84,6	83,8	86,5	87,5	86,7	89,3	87,8	88,7
Lokalradios gesamt	31,2	29,5	29,4	28,3	28,4	28,0	29,3	29,7	29,0
Antenne Bayern	33,2	33,5	32,8	34,3	32,4	30,6	35,1	36,0	35,8
Rock Antenne	1,1	1,3	1,0	1,4	1,4	1,6	1,3	1,4	1,7
Radio Galaxy	2,3	2,3	2,5	2,3	2,9	3,0	3,2	3,1	3,3
Klassik Radio	1,5	1,9	1,9	1,7	1,7	1,6	1,7	2,0	1,8
egoFM	–	–	0,7	0,2	0,7	0,6	1,0	1,1	1,6
Privatradioprogramme gesamt	55,3	55,1	53,8	55,4	53,3	50,8	55,9	56,9	56,8
Bayern 1	24,6	24,6	23,8	25,7	30,3	30,1	29,1	26,2	26,8
Bayern 2 Radio	3,6	4,0	3,6	3,8	3,8	4,2	3,9	4,7	4,5
Bayern 3	19,3	19,5	21,4	22,1	21,6	23,8	23,1	21,9	23,8
BR Klassik	2,2	2,5	2,6	2,4	1,9	1,7	1,8	1,8	1,9
B5 aktuell	6,2	6,1	6,8	6,3	6,2	5,7	5,7	5,4	6,4
Bayerischer Rundfunk gesamt	46,5	46,7	47,3	49,9	53,1	54,3	52,0	49,0	51,4

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

Quelle: Funkanalyse Bayern 2006–2014

## Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2014 nach Altersgruppen

	ab 10 Jahre	10–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	88,7	84,4	90,1	90,1
Lokalradios gesamt	29,0	33,9	33,8	22,7
Antenne Bayern	35,8	43,3	48,4	22,4
Rock Antenne	1,7	1,4	3,2	0,7
Radio Galaxy	3,3	7,4	3,8	0,5
Klassik Radio	1,8	0,7	1,4	2,7
egoFM	1,6	3,8	2,0	0,1
Privatprogramme gesamt	56,8	67,8	69,8	41,0
Bayern 1	26,8	8,0	13,7	47,0
Bayern 2 Radio	4,5	1,0	3,0	7,5
Bayern 3	23,8	27,2	32,2	15,7
BR Klassik	1,9	0,4	1,1	3,3
B5 Aktuell	6,4	2,9	7,7	7,5
Bayerischer Rundfunk gesamt	51,4	34,5	45,3	65,6

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

Quelle: Funkanalyse Bayern 2014



13,2 Prozent der Bevölkerung hörten werktags die Galaxy Stationen in ihren UKW-Verbreitungsgebieten.

Im Ballungsraum München hat Radio Gong 96,3 mit einer Reichweite von 13,3 Prozent Energy München als Spitzenreiter (12,2 %) abgelöst. Radio Arabella erreicht in seinem etwas größeren Sendegebiet 11,9 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren. 95.5 Charivari erzielt eine Reichweite von 8,9 Prozent im Stereoempfangsgebiet München, während Radio 2Day 89,0 2,4 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren erreicht. Das Aus- und Fortbildungsradio afk M94.5 Radio erzielt einen Wert von 0,5 Prozent. Lora München und Radio Horeb erreichen jeweils 0,3 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren.

Im Ballungsraum Nürnberg teilen sich Hit-Radio N1 und Energy Nürnberg mit einer Reichweite von jeweils 12,3 Prozent die Spitzenposition. Es folgen Radio F/Radio Franken mit 11,8 Prozent Tagesreichweite vor Radio Gong 97,1 mit 10,0 Prozent, Charivari 98,6 mit 7,8 Prozent im Stereoempfangsgebiet Nürnberg. 107.8 Star FM erreicht in seinem etwas größeren Gebiet 3,4 Prozent. vil radio erzielt eine Reichweite von 0,8 Prozent, Radio Z und afk max erreichen jeweils 0,1 Prozent.

Das Jugendprogramm Radio Galaxy erzielte im Sendegebiet Amberg/Weiden mit 18,5 Prozent die höchste Reichweite der Galaxy-Stationen. In Hof erreichte Radio Galaxy 18,1 Prozent der

Bevölkerung ab 10 Jahren. In Ansbach waren es 16,7 Prozent, in Landshut 16,6 Prozent, in Bayreuth 16,5 Prozent, in Bamberg 12,3 sowie in Ingolstadt 12,1 Prozent. Im Durchschnitt wird Radio Galaxy in seinen UKW-Verbreitungsgebieten werktags von 13,2 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren gehört (Vj. 13,0 %). Der Jugendsender egoFM erreichte trotz des starken Wettbewerbs in den bayerischen Großstädten im Durchschnitt 8,5 Prozent der 14- bis 29-Jährigen in seinen UKW-Gebieten und damit mehr als im Vorjahr (6,2 %). Die Gesamtreichweite bei der Bevölkerung ab 10 Jahren stieg deutlich von 2,4 auf 3,4 Prozent.

#### ■ Programminhalte

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden jährlich auch Daten zu Image und Akzeptanz der 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: 44,6 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 53,9 Prozent. Zu Antenne Bayern vertreten bei diesem wichtigen Programmelement 40,8 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 10 Jahren diese Meinung.

## Lokalradios vermitteln wichtige Informationen aus dem Nahbereich.

Die Lokalradios zeichnen sich vor allen anderen Sendern durch ihre besondere Hörernähe aus. Sie vermitteln wichtige Informationen aus dem Nahbereich (42,7 % der Bevölkerung), bringen interessante Veranstaltungshinweise (31,9 %) und Interessantes zum lokalen Sport (25,5 %). Darüber hinaus gelten die Lokalprogramme als besonders präsent bei Aktionen und Veranstaltungen in der Region (38,1 % der Bevölkerung).

Antenne Bayern gilt als führendes Radioprogramm in Bezug auf nützliche Verkehrsmeldungen (38,4 %), Professionalität (37,0 %), Nachrichten aus Deutschland und der Welt (33,3 %), Gewinn- und Ratespiele (30,4 %) sowie den Wetterbericht (28,1 %). Die Morgensendung und die Morgenmoderation von Antenne Bayern werden von 29,8 bzw. 28,9 Prozent der Bevölkerung positiv herausgestellt.

## MA 2014 Radio II

Nach der bundesweiten Media Analyse ma 2014 Radio II liegt Antenne Bayern mit 880.000 Hörern pro Stunde in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen vor den im Bayern Funkpaket vermarkteten Lokalradios mit 548.000 Hörern und Bayern 3 mit 489.000 Hörern.

Bezogen auf die gesamte Hörerschaft pro Stunde (Montag bis Freitag, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren) liegt Antenne Bayern mit 1.351.000 Hörern vor Bayern 1 mit 1.063.000 Hörern und vor dem Bayern-Funkpaket mit 918.000 Hörern.

## Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2010–2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	919.000	887.000	837.000	899.000	918.000
Antenne Bayern	1.182.000	899.000	1.324.000	1.288.000	1.351.000
Bayern 1	1.299.000	1.137.000	1.080.000	976.000	1.063.000
Bayern 2 Radio	101.000	110.000	126.000	160.000	168.000
Bayern 3	756.000	850.000	727.000	815.000	742.000
BR Klassik	91.000	80.000	58.000	65.000	60.000
B 5 aktuell	126.000	172.000	137.000	158.000	135.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; Bevölkerung ab 10 Jahre

Quelle: MA 2010–2014 Radio II

## Wirtschaftliche Lage

Die wirtschaftliche Lage der werbefinanzierten Medienunternehmen insgesamt hat sich im Jahr 2014 nach dem Rückgang um 1,0 Prozent im Jahr 2013 weiter leicht verschlechtert. Nach Angaben des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeumsätze der Medien im Jahr 2014 gegenüber dem Vorjahr um 0,2 Prozent auf 15,32 Mrd. € zurückgegangen. Im Vergleich zum Gesamtmarkt konnte der Hörfunk mit einem Rückgang von 1,1 Prozent nur eine unterdurchschnittliche Entwicklung verzeichnen.

Entgegen dem allgemeinen Werbemarkt-Trend im Hörfunk hat sich der Lokalfunk in Bayern allerdings insgesamt positiv entwickelt. Nach der Erhebung von Goldmedia für das Jahr 2014

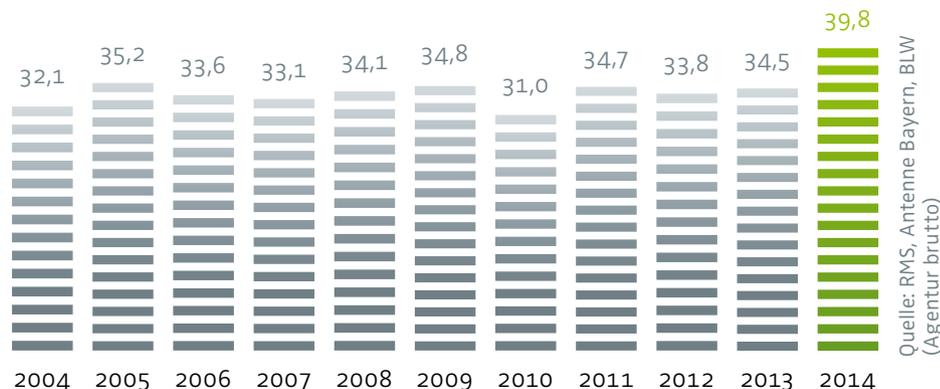
lagen die Lokalfunk-Erträge 2014 bei 95,3 Mio. € (2013: 92,9 Mio. €) und sind damit um 2,6 Prozent angestiegen. Die Kosten für die Programm-erstellung sind mit 85,7 Mio. € (2013: 81,8 Mio. €) jedoch deutlich angestiegen (+ 4,8 %). Insgesamt hat sich damit die wirtschaftliche Lage der Lokalradios mit einem Kostendeckungsgrad von 111 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (114 %) leicht verschlechtert.

Antenne Bayern konnte seine Bruttowerbeumsätze von 97,1 Mio. € im Jahr 2013 um 3,8 Prozent auf 100,8 Mio. € im Jahr 2014 weiter steigern.

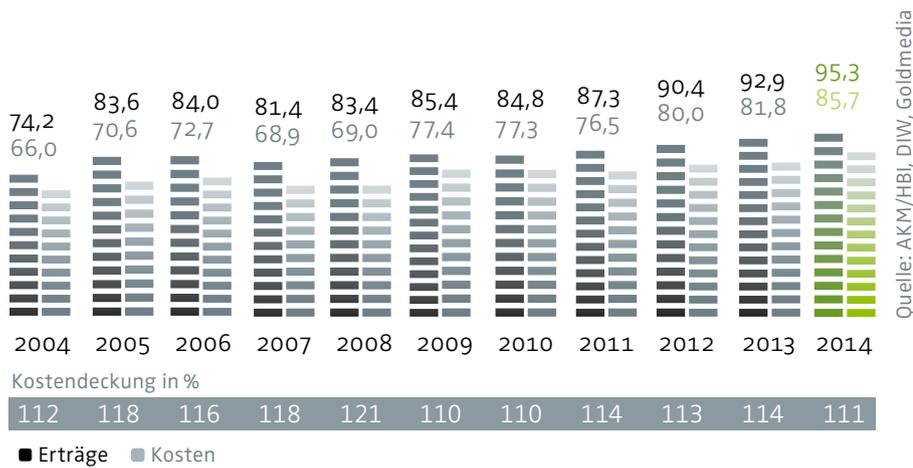
# 39,8

39,8 Mio. € Umsatz überregionale Brutto-Werbeumsätze im Jahr 2014 entsprechen einem Plus von 15,4 Prozent.

## Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2004–2014 (in Mio. €)



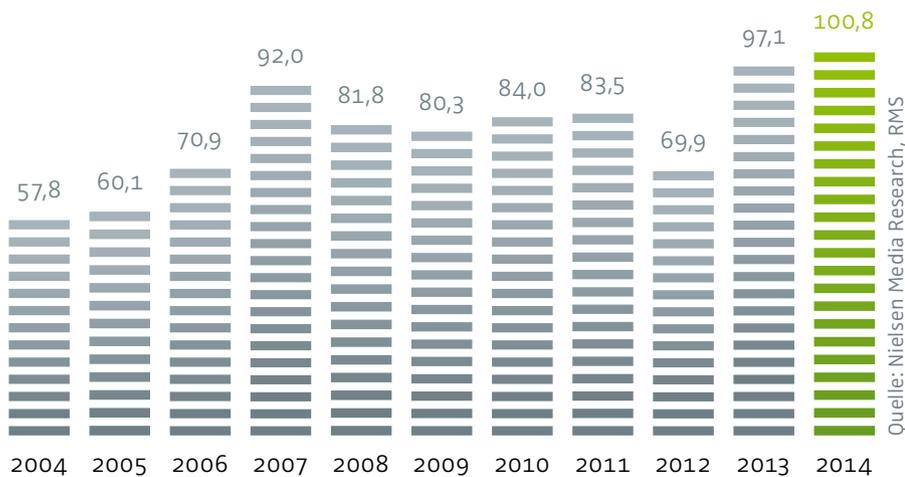
### Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2004–2014 (in Mio. €)



96,4

Der Lokalfunk in Bayern erzielte 2014 einen Umsatz von 96,4 Mio. €. Das entspricht einem Plus von 2,6 Prozent bei einem Kostendeckungsgrad von 111 Prozent.

### Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2004–2014 (in Mio. €)



100,8

Antenne Bayern erzielte mit 100,8 Mio. € Umsatz im Jahr 2014 ein Plus von 3,8 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)

## Programmebeobachtung

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 Programmebeobachtung 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 Programmebeobachtung erfasst die BLM-Hörfunkbeobachtung auch Art und Anteil der Werbung im Programm sowie den Umfang und die Anmutung der Eigenwerbung (Promotion) des Programm-anbieters. Zusätzlich werden Stichproben zur Prüfung von Hörerbeschwerden untersucht. In Sonderauswertungen können Programme auch nach speziellen Kriterien analysiert werden.

In Vorbereitung auf die Verlängerung von Genehmigungen durch den Medienrat der BLM wurden im Rahmen der Standardbeobachtung 270 Stunden beobachtet. Insgesamt wurden 39 Programme von Hauptanbietern und die Zulieferungen von 10 Spartenanbietern sowohl quantitativ als auch qualitativ untersucht.

Ein Schwerpunkt waren die im März 2015 anstehenden Verlängerungen von Genehmigungen in den lokalen DAB Sendegebietten Augsburg, Ingolstadt, München und Nürnberg. Hierfür wurden 22 simulcast ausgestrahlte Programme, 10 Spartenanbieter und nachfolgende 14 originäre DAB-Programme beobachtet (Sortierung nach Ausstrahlung in den lokalen DAB-Gebieten).

Bei den simulcast ausgestrahlten Programmen konnte teilweise auf Beobachtungsergebnisse der turnusmäßigen Stichproben zurückgegriffen werden.

Wegen bevorstehender Verlängerungen von Genehmigungen im drahtlosen UKW-Hörfunk wurden 2014 drei Programme im Umfang von 81 Stunden beobachtet:



951

2014 wurden insgesamt 951 Sendestunden untersucht:

- 270 Stunden wegen einer Verlängerung der Genehmigung
- 331 Stunden im Rahmen von turnusmäßigen Stichproben
- 310 Stunden bei anlassbezogenen Sonderbeobachtungen und speziellen Fragestellungen
- 40 Stunden bei neuen Formaten und Sendestrecken

#### **Augsburg**

- Fantasy Aktuell
- Smart Radio
- Radio Augsburg

#### **Augsburg, Ingolstadt**

- Mega Radio 80s
- PN Eins
- Radio Illmwellen

#### **Augsburg, Ingolstadt, München**

- Pure FM

#### **Augsburg, Ingolstadt, München, Nürnberg**

- Mega Radio

#### **Ingolstadt**

- Cool Radio Jazz
- Cool Radio

#### **München**

- Digital Classix
- Münchner Kirchenradio
- Radio München

#### **Nürnberg**

- Pirate Gong

#### **Fürstenfeldbruck**

- 106.4 TOP FM

#### **Aschaffenburg**

- Radio Primavera
- 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. am Wochenende, ergänzt. Das zugelieferte Mantelprogramm oder die Nachtautomation von 22:00 bis 6:00 Uhr wird im Rahmen der Standardbeobachtung nicht untersucht.

Daneben wurden turnusmäßige Stichproben von 43 Programmen im Umfang von 331 Stunden durchgeführt. Hier wurden insbesondere die hörerstarke Sendezeiten am Morgen (Primetime zwischen 5:00 und 10:00 Uhr) und am Nachmittag (Drivetime zwischen 15:00 und 19:00 Uhr) beobachtet und qualitativ bewertet.

## Jugendschutz

Des Weiteren wurden im Umfang von 310 Sendestunden anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu verschiedenen Fragestellungen bei zahlreichen lokalen Anbietern, einzelnen Spartenanbietern und dem Angebot der BLR durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden sowohl nach quantitativen als auch qualitativen Kriterien untersucht. Schwerpunkte waren 2014 zum Beispiel der Vergleich der zehn lokalen Galaxy Programme zu programmlichen Aspekten wie den lokalen Programminhalten und der Musik. Nach denselben Kriterien wurden auch die Programme ego FM und BR Puls analysiert. Des Weiteren wurde das Musikprogramm diverser lokaler Anbieter hinsichtlich ihrer gespielten Musikformate und Genres untersucht.

Weitere Sonderbeobachtungen widmeten sich dem Angebot der BLR. Hier wurden das Musikmantelprogramm sowie die kirchlichen Zulieferungen der Evangelischen Funkagentur (efa) und des Sankt Michaelsbundes beobachtet. In einer weiteren Untersuchung wurde das Angebot der kirchlichen Spartenanbieter und Zulieferer in Bayern hinsichtlich der programmlichen Vielfalt und der journalistischen Darstellungsformen untersucht.

Weitere qualitative Beobachtungen wurden anlässlich von speziellen Fragestellungen (z.B. Programmgestaltung, Jugendschutz, Werberichtlinien) durchgeführt.

Neue Sendungsformate, Talkmagazine, Musiksendungen oder Morgensendungen wurden im Umfang von 40 Stunden beobachtet.

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 (s. a. Seite 73 f.).

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) der von ihr genehmigten Hörfunkprogramme, insbesondere bei nichtländerübergreifenden lokalen Anbietern. Im Jahr 2014 lag der Fokus auf der Beobachtung von Werbung für Bordelle und sexuelle Dienstleistungen. In zwei Fällen, in denen im Tagesprogramm Werbespots für Bordelle – auch unter Nennung der zugehörigen Internetadressen – gesendet wurden, hat die Landeszentrale Maßnahmen gegen die Anbieter ergriffen: ein Fall wurde beanstandet, im anderen Fall wurde ein Bußgeld gegen den Anbieter festgesetzt.

In einigen weiteren Fällen hat die Landeszentrale Auffälligkeiten in Bezug auf den Jugendschutz ausgemacht. Sie forderte die jeweiligen Anbieter zur Stellungnahme auf. Mehrere Verfahren waren bis Ende 2014 noch nicht abgeschlossen.

2014 lag der Schwerpunkt auf der Beobachtung von Werbung für Bordelle und sexuelle Dienstleistungen.

## 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 Programm- und Werbungsanalysen Werbung. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Dabei hat die Landeszentrale bei insgesamt 27 im Jahr 2014 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. In zehn Fällen wurde gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot verstoßen. In neun Fällen wurde ein Anfangsverdacht eines Verstoßes gegen das Schleichwerbeverbot festgestellt, weitere sieben Fälle betrafen die Sponsoringvorgaben.

In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass der Anteil der Verstöße gegen die Sponsoringvorgaben an den Aufsichtsverfahren im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen ist. Es kann angenommen werden, dass dies ein Verdienst des Kriterienpapiers „Anforderungen an die Gestaltung von Sponsorhinweisen im Hörfunk“ ist, das von den Werberefereentinnen und -referenten der Landesmedienanstalten in Anlehnung an die Aufsichtspraxis der Landeszentrale erarbeitet und den Anbietern zugeleitet wurde.

# 27

Bei 27 Sendungen/ Programmteilen wurden aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Der Anteil der Verstöße gegen Sponsoringvorgaben ist deutlich zurückgegangen.

# Fernsehen und Telemedien

**50 Programmangebot Fernsehen**

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

**53 Bundesweites Fernsehen**

- 53 Genehmigungen
- 54 Änderung der Inhaber-  
und Beteiligungsverhältnisse
- 56 Technische Verbreitung
- 59 Programmentwicklung
- 61 Fernsehnutzung
- 63 Entwicklung der Werbeumsätze

**65 Lokales und landesweites  
Fernsehen**

- 65 Genehmigungen
- 66 Technische Verbreitung
- 69 Fernsehnutzung
- 71 Wirtschaftliche Lage

**72 Programmaufsicht  
Fernsehen und Telemedien**

- 72 Programmebeobachtung
- 73 Jugendschutz
- 75 Werbung
- 77 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

18 lokale TV-Programme waren Ende 2014 in Bayern auf Sendung. Das vielfältige Programmangebot des lokalen Fernsehens wird erweitert durch neun TV-Spartenangebote.

Die lokalen TV-Programme sind analog und digital im Kabel, über digitalen Satelliten sowie seit April 2015 auch vollumfänglich über das IPTV-Angebot Entertain der Deutschen Telekom empfangbar. München.tv wird zudem über DVB-T im Raum München/Südbayern verbreitet. Franken Fernsehen hat die DVB-T-Verbreitung in Nürnberg Ende Mai 2014 eingestellt. Das Programm münchen2 wird nur im Kabelnetz München verbreitet.

Weitere neun Programme wurden 2014 abschließend in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. Sechs lokale Fernsehprogramme sind nur über das Internet empfangbar.

## 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. Zwei Spartenanbieter sind bei den landesweiten Fernsehfenstern genehmigt.

### 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

### Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

#### Augsburg

- Klinik-TV Augsburg (bis 31.12.2014)

#### Bad Steben

- Frankenwald TV

#### Coburg

- Infokanal Coburg/tvo

#### Herzogenaurach

- Herzo TV

#### Ludwigstadt

- Infokanal Ludwigstadt

#### München

- Airport TV

#### Neustadt b. Coburg/Rödental

- nec tv

#### Tregast

- Antenne Tregast

#### Diverse Krankenhäuser

- Klinik Info Kanal (KIK)

## Lokale Fernsehangebote in Bayern



**lokale Verbreitung**  
Spartenprogramme

## Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2014 43 bundesweite Fernsehprogramme und fünf Teleshoppingsender. Das Programm Motorvision HD sendete mit einer Genehmigung der Landeszentrale über Satellit, richtet sich aber an Zuschauer in anderen europäischen Ländern. Sieben Fernsehprogramme verfügten über eine Genehmigung der Landeszentrale, waren aber zu diesem Zeitpunkt nicht auf Sendung.

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

### Bundesweite Fernsehprogramme

- 3D The Channel
- amazing discoveries tv  
(nur über Internet)
- Animal Planet
- Anixe SD
- Boomerang
- Cartoon Network
- Classica
- DAF
- Das Neue TV (Sendestart: 4. 1. 2014)
- Discovery Channel
- Disney Junior
- Disney XD
- FCB.TV (nur über Internet)
- GoldStar TV
- History
- Hyperraum.TV (nur über Internet)
- isarrunde/spreerunde  
(nur über Internet)

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

- Motorvision HD

### Nicht auf Sendung

- All TV
- Cine Home (2014 nur als  
Video-on-Demand-Dienst verfügbar)
- Disney Channel HD
- Disney XD Schweiz
- MGM Channel Southern Europe
- Sky Event
- Sky Sport HD Extra

### Teleshoppingangebote

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

Stand 31. 12. 2014

## Genehmigungen

---

Der Sendestart des neuen bundesweiten TV-Spartenprogramms Unterhaltung „TLC“ erfolgte am 10. April 2015.

### TLC

Die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG erhielt eine bis 31. Januar 2022 befristete Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehprogramms TLC. Das Spartenprogramm mit dem Schwerpunkt Unterhaltung ist am 10. April 2014 auf Sendung gegangen. Kernzielgruppe des Programms sind Frauen zwischen 14 und 49 Jahren. Inhaltlich werden unterhaltende und informierende Dokumentationen, Reportagen und Magazine angeboten, die sich zum Großteil aus Reality-Formaten zusammensetzen, die überwiegend von der US-Konzernmutter des Anbieters stammen und in deutscher Erstaussstrahlung, im Voice-Over-Verfahren übersetzt, ausgestrahlt werden. Zudem sind deutsche Eigenproduktionen geplant.

### SPOX.com

Der Perform Media Deutschland GmbH wurde die Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk erteilt und die lineare Verbreitung audiovisueller Inhalte im Rahmen des Angebots SPOX.com über das Internet genehmigt. Die Genehmigung ist bis zum 30. November 2022 befristet. Mittelbarer Gesellschafter des Anbieters ist die Perform Group PLC, die mehrheitlich dem Acces Industries Konzern zurechenbar ist. Über [www.SPOX.com](http://www.SPOX.com) werden ausgewählte Sportveranstaltungen live im Internet ausgestrahlt. Schwerpunkt ist die Ausstrahlung der Spiele der nordamerikanischen Basketball-Profiliga, auch andere Live-Übertragungen aus anderen Sportbereichen sind angedacht, sofern hierfür die erforderlichen Rechte erworben werden können.

---

Spiele der nordamerikanischen Basketball-Profiliga und weitere Sportveranstaltungen sind über [www.spoX.com](http://www.spoX.com) empfangbar.

### Sky Event

Die Genehmigung der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehangebots „Sky Event“ wurde bis zum 25. Februar 2022 verlängert. Das Angebot war ehemals als „Big Brother“ genehmigt, dessen Sendekonzept auf der Idee beruhte, dass eine Gruppe von Menschen für einen gewissen Zeitraum zusammenlebt, Aufgaben löst und ihr Zusammenleben hierbei aufgezeichnet wird. Zuletzt wurde in diesem Zusammenhang im Jahr 2013 die Staffel mit dem Titel „Celebrity Big Brother“ ausgestrahlt.

Zukünftig ist beabsichtigt, neben den Live-Übertragungen auch vergleichbare Formate anzubieten, wobei an Casting- und Reality-Shows gedacht wird. Im Zuge der Öffnung des Programmangebots auch für andere Sendeformate wurde das Programm in „Sky Event“ umbenannt.

## Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

Eine Änderung der IBV wurde 2014 bei folgenden Programmen genehmigt

- Animal Planet/Discovery Channel
- N24
- Sport1/Sport1+/Sport1 Livestream/Sport 1 US
- Anixe SD
- FCB TV
- Sky
- MGM Channel/MGM Channel Southern Europe
- kabel eins

### Animal Planet, Discovery Channel

Die Discovery Communications Deutschland GmbH verfügt über die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung der Fernsehspartenprogramme „Animal Planet“ und „Discovery Channel“. Gesellschafter des Anbieters sind unmittelbar sowie auf nachgelagerter Stufe Discovery-Gesellschaften. Diesbezügliche konzerninterne Veränderungen wurden im Geschäftsjahr 2014 genehmigt.

### N24

Als Anbieter des Programms war bislang die N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH genehmigt, deren Gesellschafter die N24 Media GmbH ist. Im Berichtsjahr wurde zunächst die Fortsetzung der Anbietertätigkeit nach dem Verkauf der N24 Media GmbH-Anteile an die Axel Springer SE genehmigt. Des Weiteren wurde ein zweistufiger Verschmelzungsprozess in der Gesellschaftsstruktur angezeigt mit dem Ergebnis, dass nunmehr die WeltN24 GmbH als genehmigter Anbieter auftritt. Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH hält die Axel Springer SE.

### Sport1, Sport1+, Sport1 Livestream, Sport1 US

Im Berichtszeitraum war zunächst der beabsichtigte Erwerb von 25,1 Prozent der Anteile an der Sport1 GmbH durch die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG angezeigt worden. Die geplante Transaktion wurde medienrechtlich genehmigt, jedoch nicht vollzogen. Somit hält weiterhin die Constantin Sport Holding GmbH sämtliche Anteile an der Sport1 GmbH. Mutter-

gesellschaft der Constantin Sport Holding GmbH ist die Constantin Medien AG. An dieser hat die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte einen Anteil von 9,6 Prozent erworben. Bei der weiteren Aktionärin KF 15 GmbH & Co. KG sind mit Wolfgang Hahn (5 %) und Dr. Bernd Kuhn (5 %) zwei neue Gesellschafter neben Dr. Dieter Hahn (42,5 %) und Ruth Kirch (47,5 %) hinzugetreten. Ferner hat Bernhard Burgener seine Anteile an der Aktionärin Highlight Communications AG von 3,4 Prozent auf 4,2 Prozent erhöht.

### Anixe SD

Die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der ANIXE HD Television GmbH & Co. KG auf der Grundlage einer angezeigten Beteiligungsveränderung wurde nach Prüfung durch die ZAK und die KEK im Berichtszeitraum durch die Landeszentrale genehmigt. Einzige Kommanditistin ist Marion Lapidakis. Nach dem Ausscheiden der anixe TV Verwaltungs-GmbH ist die ANIXE HD Television Verwaltungs-GmbH nunmehr alleinige Komplementärin. Sämtliche Anteile an dieser hält Jennifer Lapidakis, die Tochter der Kommanditistin.

### **FCB TV**

Die FC Bayern München AG ist als Anbieter für das Internet-Angebot „FCB.TV“ genehmigt. In den Aktionärskreis der AG ist die Allianz SE mit 8,33 Prozent beigetreten. Die Audi AG und die Adidas AG sind ebenfalls mit jeweils 8,33 Prozent beteiligt, Hauptaktionär der AG ist mit 75 Prozent der FC Bayern München e.V.

### **Sky**

Die Sky Deutschland AG ist alleiniger Gesellschafter der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co KG. Diese verbreitet mehrere Fernsehspartenprogramme auf der Grundlage medienrechtlicher Genehmigungen der Landeszentrale. Die Aktienmehrheit an der AG wurde ehemals von der 21st Century Fox Adelaide Holdings B.V gehalten. Diese sowie weitere Anteile wurden im Berichtszeitraum durch die Sky German Holdings GmbH erworben. Die Sky German Holdings GmbH ist eine Tochtergesellschaft der British Sky Broadcasting Group plc. Laut Mitteilung Anfang Januar 2015 beträgt der Anteil der Sky German Holdings GmbH an der AG 95,8 Prozent. Die übrigen Anteile befinden sich im Streubesitz.

### **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 das Fernsehspartenangebot „MGM Channel“ bundesweit verbreitet. Das ebenfalls genehmigte Angebot „MGM Channel Southern Europe“ wird derzeit nicht verbreitet. Die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der MGM Networks (Deutschland) GmbH unter den insoweit geringfügig veränderten Beteiligungsverhältnissen 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 wurde die Geschäftsführung des Anbieters (Wolfgang Link, Dr. Markus Frerker, Zeljko Karajica, Karl König, Dr. Oliver Merz) um Frau Katja Hofem und Frau Eun-Kyung Park erweitert.

## Technische Verbreitung Fernsehen

Der Fernsehempfang über Breitbandkabel ist, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2014 um 0,1 Prozentpunkte auf 41,1 Prozent gefallen. Dagegen stieg der Anteil der Bevölkerung, der Satellitendirektempfang nutzt, um 0,3 Prozentpunkte auf 53,4 Prozent. Über IPTV empfangen 2,5 Prozent ihre Programme. Ausschließlich über DVB-T (Digitalfernsehen terrestrisch) wurde – bezogen auf ganz Bayern – Fernsehen im Jahr 2014 von 2,9 Prozent der bayerischen Zuschauer empfangen (Vj. 3,2 %). Durch Mehrfachnutzung der Übertragungswege sind es tatsächlich jedoch 21,3 Prozent der Personen in bayerischen TV-Haushalten, die das digitale Antennenfernsehen DVB-T nutzen.

In den Empfangsgebieten München/Südbayern sehen ca. 29,6 Prozent und im Großraum Nürnberg 25,5 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. Auch in den Stadtgebieten München mit 12,9 Prozent und Nürnberg mit 7,8 Prozent ist die Zahl der TV-Haushalte, die ausschließlich den DVB-T-Empfang nutzen, rückläufig. 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)<sup>1</sup>
- Phoenix<sup>1</sup>
- ARTE<sup>1</sup>
- EinsPlus<sup>1</sup>
- ZDF<sup>1</sup>
- 3sat<sup>1</sup>
- ZDFinfo<sup>1</sup>
- KI.KA + zdf\_neo<sup>1</sup>
- Bayerisches Fernsehen<sup>1</sup>
- BR-alpha<sup>1</sup>
- Sat.1 (inkl. 17:30 Sat.1 Bayern)
- ProSieben
- kabel eins
- N24
- sixx

### DVB-T-Programmangebot in der Region München/Südbayern

- münchen.tv
- Sat.1 Gold
- Tele 5
- ProSieben MAXX
- DMAX
- SWR Fernsehen
- Tagesschau24<sup>1</sup>
- HSE24
- münchen.tv

### DVB-T-Programmangebot in der Region Nürnberg

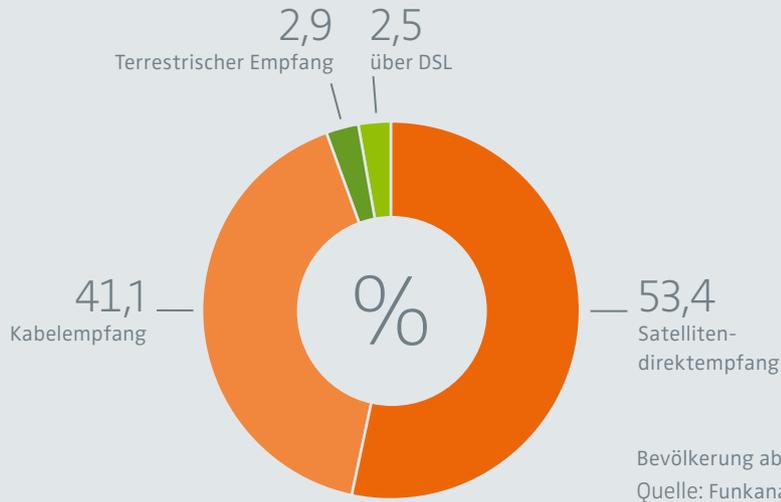
- mdr Fernsehen<sup>1</sup>
- hr Fernsehen<sup>1</sup>

<sup>1</sup> öffentlich-rechtliche Programme  
Stand 31.12.2014



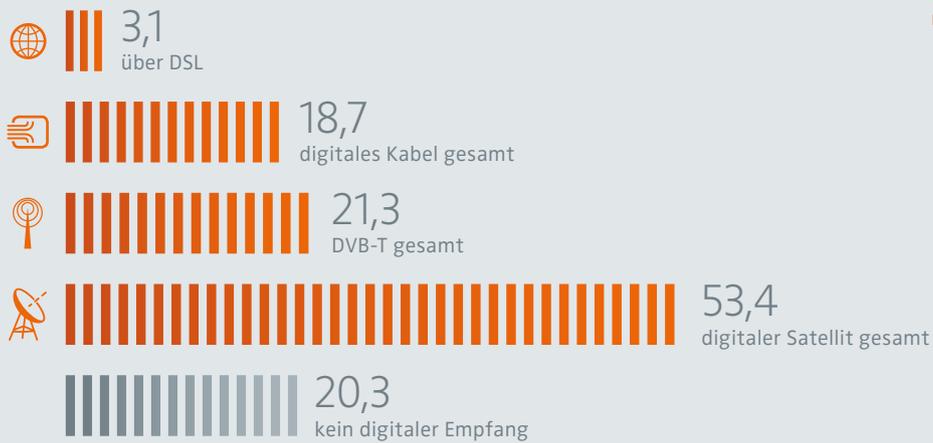
Eine Übersicht über alle  
genehmigten TV-Angebote  
finden Sie auf Seite 50–52.

## Fernsehempfang in Bayern 2014



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

## Digitaler Fernsehempfang in Bayern 2014



Rund 80 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren verfügt über mindestens eine digitale Empfangsmöglichkeit.

Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten. insg. über 100 %, da z. T. mehrere Empfangsmöglichkeiten pro HH  
Quelle: Funkanalyse Bayern 2014

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, der Kabel Deutschland GmbH (KDG), wurde im Jahr 2014 die analoge Verbreitung der gebietsfremden Regionalprogramme der ARD beendet. Zeitgleich wurde jedoch mindestens eine HD-Ausprägung der ARD-Dritten eingespeist. Insgesamt wurden über die KDG-Plattform Kabel Digital und über Sky Ende 2014 über 250 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 weit über 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 lag 2014 im Vergleich zum Vorjahr konstant bei 2,5 Prozent.

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 52) sind meist über digitale Plattformen via Satellit, Kabel oder IPTV empfangbar.

79,7 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten verfügen über mindestens eine digitale Empfangsmöglichkeit. Die Übertragung über Satellit, Kabel und DSL-Anschlüsse erfolgt vollständig digital. Der digitale Kabelempfang ist im Vergleich zum Vorjahr von 46 auf 55 Prozent angestiegen.

## 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. Dazu gehören die Lokalfernsehangebote im jeweiligen Kabelgebiet. Anschließend zählen auch die beiden bundesweit verbreiteten Vollprogramme mit bayerischen Fensterprogrammen (derzeit RTL und Sat.1) und vier weitere Fernsehprogrammen nach den Vorgaben der Kanalbelegungssatzung (KBS) der Landeszentrale dazu; hinzu kommt wahlweise ein Teleshoppingprogramm oder ein Telemedium.

### ■ Verbreitung in digitaler Technik

Im Regelfall unterliegen die Kabelnetze den Vorschriften der §§ 50 bis 53b 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 vorgesehen, für welche der Kabelnetzbetreiber bei der Belegung an die allgemeinen Gesetze gebunden, im Übrigen jedoch frei ist.

## Programmentwicklung

### Sport1

Sportliche Highlights in der Berichterstattung von Sport1 waren 2014 die Weltmeisterschaften im Fußball, Basketball, Volleyball (Männer), Hockey und Darts sowie die Olympischen Spiele in Sotschi.

Durchaus erfolgreich war der Sender 2014 bei den Sportrechte-Verhandlungen für die kommenden Jahre. So wird Sport1 2015 die Fußballspiele der Europa League sowie die Übertragungen der ADAC GT Masters von kabel eins übernehmen und hat sich die Rechte an der Volleyball-Meisterschaft 2015 der Frauen gesichert. Mit Blick auf die Handball-Europameisterschaften 2016 und 2018 wird Sport1 künftig die Auswärtsspiele der deutschen Mannschaft in der Qualifikation übertragen. Die Spiele der Eishockey-Nationalmannschaft werden auch in den kommenden Jahren bei Sport1 zu sehen sein. Der Sportsender hat 2014 mit dem DEB eine entsprechende Vereinbarung getroffen, die bis 2018 gilt. Sport1 wird auch weiterhin die Begegnungen der Basketball-Bundesliga übertragen. Der Sender konnte sich mit der Deutschen Telekom, die sich die Rechte an der Basketball-Bundesliga (BBL) gesichert hatte, diesbezüglich 2014 einigen.

Gewinnspiele sind für Sport1 auch weiterhin ein wichtiges Finanzierungsmittel, um für attraktive Sportrechte mitbieten zu können. So hat der Sender im Herbst 2014 mit der Sendung „Das große Autoquiz – Die interaktive Gewinnshow“ seinen Anteil an Gewinnspielsendungen wieder etwas ausgebaut. Damit durch das neue Call-in-Format keine Live-Sportevents verdrängt werden, wird die Sendung aber nur am Samstagabend ausgestrahlt, wenn keine aktuelle Sportberichterstattung vorgesehen ist. Ein weiterer Ausbau des Call-in-Anteils ist für 2015 nicht geplant.

Sport1 war 2014 erfolgreich bei Sportrechte-Verhandlungen für die kommenden Jahre.

### In analoge Kabelnetze verpflichtend einzuspeisende Programme

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

**kabel eins**

sendete 2014 deutsche Erstaussstrahlungen kanadischer und US-amerikanischer Serien

**Tele 5**

Tele 5-Geschäftsführer Kai Blasberg wurde 2014 für den Grimme-Preis nominiert

**N24**

konnte sich mit Thementagen als Marke positionieren.

**kabel eins**

Ein wichtiger Programmschwerpunkt bei kabel eins war auch 2014 die Ausstrahlung von Spielfilmhighlights und ausländischen Serien als deutsche Erstaussstrahlung.

Im Factual Entertainment-Bereich setzte kabel eins auf bewährte Doku-Soap-Lieferanten wie den Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin („Rosins Restaurants“) oder Extrem-Abenteurer Richard Gress („Die Wildnis und ich – Richard Gress in Afrika“). Außerdem kam die Sendung „Die strengsten Eltern der Welt“, die 2013 beim Schwestersender Sat.1 ausgestrahlt worden war, zurück zum Sender. Nur wenige Neuproduktionen („Beuges Schätze – Der Trödelprofi unterwegs“, „Endstation Wildnis – Letzte Chance für Teenager“) gingen 2014 an den Start oder wurden nach einem reichweitschwachen Start auf Sat.1 an kabel eins weitergereicht, wie die Doku-Soap „Mama International“, in der sechs deutsche Hausfrauen für 14 Tage die Mutterrolle in einer Familie im Ausland übernehmen.

Übertragungen der UEFA Europa League (Fußball) und des ADAC GT Masters (Motorsport) wurden 2014 bei kabel eins ausgestrahlt, ab 2015 aber an Sport1 abgegeben.

**Tele 5**

Neben Filmen und Serien setzt Tele 5 vor allem auf Entertainment-Formate. 2014 wurde diese Linie mit den Comedy-Formaten „höggschde Konzentration“ (Cartoon-Comedy zur Fußball-Weltmeisterschaft) und „Heroes – 5 Helden, keine Meinung“ (Cartoon-Comedy zu den Themen der Woche) konsequent fortgeführt. Mit den neuen Musikshows „Playlist – Sound of my Life“ und „On Stage“ wurde der Unterhaltungsbereich um die Programmpalette Musik erweitert.

Schwerpunkt des Senders blieb aber auch 2014 das Spielfilmangebot. Die Programm-Palette reichte hier von internationalen Produktionen und deutschen Erstaussstrahlungen („Wir lieben Kino“) über Trash („Die schlechtesten Filme aller Zeiten“) bis hin zu Arthouse-Filmen („andersARTig“). Dem Sender ist es gelungen unter dem Label „SchleFaZ“, die schlechtesten Filme aller Zeiten so zu verpacken, dass sie zum Kult werden. Mit „andersARTig – Tele 5 rettet das Fernsehen“ wurde 2014 ein weiteres Spielfilm-Projekt abseits des Mainstreams gestartet. In einem vom Sender ausgerufenen „ARTenschutzprogramm“ zeigt Tele 5 sonntags in einer Arthouse-Filmreihe Kinofilme mit dem Prädikat „besonders wertvoll“ (z.B. „Der wilde Schlag meines Herzens“, „Subway“).

Für seine Kreativität wurde Kai Blasberg, Geschäftsführer von Tele 5, 2014 für den Grimme-Preis nominiert.

**N24**

Nach der Übernahme von N24 durch den Springer Verlag Ende 2013 wurden die „Welt“ und der Informationssender N24 zu einem Nachrichtenunternehmen mit einer gemeinsamen Chefredaktion unter Leitung von Jan-Eric Peters zusammengeführt.

Im Programm von N24 wurde 2014 ein neues Automagazin „Auto Bild TV – Das Magazin“ ausgestrahlt. 2014 war für N24 aber auch ein wichtiges Nachrichtenjahr, in dem sich der Sender u.a. mit Thementagen als Marke positionieren konnte. Eine wichtige Rolle im Programm spielen daneben Sportberichte wie z.B. anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien.

## Fernsehnutzung



198 Min.

Sehdauer 2014 bei  
Zuschauern ab 3 Jahre

2014 lag gemäß GfK die durchschnittliche Sehdauer in Bayern bei den Zuschauern ab drei Jahren bei 198 Minuten und damit eine Minute niedriger als 2013. Insgesamt ist die Entwicklung in verschiedenen Altersgruppen dabei unterschiedlich. Überraschenderweise ist bei der internetaffinen Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren die Sehdauer im Vergleich zum Vorjahr um zwei Minuten auf 112 Minuten gestiegen. Bei den Kindern (3–13 Jahre: 76 Minuten) lag der tägliche Fernsehkonsum dagegen zwei Minuten niedriger als im Jahr 2013. Die 30- bis 49-Jährigen sahen mit 202 Minuten 2014 vier Minuten am Tag länger fern als im Vorjahr, die ab 50-Jährigen mit 264 Minuten fünf Minuten weniger.

Im Jahr der Fußballweltmeisterschaft 2014 war das ZDF mit 13,4 Prozent Marktanteil der Spitzenreiter in Bayern und konnte seinen Marktanteil gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Prozent steigern. Die ARD, der Spitzenreiter des Jahres 2013, folgt knapp dahinter mit einem Marktanteil von 13,2 Prozent (– 0,1 %). Auffällig ist, dass ZDF und ARD auch in der für die Vermarktung wichtigen Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen ihren Marktanteil steigern konnten: die ARD um 0,8 Prozentpunkte auf 7,9 Prozent, das ZDF um 0,3 Prozentpunkte auf 7,5 Prozent.

Marktführer in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen war wie schon in den letzten Jahren wiederum RTL, das jedoch erneut einen leichten Rückgang verzeichnen musste: Nach 13,4 Prozent im Jahr 2013 lag der Marktanteil 2014 nur noch bei 12,6 Prozent. Beim Gesamtpublikum ab 3 Jahren erzielte RTL in Bayern 8,8 Prozent (– 0,5 %). Ebenfalls gesunken ist der Marktanteil von VOX und RTL II: Vox wurde von 5,3 Prozent der Zuschauer ab 3 Jahre gesehen (Vj. 5,7 %). Der Marktanteil von RTL II lag bei 3,4 Prozent (Vj. 3,6 %).

Besser als die Marktanteile der RTL-Gruppe verlief die Entwicklung der ProSiebenSat1-Gruppe. In Bayern sank lediglich der Marktanteil von Sat.1 um 0,1 Prozentpunkte auf nunmehr 7,5 Prozent Marktanteil bei den Zuschauern ab 3 Jahren. ProSieben und kabel eins konnten trotz Fußballweltmeisterschaft ihre Marktanteile jeweils um 0,1 Prozentpunkte leicht steigern. Sie erreichten 2014 5,8 bzw. 3,6 Prozent der Zuschauer.

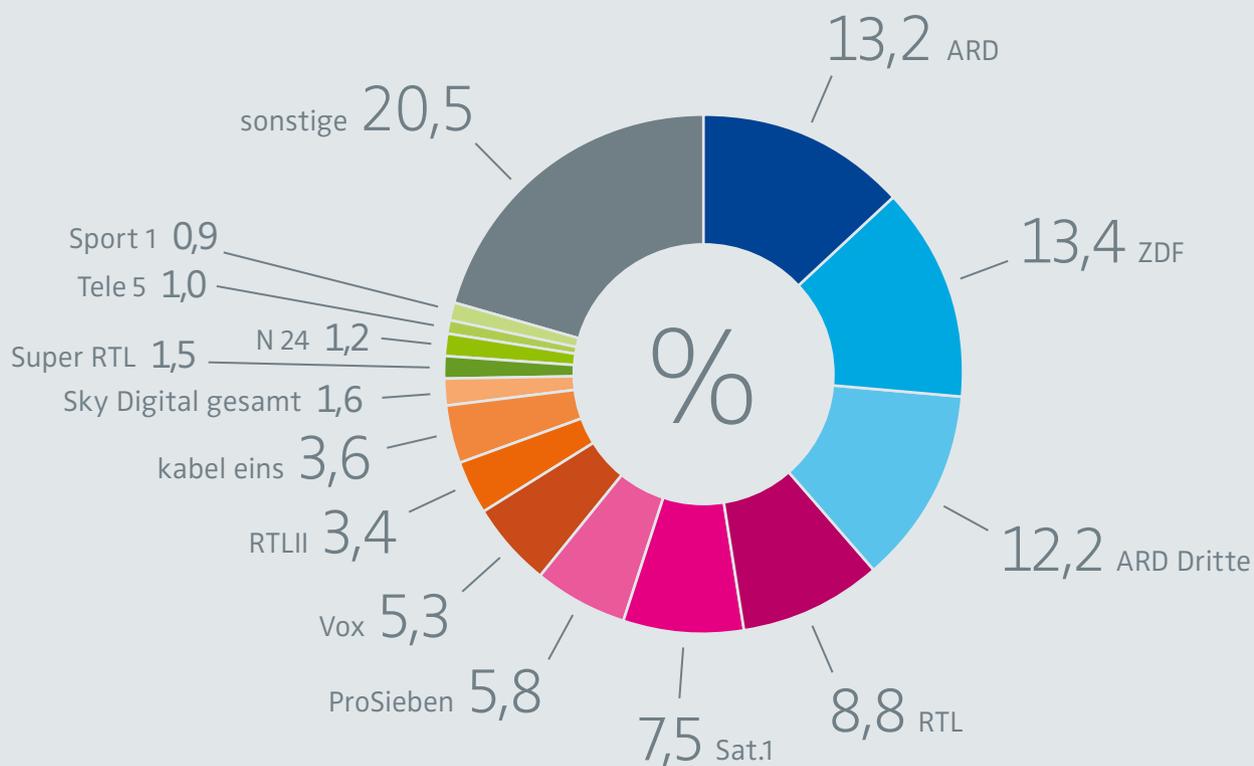
Der Spartenanbieter Sport1 erreichte 2014 einen Marktanteil von 0,9 Prozent der Zuschauer ab 3 Jahre (Vj. 1,0 %). Bei den Nachrichtensendern konnte n-tv (1,0 %) sein Vorjahresergebnis beim Gesamtpublikum ab 3 Jahre um 0,1 Prozentpunkte verbessern, während N24 mit 1,2 Prozent sein Vorjahresergebnis von 1,4 Prozent nicht halten konnte. Tele 5 erreichte erneut 1,0 Prozent der Zuschauer ab 3 Jahre.

12,6

Trotz leichtem Rückgang um 0,8 Prozent war RTL auch 2014 mit einem Marktanteil von 12,6 Prozent wieder Spitzenreiter in der Altersgruppe 14–49 Jahre.

## Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2014

RTL war 2014 erneut der reichweitenstärkste Privatsender bei den Zuschauern ab 3 Jahren.



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



Mit 4,289 Mrd. € sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2014 um 4,0 Prozent gestiegen.

Der Bereich des werbefinanzierten Fernsehens konnte im Jahr 2014 mit einem Umsatzwachstum von 4,0 Prozent eine gegenläufige Entwicklung im Vergleich zum Gesamtmarkt verzeichnen. Das Wachstumstempo der Fernsehwerbung hat sich damit nach dem Plus von 2,2 Prozent im Vorjahr weiter beschleunigt. Die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender sind um 164 Mio. € auf 4,289 Mrd. € angestiegen.

Nachdem vom ZAW für 2014 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 127,9 Mio. € auf 2.418,1 Mio. € (+ 5,6 %) wiederum den größten monetären Zuwachs verbuchen. Sat.1 konnte 2014 ein Plus von 121,0 € auf 2.137,4 Mio. € (+ 6,0 %) verzeichnen. kabel eins steigerte mit einem Zuwachs von 123,4 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 1.025,1 Mio. € (+ 13,7 %). Die Bruttowerbeeinnahmen von RTL II stiegen um 91,9 Mio. € auf 816,1 Mio. € (+ 12,7 %). Sport 1 erzielte Bruttowerbeeinnahmen in Höhe von 302,5 Mio. € (+ 12,2 %) und damit 32,9 Mio. € mehr als im Vorjahr. Tele 5 konnte mit einem Umsatzplus von 2,6 Mio. € auf 245,0 Mio. €

nur unterdurchschnittlich zulegen (+ 1,1 %). Der Bruttoumsatz von N 24 ist von 186,5 auf 192,0 Mio. € gestiegen. (+ 2,9 %). SIXX steigerte mit einem Zuwachs von 73,1 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 173,4 Mio. € und erreichte damit das größte Prozentuale Wachstum (+ 137,1 %). Insgesamt verzeichneten die bayerischen Sender mit einem

Wachstum von 9,0 Prozent eine etwas günstigere Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (+ 8,0 % brutto).

Die Brutto-Netto-Schere hat sich allerdings auch im Jahr 2014 noch weiter geöffnet. Im Durchschnitt betrug der Netto-Erlös-Anteil lediglich 33 Prozent.

## Bruttowerbeumsätze des Fernsehens 2013–2014

**+**  
9,0%

Die bayerischen Sender wachsen mit 9,0 Prozent stärker als der TV-Gesamtmarkt (+ 8,0 % brutto)

Sender	2014 T€	2013 T€	Veränderung in %
ARD	290.503	257.873	12,7
ZDF	268.718	240.929	11,5
RTL	2.736.039	2.684.934	1,9
ProSieben	2.418.057	2.290.151	5,6
Sat.1	2.137.359	2.016.365	6,0
VOX	1.117.844	1.028.470	8,7
kabel eins	1.025.119	901.730	13,7
RTL II	816.089	724.151	12,7
DMAX	330.763	304.077	8,8
Sport 1	302.519	269.622	12,2
SUPER RTL	268.659	284.194	- 5,5
Tele 5	244.954	242.396	1,1
N24	192.019	186.539	2,9
VIVA	185.379	212.156	- 12,6
SIXX	173.356	73.119	137,1
Disney Channel	136.670	0	k.A.
NICKELODEON	115.284	116.169	- 0,8
Comedy Central	111.890	104.793	6,8
n-tv	111.334	106.059	5,0
RTL NITRO	85.445	44.095	93,8
<b>Fernsehen gesamt</b>	<b>13.067.998</b>	<b>12.104.288</b>	<b>8,0</b>

Quelle: Nielsen Media Research

## Genehmigungen

### Internetfernsehen

#### ■ Regionales Internetfernsehen Schweinfurt

Für die Verbreitung von SW-N.TV, eines lokalen/regionalen Fernsehprogramms mit inhaltlichem Schwerpunkt auf die örtlichen Bereiche Schweinfurt, Würzburg, Bad Kissingen, Bad Neustadt, Haßfurt sowie Main-Rhön-Gebiet über das Internet mit bis zu 10.000 zeitgleichen Zugriffen, wurde Frau Sandra-Bernadett Grätsch eine bis 31. Juli 2018 befristete Genehmigung erteilt.

#### ■ Live-Streaming-Programm für Badminton-Sport

Mit öffentlich-rechtlichem Vertrag vom 23. Juli 2014 wurde dem Badminton Fördergemeinschaft Oberbayern e.V. die Verbreitung eines Fernsehprogramms zur Übertragung von Badminton-Spielen über das Internet unter Verwendung von Internet-Videoplattformen bis zum 31. August 2016 genehmigt.

#### ■ Internetfernsehangebot Mühldorf/Altötting

Verlängert bis 31. Dezember 2022 wurde die Frau Romualda Pöllmann erteilte Genehmigung zur Verbreitung von im Schwerpunkt auf die Region Südostoberbayern bezogenen Fernsehangeboten im Live-Streaming-Verfahren mit bis zu 10.000 zeitgleichen Zugriffen.

### Kleine BK-Netze

#### ■ Kabelfernsehangebot im BK-Netz Bad Steben

Die Genehmigung der FAG Fernseh-Antennen-Gemeinschaft Bad Steben e.V. zur Verbreitung des Programms Frankenwald-TV im BK-Netz Bad Steben wurde bis zum 31. März 2022 verlängert.

#### ■ Kabelfernsehangebot im Stadtwerkenetz Herzogenaurach

Ebenfalls bis 31. März 2022 wurde die Genehmigung der Arbeitsgemeinschaft des lokalen Fernsehsenders Herzogenaurach e.V. zur Verbreitung eines lokalen Kabelfernsehangebots in den Kabelanlagen der Herzo Media GmbH & Co. KG verlängert.

### Terrestrische Verbreitung bundesweiter Programme über DVB-T in Bayern

Bis zum 31. Dezember 2015 verlängert wurde die Genehmigung für die terrestrische Verbreitung folgender bundesweit verbreiteter Programme:

#### am Standort München

- kabel eins
- N24
- ProSieben
- ProSieben MAXX
- Sat.1
- Sat.1 Gold
- Sixx
- Tele 5
- TLC
- HSE 24

#### am Standort Nürnberg

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



Eine Übersicht über das Programmangebot über DVB-T finden Sie auf Seite 56.

## Technische Verbreitung lokales und landesweites Fernsehen

Lokale/regionale TV-Angebote sind in Bayern über Kabel, Satellit sowie teilweise über DVB-T und das IPTV-Angebot der Deutschen Telekom (Entertain) empfangbar.

### Lokale Fernsehangebote

Die lokalen und regionalen bayerischen Fernsehprogramme werden in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet über Kabel (analog und digital), Satellit (DVB-S) und IPTV (Entertain), in München/Südbayern auch terrestrisch (DVB-T) ausgestrahlt. Dazu wird die 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 vorbereitet werden.

#### ■ Kabel

Ein wichtiger Verbreitungsweg für lokale/regionale Programme war auch im Jahr 2014 das Breitbandkabel. Nahezu alle bayerischen Kabelhaushalte der Kabel Deutschland sind in der Lage, mindestens ein originäres lokales Fernsehprogramm analog und digital zu empfangen. Im Oktober 2014 konnte die Zulieferung von SI-Daten für den EPG bei Kabel Deutschland realisiert werden.

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 2014 die Programme münchen.tv, a.tv und Franken Fernsehen verbreitet. Mittlerweile wurde ein ZAK-Beschluss umgesetzt, wonach die Einspeisung aller bayerischen Lokal-TV-Angebote auch bei Entertain stattfinden wird. Die Realisierung konnte im April 2015 abgeschlossen werden.

## 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

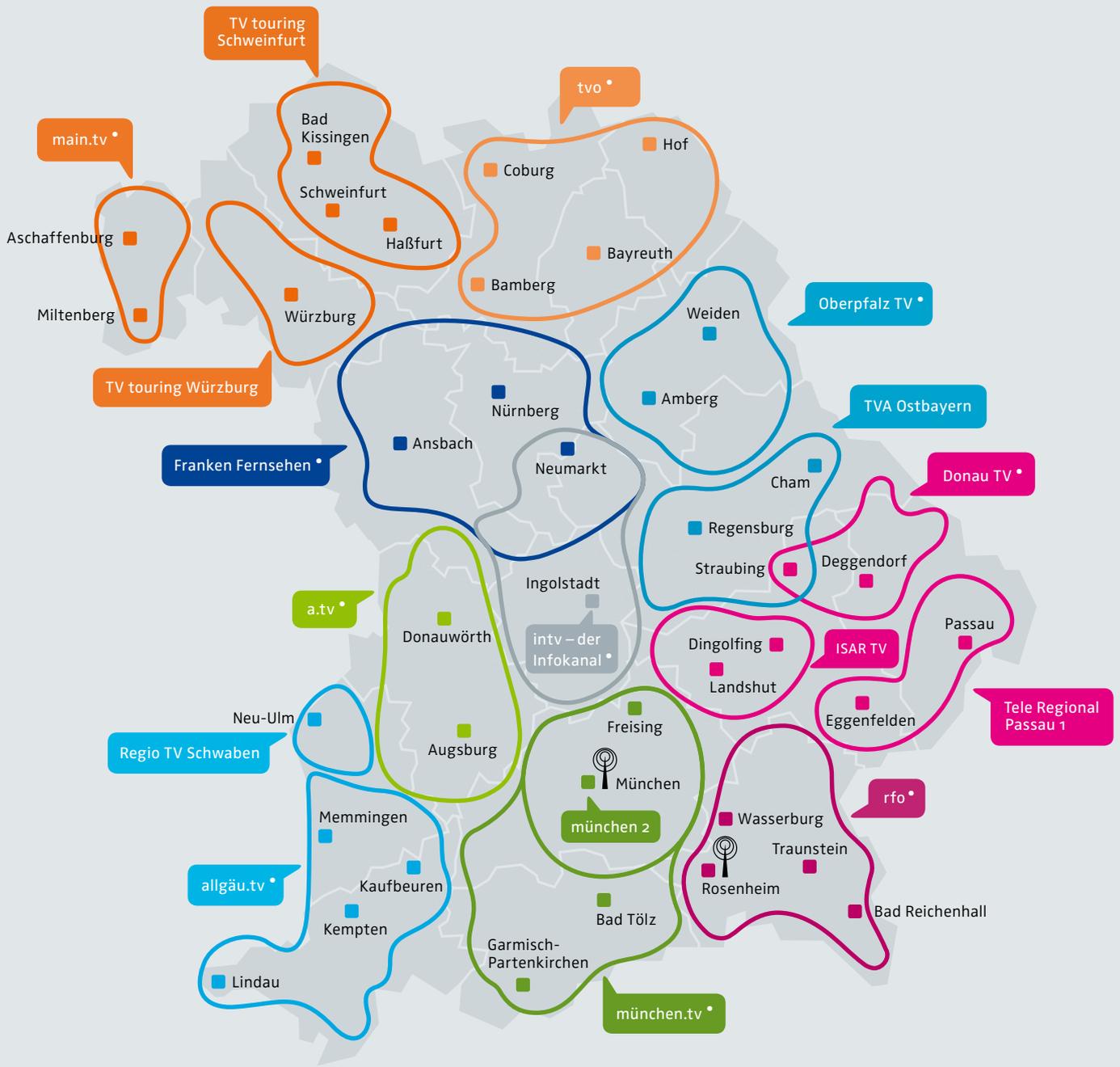
rfo\*  
Oberbayern

intv\*  
Oberbayern

allgäu.tv\* 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

Stand 31.12.2014

44,9

44,9 Prozent der Haushalte im Empfangsgebiet können Lokalfernsehen digital über ASTRA empfangen.

#### ■ DVB-S

Seit Dezember 2012 werden alle 16 lokalen bayerischen TV-Programme digital via ASTRA unverschlüsselt über sieben 24-Stunden-Kanäle und drei 6-Stunden-Kanäle ausgestrahlt und sind europaweit mit jedem digitalen Satellitenreceiver empfangbar. Die zusätzliche Reichweite in ihrem Sendegebiet ermöglicht eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation. Infolge der allgemeinen Akzeptanz der digitalen Satellitenverbreitung steigt die technische Reichweite in beträchtlichem Maße, so dass mittlerweile im Durchschnitt 44,9 Prozent der Haushalte im Empfangsgebiet ihr Lokalfernsehprogramm digital via ASTRA empfangen können.

#### ■ Hybrides Fernsehen und Lokal-TV

Im Zuge der Digitalisierung der Fernsehsignale ist nach Markteinführung von hochauflösenden TV-Bildern (HDTV) auf großflächigen Flachbildschirmen die Verknüpfung von Rundfunk und Internet ein folgerichtiger neuer Schwerpunkt der Fernsehwelt. Unter dem Titel Smart-TV oder Connected-TV wandeln sich TV-Geräte zu multifunktionalen, ans Internet angeschlossenen Empfängern. Mit dem Standard HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) wurde eine geräteunabhängige Basis für den Zuschauer entwickelt, der die klassische Rundfunkwelt mit neuen Internet-Applikationen verbindet und damit einen deutlichen Mehrwert für den Nutzer schafft.

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.

Auch in vielen DVB-T-Verbreitungsgebieten kann auf das Lokal-TV-Portal via Internet zugegriffen werden. Hier erscheint in der Programmliste der Programmname „Lokal-TV (Internet)“. Bei Anwahl dieses Programms und bestehender Internet-Verbindung wird das Lokal-TV-Portal mit Lokal-TV-Angeboten aus Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen aufgerufen.

#### **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/Südbayern und Nürnberg sowie bereits seit 2011 auch digital via Satellit verfügbar. Sat.1 mit bayerischem Fensterprogramm wird im Kabelnetz der KDG in HD-Qualität verbreitet. Die HD-Verbreitung gewinnt immer mehr an Bedeutung, da immer mehr Haushalte in Deutschland die Vorzüge des hochauflösenden Fernsehens nutzen. Im IPTV-Angebot der Deutschen Telekom ist Sat.1 Bayern in SD-Qualität ebenfalls enthalten.

## Fernsehnutzung

18,5

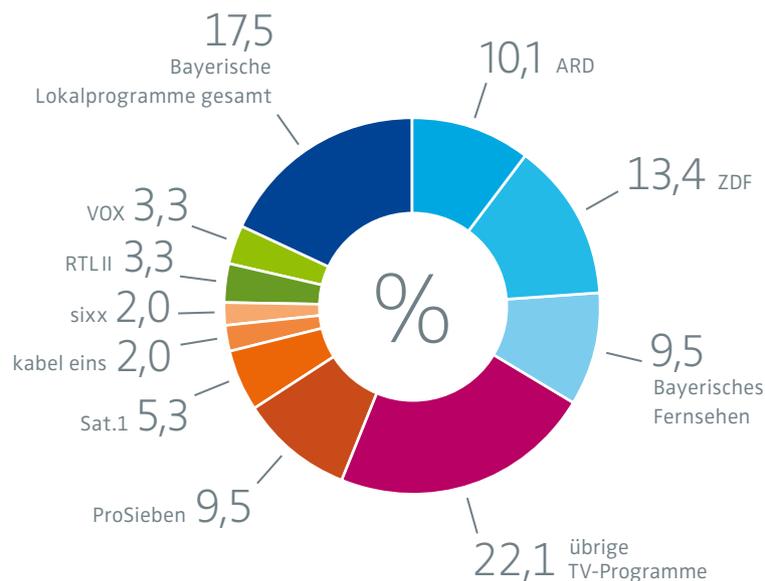
Spitzenreiter 2014 war Regio TV Schwaben mit einer Tagesreichweite von 18,5 Prozent.

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2014 wurden im Auftrag der BLM von TNS Infratest MediaResearch 12.993 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern durchgeführt. Zusätzlich wurden in einer Nachbefragung 4.426 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 (Mo–Fr) mit 17,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2013: 17,0 %) um 0,5 Prozentpunkte angestiegen. Das landesweite Fensterprogramm „Sat.1 Bayern“ konnte mit einem Marktanteil von 13,5 Prozent in seiner Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr (Montag bis Freitag) im Vergleich zum Vorjahr (11,5 %) einen Zuwachs

von 2 Prozentpunkten erzielen. 2014 erreichten die lokalen Fernsehprogramme an einem durchschnittlichen Werktag 837.000 Personen und damit rund 40.000 Zuschauer mehr als im Vorjahr (2013: 798.000). Dieser Zuwachs ist ausschließlich auf die DVB-S-Verbreitung zurückzuführen, da die Tagesreichweite im Kabel leicht zurückgegangen ist. In Kabelhaushalten liegt die Reichweite der lokalen TV-Stationen aber immer noch bei 13,2 Prozent (585.000 Zuschauer Mo–Fr). In den Empfangshaushalten in ihren Versorgungsgebieten erzielten die lokalen Fernsehangebote an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 10,4 Prozent (817.000 Personen). Spitzenreiter bei der prozentualen Reichweite in Empfangshaushalten sind Regio TV Schwaben mit 18,5 Prozent, Oberpfalz TV mit 17,9 Prozent und Tele Regional Passau 1 mit 15,7 Prozent.

### Marktanteil 2014 Lokalprogramme im RTL-Fenster



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

Quelle:  
Funkanalyse  
Bayern 2014

### Programminhalte

Die bayerischen Lokal-TV-Programme erhielten bei ihren Zusehern 2014 eine ebenso gute Gesamtnote wie im Vorjahr. Allerdings fielen gleichzeitig die Imagewerte und Beurteilungen einzelner Programmbestandteile und Programmfaktoren im Vergleich zum Vorjahr etwas schlechter aus.

Im bayernweiten Durchschnitt wurden vier der fünf abgefragten Programmfaktoren von den Zusehern schlechter beurteilt als im Vorjahr. Dies betrifft die Items „hat kompetente Reporter und Moderatoren“, „macht viele Aktionen in der Öffentlichkeit“, „ist von der technischen Machart her nicht von nationalen Sendern zu unterscheiden“ und „hat sympathische Moderatoren“. Lediglich das Item „ansprechendes Senderdesign“ erzielt einen besseren Wert als im Vorjahr.

Ebenfalls schwächer zeigten sich im bayernweiten Durchschnitt die Programmprofile. Alle sechs abgefragten Imagewerte („aktuell“, „bürgernah“, „professionell“, „sympathisch“, „glaubwürdig“ und „zuverlässig“) erreichten niedrigere Zustimmungswerte bei den Sehern als 2013. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang vor allem, dass sich die Lokal-TV-Stationen beim wichtigen Image „professionell“ im Schnitt leider nicht weiter verbessern konnten.

Von den 15 abgefragten Programmbestandteilen müssen im Durchschnitt bei 13 weniger gute Bewertungen als im Vorjahr registriert werden. Einzig die Programmbestandteile „Kriminalität, Unfälle und Unglücke“ sowie „Lokale kulturelle Themen und Ereignisse“ wurden im

Schnitt besser bewertet als im Vorjahr. Hingegen konnten beim Rest, insbesondere auch bei den wichtigen Programminhalten „Nachrichten aus dem Wohnort“, „aktuelle lokale wirtschaftliche Themen“, „aktuelle lokale politische Themen“, „Ratgebersendungen“, „Heimatgeschichte und Brauchtum“, oder „Wochenrückblick“, die zum Teil sehr guten Bewertungen des Vorjahres nicht erreicht werden.

Betrachtet man die einzelnen Stationen, ist festzustellen, dass viele Items zum Teil deutlich andere Bewertungen von den Sehern erhielten als im Vorjahr. Hier ist nicht auszuschließen, dass einige starke Veränderungen auch auf eine hohe Fehlertoleranz wegen relativ geringer Fallzahlen zurückzuführen sind. Um diese mögliche Fehlerquelle zukünftig abzumildern, ist geplant, ab der Funkanalyse 2015 den qualitativen Teil der Funkanalyse wieder in die Hauptbefragung zu integrieren.

## Wirtschaftliche Lage

### Lokales/regionales Fernsehen

Die wirtschaftliche Lage der lokalen und regionalen Fernsehanbieter (ohne Spartenanbieter) in Bayern hat sich 2014 verbessert (siehe Grafik). Die Gesamterträge erreichten nach einer Erhebung von Goldmedia ein Volumen von insgesamt 37,4 Mio. € und lagen damit um 1,1 Mio. € über dem Vorjahresergebnis. Rund 64 Prozent der Einnahmen entfielen 2014 auf Werbeerlöse, Auftragsproduktionen und Programmverkäufe sowie sonstige Erträge.

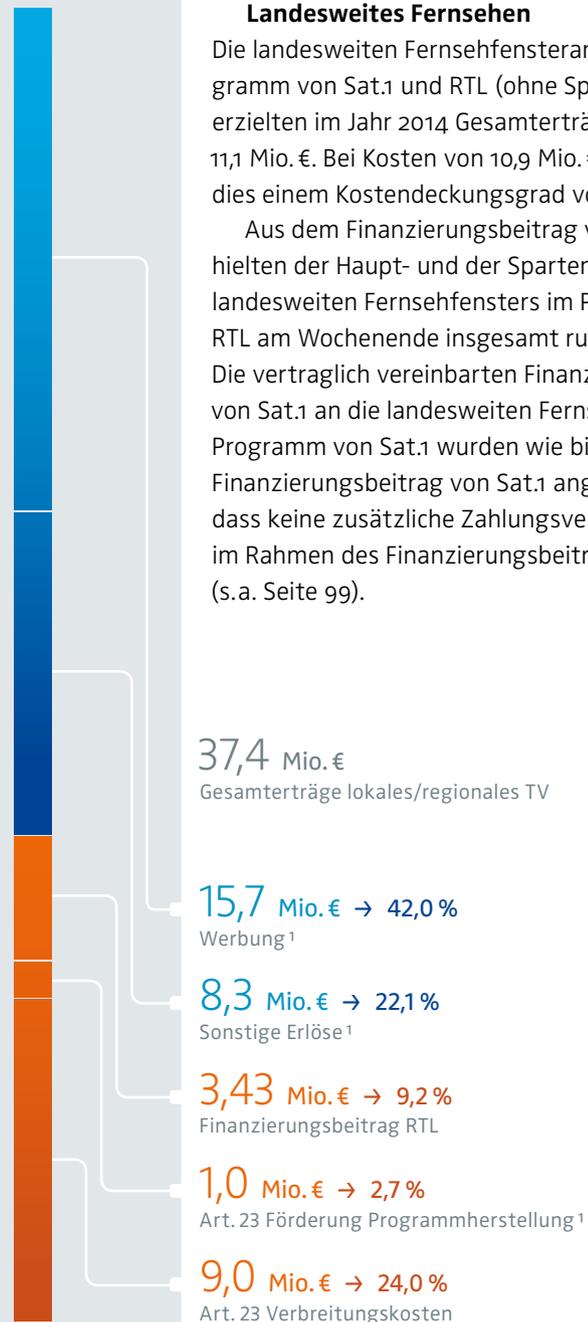
Der Anteil der Einnahmen aus Fördermaßnahmen beläuft sich auf rund 36 Prozent. Mit 1,0 Mio. € für die Hauptanbieter haben die nach Art. 23 BayMG aus Haushaltsmitteln der BLM bereitgestellten Zuschüsse zur Förderung der Produktionskosten (s.a. Seite 100) immer noch wesentlich zur Finanzierung der lokalen und regionalen Fernsehangebote in Bayern beigetragen. 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.

Die Werbeeinnahmen haben nach der Erhebung von Goldmedia im Jahr 2014 eine Höhe von insgesamt 15,7 Mio. € erreicht. Dies entspricht einem Zuwachs von 13,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Weitere Einnahmen in Höhe von 3,43 Mio. € erzielte das lokale/regionale Fernsehen in Bayern aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL für die bayerischen Fensterprogramme (s.a. Seite 99).

64,2 %

Selbst erwirtschaftete Erlöse



### Landesweites Fernsehen

Die landesweiten Fernsehfensteranbieter im Programm von Sat.1 und RTL (ohne Spartenanbieter) erzielten im Jahr 2014 Gesamterträge in Höhe von 11,1 Mio. €. Bei Kosten von 10,9 Mio. € entspricht dies einem Kostendeckungsgrad von 102 Prozent.

Aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL erhielten der Haupt- und der Spartenanbieter des landesweiten Fernsehfensters im Programm von RTL am Wochenende insgesamt rund 0,86 Mio. €. Die vertraglich vereinbarten Finanzaufwendungen von Sat.1 an die landesweiten Fernsehfenster im Programm von Sat.1 wurden wie bisher auf den Finanzierungsbeitrag von Sat.1 angerechnet, so dass keine zusätzliche Zahlungsverpflichtung im Rahmen des Finanzierungsbeitrags bestand (s.a. Seite 99).

37,4 Mio. €

Gesamterträge lokales/regionales TV

15,7 Mio. € → 42,0 %

Werbung<sup>1</sup>

8,3 Mio. € → 22,1 %

Sonstige Erlöse<sup>1</sup>

3,43 Mio. € → 9,2 %

Finanzierungsbeitrag RTL

1,0 Mio. € → 2,7 %

Art. 23 Förderung Programmherstellung<sup>1</sup>

9,0 Mio. € → 24,0 %

Art. 23 Verbreitungskosten

35,8 %

Einnahmen aus Förderbeiträgen

<sup>1</sup> ohne Spartenanbieter  
Quelle: BLM/Goldmedia

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.

## Programmbeobachtung

### Standardbeobachtung

Im Rahmen der Standardbeobachtung werden in regelmäßigen Abständen Berichte über die von der Landeszentrale zugelassenen Programme verfasst.

Dabei geht es um die Überprüfung der Einhaltung von Zulassungsvoraussetzungen und Programmgrundsätzen, wie beispielsweise die qualitätsvolle Programmgestaltung, Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt bzw. journalistische Sorgfaltspflicht. Insbesondere im Lokalfernsehen gilt es, die Erfüllung der Vorgaben des Art. 23 BayMG zu überprüfen. Im Rahmen des Art. 23 BayMG wurden die Lokalanbieter nämlich mit der Herstellung und Verbreitung eines aktuellen und authentischen Nachrichten- und Informationsprogramms mit Beiträgen zum örtlichen Geschehen, insbesondere aus den Bereichen Politik, Kultur, Kirche, Wirtschaft und Soziales betraut. Darüber hinaus wurden sie mit der Herstellung und Verbreitung weiterer, sogenannter Special-Interest-Formate zu lokalen oder regionalen Ereignissen aus den Bereichen Bildung, Heimatgeschichte, Kunst, Brauchtum, Information, Beratung, Sport und Unterhaltung betraut.

Grundlage der Untersuchungen im Rahmen der Programmbeobachtung sind dabei Stichproben im Umfang von meist einer Woche, die auf Basis des BLM-TV-Codebuchs analysiert werden. Im Jahr 2014 wurden so alle 16 lokalen Sender untersucht, was einen Beobachtungsumfang von 80 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine (2.400 Minuten) sowie weitere gut 170 Special-Interest-Sendungen (ca. 3.800 Minuten) bedeutet. Außerdem wurden im Rahmen der Standardbeobachtung von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mehrere Sendungen qualitativ beobachtet (ca. 840 Minuten), ebenso wie von den beiden landesweiten Anbietern jeweils vier Ausgaben beobachtet wurden (360 Minuten).

### Qualitative Beobachtung

Neben der Standardbeobachtung wurden 2014 zusammen weitere knapp 5.000 Sendeminuten qualitativ zur Überprüfung der Einhaltung der Programmrichtlinien beobachtet. Bei der Qualitativen Beobachtung steht jedoch nicht das Suchen nach möglichen Programmverstößen im Vordergrund, wie dies bei der Jugendschutz- und Werbebeobachtung eher der Fall ist, sondern es sollen Formate analysiert und ihre handwerkliche sowie inhaltliche Qualität beurteilt werden.

## Jugendschutz

Durch die Programmbeobachtung werden auch Entwicklungen in der Programmgestaltung dokumentiert, neue Programmtrends beschrieben oder potenziell problematische Inhalte aufgezeigt.

Die beobachteten Sendeminuten verteilten sich dabei im Jahr 2014 auf 20 neue Formate im lokalen und 23 im bundesweiten Fernsehen sowie insgesamt 16 Sondersendungen. Einige Formate wurden auch beobachtet, weil im Vorfeld Problempotenzial vermutet wurde. In diesem Zusammenhang wurden knapp 40 Sendungen – v.a. Dokusoap- und Reality-Formate – eines neu zugelassenen, bundesweiten Anbieters in einer umfangreichen Sonderbeobachtung untersucht und anschließend in einem Programmbericht bewertet.

Als weiteres Sonderprojekt wurde 2014 die Analyse der Sendegebietsabdeckung bei allen lokalen Fernseh Anbietern auf Basis der Standardbeobachtung durchgeführt. Für vier der 16 lokalen Anbieter wurde eine weitere Beobachtung initiiert, so dass anhand einer künstlichen Woche eine gesonderte Auswertung erfolgen konnte.

Im Rahmen von Genehmigungsverlängerungen vor allem auf lokaler Ebene erfolgten schließlich weitere Beobachtungen von Einzelformaten oder die Überprüfung des Programmschemas.

Darüber hinaus befasste sich die Landeszentrale auch 2014 mit der Bearbeitung von rund 50 eingegangenen Programmbeschwerden und der Beobachtung von Gewinnspielen (s. Seite 77).

---

Die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) wird bei den genehmigten Fernsehprogrammen sowie bei den Internetangeboten überprüft, deren Anbieter ihren Sitz in Bayern haben.

### Aufsicht über Fernsehangebote

Die Landeszentrale nimmt im Zuge ihrer Programmbeobachtung unter Jugendschutzgesichtspunkten hauptsächlich Spielfilme und Serien in den Blick, aber auch alle anderen Programmelemente, wie etwa Magazinbeiträge, Werbespots, Trailer, sowie jugendschutzrelevante Sportsendungen, z. B. Kampfsportsendungen und Wrestlingshows. Sie überprüft dies bei den von ihr zugelassenen bundesweiten und lokalen Anbietern.

Das geschieht zum Teil im Vorfeld der Ausstrahlung anhand der Programmvorschaue über einen Abgleich der Bewertungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) bzw. eventuell vorliegender Ausnahmegenehmigungen der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) oder der FSF.

Das Hauptaugenmerk in der Programmbeobachtung liegt jedoch auf der Sichtung bereits ausgestrahlter Sendungen: zu vielen Spielfilmen oder Serienepisoden existieren meist mehrere Freigabeentscheidungen zu unterschiedlichen Schnittfassungen. Die Landeszentrale prüft im Nachgang der Ausstrahlung, ob die jeweiligen Sendungen korrekt platziert worden sind. Oft ist hier ein aufwendiger Abgleich der Schnittauflagen vorzunehmen. Diese sind meist Voraussetzung für eine herabgestufte FSK-Kennzeichnung bzw. für eine Ausnahmegenehmigung und bieten den Anbietern die Möglichkeit, Filme bzw. Serienfolgen vor der für die originäre Altersfreigabe zulässigen Sendezeit auszustrahlen. Im Falle der digitalen Anbieter SKY und der über diese Plattform verbreiteten Angebote MGM, TNT FILM, TNT Serie und Discovery Channel sowie des über die Kabel Digital-Plattform der Kabel Deutschland ausgestrahlten Angebotes History erfolgt neben der inhaltlichen Überprüfung des Programms die Kontrolle der Jugendschutzvorsperre. Grund

2014 wurden 7 Verstöße von TV-Sendern und 5 Verstöße von Telemedienanbietern gegen die Bestimmungen des JMStV festgestellt.

hierfür sind Ausnahmeregelungen für digitale Anbieter, die – alternativ zu den Sendezeitgrenzen – über eine Jugendschutzvorsperre verfügen.

Im Jahr 2014 wurden insgesamt 32 Filme (Vj. 56 Filme), deren ursprüngliche Fassungen von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert worden waren, daraufhin bewertet, ob sie in einer für das Fernsehen zulässigen Fassung ausgestrahlt wurden. Die Tendenz ist damit zum wiederholten Male stark rückläufig.

Insgesamt konnten im Jahr 2014 die Verfahren zu neun bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen werden. In sieben Fällen stellte die KJM Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV fest. Die Landeszentrale beanstandete diese Fälle. In zwei Fällen stellte die KJM keine Verstöße fest.

Die Verfahren zu drei weiteren Fällen waren bis Ende 2014 noch nicht abgeschlossen.

#### **Aufsicht über Telemedien**

Die Landeszentrale ist für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen der in Bayern ansässigen Telemedienanbieter zuständig. Ein Fokus liegt auf der Sichtung der Internetauftritte der Rundfunkveranstalter, die von ihr genehmigt wurden bzw. die ihren Sitz in Bayern haben. Besondere Bedeutung gewinnen dabei aufgrund ihrer Jugendschutzrelevanz zunehmend die Online-Mediatheken der bundesweiten Fernsehsender.

Im Bereich Telemedien wurden 2014 insgesamt sechs Fälle aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale von der KJM abschließend bewertet.

In fünf Fällen wurden Verstöße gegen den JMStV festgestellt: davon verstießen drei Fälle 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 Fall stellte die KJM aufgrund problematischer Liedtexte auf der Homepage einer Rockband aus Südtirol einen Verstoß wegen Entwicklungsbeeinträchtigung für unter 16-Jährige fest. Grund hierfür war die Verharmlosung von exzessivem Alkoholkonsum und die Verklärung und Normalisierung von antisozialem Verhalten.

Bei einem Fall, dem rechtsextremen Angebot eines Anbieters aus dem Landkreis Altötting, hinter dem die rechtsextreme Vereinigung „Freies Netz Süd“ steht, die mittlerweile vom Bayerischen Innenministerium verboten worden ist, stellte die KJM u.a. Verstöße gegen § 4 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 JMStV (Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen) und gegen § 4 Abs. 1 S. 1 Nr. 11 JMStV (Zugänglichmachen indizierter Angebote, Liste D) fest.

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.

Die Verfahren zu 16 weiteren Fällen sind derzeit noch nicht abgeschlossen.

## Werbung

# 118

Aufsichtsrechtliche Maßnahmen wurden 2014 in 118 Fällen wegen eines Anfangsverdachts auf Verstoß gegen Werbebestimmungen eingeleitet.

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 2014 hat die Landeszentrale bei insgesamt 118 ausgestrahlten Sendungen/Programnteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 27 Verdachtsfälle betrafen das nationale Fernsehen, 91 Fälle das lokale Fernsehen. In erstgenannten wurden mit 15 Fällen hauptsächlich Schleichwerbeverdachtsfälle thematisiert. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle im lokalen Fernsehen lag mit insgesamt 49 Fällen bei möglichen Verstößen gegen die Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben der verschiedenen Werbeformen.

### **Werberechtlicher Status sogenannter „Sozialer Appelle“**

Anlässlich mehrerer Aufsichtsfälle im Rahmen der ZAK wurde der werberechtliche Status sogenannter sozialer Appelle diskutiert. Konkret ging es in den Einzelfällen jeweils um die Frage, ob soziale Appelle – in den Werberichtlinien bestimmt als

„vom Veranstalter unentgeltlich ausgestrahlte Beiträge, die einen direkten oder indirekten Aufruf zu verantwortlichem, sozial erwünschtem Verhalten enthalten oder über die Folgen individuellen Verhaltens aufklären“ – innerhalb von Werbeblöcken ausgestrahlt werden können. Da es sich bei unentgeltlich ausgestrahlten „Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit einschließlich von Spendenaufrufen“ nicht um (Wirtschafts-)Werbung im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 7 RStV handelt und solche Wirtschaftswerbung als solche klar erkennbar und vom redaktionellen Programm unterscheidbar sein muss, ist eine Ausstrahlung von sozialen Appellen im Rahmen des Werbeblocks nicht zulässig. Soziale Appelle müssen also weiterhin im redaktionellen Programm, zumindest aber am Ende von Werbeblöcken ausgestrahlt werden.

### **Produktplatzierungen**

Bereits im Vorjahr wurde von einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts (OVG) Rheinland-Pfalz berichtet, das die Rechtsauffassung der Landesmedienanstalten bezüglich Produktplatzierung bestätigt hatte. Das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) hat am 23. Juli 2014 der Revision der Klägerin des Ausgangsverfahrens – der Veranstalterin – sowie deren Anfechtungsklage stattgegeben (Az. 6 C 31.13). Begründet wurde das wie folgt: Das OVG habe § 7 Abs. 7 Satz 2 Nr. 3 des Rundfunkstaatsvertrags zu restriktiv ausgelegt. Die Landesmedienanstalt in Rheinland-Pfalz hat am 8. Oktober 2014 Verfassungsbeschwerde gegen das Urteil des BVerfG eingelegt, da ihrer Auffassung nach das Bundesverwaltungsgericht verpflichtet gewesen sei, die Frage der zutreffenden Auslegung des Verbots zu starker Herausstellung im Sinne des Art. 11 Abs. 3 Satz 3 Buchst. c der AVMD-Richtlinie dem EuGH zur Entscheidung vorzulegen, der in solchen Fällen einen Vergleich

der verschiedenen Sprachfassungen der AVMD-RL anstellt. Das ist nicht geschehen. Der EuGH hätte in einem Vorlageverfahren außerdem die Regierungen angehört und die Anwendungspraxis bei Produktplatzierungen in den EU-Mitgliedsstaaten ermittelt. Ob das Bundesverfassungsgericht die Verfassungsbeschwerde zur Entscheidung annimmt, war zum Redaktionsschluss noch offen.

#### **Kennzeichnung von Dauerwerbesendungen**

In einem Aufsichtsverfahren hatte die Landeszentrale die Kennzeichnungspraxis von Dauerwerbesendungen im Programm von augsburg.tv bemängelt. In insgesamt 22 Fällen erfolgte nicht die gemäß Werberichtlinien erforderliche Ankündigung mit einem Dauerwerbesendungstrenner, sondern lediglich ein akustisches Signal zu dem Zeitpunkt, ab dem der Verlaufskennzeichnungsschriftzug eingeblendet wurde. Die Landeszentrale hatte diese Praxis per Bescheid beanstandet, wogegen a.tv Klage erhoben hatte. Mit Urteil vom 6. Februar 2015 hat das VG Augsburg diese Klage abgewiesen und damit die Aufsichtspraxis der Landeszentrale bestätigt. Das Gericht stellte fest, dass unter „Ankündigung“ die Bekanntmachung eines zukünftigen Ereignisses zu verstehen ist, die von einer Kennzeichnung zu unterscheiden ist bzw. zu dieser hinzutreten muss. Zum Redaktionsschluss war noch offen, ob a.tv Berufung gegen das Urteil einlegen wird.

#### **Pilotversuch zu Hbb-TV-Testlauf mit Werbedisplays via IP Stream**

Hybrid broadcast broadband TV (HbbTV) ist eine der zentralen Funktionalitäten sogenannter Smart-TV-Geräte, also Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen. Sie ermöglicht eine Verknüpfung von Fernsehen und Internet. Mit dem Standard HbbTV wird ein an das Internet angeschlossenes TV-Gerät zu einem multifunk-

tionalen Empfänger mit Rückkanalfunktion, der die klassische Rundfunkwelt mit Internet-Applikationen verbindet und mit Funktionen wie dem „Red Button“ einen Mehrwert für Publikum und TV-Anbieter schaffen kann. Der Nürnberger Lokalsender Franken Fernsehen hat anlässlich der Medientage einen HbbTV-Testlauf mit Werbedisplays via IP-Stream durchgeführt. Dabei waren für alle Zuschauer, die über ein angeschlossenes HbbTV-Gerät und Satellitenempfang verfügen, nach einem Programmwechsel zu Franken Fernsehen via IP-Stream zehn Sekunden lange, L-förmige Einblendungen mit Displaywerbung zu sehen. Das lineare TV-Programm von Franken Fernsehen wurde in dieser Zeit skaliert. Die Landeszentrale hatte dies als Pilotversuch genehmigt. Die Landeszentrale hat mit der Zustimmung des Fernsehausschusses am 4. Dezember 2014 die Ausstrahlung von maximal 4 Werbeeinblendungen pro Stunde zwischen 23:00 und 18:00 Uhr des Folgetages via IP-Stream bei Franken Fernsehen in Nürnberg genehmigt. Bei Kinderprogrammen oder kirchlichen Sendungen sowie in den Spartenprogrammen wird keine Werbung geschaltet. Die Genehmigung war zunächst bis zum 30. Juni 2015 befristet und wurde zwischenzeitlich bis Ende 2015 verlängert. Die L-Banner werden derzeit auch noch bei Anixe SD und Anixe HD ausgestrahlt. Da technisch neben der genehmigten Form grundsätzlich auch weitere Ausprägungen möglich sind – etwa eine Regionalisierung oder Individualisierung des IP-Streams mit Werbeeinblendungen – müssen einige grundsätzliche Fragen geklärt werden, zum Beispiel: Wie kann der Veranstalter seine Programmaufzeichnungspflicht gewährleisten? Wie kann Aufsicht gewährleistet werden, wenn Zuschauer zu verschiedenen Zeiten und nicht gleichzeitig automatische Einblendungen am Bildschirm sehen und diese Einblendungen nicht identisch sind?

## Gewinnspiele

Bei der Gestaltung der Gewinnspielsendungen werden die Vorgaben der Gewinnspielsatzung nahezu vollumfänglich eingehalten.

Call-in-Gewinnspiele werden in der Öffentlichkeit äußerst kritisch beurteilt. Seit Inkrafttreten der Gewinnspielsatzung am 23. Februar 2009 können die Medienanstalten Verstöße gegen die Gewinnspielregeln mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro ahnden.

Gewinnspielsendungen unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. So muss die Lösung eines Spiels gemäß § 9 Abs. 2 der Gewinnspielsatzung (GWS) allgemein verständlich sein und gemäß § 9 Abs. 3 GWS dürfen bei Wortfindungsspielen nur Begriffe verwendet werden, die in allgemein zugänglichen Nachschlagewerken oder allgemein zugänglicher Fachliteratur enthalten sind. Die Gewinnspielsatzung fordert weiter eine transparente Gestaltung der Gewinnspiele (§ 5 Abs. 1 Satz 1 GWS), regelmäßige Hinweise auf alle Umstände, die für die Entscheidung über die Teilnahme von Bedeutung sind (§§ 10 und 11 GWS) und untersagt Aussagen jeglicher Art, die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind, insbesondere über die Spieldauer, den Gewinn, die Lösungslogik der Aufgabe, die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer, den Schwierigkeitsgrad eines Spiels sowie über die allgemeinen Teilnahmebedingungen und das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer (§ 6 Abs. 1 Satz 1 GWS). Die Vorspiegelung von Zeitdruck ist unzulässig (§ 6 Abs. 1 Satz 2 GWS).

Um die Einhaltung der Gewinnspielsatzung seitens der lizenzierten Anbieter zu kontrollieren, werden von der Programmbeobachtung der Landeszentrale zufällig ausgewählte Gewinnspielsendungen gesichtet und zusätzlich konkreten Hinweisen durch Zuschauerbeschwerden nachgegangen. Der Veranstalter hat der für die Aufsicht zuständigen Stelle auf Verlangen alle Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen, die zur

Überprüfung der ordnungsgemäßen Durchführung der Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele erforderlich sind.

Häufiger Grund der im Jahr 2014 zu den Gewinnspielsendungen eingegangenen Beschwerden war nach wie vor das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer und damit verbunden die (vermeintlich geringe) Chance auf ein „Durchgestelltwerden“ in die Sendung. Auch der grundsätzliche dramaturgische Ablauf der Sendungen, die Änderung von Spielmodi, aber auch mögliche Irreführungen durch die Moderatoren waren Gegenstand von Beschwerden. Ein Verstoß der Sender gegen den Wortlaut der maßgeblichen Bestimmungen der Gewinnspielsatzung lag jedoch nach eingängiger Prüfung durch die Programmbeobachtung in den meisten Fällen nicht vor. Für das Jahr 2014 gab es deshalb nur einen Beanstandungsbescheid, gegen den der Anbieter auch keine Rechtsmittel einlegte.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass bei der Gestaltung der Gewinnspielsendungen die Vorgaben der Gewinnspielsatzung (GWS) nun nahezu vollumfänglich eingehalten wurden. Es wird aber selbstverständlich weiterhin Aufgabe der Landeszentrale sein, die Einhaltung der Bestimmungen der Gewinnspielsatzung zu kontrollieren.



**80 Überblick Fördermaßnahmen 2014****81 Technische Förderung**

- 81 Technische Infrastrukturförderung
- 82 Technischer Betrieb

**83 Film- und Fernsehförderung****84 Programmförderung****85 Medienforschung****90 Aus- und Fortbildung**

- 90 BLM Fortbildungworkshops
- 91 Aus- und Fortbildungsprogramme

**93 Medienpädagogik**

- 94 Projekte und Initiativen
- 97 Fachtagungen und Workshops
- 98 Medienpädagogische Forschung

**99 Finanzierungsbeitrag****100 Förderung nach Art. 23 BayMG**

- 100 Programmausschuss
- 101 Verwendung der Mittel  
gem. Art. 23 BayMG

**102 Information**

- 102 Publikationen
- 103 Internet
- 104 Social Media
- 104 Veranstaltungen
- 109 Archiv und Dokumentation

**D**ie 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 von 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 27.782,9 Mio. € wurden 2014 knapp die Hälfte der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Technische Verbreitungskosten lokaler TV-Veranstalter werden zusätzlich mit 9,0 Mio. € gemäß Art. 23 BayMG aus dem Bayerischen Staatshaushalt gefördert.

Im Jahr 2014 war im Haushalt der BLM erstmals ein Etat für Innovationsförderung enthalten. Mit diesen Mitteln wurde das Medieninnovations-Förderprogramm Innovate:Media gestartet. Die BLM-Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, Radio- und Fernsehanbieter im Medienwandel zu unterstützen. Innovate:Media besteht aus fünf Teilprojekten, von denen im Jahr 2014 zunächst media.fwd realisiert wurde. media.fwd stellt als Best-Cases-Reihe Innovationen von Medienhäusern vor und zeigt auf, wie diese Innovationen genutzt werden können. Zudem wurden ein Twitter- und ein Facebook-Kanal eingerichtet und erstmals der Medieninnovationstag media.innovations veranstaltet (s.a. Seite 104 f.).

	T€	%-Anteil
Förderung technische Infrastruktur/Kosten technischer Betrieb	1.683,9	6,1
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,4
Programmförderung	850,0	3,1
Medienforschung	747,6	2,7
Ausbildungsförderung	1.036,0	3,7
Medienpädagogik	656,3	2,4
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.288,0	15,4
Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM Anteil	1.800,0	6,5
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.025,2	3,7
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	95,3	0,3
Innovationsförderung	8,6	0,0
<b>Summe</b>	<b>13.690,9</b>	<b>49,3</b>

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen in Bayern und für Projekte im Bereich technischer Betrieb für die Verbreitung von privaten Rundfunkangeboten wurden im Jahr 2014 insgesamt 1.684 T€ von der BLM aufgewendet.

**D**ie 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 2014 wurden aus dem BLM-Haushalt insgesamt 1.684 T€ aufgewendet (Vj. 1.766 T€). Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 9,00 Mio. € für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote (s. Seite 101).

## Technische Infrastrukturförderung

### **Gemeinnützige Anbieter**

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die technischen Infrastrukturkosten der zwei Aus- und Fortbildungsradios in Nürnberg und München i. H. v. 80 Prozent gefördert (insgesamt 93 T€).

Die gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feierwerk e.V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München, Münchner Kirchenradio und Radio München wurden 2014 mit 91 T€ gefördert. Die Förderung wurde entsprechend der gültigen Richtlinie an die gemeinnützigen Programme ausgeschüttet. Für gemeinnützige Anbieter, deren Programm über UKW und DAB ausgestrahlt werden, beträgt die Förderquote 80 Prozent. Gemeinnützige Anbieter, die nur UKW als terrestrischen Verbreitungsweg nutzen, erhielten im Jahr 2014 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 2014 mit 82 T€ (Vj. 86 T€) gefördert. 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 überdurchschnittlich 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 2014 Mittel in Höhe 809 T€ (Vj. 887 T€) zur Verfügung. Bei 2.002 T€ förderbaren Netzkosten (Vj. 2.032 T€) ergibt sich eine Gesamtförderquote von ca. 40 Prozent.

Für die landesweiten DAB-Programme fielen im Jahr 2014 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.385 T€ an. Dafür wurden Fördermittel in Höhe von 409 T€ ausgereicht (Förderquote: ca. 30 %).

Im Bereich der regionalen DAB-Netze beliefen sich die Fördermittel auf insgesamt 400 T€. Damit lag die Förderquote für regionale DAB-Anbieter im Jahr 2014 bei ca. 65 Prozent der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 616 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

**Sonderförderung**

Zusätzlich wurde für die Anschaffung von DAB+-Encoder für regionale DAB-Programme eine Sonderförderung i.H. v. 19 T€ von der Landeszentrale gewährt.

Im Rahmen von Anpassungen bei Förderabschlüssen aus den Jahren 2012 und 2013 wurden ca. 6 T€ ausgereicht.

## Technischer Betrieb

Der technische Betrieb der privaten Rundfunkangebote wird zudem durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen der Landeszentrale unterstützt. Hierfür wurden im Jahr 2014 insgesamt 584 T€ aufgewendet.

**Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb**

	<b>T€</b>
afk-Radios	93
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	91
UKW-Sendernetz	82
DAB-Sendernetz	809
Sonderförderung/Anpassungen	25
Standortoptimierung	143
Versorgungsanalyse und -messung	135
Medien-Informationssystem (MEDIS)	31
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	144
Sende-Betrieb-Service (SBS)	8
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	106
DVB-T-Projektbüro/Zentralserver für Streaming und Mediatheken	17
<b>Gesamt</b>	<b>1.684</b>

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2014 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt.

**D**er FilmFernsehFonds Bayern fördert die Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen sowie die Entwicklung qualitativ hochwertiger, pädagogisch und kulturell wertvoller Computerspiele. Zu den Gesellschaftern des FFF Bayern gehören der Freistaat Bayern, die BLM, der BR, das ZDF und die privaten Fernsehanbieter ProSiebenSat.1 und RTL.

Die Landeszentrale hat 2014 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 FilmFernsehFonds Bayern GmbH (FFF) vergeben.

Der Präsident der Landeszentrale gehört dem Aufsichtsrat des FFF an. Mitglied im Vergabeausschuss, der über die Auswahl der geförderten Projekte in jährlich fünf Sitzungen entscheidet, ist als Vertreter der BLM der Geschäftsführer Martin Gebrande. Im Vergabeausschuss Games, der zweimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielebereich entscheidet, ist Frau Verena Weigand für die BLM vertreten.

Die Landeszentrale fördert die Programme der privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 3 BayMG. Dafür wurden 2014 850 T€ aufgewendet.

Im Jahr 2014 wurde das Schwerpunktthema „Menschen mit Behinderung – eine unterschätzte Kraft?“ im Rahmen der Möglichkeiten der Programmförderung besonders berücksichtigt. Für das Schwerpunktthema wurden ca. 27,5 Prozent des Gesamtfördervolumens verwendet. 150.000 € erhielt der Fernsehanbieter Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V. (abm) und ca. 83.600 € wurden an Hörfunksendungen zum Schwerpunktthema vergeben. Bei vier der geförderten Projekte handelte es sich um bereits etablierte medienpädagogische Behindertensendungen, die auch schon in den Vorjahren mit dem Thema „Behinderung“ befasst waren. Etwa 83 Prozent (ca. 702 T€) der Fördermittel wurden für gemeinnützige Anbieter und Zulieferer eingesetzt.

Das Gesamtfördervolumen im Jahr 2014 betrug 850 T€. Davon entfielen auf Hörfunkbeiträge 612 T€ und auf Fernsehbeiträge 238 T€. Eingereicht wurden 80 Anträge zur Förderung von 73 Hörfunk- und sieben Fernsehprogrammangeboten mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt von 34 verschiedenen Anbietern bzw. Zulieferern. Für 50 Sendungen von 29 Anbietern bzw. Zulieferern genehmigten der Hörfunkausschuss und der Fernsehausschuss des Medienrats eine Förderung.

Im Hörfunk wurden 46 Sendungen von 25 verschiedenen Anbietern bzw. Zulieferern gefördert. Die durchschnittliche Fördersumme pro Programmangebot betrug ca. 12.240 €.

Im Fernsehen wurden vier Sendungen von vier Anbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote, die keine Herstellungsförderung nach Art. 23 BayMG erhalten. Die durchschnittliche Summe für geförderte Fernsehsendungen betrug ca. 59.000 €, wobei der Zuschuss für die einzelnen Anbieter unterschiedlich hoch war und zwischen 18.000 € und 150.000 € pro Anbieter betrug.

850 T€  
Gesamtförderung

83 %  
für gemeinnützige  
Anbieter und Zulieferer

238 T€  
Förderung Fernsehen

612 T€  
Förderung Hörfunk

Im Rahmen ihrer Aufgaben nach dem BayMG führt die BLM medien- und kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern durch. Für die Medienforschung wurden 2014 rd. 750 T€ aufgewendet.

**D**ie Ergebnisse der Untersuchungen und Erhebungen 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 2014 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. (agma) die Interessen des bayerischen Lokalfunks in dieser von den Medien, den Werbeagenturen und Werbungtreibenden 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 Werbungtreibenden und Werbeagenturen. Zudem stellen die Ergebnisse die Grundlage für die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar. Im Rahmen der ma 2014 Radio wurden bundesweit ca. 67.000 computergestützte Telefon-Interviews (CATI) durchgeführt.



Ergebnisse der ma 2014  
Radio II s. Seite 41

## 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 2014

# 22.428

Im Rahmen der Funkanalyse wurden repräsentative Daten zur Hörfunknutzung aus 22.428 Befragungen erhoben.

# 12.933

Zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der TV-Programme wurden Daten aus 12.933 Befragungen erhoben.

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 2014 wurden von Januar bis März 2014 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 22.428 Personen ab 10 Jahren erhoben und ausgewertet. Darüber hinaus wurden in diesem Zeitraum 12.933 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 5.178 Personen ab 14 Jahren erhoben. Zur Datenerhebung im Hörfunk- und Fernsehbereich wurden jeweils computergestützte Telefon-Interviews (CATI) eingesetzt, um so eine besonders differenzierte Erfassung des Radiohörens sowie eine besonders gute Ausschöpfung mobiler Zielgruppen zu ermöglichen. (Ergebnisse s. S. 39 und S. 69)

Wie in den Vorjahren wurde das Beteiligungs- und Finanzierungsmodell 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 2014 erbrachten Basisleistungen 1,47 Mio. € aufgewendet (2013: 1,45 Mio. €).

Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2014 auf 38 Prozent. Für Fallzahlaufstockungen und zusätzliche Leistungen im Zusammenhang mit der Funkanalyse Bayern 2014 wurden von der BLM weitere 40 T€ aufgewendet.

Zur Vorbereitung der Funkanalyse Bayern 2015 wurde von der BLM unter Mitwirkung der beteiligten TV-Anbieter eine neue Konzeption der Fernseherhebung erarbeitet. Diese beinhaltet einen Verzicht auf die bisherige Nachbefragung und die teilweise Integration der qualitativen Fragestellungen in die Reichweiterehebung. Die dadurch erzielten Einsparungen sollen zur Vergrößerung der Stichprobe und damit zur Verbesserung der Stabilität der Ergebnisse verwendet werden.

### Gestützte Erhebung der DAB/DAB+ -Programme

Die im Jahr 2012 erstmals im Rahmen eines Methodentests durchgeführte, gestützte Abfrage aller DAB-Sender wurde auch im Jahr 2014 fortgeführt. Dabei wurden in einer repräsentativen Teilstichprobe von 4.000 Interviews der Funkanalyse Bayern 2014 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 wurden. Die Reichweiten der „UKW-Sender“ werden durch die gestützte Abfrage der DAB-Sender im Normalfall nicht negativ beeinflusst.

### 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,



Näheres zu den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2014 s. Seite 39 und 69.

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 GG-media 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. (Ergebnisse s. Seite 70)

## Positionierungsstudie: Höreranforderungen an die Primetime

Im Jahr 2013 beauftragte die Landeszentrale das Taunussteiner IFAK Institut mit einer Ergänzung der 2012 durchgeführten „Positionierungsstudie Höreranforderungen an der Primetime“. Die wesentlichen Ergebnisse der Studie wurden bei den Lokalrundfunktagen 2014 präsentiert und im Herbst 2014 in einem gemeinsamen Workshop der bayerischen Lokalradioanbieter und dem IFAK Institut nochmals erörtert und diskutiert.

Ziel der wiederum als Online-Befragung konzipierten Studie „Höreranforderungen der bayerischen Radiohörer an die Musikauswahl“ war es, Hinweise und Empfehlungen zu einer erfolgreichen Musikausrichtung der bayerischen

Lokalradiostationen an Ein- und Zweifrequenzstandorten zu liefern.

Als ein wesentliches Ergebnis kann festgehalten werden, dass die zum Untersuchungszeitpunkt allgemein beliebtesten Musikstile in Bayern „80s Rock“, „Soft AC“ und „Contemporary Dance“ waren. Als typische Special-Interest Musikrichtungen konnten „Moderner Schlager“, „Next Level Electronic“ und „Indie/Urban“ ausgemacht werden, wobei der Musikstil „Moderner Schlager“ stärker polarisiert als jeder andere Musikstil.

Festgestellt wurde zudem, dass die bayerischen Lokalradios an Ein- und Zweifrequenzstandorten hinsichtlich ihrer Musikpositionierung weniger klar ausgerichtet sind als ihre landesweiten Wettbewerber. Die Ergebnisse der Studie lieferten diesbezüglich einen guten empirischen Ansatz, um Möglichkeiten einer verbesserten Positionierung und klareren Identität, auch was die musikalische Ausrichtung betrifft, zu erörtern. Dieser Diskussionsprozess kann zu einer weiterhin erfolgreichen Positionierung in einem härter werdenden Marktumfeld beitragen.

## Webradiomonitor

2014 erhob Goldmedia den seit 2009 bestehenden Webradiomonitor, eine umfassende Analyse zum Webradiomarkt, erstmals im Auftrag der BLM zusammen mit dem BVDW. Gemäß dem „BLM-BVDW-Webradiomonitor 2014“ gab es 2014 in Deutschland 2.021 Online-Audio-Anbieter, die zusammen insgesamt 9.470 Audio-Online-Angebote produzierten. Die Zahl der Webradios sank nach dem schnellen Wachstum bis zum Jahr 2011 (3.055 Webradios) erneut auf nun 2.670 Angebote. Dagegen konnte bei den user generated Radio-Streams und den redaktionell erstellten Playlists eine starke Zunahme verzeichnet werden.

#### Web-Radio-Monitor 2014

 **2.670**  
Webradios

 **6,3 %**

Mobile Nutzungsmöglichkeiten sind von hoher Bedeutung für den Webradiomarkt:

 **33 %**  
der Abrufe  
erfolgen mobil

Gehört werden Webradios von knapp 50 Prozent der bayerischen Bevölkerung mit Onlinezugang. Mindestens 17,6 Prozent hören ein Internetradio mindestens einmal in der Woche. Die Nutzung von Webradios nahm damit gegenüber dem letzten Jahr erneut zu.

Immer wichtiger für den Webradiomarkt sind mobile Nutzungsmöglichkeiten über Handy und Tablet-PC. Im Juni 2014 erfolgten 33 Prozent der Abrufe über mobile Endgeräte. Nach Prognosen der Veranstalter dürften bis 2016 schon zwei Drittel mobil stattfinden. Große Erwartungen bestehen auch an das Streaming im Auto. 69 Prozent der Anbieter sehen das Webradio-Streaming im Auto als wichtigen Treiber.

Auf der wirtschaftlichen Seite erwarten die Anbieter für das Jahr 2015 eine Verdoppelung der Werbeerlöse gegenüber 2013 auf dann 137 Mio. € brutto. Dabei wird das größte Wachstum bei mobiler Audiowerbung erwartet.

## Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Bayern 2013/14

Die Erhebung von Basisinformationen zur Aufwands- und Ertragsstruktur der lokalen Rundfunkunternehmen in Bayern wurde im Jahr 2014 von der Goldmedia GmbH im Auftrag der Landeszentrale durchgeführt. Die erhobenen Informationen zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern sind für die Landeszentrale insbesondere vor dem Hintergrund der konjunkturellen und strukturellen Entwicklung der Rundfunkmärkte für die Weiterentwicklung und Anpassung der lokalen Hörfunk- und Fernsehkonzepte sowie zur Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die von der BLM verantworteten Rundfunkprogramme von erheblicher Bedeutung.

## Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag des Programmbereichs der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2014 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.

## Relevanz der Medien für die Meinungsbildung

Die in den Jahren 2009, 2011 und 2013 als BLM-Projekt durchgeführte Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ wurde im Jahr 2014 als Projekt der Landesmedienanstalten unter Federführung der BLM fortgeführt. 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 Jahren 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 im März 2014 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

Der MedienVielfaltsMonitor ermöglicht einen hohen Grad an Transparenz über die Meinungsrelevanz einzelner Medien und Medienunternehmen in Deutschland.

Die Studie „Relevanz der Medien für die Meinungsbildung“ ist 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.

## Broadcast oder Broadband

Ein Gutachten zur Zukunft der terrestrischen Radioversorgung in Bayern wurde gemeinsam von der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) bei Prof. Dr. Gunther Friedl, Inhaber des Lehrstuhls für Controlling an der Technischen Universität München, in Auftrag gegeben und im März 2014 publiziert. In dem Gutachten wurden die Kosten der terrestrischen Radioübertragung auf Grundlage aktueller Daten zur Hörfunknutzung in Bayern über die beiden Übertragungsstandards DAB+ und LTE verglichen. Das Gutachten befasste sich speziell mit den Kosten für die mobile Radionutzung und kam zu dem Ergebnis, dass diese bei einer Übertragung über LTE um etwa 40 Mal höher ausfallen würden, als bei einer DAB+-Verbreitung. Nach den Ergebnissen des Gutachtens ist der weitere Ausbau der DAB-Infrastruktur aus wirtschaftlicher Sicht zumindest in den kommenden 10 bis 15 Jahren der einzig sinnvolle Weg, um eine zukunftsfähige terrestrische Hörfunkversorgung in Bayern zu gewährleisten.

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 2014 finanzielle Mittel in Höhe von 1.036 T€ aufgewendet.

## BLM Fortbildungsworkshops

# 18

Die Landeszentrale veranstaltete 18 Workshops mit

# 221

Teilnehmern

Im Jahr 2014 hat die Landeszentrale 18 Workshops für Volontäre und Jungredakteure des privaten Rundfunks in Bayern durchgeführt. Schwerpunkte der Veranstaltungen, die von insgesamt 221 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 zweitägigen Workshops angeboten wurden. Außerdem gab es einen Workshop für die Mitarbeiter lokaler Hörfunkstationen zu dem Thema „Auf dem Weg zur On-Air-Persönlichkeit“ und einen Workshop „Social Media im Lokalfunk“, der von Mitarbeitern aller bayerischen Programmanbieter besucht werden konnte.

Die Workshops fanden in München, Nürnberg, Augsburg, Kulmbach, 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

### Mitglied ist die Landeszentrale bei den folgenden Aus- und Fortbildungsinstitutionen

- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- MedienCampus Bayern (München), der die Aus- und Fortbildung in Medienbereichen koordiniert.

### Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2014 die im Aus- und Fortbildungsbereich tätigen Organisationen

- Medien-Praxis für die Organisation von Workshops mit dem Themenschwerpunkt „Hörfunk“ und eines Grundkurses für Hörfunk-Volontäre
- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Lehrstuhl für Medienethik an der Hochschule für Philosophie

## Aus- und Fortbildungsprogramme

Die drei Aus- und Fortbildungsprogramme afk max, 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.

Auf Initiative der BLM wurde 1996 mit Gründung der gemeinnützigen afk GmbH die Voraussetzung für die Inbetriebnahme der drei Aus- und Fortbildungsprogramme afk tv (München), Radio afk max (Nürnberg) und Radio afk M94.5 (München) geschaffen. In eigenen Sende- und Produktionsstudios erhält der Mediennachwuchs erste Einblicke in Radio und TV und Online. Die cross-mediale Vor-Ausbildung wie auch Produktions- und Angebotsstruktur sind an die neuen digitalen Gegebenheiten angepasst. Der Umgang mit Social-Media-Angeboten als 360°-Schnittstelle ist voll ins redaktionelle Tagesgeschäft integriert und schafft so kreativen Freiraum für innovative digital-journalistische Formen.

Daneben ist die aktive Förderung der Medienpädagogik eine zentrale Funktion des Aus- und Fortbildungsprojektes. In eigenen Jugendredaktionen werden Kinder und Jugendliche an die journalistische Arbeit herangeführt, um so den kompetenten Umgang mit den Medien Radio, Fernsehen und Online zu erlernen.

Das Praxiskonzept des afk hat sich gut bewährt: Viele Absolventen haben durch diese redaktionelle Erfahrung schnell interessante berufliche Aufgaben übernommen, sowohl in privaten wie auch in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen. Bei einer steigenden Zahl an Medienberufen erfüllt der afk eine wichtige Informations- und Orientierungsfunktion in einer sich rasch wandelnden Medienwelt.

### Hörfunk München: afk M94.5

#### ■ Programm

Wichtigste Neuerung für den Sende- und Produktionsbetrieb war 2014 die neue technische Konzeption als All-IP-Sender via Netzwerk. Die daraus resultierenden Möglichkeiten eröffnen

neue Entwicklungen im Radiobereich, wie z.B. Visual-Radio. Aus den via Netzwerk verfügbaren Signalen wird ein Radioprogramm mit Live-Bewegtbild erzeugt. Der Zugriff auf den aktuellen Titel, die laufende Sendung oder das OnAir-Signal sowie die automatische Umschaltung der Kameras lassen sich allein per Software realisieren.

Als Pilot innovativer Programmarbeit wurde das Sendeformat „Schwabylon“ nicht mehr als reines Audioangebot, sondern cross- oder multimedial produziert. Das einstündige Interview wurde mit zwei Kameras von afk tv aufgezeichnet und damit für die Website und die programm-unabhängige Nutzung verfügbar gemacht.

Ende November 2014 war Radio afk M94.5 auf dem „Campusradio-Tag“ in Dortmund u.a. mit dem Vortrag „Content crossmedial produzieren – was kann, was soll ein Campus-Radio leisten?“ vertreten. Inhalt, Machart und Kontinuität der bisherigen Aktivitäten von afk M94.5 ernteten dort viel Anerkennung und Respekt. Das galt auch und besonders für das erfolgreiche Online-Projekt „U-Bar-Plan“. Auf Grundlage des Münchner U-Bahn-Netzplans sind Bars und Kneipen in München aufgeführt und damit leicht zu lokalisieren.

Ein Redaktionsmitglied wurde 2014 mit dem BLM-Hörfunkpreis in der Kategorie „Beste Spartensendung“ ausgezeichnet.

#### ■ Ausbildung

Das Kursangebot bietet die gewohnte Palette der journalistischen und technischen Ausbildungseinheiten. Neue Ausbildungssynergien finden sich dort, wo Inhalte sowohl von Radio als auch von Fernsehen genutzt werden können. Dies gilt für spezifische Kurse wie Sprechtraining, aber auch für redaktionsübergreifende Kurse wie Medienrecht, Medienethik und Jugendschutz. Darüber hinaus werden offene Kurse angeboten, um Verständnis für das jeweils andere Medium zu entwickeln.

Im Jahresverlauf umfasste die Münchner Radiolehrredaktion durchschnittlich rund 170 Studenten.

Die neue technische Konzeption des afk M94.5 als All-IP-Sender ermöglicht u.a. Visual-Radio.

Auf Radio afk max laufen Sendungen der Campusradios der Universitäten in Erlangen und Bamberg.

Der seit 2014 gemeinsam mit afk M94.5 betriebene Standort im Businesspark „Media Works Munich“ bietet beste Voraussetzungen für ein neues mediales Arbeiten, für redaktionsübergreifende Ausbildungsangebote und für kreative Ideen, Inhalte und Innovationen.

### Hörfunk Nürnberg: afk max

#### ■ Programm

Radio afk max hat nun von Montag bis Mittwoch durchgängig Sendungen der Universitäten aus Erlangen und Bamberg im Programm: Die Sendungen „unimax“ und „Bit Day“ von der FAU Erlangen wie auch das Bamberger Studentenmagazin „Uni-Vox Jukebox“.

Im Juni 2014 fand erneut „Die lange Funkenflug-Nacht“ statt, bei der Kinder und Jugendliche unter medienpädagogischer Anleitung eine ganze Nacht live gesendet haben. Unter dem Titel „Der richtige Sound für gute Beiträge“ organisierten das Medienzentrum Parabol und afk max im November 2014 ein Jugendradioseminar: hier konnte sich der nordbayerische Radionachwuchs in verschiedenen Workshops fortbilden. Und schließlich: afk max unterstützte als Kooperationspartner auch 2014 wieder das Hörfest „Hört Hör!“: Im Rahmen dieser Veranstaltung mit vielen Besuchern wurden die Preisträger aus den nominierten Hörwettbewerb-Beiträgen gekürt.

#### ■ Ausbildung und Kooperationen

Die Ausbildungskooperationen mit Radio Energy Nürnberg und dem Funkhaus Nürnberg wurden intensiviert und ausgebaut. Praktikanten und Volontäre können somit unterschiedliche Aus- und Fortbildungsmodul in den jeweiligen Radio-Redaktionen zu besuchen.

Auch 2014 war das „Stadtradio Nürnberg“ bei afk max zu Gast, eine langbewährte 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.

Das Angebot an Seminaren, Kursen und Workshops wurde 2014 erneut aufgestockt, u.a. mit den neuen Modulen Crossmedia, Hörspiel, Wording und Kreativ-Comedy. Die Beteiligung in der Lehrredaktion war auch 2014 weiterhin hoch. Insgesamt waren rund 60 Nachwuchsedakteure sowie 23 Schnupperpraktikanten aktiv dabei.

### Fernsehen München: afk tv

#### ■ Programm

Nach dem Leitbild eines Medienlabors wurde 2014 das neue afkLab initiiert. Aufgabe und Ziel ist es, innovative Entwicklungen im Auge zu behalten, zu dokumentieren und multimedial und interaktiv darzustellen. Das afkLab soll allerdings keineswegs nur Leuchtturmprojekte starten. Vielmehr sollen daraus Anwendungen und Templates entstehen, die für Redaktionen auch außerhalb der großen Konzernstrukturen anwendbar sind. Ein erstes crossmediales Projekt war u.a. die Live-Produktion eines Multimedia-Feature über fünf Start-Up-Unternehmen mit dem Web-Tool „PageFlow“ auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg.

Auch 2014 erstellte afk tv in Zusammenarbeit mit der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) eine Reihe von „Massive Open Online Courses“ (kurz: MOOC) für die Online-Lern-Plattform Coursera. Produziert werden die MOOCs im eigenen Studio von afk tv.

#### ■ Ausbildung

Die Hochschule Ansbach, der MedienCampus Bayern und afk tv bieten seit 2013 Studierenden eine Eliteförderung im Bereich Videojournalismus an. Dieses Programm wurde 2014 zu einem Crossmedia-Stipendium umgebaut. Die Teilnehmer erhalten bei afk tv weiterhin profunde Kenntnisse der AV-Produktion. Am Ende der Projektphase muss aber nicht mehr ein lineares TV-Produkt stehen, sondern es kann auch eine Multimedia-Produktion sein.

Das neue Ausbildungsmodell „Beitragsmacher“ startete im Oktober 2014. Die Teilnehmer nehmen zu Beginn an dem 14-tägigen Kurs-Block zu Exposé, Dramaturgie, Bildrecht, Kamera, Bildgestaltung, Schnitt und Social-Media teil. Im Anschluss produzieren die Teilnehmer unter professioneller Betreuung journalistische Beiträge für TV und Web.

Für die Lehrredaktion von Radio afk M94.5 öffnet afk tv Kurse zu Kamera- und Bildgestaltung, Lichttechnik, Schnitt, After Effects und Filmmusik.

Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medienerziehung und Medienpädagogik, wurden 2014 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von 645 T€ aufgewendet.

Aufgaben des seit 2014 tätigen Medienkompetenz-Ausschuss des Medienrats sind:

- Beratung von Fragen der Vermittlung von Medienkompetenz und zur Förderung von Medienkompetenzprojekten
- Begleitung medienpädagogischer Veranstaltungen
- Beratung der übereinstimmenden Satzungen und Gemeinsamen Richtlinien nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag
- Beratung von Jugend-schutzfragen im Hörfunk und Fernsehen

**E**ine sich rasch verändernde Medienlandschaft und ein vielfältiges Medienangebot eröffnen ein breites Spektrum an Nutzungsmöglichkeiten, bringen aber auch vollkommen neue Herausforderungen für die Nutzerinnen und Nutzer mit sich. 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 2014 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 645 T€ 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 90 ff.).

Anfang 2014 hat die BLM den neuen Ausschuss des Medienrats „für Fragen der Medienkompetenz und des Jugendschutzes (Medienkompetenz-Ausschuss)“ eingerichtet. Damit hat sie auf die zunehmende Bedeutung von Medienkompetenz in Zeiten von digitaler Medienvielfalt, Social Media und eines zunehmenden Wertpluralismus für die Medienaufsicht reagiert. Im Februar 2014 hat der neue Medienkompetenz-Ausschuss der BLM seine Arbeit aufgenommen.

## Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2014

19 Medienräte der BLM  
8 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunks

### 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)

Ein Blick auf die Arbeit des Jahres 2014 zeigt, dass der Ausschuss von Beginn an wichtige Impulse auf dem Gebiet der Medienkompetenz und des Jugendschutzes gesetzt und dabei die Aktivitäten der BLM maßgeblich unterstützt hat: Er befasste sich mit den Arbeitsstrukturen in der Medienpädagogik, entwickelte medienpädagogische Leitlinien und legte inhaltliche Schwerpunkte für die Dezember-Sitzung des Forums Medienpädagogik der BLM fest.

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.

## Projekte und Initiativen

### Programmerberatung für Eltern e.V. – FLIMMO und FLIMMO-Fachportal Medienerziehung

Mitglieder des gemeinnützigen Vereins Programmerberatung 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 Einzelbesprechungen kinderrelevanter Fernsehsendungen sowie Tipps rund um die Fernseherziehung in der Familie. Das zusätzliche Online-Angebot „FLIMMO-Fachportal Medienerziehung“ richtet sich verstärkt an professionell Erziehende.

Als zusätzlicher Verbreitungsweg wurde eine Anwendung für mobile Endgeräte (App) entwickelt, die seit Mitte 2013 für das Betriebssystem iOS erhältlich ist. Die im Anschluss programmierte Version für Android-Geräte ist seit Dezember 2014 verfügbar. Über die App können sich Eltern immer aktuell über das Programm der kommenden sieben Tage informieren. FLIMMO berücksichtigt

auch das sich ändernde Nutzungsverhalten beim Medienkonsum. So finden ratsuchende Eltern nicht nur Besprechungen zu Sendungen aus dem laufenden Programm. Es besteht nun zudem die Möglichkeit, auf das Archiv mit derzeit rund 11.000 Sendungsbesprechungen zuzugreifen. Damit können sich Eltern auch über Sendungen informieren, die sich Kinder jenseits des linearen Programmangebots ansehen wollen, etwa zeitversetzt über Mediatheken, auf Online-Videoportalen, als Aufnahmen älterer Sendungen oder auch, wenn DVDs gekauft oder ausgeliehen werden sollen.

Seit September 2014 wird ein neuer Sender von FLIMMO berücksichtigt: Der Disney Channel konnte sich nach dem Sendestart Anfang 2014 sehr schnell als weiterer reichweitenstarker Kindersender etablieren. Daher wird das gesamte kinderrelevante Programm dieses Anbieters besprochen. Damit wurde nicht nur der Entwicklung der Marktanteile Rechnung getragen, sondern auch dem vielfach geäußerten Wunsch von Eltern nachgekommen, die hierzu Informationen im FLIMMO gesucht und entsprechende Anfragen gestellt hatten.

2014 wurde das Projekt mehrfach nominiert und ausgezeichnet: Anfang 2014 wurde der FLIMMO für den Bildungsmedienpreis „digita“ nominiert, der vom Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft (IBI) vergeben wird. Mit diesem Preis werden Lehr- und Lernangebote ausgezeichnet, die inhaltlich und formal als hervorragend gelten und digitale Medien beispielgebend nutzen. Im Juni 2014 erhielt der FLIMMO das „Comenius-EduMedia-Siegel“. Damit zeichnet die Gesellschaft für Pädagogik und Information e.V. (GPI) pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch herausragende Bildungsmedien aus. Die Entscheidung trifft eine international besetzte Fachjury mit Medienexperten aus zehn europäischen Ländern. Zuletzt wurde der FLIMMO von der in Belgien ansässigen Evens Foundation mit dem „Prize for Media Education“ ausgezeichnet und in einer Publikation als besonders empfehlenswertes Projekt vorgestellt.

#### Auszeichnungen für den FLIMMO 2014

- Verleihung des *Comenius-EduMedia-Siegel*
- Auszeichnung mit dem *Prize for Media Education*
- Nominierung für den *Bildungsmedienpreis digita*

### Internet-ABC

Das „Internet-ABC“ ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten. Es widmet sich seit 2001 mit dem Portal [www.internet-abc.de](http://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 2014 die Stiftung Datenschutz der Initiative bei.

2014 wurde der Surfschein für Schülerinnen und Schüler im Alter von acht bis zwölf Jahren neu konzipiert und damit den rasanten Veränderungen des Internets im Hinblick auf Inhalte, Technik, Kommunikation, Sicherheit und Datenschutz angepasst.

Die Mediennutzung in der Familie zum Thema machen und Konflikte vermeiden – das ist das Ziel des im Dezember 2014 erschienenen Mediennutzungsvertrags der Initiative Internet-ABC in Kooperation mit klicksafe. Der Vertrag wird über die Webseite des Internet-ABC online zwischen Kindern und Eltern geschlossen und kann individuell an die Altersgruppe angepasst werden.

Die European Society for Education and Communication (ESEC) zeichnete den Einsatz des Internet-ABC für die Förderung der Medienkompetenz junger Nutzer 2014 durch das Gütesiegel der Erasmus EuroMedia Awards aus. Das Gütesiegel würdigte die Qualität und Relevanz des Internet-ABC für die Bildung und Entwicklung der europäischen Gesellschaft sowie die Förderung europäischer Werte wie Zusammenhalt, Migration, Identität und Solidarität.

### 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.

Mit 140 neu gegründeten Hörclubs hat die Stiftung Zuhören auch im Jahr 2014 wieder einen großen Beitrag zur kindlichen Zuhörförderung geleistet. In Ingolstadt hat die Stiftung Zuhören außerdem eine Initiative zur Zuhörbildung an Grundschulen gestartet, durch die Grundschulen bei der Einrichtung von Hörclubs unterstützt werden sollen.

Im Rahmen des Projektes „Grenzgeschichten – Crossing borders“ startete 2014 das crossmediale Storytelling-Portal [grenzgeschichten.net](http://grenzgeschichten.net) für Jugendliche. Schülerinnen und Schüler erzählen hier mit Zeitzeugen sowie Experten aus Journalismus, Filmbranche und Museen Geschichten, die aus Ländergrenzen heraus entstehen.

Der „HörensWert-Tag“, der am 19. November 2014 in München stattfand, beschäftigte sich mit der Wertevermittlung an Kinder. Das Projekt „HörensWert“, das durch Mitglieder des Wertebündnis Bayern gefördert und unterstützt wurde, verbessert das Sozialverhalten von Kindern durch die Sensibilisierung ihrer Wertewahrnehmung.

Einen eigenen Workshop zur Zuhörförderung mit dem Titel „Hörspiel mit Kindern – Spielen mit dem Hören“ leitete die Stiftung Zuhören bei der „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher“.

An Projekte der Stiftung Zuhören wurden auch 2014 wieder Auszeichnungen verliehen. Der im Rahmen des Stiftung-Zuhören-Projektes „Bayern hören. Audioguides multimedial“ in Kooperation mit dem Bayerischen Rundfunk entstandene Audioguide „Garmisch-Partenkirchen zur Zeit des Nationalsozialismus“ wurde mit dem ersten Preis des Simon-Snopkowski-Preises 2014 ausgezeichnet. Den Innovationspreis des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung gewann das Projekt „Hörpfade“.

Internet-ABC wurde 2014 mit dem Gütesiegel der Erasmus EuroMedia Awards ausgezeichnet.

### 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](http://www.schulradio-bayern.de) zu veröffentlichen. Hörerinnen und Hörer von Schulradio-Bayern können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

Im Februar 2014 fand der Relaunch der Homepage [www.schulradiobayern.de](http://www.schulradiobayern.de) statt. Die neue, an moderne Bedürfnisse angepasste Seite kann nun auch auf dem Smartphone und Tablet genutzt werden. Neu ist zudem, dass Sendungen und Beiträge in anderen Netzwerken und Sozialen Medien verlinkt werden können und die Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit haben, ihre Sendungen live auszustrahlen.

Am 25. Juli 2014 veranstaltete die BLM in München in Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst den fünften Schulradiotag für interessierte Schulradio-Gruppen und Lehrkräfte. Neben Vorträgen rund um das Thema Schulradio durften die 150 beteiligten Schülerinnen und Schüler selbst auf Sendung gehen: In der Live-Radio-AG wurden vor Ort Interviews aufgezeichnet oder Moderationen getextet, die anschließend in einer Sendung beim Münchner Ausbildungsradio afk M94.5 ausgestrahlt wurden. Das Highlight am Nachmittag war die „Schulradio-Preisverleihung 2014“. 2014 wurde außerdem ein vom Bayerischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst gestifteter Sonderpreis vergeben.

Der Relaunch der Homepage [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de) verbesserte die Nutzungsmöglichkeiten.

### Weitere Projekte

- „JUFINALE“, ein bayerisches Jugendfilmfestival für junge Filmschaffende aus ganz Bayern
- „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 Hör!“ ein Festival und Hörwettbewerb im fränkischen und südbayerischen Raum für junge Hörbegeisterte

### Arbeitsgruppen und Initiativen

- „Lenkungsgruppe Medienkompetenz“ und „Arbeitsgruppe Medienführerschein Bayern“
- „Wertebündnis Bayern“, ein Zusammenschluss von über 120 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
- „I-KiZ – Zentrum für Kinderschutz im Internet“, eine Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
- „klicksafe“-Preis, eine Auszeichnung für Initiativen, Projekte und Maßnahmen zur Förderung von Medienkompetenz
- „ELTERN TALK“, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt des Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- „Erfurter Netcode“, eine Auszeichnung für kindgerechte Internetseiten
- „Stiftung Bildungspakt Bayern“ bietet Kooperationsprojekte von Wirtschaft und Schulen zur Verbesserung der Bildungsqualität

## Fachtagungen und Workshops

### Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Im digitalen Zeitalter wird nicht mehr nur auf dem Schulhof gemobbt, sondern zunehmend auch im Internet oder per Smartphone. Daher wurde dieses brisante Thema in der 20. Fachtagung des Forums Medienpädagogik „necken, verspotten, schikanieren? Wann Cybermobbing beginnt und was man dagegen tun kann“ aufgegriffen. Im Rahmen verschiedener Vorträge wurde das Thema Cybermobbing eingehend beleuchtet. Vorgestellt wurden diverse Projektideen zur Prävention von Cybermobbing und Sensibilisierung für die Folgen von Datenweitergabe im Internet sowie zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz. Auf großes Interesse bei den Teilnehmenden stieß die Ideenbörse, die während der Mittagspause und nach der Veranstaltung stattfand. Sie bot Anregungen für die medienpädagogische Praxis, Einblicke in die Projekte der Stiftung Medienpädagogik Bayern sowie Aufklärungsspots und weiteres Informationsmaterial zum Thema Cybermobbing.

Die Teilnahme an der Fachtagung 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.

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.

### Fortbildung Medienkompetenz

Mit der „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher“ zeigt die BLM Wege auf, wie aktive Medienarbeit mit Kindern in Kitas, Kindergärten, Horten und Heimen gestaltet werden kann. Die Fortbildung findet einmal jährlich an wechselnden bayerischen Fachakademien für Sozialpädagogik und Heilpädagogik statt.

In insgesamt zehn Workshops lernten rund 90 Studierende der Maria-Ward-Fachakademie für Sozialpädagogik der Diözese Eichstätt am 2. und 3. Juli 2014 die Bandbreite an Möglichkeiten der praktischen Medienarbeit mit Kindern kennen. Unter anderem konnten die Studierenden erfahren, wie sie Hörspiele, Trickfilme oder interaktive Bilderbücher in medienpädagogischen Projekten erstellen und gestalten können. Ergänzend vermittelte Günther Anfang vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis Einblicke in die Ziele altersgerechter Medienarbeit mit Kindern. Im Anschluss an die zweitägigen Workshops wurden diese reflektiert und die Ergebnisse der einzelnen Praxisworkshops im Plenum vorgestellt.

Organisatorisch arbeitete die BLM bei der Durchführung der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher mit dem Medienzentrum München (MZM) des JFF, dem Medienzentrum Parabol e.V., der Medienfachberatung Oberbayern sowie der Stiftung Zuhören zusammen. Unterstützt wurde die Veranstaltung von intv und Radio IN.

## Medienpädagogische Forschung

### Safer Internet Day

Mit einer Fachtagung zum Thema „Jugendliche als Verbraucher im Social Web – Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen“ leistete die BLM am 10. Februar 2014 einen Beitrag zum Safer Internet Day. Bereits zum neunten Mal beteiligte sich die Landeszentrale damit am alljährlichen Aktionstag der EU-Initiative klicksafe zur Sicherheit im Netz.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Studie zum Thema „Jugendliche und Online-Werbung im Social Web“, die vom Bayerischen Verbraucherschutzministerium beauftragt und vom JFF durchgeführt wurde. Die Fragestellungen und zentralen Ergebnisse des Forschungsprojekts erläuterten die Direktorin des JFF, Dr. Ulrike Wagner, und ihr wissenschaftlicher Mitarbeiter, Niels Brüggem. In verschiedenen Workshops zum Thema „Verbraucherbildung trifft Social Web“ ermöglichte das Team des JFF den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen Einblick in die Arbeit mit themenbezogenen Materialien. Es bestand außerdem die Möglichkeit zum Austausch zu aktuellen Fragen und Herausforderungen der Verbraucherbildung.

Verfolgt wurde die Präsentation der Studienergebnisse von 140 interessierten Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie Vertretern der Presse.

Wie Gamer mit moralischen Konflikten in Computerspielen umgehen, wurde in einer Vorstudie untersucht, die die BLM 2014 bei der Universität der Bundeswehr München in Auftrag gegeben hat. Durchgeführt wurde die Vorstudie von Prof. Dr. Manuela Pietraß, Professorin für Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Medienbildung.

Ausgangsgedanke war, dass die besondere Problematik in gewalthaltigen Computerspielen darin besteht, dass die Spielerinnen und Spieler nicht nur Gewalt beobachten, sondern sie – durch die Interaktion mit dem Interface – auch selbst ausüben. Die Vorstudie beschäftigte sich mit einem Teilaspekt möglicher Wirkungen, der für den Jugendmedienschutz und die Medienpädagogik von Interesse war: die moralischen Urteile hinsichtlich der Ausübung von Gewalt im Spiel, die die Spielerinnen und Spieler in Konfliktsituationen fällen müssen und damit den weiteren Spielverlauf beeinflussen können. Die Untersuchung lieferte folgende Ergebnisse: Spielerinnen und Spieler gewinnen aus der Spielbewertung Orientierung für die Richtigkeit ihrer Entscheidung. Außerdem besteht ein Zusammenhang zwischen dem moralischen Urteil und dem Alter des Spielenden. Eine zu frühe Altersfreigabe von Spielen, die Entscheidungen belohnen, die moralisch problematisch sind, läuft daher dem Jugendmedienschutz zuwider.

---

Eine Studie im Auftrag der BLM untersucht, wie Gamer mit moralischen Konflikten in Computerspielen umgehen.

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.

**D**er Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der Fernsehgesetz sowie in der Finanzierungsbeitragsrichtlinie geregelt.

Die Verpflichtung zur Zahlung des Finanzierungsbeitrags umfasste ursprünglich alle in Bayern terrestrisch verbreiteten bundesweiten Fernsehvollprogramme mit einem Zuschauermarktanteil von 6 Prozent oder mehr. Mit dem Inkrafttreten des Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrags wurde 2005 die Verpflichtung zur Aufnahme landesweiter oder regionaler Fensterprogramme und zur Sicherstellung deren Finanzierung auf die beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme begrenzt, so dass die bis dahin gültige Zahlungsverpflichtung des Anbieters ProSieben weggefallen ist. Seit 2010 wurde als Bemessungsgrundlage die Gesamtzahl aller Fernsehhaushalte in Bayern zugrunde gelegt. Dadurch konnten für die Zukunft Schwankungen des Beitragsaufkommens

aufgrund veränderter Empfangsbedingungen ausgeschlossen und für die Anbieter eine verbesserte Planungssicherheit erreicht werden.

Der Finanzierungsbeitrag für jeden Fernsehhaushalt in Bayern belief sich bis zum 31. Dezember 2014 auf 0,80 € pro Jahr. Auf dieser Grundlage standen im Jahr 2014 4,288 Mio. € zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 3,43 Mio. € auf die lokalen Fensterangebote (Vj. 3,4 Mio. €).

Mit Wirkung zum 1. Januar 2015 hat der Medienrat eine Anhebung des Finanzierungsbeitrags je Fernsehhaushalt von 0,80 € auf 0,85 € beschlossen. Dadurch wird das Beitragsaufkommen von RTL auf 4,675 Mio. € im Jahr 2015 steigen.

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

RTL Finanzierungsbeitrag 2010 – 2015 in Mio. €



Haushalte in Mio.	5,16	5,19	5,27	5,32	5,36	5,50
Beitrag pro HH in €	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,85

■ RTL-Wochenendfenster ■ RTL-Fenster, Mo-Fr 18.00-18.30 Uhr

Gemäß Art. 23 BayMG standen 2014 staatliche Mittel in Höhe von 9,0 Mio. € für die Förderung der technischen Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten zur Verfügung. Die Förderung der Programmherstellung erfolgte mit 1,8 Mio. € aus dem Haushalt der Landeszentrale.

**D**ie 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. Die Förderung nach Art. 23 BayMG ist bis Ende 2016 befristet.

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.

## 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 im Jahr 2014 für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Aschaffenburg, Würzburg und Schweinfurt sowie Passau und Südostoberbayern zuständig.

Satzungsgemäß tagte der Programmausschuss 2014 viermal. Die Sitzungen am 6. Februar 2014 und 25. September 2014 fanden in München statt. Die Sitzung am 3. Juli 2014 verband der Programmausschuss mit einem Besuch beim Anbieter in Passau. Hier informierte sich der Programmausschuss insbesondere über die redaktionelle Arbeit des Anbieters. In der Sitzung am 20. November 2014 besuchte der Programmausschuss den Anbieter in Rosenheim.

Sämtliche Betrauungen sind aktuell bis 31. Dezember 2016 befristet.

10,8 Mio. €  
Gesamtförderung

## Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2014 partizipierten 16 Haupt- und neun Spartenanbieter an der Förderung. Es standen ca. 10,80 Mio. € zur Verfügung. Hiervon stammten aus dem bayerischen Staatshaushalt 9,00 Mio. € und aus dem Stammhaushalt der BLM 1,80 Mio. €.

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 2014 die Mittel i.H.v. ca. 10,80 Mio. € eingesetzt (s. Grafik).

### Förderung der Technischen Verbreitungskosten

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2014 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert gemäß Art. 23 BayMG werden dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betrauten Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

2014 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 9,584 T€ (Vj. 9,452 T€), die mit 9.000 T€ (Vj. ca. 9.000 T€) gefördert wurden. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahr bei den Kabeleinspeisekosten resultiert größtenteils aus dem Wegfall des entgeltfreien Kanals bei der KDG. 2014 konnten die förderfähigen Kosten nicht zu 100 Prozent durch die Fördermittel getragen werden (Förderquote ca. 93,9 %), so dass erstmals ein Selbstbehalt gem. § 9 Abs. 3 Fördersatzung – FöS für betraute Sendeangebote von den Anbietern zu tragen war.

Dies führte auch dazu, dass für die Verbreitung über DVB-T keine Förderung mehr geleistet werden konnte (Vj. 224 T€).

### Förderung der Programmherstellung

Darüber hinaus erhielten die förderfähigen Anbieter für die von ihnen zu tragenden Programmkosten i.H.v. 29,88 Mio. € noch Zuschüsse. Diese Förderung betrug bei den Hauptanbietern ca. 1,00 Mio. €, somit bei Programmkosten i.H.v. 28,33 Mio. € durchschnittlich 3,53 Prozent, und bei Spartenanbietern ca. 0,8 Mio. €, somit bei Programmkosten i.H.v. 1,56 Mio. € ca. 51,45 Prozent.

1,8 Mio. €

Förderung der  
Programmherstellung

9,0 Mio. €

Förderung der technischen  
Verbreitung der Programme

459 T€ (Vj. 465 T€)

Leitungskosten für die Heranführung der Fernsehprogramme

416 T€ (Vj. 110 T€)

Kabeleinspeisekosten der  
TV-Programme

135 T€ (Vj. 135 T€)

Kosten der Schaltzentrale

8.001 T€ (Vj. 8.066 T€)

für die digitale Satellitenverbreitung (DVB-S) der Fernsehangebote

– 11 T€

Selbstbehalt gem. § 9 Abs. 3  
Fördersatzung – FöS

Die BLM informiert Fachpresse und interessierte Öffentlichkeit über Pressemitteilungen, Publikationen, die Fachzeitschrift *tendenz*, die Homepage [www.blm.de](http://www.blm.de) sowie verschiedene Social-Media-Kanäle. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit der BLM. 2014 wurden für Öffentlichkeitsarbeit insgesamt 1.025 T€ aufgewendet.

## Publikationen

Die BLM hat 2014 insgesamt 79 Pressemitteilungen veröffentlicht. Davon thematisieren 38 Entscheidungen des Medienrats. Die Ergebnisse der Sitzungen des Medienrats einschließlich der Berichte des Präsidenten und des Vorsitzenden des Medienrats wurden in sechs BLM-Infos zusammengefasst.

### Tendenz

Im Jahr 2014 sind insgesamt zwei Ausgaben der BLM-Zeitschrift *Tendenz* erschienen.

Die Ausgabe 1/2014 thematisierte die „Lokale Kommunikation im digitalen Zeitalter“. Alle reden von der Digitalisierung und dem Medienwandel durch das Internet. Doch wer sich in den Lokalsendern umhört, der spürt noch nicht überall Aufbruchstimmung. Verständlich, denn das hektische Tagesgeschäft, die personelle Lage und auch wirtschaftliche Zwänge setzen der Innovationsbereitschaft häufig natürliche Grenzen. Und doch darf die Idee vom Multimediaunternehmen nicht wenigen großen Playern überlassen werden. Die lokalen und regionalen Stationen stehen „auf der Kippe“ zwischen dem noch vielfach linearen Redaktionsalltag und den Herausforderungen der Zukunft. Auch und gerade im Lokalen müssen

die neuen Möglichkeiten genutzt werden – nicht zuletzt, um damit den klassischen Lokaljournalismus zu finanzieren und eine Renaissance der Region sicherzustellen.

Das Heft 2/2014 widmete sich dem Thema „Social Media“. Im Netz ist durch Social Media eine neue Öffentlichkeit entstanden. Facebook hat in Deutschland etwa 28 Millionen registrierte Nutzer und damit mehr Mitglieder als die katholische Kirche. Damit ist das Publizieren kein Privileg Einzelner mehr, sondern ein Massenphänomen geworden. Andererseits sind ganze Bevölkerungsgruppen in Facebook und Co. kaum vertreten. Kein Grund also, Social Media zu überhöhen, aber Grund genug, die Entwicklung genau zu betrachten: Denn das Phänomen der sozialen Medien und damit der Kommunikation und Informationsverbreitung im Internet wird die Art, wie sich gerade Medienunternehmen organisieren und ihre Geschäfte betreiben, zumindest ein Stück weit auf den Kopf stellen.



Die *Tendenz* kann als e-paper über [www.blm.de](http://www.blm.de) oder über eine kostenlose App auch auf mobilen Endgeräten gelesen werden.

## Internet

Die Online-Aktivitäten der BLM standen im Jahr 2014 unter dem Zeichen des Relaunch der Website. Das Konzept sowie die Inhalte unter [www.blm.de](http://www.blm.de) wurden im Hinblick auf eine Optimierung der Usability sowie die mobile Nutzung überarbeitet.

Das Redesign der Website setzt auf große Visuals sowie plakative Überschriften und farbliche Akzente. Es stellt eine Verbindung zwischen den Medieninhalten und dem Benutzer her und lädt zum Entdecken ein. Mit Blick auf die Bedürfnisse der Zielgruppen sind die Inhalte ergänzt und nutzerfreundlicher aufbereitet worden. So ist zum Beispiel für Radio und TV eine Sendersuche nach Eingabe des individuellen Standorts möglich, die alle dort empfangbaren privaten Radio- und Fernsehangebote anzeigt. Die verschiedenen Tätigkeiten der BLM werden unter dem Navigationspunkt „Aktivitäten“ vorgestellt. Alles zu Organisation und Organen findet sich unter dem Punkt „Über uns“. In einer Infothek stehen die wichtigsten Dokumente (Pressemitteilungen, Publikationen, Medienratsinfos etc.) zum Download zur Verfügung. Auch die Social-Media-Aktivitäten der BLM sowie das BLM-Blog können über die Homepage aufgerufen werden.

Die Gremienmitglieder der BLM erhalten seit Anfang 2014 ihre Sitzungsunterlagen und -protokolle ausschließlich über den passwortgeschützten Bereich, das sogenannte „Gremien-Intranet“. Der Post-Versand der Dokumente wurde eingestellt.

Die Veranstaltungen der BLM werden auf der Veranstaltungsplattform [www.medienpuls-bayern.de](http://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. Eine enge Kooperation bestand hierbei auch mit dem neu

gegründeten Mediennetzwerk Bayern: In einem ersten Schritt wurde [medienpuls-bayern](http://medienpuls-bayern.de) dort als Veranstaltungskalender in die Webpräsenz integriert. Zudem wurde eine Überarbeitung der Plattform im Hinblick auf die mobile Nutzung sowie eine Verzahnung des geplanten Kalenders auf der Website des Mediennetzwerks mit den Veranstaltungen auf [medienpuls-bayern](http://medienpuls-bayern.de) vorbereitet.

2014 erfolgte ein Relaunch der BLM-Website.



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

- [www.lokalrundfunktage.de](http://www.lokalrundfunktage.de)  
begleitet den Fachkongress für den lokalen und regionalen Rundfunk
- [www.funkanalyse-bayern.de](http://www.funkanalyse-bayern.de)  
gibt Aufschluss über Reichweiten von lokalen Hörfunk- und TV-Sendern
- [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de)  
bietet Jugendlichen eine Plattform zum Radiomachen
- [www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de](http://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 ihre Social-Media-Profile auf Twitter, Facebook und Google+, und das mit immer mehr Erfolg. Die Zahl der twitter-Follower von @BLM\_Bayern hat sich in einem Jahr verdoppelt (auf mittlerweile 1.070) und der Dialog via Twitter nimmt zu. Insbesondere die Begleitung von Events wie u.a. media:innovations (#mit14), der Local Web Conference (#lwc14) und des Social TV Summit (#sts14) sorgte dafür, dass diese Hashtags im vergangenen Jahr regelmäßig in den „trending topics“ auftauchten. Auch das Facebook-Profil [www.facebook.com/BLM.de](http://www.facebook.com/BLM.de) und die Präsenz auf Google+ [plus.google.com/+BLM\\_Bayern](http://plus.google.com/+BLM_Bayern) gewinnen an Akzeptanz. 2014 wurden zusätzlich ein Twitter- und ein Facebook-Profil im Rahmen des Förderprogramms Innovate:Media etabliert.

Zudem startete die BLM Mitte 2014 ihr Blog [www.blmplus.de](http://www.blmplus.de), das mittlerweile mehr als 60 Beiträge von Mitarbeitern/innen und externen Gastautoren/innen enthält. In der Regel werden Fachthemen aus den Themengebieten Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz behandelt. Stimmungsbilder von Events und Interviews mit Experten und Referenten aus unseren Veranstaltungen ergänzen den Blick in und auf die Branche.

Damit ist die Landeszentrale jetzt auf unterschiedlichen Plattformen präsent, die alle mit der Website [www.blm.de](http://www.blm.de) vernetzt sind. Nachdem die Online- und Social-Media-Kommunikation eine immer wichtigere Rolle in der Pressearbeit spielt und die Möglichkeit zur zielgerichteten Interaktion bietet, bilden diese Aktivitäten einen wichtigen Baustein für den Austausch mit unseren Zielgruppen.

Um die Online-Kommunikation zu stärken, startete die BLM Mitte 2014 ihr Blog [www.blmplus.de](http://www.blmplus.de)

## Veranstaltungen

Im Jahr 2014 fand erstmalig der „Medieninnovationstag“ statt. Die erfolgreich eingeführten Veranstaltungsreihen „Medienforum Ostbayern“, der „Social TV Summit“ und der „MeetMediaDate“ wurden fortgesetzt. Zudem war die BLM auf zwei Regionalmessen mit ihrem Stand und ihrem Programm „total digital“ präsent.

Hinzu kamen zahlreiche medienpädagogische Veranstaltungen wie die 20. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM: „necken, verspotten, schikanieren? Wann Cybermobbing beginnt und was man dagegen tun kann“ oder der Safer Internet Day im Februar 2014. Dabei wurde die vom Bayerischen Verbraucherschutzministerium veranlasste Studie unter dem Motto „Jugendliche und Online-Werbung im Social Web“ vorgestellt. Die Interdisziplinäre Tagung des JFF und der BLM feierte ihr 10-jähriges Jubiläum.

Auf den Lokalfunktagen Nürnberg sowie auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN 2014 war die BLM mit eigenen Ständen vor Ort. Bei den Medientagen gab die BLM am zweiten Abend mit dem Après Fair einen Standempfang für die Messebesucher.

### Medieninnovationstag

Der Medieninnovationstag der BLM zeigte neue Produkte und Anwendungen und thematisierte, wie Medienunternehmen und Start-ups die Innovationsprozesse befördern können. Am 4. April 2014 hielt Felix Hofmann, CEO BMI Lab AG die Keynote zum Thema „Der St. Gallen Business Navigator – Die Bedeutung von Geschäftsmodellinnovation“. Zahlreiche Case-Studies wurden von Dr. Jens Pippig, Founder & Head of ProSiebenSat.1 Accelerator und Alice Mascia, Vice President

Strategy, Sky Deutschland AG, vorgestellt. Zudem stellten Experten in dem Panel „New Tech“ neue innovative Medientechniken vor. Über Entrepreneurship und den Mut zur Gründung sprachen die Referenten des Panels „New Business“. Über neue Medieninhalte ging es in dem Panel „New Content“.

#### **Medienforum Ostbayern**

Ziel dieser 2013 ins Leben gerufenen Veranstaltungsreihe im Osten von Bayern ist es, klein- und mittelständische Unternehmen mit lokalen Medien zusammenzubringen, um sich Anregungen für die Kommunikations-, Marketing- und Werbestrategien zu holen. Das Medienforum Ostbayern 2014 fand in Regensburg statt und widmete sich dem aktuellen Thema „Mein Laden, meine Zeitung, mein Sender, meine Stadt – Wo bleibt das Lokale in der digitalen Welt?“.

#### **„Deutscher Social TV Summit“**

Der 3. „Deutsche Social TV Summit“ am 2. Juli 2014 im Literaturhaus München befasste sich schwerpunktmäßig mit der „Verschmelzung von Social Media und TV“: „Integration“ war der neueste Trend. Bisher wurde Social Media oft in separaten Einheiten angesiedelt. Immer mehr Sender und Produzenten sehen Social Media inzwischen nicht mehr als Beiwerk, sondern als essenziellen Bestandteil einer TV-Produktion. Der Summit gab einen Überblick über die neuesten TV-Entwicklungen des letzten Jahres und einen Ausblick auf die Chancen und Herausforderungen der nächsten Jahre. Bald werde es selbstverständlich sein, von „Fernsehen“ zu sprechen und „Social TV“ zu meinen, da der Second Screen längst Mainstream sei, resümierte Bertram Gugel die Entwicklung. „Social Media wird fundamentaler Bestandteil von Fernsehen“.

#### **Meet Media Date**

In Kooperation mit Axel Springer SE, ProSieben-Sat.1 Media AG, Sky sowie der Türkischen Gemeinde in Bayern fand am 26. November 2014 zum zweiten Mal der MEETMEDIADATE statt. Diesmal unter dem Motto „Generalist versus Spezialist – Was brauchst Du für die Medienwelt von morgen“. Hierbei präsentierten sich die Medienunternehmen Studenten und Absolventen im großen Sitzungssaal und anschließend mit Ständen im Foyer der BLM.

#### **Augsburger Mediengespräche**

„Big-Data-Revolution: Wie verändern die Daten unser Leben?“ war das Thema der 12. Augsburger Mediengespräche 2014, die die BLM in Kooperation mit der Stadt Augsburg und den lokalen Medien vor 200 Besuchern veranstaltete. Die Veranstaltung beschäftigte sich mit der Frage, welche Chancen und Risiken mit der Datenflut verbunden sind, was Big Data für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik bedeutet und wie der Umgang damit unser Leben beeinflussen wird. Es diskutierten auf dem Podium: Markus Blume, Mitglied des Bayerischen Landtags und Vorsitzender der CSU-Wirtschaftskommission; Götz Hamann, Autor und stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft, DIE ZEIT; Dr. Marianne Janik, Senior Director Public Sector und Mitglied der Geschäftsleitung der Microsoft Deutschland GmbH; Dr. Thomas Petri, Bayerischer Landesbeauftragter für den Datenschutz, und Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher, Professor für „Datenbanken und Künstliche Intelligenz“ an der Universität Ulm. Moderiert wurde die Veranstaltung von Silvia Laubenbacher von a.tv.

Die Verschmelzung von Social Media und TV war das Schwerpunktthema des 3. Deutschen Social TV Summit.

## BLM-Veranstaltungen 2014 (sowie Kooperationen mit Dritten)

- **10. Februar**  
Safer Internet Day: „Jugendliche als Verbraucher im Social Web“
- **4. April**  
BLM-Medieninnovationstag
- **12. April**  
Verbraucherinitiative „total digital“ auf der Augsburger Frühjahrsausstellung (afa)
- **30. April**  
MuLa-Fachtag 2014: Kinder in der Wissensgesellschaft „Selbstgemacht 2.0“ (Studio im Netz)
- **12. Mai**  
DOK.forum: „Perspektiven des Dokumentarfilms. Neue Wege zum jungen Publikum.“
- **21. Mai**  
Medienforum Ostbayern: „Mein Laden, meine Zeitung, mein Sender, meine Stadt – Wo bleibt das Lokale in der digitalen Welt?“
- **2. Juli**  
3. Deutscher Social TV Summit: „Die Verschmelzung von Social Media und TV“
- **8.–9. Juli**  
Lokalrundfunktage in Nürnberg
- **25. Juli**  
Schulradiotag 2014 Bayern
- **26. September**  
BLM-Rechtssymposium: „Rundfunkfreiheit für Rundfunk und andere Telemedien – Zu den Anforderungen an eine Telemedienordnung“
- **1. Oktober**  
12. Augsburger Mediengespräche: „Big-Data-Revolution: Wie verändern die Daten unser Leben?“
- **1. Oktober**  
Verbraucherinitiative „total digital“ auf der Oberfranken-Ausstellung in Hof
- **22.–24. Oktober**  
Medientage München
- **6. November**  
20. Fachtagung des Forums Medienpädagogik: „necken, verspotten, schikanieren? Wann Cybermobbing beginnt und was man dagegen tun kann“
- **26. November**  
„MEETMEDIADATE 2014 – Vielfalt führt“
- **28. November**  
10. Interdisziplinäre Tagung: „Alles unter Kontrolle? Interdisziplinäre Zugänge zum Aufwachen in der digitalen Gesellschaft“
- **5. Dezember**  
BLM-Forum: „Neue Chancen für den lokalen Rundfunk – Crossmediale Arbeits- und Produktionsstrukturen“

## BLM-Foren

### ■ BLM-Rechtssymposium

Das Rechtssymposium am 26. September 2014 zum Thema „Rundfunkfreiheit für Rundfunk und andere Telemedien – Zu den Anforderungen an eine Telemedienordnung“ setzte sich mit der Frage auseinander, ob die Rundfunkfreiheit in ihrem Kern Programmfreiheit ist, die nur dem Rundfunkveranstalter zusteht, oder umfasst sie die Telemedienfreiheit, die manche erst fordern? Was fällt unter ihren Schutz und wer genießt ihn?

### ■ „Neue Chancen für den lokalen Rundfunk“

Die Zeiten, in denen Rundfunkredakteure ausschließlich Inhalte für Radio und Fernsehen produziert haben, gehören mittlerweile der Vergangenheit an. Auch in den Lokalfunkredaktionen in Bayern zeichnet sich inzwischen die zunehmende Konvergenz von Rundfunk und Internet ab. Die Umstellung auf crossmediale Produktionen stellt die Redaktionen aber auch vor neue Herausforderungen. Auf Erfahrungen und wissenschaftliche Ergebnisse können sie bislang wenig zurückgreifen. Deshalb unterstützte die BLM die Studie „Implementierung crossmedialer Produktions- und Angebotsstrukturen im lokalen Rundfunk“, die Prof. Dr. Sonja Kretschmar von der Universität der Bundeswehr München am 5. Dezember 2014 im Rahmen der Veranstaltung „Neue Chancen für den lokalen Rundfunk“ in der BLM vorstellte. Im Anschluss daran zeigten die Sender DONAU 3 FM, KISS FM, Oberfranken TV und afk tv ihre Aktivitäten auf dem crossmedialen Feld und diskutierten über die Möglichkeiten in der Zukunft.

### Schulradiotag

Am 25. Juli 2014 fand der SCHULRADIOTAG in der BLM statt. Erfahrene Radiomoderatoren und Redakteure tauschten sich mit Schulradio-Gruppen aus. In verschiedenen Workshops und Vorträgen wurde Schulradio-Know-How, wie Smartphone-Recording, Musikplanung, Sprechtraining und Hörspielproduktion vermittelt. Zum fünfjährigen Jubiläum hatte sich das Schulradioteam der BLM etwas Besonderes einfallen lassen: Die Schüler konnten beim Sender afk M94.5 live auf Sendung gehen und waren in ganz München zu hören. Ein weiterer Höhepunkt am Nachmittag war die Verleihung des Schulradiopreises 2014, bei der die besten Beiträge der Schülerredaktionen von einer Jury bewertet und mit Preisen ausgezeichnet wurden.

### Medientage „total digital“

Mit der erfolgreich eingeführten Veranstaltungsreihe „total digital“ zeigte sich die Landeszentrale 2014 auf zwei Verbrauchermessen. In Augsburg wurden am 12. April auf der Bühne der afa (Augsburger Frühjahrsausstellung) drei Diskussionsrunden zu den Themen „Lokale Medien in der digitalen Welt“, „Die Zukunft von Hörfunk und Fernsehen“, „Chancen und Risiken von Facebook & Co.“ organisiert.

Im Rahmen der Medienkompetenztage Bayern hat die BLM am 30. September 2014 gemeinsam mit der Stiftung Medienpädagogik Bayern insgesamt für sechs Elternabende an Hofer Schulen kostenlos Referenten zum Thema Medienkompetenz zur Verfügung gestellt. Die Eltern erfuhren, wie sie ihre Kinder beim Umgang mit neuen Medien besser unterstützen können. Am nächsten Tag präsentierte sich die BLM auf der Oberfranken-Ausstellung in Hof mit einem Stand zu dem Thema.

### Medienpädagogik/Medienkompetenz

Neben der 20. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM und einer Veranstaltung der BLM anlässlich des Safer Internet Day fand am 28. November 2014 die 10. Interdisziplinäre Fachtagung des JFF und der BLM statt. Anlässlich dieses Jubiläums fand am Abend vor der eigentlichen Tagung eine Diskussionsrunde mit Stehempfang im Jüdischen Museum statt. Nähere Informationen zu den Medienpädagogischen Veranstaltungen finden Sie auf Seite 97 f.

### Weitere Veranstaltungen

„Studio im Netz“ hielt ihren „MuLa – Multimedia-Landschaften für Kinder“ Fachtag unter dem Motto „Selbstgemacht 2.0“ am 30. April 2014 in der BLM ab. Zielgruppe waren pädagogisch Verantwortliche in Kindertageseinrichtungen. Vier Referenten berichteten aus der Praxis für die Praxis. Sieben Bastel-Workshops verwandelten die BLM in ein kreatives Zentrum.

Am 12. Mai unterstützte die BLM das DOK.forum mit der Veranstaltung „Neue Wege zum jungen Publikum.“ Alle Programmierer sind sich einig, dass man sich um die Zielgruppe der unter 30-Jährigen bemühen muss. Sie schauen immer weniger fern und gehen nur noch selten ins Kino. Thomas Rathgeb gab einen Überblick über den aktuellen Stand der Mediennutzung. Danach diskutierten der deutsche Fernsehmoderator und Satiriker Philipp Walulis, Jennifer Mival von Joiz Germany, Alexander von Harling von EinsPlus, die Leiterin des Filmfestival doxs! dokumentarfilme für kinder und jugendliche in Duisburg, Gudrun Sommer, und Britta Sölter von Mediakraft Networks darüber, wie man die „Digital natives“ an sich binden kann. Es moderierte die Fernsehkritikerin Klaudia Wick. Das DOK.forum bietet parallel zum Publikumsfestival DOK.fest den interessierten Fach- und Festivalbesuchern ein vielfältiges Angebot von mehr als 30 verschiedenartigen Veranstaltungen rund um das Thema Dokumentarfilm und Fernsehen.

Die Veranstaltungsreihe „total digital“ wurde 2014 erfolgreich fortgeführt.

### MEDIENTAGE MÜNCHEN

Die 28. MEDIENTAGE MÜNCHEN fanden unter dem Motto „Kein Spaziergang – Wege zur digitalen Selbstverständlichkeit“ statt. Vom 22. bis 24. Oktober 2014 diskutierten Branchen-Experten in rund 90 Panels drei Tage lang über die Trend-Themen der Kommunikationsbranche. Die BLM, deren Tochtergesellschaft die MEDIENTAGE organisiert, hat insgesamt sieben eigene Panels zum Thema Zukunftsfragen des Radios angeboten.

Auf der kongressbegleitenden Messe präsentierten rund 50 Aussteller die Zukunftstrends und Innovationen der Medien- und Kommunikationsbranche. Im Mittelpunkt standen dabei Top-Themen wie Digital Radio, Apps, Video on Demand, Distribution, HbbTV und Ultra HD sowie barrierefreie Kommunikationstechnologien. Neue Geschäftsmodelle und Business-Konzepte wurden in einer eigenen „Startup-Area“ vorgestellt, die es in diesem Jahr erstmals gab. Über Ausbildungsmöglichkeiten und berufliche Perspektiven für den Mediennachwuchs gab am dritten Veranstaltungstag der MedienCampus Bayern Auskunft.

### Lokalrundfunktage

Die Lokalrundfunktage in Nürnberg drehten sich vom 8. bis 9. Juli 2014 um das Thema „Crossmedial in die Zukunft“. Mit rund 1.000 Teilnehmern fanden die Lokalrundfunktage wieder großen Zuspruch. Im Zuge der Auftaktveranstaltung wurden die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2014 vorgestellt und die BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen. Die Lokalrundfunktage werden von dem BLM-Tochterunternehmen Bayerische Medienservice-Gesellschaft mbH (BayMS) organisiert.

### BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage in Nürnberg wurde zum 27. Mal die BLM-Hörfunkpreise und zum 23. Mal die BLM-Lokalfernsehpreise für bemerkenswerte Leistungen im lokalen Rundfunk vergeben. Die Preise sind mit einem Preisgeld in Höhe von 3.000 € dotiert, in der Kategorie Werbung und Promotion mit 1.500 €. Die Gewinner von Anerkennungspreisen erhielten 1.500 €. Im Fernsehen und im Hörfunk wurden zudem Sonderpreise für die beste Moderation vergeben, die ebenfalls mit 3.000 € dotiert sind. Zusätzlich zum Preisgeld erhalten die Gewinner ein „BLM-Radio“ bzw. einen „BLM-Telly“.

Eine eigene Trophäe, verbunden mit 3.000 € Preisgeld, gestiftet vom St. Michaelbund und dem Evangelischen Presseverband, wurde in der Kategorie Religion und Glaube verliehen. Der Preis ging an einen Mitarbeiter der Evangelischen Funkagentur für eine humorvolle Nacherzählung der biblischen Geschichte.

Den Galaxy Music Award, der zum 14. Mal verliehen wurde, gewann DJane HouseKat mit ihrer Band.

Bei den 28. MEDIENTAGE MÜNCHEN veranstaltete die BLM sieben eigene Panels zu Zukunftsfragen des Radios.

## Archiv und Dokumentation

### **Pressedokumentation**

Die Pressedokumentation versorgt die Mitarbeiter der BLM tagesaktuell mit Informationen aus dem Medienbereich. Durch die Auswertung von 110 Publikationen und Internetdiensten entstehen regelmäßig Pressespiegel und Dokumentationen zu einzelnen Themenschwerpunkten.

Neben der BLM zählt auch die Versorgung einer Reihe von anderen Landesmedienanstalten mit einem täglichen Pressespiegel zu den Aufgaben der Dokumentation, ebenso wie ein wöchentlicher Nachrichtenüberblick für die KJM.

Die aus der Presseauswertung gewonnenen Inhalte werden anschließend gezielt verschlagwortet und in die Pressedatenbank der BLM aufgenommen. Anfragen können mit Hilfe dieser Datenbank und durch Internetrecherchen beantwortet werden.

### **Bibliothek**

Die BLM verfügt über eine Fachbibliothek mit mehr als 5.000 Büchern und Aufsätzen zum Thema Medien. Der Bestand ist in einer Datenbank erfasst und kann so 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 2014 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM 52.300 Hörfunk- und Fernsehmitschnitte mit einer Gesamtdauer von ca. 68.000 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 2014 wurde die 2012 begonnene Digitalisierung ausgewählter analoger Sendemitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks fortgesetzt. Insgesamt konnten bislang ca. 2.000 Sendemitschnitte des analogen Altbestands digitalisiert werden.

Finanzielle  
Entwicklung

### **Jahresabschluss 2014**

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.

# Jahresabschluss 2014

## Bilanz zum 31. Dezember 2014

<b>AKTIVA</b>	<b>31. 12. 2014</b>	<b>31. 12. 2014</b>	<b>31. 12. 2013</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>A Anlagevermögen</b>			
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		432.181,50	404
		432.181,50	
<b>II. Sachanlagen</b>			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	16.364.014,76		16.674
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	94.092,00		98
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.060.081,23		844
		17.518.187,99	17.616
<b>III. Finanzanlagen</b>			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	128.870,24		129
2. Beteiligungen	3.129.655,93		3.130
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	1.812.000,00		1.812
		5.070.526,17	5.071
		23.020.895,66	23.091
<b>B Umlaufvermögen</b>			
<b>I. Vorräte</b>			
Betriebsstoffe		46.813,58	40
		46.813,58	40
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	52.937,94		50
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	897,23		4
3. Sonstige Vermögensgegenstände	375.705,01		360
		429.540,18	414
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		7.027.028,44	6.189
		7.503.382,20	6.643
<b>C Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten</b>		140.191,12	94
		<b>30.664.468,98</b>	<b>29.828</b>

<b>PASSIVA</b>	<b>31. 12. 2014</b>	<b>31. 12. 2014</b>	<b>31. 12. 2013</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>A Anstaltseigenes Kapital</b>			
1. Kapital		20.668.590,89	20.668
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	459.000,00		424
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	587.155,50		136
		1.046.155,50	560
		21.714.746,39	21.228
<b>B Rückstellungen</b>			
1. Rückstellungen für Pensionen	5.833.563,00		5.397
2. Sonstige Rückstellungen	1.419.666,56		1.504
		7.253.229,56	6.901
<b>C Verbindlichkeiten</b>			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	303.999,51		268
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 303.999,51 (i.V.: TEUR 268)			
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	751.448,37		651
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 751.448,37 (i.V.: TEUR 651)			
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	13.585,40		136
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 13.585,40 (i.V.: TEUR 136)			
4. Sonstige Verbindlichkeiten	596.009,75		644
– davon aus Förderprogrammen: EUR 331.896,23 (i.V.: TEUR 390)			
– davon aus Steuern: EUR 131.343,94 (i.V.: TEUR 124)			
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 18.211,70 (i.V.: TEUR 33)			
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr: EUR 596.009,75 (i.V.: TEUR 644)			
		1.665.043,03	1.699
<b>D Passiver Rechnungsabgrenzungsposten</b>		31.450,00	0
		<b>30.664.468,98</b>	<b>29.828</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung 2014

	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>1. Erträge</b>			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	22.964.000,00		22.736
b) Gebühren	134.392,20		129
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	4.288.000,00		4.256
		27.386.392,20	27.121
d) Förderung gem. Art. 23 BayMG		9.000.000,00	9.000
		36.386.392,20	36.121
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>		812.302,86	1.859
		37.198.695,06	37.980
<b>3. Personalaufwand</b>			
a) Löhne und Gehälter	– 6.305.303,72		– 6.102
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	– 1.823.143,14		– 1.887
davon für Altersversorgung: EUR 867.140,99 (Vj.: TEUR 961)			
		– 8.128.446,86	– 7.989
<b>4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen</b>		– 1.201.204,46	– 1.277
<b>5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags</b>		– 827.000,00	– 818
<b>6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen</b>			
a) Programmförderung	– 850.000,00		– 927
b) Fernsehproduktionsförderung	– 1.500.000,00		– 1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	– 4.288.000,00		– 4.256
d) Förderung technische Infrastruktur	– 1.100.000,00		– 1.420
e) Kosten des technischen Betriebes	– 583.910,03		– 346
f) Medienforschung	– 747.567,99		– 750
g) Ausbildungsförderung	– 1.035.956,99		– 894
h) Medienpädagogik	– 656.251,51		– 629
i) Mitglieds- und Förderbeiträge	– 95.301,90		– 143
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	– 1.025.236,60		– 1.001
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	– 1.800.000,00		– 2.000
l) Innovationsförderung	– 8.654,55		0
		– 13.690.879,57	– 13.866

	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>7. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	– 9.000.000,00		– 9.000
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	– 1.436.580,15		– 1.239
c) Übrige	– 2.246.869,16		– 3.518
		– 12.683.449,31	– 13.757
<b>8. Erträge aus Wertpapieren des Finanzanlagevermögens</b>		58.160,00	60
<b>9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</b>		12.063,13	5
<b>10. Abschreibungen auf Finanzanlagen</b>		0,00	– 57
<b>11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>		– 250.417,82	– 247
<b>12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>		487.520,17	34
<b>13. Sonstige Steuern</b>		– 1.444,48	– 1
<b>14. Jahresüberschuss</b>		486.075,69	33
<b>15. Einstellung in die Investitionsrücklage</b>		– 35.000,00	– 152
<b>16. Einstellung in die allgemeine Haushaltsrücklage (Vj.: Entnahme)</b>		– 451.075,69	119
<b>17. Bilanzgewinn</b>		0,00	0

## Anhang für das Geschäftsjahr 2014

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.

### **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 2014 erfolgte mit einem Rechnungszinssatz von 4,53 % 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 2,80 % und einer angenommenen Restlaufzeit von einem Jahr.

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 Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Unter den passiven Rechnungsabgrenzungsposten werden Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Erträge für einen bestimmten Zeitraum danach darstellen.

### ■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden TEUR 328,8 investiert. Bei Abgängen von TEUR 0 und Abschreibungen von TEUR 301,0 hat sich der Restbuchwert um TEUR 27,8 auf TEUR 432,2 erhöht.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 97,2 auf TEUR 17.518,2 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 803,0, Abgängen von TEUR 0 und Abschreibungen von TEUR 900,2. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen das Bürogebäude (TEUR 170,6), Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 599,2) und rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 33,2).

Unter den Finanzanlagen (5.070,5 TEUR) sind die Anteile an verbundenen Unternehmen

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München (TEUR 19,5),
- 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 7.503,4 umfasst neben Vorräten an Büro-, EDV- und Dokumentationsmaterial (TEUR 17,5), Beständen von Publikationen aus der BLM-Schriftenreihe (TEUR 29,3) sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 429,6) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 7.027,0). Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 52,9) handelt es sich hauptsächlich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 16,1) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 375,7) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2015 (TEUR 292,8) und Zinsforderungen aus Finanzanlagen (TEUR 43,0) ausgewiesen.

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

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten betragen zum Bilanzstichtag TEUR 7.027,0.

## Entwicklung des Anlagevermögens

### I. Immaterielle

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**

Stand 1. 1. 2014 AK / HK EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2014 AK / HK EUR	Abschreibungen (kumuliert) EUR	31. 12. 2014 Restbuchwert EUR	31. 12. 2013 Restbuchwert EUR
2.143.060,32	328.825,16	576.105,00	1.895.780,48	1.463.598,98	432.181,50	404.445,50
2.143.060,32	328.825,16	576.105,00	1.895.780,48	1.463.598,98	432.181,50	404.445,50
23.418.428,86	170.641,60	0,00	23.589.070,46	7.225.055,70	16.364.014,76	16.673.520,26
785.492,46	33.208,84	357.196,10	461.505,20	367.413,20	94.092,00	98.106,34
3.629.093,69	599.202,96	412.875,62	3.815.421,03	2.755.339,80	1.060.081,23	843.761,65
27.833.015,01	803.053,40	770.071,72	27.865.996,69	10.347.808,70	17.518.187,99	17.615.388,25
29.976.075,33	1.131.878,56	1.346.176,72	29.761.777,17	11.811.407,68	17.950.369,49	18.019.833,75
129.189,58	0,00	319,34	128.870,24	0,00	128.870,24	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
1.868.785,20	0,00	0,00	1.868.785,20	56.785,20	1.812.000,00	1.812.000,00
5.227.629,71	0,00	319,34	5.227.310,37	156.784,20	5.070.526,17	5.070.845,51
35.203.705,04	1.131.878,56	1.346.496,06	34.989.087,54	11.968.191,88	23.020.895,66	23.090.679,26

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

GESELLSCHAFT	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis	
	TEUR	%	JAHR	TEUR
<b>Anteile an verbundenen Unternehmen</b>				
AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München	1.560,7	61	2013	(-) 1.263,4
Medientage München GmbH, München	2.686,2	100	2013	(-) 120,3
BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg	838,2	100	2013	(-) 76,3
<b>Beteiligungen</b>				
Bayerische Medien Technik GmbH, München	1.453,2	50	2013	(+) 30,6

Entwicklung der kumulierten  
Abschreibungen 2014

	Stand 1. 1. 2014	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Abschreibungen (kumuliert) 31. 12. 2014
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.738.614,82	301.066,66	576.082,50	0,00	1.463.598,98
	1.738.614,82	301.066,66	576.082,50	0,00	1.463.598,98
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	6.744.908,60	480.147,10	0,00	0,00	7.225.055,70
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	687.386,12	37.210,18	357.183,10	0,00	367.413,20
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.785.332,04	382.780,52	412.772,76	0,00	2.755.339,80
Summe Sachanlagen	10.217.626,76	900.137,80	769.955,86	0,00	10.347.808,70
Zwischensumme I. und II.	11.956.241,58	1.201.204,46	1.346.038,36	0,00	11.811.407,68
<b>III. Finanzanlagen</b>					
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	56.785,20	0,00	0,00	0,00	56.785,20
Summe Finanzanlagen	156.784,20	0,00	0,00	0,00	156.784,20
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>12.113.025,78</b>	<b>1.201.204,46</b>	<b>1.346.038,36</b>	<b>0,00</b>	<b>11.968.191,88</b>

## Kapitalentwicklung

	Stand 1. 1. 2014	Einstellung aus dem Jahresüberschuss	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr	Stand 31. 12. 2014
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>1. Kapital</b>	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
<b>2. Zweckgebundene Rücklagen</b>				
a) Investitionsrücklage	424.000,00	35.000,00	0,00	459.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	136.079,81	451.075,69	0,00	587.155,50
	21.228.670,70	486.075,69	0,00	21.714.746,39

### ■ Passiva

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2014 über TEUR 486,1 wird in Höhe von TEUR 35,0 in die Investitionsrücklage, und in Höhe von TEUR 451,1 in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2014 insgesamt TEUR 21.714,8.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.419,7) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2014 (TEUR 692,0), Prozesskosten (TEUR 395,0), Überstundenansprüche (TEUR 86,0), Kosten der Altersteilzeitregelung (TEUR 82,2) sowie Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 71,5).

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

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag TEUR 304,0. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit TEUR 224,3 auf Lieferungen und Leistungen für die elektronische Datenverarbeitung und mit TEUR 35,9 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 751,4) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2015 gegenüber der AFK GmbH (TEUR 750,3) ausgewiesen.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (TEUR 13,6) betreffen die BMT und beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus dem Förderabschluss UKW/DAB 2014.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 596,0) enthalten im Wesentlichen für 2014 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 196,7) und zur Programmförderung (TEUR 94,5) sowie Verbindlichkeiten aus Öffentlichkeitsarbeit (TEUR 33,1).

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 131,3), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 87,5), KEK-Anteile aus der Zulassung bundesweiter TV-Anbieter (TEUR 23,7) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (TEUR 18,2) enthalten.

### Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

#### ■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2014 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Einnahmen in Höhe von EUR 22,9 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2014 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. Die Einnahmen gem. Art. 22 BayMG (TEUR 134,4) 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 4.288,0) gem. § 23 der Fernsichtgesetz vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 15. November 2012) wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

## Erträge

	2014		2013	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gem. Art. 21 (1) Nr. 2 BayMG	22.964,0	81,2	22.736,0	78,3
Erträge gem. Art. 21 (1) Nr. 3 BayMG	134,4	0,5	129,1	0,4
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.288,0	15,2	4.256,0	14,7
Sonstige betriebliche Erträge	812,3	2,9	1.858,7	6,4
Erträge aus Wertpapieranlagen	58,2	0,2	59,6	0,2
Zinsen und ähnliche Erträge	12,1	0,0	5,0	0,0
<b>Erträge Allgemeiner Haushalt</b>	<b>28.269,0</b>	<b>100,0</b>	<b>29.044,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gem. Art. 23 BayMG</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>

## Gesamtaufwendungen

	2014		2013	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	8.128,5	29,2	7.988,7	27,5
Abschreibungen	1.201,2	4,3	1.277,2	4,4
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	827,0	3,0	818,0	2,8
Programmförderung	850,0	3,1	927,5	3,2
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,4	1.500,0	5,2
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.288,0	15,4	4.256,0	14,6
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	1.683,9	6,1	1.766,3	6,1
Medienforschung	747,6	2,7	749,9	2,6
Ausbildungsförderung	1.036,0	3,7	894,1	3,1
Medienpädagogik	656,3	2,4	628,7	2,2
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	95,3	0,3	142,7	0,5
Öffentlichkeitsarbeit	1.025,2	3,7	1.000,6	3,4
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	1.800,0	6,5	2.000,0	6,9
Innovationsförderung	8,6	0,0	0,0	0,0
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.436,6	5,2	1.239,6	4,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.246,9	8,1	3.518,0	12,1
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,0	0,0	56,8	0,2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	250,4	0,9	246,6	0,9
Sonstige Steuern	1,4	0,0	1,4	0,0
<b>Aufwendungen Allgemeiner Haushalt</b>	<b>27.782,9</b>	<b>100,0</b>	<b>29.012,1</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gem. Art. 23 BayMG</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>

Wesentliche Einzelposten unter den sonstigen betrieblichen Erträgen (TEUR 812,3) sind die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2013 (TEUR 368,9) und Erstattungen aus DLM-Projekten (TEUR 231,0).

Der starke Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge (./ TEUR 1.046) beruht im Wesentlichen auf einem einmaligen Effekt im Vorjahr: In 2013 wurden vollständig wertberichtigte Forderungen aus dem Teilnehmerentgelt, dem Betreiberentgelt und dem Leistungsbescheidverfahren fast vollständig ausgebucht. Aus der Auflösung der nicht mehr benötigten Wertberichterung resultierte ein periodenfremder Ertrag in 2013 in Höhe von TEUR 768.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 504,0. Es handelt sich im Wesentlichen um die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2013 (TEUR 368,9), die anteilige Auskehrung des Jahresüberschusses 2013 durch die ALM (TEUR 53,9), Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 21,9) und Erträge aus Anlagenabgängen (TEUR 16,8).

Mit Wertpapieren konnten im Berichtsjahr Erträge in Höhe von TEUR 58,2 erwirtschaftet werden. Kontokorrent- und Festgeld- bzw. Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von insgesamt TEUR 12,1 vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2014 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 9.000,0 (i. Vj. TEUR 9.000,0) als Zuwendung bewilligt. Die Finanzierung der im Jahr 2014 ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 10.800,0 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 9.000,0) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 1.800,0).

## ■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 8.128,4) sind die laufenden Gehälter (TEUR 6.305,3) und Sozialabgaben (TEUR 956,0) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 867,1) enthalten.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 480,5), Sozialabgaben (TEUR 77,3) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 23,6).

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 2014 der BLM beträgt TEUR 827,0 und beruht auf einer Beitragsschätzung 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 (St.Anz. Nr. 42), zuletzt geändert durch Richtlinie vom 20. Februar 2014 (AMBI 2014, S. 27), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 850,0 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2014 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 2014 Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.288,0) gemäß § 23 der Fernsehsetzung vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 15. November 2012) 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 1.100,0) für die Verbesserung der technischen Infrastruktur für Anbieter eingesetzt worden. Der Förderbetrag betrifft terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen. Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 277,9 aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb und Entwicklung über insgesamt TEUR 306,0.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2014 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2014) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 618,9) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 49,6) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 32,5) durchgeführt. Für Forschungskostenbeiträge an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V., Frankfurt a.M. (agma) wurden insgesamt TEUR 46,6 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2014 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 130,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 81,2 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (AFK GmbH) wurde in 2014 ein Betrag von TEUR 750,3 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 74,5 an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 656,3 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“. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern erhielt Fördergelder in Höhe von TEUR 101,6, davon TEUR 11,6 aus von der BLM vereinnahmten Bußgeldern. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 164,7 aufgewendet.

Die im Jahr 2014 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 95,3.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.025,2. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 57,6) und weitere Publikationskosten (TEUR 162,5), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 149,8), die Lokalfunktage Nürnberg einschließlich BLM-Hörfunk/TV-Preis (TEUR 500,0) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 130,5) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 24,8 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2014 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 1.800,0.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2014 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 12. Dezember 2013 (AMBl. Nr. 3), Zahlungen in Höhe von TEUR 628,9 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 56,2. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2014 TEUR 751,4 aufgewendet.

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (TEUR 2.246,9) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant (TEUR 684,5), EDV-Kosten (TEUR 295,3), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 415,2), Bürokosten (TEUR 199,7), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 148,7), Reisekosten (TEUR 185,9) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Telefax und Internet (TEUR 108,4) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 26,7.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 250,4) betreffen im Wesentlichen den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensions- und Altersteilzeitrückstellung (TEUR 244,5, respektive TEUR 5,9).

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2014 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 9.000,0 aufgewendet.

## Überlassungsverhältnisse

	<b>BRUTTO EUR</b>
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	387.142,38
Fenster + Vollprogramme Fernsehen – lokal	1.134.096,93
Terrestrischer Hörfunk – lokal	3.800.872,47
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	3.300.870,98
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	283.553,68
Terrestrisches Fernsehen – lokal	301.068,20
Terrestrisches Fernsehen – national	3.301.422,19
	<u>12.509.026,83</u>
Digital Radio – landesweit	1.624.519,58
Digital Radio – lokal	678.696,13
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	130.514,73
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	17.010,03
DVB-S	9.812.847,00
<b>Gesamt</b>	<u>24.772.614,30</u>

### Sonstige Angaben

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

**1.** Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen bei Infrastrukturbetreibern 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 Infrastrukturbetreiber.

Der Wert der Überlassungsverhältnisse als Berechnungsgrundlage beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2014 insgesamt EUR 24,77 Mio. (im Vj. EUR 24,99 Mio.).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2014 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung EUR 1,1 Mio. getragen.

**2.** Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der AFK GmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 61 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2015 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 750,3.

**3.** Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 150,3) aus Dauerschuldverhältnissen handelt es sich im Wesentlichen um Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen.

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

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers, der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2014 TEUR 49,0. 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 2014 (mit Nachtrag) war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 75 Vollzeitstellen genehmigt worden.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2013
Präsidium	4,0	4,0	4	4
Geschäftsleitung	8,0	8,0	8	8
Bereich Recht	11,5	11,5	14	14
Bereich Verwaltung	11,5	11,5	12	12
Bereich Technik	8,5	8,5	9	9
Bereich Programm	10,5	10,0	11	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	8,5	8,0	12	13
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	11,5	11,5	15	14
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
	75,0	74,0	86	86

Von den per 31. Dezember 2014 angestellten 86 Bediensteten waren 50 weibliche und 36 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 19 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind drei Mitarbeiterinnen und ein Mitarbeiter mit ruhenden Arbeitsverhältnissen (Elternzeit bzw. passive Phase im Altersteilzeit-Blockmodell).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 84 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. Januar 2014 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 2,0 Prozent. Daneben wurde eine Einmalzahlung von EUR 350 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 ist am 1. April 2014 in Kraft getreten und gilt bis zum 31. Dezember 2017.

## Bezüge 2014

	<b>Jahresbezüge Grundgehalt EUR</b>	<b>Leistungsbezogene Zulagen EUR</b>	<b>Sachbezüge/ Priv. KFZ-Nutzung EUR</b>	<b>Gesamt EUR</b>
Siegfried Schneider	235.600	0	9.120	244.720
Martin Gebrande	164.724	0	4.884	169.608
<b>Summe</b>	<b>400.324</b>	<b>0</b>	<b>14.004</b>	<b>414.328</b>

## Altersversorgung

	<b>Barwert der Pensions- verpflichtung 31. 12. 2014 EUR</b>	<b>Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2014 EUR</b>	<b>Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2014 EUR</b>	<b>Umlage/Versorgungs- rücklage an den Versorgungsverband für das Jahr 2014 EUR</b>
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande	1.374.612	115.879	0	48.140
<b>Summe</b>	<b>1.374.612</b>	<b>115.879</b>	<b>0</b>	<b>48.140</b>

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 (2014: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr TEUR 7,9 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 2014 auf EUR 1.235.779. Im Geschäftsjahr 2014 wurden für Hr. Prof. Dr. Ring EUR 55.462 an Umlage und Versorgungsrücklage an den Versorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und Fahrtkostenerstattungen gemäß Aufwandsentschädigungssatzung vom 1. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2014 geltenden Fassung wurden im Geschäftsjahr 2014 vergütet an:

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| a) Medienrat      | EUR 535.595,90 |
| b) Verwaltungsrat | EUR 93.307,48  |

Daneben gewährte die BLM Digitalisierungszuschüsse an die Mitglieder des Medienrates (TEUR 18,8) und die Mitglieder des Verwaltungsrates (TEUR 3,6).

München, 5. Juni 2015

  
DER PRÄSIDENT  
Siegfried Schneider

  
DER GESCHÄFTSFÜHRER  
Martin Gebrande

## Lagebericht für das Geschäftsjahr 2014

### Geschäftsverlauf

#### ■ Rundfunkrecht

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 schlug 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 sollten diese einer Rücklage zuführen. Auch für die Landesmedienanstalten prognostizierte die KEF Mehreinnahmen von 21,8 Mio. € für den Zeitraum 2013 bis 2015. Da ein Teil der Landesmedienanstalten keine Rücklage bilden kann, schlug die KEF vor, den Prozentsatz der Landesmedienanstalten am Anteil des Rundfunkbeitrags abzusenken.

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 erfolgte durch den Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der von den Ministerpräsidenten der Länder im Juli 2014 unterschrieben wurde und der am 01. 04. 2015 in Kraft getreten ist.

#### ■ Grundlegende Rechtsprechung zum Rundfunkrecht

Gegen den Rundfunkbeitrag waren im Jahr 2014 verschiedene verwaltungsrechtliche Klagen bei Verwaltungsgerichten und Oberverwaltungsgerichten anhängig, die bisher alle – auch in Bayern – abgewiesen wurden.

In Bayern wurden darüber hinaus mehrere Popularklagen gegen den Rundfunkfinanzie-

rungsstaatsvertrag erhoben mit dem Ziel, das bayerische Zustimmungsgesetz zum Rundfunkbeitragsstaatsvertrag für verfassungswidrig zu erklären. Begründet wurden die Popularklagen 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 stehe eine Verletzung des Gleichheitssatzes in Rede. Auch wurde damit argumentiert, dass der Rundfunkbeitrag eine Steuer sei, für deren Erhebung die Länder keine Gesetzgebungskompetenz haben.

Der Bayerische Verfassungsgerichtshof hat mit Entscheidung vom 15. 05. 2014 die Popularklagen zurückgewiesen, da die Vorschriften des Rundfunkbeitragsstaatsvertrags über die Erhebung eines Rundfunkbeitrags im privaten Bereich für jede Wohnung (§ 2 Abs. 1 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag) und im nicht privaten Bereich für Betriebsstätten (§ 5 Abs. 1 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag) sowie für Kraftfahrzeuge (§ 5 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag) mit der Bayerischen Verfassung vereinbar sind. Bei dem Rundfunkbeitrag handelt es sich um eine nichtsteuerliche Abgabe, die in die Gesetzgebungskompetenz der Länder fällt. Sie ist sowohl im privaten wie auch im nicht privaten Bereich im Gegensatz zu einer Steuer nicht „voraussetzungslos“ geschuldet, sondern wird als Gegenleistung für das Programmangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erhoben. Mit dieser Entscheidung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs steht nunmehr fest, dass der Rundfunkbeitrag verfassungsgemäß ist. Unsicherheiten für den rechtlichen Bestand des Rundfunkbeitrags für die Zukunft sind damit ausgeräumt.

Das Bundesverfassungsgericht hat mit Urteil vom 25. 03. 2014 die derzeitige Besetzung der beiden Aufsichtsgremien des ZDF als für unvereinbar mit der Rundfunkfreiheit und damit für

verfassungswidrig erklärt. Zusammenfassend wurde entschieden, dass im Fernsehrat wie im Verwaltungsrat des ZDF jedem staatsnahen Mitglied mindestens zwei staatsferne Mitglieder gegenüberstehen müssten. Der Begriff „staatsnah“ umfasse auch staatsnahe Persönlichkeiten, die von nicht-staatlichen Organisationen in diese Gremien berufen würden. Ihr Anteil dürfe „ein Drittel der gesetzlichen Mitglieder des jeweiligen Gremiums nicht übersteigen“. Bei der Bestellung der Mitglieder der Gremien sei anders als bisher auch auf den Gleichstellungsauftrag hinsichtlich des Geschlechts hinzuwirken. Auch sei den Gefahren einer „Versteinerung“ der Zusammensetzung der Gremien entgegenzuwirken. Die in den Gremien derzeit vertretenen gesellschaftlich relevanten Gruppen seien bereits in den 50er- und 60er-Jahren definiert worden. Deshalb stelle sich die Frage, ob deren Zusammensetzung überprüft und ob ein stärkerer Wechsel ermöglicht werden müsse.

Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts betrifft ausdrücklich das ZDF. Gleichwohl werden diese Fragen nicht auf die Gremien des ZDF beschränkt bleiben, sondern auch in die Landesrundfunkanstalten hineinwirken. Er ist davon auszugehen, dass eventuelle Änderungen im Bayerischen Rundfunkgesetz auch im Bayerischen Mediengesetz nachvollzogen werden. Die Landtagsfraktionen im Bayerischen Landtag haben im Herbst 2014 begonnen, sich mit diesen Fragen auseinanderzusetzen.

Mit der Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts am 29. 01. 2014, das die Verweigerung der 2006 versuchten Übernahme der ProSiebenSat.1 AG durch den Axel Springer Verlag für rechtswidrig erklärt hat, ist eine lange gerichtliche Auseinandersetzung zu Ende gegangen. Der Axel Springer Verlag hatte damals dagegen geklagt, dass die Kommission für die Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) für die angestrebte Übernahme wegen medienkonzentrationsrechtlicher Bedenken die Unbedenklichkeitsbestätigung

verweigert hatte. Die Landeszentrale und der Medienrat waren zwar anderer Meinung als die KEK gewesen, doch war die Landeszentrale gemäß Rundfunkstaatsvertrag an die Entscheidung der KEK gebunden und hatte daher die Übernahme versagen müssen.

Die von der Landeszentrale gegen das zugunsten des Axel Springer Verlags ergangene Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs eingereichte Revision wurde nicht zugelassen. Die Anfechtung der Nichtzulassung hatte die Landeszentrale schließlich unter der Bedingung vorgenommen, dass die Kosten nicht alleine von ihr, sondern von der Gemeinschaft der Landesmedienanstalten getragen werden. Nun hat das Bundesverwaltungsgericht entschieden, dass die KEK mit der Ablehnung der geplanten Übernahme ihre Kompetenzen überschritten hat und die gescheiterte Übernahme der ProSiebenSat.1-Gruppe durch den Axel Springer Verlag medienrechtlich unbedenklich gewesen ist. Vom damaligen durchschnittlichen Zuschaueranteil von 22,06 Prozent hätten nach Abzug von 5 Prozent für Drittsendezeiten und Regionalfenster bei SAT.1 nur 17,06 Prozent Zuschaueranteil der Prüfentscheidung zugrunde gelegt werden dürfen, also ein Anteil, der weit unterhalb der in § 26 Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrags genannten Aufgreifschwelle von 25 Prozent liegt, so dass es auf die Stellung des Axel Springer Verlags auf anderen medienrelevanten Märkten nicht mehr ankam.

#### ■ Digitalradio

Im Mai 2014 wurde in der Landeszentrale im Beisein des Staatssekretärs des Bayerischen Innenministeriums das Emergency Warning Functionality (EWF) vorgestellt, ein Katastrophenwarnsystem, das über ein terrestrisches digitales Medium verbreitet werden kann. Digitalradio bietet die Möglichkeit, Informationen so zu verbreiten, dass sich bei einer Meldung das Radio selbstständig einschaltet, die Musikprogramme unterbricht und die Warnhinweise bringt. Die

Nachricht kann auch per Text und auch in verschiedenen Sprachen über DAB weiterverbreitet werden. Digitalradio bietet damit eine Möglichkeit, die für die Menschen, aber auch für die im Katastrophenfall tätigen Hilfsorganisationen von Vorteil ist. Pro Jahr gibt es 500 Katastrophenmeldungen, die an die Redaktionen gegeben werden, in der Hoffnung, dass sie von dort sofort und unverändert weitergegeben werden. Über Digitalradio können die Meldungen direkt vom Absender ausgestrahlt werden. Das Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS in Erlangen hat EWF als ausschließlich auf DAB+ Standard-Elementen basierende Lösung entlang der DAB+ Sendekette definiert und macht sie auf einfache Weise für Rundfunkanbieter und Empfängerhersteller verfügbar. Die Umsetzung und breite Implementierung wird vom Netzbetreiber Bayern Digital Radio (BDR) vorangetrieben.

#### ■ **Forschung**

Die Zahlen der Funkanalyse Bayern 2014 und die Media Analyse 2014 Radio II haben gezeigt, dass die privaten Lokalradiosender ihr hohes Niveau behaupten konnten und dass lokales Fernsehen aufgrund der zusätzlichen Satellitenverbreitung zulegen konnte. Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern erreichten die bayerischen Lokalradioprogramme insgesamt eine Tagesreichweite von 29 Prozent an einem durchschnittlichen Werktag und damit über 3,2 Millionen Menschen jeden Tag. Die höchste Tagesreichweite im bayerischen Hörfunk erzielte der landesweite Sender Antenne Bayern mit 35,8 Prozent, der damit auch weit vor Bayern 1 und Bayern 2 liegt.

Auch mit den Ergebnissen für das lokale Fernsehen ist die Landeszentrale zufrieden. Die bayerischen lokalen Fernsehprogramme erreichten täglich 837.000 Zuschauer ab 14 Jahren. Dies ist gegenüber dem vergangenen Jahr eine Steigerung um 40.000. Dieser Zuwachs ist ausschließlich auf die Satellitenverbreitung zurückzuführen. Der Marktanteil der Fensterprogramme von RTL in

der Zeit zwischen 18:00 und 18:30 Uhr steigt von 6,1 Prozent auf 17,5 Prozent. Danach fällt er auf 14,5 Prozent zurück und geht dann wieder auf den Bundesschnitt zurück. Ähnlich sieht es beim Sat.1-Fenster zwischen 17:30 und 18:00 Uhr aus. Dort ist eine Steigerung von 4,9 Prozent auf 13,5 Prozent zu verzeichnen. Nach dieser halben Stunde fällt der Anteil wieder auf einen Normalwert um die 6 Prozent bis 7 Prozent zurück. Diese Zahlen zeigen sehr deutlich, dass das Bedürfnis der Menschen in Bayern private lokale und regionale Fernsehangebote zu empfangen ungebrochen ist.

Bayern liegt nach der Media Analyse bei der Tagesreichweite mit 83 Prozent deutlich über dem Bundesdurchschnitt mit 79,7 Prozent und bei der Hördauer mit 217 Minuten um 23 Minuten über dem Gesamtwert für Deutschland. Im Vergleich mit Ländern wie Baden-Württemberg mit 77,4 Prozent oder Nordrhein-Westfalen mit 77,7 Prozent liegen die bayerischen Radiosender vorn. Der Marktanteilsvergleich in ausgewählten Bundesländern zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern zeigt, dass in Bayern gut gearbeitet und daher von der Landeszentrale in der Vergangenheit ein gutes Rundfunk-System aufgebaut worden ist, denn in Bayern liegt der Marktanteil der Privatradios bei 51,1 Prozent, der Anteil der öffentlich-rechtlichen Sendern bei knapp 48 Prozent.

#### ■ **Internet und digitale Medien**

Das Gründerzentrum „Internet und digitale Medien“ ist zusammen mit der Breitbandstrategie im Juli 2014 von der Bayerischen Staatsregierung beschlossen worden. Beide Themen werden auch von der Landeszentrale unterstützt. Das Gründerzentrum ist für den Medienstandort Bayern existenziell wichtig, damit junge Menschen die Chance bekommen, neue Themen in den digitalen Medien und im Internet zu entwickeln. Der Breitbandausbau wird die Empfangbarkeit von Hörfunk und Fernsehen auf neuen Verbreitungswegen ermöglichen. Erfreulicherweise

ist diese Entscheidung jetzt gefallen, nachdem auch die Landeszentrale diese Themen auf dem Medieninnovationstag und dem Deutschen Social TV Summit 2014 vorgestellt hat. Junge Menschen sollen möglichst in Bayern bleiben und dort ihre Talente und Ideen in Marktprodukte umsetzen. Das Projekt Innovate:Media., eine zu den Medientagen im Oktober 2014 gestartete Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, insbesondere die lokalen Radio- und Fernsehanbieter im Medienwandel zu unterstützen. Innovate:Media. soll sich in fünf Teilbereichen mit Innovationen im Medienbereich auseinandersetzen, um letztlich konkrete Hilfestellungen zur Umsetzung digitaler Projekte geben zu können.

#### **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 Prozent des Rundfunkbeitragsaufkommens neu fest gesetzt und damit leicht abgesenkt (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag). Aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteili-

gungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben. § 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 9.000,0 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 2014 in Höhe von 1.800,0 T€ unterstützt (Vorjahr 1.999,9 T€).

Aufgrund der im Rundfunkstaatsvertrag und im BayMG festgeschriebenen eigenen Einnah-

mequellen 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 2014 weist die Landeszentrale einen Jahresüberschuss von 486.075,69 € (Vorjahr 32,3 T€) auf. Die erhebliche Verbesserung des Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr (+ 453,8 T€) ist durch Kürzungen im Förderbereich im Geschäftsjahr 2014 (– 174,9 T€ gegenüber dem Vorjahr) und Einsparungen bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erreicht worden. Hinzu kamen höhere Erträge aus dem Rundfunkbeitrag (+ 228,0 T€).

Der Personalaufwand der Landeszentrale ist im Vergleich zum Vorjahr um 139,7 T€ angestiegen. Neben einer linearen Erhöhung der Gehälter des Personals um 2,0 Prozent, einer Einmalzahlung von 350 € je Stelle sowie der Schaffung von einer neuen Stelle führen auch die höheren Aufwendungen für die Altersversorgung, insbesondere die Pensionsrückstellungen, zu diesem Mehraufwand.

Die Erträge der Landeszentrale gingen im Geschäftsjahr um 781,1 T€ auf 37.198,7 T€ (Vorjahr 37.979,8 T€) leicht zurück. Während die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag im Geschäftsjahr um 228,0 T€ auf 22.964,0 T€ (Vorjahr 22.736,0 T€) anstiegen und auch eine leichte Erhöhung beim Finanzierungsbeitrag für TV-Fensterprogramme (+ 32,0 T€) zu verzeichnen war, gingen die sonstigen Erträge um 1.046,3 T€ auf 812,3 T€ (Vorjahr 1.858,7 T€) zurück. Dies beruht im Wesentlichen auf der im letzten Jahr einmaligen Auflösung von Wertberichtigungen im Zusammenhang mit dem Teilnehmerentgeltssystem (– 767,9 T€) sowie dem Wegfall von Erstattungsleistungen der ALM GbR an die Landeszentrale für Personalgestellungen (– 216,0 T€).

Die Fördermittel des Freistaats Bayern gemäß Art. 23 BayMG für die Satellitenverbreitung des lokalen und regionalen Fernsehens

blieben im Geschäftsjahr mit 9.000,0 T€ auf dem Vorjahresstand.

Die Zinserträge sind auf Grund eines strikten Liquiditätsmanagements um 7,1 T€ auf 12,1 T€ (Vorjahr 5,0 T€) gestiegen.

Das anstaltseigene Kapital ist durch den Jahresüberschuss in Höhe von 486,1 T€ auf 21.714,8 T€ (Vorjahr 21.228,7 T€) angestiegen. Das Anlagevermögen hat sich auf Grund der Neuzugänge und unter Berücksichtigung der Abgänge sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31.12.2014 um 69,8 T€ auf 23.020,9 T€ verringert. Das Umlaufvermögen beläuft sich am Bilanzstichtag auf 7.503,4 T€ und liegt damit um 860,2 T€ über dem Vorjahreswert (6.643,2 T€). Der Anstieg ist im Wesentlichen verursacht durch um 838,3 T€ höhere flüssige Mittel auf Grund geringerer Fördermittelzahlungen im Geschäftsjahr.

Die Bilanzsumme erhöhte sich auf 30.664,5 T€ (Vorjahr 29.827,8 T€).

#### **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 Landeszentrale hat gegen das Urteil des Landgerichts München I Berufung eingelegt, um das Teil-Grundurteil anzugreifen. Im Januar und März 2015 fanden zwei mündliche Verhandlungen vor dem Oberlandesgericht München in diesem Rechtsstreit statt. In der ersten mündlichen Verhandlung im Januar 2015 erklärte die klagende CAMP TV auf Hinweis des Gerichts die Klagerücknahme über 15,2 Mio. € und begrenzte damit ihren Berufungsantrag auf 10,0 Mio. €. Festzuhalten ist, dass im Hinblick auf die erfolgte Klagerücknahme bereits von einem Obsiegen in den Kosten in Höhe von 60 Prozent auszugehen ist. Bei der zweiten mündlichen Verhandlung im März 2015 war erkennbar, dass das Oberlandesgericht wohl eine Amtspflichtverletzung verneine, einen Anspruch auf enteignungsgleichen Eingriff für möglich halte, diesen jedoch auf den Zeitraum bis zum Auslauf der Genehmigung von CAMP TV, also dem 30.09.2010, begrenzt sehe. Der von der klagenden CAMP TV im Berufungsverfahren erstmals vorgetragene „Abwicklungsschaden“ von rund 350 T€ wurde von der Landeszentrale als verspätetes Vorbringen zurückgewiesen und in der Höhe bestritten. Ein „Abwicklungsschaden“ von bis zu 100 T€ wäre für die Landeszentrale in einem Vergleich zu leisten denkbar. Das Oberlandesgericht hat bisher kein Urteil erlassen.

Die Landeszentrale ist weiterhin der Auffassung, dass der im Wesentlichen unsubstantiierte Sach- und wenig überzeugende Rechtsvortrag der klagenden CAMP TV 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 Prozent 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 im Wesentlichen konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben.

Eine vorläufigen Kostenabrechnung anhand der tatsächlichen Kosten des Beitragseinzugs durch den Norddeutschen Rundfunk Ende Februar 2015 berechnet eine Schlusszahlung für die Landeszentrale für das vorangegangene Kalenderjahr 2014 mit rund 1.648,2 T€. Damit beträgt ihr Rundfunkbeitragsaufkommen 24.673,5 T€ für das Jahr 2014. Der gesamte Beitragsanteil der Landesmedienanstalten im Geschäftsjahr 2014 soll sich diesen Berechnungen zufolge um 14.248,3 T€ gegenüber dem Vorjahr erhöhen. Insoweit liegen die Prognoseberechnungen der KEF im Bereich des Möglichen.

Der Sechzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der von den Ministerpräsidenten der Länder vom 09. 07. bis 11. 07. 2014 unterschrieben wurde und von den Länderparlamenten bis zum 31. 03. 2015 in Landesrecht umgesetzt wurde, ist am 01. 04. 2015 in Kraft getreten. Damit wird der Rundfunkbeitrag um 48 Cent auf 17,50 € abgesenkt.

Trotz dieses erhöhten Rundfunkbeitragsaufkommens und der Absenkung der Rundfunkbeitrags ab 01.04.2015 wird der Norddeutsche Rundfunk derzeit keine Änderung seiner Prognoseberechnungen vom 30.09.2014 für das Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale bis 2018 vornehmen. Damit muss die Landeszentrale mit einem Rundfunkbeitragsaufkommen bis 2018 planen, das leicht unter dem Niveau des Jahres 2015 mit rund 23.385,2 T€ liegt.

Insgesamt ist die Finanzierung der Landeszentrale damit gesichert.

In Anbetracht des vielfältigen gesetzlichen Aufgabenspektrums der Landeszentrale ist erforderlich, weiterhin die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmittel gezielt einzusetzen und das konsequente Kostenmanagement fortzusetzen.

### **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 2014 zufrieden. Nachdem nunmehr von einem stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2015 als gesichert angesehen werden. Insoweit rechnen wir für das nächste Jahr mit Erträgen in ähnlicher Größenordnung wie in 2014 sowie einem ausgeglichenen Jahresergebnis.

München, 5. Juni 2015

  
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 2014 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 5. Juni 2015

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



WIRTSCHAFTSPRÜFER  
Schubert



WIRTSCHAFTSPRÜFERIN  
Sandhaas

## Wirtschaftsplan 2014

Dem vom Verwaltungsrat am 22. November 2013 beschlossenen Wirtschaftsplan 2014 wurde in der 22. Sitzung des Medienrats am 12. Dezember 2013 die Zustimmung erteilt.

Entsprechend den Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 10. März 2014 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2014, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 1. April 2014 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt. Danach konnten im Haushaltsjahr 2014 Erträge von EUR 28,3 Mio. erzielt werden. Bei den Kostenerlösen ergaben sich Mindereinnahmen von TEUR 228,4. Die sonstigen Erträge übersteigen mit Mehreinnahmen von TEUR 142,6 die Planwerte. Die als Ertrag gebuchten Geldbußen (TEUR 32,8) werden nach den Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes bei Vereinnahmung zweckgebunden zur Förderung der Medienpädagogik eingesetzt.

An laufenden Aufwendungen sind EUR 27,8 Mio. angefallen. Diese lagen um TEUR 539,1 unter den Plandaten.

Der Jahresüberschuss 2014 über TEUR 486,1 wird in Höhe von TEUR 35,0 der Investitionsrücklage und in Höhe von TEUR 451,1 der allgemeinen Haushaltsrücklage zugeführt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 459,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2015 vorgetragen.

## A Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	<b>Wirtschaftsplan 2014 TEUR</b>	<b>Ist-Ergebnis 2014 TEUR</b>	<b>Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR</b>
<b>Erträge</b>			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	22.964,0	22.964,0	0,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	330,0	101,6	- 228,4
3. Sonstige Erträge	740,0	882,6	+ 142,6
4. Geldbußen (Art. 37 BayMG)	0,0	32,8	+ 32,8
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	4.288,0	4.288,0	0,0
6. Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	0,0	0,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>28.322,0</b>	<b>28.269,0</b>	<b>- 53,0</b>

	<b>Wirtschaftsplan 2014 TEUR</b>	<b>Ist-Ergebnis 2014 TEUR</b>	<b>Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR</b>
<b>Aufwendungen</b>			
1. Personalaufwendungen	8.074,8	8.128,5	+ 53,7
2. Abschreibungen	1.230,0	1.201,2	- 28,8
3. Sonstige Steuern	1,6	1,4	- 0,2
4. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.445,0	1.436,6	- 8,4
5. Sonstige Aufwendungen	2.604,0	2.220,2	- 383,8
6. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	827,0	827,0	0,0
7. Programmförderung	850,0	850,0	0,0
8. Förderung technische Infrastruktur und Technischer Betrieb/Entwicklung	1.780,0	1.683,9	- 96,1
9. Medienforschung	750,0	747,6	- 2,4
10. Ausbildungsförderung	915,0	1.036,0	+ 121,0
11. Medienpädagogik	645,0	656,3	+ 11,3
12. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
13. Mitgliedschaften und Förderbeiträge	94,5	95,3	+ 0,8
14. Öffentlichkeitsarbeit	1.111,5	1.025,2	- 86,3
15. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.288,0	4.288,0	0,0
16. Förderung nach Art.23 BayMG/BLM-Anteil	1.800,0	1.800,0	0,0
17. Innovationsförderung	10,0	8,6	- 1,4
18. Zinsaufwendungen	250,6	250,4	- 0,2
19. A.o. und periodenfremde Aufwendungen	145,0	26,7	- 118,3
<b>Summe</b>	<b>28.322,0</b>	<b>27.782,9</b>	<b>- 539,1</b>
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>0,0</b>	<b>486,1</b>	<b>+ 486,1</b>

## B Finanzplan (Investitionshaushalt)

	<b>Wirtschaftsplan 2014 Vortrag aus 2013</b>	<b>Ist-Ergebnis 2014</b>	<b>Überschreitung (+) Unterschreitung (-)</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>Mittelherkunft</b>			
1. Jahresüberschuss lt. Haushaltsplan	0,0	486,1	+ 486,1
2. Abschreibungen	1.230,0	1.201,2	- 28,8
3. Entnahme aus Rücklagen	0,0	0,0	0,0
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	378,3	437,0	+ 58,7
5. Übertrag aus Finanzplan Vj.	424,0	424,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>2.032,3</b>	<b>2.548,3</b>	<b>+ 516,0</b>
<b>Mittelverwendung</b>			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.471,0	1.131,9	- 339,1
2. Finanzanlagen	30,0	0,0	- 30,0
3. Darlehenstilgung	0,0	0,0	0,0
4. Einstellung in Rücklagen	0,0	486,1	+ 486,1
5. Ausleihungen	0,0	0,0	0,0
6. Sonstige	531,3	930,3	+ 399,0
<b>Summe</b>	<b>2.032,3</b>	<b>2.548,3</b>	<b>+ 516,0</b>

## C Einzelplan

	<b>Wirtschaftsplan 2014</b>	<b>Ist-Ergebnis 2014</b>	<b>Mehrerträge (+) Mindererträge (-)</b>
<b>Förderung nach Art. 23 BayMG</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>1. Einnahmen</b>			
1.1 Förderung Staatshaushalt	9.000,0	9.000,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>9.000,0</b>	<b>9.000,0</b>	<b>0,0</b>
<b>2. Ausgaben</b>			
2.1 Technische Verbreitungskosten	9.000,0	9.000,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>9.000,0</b>	<b>9.000,0</b>	<b>0,0</b>

## Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. September 2015 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG den Jahresabschluss 2014 beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München vom 5. Juni 2015, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2014 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2014 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 2014 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 21. September 2015

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 2014 zu.

München, 8. Oktober 2015

DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS  
Dr. Erich Jooß





