



Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

Geschäftsbericht | 2016





Geschäftsbericht 2016
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Links mit weiterführenden Informationen sind mit einem → Pfeil gekennzeichnet.

Gleich dreimal wurde das → **Bayerische Mediengesetz (BayMG)** im Jahr 2016 novelliert. Daraus haben sich wesentliche Änderungen für die Landeszentrale ergeben: Nach der ersten Novellierung, die am 1. September in Kraft getreten ist, soll die BLM u. a. als neue Aufgabe einen Beitrag zur „Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern“ leisten. Eine weitere Aufgabe besteht darin, dass die Landeszentrale nun auch diejenigen Bestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag überwacht, die für Telemedien gelten. Entlastet wird die Landeszentrale dadurch, dass der 31. Dezember 2018 als Stichtag für das Ende der analogen Kabelverbreitung festgeschrieben wurde. Damit entfallen für die BLM ab diesem Datum die Belegungsentscheidungen für den sogenannten Must Carry-Bereich.

Mit der Änderung des BayMG wurden auch die bisher befristeten Rundfunkzulassungen entfristet. Insbesondere bei bundesweiten Zulassungen wird es keine Verlängerungsentscheidungen mehr geben. Im Bereich des lokalen/regionalen und landesweiten Rundfunks werden zwar die Genehmigungen entfristet, Übertragungskapazitäten werden aber weiterhin befristet zugewiesen. Vorgesehen sind für frequenz- und standortübergreifende Zusammenarbeitsmodelle von Anbietern nun eine Anzeigepflicht und die fakultative Beantragung einer Unbedenklichkeitsbestätigung. Mit dieser Anzeigepflicht im Vorfeld kann die Landeszentrale entsprechende Vorhaben bereits vor der Umsetzung rechtlich zu prüfen.

Am 1. Januar 2017 trat die Novellierung zur Zusammensetzung des Medienrats in Kraft. Diese setzte das Urteil des Bundes-

verfassungsgerichts zur Zusammensetzung des ZDF-Fernsehrats auch im BayMG um. Dabei wurde die Anzahl der → **Mitglieder des Medienrats** von 47 auf 50 erweitert. Neu in den Medienrat aufgenommen werden jeweils ein Vertreter bzw. eine Vertreterin der Behindertenverbände, der Arbeitsgemeinschaft der Ausländer-, Migrantinnen- und Integrationsbeiräte Bayerns und des Verbandes Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel.

Durch das Änderungsgesetz vom 13. Dezember 2016 (GVBl S. 350) wurde die finanzielle Förderung für Lokal- und Regionalfernsehen nach Art. 23 BayMG um weitere vier Jahre bis zum 31. 12. 2020 verlängert.

Auf dem Weg zur terrestrischen Verbreitung des Hörfunks über den Digitalradio-Standard DAB+ haben wir 2016 entscheidende Fortschritte gemacht. Zwischen der BLM und dem Bayerischen Rundfunk (BR) wurde eine → **Kooperation** beim Betrieb von DAB-Netzen in Bayern für die nächsten acht Jahre vereinbart. Wesentliches Ergebnis dabei ist, dass immer dort, wo die Netzstrukturen strukturell gleich sind, in den DAB-Netzen des BR je nach Region zwischen 2 und 10 private Hörfunkprogramme ausgestrahlt werden.

Im landesweiten DAB-Netz des BR wird auch das Programm von Antenne Bayern verbreitet werden. Mit dieser Kooperation und den vom Landtag im Doppelhaushalt 2017/18 beschlossenen Fördermitteln für die Digitalisierung von privaten Hörfunkangeboten in Bayern

wird ein wichtiger Beitrag zur künftigen Entwicklung von DAB+ geleistet.

Ziel der Landeszentrale ist es, die Voraussetzungen für einen auch in Zukunft gesicherten Bestand an privaten Hörfunkangeboten zu schaffen sowie für eine technische, wirtschaftliche und inhaltliche Fortentwicklung des Programmangebots zu sorgen. Hierzu hat die Arbeitsgruppe → **„Hörfunk 2020“** der BLM ein Strukturmodell für den lokalen Hörfunk entwickelt. Dabei wurden die technischen, programmlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen des Hörfunks in Bayern sowie die strukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen untersucht und auf Basis dieser Erkenntnisse Handlungsempfehlungen formuliert, die vom Medienrat nach intensiven Vorberatungen verabschiedet wurden.

Im Bereich des Lokalfernsehens erfordern neue technologische Standards und ein verändertes Nutzungsverhalten der Zuschauer aktives Handeln. Mit der Erhöhung der Förderung durch den Bayerischen Landtag können wir die Verbreitung der Lokalprogramme in HD-Qualität sowohl im Kabel als auch über Satellit im Laufe des Jahres 2017 realisieren. Für ein zukunftsfähiges Lokalfernsehkonzert spielt aber auch die Programmqualität eine zentrale Rolle. Voraussetzung dafür ist eine gute Ausbildung, die wir durch ein neues Ausbildungskonzept unterstützen.

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit im Jahr 2016 lag in der Vermittlung von Medienkompetenz. Für die Nutzer wird es immer schwieriger, die eigenen

Daten im Netz zu schützen. Um das Bewusstsein für den Umgang mit den eigenen Daten zu stärken, veranstalteten die Stiftung Medienpädagogik Bayern und die BLM zum Europäischen Datenschutntag 2016 bayernweit Elternabende an Schulen und in Kindertagesstätten. Außerdem wurde eine Broschüre zum → **Selbstdatenschutz** veröffentlicht.

Premiere hatte im Mai → „**Dein Flimmo**“, eine Beilage zum TV-Programmratgeber „Flimmo“, die Kindern spielerisch Wissen über Medien vermittelt.

Um der uns durch die Novellierung des BayMG neu zugewiesenen Vernetzungsaufgaben gerecht werden zu können, ist in der BLM eine eigene Abteilung „Digitale Entwicklung und Strategie“ eingerichtet worden, in der vor allem die Netzwerkarbeit der BLM und die Medieninnovationsprojekte wie das → **Media Lab Bayern** koordiniert werden. Die Vernetzung der Medienunternehmen untereinander und mit anderen Branchen ist das Ziel des → **Mediennetzwerks Bayern**, dessen Geschäftsstelle seit Januar 2017 an die BLM angebunden ist.



SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

Rechtsgrundlagen und Organisation

- 9 Rechtsgrundlagen
 - 9 Bayerisches Mediengesetz
 - 10 Rundfunkstaatsvertrag
 - 11 Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
 - 12 Organigramm der BLM
- 13 Die Organe der Landeszentrale
 - 13 Der Medienrat
 - 15 Der Verwaltungsrat
 - 15 Der Präsident
 - 16 ZAK
 - 16 GVK
 - 17 KEK
 - 18 KJM
- 19 Länderübergreifende Zusammenarbeit
- 22 Struktur der Medienaufsicht
- 23 Datenschutz
- 25 Beteiligungen und Mitgliedschaften

Hörfunk

- 27 Programmangebot Hörfunk
 - 27 Lokaler Hörfunk
 - 28 Private Hörfunkangebote über UKW und DAB in Bayern
 - 29 Landesweiter Hörfunk
 - 29 Bundesweiter Hörfunk
- 32 Programmorganisation Hörfunk
 - 32 Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Hörfunk 2020
 - 34 Genehmigungen
 - 40 Technische Verbreitung
 - 42 Empfangbarkeit von Digitalradio in Bayern
 - 43 Reichweiten und Akzeptanz
 - 46 Wirtschaftliche Lage
- 48 Programmaufsicht
 - 48 Programmbeobachtung
 - 50 Jugendschutz
 - 51 Werbung

Fernsehen und Telemedien

- 53 Programmangebot Fernsehen
 - 53 Lokales/Regionales Fernsehen
 - 53 Landesweites Fernsehen
 - 54 Lokale Fernsehangebote in Bayern
 - 55 Bundesweites Fernsehen
- 56 Bundesweites Fernsehen
 - 56 Genehmigungen
 - 58 Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse
 - 59 Technische Verbreitung Fernsehen
 - 63 Programmentwicklung
 - 65 Fernsehnutzung
 - 66 Entwicklung der Werbeumsätze
- 68 Lokales und landesweites Fernsehen
 - 68 Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Lokal-TV 3.0
 - 68 Genehmigungen
 - 69 Technische Verbreitung
 - 72 Fernsehnutzung
 - 75 Wirtschaftliche Lage
- 77 Programmaufsicht Fernsehen und Telemedien
 - 77 Programmbeobachtung
 - 79 Jugendschutz
 - 81 Werbung
 - 83 Gewinnspiele

Fördermaßnahmen

- 85 Überblick Fördermaßnahmen 2016
- 86 Technische Förderung
 - 86 Technische Infrastrukturförderung
 - 87 Technischer Betrieb
- 88 Film- und Fernsehförderung
- 89 Programmförderung
- 90 Medienforschung
 - 90 Media Analyse
 - 90 Fernsehforschung
 - 90 Nielsen NetRatings
 - 91 Funkanalyse Bayern 2016

Impressum

Herausgeber
Bayerische Landeszentrale
für neue Medien (BLM)
Rechtsfähige Anstalt des
öffentlichen Rechts
Heinrich-Lübke-Straße 27
81737 München
Tel. +49 (0)89 63808-0
Fax +49 (0)89 63808-140
blm@blm.de
www.blm.de

Verantwortlich
Dr. Wolfgang Flieger,
Nikolaus Lörz
(Finanzbericht)

Redaktion
Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout
Mellon Design GmbH
Augsburg

Cover
ROSE PISTOLA; Foto:
iStock.com/dragana991

Bildnachweis
BLM: Helmut Seisenberger,
Seite 4

Oktober 2017

93	Akzeptanz und Potenzial lokaler Werbung im Kommunikationsmix
93	Gutachten Mediaagenturen
94	Web-TV-Monitor
95	Webradiomonitor
95	Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2015/2016
96	Musikstudie lokaler Hörfunk
96	Programm-Monitor Bayern
96	MedienVielfaltsMonitor
97	Marktstudie Zero-Rating
97	Real-Time-Response
98	Aus- und Fortbildung
98	BLM Fortbildungsworkshops
99	Aus- und Fortbildungsprogramme
101	Medienpädagogik
102	Projekte und Initiativen
106	Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops
108	Innovationsförderung
108	Media Lab Bayern
112	MedienNetzwerk
113	Finanzierungsbeitrag
114	Förderung nach Art. 23 BayMG
114	Programmausschuss
115	Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
116	Information
116	Publikationen
116	Tendenz
118	Internet
120	Social Media
121	Veranstaltungen
127	Archiv und Dokumentation

Finanzielle Entwicklung

129	Jahresabschluss 2016
133	Anhang für das Geschäftsjahr 2016
149	Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016
162	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
164	Wirtschaftsplan 2016
167	Beschluss des Verwaltungsrats
167	Zustimmung des Medienrates

Rechtsgrundlagen und Organisation



Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem:

- Jugendmedien-schutz-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)
- Alle Rechtsgrundlagen der BLM finden Sie hier

Auf 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 8. Dezember 2015 (GVBl S. 434). Im Berichtszeitraum wurde das BayMG drei Mal geändert.

Herzstück des Änderungsgesetzes vom 12. Juli 2016 (GVBl S. 159) war die Neugestaltung der Zulassungsvorschriften (Art. 25, 26 BayMG). Künftig werden Genehmigungen für die Verbreitung von

Rundfunkangeboten unbefristet erteilt; die bei Inkrafttreten des Änderungsgesetzes am 1. September 2016 bestehenden Genehmigungen wurden durch den Gesetzgeber in unbefristete umgewandelt. Zugleich wurde die Befugnis der Landeszentrale festgeschrieben, unbefristete Genehmigungen auch nachträglich mit Auflagen und Nebenbestimmungen zu versehen. Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten für die Verbreitung der genehmigten Angebote erfolgt – nach wie vor – befristet. Parallel wurden die vormals kasuistisch im Gesetz festgelegten Beteiligungsgrenzen zur Sicherung der Meinungsvielfalt aufgehoben. Der in Art. 25 Abs. 5 Satz 1 BayMG enthaltene verfassungskräftige Grundsatz der Unzulässigkeit vorherrschender Meinungsmacht wird den Medienrat bei seinen künftigen Organisationsentscheidungen leiten. Die Genehmigungspflicht für eine Frequenz oder Sendegebiets übergreifende Zusammenarbeit der zugelassenen Rundfunkanbieter wurde auf eine Anzeigepflicht reduziert. Für die Regelung der Einzelheiten der Genehmigung und des Genehmigungswiderrufs sowie der Kapazitätszuweisung hat der Gesetzgeber der Landeszentrale in Art. 26 Abs. 6 BayMG eine zusätzliche Satzungsermächtigung eingeräumt.

Durch das Änderungsgesetz vom 13. Dezember 2016 (GVBl S. 350) wurde die finanzielle Förderung für Lokal- und Regionalfernsehen nach Art. 23 BayMG um weitere vier Jahre bis zum 31. 12. 2020 verlängert.

Das Änderungsgesetz vom 20. Dezember 2016 (GVBl S. 427, ber. 2017, S. 17)

setzte die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts aus dem sog. ZDF-Urteil für die Gremien der Landeszentrale und des Bayerischen Rundfunks um. Dazu gehören ausführliche Inkompatibilitätsregeln, die u. a. sicherstellen, dass mindestens zwei Drittel der Gremienvertreter ausreichende Distanz von Staat und Politik aufweisen. Die Drittelregelung für die Mitwirkung von staatsnahen Vertretern wurde ausdrücklich auf die Ausschüsse des Medienrats und des Rundfunkrats erstreckt. Ferner wurde die Gleichstellungsregel konkretisiert und mit einer Begründungspflicht für diejenigen entsendenden Organisationen und Stellen armiert, die sie nicht einhalten (können); die Landeszentrale ist verpflichtet, die Begründungen im Internetauftritt zugänglich zu machen „solange eine Abweichung von der Gleichstellungsregel gegeben ist“ (Art. 13 Abs. 1 Satz 5 BayMG). Für die Wahl des Verwaltungsrats hat der Gesetzgeber zusätzliche Qualifikationsanforderungen aufgestellt. So sollen künftig neben den zwei Kommunalvertretern und zwei Anbietervertretern je mindestens ein Mitglied der fünf „Sonstigen“ gewählt werden, das die Befähigung zum Richteramt hat, über ein Wirtschaftsprüferexamen und über einen Abschluss oder über Kenntnisse und berufliche Erfahrung auf dem Gebiet der Medienwirtschaft verfügt. Die Unabhängigkeit der Verwaltungsratsmitglieder wird dadurch gestärkt, dass ihre Abberufung durch den Medienrat vom Vorliegen eines wichtigen Grundes abhängig gemacht wird; das war bisher nur in der Verwaltungsratswahlsatzung des

Medienrats geregelt. Hinzu kommen Transparenzpflichten, die teilweise die schon bestehende Praxis festschreiben und teilweise neue Veröffentlichungspflichten mit sich bringen wie bspw. die Pflicht, Tagesordnungen sowie Zusammenfassungen von Gegenstand und Ergebnis auch der nichtöffentlichen Gremiensitzungen in einer um Geschäftsgeheimnisse und persönliche Daten bereinigten Fassung im Internetauftritt der Landeszentrale zu veröffentlichen.

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 umfasst 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.

Im Berichtszeitraum wurden der
→ **17. Rundfunkänderungsstaatsvertrag** mit einer Gremienreform beim ZDF und der **18. Rundfunkänderungsstaatsvertrag** zur dezentralisierten Werbung in bundesweit verbreiteten Programmen abgeschlossen, die beide am 1. Januar 2016 in Kraft traten.

Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten und zur Plattformregulierung gemäß § 53 Rundfunkstaatsvertrag

Am 14. Dezember 2016 sind die übereinstimmenden → **Satzungen** der Landesmedienanstalten zum digitalen Zugang und zur Plattformregulierung in Kraft getreten, nachdem sie von den Gremien aller Landesmedienanstalten beschlossen und verkündet worden waren.

In § 53 RStV werden die Landesmedienanstalten beauftragt, die in den §§ 50 ff. RStV niedergelegten Vorgaben der Plattformregulierung näher zu konkretisieren. Dies haben die Landesmedienanstalten erstmals im Jahre 2006 mit der Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten und zur Plattformregulierung getan. Um den in der Zwischenzeit gemachten Praxiserfahrungen sowie technischen Veränderungen Rechnung zu tragen, wurde ab 2015 eine neue Fassung erarbeitet, die am 14. Dezember 2016 in Kraft trat.

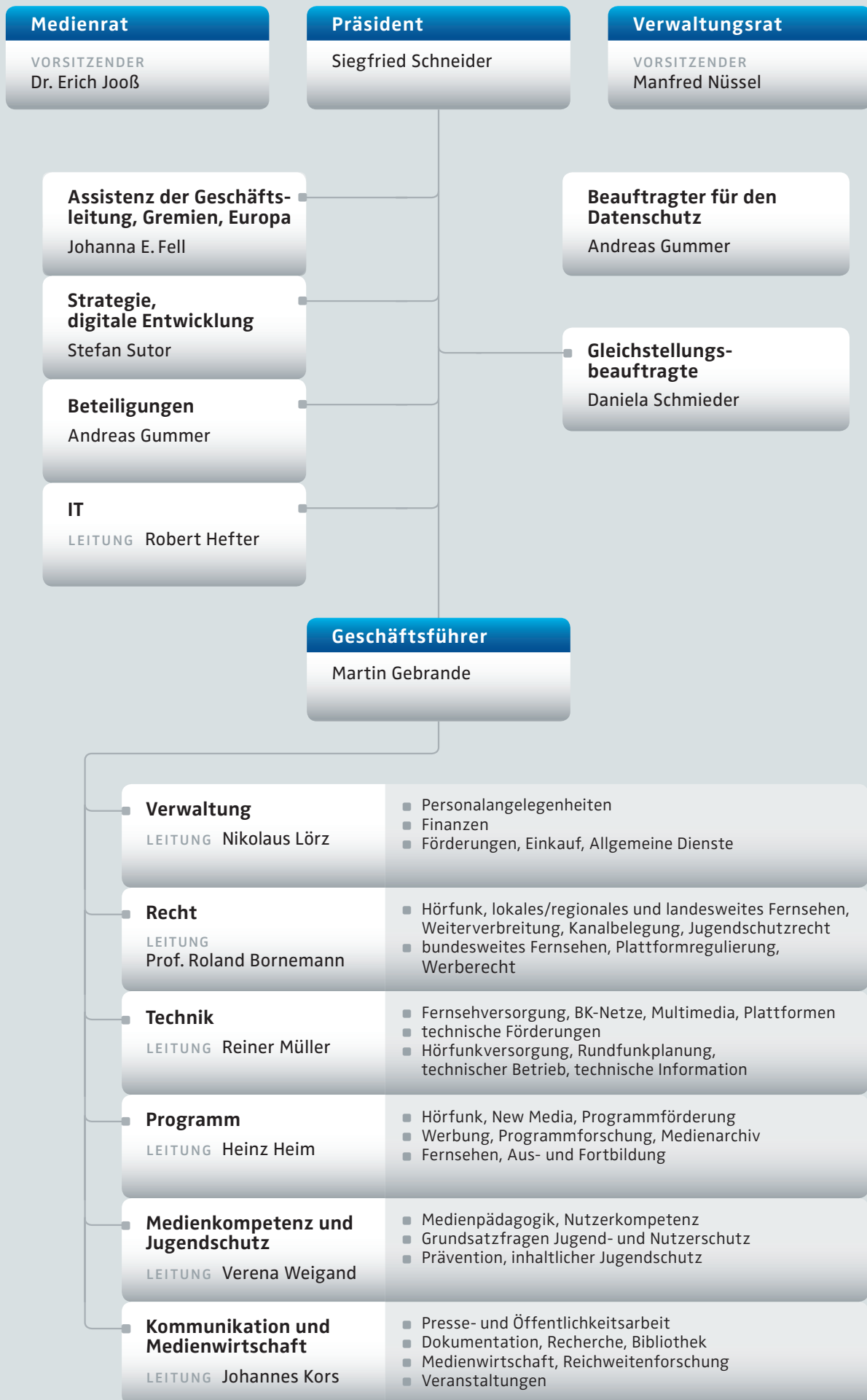
Nunmehr können Landesmedienanstalten z. B. Angaben über das geographische Verbreitungsgebiet von Plattformen und Angaben zur technischen Gleichwertigkeit von Übertragungskapazitäten einfordern. Es wurde klargestellt, dass auch Verstöße gegen sonstige Regeln des Rundfunkrechts Gegenstand von Maßnahmen der Plattformregulierung sein können und Veranstalter durch

die Ausgestaltung der Entgelte und Tarife nicht strukturell benachteiligt werden dürfen.

In Beschwerdeverfahren werden die Erörterung mit den Beteiligten künftig ins Ermessen der zuständigen Landesmedienanstalt gestellt und erstmalig Entscheidungen zur Kostenfolge möglich. Weiterhin wurden zusätzliche Vorgaben für Sortierkriterien in Benutzeroberflächen geschaffen. Schließlich wurden zur Erhöhung der Verständlichkeit und Klarheit zahlreiche Bestimmungen neu gefasst bzw. neu gegliedert.

Richtlinie zur Erhebung und Verteilung des Finanzierungsbeitrags für Fernsehfensterprogramme in Bayern nach der Fernsehsatzung

Im Berichtszeitraum wurden die → **Vorschriften** über die Nachweise, die Fernsehfensteranbieter über die Verwendung der Finanzierungsbeiträge der nationalen Fernsehveranstalter erbringen müssen, präzisiert und neu gefasst.



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



→ Weitere Informationen über die Mitglieder und die Arbeit des Medienrats und seiner Ausschüsse

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. Diese wurde durch Gesetzesänderung vom 2. Dezember 2015 einmalig um ein Jahr verlängert und endete am 30. April 2017. Der Medienrat hielt im Jahr 2016 insgesamt acht Sitzungen ab.

Vorsitzender des Medienrats

- Dr. Erich Jooß (Organisationen der Erwachsenenbildung)

Stellv. Vorsitzender

- Dr. Fritz Kempter (Verband der freien Berufe)

Schriftführerin

- Katharina Geiger (Evang. kirchl. Frauenorganisationen)

Bayer. Staatsregierung

- Ilse Aigner, MdL, Staatsministerin

Bayer. Landtag

- Alex Dorow, MdL
- Martina Fehlner, MdL
- Max Gibis, MdL
- Ulrike Gote, MdL
- Dr. Gerhard Hopp, 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

- Dr. Thomas Jung

Bayer. Landkreistag

- Dr. Oliver Bär

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 Rebensburg

Musikorganisationen

- Wilhelm Lehr

Intendanten der Bayer. Staatstheater

- Peter Theiler

Leiter der Bayer. Schauspielbühnen

- Werner Müller

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 Bayer. 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 2016 zu insgesamt 28 Sitzungen zusammen.

Stand 31.12.2016

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 8. Amtsperiode am 24. November 2014.

Im Berichtsjahr trat der Verwaltungsrat zu insgesamt vier Sitzungen zusammen.

Vorsitzender des Verwaltungsrats

vom Medienrat gewähltes
sonstiges Mitglied

- Manfred Nüssel

Stellv. Vorsitzender

vom Medienrat gewähltes
sonstiges Mitglied

- Achim Werner

Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Gerd Penninger

Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

- Prof. Dr. Johannes Kreile
- Roland Richter
- Michael Sedlmair

Stand 31.12.2016

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 Verwaltungsrats Siegfried Schneider zum neuen Präsidenten; er trat sein auf fünf Jahre befristetes Amt am 1. Oktober 2011 an. Die Wiederwahl von Siegfried Schneider als Präsident für eine weitere Amtsperiode nach Anhörung des Verwaltungsrats erfolgte durch den Medienrat in der Sitzung am 10. März 2016; diese trat Siegfried Schneider am 1. Oktober 2016 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. Am 10. März 2016 stimmte der Medienrat der Bestimmung von Martin Gebrande zum Geschäftsführer für eine weitere Amtsperiode zu, die dieser am 1. Oktober 2016 antrat.

Präsident

- Siegfried Schneider

Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Martin Gebrande

Stand 31.12.2016

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)



→ Nähere Informationen über die ZAK und ihre Entscheidungen

→ Nähere Informationen zur Arbeit der GVK

Die aus den gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten bestehende ZAK konstituierte sich erstmals am 9. September 2008. Die ZAK hielt im Berichtsjahr 2016 insgesamt acht Sitzungen ab.

Vorsitzender der ZAK

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)

Mitglieder

- Thomas Langheinrich (LFK Baden-Württemberg)
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Joachim Becker (LPR Hessen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Dr. Jürgen Brautmeier (LfM Nordrhein-Westfalen)
- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)
- Uwe Conradt (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Martin Heine (MSA Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Stand 31.12.2016

Die Gremien-vorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2016 zu drei Sitzungen zusammen.

Vorsitzender der GVK

- Winfried Engel (LPR Hessen)

Mitglieder

- Dr. Wolfgang Epp (LFK Baden-Württemberg)
- Dr. Erich Jooß (BLM Bayern)
- Prof. Dr. Hansjürgen Rosenbauer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Dr. Robert Hodonyi (brema Bremen)
- Lothar Hay (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Marleen Janew (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Elisabeth Harries (NLM Niedersachsen)
- Prof. Dr. Werner Schwaderlapp (LfM Nordrhein-Westfalen)
- Albrecht Bähr (LMK Rheinland-Pfalz)
- Prof. Dr. Stephan Ory (LMS Saarland)
- Grit Wißkirchen (SLM Sachsen)
- Markus Kurze (MSA Sachsen-Anhalt)
- Johannes Haak (TLM Thüringen)

Stand 31.12.2016

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)



→ Nähere Informationen zur Arbeit der KEK

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 2016 zehn Mal.

Vorsitzender 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. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Joachim Becker (LPR Hessen)
- Dr. Jürgen Brautmeier (LfM Nordrhein-Westfalen)
- Uwe Conradt (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)

Ersatzmitglieder

- Thomas Langheinrich (LFK Baden-Württemberg)
- Siegfried Schneider (BLM Bayern)

Stand 31. 12. 2016

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)



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

Die KJM trat 2016 zu insgesamt neun Sitzungen zusammen.

Direktoren der Landesmedienanstalten

Vorsitzender der KJM

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

stellvertretender Vorsitzender

- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)
Stellvertreter: Dr. Jürgen Brautmeier (LfM Nordrhein-Westfalen)

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
Stellvertreter: Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Martin Heine (MSA Sachsen-Anhalt)
Stellvertreter: Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Cornelia Holsten (brema Bremen)
Stellvertreter: Uwe Conradt (LMS Saarland)

Vertreter der obersten Bundesbehörde

- Elke Monssen-Engberding (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bonn)
Stellvertreterin: Martina Hannak-Meinke (BPjM, Bonn)
- Thomas Krüger (Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn),
2. stellvertretender Vorsitzender der KJM
Stellvertreter: Petra Meier (BPjM, 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 31.12.2016



Eine Auflistung der Mitglieder der Organe finden Sie auf den Seiten 14 – 16.

Die Landesmedienanstalten arbeiten zur Bewältigung grundsätzlicher und Länder übergreifender 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 2016 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu drei und die DLM zu acht Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzender der DLM ist seit 1. Januar 2016 Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien.

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

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

Seit In-Kraft-Treten des Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrages zum 1. Januar 1997 obliegt die Überprüfung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt der → **Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich** (KEK). Auf der Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages wurde am 1. April 2003 die → **Kommission für Jugendmedienschutz** (KJM) gebildet. Schließlich kamen mit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄndStV), 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 war im Jahr 2016 stellvertretendes Mitglied der KEK.

Fachausschüsse zu den Schwerpunktthemen „Regulierung“, „Netze, Technik und Konvergenz“ sowie „Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt“ bereiten Entscheidungen der ZAK und der DLM vor.

Die Entscheidungen der ZAK und der DLM werden in drei → **Fachausschüssen** vorbereitet. Es handelt sich um den Fachausschuss für Regulierung, den Fachausschuss für Netze, Technik, Konvergenz sowie den Fachausschuss für Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt.

Im Mai 2010 wurde die vom 10. RÄndStV geforderte → **Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten** in Berlin-Mitte eröffnet. Die Geschäftsstelle ist zentrale Anlaufstelle für alle Zulassungs- und Aufsichtsangelegenheiten bundesweit verbreiteter Veranstalter, für europarechtliche Fragestellungen, Fragen der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten und seit Herbst 2013 auch für Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration. Die Gemeinsame Geschäftsstelle ist organisierend und koordinierend tätig. Dazu zählen insbesondere die Sitzungsbegleitung und die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den jeweiligen Funktionsträgern. Die inhaltliche Arbeit wird weiterhin in den Landesmedienanstalten vor Ort geleistet.

Im November 2016 veröffentlichten die Medienanstalten eine zweite erweiterte Version des → **FAQ-Leitfadens** zur richtigen Kennzeichnung von Werbung und Produktplatzierungen in sozialen Medien. Der im Austausch mit der Branche als Orientierungshilfe entstan-

dene Leitfaden bezieht sich neben YouTube-Beiträgen jetzt auch auf die Werbekennzeichnung bei Facebook, Twitter, Instagram und Snapchat.

Im Oktober wurde eine gemeinsame → **Studie** der Medienanstalten und der Aktion Mensch zur Barrierefreiheit vorgestellt, die erstmals bundesweit darstellt, wie Menschen mit Behinderungen Medien nutzen und welches Marktpotenzial barrierefreie Angebote haben. Die Studie ergänzt die jährliche Abfrage der Medienanstalten zu barrierefreien Angeboten bei den großen bundesweiten Fernsehveranstaltern.

Zur Weiterentwicklung der Plattformregulierung verabschiedete die DLM im März ein Positionspapier, das in die Arbeit der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz eingebracht wurde.

Ende November wurden zwei Studien zum Thema Intermediäre und Meinungsbildung vorgestellt, die einerseits die hohe Nutzung von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken auch zur Information belegen, andererseits aber auch zeigen, dass deren Rolle im Meinungsbildungsprozess differenziert betrachtet werden muss.

Zum Thema Netzneutralität brachten sich die Medienanstalten mit Stellungnahmen im Februar und Juli auf europäischer Ebene ein. Gegenüber dem deutschen Gesetzgeber forderten die Medienanstalten eine Einbeziehung in telekommunikationsrechtliche Prüfungen.

Zum Umstieg auf den ausschließlich digitalen Empfang von Fernsehen in Kabelnetzen brachten die Medienanstalten 2016 einen von ihnen moderierten Runden Tisch mit Kabelnetzbetreibern, TV-Veranstaltern und der Wohnungswirtschaft auf den Weg mit dem Ziel, diesen Umstieg möglichst bis Ende 2018 zu erreichen.

Zur Nutzung von Hörfunkprogrammen in DAB+ wurde ein zweiter bundesweiter Multiplex für einen Plattformbetrieb im Dezember 2016 ausgeschrieben.

Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

Direktorenkonferenz (DLM)

Vorsitzender

- Siegfried Schneider
Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Bayern

stellvertretende Vorsitzende

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

Gremienvorsitzendenkonferenz

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 – Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt

- Jochen Fasco (TLM)

Beauftragte der DLM

Beauftragter für Europa

- Thomas Langheinrich
(LFK Baden-Württemberg)

Beauftragter für den Haushalt

- Martin Heine
(Medienanstalt Sachsen-Anhalt MSA)

Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

Vorsitzender

- Martin Deitenbeck (SLM Sachsen)

Struktur der Medienaufsicht



Mit 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 gleichwohl erforderliche Dienstaufsicht wird durch den Verwaltungsrat ausgeübt.

Die Rechtsentwicklung im Bereich des Datenschutzes war im Jahr 2016 geprägt durch die inzwischen beschlossene **→ Datenschutzgrundverordnung (DS-GVo)**, die aber ihre unmittelbaren Wirkungen erst nach einer zweijährigen Übergangsphase entfalten wird. Durch diese sollen der Gesetzgeber und die Rechtswender in die Lage versetzt werden, sich an die durch die DS-GVo nachhaltig veränderten Gegebenheiten anzupassen. Diese Veränderungen werden von großer Tragweite sein, wie die große Anzahl der nunmehr anzupassenden Rechtsvorschriften zeigt. Die deutschen Gesetzgeber arbeiten sowohl auf Bundes- wie auch auf Landesebene intensiv an diesen Anpassungsprozessen. In Bezug auf den Rundfunkdatenschutz sind auf Bundes-

ebene sowohl das Bundesdatenschutzgesetz wie auch das Telemediengesetz (TMG) zu nennen, letzteres insbesondere deswegen, weil die Landesgesetzgeber im Rahmen des Rundfunkstaatsvertrages die materiellen Datenschutzregelungen des TMG in einer dynamischen Verweisung für den Rundfunk übernommen und auf eine eigenständige gesetzgeberische Vorgabe bisher verzichtet haben. Auf Landesebene sind grundlegende Anpassungen sowohl im Bayerischen Datenschutzgesetz wie auch im Bayerischen Mediengesetz erforderlich, die das materielle Recht genauso betreffen wie Fragen der Aufsichtsstruktur und deren Zuständigkeiten einschließlich der künftig bestehenden Aufsichts- und Eingriffsbefugnisse.

Die anstehenden gesetzgeberischen Entscheidungen wurden im Jahr 2016 auch mit der Landeszentrale erörtert, soweit die angesprochenen Rechtsfragen die Aufgaben der Landeszentrale berühren. Ab dem 25. Mai 2018 wird die DS-GVo unmittelbar ohne weiteren Umsetzungsakt durch die Mitgliedstaaten anzuwenden sein, so dass neben den erforderlichen Anpassungen des bisher geltenden Rechtes auch über die in der DS-GVo vorgesehenen sogenannten Öffnungsklauseln, die es den einzelnen Mitgliedstaaten ermöglichen, bestimmte Aspekte des Datenschutzes auch im nationalen Alleingang zu regeln, aber auch über die in der DS-GVo den Mitgliedsstaaten überantworteten Aufgaben durch den Gesetzgeber entschieden werden muss. Hierzu zählt insbesondere auch die in Art. 85 DS-GVo angesprochene Neufassung bzw. Anpassung des Medienprivi-

legs an das dann geltende neue europäische Rechtsregime. Da das Medienprivileg entscheidende Voraussetzungen dafür enthält, dass Presse und Rundfunk den ihnen verfassungsrechtlich zugedachten Aufgaben gerecht werden können, kommt diesem Prozess eine entsprechende Bedeutung zu.

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. Demzufolge nahmen das Aufkommen und die Beantwortung von Bürgeranfragen sowie die Bearbeitung von Beschwerden einen weiter wachsenden Umfang an. Gleiches gilt für den Beratungsbedarf der Landeszentrale und der von ihr genehmigten Hörfunk- und Fernsehanbieter. Zudem erlangen auch die die Rundfunkübertragung begleitenden 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 und vor allem der personenbeziehbaren 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 dahinterstehenden 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. Dies gilt 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.

Nachdem die Präsenz privater Rundfunkanbieter auch im Internet im Zuge des Wandels der Mediennutzung inzwischen selbstverständlich geworden ist, werden heute Apps in unterschiedlicher Form und mit vielseitigen Zielsetzungen auch von Rundfunkanbietern eingesetzt. Auch dies bringt neue Herausforderungen mit sich, da der App-Anbieter gegenüber den Mediennutzenden in der Regel eine datenschutzrechtliche Verantwortung trägt.

I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM

(Höhe der Beteiligung)

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (62 %)
- Bayerische Medientechnik GmbH (90 %)
- BayMS Bayerische Medien-Service-gesellschaft mbH (100 %)
- Medientage München GmbH (100 %)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8 %)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9 %)

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
- 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
- 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 31.12.2016

Hörfunk

In Bayern gibt es eine Vielzahl an privaten Radioangeboten, die landesweit oder lokal über UKW, DAB oder im Kabel und Internet 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 2016 waren 63 Lokalradioprogramme in 33 unterschiedlichen Sendegebietern 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 Sendegebietern in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg terrestrisch verbreitet.

In den vier lokalen Sendegebietern waren Ende 2016 insgesamt 37 private Programmangebote auf Sendung, wobei die Programme Mega Radio und egoFM in allen vier und PN Eins Urban in drei lokalen DAB-Sendengebieten ausgestrahlt wurden. Eingestellt wurden Anfang 2016 Coolradio 1 in Augsburg und Ingolstadt und Coolradio Jazz in Ingolstadt. 2016 neu auf Sendung gegangen sind Ilmwelle Event, Ilmwelle 90s, Ilmwelle Schlager in der Region Ingolstadt, PN Eins Urban in den Regionen Nürnberg und Ingolstadt und rt1 in the mix in der Region Augsburg. In der Region München konnten das Münchner Kirchenradio und Radio München von einer zeitpartagierten gemeinsamen Kapazität auf jeweils eine eigene 24-Stunden-Kapazität wechseln. PN Eins Dance startete Anfang 2016 im landesweiten Multiplex und wechselte im Juli 2017 in den regionalen Multiplex von Ingolstadt.

18 Programme wurden originär über DAB verbreitet. 19 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.

Kabel

Alle bayerischen Lokalradios werden auch im Kabel verbreitet. Ausschließlich mittels Kabelanschluss waren Ende 2016 die lokalen Hörfunkprogramme → **RSA 2**, → **RSA 3** und → **AllgäuHit** zu empfangen.

Private Hörfunkangebote über UKW und DAB in Bayern

Lokaler Hörfunk

Nürnberg

afk max	MEGA Radio
Das neue Charivari 98,6	Pirate Gong
egoFM ²	PN Eins Urban
Energy Nürnberg	Radio F
Hit Radio N1	Radio Gong 97,1
Klassik Radio ²	Radio Z
	star fm

Ingolstadt

egoFM ²	PN Eins Urban
Ilmwelle Event	pure fm
Ilmwelle 90s	Radio Galaxy Ingolstadt
Ilmwelle Schlager	Radio Ilmwelle
MEGA Radio	Radio IN/ND1
Mega Radio 80s	
PN Eins Dance	

Augsburg

egoFM ²	pure fm
Fantasy lounge	Radio Augsburg
hitradio.rt1	Radio Fantasy
Klassik Radio ²	Radio Ilmwelle
MEGA Radio	Rock Antenne
Mega Radio 80s	Smart Radio
PN eins urban *	* seit 11.07.2016

München

95,5 Charivari	MEGA Radio
afk M94.5	Münchner Kirchenradio
Digital Classix	pure fm
egoFM ²	Radio 2Day
Energy München	Radio Arabella
Klassik Radio ²	Radio Gong 96,3
LORA/Radio	Radio Horeb München
Feierwerk/CRM	Radio München
Christl. Radio München	



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 42

Stand 31.12.2016

Landesweiter Hörfunk

Absolut HOT
Antenne Bayern
kultradio
Radio Galaxy
Rock Antenne

Bundesweiter Hörfunk über DAB

Absolut relax
Energy¹
ERF Plus¹
Klassik Radio^{1,2}
Radio Bob!¹
Radio Horeb²
Schlagerparadies¹
Schwarzwaldradio¹
sunshine live¹

1 Programme mit Genehmigung einer
anderen Landesmedienanstalt

2 Bundesweites Programm mit UKW-
Stützfrequenzen in BY (→ s.a. Seite 41)

3 In Cham, Kelheim und Neumarkt mit lokalen
Programminhalten aus dem jeweiligen Landkreis

24

Internetradios wurden 2016 bei der Landeszentrale angezeigt:

verpflichtend

- egoRAP
- egoSNOW
- Hit Radio N1
- Radio 10
- RADIO TRAUSNITZ Weihnachts-Channel
- RT1 2000er
- RT1 Black
- RT1 Chillhouse
- RT1 COMEDY
- RT1 DANCE
- RT1 DEUTSCH
- RT1 EURODANCE
- RT1 FUNK
- RT1 KIDS
- RT1 Lounge
- RT1 NUMBER ONES
- RT1 OLDIES
- RT1 POWER WORKOUT
- RT1 Weekend
- RT1 XMAS

freiwillig

- Einfach Radio
- Pirate Radio Bayern
- JC Channel
- Uni-Vox

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 2016 sendeten landesweit in Bayern vier originäre private Digitalradio-Programme. 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.

DAB

Mit absolut relax und Radio Horeb sind zwei bundesweit über DAB verbreitete private Radioprogramme von der Landeszentrale genehmigt.

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. Aufgrund der derzeitigen technischen Möglichkeiten, wird in Zukunft regelmäßig mehr als 500 Hörern der zeitgleiche Zugang zu dem jeweiligen Internetradio ermöglicht. Die verpflichtende Anzeige ist insoweit zum Standard geworden.

Spartenanbieter und Zulieferer ⁽²⁾ bei folgenden Anbietern

Bundesweiter Hörfunk

Antenne Bayern

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V.

egoFM

- Bayerischer Jugendring ⁽²⁾

Landesweiter Hörfunk

Radio Galaxy

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

Lokaler Hörfunk

Radio 8, Ansbach

- Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg ⁽²⁾
- Lutherisches Dekanat Ansbach ⁽²⁾

Radio Galaxy Ansbach

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

Radio Primavera Aschaffenburg

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

Radio Galaxy Aschaffenburg

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

Hitradio rt.1, Augsburg

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

Radio Fantasy, Augsburg

- Kanal C

Radio Alpenwelle, Bad Tölz

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

Radio Bamberg

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

Radio Galaxy Bamberg

- Bezirksjugendring Oberfranken

Radio Galaxy Bayreuth

- Bezirksjugendring Oberfranken
- Universität Bayreuth ⁽²⁾

Radio Mainwelle, Bayreuth

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

Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen

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

Radio Eins, Coburg

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

Radio Galaxy Coburg

- Bezirksjugendring Oberfranken

unser Radio, Deggendorf

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

hitradio rt.1 Nordschwaben, Donauwörth

- Sankt Ulrich Verlag GmbH ⁽²⁾

Bayernwelle Südost, Freilassing/Traunstein

- Ensemble am Chiemsee GmbH/Christian-Michael Doermer ⁽²⁾
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V.
- Watzmann-Saalach-Welle ⁽²⁾
- Bezirksjugendring Oberbayern ⁽²⁾

Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen

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

Donau 3 FM, Günzburg

- Sankt Ulrich Verlag GmbH (Zulieferung ruht)
- Christlicher Rundfunk Günzburg e. V.

Radio Euroherz/extra radio, Hof

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

Radio Galaxy Hof

- Bezirksjugendring Oberfranken

Radio IN, Ingolstadt

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

Das neue RSA Radio, Kempten

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

Radio Plassenburg, Kulmbach

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

Radio Trausnitz, Landshut

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





hitradio rt.1, Memmingen

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

95,5 Charivari, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Radio Arabella, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Charivari 98,6, Nürnberg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

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) ^(Z)

Radio F

- Jazzstudio Nürnberg e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

unser Radio, Passau

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari, Regensburg

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

gong fm, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari Rosenheim

- Ensemble am Chiemsee GmbH
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Radio Galaxy Rosenheim

- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V. (Zulieferung ruht)
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio PRIMATON, Schweinfurt

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)
- Diözese Würzburg, Bereich Medien („Kirche im Lokalfunk“) ^(Z)

Radio AWN, Straubing

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

Radio Ramasuri, Weiden

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

Radio Galaxy Amberg/Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari Würzburg

- Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt ^(Z)
- Diözese Würzburg, Bereich Medien („Kirche im Lokalfunk“)
- Julius-Maximilians-Universität ^(Z)
- Radio Opera
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Gong Mainland, Würzburg

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

Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Hörfunk 2020

Angetrieben von der Digitalisierung wird die Medienwirtschaft von einem rasanten Wandel gekennzeichnet und stellt neue Herausforderungen für Anbieter, Regulierer und Nutzer. Um die Voraussetzungen für einen auch in Zukunft gesicherten Bestand an privaten Hörfunkangeboten zu schaffen, sowie für eine technische, wirtschaftliche und inhaltliche Fortentwicklung des Programmangebots in Bayern zu sorgen, hat die Landeszentrale ein Strukturmodell für den lokalen Hörfunk entwickelt.

Dabei wurden zunächst die technischen, programmlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen des Hörfunks in Bayern sowie die strukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen untersucht und auf Basis dieser Erkenntnisse das Konzept „Hörfunk 2020“ entwickelt.

Das Konzept befasst sich insbesondere mit den Themen-Komplexen Technologie-Mix der Übertragungswege, Kriterien zur Verlängerung von Genehmigungen sowie inhaltliche Ausrichtung und wirtschaftliche Situation der Hörfunkprogramme. Folgende Maßnahmen wurden am 12. Mai 2016 vom Medienrat der Landeszentrale zur Optimierung und Fortentwicklung des bayerischen Hörfunkkonzepts beschlossen:

- Die Geschäftsführung wird beauftragt, auf die Umsetzung eines kombinierten Strukturmodells für den lokalen Hörfunk hinzuwirken, das die Produktion von zentralen BLR-Wortzulieferungen sowie regionalen Wort- und Musikzulieferungen von lokalen Anbietern vorsieht.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, auf eine Optimierung der BLR-Zulieferungen hinzuwirken, indem sich das BLR-Angebot auf die Nachrichtenproduktion, die Produktion von aktuellen überregionalen Beiträgen, Hintergrundberichten und Rubriken sowie die Erstellung von Musikplaylists konzentriert. Zudem soll auf den Aufbau eines Nachrichten-Pools für die bayerischen Teilregionen hingewirkt werden.
- Um die Zukunft des Mediums Radio in Bayern sicherzustellen setzt die Landeszentrale auf einen Technologie-Mix. Dieser sieht vor, dass UKW durch DAB+, stationäres und mobiles Internet ergänzt und langfristig möglicherweise ersetzt wird. Die Geschäftsführung wird beauftragt, zehn oder elf DAB+-Verbreitungsgebiete zur flächendeckenden terrestrischen Versorgung aller Landesteile Bayerns mit digitalem Hörfunk festzulegen. Zudem wird die Geschäftsführung beauftragt, die bayerischen privaten Hörfunkanbieter bei ihrer Forderung nach einer staatlichen Förderung der digitalen technischen Verbreitungskosten zu unterstützen.
- Bei neuen lokalen/regionalen Multiplexten wird das Konzept der Simulcast-Verpflichtung (4+4 Regelung) aufgegeben. Die UKW-Anbieter sollen die Möglichkeit haben, frei zu entscheiden, ob ihre Programme auch über DAB+ verbreitet werden sollen.





- Die Geschäftsführung wird beauftragt, beim Aufbau neuer regionaler DAB+ Netze den Kultur- und Wirtschaftsraum einer Region zu berücksichtigen. Bei Programmgenehmigungen soll weiterhin der Fokus auf lokalen Inhalten liegen.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, einen bayernweiten Ausgleich zur angemessenen Verteilung der Verbreitungskosten für den terrestrischen UKW-Hörfunk zu entwickeln.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, darauf hinzuwirken, die lokale Programmvietfalt in den Regionen zu erhalten, mit dem Ziel, die lokal-regionale Identität und den Kultur- und Heimatbegriff der unterschiedlichen Regionen zu stärken. So könnte eine intensivere Zusammenarbeit von lokalen Stationen mit Gruppen und Initiativen mit kulturellen, heimatpfelegerischen, sozialen oder kirchlichen Schwerpunkten ange-regt werden, um Aktivitäten im Sinne eines Bürgerradios zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang könnten auch Beiträge von der Bürgerradioplattform der BLM für die lokalen Anbieter zur Verfügung gestellt werden. Die Landeszentrale unterstützt die Beibehaltung eigener lokaler Morgensendungen und den Ausbau lokaler Programmschienen. Außerdem überprüft die Landeszentrale die programmliche Positionierung und inhaltliche Qualität des redaktionellen Wortprogrammes sowie die Musikgestaltung in den Hörfunkprogrammen privater Anbieter, um auf eine Optimierung der Programme hinzuwirken.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, auf die Beibehaltung der Unabhängigkeit von egoFM und Galaxy hinzuwirken, um die privaten UKW-Märkte für junge Hörer in Ballungsgebieten und Landgebieten zu stärken und konkurrenzfähig zu halten. Zudem soll auf die Optimierung des Galaxy-Zuliefer-Konzeptes und die Professionalisierung und Modernisierung der lokal produzierten Galaxy-

Programme hingewirkt werden, z.B. durch eigene lokal produzierte Morgensendungen und Drivetime-Sendungen. Die Geschäftsführung wird beauftragt, das BLM-Workshop-Angebot auf die Bedürfnisse lokaler Stationen hin auszubauen. Weiterhin dringt die Landeszentrale auf die Entwicklung und Durchsetzung von verpflichtenden Aus- und Fortbildungsstandards in Bayern und auf die Stärkung der digitalen Ausbildungsschwerpunkte und der Bereiche Vermarktung/Verkauf in den Stationen.

- Die Geschäftsführung wird beauftragt, auf die Anbieter einzuwirken, sich nachhaltig den Herausforderungen des digitalen Wandels zu stellen und alle verfügbaren Ausspielwege für ihre Programminhalte zu nutzen. Die Landeszentrale wird sich im Rahmen der Netzneutralität regulatorisch für die Gleichbehandlung von Hörfunkangeboten zu anderen Mediendistributionsformen einsetzen.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, darauf hinzuwirken, dass der Umfang der Werbung in den Programmen des BR unabhängig von einer ländereinheitlichen Entscheidung sukzessive auf 60 Minuten reduziert und auf ein Programm begrenzt wird.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, auf die Verhinderung geografisch differenzierter Werbeschaltungen bei überregionalen privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern sowie auf eine optimale Ausschöpfung der lokalen und regionalen Werbemärkte durch den Lokalfunk hinzuwirken.
- Die Geschäftsführung wird beauftragt, in Absprache mit Antenne Bayern/BLW/BLR im Rahmen der Verlängerung der Genehmigung von Antenne Bayern darauf hinzuwirken, dass die Kooperationsvereinbarung fortgesetzt und ggf. eine Anpassung einzelner Bestimmungen des Vertrages vorgenommen wird.

Genehmigungen

Neugenehmigungen

■ Lokaler Digitaler Hörfunk

Auf eine Ausschreibung der Landeszentrale vom 21. September 2015 für die Nutzung von terrestrischen Übertragungskapazitäten für digitale Hörfunkangebote in Ingolstadt (drei Kapazitäten), München (eine Kapazität sowie Möglichkeit für bestehende Anbieter, die bestehende Datenrate zu vergrößern) und Nürnberg (eine Übertragungskapazität) gingen fristgerecht sechs Bewerbungen ein. Die Entscheidung über die Bewerberauswahl hat der Medienrat in seiner Sitzung am 18. Februar 2016 getroffen und folgende lokale DAB+-Angebote genehmigt:

□ Ingolstadt

Im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet Ingolstadt wurden die Programmangebote Ilmwelle Event, Ilmwelle 90s und Ilmwelle Schlager des Anbieters PN Medien GmbH mit einer Datenrate von 82 kbits/s (54 CU) befristet bis 30. April 2023 genehmigt. Die Programme gingen am 22. März 2016 auf Sendung. Ilmwelle Event überträgt schwerpunktmäßig Live-Übertragungen vorwiegend von lokalen kulturellen Veranstaltungen und verschiedenen Ereignissen, die sich an alle Altersgruppen richten. Das Programm Ilmwelle 90s legt den Schwerpunkt auf Musik aus den 90er Jahren und richtet sich an die Zielgruppe der 25 – 49-Jährigen. Ilmwelle Schlager richtet sich mit deutschen Schlagern an eine Zielgruppe ab 30 Jahren.

□ München

Dem Programmangebot Münchner Kirchenradio des Anbieters St. Michaelsbund Landesverband Bayern e. V. wurde im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet München mit einer Datenrate von 80 kbit/s (60 CU) befristet bis 30. November 2016 eine eigene 24-Stunden-Kapazität zugewiesen. Das Programm ist wortbasiert und richtet sich an eine Zielgruppe zwischen 30 und 60 Jahren, die an gesellschaftlichen, sozialen und religiösen Themen interessiert ist. Das Münchner Kirchenradio sendet in München bereits seit 2014 zeitpartagiert mit Radio München über DAB. Die hier frei werdenden Kapazitäten wurden für ein lokales Wort- und Musikprogramm mit einem urbanen alternativen Musikangebot und kulturellen Inhalten neu ausgeschrieben (s.u.).

□ Nürnberg

Im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet Nürnberg wurde das Programmangebot PN Eins Urban des Anbieters PN Medien GmbH mit einer Datenrate von 80 kbit/s (60 CU) befristet bis 31. Oktober 2016 genehmigt. Das Programm PN Eins Urban richtet sich mit einem Urban AC-Musikformat an die Zielgruppe von 14 – 39 Jahren und ging in Nürnberg am 11. Juli 2016 auf Sendung.

Mit Bekanntmachung vom 10. März 2016 schrieb die Landeszentrale an den Sendestandorten Augsburg, Ingolstadt und München weitere terrestrische Übertragungskapazitäten für digitale Hörfunkangebote (DAB+) im Umfang von insgesamt 294 CU aus. Im Versorgungsgebiet Augsburg wurde eine Kapazität mit einer Übertragungskapazität von 72 CU ausgeschrieben, im Versorgungsgebiet Ingolstadt wurden zwei Kapazitäten mit einer Datenrate von 66 bzw. 72 CU für die Verbreitung von zwei Angeboten sowie im Versorgungsgebiet München eine zeitpartagierte Übertragungskapazität von 54 CU. Bis zum Ende der Bewerbungsfrist am 10. April 2016 haben sich vier Bewerber mit vier Angeboten beworben. Lediglich für das Versorgungsgebiet Augsburg wurde eine Auswahlentscheidung aus zwei Bewerbungen notwendig. Der Medienrat genehmigte in seiner Sitzung am 14. Juli 2016 die folgenden DAB+-Angebote:

□ Augsburg

Im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet Augsburg wurde der rt1.digital broadcast GmbH die Verbreitung des Programmangebots „rt1 in the mix“ unter Nutzung einer DAB-Kapazität von 60 CU befristet bis zum 28. Februar 2020 genehmigt. rt1 in the mix ging am 29. November 2016 auf Sendung und wendet sich mit einem „Rhythmic-CHR“-Musikformat vor allem an die Altersgruppe der 16 bis 29-Jährigen.

□ Ingolstadt

Der PN Medien GmbH wurde die Verbreitung der Programmangebote PN Eins Urban unter Nutzung einer DAB-Kapazität von 72 CU nun auch im Versorgungsgebiet Ingolstadt zusätzlich zu den bereits genutzten Standorten Augsburg und Nürnberg befristet bis zum 30. April 2023 genehmigt. PN Eins Urban ging am 23. September 2016 auf Sendung und richtet sich mit einem Urban AC-Musikformat an die Zielgruppe von 14–39 Jahren. Bewilligt wurden zudem Kapazitätserweiterungen von insgesamt 66 CU für die bereits genehmigten Programme (PN Eins Dance, Radio Ilmwelle, Ilmwelle 90s, Ilmwelle Schlager und Ilmwelle Event).

□ München

Im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet München verbreitet die Radio München gUG bereits seit 2014 das Programmangebot Radio München zeitpartagiert mit dem Münchner Kirchenradio. Nachdem diesem im März 2016 eine eigene 24-Stunden-Kapazität zugewiesen worden war(s.o.), sind Teile der von Radio München genutzten Kapazität freigeblieben. Diese gesamte 24-Stunden-Kapazität wurde nun befristet bis zum 30. November 2016 Radio München zugewiesen. Radio München wendet sich an die Zielgruppe ab 14 Jahren und sendet ein kulturelles und gesellschaftspolitisches Programm für die Stadt München.

■ **Lokaler Hörfunk simulcast über UKW und DAB**

Mit Bekanntmachung vom 21. November 2016 schrieb die Landeszentrale im Versorgungsgebiet Landkreis Neuburg/Schrobenhausen die Nutzung der UKW-Hörfunkfrequenzen 101,2 MHz (Neuburg) und 94,6 MHz (Schrobenhausen) für die Verbreitung lokaler/regionaler Hörfunkangebote in analoger Technik sowie simulcast im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Ingolstadt aus. Ende der Bewerbungsfrist war der 22. Dezember 2016. Die Organisation erfolgte 2017.

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

■ **Lokaler UKW Hörfunk**

□ **Radio Mainwelle, Bayreuth**

Die Landeszentrale genehmigte die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Dr. Fischer und Ellwanger KG Media GbR nach Übertragung der Kapitalanteile der Bayreuther Tagblatt Lorenz Ellwanger Druckerei und Verlagsgesellschaft KG auf die Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag GmbH.

□ **Hit Radio N1, Nürnberg**

Nach dem Erwerb aller Gesellschaftsanteile der Radio 5 Programm- und Werbegesellschaft mbH sowie der Hit Radio N 1 Anbietergesellschaft mbH durch die Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH genehmigte die Landeszentrale die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Radio N1 Anbietergesellschaft mbH.

Verlängerung von Genehmigungen/ Zuweisung von Kapazitäten

Da der Gesetzgeber in Art. 26 Abs. 2 Satz 2 BayMG i.d.F. des Änderungsgesetzes vom 12. Juli 2016 (GVBl S. 159) die Entfristung aller bestehenden Genehmigungen verfügt hat, bedarf es einer Verlängerung der Genehmigungen nicht mehr. Das Änderungsgesetz trat am 1. September 2016 in Kraft. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten ist nunmehr in Art. 11 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 BayMG i.V.m. Art. 26 Abs. 2 Satz 4 BayMG n.F. geregelt. Nach Art. 26 Abs. 2 Satz 4 BayMG n.F. ist die Zuweisung von Übertragungskapazitäten befristet.

2016 wurden die Kapazitätszuweisungen in den Versorgungsgebieten München und Nürnberg zunächst um sechs Monate (bis 15. April 2017) verlängert. In seiner Sitzung am 15. Dezember 2016 beschloss der Medienrat nach Art. 11 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 BayMG, dass zur Verbreitung der jeweils genehmigten Angebote in den Versorgungsgebieten München und Nürnberg die Kapazitäten um weitere acht Jahre zur Nutzung zugewiesen werden.

■ **Lokaler Digitaler Hörfunk**

□ **München**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2017

→ **Radio Lora**

→ **Feierwerk**

→ **Christliches Radio München**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2025

→ **Radio München**

→ **Münchner Kirchenradio**

→ **Digital Classix**

→ **106,4 Top FM**

→ **PureFM**

□ **Nürnberg**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2025

- Pirate Gong
- PN Eins Urban

□ **München, Nürnberg**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2025

- Mega Radio
- Ego FM

■ **Lokaler Hörfunk simulcast über UKW und DAB**

□ **Ingolstadt**

Kapazitätszuweisung bis 30. Sept. 2024

- Radio In (Spartenanbieter: Evangelischer Presseverband für Bayern e. V., Bischöfliches Ordinariat Eichstätt, Verein zur Förderung kultureller Belange in der Region Ingolstadt e. V.)
- Radio Galaxy Ingolstadt

□ **Nürnberg**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2025

- Star FM
- Charivari 98.6
- Radio F
- Jazztime Nürnberg
- Gong 97.1
- Hit Radio N1 (Spartenanbieter: Arbeitsgemeinschaft Rundfunk Evangelischer Freikirchen (AREF), Christliche Medienarbeit Franken e. V., Radio Meilensteine e. V., Pray Nürnberg e. V.)
- afk max
- Energy Nürnberg
- Radio Z

□ **München**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2017

- afk M94.5

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2025

- Radio Arabella
- Radio 95.5 Charivari
- Radio Gong
- Radio 2Day
- Energy München

■ **Lokaler UKW Hörfunk**

□ **Bamberg**

Kapazitätszuweisung bis 30. Sept. 2023

- Radio Bamberg (Spartenanbieter: Erzdiözese Bamberg)
- Radio Galaxy Bamberg (Spartenanbieter: Bayerischer Jugendring)

□ **Bayreuth**

Kapazitätszuweisung bis 29. Februar 2024

- Radio Mainwelle
- Radio Galaxy Bayreuth

□ **Burgkirchen/Mühldorf**

Kapazitätszuweisung bis 31. Mai 2020

- Inn-Salzach-Welle

□ **Coburg**

Kapazitätszuweisung bis 6. November 2020

- Radio Eins
- Radio Galaxy Coburg (Spartenanbieter: Bayerischer Jugendring)

□ **Deggendorf**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2017

- unserRadio Deggendorf

□ **Garmisch-Partenkirchen**

Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2020

→ Radio Oberland

□ **Kulmbach**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2024

→ Radio Plassenburg

→ Radio Galaxy Kulmbach

□ **Passau**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2020

→ unserRadio

→ Radio Galaxy Passau

□ **Landshut**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2020

→ Radio Trausnitz

→ Radio Galaxy Landshut (Spartenanbieter: Sankt Michaelsbund e. V.)

□ **Kempten, Kaufbeuren, Lindau**

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2020

→ RSA-Radio Session Allgäu

→ Radio Galaxy Kempten

→ RSA – der Allgäusender und das Bodensee-Fenster

□ **Miesbach/Bad Tölz**

Kapazitätszuweisung bis 30. Nov. 2020

→ Radio Alpenwelle

□ **München**

Kapazitätszuweisung bis 15. April 2017

→ Radio Horeb

→ Radio Lora

→ Feierwerk

→ Christliches Radio München

□ **Straubing**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2020

→ Radio AWN

□ **Würzburg**

Kapazitätszuweisung bis 31. Mai 2024

→ Radio Gong

→ Radio Charivari

■ **Landesweiter UKW Hörfunk**

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2024

→ Antenne Bayern (Spartenanbieter: Sankt Michaelsbund / Evangelischer Presseverband für Bayern)

■ **UKW-Stützfrequenzkette (München, Augsburg, Nürnberg, Würzburg)**

Kapazitätszuweisung bis 30. Sept. 2020

→ egoFM

■ **UKW-Stützfrequenzen (Balderschwang und Ursberg)**

Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2020

→ Radio Horeb

■ **UKW-Stützfrequenz (Augsburg)**

Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2020

→ Rock Antenne

Erlöschen der Rechte aus Genehmigungen

■ **Landesweiter Digitaler Hörfunk**

Rechte erloschen zum 1. September 2016

- Radio PN Eins Dance

■ **Lokaler Digitaler Hörfunk**

□ **Augsburg**

Rechte erloschen zum 3. Januar 2016

- Coolradio 1

□ **Ingolstadt**

Rechte erloschen zum 26. Januar 2016

- Coolradio 1
- Coolradio Jazz

Technische Verbreitung

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



München



Nürnberg



Augsburg



Ingolstadt

Digitaler Hörfunk (DAB)

Ende 2016 haben die Landeszentrale und der Bayerische Rundfunk (BR) eine breite Kooperation im Bereich des Betriebs von DAB-Netzen in Bayern vereinbart. Im Großteil der Regierungsbezirke Bayerns sind die Strukturen der BR-Netze mit denen des BLM-Konzeptes „Hörfunk 2020“ identisch, nach dem zehn oder elf DAB+-Verbreitungsgebiete zur flächen-deckenden terrestrischen Versorgung aller Landesteile Bayerns mit digitalem Hörfunk vorgesehen sind. In diesen Bereichen wird die Kooperation stattfinden. Je nach Region sollen in den DAB-Netzen des BR zwischen zwei und zehn private Hörfunkprogramme neben den Programmen des BR ausgestrahlt werden. Die Bayern Digital Radio wird alle freien Kapazitäten in den Netzen des BR anmieten und neben ihren eigenen DAB-Netzen für die privaten Hörfunkprogrammanbieter betreiben. Den privaten Hörfunkanbietern wird somit eine ideale Netzqualität zu einem vertretbaren Preis angeboten. Voraussichtlich bis Mitte 2019 werden alle heutigen UKW-Programme auch in DAB+ verbreitet werden können. Durch die Kooperation wird aber auch im begrenzten Umfang die Möglichkeit für die Verbreitung neuer lokaler/regionaler und landesweiter Programme bestehen.

■ Lokales Digitalradio

Über die vier lokalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg und Ingolstadt wurden Ende 2016 insgesamt 37 private Programmangebote verbreitet, drei davon in mehr als einer Region. Insgesamt konnten 5,1 Mio. Hörer erreicht werden. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum Stand 31. Dezember 2016 können den Tabellen auf Seite 42 entnommen werden.

■ Landesweites Digitalradio

7,5 Mio. (zu Hause) bzw. 11,9 Mio. (unterwegs) der bayerischen Bevölkerung konnten Ende 2016 die vier originären privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Radio Galaxy, Absolut HOT und Kultradio, 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 2016 eine mobile Flächenversorgung für das Bundesland Bayern von ca. 88 Prozent.

■ Bundesweites Digitalradio

Am 1. August 2011 startete der bundesweite DAB+ Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2016 waren 110 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 91 Prozent der Fläche Deutschlands, 78 Prozent der Bevölkerung können Digitalradio zu Hause empfangen.

Reichweite bayernweit in Mio. Einwohner

11,9

landesweite Programme
über **DAB** (mobil)

11,4

bundesweite Programme
über **DAB** (mobil)

12,0

lokale Programme
über **UKW** (stationär)

12,7

Antenne Bayern über
UKW (stationär)

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2016 von ca. 8,7 Mio. Einwohnern zuhause bzw. von 11,4 Mio. portal und mobil empfangen werden. Die mobile Versorgung umfasst ca. 84 Prozent der Fläche im Freistaat.

Über das bundesweite Sendernetz sind drei öffentlich-rechtliche und acht private Programme empfangbar, davon senden zwei mit einer Genehmigung der Landeszentrale.

Lokaler UKW-Hörfunk

Für Lokalradio waren 2016 insgesamt 192 terrestrische UKW-Frequenzen in 33 unterschiedlichen Sendegebieten in Betrieb. Damit war es für rund 12,0 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm stationär, portabel und mobil zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage mindestens zwei Lokalradioprogramme zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit zwischen mindestens sechs unterschiedlichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können. Darüber hinaus sind alle Lokalradios in ihrem Sendegebiet auch über die Kabelnetze zu empfangen.

Die lokalen Hörfunkprogramme RSA 2, RSA 3 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. ego FM wird zusätzlich am Standort Fürth 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.

Empfangbarkeit von Digitalradio in Bayern



	Augsburg DAB Netz 9 C		Ingolstadt DAB Netz 11 A		München DAB Netz 11 C		Nürnberg DAB Netz 10 C		Bayern DAB Netz 10 D	
	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%	Tsd.	%
Versorgte Einwohner „portabel outdoor“	689	76	467	97	2.648	92	1.272	94	11.932	91
Versorgte Einwohner „portabel indoor“	450	50	348	72	2.121	73	958	71	7.632	58
Versorgte Fläche „unterwegs“ in km²	2.388	59	2.758	97	4.160	76	2.381	81	62.838	89

Reichweiten und Akzeptanz

Funkanalyse Bayern

■ Hörfunknutzung

Nach den Ergebnissen der → **Funkanalyse Bayern 2017** erreichten die bayerischen Lokalradio-Programme eine Tagesreichweite von 30,4 Prozent an einem durchschnittlichen Werktag und damit 3,44 Mio. Personen ab 10 Jahren in Bayern. Die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme erzielte erneut Antenne Bayern mit 31,8 Prozent, was 3,6 Mio. Hörern entsprach.

Die Reichweite für Radiohören insgesamt ist an einem durchschnittlichen Werktag um 1,3 Prozentpunkte auf 87,7 Prozent angestiegen. Auch bei der Radiohördauer gab es einen Anstieg um fünf Minuten auf 238 Minuten an einem Werktag bei der Bevölkerung ab 10 Jahren. Von dieser Hördauer entfiel auf Bayern 1

mit 60 Minuten ein Marktanteil von 25,3 Prozent gefolgt von Antenne Bayern mit einer Hördauer von 54 Minuten und einem Marktanteil von 22,8 Prozent. Die Lokalradios erreichten mit einer Hördauer von 46 Minuten einen Marktanteil von 19,5 Prozent. Bayern 3 erreichte eine Hördauer von 35 Minuten und damit einen Marktanteil von 14,8 Prozent.

Unter den Lokalprogrammen an Einfrequenzstandorten konnte Hitradio RT1 Nordschwaben in Donauwörth mit einer Tagesreichweite von 26,0 Prozent die Spitzenposition verteidigen. Auf den weiteren Plätzen folgten Radio AWN in Straubing mit 18,0 Prozent und Hitradio RT1 Südschwaben in Memmingen mit 17,6 Prozent.

An den 13 Standorten, an denen neben der Erstfrequenz auch das Jugendprogramm Radio Galaxy über UKW ausgestrahlt wird, konnte sich Radio Mainwelle in Bayreuth mit 26,6 Prozent vor Radio Eins in Coburg mit 23,0 Prozent und Radio Plassenburg in Kulmbach mit 22,1 Prozent



3,44 Mio

Die bayerischen Lokalradios erreichten 2016 an einem durchschnittlichen Werktag 3,44 Millionen Hörer.

Tagesreichweite Hörfunk 2010–2016 in Bayern

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Radiohören gesamt	87,5	86,7	89,3	87,8	88,7	86,4	87,7
Lokalradios gesamt	28,4	28,0	29,3	29,7	29,0	28,5	30,4
Antenne Bayern	32,4	30,6	35,1	36,0	35,8	34,0	31,8
Rock Antenne	1,4	1,6	1,3	1,4	1,7	2,2	1,9
Radio Galaxy	2,9	3,0	3,2	3,1	3,3	3,1	3,1
Klassik Radio	1,7	1,6	1,7	2,0	1,8	1,4	1,6
egoFM	0,7	0,6	1,0	1,1	1,6	1,5	1,2
Privatradioprogramme gesamt	53,3	50,8	55,9	56,9	56,8	55,2	55,2
Bayern 1	30,3	30,1	29,1	26,2	26,8	26,6	28,4
Bayern 2 Radio	3,8	4,2	3,9	4,7	4,5	5,1	4,8
Bayern 3	21,6	23,8	23,1	21,9	23,8	21,9	23,4
BR Klassik	1,9	1,7	1,8	1,8	1,9	1,8	1,7
B5 aktuell	6,2	5,7	5,7	5,4	6,4	6,5	6,1
Bayerischer Rundfunk gesamt	53,1	54,3	52,0	49,0	51,4	49,5	52,1

Basis: Bevölkerung ab 10 Jahre in Bayern (bis 2008 ab 14 Jahre); Montag bis Freitag; in Prozent
Quelle: Funkanalyse Bayern 2010–2016



12,5 % der Bevölkerung hörten werktags die Galaxy Stationen in ihren UKW-Verbreitungsgebieten.



hitradio.rt1 in Augsburg war mit einer Tagesreichweite von 29,5 Prozent 2016 zum dritten Mal in Folge der reichweitenstärkste Lokalsender in Bayern.

an der Spitze platzieren. Das Jugendprogramm Radio Galaxy wurde in den UKW-Verbreitungsgebieten des Senders täglich von 28,1 Prozent der 14- bis 29-Jährigen gehört. Bezogen auf alle Personen ab 10 Jahren erzielte Radio Galaxy im Sendegebiet Kempten mit 17,5 Prozent seine höchste Reichweite. In Ansbach erreichte Radio Galaxy 17,2 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren, in Ingolstadt waren es 17,1 Prozent. Im Durchschnitt wird Radio Galaxy in seinen UKW-Verbreitungsgebieten werktags von 12,5 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren gehört.

An den Großstadtstandorten Augsburg, Ingolstadt, Regensburg und Würzburg hat sich hitradio.rt1 aus Augsburg mit einer Tagesreichweite von 29,5 Prozent erneut als Spitzenreiter nicht nur der Großstadt-Lokalsender, sondern aller bayerischen Lokalfunkstationen positioniert. Auf den Plätzen zwei und drei liegen Radio Gong Würzburg mit 28,9 Prozent und gong fm in Regensburg mit 21,3 Prozent.

Im Ballungsraum Nürnberg blieb Hit Radio N1 mit einer Tagesreichweite von 11,9 Prozent Spitzenreiter vor Radio F/ Radio Franken mit 11,3 Prozent und Energy Nürnberg mit 11,0 Prozent. Radio Gong 97,1 erreichte 7,6 Prozent, Charivari 98,6 6,9 Prozent und Star FM Radio 3,9 Prozent Tagesreichweite im Stereoempfangsgebiet Nürnberg.

Im Ballungsraum München konnte Radio Gong 96,3 mit einer Tagesreichweite von 14,7 Prozent seine Spitzenposition verteidigen, gefolgt von Radio Arabella mit 14,2 Prozent und Energy München mit 11,2 Prozent der Bevölkerung ab 10 Jahren. 95,5 CHARIVARI erzielte eine Reichweite von 9,7 Prozent im Stereoempfangsgebiet München, Radio 2DAY 89,0 3,1 Prozent, das Aus- und Fortbildungsradio afk M94.5 0,9 Prozent sowie Radio Horeb einen Wert von 0,4 Prozent.

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2016 nach Altersgruppen

	ab 10 Jahre	10 – 29 J.	30 – 49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	87,7	81,9	87,4	91,1
Lokalfunk gesamt	30,4	34,5	34,9	25,1
Antenne Bayern	31,8	37,6	40,7	22,6
Rock Antenne	1,9	2,1	3,6	0,7
Radio Galaxy	3,1	6,8	3,6	0,7
Klassik Radio	1,6	0,6	1,2	2,5
egoFM	1,2	2,5	1,7	0,3
Privatprogramme gesamt	55,2	62,9	65,8	43,7
Bayern 1	28,4	10,8	17,3	45,8
Bayern 2 Radio	4,8	1,4	4,0	7,2
Bayern 3	23,4	28,0	30,0	16,3
BR Klassik	1,7	0,5	0,8	3,1
B5 Aktuell	6,1	3,3	7,7	6,5
Bayerischer Rundfunk gesamt	52,1	37,3	46,5	64,1

Basis: Bevölkerung ab 10 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
Quelle: Funkanalyse Bayern 2016

■ Programminhalte

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden jährlich auch Daten zu Image und Akzeptanz der Hörfunkprogramme erhoben. Bei der Bewertung der einzelnen Programmelemente zeigte sich 2016, dass den bayerischen Privatprogrammen nach wie vor eine führende Kompetenz in zahlreichen wichtigen Bereichen zuerkannt wird: 44,9 Prozent der bayerischen Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren gaben an, dass die Lokalprogramme Musik nach ihrem Geschmack bringen. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen waren es sogar 53,6 Prozent. Antenne Bayern billigten 37,8 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 10 Jahren dieses wichtige Programmmerkmal zu.

Die Lokalradios zeichneten sich vor allen anderen Sendern durch ihre besondere Hörernähe aus. Sie informierten über Wichtiges in der Gegend (44,4 Prozent der Bevölkerung), wurden als besonders präsent bei Aktionen und Veranstaltungen in der Region wahrgenommen (38,1 Prozent) und für ihre interessanten Veranstaltungshinweise geschätzt (32,4 Prozent).

Antenne Bayern gilt als führendes Radioprogramm in Bezug auf nützliche

Verkehrsmeldungen (36,8 Prozent), Professionalität (34,1 Prozent), Gewinnspiele und Mitmachaktionen (31,2 Prozent), Nachrichten aus Deutschland und der Welt (29,5 Prozent) sowie den Wetterbericht (25,9 Prozent). Die Morgensendung von Antenne Bayern wurde von 25,6 der Bevölkerung gerne gehört, die Morgenmoderation von 24,7 Prozent positiv herausgestellt.

MA 2016 Radio II

Nach der bundesweiten Media Analyse → **ma 2016 Radio II** haben die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokalradios mit 1.015.000 Hörern erstmals eine Reichweite von mehr als einer Million Hörern in der durchschnittlichen Stunde erzielt. Sie lagen damit auf dem zweiten Platz hinter Antenne Bayern mit 1.203.000 Hörern und vor Bayern 1 mit 985.000 Hörern.

Auch in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sich die Lokalradios mit 602.000 Hörern auf Platz 2 hinter Antenne Bayern mit 745.000 Hörern pro Stunde und vor Bayern 3 mit 495.000 Hörern sowie Bayern 1 mit 213.000 Hörern positioniert.

> 1 Mio. Hörer

Die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen Lokalradios erreichten laut MA 2016 Radio II erstmals eine Reichweite von mehr als 1 Mio. Hörern.

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2012–2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	837.000	899.000	918.000	934.000	1.015.000
Antenne Bayern	1.324.000	1.288.000	1.351.000	1.220.000	1.203.000
Bayern 1	1.080.000	976.000	976.000	1.011.000	985.000
Bayern 2 Radio	126.000	160.000	160.000	114.000	145.000
Bayern 3	727.000	815.000	815.000	827.000	777.000
BR Klassik	58.000	65.000	65.000	91.000	73.000
B 5 aktuell	137.000	158.000	158.000	131.000	182.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; Bevölkerung ab 10 Jahre
Quelle: MA 2012–2016 Radio II

Wirtschaftliche Lage

Die wirtschaftliche Lage der werbefinanzierten Medienunternehmen hat sich im Jahr 2016 nach dem Rückgang um 0,8 Prozent im Jahr 2015 insgesamt wieder erholt. Nach Angaben des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeumsätze der Medien im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr um 1,0 Prozent auf 15,363 Mrd. € angestiegen. Im Vergleich zum Gesamtmarkt konnte der Hörfunk mit einem Wachstum von 3,3 Prozent eine deutlich überdurchschnittliche Entwicklung verzeichnen.

Für die bayerischen Anbieter basieren die Angaben auf der Erhebung → „**Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16**“, die Goldmedia im Auftrag der Landeszentrale 2016 durchführt hat.

Lokaler Hörfunk

Nach dieser Erhebung rechneten die bayerischen Anbieter von lokalem Hörfunk Mitte 2016 mit Gesamterträgen in Höhe von 100,2 Mio. € netto für das Gesamtjahr. Ihre Aufwandserwartung für denselben Zeitraum lag bei insgesamt 88,4 Mio. €. Daraus ergibt sich für den lokalen Hörfunk für 2016 ein erwarteter Kostendeckungsgrad von 113 Prozent. Ein Jahr zuvor konnten die Anbieter einen Kostendeckungsgrad von 112 Prozent realisieren. Dabei stammten 86 Prozent der Gesamterlöse aus Werbung.

Die Gesamtbeschäftigung im lokalen Hörfunk lag Mitte 2016 bei insgesamt 1.291 Mitarbeitern. 2015 waren im Rahmen der Erhebung zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern noch insgesamt 1.304 Beschäftigte gezählt worden.

Bundes- und landesweiter Hörfunk

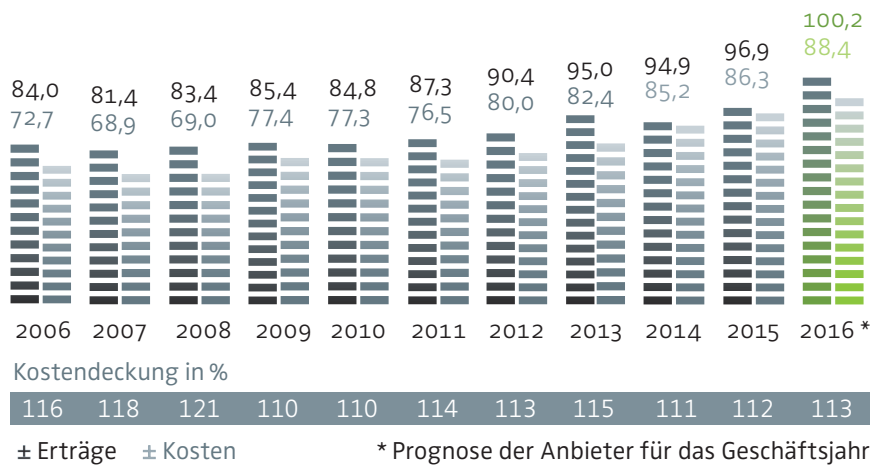
Die bundes- und landesweiten Hörfunkanbieter erwarteten für das Jahr 2016 Gesamterträge in Höhe von 55,2 Mio. € netto bei gleichzeitigen Aufwendungen von insgesamt 40,9 Mio. €. Das entspricht einem Kostendeckungsgrad von 135 Prozent. Die Anbieter erwarteten somit eine weitere Verbesserung ihrer Rentabilität. Ein Jahr zuvor lag der Kostendeckungsgrad der bayerischen Anbieter von bundes- und landesweitem Hörfunk bei 134 Prozent. Gesamterträgen in Höhe von 54,5 Mio. € standen im Jahr 2015 Aufwendungen in Höhe von 40,7 Mio. € gegenüber.

Die Zahl der Beschäftigten lag Mitte 2016 bei insgesamt 294 Mitarbeitern. Ein Jahr zuvor wurden im bundes- und landesweiten Hörfunk in Bayern 295 Beschäftigte gezählt.

100,2

Die Lokalfunkanbieter in Bayern erwarten für 2016 einen Netto-Umsatz von 100,2 Mio. €. Das entspricht einem Plus von 3,4 Prozent.

Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2006–2016 (in Mio. €)

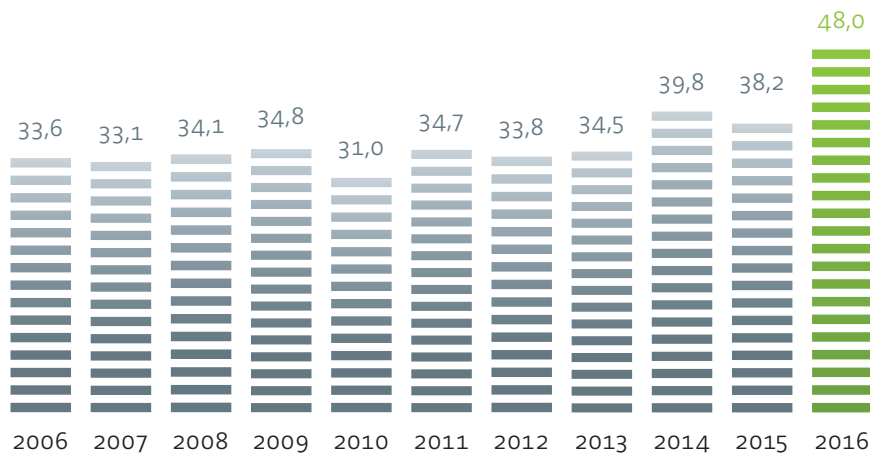


Quelle: AKM/HBI, DIW, Goldmedia

48,0

48,0 Mio. € überregionale Brutto-Werbeumsätze im Jahr 2016 entsprechen einem Plus von 25,7 Prozent.

Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2006–2016 (in Mio. €)

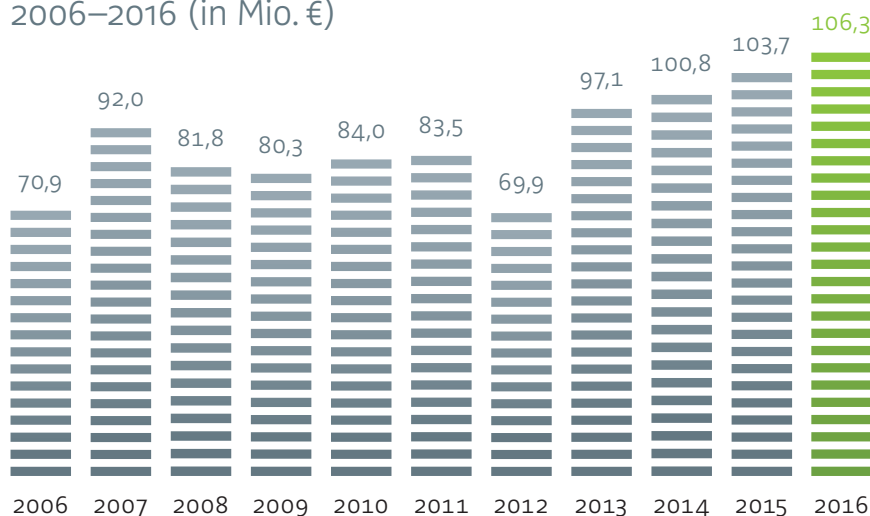


Quelle: RMS, Antenne Bayern, BLW (Agentur brutto)

106,3

Antenne Bayern erzielte mit 106,3 Mio. € Brutto-Werbeumsatz im Jahr 2016 ein Plus von 2,5 Prozent.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2006–2016 (in Mio. €)



Quelle: Nielsen Media Research, RMS

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

Programmbeobachtung

- Im BayMG gibt es die Forderung nach qualitativoller 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)

Im Rahmen ihrer Programmverantwortung hat die Landeszentrale im Berichtsjahr regelmäßig stichprobenartige Untersuchungen der bayerischen Hörfunkprogramme durchgeführt. Die Programme werden nach inhaltsanalytischen Kriterien untersucht – sowohl quantitativ als auch qualitativ.

Die Ergebnisse der Programmbeobachtung liefern vor allem Erkenntnisse über den Umfang des Wortprogramms und dessen Zusammensetzung sowie über die Genres und die Aktualität der gespielten Musik. Dabei liegen die Schwerpunkte beim Wortanteil auf dem Umfang der Lokalberichterstattung, der thematischen Vielfalt und der journalistischen sowie handwerklichen Qualität der Beiträge. Im Rahmen der Programmbeobachtung erfasst die BLM-Hörfunkbeobachtung auch Art und Anteil der Werbung im Programm sowie den Umfang und die Anmutung der Eigenwerbung (Promotion) des Programmanbieters. In Sonderauswertungen kann ein Programm auch nach speziellen Kriterien untersucht werden. Regelmäßige Stichproben werden auch hinsichtlich der Beiträge auf den beiden

von der BLM verantworteten Radioplattformen „schulradio-bayern.de“ und der Bügerradioplattform „machdeinradio.de“ untersucht.

Ergänzend zur qualitativen und quantitativen Programmbeobachtung wird seit 2015 auch das Innovationspotential der Anbieter untersucht. Hierzu gehört die Prüfung der Anbieter-Webseite. Untersucht wurden die Webstreams, aktuelle lokale Inhalte, Videos, Apps sowie die Social-Media-Aktivitäten der Anbieter beispielsweise hinsichtlich crossmedialer Programmaktionen. Ebenso wurde das Off-Air-Engagement der Anbieter bewertet, z.B. Major-Promotions, Events und Gewinnspiele.

In Vorbereitung auf die Verlängerung von Genehmigungen durch den Medienrat der Landeszentrale wurden im Rahmen der Standardbeobachtung 437 Stunden beobachtet sowie 131 Stunden für die Prüfung des Innovationspotentials aufgewendet. Insgesamt wurden 52 Programme von Hauptanbietern an Einfrequenz- und Zweifrequenzstandorten und die Zulieferungen von 17 Spartenanbietern sowohl quantitativ als auch qualitativ untersucht (vgl. Seite 36 ff.).

Die Beobachtung konzentriert sich dabei auf die Stunden des Tagesprogramms von 06:00 bis maximal 22:00 Uhr an zwei Werktagen. An den Mehrfrequenz-Standorten München und Nürnberg wurde das Tagesprogramm an einem Werktag beobachtet. Teilweise wurden diese durch weitere Stichproben, z.B. am Wochenende, ergänzt. Das zugelieferte Mantel-



801

2016 wurden insgesamt 801 Sendestunden untersucht:

- 437 Sendestunden anlässlich einer Verlängerung der Genehmigung
- 131 Stunden im Rahmen der Prüfung des Innovationspotentials
- 54 Stunden bei turnusmäßigen Stichproben
- 114 Stunden bei anlassbezogenen Sonderbeobachtungen und speziellen Fragestellungen
- 65 Stunden im Rahmen von Stichproben der Beiträge auf den Plattformen „schulradio-bayern.de“ und „machdeinradio.de“

programm der BLR oder die Nachtautomatation von 22:00 bis 06:00 Uhr wird im Rahmen der Standardbeobachtung nicht untersucht.

Neben der Programmbeobachtung für die Verlängerung von Genehmigungen wurden turnusmäßige Stichproben von sieben Programmen im Umfang von 54 Stunden durchgeführt. Hier wurden insbesondere die hörerstarken Sendezeiten am Morgen (Primetime zwischen 05:00 – 10:00 Uhr) und am Nachmittag (Drivetime zwischen 15:00 – 19:00 Uhr) beobachtet und qualitativ bewertet.

Des Weiteren wurden im Umfang von 114 Sendestunden anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu verschiedenen Fragestellungen und Recherchen bei zahlreichen lokalen Anbietern, einzelnen Spartenanbietern und dem Angebot der BLR durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden sowohl nach quantitativen und qualitativen Kriterien untersucht.

In 2016 wurden schwerpunktmäßig Bürgerbeschwerden zu Programmaktionen und Gewinnspielen von Anbietern untersucht sowie weitere anlassbezogene Beobachtungen anlässlich von speziellen Fragestellungen (z. B. Programmgestaltung, Jugendschutz, Werberichtlinien) qualitativ untersucht. Ein weiterer Schwerpunkt war die Berichterstattung der Lokalprogramme am Standort München zum Amoklauf vom 22. Juli 2016 in München.

Jugendschutz

Der Schwerpunkt lag 2016 auf der Beobachtung von Werbung für Prostitution und Sexspielzeug.

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen im Hörfunk – hauptsächlich bei lokalen Anbietern. Im Jahr 2016 lag der Fokus wiederum auf der Beobachtung von sexualisierten Programminhalten – hauptsächlich von Werbung für Prostitution und Sexspielzeug.

In einem Fall, in dem im Tagesprogramm eines bayerischen Hörfunkanbieters ein Werbespot in zwei Varianten für einen Erotikartikelversand unter Nennung der zugehörigen Internetadresse gesendet wurde, bat die Landeszentrale den Anbieter um Stellungnahme. Der Anbieter zeigte sich einsichtig, dass die Spots nicht mit dem Medienratsbeschluss zu Werbung für Prostitution und Sexspielzeug vereinbar seien, bedauerte die Ausstrahlung und gab an, dass versucht werde, derartige Spots über den Vermarkter nicht mehr einzubuchen. Angesichts der Einsicht des Anbieters verzichtete die Landeszentrale auf rechtsaufsichtliche Maßnahmen gegen den Anbieter.

In einem weiteren Fall handelte es sich um ein Late-Night-Format eines bayerischen Anbieters, in dem Hörerfragen zu sexuellen Themen beantwortet werden. Darin stellte ein Hörer die Frage, ob leichtes Würgen oder Strangulieren stimulierend sei. Da die Landeszentrale von einem Anfangsverdacht auf einen

Nähere Informationen finden Sie im
→ Jugendschutzbericht 2016 der Landeszentrale



67

Die Landeszentrale hat bei 67 im Jahr 2016 ausgestrahlten Sendungen/Programnteilen aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Verstoß gegen die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) ausging, bat sie den Anbieter um Stellungnahme. Der Anbieter distanzierte sich zwar inhaltlich von der Auffassung der Landeszentrale, kündigte jedoch gleichzeitig an, Maßnahmen zu ergreifen, um zu verhindern, dass künftig vergleichbare problematische Inhalte ausgestrahlt werden. Daher verzichtete die Landeszentrale im vorliegenden Fall auf eine förmliche Beanstandung der Sendung, wies den Anbieter aber schriftlich darauf hin, bei Sendungen aus dem Themenbereich „Sexualität und Erotik“, besonders bei einer Ausstrahlung vor 23:00 Uhr, ein spezielles Augenmerk auf jüngere Hörer zu legen.

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 Programmebeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen Hörfunkanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden sowie im Rahmen von regelmäßigen Programmanalysen Werbung. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Dabei

hat die Landeszentrale bei insgesamt 67 im Jahr 2016 ausgestrahlten Sendungen/Programnteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. In 38 Fällen wurden mögliche Verstöße gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot problematisiert. In 13 Fällen wurde ein Anfangsverdacht eines Verstoßes gegen das Schleicherwerbverbot festgestellt, weitere 12 Fälle betrafen die Sponsoringvorgaben.

Auch im Jahr 2016 konnte ein weiterer Rückgang der Verstöße gegen die Sponsoringvorgaben festgestellt werden, die vor wenigen Jahren noch Gegenstand einer großen Zahl von Aufsichtsverfahren waren. Das dürfte auch darauf zurückzuführen sein, dass zum einen durch die vor einigen Jahren entwickelte „Checkliste Hörfunksponsoring“ und zum anderen durch das teilweise intensiv in Anspruch genommene Beratungsangebot der Landeszentrale in vielen Fällen bereits im Vorfeld offene Fragen geklärt werden konnten.

Im März 2016 wurde dem Medienrat der Landeszentrale zum mittlerweile sechsten Mal der gegenwärtig alle zwei Jahre erstellte Werbebericht vorgelegt. Er gibt Aufschluss über die Aufsichtsverfahren der Landeszentrale im Bereich Werbung. Neben einem Überblick über werberechtliche Schwerpunktthemen und Entwicklungen werden auch kurz die einzelnen Aufsichtsfälle dargestellt.

Fernsehen und Telemedien

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 Teleshoppingangeboten.

Lokales/Regionales Fernsehen

Nähere Informationen über die Programme mit Kontaktdaten, Sendezeiten, Verbreitungsgebiet und Gesellschaftsstruktur erhalten Sie per → [Klick auf den Programmnamen](#).

18 lokale TV-Programme waren Ende 2016 in Bayern auf Sendung. Das vielfältige Programmangebot des lokalen Fernsehens wird erweitert durch zehn TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme sind analog und digital im Kabel und über digitalen Satelliten zu empfangen sowie seit April 2015 auch vollumfänglich über das IPTV-Angebot Entertain der Deutschen Telekom. Das Programm münchen2 wird nur im Kabelnetz München verbreitet.

Weitere acht Programme wurden 2016 ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. Acht 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.

Lokale Fernsehangebote in Bayern

Landesweite Fernsehfensterprogramme

- Sat.1 Bayern
(Sa. 17:00–18:00 Uhr auf Sat.1)
Spartenanbieter:
Evangelisches Fernsehen efs
- TV Bayern live
(Sa. 17:45–18:45 auf RTL)
Spartenanbieter:
Sankt Michaelsbund

Lokales Internet-TV

- altötting-tv
- badminton.tv
- SW-N.TV Schweinfurt
- iTV Coburg
- muehldorf-tv
- pafnet.tv
- tvschool21
- allround.tv

Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

Bad Steben

- Frankenwald TV

Coburg

- Infokanal Coburg/tvo

Herzogenaurach

- Herzo TV

Ludwigstadt

- Infokanal Ludwigstadt

München

- Airport TV

Neustadt b. Coburg/Rödental

- nec tv

Trebgast

- Antenne Trebgast

Diverse Krankenhäuser

- Klinik Info Kanal (KIK)



Programme mit
Genehmigung der BLM
Stand 31.12.2016

Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2016 51 bundesweite Fernsehprogramme und sechs Teleshoppingsender. Das Programm Motorvision HD sendete mit einer Genehmigung der Landeszentrale über Satellit, richtet sich aber an Zuschauer in anderen europäischen Ländern. Sechs Fernsehprogramme verfügten über eine Genehmigung der Landeszentrale, waren aber zu diesem Zeitpunkt nicht auf Sendung.

Bundesweite Fernsehprogramme

- amazing discoveries tv
(Verbreitung über Internet)
- Animal Planet
- Anixe SD
- Boomerang
- Cartoon Network
- Classica
- blizz (Verbreitung über Internet)
- Der Aktionär TV
(Verbreitung über Internet)
- Discovery Channel
- Disney Junior
- Disney XD
- Donnerstag Abend
(Verbreitung über Internet)
- FCB.TV (Verbreitung über Internet)
- GoldStar TV
- History
- Hyperraum.TV
(Verbreitung über Internet)
- isarrunde / spreerunde
(Verbreitung über Internet)
- kabel eins
- Latizón TV (Verbreitung über Internet)
- MGM Channel
- Motorvision TV
- My Team TV Basketball
- My Team TV Eishockey
- N24
- N24 Doku
- Romance TV
- Sky.de

- Sky 1
- Sky Arts
- Sky Event
- Sky Cinema Family
- Sky Cinema Hits
- Sky Fanzone
- Sky Bundesliga
- Sky Krimi
- Sky Sport 1
- Sky Sport 2
- Sky Sport 3 HD
- Sky Info (bis 31.07.17)
- Sky Sport News HD
- Sport1
- Sport1+
- Sport1 Livestream
- Sport1 US
- SPOX.com (Verbreitung über Internet)
- Tele 5
- TLC
- TNT Film
- TNT Comedy
- TNT Serie
- Welt der Wunder

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

- Motorvision HD (verbreitet in Griechenland, Rumänien, Frankreich, Slowenien)

Pilotprojekte zur Erprobung von Ultra-HD-Sendungen

- HD-Plus
- Sky Ultra HD

Nicht auf Sendung

- 3D The Channel
- All-TV
- CineHome
- Disney XD Schweiz
- MGM Channel Southern Europe
(verbreitet in Italien, Malta, Monaco, San Marino, Vatikan-Stadt und in der Schweiz)
- Sky Sport HD Extra

Teleshoppingsender

- 1-2-3.tv
- HSE24
- HSE24 Extra
- HSE24 Trend
- ManouLenz
- Shop300

Stand 31.12.2016

Genehmigungen

Der Medienrat der Landeszentrale hat im Juli 2016 fünf bundesweite TV-Angebote nach der zu diesem Zeitpunkt gültigen Rechtslage befristet für die Dauer von acht Jahren genehmigt. Nach der zum 1. September 2016 in Kraft getretenen Änderung des BayMG gelten diese Genehmigungen nunmehr als unbefristet erteilt.

N24 Doku

Der Welt24 GmbH, die sich zu 100 Prozent im Besitz der Axel Springer SE befindet, wurde die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des frei empfangbaren Informationsspartenprogramms N24 Doku erteilt. Die thematischen Schwerpunkte der Reportagen und Dokumentationen sind History, Technik und Umwelt. Die Dokumentationsstrecke ist dabei inhaltlich weitgehend identisch mit dem Programm N24, sie wird jedoch zeitversetzt ausgestrahlt. In der Zeit, in der auf N24 Nachrichten gesendet werden, werden auf N24 Doku ebenfalls Dokumentationen, eigenproduzierte Magazine oder Reportagen gezeigt. N24 Doku ist am 17. September 2016 über Satellit, im digitalen Kabel und über IPTV auf Sendung gegangen.

Sky Cinema Family und Sky Sport 3 HD

Mit Sky Cinema Family (beantragt als Sky F, zwischenzeitlich umbenannt) und Sky Sport 3 HD sind im August 2016 zwei weitere Pay-TV-Programme der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG mit Genehmigung der Landeszentrale bundesweit über Satellit auf Sendung gegangen. Im Programm von Sky Cinema Family werden rund um die Uhr Spielfilme für die ganze Familie ausgestrahlt. Sky Sport 3 HD ist als durchgängiges Live-Sport-Angebot konzipiert.

Die Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Sky Deutschland GmbH (vormals Sky Deutschland AG). Ihr Mutterkonzern Sky plc. bezeichnet sich als Europas führender Unterhaltungskonzern mit 21 Mio. Kunden in Italien, Deutschland, Österreich, Großbritannien und Irland.

MyTeam TV-Basketball und MyTeam TV-Eishockey

Der thinXpool TV GmbH wurde die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung der Fernsehspartenangebote Basketball-Kanal und Eishockey-Kanal (Arbeitstitel, zwischenzeitlich umbenannt in MyTeam TV-Basketball und MyTeam TV-Eishockey) live im Internet sowie über Entertain (jeweils 3 Kanäle), das IPTV-Angebot der Telekom, erteilt. Beide Kanäle gingen am 1. September 2016 auf Sendung. MyTeam TV-Basketball überträgt die Basketballspiele der BBL (Beko Basketball Bundesliga), MyTeam TV-Eishockey die Eishockeyspiele der DEL (Deutsche Eishockey Liga). Sämtliche

Anteile an der thinXpool TV GmbH hält ihr Geschäftsführer, der TV-Journalist Albrecht Schmitt-Fleckenstein.

Verlängerung von Genehmigungen

Verlängert wurden die Genehmigungen der folgenden bundesweiten Programme:

- GoldStarTV (Mainstream Media AG)
- Romance TV (Romance TV GmbH & Co. KG)

Auch diese gelten aufgrund der oben beschriebenen Gesetzesänderung nun unbefristet.

Terrestrische Verbreitung

bundesweiter Programme – DVB-T

Die Verbreitung des Programmangebots Eurosport auf einem Programmäquivalent der drahtlosen Fernsehkanäle K 34 in München und K 60 in Nürnberg wurde im Frühjahr 2016 bis zum 31. Dezember 2016 genehmigt. Veranstaltet wird das Programm von der Eurosport S.A.S, die in Deutschland durch die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG vertreten wird.

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

N24

Sämtliche Anteile am Veranstalter von N24, der WeltN24 GmbH hält die Axel Springer SE. An dieser hat die General Atlantic Coöperatief U.A. im Zuge der Ausgabe neuer Aktien eine Beteiligung in Höhe von 8,3 Prozent erworben. Die Anteile der übrigen Aktionäre haben sich infolgedessen reduziert.

Sport1, Sport1+, Sport1 Livestream, Sport1 US

Die Constantin Sport Holding GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der Constantin Medien AG, ist im Besitz sämtlicher Anteile der Sport1 GmbH, dem Veranstalter von Sport1, Sport1+, Sport1 Livestream und Sport1 US. Die Constantin Sport Holding GmbH hat 2016 eigene Aktien, die hauptsächlich über die Highlight Communications AG gehalten wurden, verkauft. Als neue Aktionäre sind die Highlight Event and Entertainment AG (13,6 Prozent) sowie die DHV GmbH (6,7 Prozent) hinzugetreten.

Dr. Dieter Hahn hat seinen unmittelbaren Aktienanteil auf 4,5 Prozent reduziert. Anteilsverschiebungen sind auch bei anderen Aktionären eingetreten: Die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte hat ihren Anteil auf 4,7 Prozent, Herr Bernhard Burgener hat seinen Anteil

auf 6,6 Prozent reduziert. Der Streubesitz beläuft sich aktuell auf 45,8 Prozent, die KF 15 GmbH hält unverändert 18,1 Prozent der Anteile.

kabel eins

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist unmittelbare Gesellschafterin der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, welche das Vollprogramm kabel eins verbreitet. Die Mehrheit der Anteile befindet sich im Streubesitz. Die Invesco Ltd. hat durch Aktienzukäufe eine Beteiligung in Höhe von 5,06 Prozent der stimmberechtigten Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE erworben. Zudem wurden weitere, geringfügige Beteiligungsveränderungen angezeigt, welche die Capital Group Companies, Inc. und die BlackRock, Inc. betreffen. Insgesamt bleiben die Gesellschaftsanteile der ProSiebenSat.1 Media SE damit auch weiterhin breit gestreut.

Technische Verbreitung Fernsehen



Eine Übersicht über
alle genehmigten
TV-Angebote finden
Sie auf Seite 53–55.

Der Fernsehempfang über Breitbandkabel ist, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2016 zum ersten Mal nach drei Jahren des kontinuierlichen Rückgangs um 1,1 Prozentpunkte auf 38,1 Prozent wieder leicht angestiegen. Dagegen ist der Anteil der Bevölkerung, der Satellitendirekttempfang nutzt, um 0,9 Prozentpunkte auf 56,4 Prozent zurückgegangen. Über IPTV empfangen unverändert 3,0 Prozent ihre Programme. Ausschließlich über DVB-T (Digitalfernsehen terrestrisch) wurde – bezogen auf ganz Bayern – Fernsehen im Jahr 2016 von 2,5 Prozent der bayerischen Zuschauer empfangen (Vorjahr: 2,7 Prozent). Auch in den Versorgungsgebieten München und Nürnberg, in denen der Empfang durch private Programmangebote deutlich attraktiver als in den Empfangsgebieten mit ausschließlich öffentlich-rechtlichen Angeboten ist, ist die Zahl der TV-Haushalte, die ausschließlich den DVB-T-Empfang nutzen, mit 6,7 bzw. 3,9 Prozent rückläufig.

Bevorzugt wird DVB-T jedoch für Zweit- und Drittgeräte (mobil/portabel) genutzt. Durch Mehrfachnutzung der Übertragungswege sind es tatsächlich 22,7 Prozent (Vorjahr: 26,5 Prozent) der Personen in bayerischen TV-Haushalten, die das digitale Antennenfernsehen DVB-T nutzen. In den Empfangsgebieten München sehen ca. 31,5 Prozent und im Großraum Nürnberg 28,2 Prozent unter anderem über DVB-T fern.

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

- ARD (Das Erste)¹
- Phoenix¹
- ARTE¹
- EinsPlus¹
- ZDF¹
- 3sat¹
- ZDFinfo¹
- KiKA + zdf_neo¹
- Bayerisches Fernsehen¹
- ARD-alpha¹
- Sat.1 (inkl. 17:30 Sat.1 Bayern)
- ProSieben
- kabel eins
- N24
- sixx
- Eurosport
- ProSieben MAXX
- TLC

DVB-T-Programmangebot in der Region München/Südbayern

- Sat.1 Gold
- Tele 5
- DMAX
- SWR Fernsehen¹
- Tagesschau24¹
- HSE24

DVB-T-Programmangebot in der Region Nürnberg

- mdr Fernsehen¹
- hr Fernsehen¹

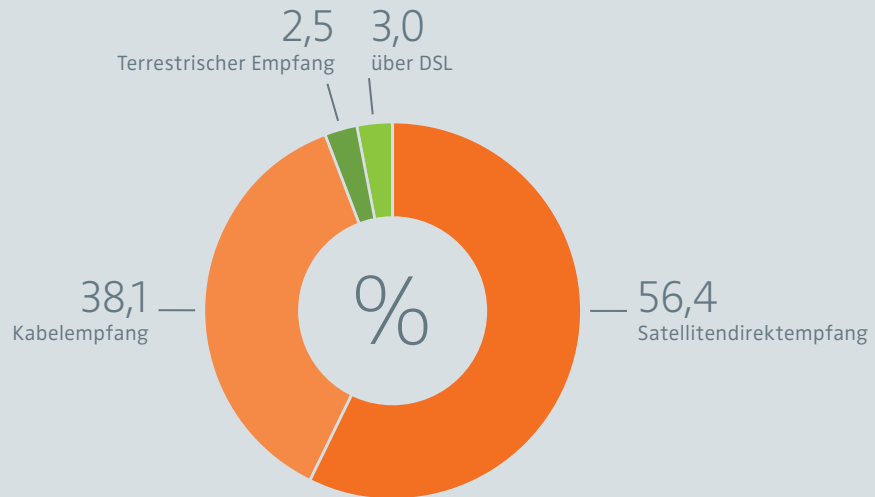
¹ öffentlich-rechtliche Programme
Stand 31.12.2016



1,1%

Der Empfang
über Kabel legt wieder
leicht zu.

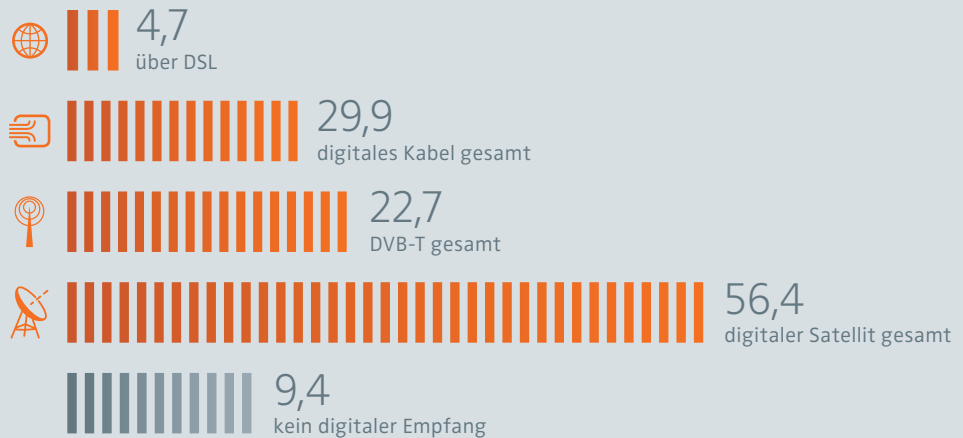
Fernsehhempfang in Bayern 2016



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten
Quelle: Funkanalyse Bayern 2016

Rund 90 Prozent
der Bevölkerung ab
14 Jahren verfügt
über mindestens eine
digitale Empfangs-
möglichkeit.

Digitale Fernsehnutzung in Bayern 2016



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten;
insg. über 100 %, da z. T. mehrere Empfangsmöglichkeiten pro HH
Quelle: Funkanalyse Bayern 2016

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, Vodafone Kabel Deutschland, wurden Ende 2016 über die eigene Plattform Kabel Digital sowie über Sky ca. 320 Fernseh- und 100 Hörfunkprogramme (öffentlich-rechtliche, private und fremdsprachige Programme) verbreitet. Unter den eingespeisten Programmen befinden sich auch alle bundesweiten privaten Fernsehprogramme, von denen viele nach wie vor auch analog zur Verfügung stehen. Eine Zunahme war wieder bei den HD-Programmen festzustellen, deren Zahl bei rund 100 lag.

Andere Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden ein zum Teil sehr unterschiedliches Angebot. Einige verbreiten die Programme nur digital. Einige wenige, vor allem Antennengemeinschaften, nur analog oder analog mit einer kleinen Auswahl an digitalen Programmen. Ihre Zahl war 2016 jedoch rückläufig und wurde in kleinen Anlagen durch eine rein digitale Verbreitung ersetzt. Kleinere Netzbetreiber bedienen sich oft der Plattform M7, über die etwa 150 Programme (deutsch- und fremdsprachig) – viele davon in HD – verfügbar sind.

Die von der Landeszentrale genehmigten bundesweiten Fernsehprogramme kabel eins, N24, Sport1 und Tele 5 sind über Satellit (ASTRA 19,2° Ost) sowie zum Teil über DVB-T zu empfangen, werden in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist und über die IPTV-Angebote Entertain (Deutsche Telekom) und Vodafone TV verbreitet. Die weiteren genehmigten digitalen Fernsehpro-

gramme (siehe Auflistung Seite 55) sind meist über digitale Plattformen via Satellit, Kabel oder IPTV empfangbar. Darüber hinaus werden diese und viele weitere Programme auch über Streaming-Plattformen wie Zattoo, Magine und waipu.tv verbreitet.

Die Fernsehnutzung ausschließlich über DSL lag 2016 konstant bei 3,0 Prozent.

Der Fernsehempfang in Bayern erfolgte in rund 90 Prozent der Haushalte digital. Die Übertragung über Satellit, Terrestrik (DVB-T) und DSL erfolgt vollständig digital. Der digitale Kabelempfang ist im Vergleich zum Vorjahr von 54,5 auf 75,3 Prozent angestiegen. Die vollständige Abschaltung der analogen TV-Verbreitung im Kabel wird zum 31. Dezember 2018 erfolgen.

Belegung der Kabelnetze

■ Verbreitung in analoger Technik

Sofern ein Kabelnetzbetreiber sich dafür entscheidet, Programme in analoger Technik weiterzuverbreiten, hat er neben acht öffentlich-rechtlichen Programmen auch acht Programme privater Anbieter/Veranstalter einzuspeisen. Dazu gehören die Lokalfernsehangebote im jeweiligen Kabelgebiet sowie die beiden bundesweit verbreiteten Vollprogramme mit bayerischen Fensterprogrammen (derzeit RTL und Sat.1) und vier weitere Fernsehprogramme nach den Vorgaben der → **Kanalbelegungssatzung** (KBS) der Landeszentrale. Hinzu kommt wahlweise ein Teleshoppingprogramm oder ein Telemedium.

In analoge Kabelnetze verpflichtend einzuspeisende Programme

- 3sat
- ARD – DAS ERSTE
- ARD-alpha
- ARTE
- Bayerisches Fernsehen
- Ki.KA
- 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

■ Verbreitung in digitaler Technik

Im Regelfall bildet der in digitaler Technik genutzte Teil von Kabelnetzen eine Plattform im rundfunkrechtlichen Sinne und unterliegt dann den Vorschriften der §§ 50 bis 53b RStV. Die nach den Plattformregeln zu beachtenden Belegungsregeln 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.

Die hierzu in der Sitzung des Medienrats am 15. Dezember 2016 ergangene Entscheidung verlängert die Festlegung der Programme um zwei Jahre bis zum 31. Dezember 2018. Zum gleichen Zeitpunkt endet auch die analoge Verbreitung von Programmen in Bayern. Ab dem 1. Januar 2019 dürfen Programme nur noch in digitaler Technik im Kabel verbreitet werden (vgl. Art. 34 und Art. 41 Abs. 2 Nr. 3 BayMG).

Programmentwicklung

Sport1

Neue finanzstarke Player im Markt, wie DAZN und Amazon, machten → **Sport1** im Jahr 2016 Konkurrenz bei dem Erwerb wichtiger Rechte für Sportübertragungen. Besonders beim Fußball machte sich der verstärkte Wettbewerb bemerkbar. Sport1 musste hier die Rechte für die 2. Bundesliga, die seit Jahren ein fester Bestandteil im Programm des Senders waren, an die Konkurrenz (Sky) abgeben. Bei den Übertragungsrechten für die Fußball-Regionalliga konnte sich der Sender mit den vier Fußball-Regional-Verbänden auf eine weitere Zusammenarbeit verständigen. Zudem konnte sich Sport1 die Übertragungsrechte der Fußball-Nationalmannschaft der Frauen sichern. Der Sender löst damit Eurosport als Rechteinhaber ab. Geplant ist, dass Sport1 bis einschließlich der Saison 2017/18 bis zu 22 Live-Partien pro Spielzeit im Free-TV überträgt.

Auch für die Sportarten Eishockey, Handball und Darts konnte sich der Sender die Übertragungsrechte für die nächsten Jahre sichern.

Sportliche Highlights im Programm von Sport1 waren 2016 die Weltmeisterschaften im Eishockey und Darts sowie die Europameisterschaften in Fußball und Handball.

Trotz der Bemühungen des Senders möglichst viele Sendungen mit Sportinhalten und Live-Übertragungen ausstrahlen, war auch 2016 die Ausstrahlung von Gewinnspielshows zur Refinanzierung der teuren Sportrechte unverzichtbar.

kabel eins

Der Programmschwerpunkt des Senders → **kabel eins** liegt auf Spielfilmen und Serien. Auch 2016 war hier die Rolle von kabel eins innerhalb der ProSieben-Sat.1-Sendergruppe klar definiert: Sat.1 als großer Familiensender zeigt die neuen Serien, kabel eins strahlt altbewährte Serien aus, wie z. B. „The Mentalist“, „Blue Bloods“ und „Navy CIS“. Auch bei den Spielfilmen setzte der Sender unter dem Label „Die besten Filme aller Zeiten“ auf verlässliche Klassiker.

Bei den Eigenproduktionen stockte kabel eins 2016 sein Angebot weiter auf. Der Erfolg der neuen Formate war aber durchwachsen. So flopten die Doku-Soaps „Vom Spinner zum Gewinner“ und „Die härtesten Jobs der Welt“ sowie die neuen Geschichten mit Toto & Harry. Ausgeglichen werden konnte dies mit den beiden erfolgreichen Doku-Soaps um Tamme Hanken (alias der „Knochenbrecher“) und Frank Rosin. Für 2017 sind weitere Eigenproduktionen geplant.

Tele 5

Weil es mit Spielfilmen und Serien alleine schwierig ist, Aufmerksamkeit zu erzeugen, bringt sich der Sender → **Tele 5** immer wieder mit ungewöhnlichen Formaten ins Gespräch. 2016 versuchte Tele 5 mit der Karaoke Show „Sing Dein Ding“ und der Sendung „Boccia Boccia“ (Slow TV: Slow-Motion-Bilder zur Musik von Richard Dorfmeister) Fernsehunterhaltung neu zu definieren. In dem neuen Format „Old Guys on Tour“ suchten vier

TV-Urgesteine (Jörg Draeger, Frederic Meisner, Björn-Hergen Schimpf und Harry Wijnford) auf dem Jakobsweg nach Sinnhaftigkeit und Entschleunigung. Zur Fußball-Europameisterschaft wurde der bewährte Comedy-WM-Talk von 2015 „Höggschde Konzentration“ neu aufgelegt: Als animierte Zeichentrickfiguren diskutierten Jerome Boateng, Thomas Müller und Mehmet Scholl mit Bundestrainer Jogi Löw das aktuelle Geschehen rund um das Turnier.

Im Film-Bereich hat Tele 5 2016 wieder auf Produktionen aus aller Welt gesetzt. Zum ersten Mal im deutschen Fernsehen war etwa der amerikanische Zeichentrickfilm „El Superbeasto“ zu sehen, in dem Oliver Kalkofes und Martina Hills Stimmen zu hören sind. Aus Asien kommen Produktionen wie „The Admiral – Roaring Currents“, Südkoreas größter Kinoerfolg, sowie „Out of Inferno“ oder „Die letzte Schlacht am Tigerberg“ aus China, die allesamt in deutscher Erstaussstrahlung gelaufen sind.

Als „der“ Star Trek-Sender schlechthin war Tele 5 2016 bereits zum zweiten Mal Partner von Europas großer Science Fiction Convention, die sich in diesem Jahr dem „Star Trek“-Jubiläum verschrieben hatte. Der Sender berichtete über diesen Event mit Livestreams von der Veranstaltung. Anlässlich des 50. Geburtstags von „Star Trek“ zeigte der Sender die alten Originalserien von „Raumschiff Enterprise“ aus den 1960er Jahren und die animierte Star-Trek-Serie „Die Enterprise“.

N24

Auch im Jahr 2016 stand wie schon in den Vorjahren bei → **N24** die Integration von „Welt“ und „N24“ im Vordergrund. Um die Verbreitung und Auffindbarkeit des Senders zu sichern, wurde die geplante Umbenennung des Senders wegen der anstehenden Analogabschaltung in den Kabelnetzen und den Veränderungen bei der digitalen Terrestik auf 2018 verschoben. 2016 wurde mit „welt.de“ der Internetauftritt von „Welt“ und „N24“ zusammengeführt. Neben der Umstellung der Webseite bekam der Sender N24 auch ein neues Design.

An der Programmstruktur hat sich 2016 nichts Grundlegendes verändert: von 6:00 bis 13:00 Uhr werden hauptsächlich Nachrichten ausgestrahlt, deren Anteil zum Sendeschluss hin zugunsten von Magazinen und Dokumentationen immer mehr abnimmt. Im Bereich der Dokumentationen ist die Konkurrenz durch neue Sender gewachsen. Als Antwort auf die neuen Doku-Kanäle startete die WeltN24 GmbH 2016 den Sender N24 Doku. N24 und N24 Doku sollen sich ergänzen: Die N24-Nachrichtenstrecken werden bei N24 Doku durch Dokumentationen und Reportagen ersetzt und werden auf diesem Kanal um eine Stunde zeitversetzt gezeigt.

Mit ausführlichen Sondersendungen und Live-Berichterstattungen – wie beispielsweise über das Zugunglück in Bad Aibling oder die Präsidentschaftswahlen in den USA – konnte sich der Sender auch 2016 wieder als wichtige Nachrichten-Marke positionieren.

Fernsehnutzung



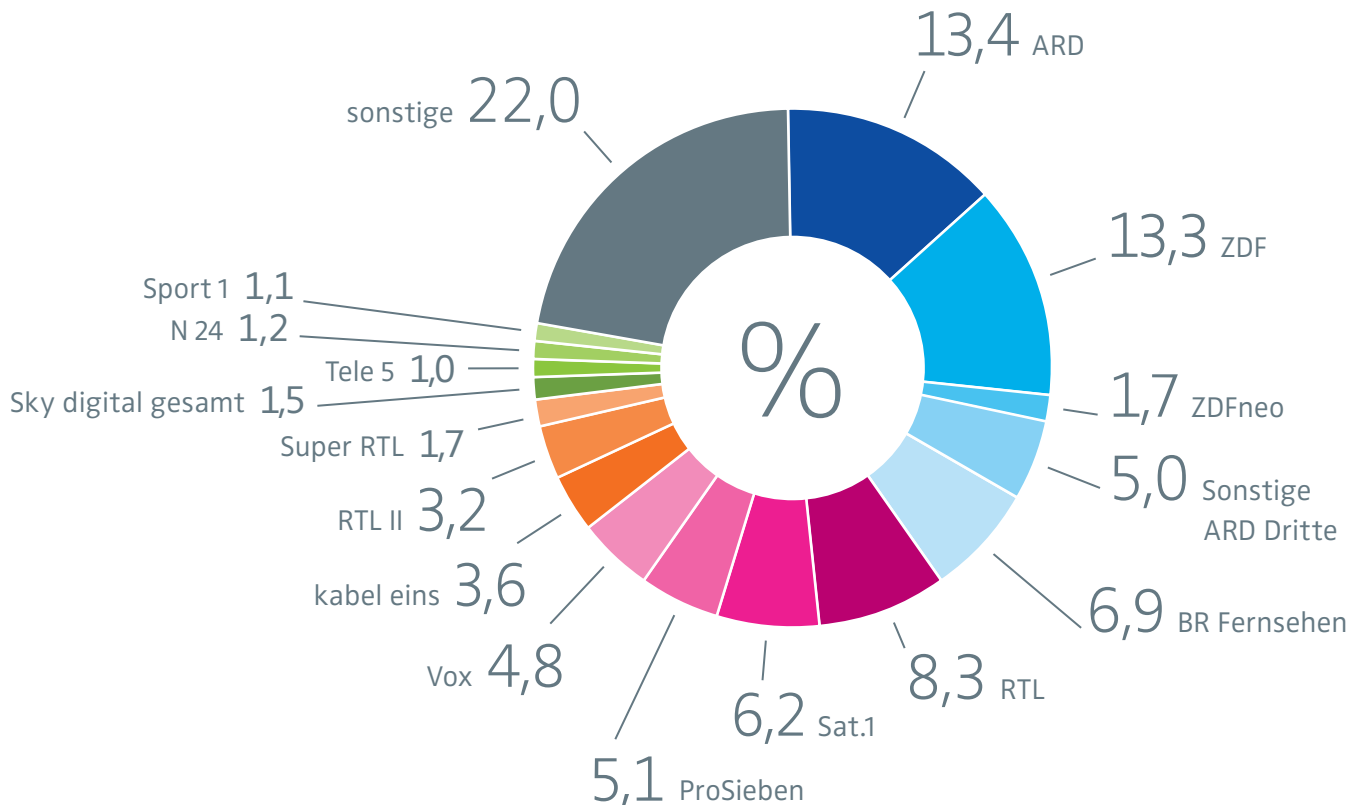
195 Min.

Sehdauer 2016 bei
Zuschauern ab 3 Jahre

2016 wurden an einem durchschnittlichen Wochentag 66,2 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in bayerischen TV-Haushalten durch das Fernsehen erreicht. Die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern ist im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr um eine Minute auf 195 Minuten pro Tag zurückgegangen. In Bayern wird damit nach wie vor deutlich weniger ferngesehen als im Bundesdurchschnitt mit einer täglichen Fernsehreichweite von 68,9 Prozent und einer durchschnittlichen Sehdauer von 223 Minuten.

Bei den Zuschauern ab 3 Jahren in Bayern sind „Das Erste“– Programm der ARD mit 13,4 Prozent Marktanteil und das ZDF mit 13,3 Prozent die am meisten genutzten Fernsehprogramme. Die sieben dritten Fernsehprogramme der ARD erreichen zusammengekommen einen Marktanteil von 11,9 Prozent, von denen 6,9 Prozent auf das Bayerische Fernsehen entfallen. Mit 0,9 bzw. 0,3 Prozentpunkten haben Das Erste und das ZDF die größten Zugewinne im Vergleich zum Vorjahr erzielt, was im Wesentlichen auf die Olympischen Spiele in Rio de Janeiro und die Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen ist.

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2016



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

11,3

RTL war mit 11,3 % Marktanteil erneut Spitzenreiter in der Altersgruppe 14 – 49 Jahre.

Platz vier und fünf im Marktanteils-Ranking geht in Bayern an RTL (8,3 Prozent Marktanteil) und Sat.1 (6,2 Prozent). Dahinter folgen ProSieben (5,1 Prozent) und VOX (4,8 Prozent). Auf Platz acht und neun finden sich wiederum jeweils ein Programm der RTL und der ProSiebenSat1-Gruppe. kabel eins erreicht einen Marktanteil von 3,6 Prozent und RTL II einen Marktanteil von 3,2 Prozent. ZDFneo und Super RTL erreichen jeweils noch einen Marktanteil von 1,7 Prozent.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen waren RTL, ProSieben und Das Erste die erfolgreichsten Programme in Bayern. Der Marktanteil von RTL lag hier bei 11,3 Prozent, ProSieben erreichte 10,4 Prozent und Das Erste 8,2 Prozent.

Entwicklung der Werbeumsätze

Der Bereich des werbefinanzierten Fernsehens hat sich im Jahr 2016 mit einem Umsatzwachstum von 3,1 Prozent wiederum positiver entwickelt als der Werbemarkt insgesamt, der nur um 1,0 Prozent zugelegt hat. Die → **Nettowerbeeinnahmen** der Fernsehsender sind um 138 Mio. € auf 4,560 Mrd. € angestiegen.

Nachdem vom ZAW für 2016 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 RTL II auf der Grundlage der Bruttowerbeeinnahmen mit einer Steigerung um 139,4 Mio. € auf 1.069,7 Mio. € (+15,0 Prozent) den größten monetären Zuwachs verbuchen. ProSieben konnte 2016 ein Plus von 74,6 Mio. € auf 2.544,0 Mio. € (+3,0 Prozent) verzeichnen. Sat.1 steigerte mit einem Zuwachs von 23,9 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 2.247,6 Mio. € (+1,1 Prozent). kabel eins erzielte Bruttowerbeeinnahmen in Höhe von 1.106,9 Mio. € (+3,3 Prozent) und damit 35,3 Mio. € mehr als im Vorjahr. Sport 1 konnte ein Umsatzplus von 52,0 Mio. € auf 384,8 Mio. € erzielen (+15,6 Prozent). Die Bruttowerbeeinnahmen von Tele 5 stiegen um 26,7 Mio. € auf 273,6 Mio. € (+10,8 Prozent). Der Bruttoumsatz von SIXX ist von 235,5 Mio. € auf 265,6 Mio. € gestiegen (+12,8 Prozent). N24 steigerte mit einem Zuwachs von 18,1 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 215,3 Mio. € (+10,8 Prozent). Der Disney Channel steigerte mit einem Zuwachs von 37,1 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 209,3 Mio. €. ProSieben MAXX konnte um 30,8 Mio. € zulegen und erzielte 2016 einen Bruttoumsatz von 149,6 Mio. €. Sat.1 Gold steigerte seinen Bruttoumsatz um 52,0 Mio. € auf 133,7 Mio. € und erzielte damit das größte prozentuale Wachstum (+63,7 Prozent). Insgesamt verzeichneten die nationalen Fernsehanbieter mit Sitz in Bayern mit einem Wachstum von 6,4 Prozent eine etwas ungünstigere Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (+6,8 Prozent brutto).



4,56 Mrd. €



3,1 %

Mit 4,56 Mrd. € sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2016 um 3,1 Prozent gestiegen.

Brutto-Umsätze des Werbefernsehens 2015–2016

Sender	2016 Mio	2015 Mio	Veränderung in %
ARD Gesamt	304,6	284,2	7,2
ZDF	287,5	250,0	15,0
RTL	3.103,1	2.939,8	5,6
Sat.1	2.247,6	2.223,7	1,1
ProSieben	2.544,0	2.469,4	3,0
VOX	1.345,6	1.203,7	11,8
RTL II	1.069,7	930,3	15,0
kabel eins	1.106,9	1.071,6	3,3
Super RTL	307,7	289,5	6,3
n-tv	126,7	117,9	7,5
N24	215,3	197,2	9,2
Sport1	384,8	332,8	15,6
DMAX	370,6	337,0	10,0
Tele 5	273,6	246,9	10,8
Comedy Central	163,2	138,1	18,2
RTL Nitro	135,5	126,4	7,2
SIXX	265,6	235,5	12,8
Disney Channel	209,3	172,2	21,5
Sat.1 Gold	133,7	81,7	63,7
ProSieben MAXX	149,6	118,8	26,0
TV gesamt	14.933,6	13.980,2	6,8

Quelle: Nielsen Media Research



6,4 %

Die nationalen TV-Anbieter mit Sitz in Bayern verzeichneten mit einem Wachstum von 6,4 Prozent eine etwas ungünstigere Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (+ 6,8 % brutto)

Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Lokal-TV 3.0

Bedingt durch die Digitalisierung und Diversifizierung der Medienlandschaft muss sich das Lokalfernsehen in Bayern neuen Herausforderungen stellen, die Veränderungen für Anbieter, Regulierer und Politik gleichermaßen bedeuten. Aus diesem Grund wurde innerhalb der Landeszentrale die Arbeitsgruppe „Lokal-TV 3.0“ gegründet.

Das von der AG 2016 erarbeitete Konzept stellt die Entwicklungen des privaten Lokalfernsehens in Bayern für die nächsten Jahre fachübergreifend dar und zeigt notwendige Handlungsempfehlungen auf, die auch mit Dritten in Expertengesprächen erörtert wurden. Die Analyse erfolgte dabei bereichsübergreifend sowohl aus programmlicher, rechtlicher, technischer und aus medienwirtschaftlicher Sicht. In dem Konzept werden die technischen Rahmenbedingungen für die verschiedenen Verbreitungswege benannt, die wirtschaftlichen Möglichkeiten mit denkbaren alternativen Geschäftsmodellen identifiziert und programmliche Potenziale herausgearbeitet.

Abgeleitet wurden daraus mögliche Entwicklungstendenzen wie auch Innovationsstrategien, um die Zukunftsfähigkeit des lokalen Fernsehens in Bayern zu sichern. Berücksichtigt wurden dabei auch die Personalsituation und die Aus- und Fortbildungsmaßnahmen der Lokal-TV-Anbieter. Als wichtiges Ergebnis der Analyse wurde die dringend erforderliche

staatliche Förderung für Verbreitung und Produktion des Programms herausgestellt.

Die zahlreichen Erkenntnisse und daraus abgeleitete konkrete Handlungsempfehlungen für alle Beteiligten wurden im Laufe des Jahres 2016 im Fernsehausschuss und im Medienrat der Landeszentrale diskutiert, sowie auch mit den Lokalfernsehanbietern und ihren Verbänden erörtert.

Neben der Umstellung auf HD-Verbreitung sollen mit dem Ziel, das Lokalfernsehen in Bayern stetig zu verbessern und zukunftsfähig zu machen, weitere Empfehlungen aus dem Konzept „Lokal-TV 3.0“ im Laufe des Jahres 2017 umgesetzt werden.

Genehmigungen

Regionales Internetfernsehen Altötting

Frau Sabine Brauneis, Altötting, wurde mit Bescheid vom 20.12.2016 die Genehmigung erteilt, ein lokales/regionales Fernsehprogramm mit inhaltlichem Schwerpunkt auf den örtlichen Bereich Altötting über das Internetprotokoll mit bis zu 10.000 zeitgleichen Zugriffen zu verbreiten.

Technische Verbreitung

Lokale Fernsehangebote

Die lokalen und regionalen bayerischen Fernsehprogramme werden in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet über Kabel (analog und digital), Satellit (DVB-S) und IPTV (Entertain) ausgestrahlt. Dazu wird die vor einigen Jahren aufgebaute zukunftsfähige und kostengünstige Infrastruktur genutzt, mit der die über IP-basierte Leitungen gesammelten Programme an den Netzbetreiber Vodafone Kabel Deutschland und Deutsche Telekom übergeben und für die Verteilung über Satellit und Terrestrik vorbereitet werden. Durch das von der Bayerischen Medientechnik GmbH im Auftrag der BLM und der Anbieter betriebene Playout-Center in München können für die verschiedenen Verbreitungswege die HbbTV-Funktionalität und Bereitstellung von SI-Daten für den Elektronischen Programmführer (EPG) vorgenommen werden.

■ Kabel

Ein wichtiger Verbreitungsweg für lokale/regionale Programme war auch im Jahr 2016 das Breitbandkabel. Alle bayerischen Kabelhaushalte von Vodafone Kabel Deutschland sind in der Lage, mindestens ein originäres lokales Fernsehprogramm analog und digital zu empfangen. Auch bei den anderen Kabelnetzbetreibern werden lokale/regionale Programme analog und digital verbreitet. Ebenso werden die lokalen RTL-Fenster analog und digital in die Kabelnetze von Vodafone Kabel Deutschland und TeleColumbus/KMS eingespeist.

Seit 2016 werden drei lokale TV-Programme auch in HD im Kabel verbreitet.

Bereits Ende 2015 startete die HD-Verbreitung von münchen.tv im Kabel, 2016 folgten die Anbieter RegionalFernsehen Oberbayern und Tele Regional Passau 1.

■ IPTV

Seit 2015 werden im IPTV-Angebot Entertain der Deutschen Telekom alle bayerischen Lokal-TV-Programme (Ausnahme: Regio TV Schwaben) verbreitet. Gut auffindbar sind die Programme durch ein lokales TV-Portal auf dem EPG-Platz 20, von wo aus zu den einzelnen Programmen navigiert werden kann.

■ 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 rund die Hälfte der Haushalte im Empfangsgebiet ihr Lokalfernsehprogramm digital via ASTRA empfangen können.

■ DVB-T / DVB-T2 HD

Seit Mai 2015 werden über DVB-T in München und Nürnberg keine Lokalfernsehprogramme mehr, sondern nur noch das bayerische Sat.1-Fensterprogramm ausgestrahlt. Die Ausstrahlung

der Lokalfernsehprogramme in München und Nürnberg wurde aus wirtschaftlichen Gründen eingestellt.

Am 31. Mai 2016 startete in München und Nürnberg die erste Phase der Programmverbreitung im neuen DVB-T2 HD Format. In dieser ersten Phase wurden auf einem Kanal sechs bundesweite HD-Programmsignale ausgestrahlt. Für den künftigen Regelbetrieb ab März 2017 sind auch bei DVB-T2 HD die SAT.1- und RTL-Fensterprogramme beteiligt.

■ 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 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 Lokal-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)“. Über das Lokal-TV-Portal können derzeit lokale Angebote aus Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen aufgerufen werden.

Mit der kostenlosen Lokal-TV-App (bzw. auch der Lokal-Hörfunk-App) der BLM können die Streaming- und Mediathek-Angebote der lokalen bayerischen Rundfunkangebote auf mobilen Endgeräten (iOS und Android) empfangen werden. Die Streaming-Angebote aller bayerischer Lokal-TV- und Lokal-Hörfunk-Angebote werden vom BLM-Zentralserver fortlaufend geprüft und auftretende Ausfälle angezeigt. Damit wurde die Basis für eine verstärkte Präsenz bayerischer Rundfunkangebote im Internet und auf mobilen Endgeräten (Smartphone und Tablets) geschaffen.

Die kostenlose Lokal-TV-App der BLM ermöglicht den Empfang der Lokal-TV-Angebote auf mobilen Endgeräten.

Lokal-TV-Programme über Kabelnetze in Bayern

Lokal-TV-Programme über Satellit

Lokal-TV-Portal (Kanal 99)

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

24 Stunden

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

6 Stunden 18–24 Uhr

rfo

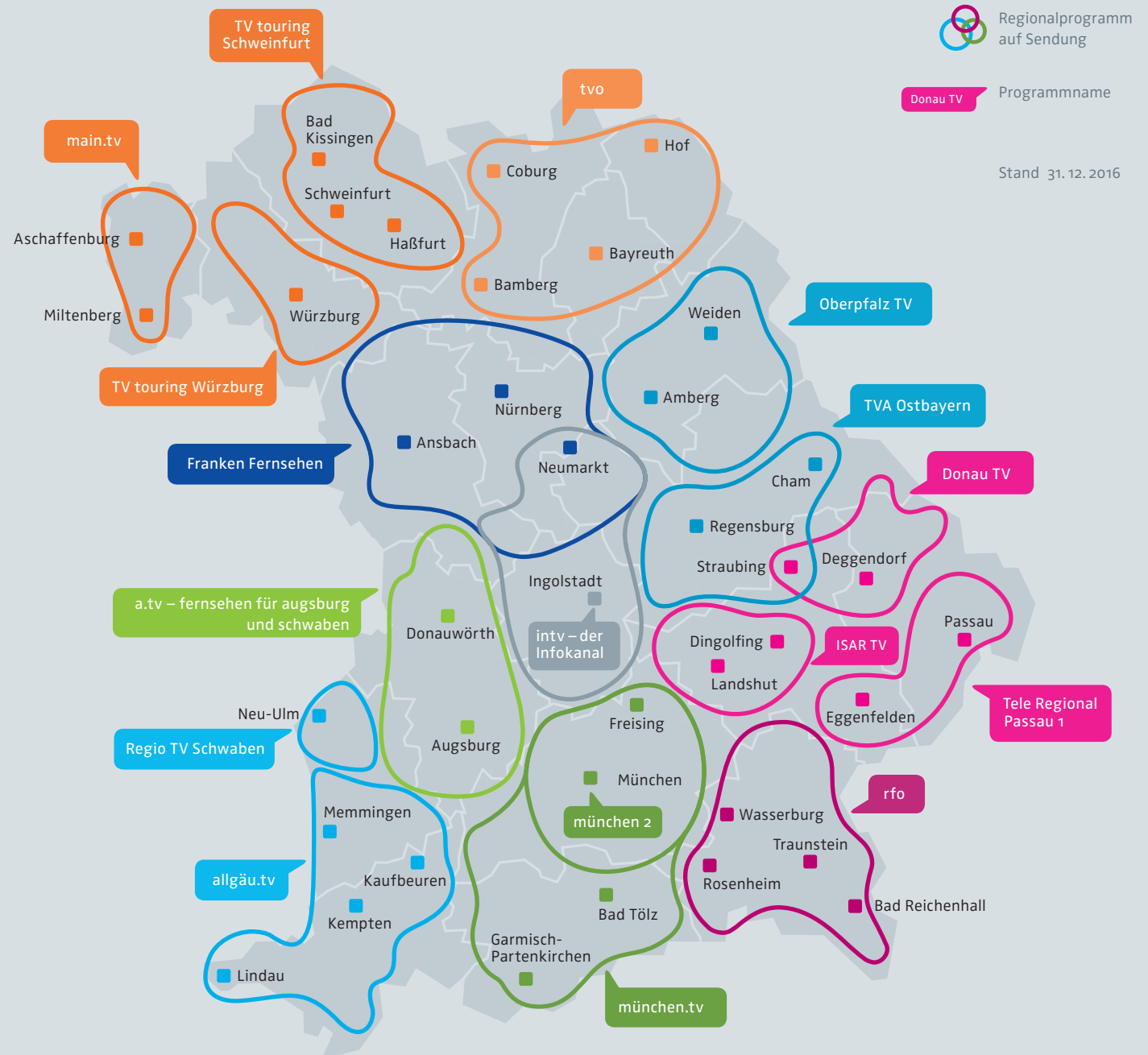
Oberbayern

intv

Oberbayern

allgäu.tv RegioTV

Schwaben



Bayerische Fernsehfenster

Neben den lokalen Fernsehfenstern in RTL werden auch landesweite Fernsehfenster in RTL (Samstag 17:45 bis 18:45 Uhr) und Sat.1 (Montag bis Freitag 17:30 bis 18:00 Uhr und Samstag 17:00 bis 18:00 Uhr) analog und digital im Kabel verbreitet. Das bayernweite Sat.1-Fenster („17:30 Sat.1 Bayern“) war 2016 via DVB-T in München/Südbayern und Nürnberg sowie bereits seit 2011 auch digital via Satellit verfügbar und ist auch im IPTV-Angebot Entertain enthalten.

Da die HD-Verbreitung immer mehr an Bedeutung gewinnt und immer mehr Haushalte in Deutschland die Vorzüge des hochauflösenden Fernsehens nutzen, wird Sat.1 mit bayerischem Fensterprogramm im Kabelnetz von Vodafone Kabel Deutschland zudem in HD-Qualität verbreitet.

Fernsehnutzung

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2016 wurden im Auftrag der BLM und der bayerischen Anbieter von TNS Infratest MediaResearch 16.130 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern durchgeführt. Neben den Reichweiten-daten wurden auch Daten 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 Fernsehprogramme (Mo – Fr) mit 14,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2015: 15,3 Prozent) um einen Prozentpunkt zurückgegangen.

An einem durchschnittlichen Werktag erreichten die lokalen Fernsehprogramme 2016 856.000 Personen und damit 23.000 Zuschauer weniger als im Vorjahr (2015: 879.000). In Kabelhaushalten liegt die Reichweite der lokalen TV-Stationen bei 13,7 Prozent (556.000 Zuschauer Mo – Fr).

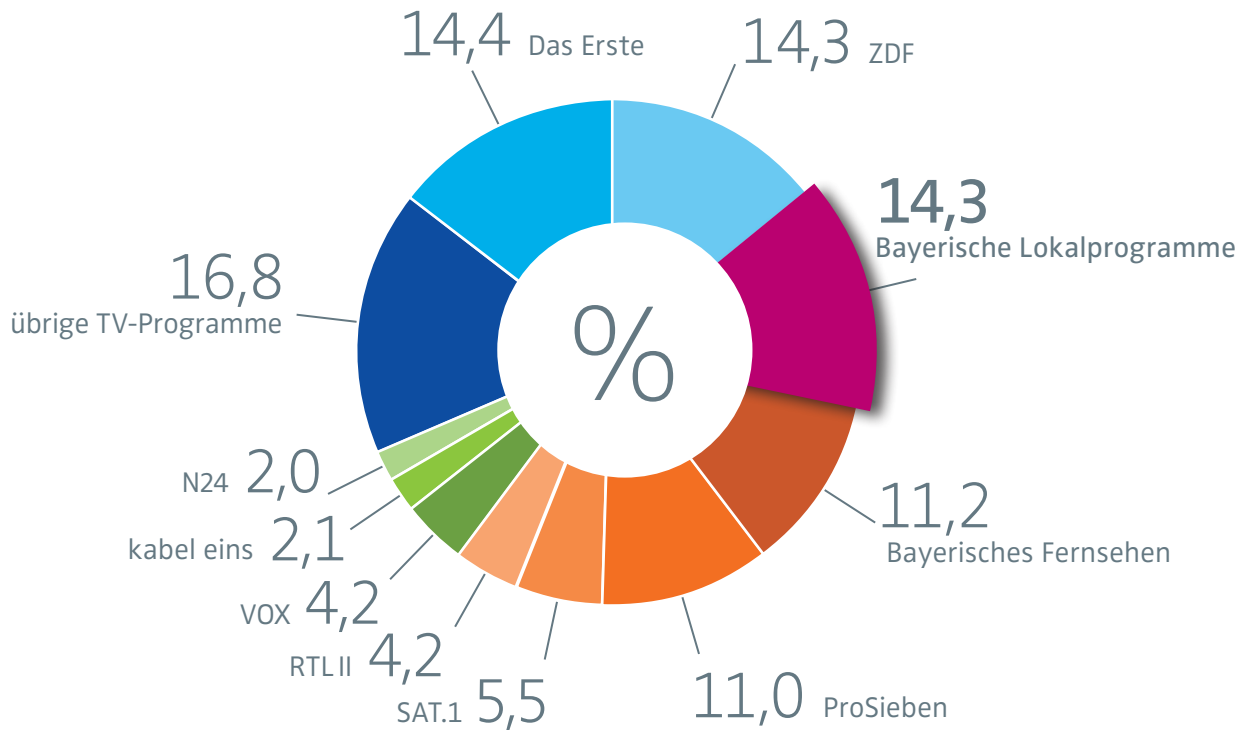
In den Empfangshaushalten in ihren Versorgungsgebieten erzielten die lokalen Fernsehangebote an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 9,9 Prozent (856.000 Personen). Spitzenreiter bei der prozentualen Reichweite in Empfangshaushalten sind Oberpfalz TV mit 16,3 Prozent, a.tv – Fernsehen für Augsburg und Schwaben mit 16,0 Prozent und intv Regionalfernsehen (Ingolstadt) mit 13,2 Prozent.



16,3

Spitzenreiter 2016 war Oberpfalz TV mit einer Tagesreichweite von 16,3 Prozent.

Marktanteil 2016 Lokalprogramme im RTL-Fenster



Basis: Montag bis Freitag, 18:00 bis 18:30 Uhr; Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2016

Auch das landesweite Fensterprogramm „Sat.1 Bayern“ musste mit einem Marktanteil von 10,8 Prozent in seiner Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr (Mo – Fr) im Vergleich zum Vorjahr (12,4 Prozent) einen Rückgang von 1,6 Prozentpunkten hinnehmen. Allerdings konnte Sat.1 Bayern in der Tagesreichweite Zuschauer hinzugewinnen (+10.000) und wurde im Jahr 2016 von durchschnittlich 291.000 Zuschauern ab 14 Jahren gesehen.

Programminhalte

Im Jahr 2015 wurde die Funkanalyse Bayern Fernsehen so umgestellt, dass der bis dahin getrennt abgefragte Reichweitenteil und der Programmforschungsteil zusammengelegt wurden. Zusätzlich wurden neue Programmfragen implementiert. Da sich diese methodische Umstellung bewährte, wurde die Funkanalyse Bayern Fernsehen im Jahr 2016 in identischer Form durchgeführt.

Die sehr praxisorientierte Konzeption der qualitativen Fragen ermöglicht den lokalen Fernsehveranstaltern interes-

sante Rückschlüsse zur programmlichen Akzeptanz ihres Angebotes. Durch die nun wieder gegebene Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Ergebnissen des Vorjahres waren weitere tiefere und intensivere Auswertungen möglich.

Festgestellt werden kann auf Basis der Ergebnisse der Funkanalyse Fernsehen 2016, dass sich Lokalfernsehen im Markt eindeutig durch seine „Informationen aus der Region“ positioniert. 56,1 Prozent sagen, diese gefallen „sehr gut“ oder „gut“. Verbesserungspotenzial gibt es aus Sicht der Zuschauer aber, was die „Informationen aus dem Wohnort“ (29,6 Prozent) betrifft. Hier zeigt sich im Vergleich mit dem Vorjahr, dass sich die Bewertung durch die Zuschauer nicht verbessert hat.

Die besten Imagewerte erzielt Lokalfernsehen in Bayern bezüglich der Items „glaubwürdig“, „sympathisch“ und „aktuell“. Trifft „voll und ganz zu“ sagen hierzu 81,9 Prozent, 79,2 Prozent und 78,7 Prozent des Weitesten Seherkreises. Die sehr positive Bewertung dieser Items liegt aber etwas unter den 2015 erzielten Werten. Auffällig ist besonders, dass rund 5 Prozent des Weitesten Seherkreises die Aktualität schlechter als im Vorjahr bewerten.

Kein gutes Image hat Lokalfernsehen weiterhin bei „professionell“ (63,5 Prozent). Auch sagen nur 45,3 Prozent des Weitesten Seherkreises, dass sich Lokalfernsehen von der Machart her nicht von nationalen Fernsehsendern unterscheide. Letzterer Wert hat sich gegenüber dem Vorjahr aber leicht verbessert. Hinsichtlich der Professionalität hat Sat.1 Bayern ein vergleichsweise deutlich besseres Image.

Wirtschaftliche Lage

Lokales/regionales Fernsehen

Bei der Befragung der bayerischen Lokal-TV-Unternehmen zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern im Sommer 2016 durch Goldmedia gaben die Lokalfernseh-Anbieter (ohne Spartenanbieter) an, für das Gesamtjahr 2016 Erträge in Höhe von insgesamt 37,5 Mio. € zu erwarten. Ihre Aufwandserwartung lag für den gleichen Zeitraum bei 36,5 Mio. €. Resultat dieser Einschätzung ist ein Kostendeckungsgrad von Lokalfernsehen in Bayern von 103 Prozent im Jahr 2016.

Die Anbieter gingen damit davon aus, dass sich die positive Geschäftsentwicklung der Vorjahre fortsetzen würde. Seit 2012 war der Kostendeckungsgrad von Lokalfernsehen in Bayern kontinuierlich gestiegen. 2015 hatten die 18 Lokal-TV-Programme in Bayern zum ersten Mal nach fünf Jahren wieder kostendeckend gewirtschaftet. Aufwendungen in Höhe von 36,5 Mio. € standen Erträge in Höhe von 37,2 Mio. € gegenüber. Der Kostendeckungsgrad betrug somit 102 Prozent und verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte.

Die Anbieter erhielten 2016 Fördermittel in Höhe von insgesamt 13,6 Mio. €. Die aus Haushaltsmitteln der BLM bereitgestellten Zuschüsse zur Förderung der Produktionskosten nach Art. 23 BayMG trugen mit 0,84 Mio. € zur Finanzierung bei. Hinzu kamen 9,0 Mio. € aus der Förderung der technischen Verbreitung gemäß Art. 23 BayMG aus Mitteln des Freistaats Bayern sowie 3,8 Mio. € aus dem Finanzierungsbeitrag für die baye-

rischen Fensterprogramme von RTL (s. a. Seite 113 ff.). Die Ertragserwartung der Anbieter zugrunde gelegt, machten Förderbeiträge in 2016 somit 36,3 Prozent der Einnahmen des bayerischen Lokalfernsehens aus.

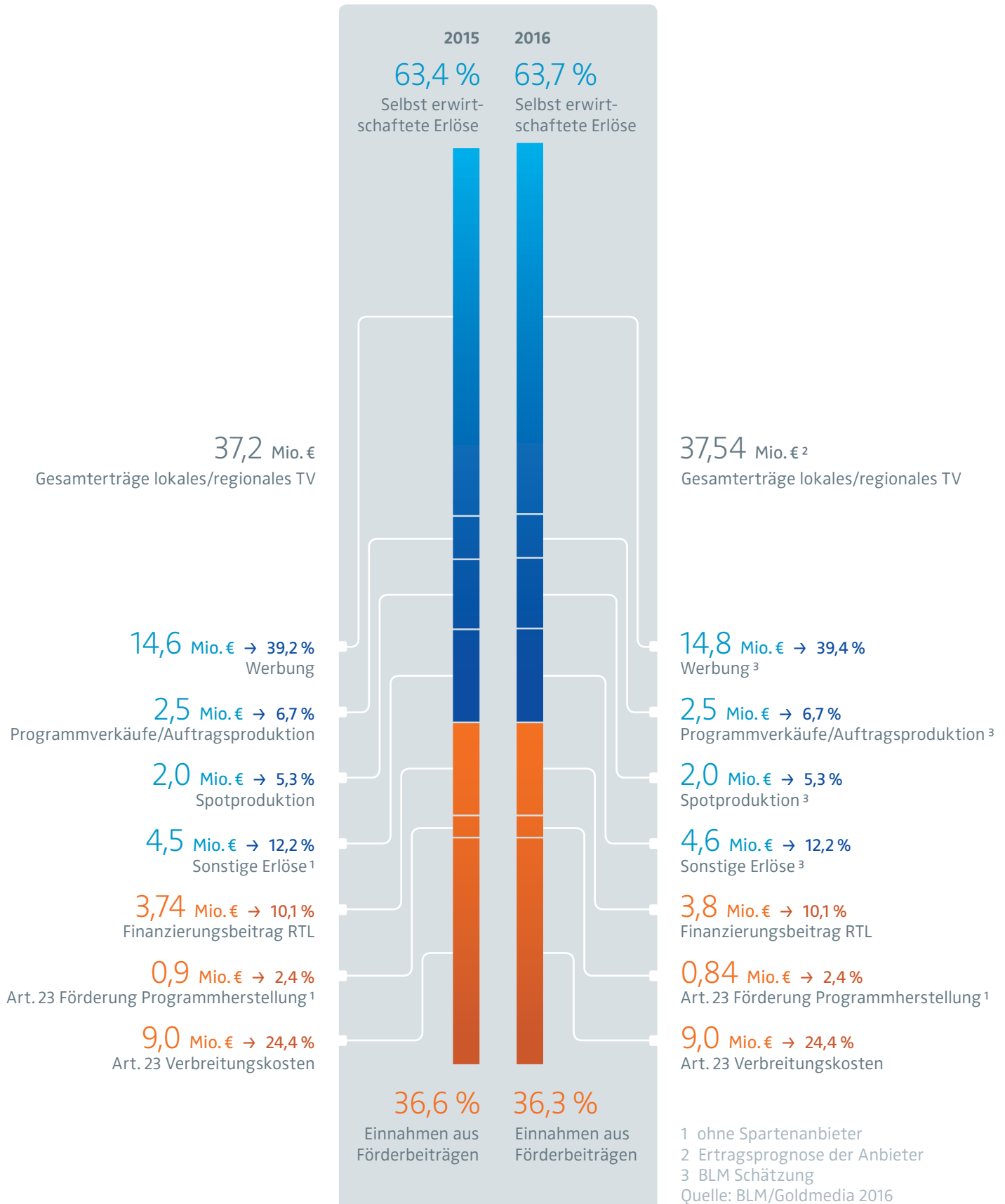
Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfernsehen lag Mitte 2016 bei 573 Mitarbeitern. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Rückgang um 23 Beschäftigte. Fünf Jahre zuvor, 2011, hatte die Gesamtbeschäftigung im bayerischen Lokalfernsehen noch bei 659 Mitarbeitern gelegen.

Landesweites Fernsehen

Die landesweiten Fernsehfensteranbieter im Programm von Sat.1 und RTL (ohne Spartenanbieter) erwarteten laut Goldmedia-Erhebung für das Jahr 2016 Gesamterträge in Höhe von 11,1 Mio. € und Kosten in Höhe von 11,0 Mio. €. Das entspricht einem Kostendeckungsgrad von 101 Prozent. Die Geschäftsentwicklung des landesweiten Fernsehens wäre damit stabil auf Vorjahresniveau geblieben.

Die Gesamtbeschäftigung im landesweiten Fernsehen in Bayern lag Mitte 2016 bei 61 Mitarbeitern. Im Vorjahr waren insgesamt 62 Beschäftigte gezählt worden.

Aus dem Finanzierungsbeitrag von RTL erhielten der Haupt- und der Spartenanbieter des landesweiten Fernsehfensters im Programm von RTL am Wochenende insgesamt 0,95 Mio. € (s. a. Seite 113). Der Finanzierungsbeitrag von Sat.1 an die landesweiten Fensteranbieter wurde wie gehabt auf die vertraglich vereinbarte Finanzierung des Fensters durch Sat.1 angerechnet.

Finanzierungsstruktur des lokalen Fernsehens¹ in Bayern 2015 und 2016 im Vergleich

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. Im Lokalfernsehen gilt es, insbesondere die Erfüllung der Vorgaben des Art. 23 BayMG zu überprüfen. Im Rahmen des Art. 23 BayMG wurden die Lokalanbieter 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 2016 wurden so alle 16 lokalen Sender untersucht, was einen Beobachtungsumfang von 80 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine (2.400 Minuten) sowie weitere rund 175 Special-Interest-Sendungen (ca. 4.000 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. 650 Minuten), ebenso wie von den beiden landesweiten Anbietern jeweils vier Ausgaben beobachtet wurden (480 Minuten).

Qualitative Beobachtung

Neben der Standardbeobachtung wurden 2016 knapp 3.000 weitere Sendeminuten (ohne Sonderprojekt) 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. 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 2016 auf 47 neue Formate im lokalen und im bundesweiten Fernsehen sowie 9 Sonder-sendungen. Einige Formate wurden auch beobachtet, weil Problempotenzial vermutet wurde. In diesem Zusammen-hang wurden von sechs Formaten bei den Lokalsendern jeweils mehrere Ausga-ben beobachtet. Darüber hinaus befasste sich die Landeszentrale auch 2016 mit der Bearbeitung von rund 50 eingegangenen Programmbeschwerden und der Beob-achtung von Gewinnspielen (s. Seite 83).

Als Sonderbeobachtung wurden 2016 die Sportmagazine der 16 Lokalfernseh-anbieter einer umfangreichen, verglei-chenden Analyse unterzogen. Auch die Untersuchung der Programmschnitt-stellen bei den partagierten Lokalfern-sehsatelliten wurde von der Programm-beobachtung 2016 vorgenommen.

Als weiteres Sonderprojekt wurde die Berichterstattung über den Amoklauf von München am 22. Juli 2016 bei ausge-wählten Fernsehsendern jeweils von 18:30–02:00 Uhr untersucht. Jede Krisen-berichterstattung stellt die Fernseh-anbieter vor große Herausforderungen. Im Spannungsfeld zwischen den Erwar-tungen der Zuschauer, der Schnelligkeit im Netz und der eigenen Betroffenheit müssen die Journalisten in unklarer Sachlage ständig Entscheidungen treffen, die hohe Professionalität erfordern. Ausgangspunkt für die Untersuchung war die im Nachgang geäußerte Kritik an der Medienberichterstattung über den Amoklauf und Beschwerden, die dazu bei der Landeszentrale eingingen.

Jugendschutz

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

2016 traf sich erstmals eine Expertenrunde zum Thema „Extremismus im Internet“

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

Prävention und Beratung

Die Landeszentrale hat im Jahr 2016 ihr Präventions- und Beratungsangebot für Anbieter weiter ausgebaut. Es fanden zahlreiche Gespräche mit den Jugendschutzbeauftragten der Fernsehsender und Telemedienanbieter im Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale statt.

Seit 2001 wird einmal jährlich die „Münchner Jugendschutzrunde“ veranstaltet, ein offener Expertenaustausch mit Jugendschutzbeauftragten privater TV-Anbieter sowie Jugendschutzsachverständigen des Bayerischen Landesjugendamtes, des Stadtjugendamtes München sowie des Sozialministeriums. Auch ausgewählte Jugendschutzbeauftragte bayerischer Internetanbieter werden hierzu regelmäßig eingeladen.

Neu ins Leben gerufen wurde 2016 eine Expertenrunde zum Thema „Extremismus im Internet“. Anlass waren aktuelle Entwicklungen im Internet, Bürgerbeschwerden sowie Prüffälle. Auf Einladung der Landeszentrale kamen verschiedene Experten, die mit dem Thema befasst sind, zu einer ersten Gesprächsrunde in der BLM zusammen. Aufgrund der aktuellen Entwicklungen ist es der Landeszentrale ein wichtiges

Anliegen, sich mit Experten anderer regionaler Stellen, die mit dem Thema „politischer Extremismus im Internet“ befasst sind, stärker zu vernetzen. Die Expertenrunde soll in den kommenden Jahren fortgesetzt und eine regelmäßige Einrichtung werden – nicht zuletzt auf Wunsch der eingeladenen Gäste.

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 die von ihr zugelassenen bundesweiten, aber auch die lokalen Anbieter, vornehmlich kabel eins, münchen.tv, münchen.2, Sport1, Tele 5, N24 und ANIXE, die digitalen Programme von Sky, MGM, TNT FILM, TNT Serie, Discovery Channel sowie History.

Das geschieht zum Teil im Vorfeld der Ausstrahlung anhand der Programmvor-schauen über einen Abgleich der Bewertungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) bzw. eventuell vorliegender Ausnahme-genehmigungen 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 Serien-episoden existieren meist mehrere

2016 wurden 2 Verstöße von TV-Sendern und 8 Verstöße von Telemedienanbietern gegen die Bestimmungen des JMStV festgestellt.

Weiterführende Informationen bietet der Jugendschutzbericht 2016 der BLM.



Freigabeentscheidungen zu unterschiedlichen Schnittfassungen. Die Landeszentrale prüft im Nachgang der Ausstrahlung, ob die jeweiligen Sendungen korrekt platziert worden sind. Oft ist hier ein aufwändiger 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, MGM, TNT FILM, TNT Serie, Discovery Channel und History erfolgt neben der inhaltlichen Überprüfung des Programms die Kontrolle der Jugendschutzvorsperre. Grund hierfür sind Ausnahmeregelungen für digitale Anbieter, die – alternativ zu den Sendezeitgrenzen – über eine Jugendschutzvorsperre verfügen.

Im Jahr 2016 wurden insgesamt 42 Filme (Vorjahr: 36 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.

■ Prü fzahlen Fernsehen

Insgesamt konnten im Jahr 2016 die Verfahren zu acht bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen werden. In zwei Fällen stellte die KJM Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV fest. Dabei handelte es sich um eine Episode einer

US-amerikanischen Fantasy-Serie sowie um eine Folge eines Fun- und Actionformats. Die Landeszentrale beanstandete diese Fälle. In sechs Fällen lagen nach KJM-Entscheidung keine Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV vor.

Bis Ende 2016 waren die KJM-Verfahren zu drei weiteren Fällen aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale 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 von ihr genehmigten Rundfunkveranstalter sowie derjenigen Rundfunkveranstalter, die ihren Sitz in Bayern haben. Besondere Bedeutung gewinnen dabei aufgrund ihrer Jugendschutzrelevanz zunehmend die Online-Mediatheken der bundesweiten Fernsehsender.

■ Prü fzahlen Telemedien

Im Bereich Telemedien wurden 2016 insgesamt zehn Fälle aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale von der KJM abschließend bewertet.

In acht Fällen setzte die Landeszentrale aufgrund von Verstößen gegen die Bestimmungen des JMStV die von der KJM beschlossenen Maßnahmen um. Sie sprach Beanstandungen aus, verhängte Bußgelder und untersagte in etlichen Fällen die weitere Verbreitung der betreffenden Inhalte. Bei zwei der zehn Fälle stellte die KJM keine Verstöße fest; die Verfahren wurden eingestellt.

Ein inhaltlicher Schwerpunkt in der Prüftätigkeit der Landeszentrale im Bereich Telemedien lag im Jahr 2016 auf der Problematik der Onlineshops für „Legal Highs“ – angeblich „legale“ Drogen, die im Internet angeboten und vertrieben werden. Einen weiteren Schwerpunkt bildeten rechtsextremistische oder am Rechtsextremismus orientierte Internetangebote.

Werbung

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

Im Jahr 2016 hat die Landeszentrale bei insgesamt 235 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbe-

bestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 31 Verdachtsfälle betrafen das nationale Fernsehen und 204 Fälle das lokale Fernsehen. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle lag mit insgesamt 134 Fällen bei möglichen Verstößen gegen die Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben der verschiedenen Werbeformen. Im Vergleich zum Vorjahr war aber auch eine deutliche Zunahme der Verfahren zu Schleicherwerbverdachtsfällen festzustellen.

In einem weiteren Fall wurde eine Beschwerde über ein YouTube-Angebot bearbeitet.

Werbung und Sponsoring in Telemedien

Seit dem 1. September 2016 ist die Landeszentrale auch für die Einhaltung der für Telemedien geltenden Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags (RStV) zuständig. § 58 Abs. 3 RStV bestimmt, dass für sogenannte „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“, also fernsehähnliche Bewegtbildangebote im Internet, die Werbe- und Sponsoringbestimmungen für Rundfunkangebote „entsprechend“ gelten. Das Trennungs- und Unterscheidbarkeitsgebot von Werbung und redaktionellen Inhalten ist demnach im Internet ebenso zu beachten wie das Schleicherwerbverbot und die Bestimmungen zu Sponsoring.

Neben der Landeszentrale sind mittlerweile in fast allen Bundesländern die Landesmedienanstalten für die Telemedienaufsicht im Hinblick auf Bewegtbildinhalte zuständig. Lediglich in Nieder-

235

Aufsichtsrechtliche Maßnahmen wurden 2016 in 235 Fällen wegen eines Anfangsverdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

sachsen, Rheinland-Pfalz und Sachsen sind hierfür staatliche Stellen zuständig. Derzeit befinden sich die zuständigen Landesmedienanstalten in einer Phase der Abstimmung, um eine einheitliche Aufsichtspraxis zu gewährleisten. So gilt es etwa zu klären, wie genau werbliche Videos in Mediatheken mit ansonsten redaktionellen Inhalten zu kennzeichnen sind, um das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot zu erfüllen.

Dabei sind einige Herausforderungen zu bewältigen. Anders als im Bereich des Rundfunks gibt es eben gerade noch keine über die Jahre gewachsene Aufsichtspraxis. Zudem befindet sich die Onlinewelt in stetiger Bewegung. Auch lassen sich die Regeln aus dem linearen Fernsehen nicht eins zu eins auf Onlineangebote übertragen. Schließlich stellt auch der Umstand eine Herausforderung dar, dass man es insbesondere im Zusammenhang mit YouTube-Videos oft mit sehr jungen „Creators“ ohne weitergehende medienrechtliche Kenntnisse zu tun hat.

Werbung in sozialen Medien

In diesem Zusammenhang ist auf den FAQ-Flyer → „Antworten auf Werbe- fragen in sozialen Medien“ hinzuweisen, der von den Landesmedienanstalten 2015 erstmals und 2016 in einer überarbeiteten Version herausgegeben wurde. Er vermittelt auf praxisnahe Weise Informationen zu Kennzeichnungsfragen insbesondere auf YouTube, aber auch in anderen sozialen Medien. Damit wird auch den Anfragen aus der YouTube-Community Rechnung getragen, die sich zum Teil

offensiv für konkrete Kennzeichnungsvorgaben und intensivere Regulierung einsetzt. Dies ist unter anderem damit zu erklären, dass das Vertrauen der meist sehr jungen User das größte Kapital der teilweise enorm reichweitenstarken „Influencer“ ist. Dies zeigte sich auch auf der Veranstaltung „Follow the Watchdog“, die von den Medienanstalten zur Veröffentlichung des genannten Papiers mit Vertreterinnen und Vertretern der YouTube- und Social-Media-Szene, der Multi Channel Networks, der Influencer-Marketing-Agenturen und der Regulierung im November in Berlin durchgeführt wurde.

Glücksspielwerbung

Die Landeszentrale stand in regem Austausch und Dialog mit den Glücksspielaufsichtsbehörden, um ein möglichst gleichgerichtetes und gleichzeitiges Vorgehen von Glücksspiel- und Medienaufsicht zu gewährleisten.

In den → **Gemeinsamen Leitlinien** der obersten Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder und der Landesmedienanstalten zur Zusammenarbeit bei der Aufsicht über Glücksspielwerbung im privaten Rundfunk und Telemedien privater Anbieter vom 17. Juli 2014 wurde vereinbart, dass die Medienaufsicht (nur) dann aufsichtsrechtlich gegen Glücksspielwerbung in privaten Rundfunkangeboten vorgehen werde, wenn auch durch die staatliche Glücksspielaufsicht gegenüber dem jeweiligen Glücksspielveranstalter eine vollziehbare glücksspielrechtliche Aufsichtsmaßnahme (Beanstandung, Untersagung, etc.) verfügt wurde.

Werbebericht

Im März 2016 wurde dem Medienrat der Landeszentrale zum mittlerweile sechsten Mal der gegenwärtig alle zwei Jahre erstellte Werbebericht vorgelegt. Er gibt Aufschluss über die Aufsichtsverfahren der Landeszentrale im Bereich Werbung. Neben einem Überblick über werberechtliche Schwerpunktthemen und Entwicklungen werden auch kurz die einzelnen Aufsichtsfälle dargestellt.

Gewinnspiele

Call-in-Gewinnspiele werden in der Öffentlichkeit oft 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). 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 2016 zu den Gewinnspielsendungen eingegangenen Beschwerden waren die gesuchten Lösungen und nicht mehr wie in den vergangenen Jahren das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer, der grundsätzliche dramaturgische Ablauf der Sendungen oder mögliche Irreführungen durch die Moderatoren.

Verstöße gegen die maßgeblichen Bestimmungen der Gewinnspielsatzung lagen nach eingehender Prüfung durch die Programmebeobachtung in vier Fällen vor. Nach der Befassung durch die ZAK (Kommission für Aufsicht und Zulassung) wurden drei Beanstandungsbescheide durch die Landeszentrale zugestellt und für eine Sendung wurden im Rahmen eines Ordnungswidrigkeitenverfahrens Bußgelder verhängt.

4

2016 wurden vier Verstöße gegen maßgebliche Bestimmungen der Gewinnspielsatzung geahndet.

Förder- maßnahmen

Die Fördermaßnahmen der Landeszentrale für private Hörfunk- und Fernsehangebote sowie für die Mediennutzer erstrecken sich über viele verschiedene Bereiche. Dazu zählen insbesondere die Förderung von technischer Infrastruktur und 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 28.213,8 T€ wurden 2016 mehr als 50 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

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

	T€	%-Anteil
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	1.533,2	5,4
Programmförderung	705,0	2,5
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,3
Medienforschung	804,9	2,9
Ausbildungsförderung	1.045,3	3,7
Medienpädagogik	701,0	2,5
Innovationsförderung	296,5	1,1
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.743,0	16,8
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.639,0	5,8
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	96,0	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.152,3	4,1
Summe	14.216,2	50,4

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen in Bayern und des technischen Betriebs der privaten Rundfunkanbieter wurden 2016 rd. 1.533 T€ von der BLM aufgewendet.

Die Schaffung von stabilen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern sowie die Förderung innovativer Rundfunktechnologien ist das Ziel der Technischen Förderung der Landeszentrale. Darüber hinaus soll durch die Unterstützung innovativer Rundfunkübertragungssysteme eine nachhaltige Entwicklung für den Rundfunk in Bayern gesichert werden. Im Jahr 2016 wurden aus dem BLM-Haushalt insgesamt 1.533 T€ aufgewendet (Vorjahr: 1.516 T€). Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 9.000 T€ für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote (s. Seite 114 f.).

Technische Infrastrukturförderung

Gemeinnützige Anbieter (UKW/DAB-Hörfunk)

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die technischen Infrastrukturkosten der zwei Aus- und Fortbildungsradios in Nürnberg und München i. H. v. 80 Prozent gefördert (insgesamt 92 T€).

Die gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feuerwerk e. V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München, Münchner Kirchenradio und Radio München wurden 2016 mit 109 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 2016 eine Förderung i. H. v. 40 Prozent.

Förderquote in %



Gemeinnützige
Anbieter über
UKW und DAB



Gemeinnützige
Anbieter nur über UKW



lokaler UKW-Hörfunk



landesweiter DAB-
Hörfunk



lokaler/regionaler
DAB-Hörfunk

Lokaler UKW-Hörfunk

Die technische Verbreitung von lokalem UKW-Hörfunk wurde 2016 mit 2 T€ (Vorjahr: 24 T€) gefördert. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 4,17 Mio. € ergibt sich eine Förderquote von insgesamt weniger als einem Prozent. Gefördert wurde eine der insgesamt 39 Betriebsgesellschaften.

Digitalradio

Für die Förderung der DAB-Netze (ohne gemeinnützige Programme, s. o.) standen 2016 Mittel in Höhe 788 T€ zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 2.127 T€ ergibt sich eine Gesamtförderquote von 37,5 Prozent.

Für die landesweiten DAB-Programme fielen im Jahr 2016 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.323 T€ an. Dafür wurden Fördermittel in Höhe von 387 T€ ausgereicht. Das entspricht einer Förderquote von 29,7 Prozent.

Im Bereich der regionalen DAB-Netze beliefen sich die Fördermittel auf insgesamt 401 T€. Damit lag die Förderquote für regionale DAB-Anbieter im Jahr 2016 bei ca. 50 Prozent der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 803 T€. Dabei erhalten regionale DAB-Anbieter ohne eine UKW-Verbreitung in Bayern eine höhere Förderquote. Die Förderung kann durch Ausstrahlung von Zusatzdiensten verbessert werden.

Die Basisförderung für simulcast über UKW und DAB verbreitete Programme liegt bei 42 Prozent. Die Förderung bei DAB-Programmen ohne UKW-Verbreitung kann sich in Abhängigkeit der Programmqualität bis um 20 Prozent zu der o. g. Basisförderung erhöhen.

Technischer Betrieb

Der technische Betrieb der privaten Rundfunkangebote wird zudem durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen der Landeszentrale unterstützt. Hierfür wurden im Jahr 2016 insgesamt 533 T€ aufgewendet.

Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb

	T€
afk-Radios	92
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	109
UKW-Sendernetz	2
DAB-Sendernetz	788
Standortoptimierung	139
Versorgungsanalyse und -messung	121
Medien-Informationssystem (MEDIS)	29
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	134
Sende-Betrieb-Service (SBS)	8
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	92
Zentralserver für Streaming und Media- theken	11
Anpassung TIF 2015	8
Gesamt	1.533

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2016 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt.

Der → **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 2016 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. 1 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 ist stv. FFF-Aufsichtsratsvorsitzender. 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 Spielbereich entscheidet, ist Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, für die BLM vertreten. Heinz Heim, Bereichsleiter Programm der BLM, ist als Stellvertreter benannt.

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 2016 705 T€ aufgewendet.

Im Jahr 2016 konnten besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 705.000 € gefördert werden. Davon entfielen 480.000 € auf Hörfunkbeiträge und 225.000 € auf Fernsehbeiträge. Insgesamt beteiligten sich 33 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer an der Ausschreibung und reichten 74 Anträge ein (68 Hörfunk, 6 Fernsehen). Für 40 Sendungen von 24 Antragstellern genehmigten der Hörfunkausschuss und der Fernsehausschuss des Medienrats eine Förderung. Aufgrund der sehr begrenzt zur Verfügung stehenden Fördermittel wurden fast ausschließlich gemeinnützige Anbieter gefördert.

Im Hörfunk wurden 36 Sendungen von 20 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Großteil dieser Projekte war auch schon in den Vorjahren gefördert worden. Bei sechs der geförderten Sendungen handelte es sich um neue Projekte. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden ca. 57 Prozent des Gesamtförderungsvolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studenten oder behinderten Menschen ausgereicht (273 T€).

Im Fernsehen wurden vier Sendungen von unterschiedlichen Spartenanbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote, die keine Herstellungsförderung nach Art. 23 BayMG erhalten. Der Zuschuss für die einzelnen Anbieter fiel sehr unterschiedlich aus und lag zwischen 15.000 € (Sankt Michaelsbund) und 150.000 € (abm).

Das Schwerpunktthema 2016 „Regionale Musik und regionale Musikszene im Aufbruch“ wurde von den Anbietern positiv angenommen. Neben vier Projekten, die sich ausschließlich mit dem Schwerpunktthema befassten, gab es noch 19 weitere, in denen das Schwerpunktthema zumindest zum Teil behandelt wurde, z. B. innerhalb einer Beitragsreihe in einer Magazinsendung. Auch im Fernsehen wurde das Schwerpunktthema in einigen Sendungen der Spartenanbieter Evangelisches Fernsehen im Evang. Presseverband für Bayern e. V. (efs) und Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e. V. (abm) behandelt. Insgesamt wurde das Schwerpunktthema in 63 Prozent aller genehmigten Projekte aufgegriffen.

705 T€
Gesamtförderung

95 %
für gemeinnützige
Anbieter und Zulieferer

225 T€
Förderung Fernsehen

480 T€
Förderung Hörfunk

Zu den Aufgaben der BLM zählt die Durchführung von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern. Im Jahr 2016 wurden insgesamt rund 805 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Die 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 2016 Finanzmittel in Höhe von rund 805 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Media Analyse

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e. V. (AG. MA) die Interessen des bayerischen Lokalfunks in dieser von den Medien, den Werbeagenturen und 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 Werbung Treibenden und Werbeagenturen. Zudem stellen die Ergebnisse die Grundlage für

die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar. Im Rahmen der ma 2016 Radio wurden bundesweit mehr als 77.000 computergestützte Telefon-Interviews (CATI) durchgeführt. (Ergebnisse s. S. 45)

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 Medienanstalten einen Vertrag zur Nutzung der Daten von Nielsen NetRatings abgeschlossen. Auf der Grundlage dieser Daten erstellt die BLM einen vierteljährlichen **Bericht zur Internetnutzung** in Deutschland.



Ergebnisse der ma 2016
Radio II s. Seite 45

Funkanalyse Bayern 2016

23.327

Im Rahmen der Funkanalyse wurden repräsentative Daten zur Hörfunknutzung aus 23.327 Befragungen erhoben.

16.130

Zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der TV-Programme wurden Daten aus 16.130 Befragungen erhoben.

Näheres zu den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2016
→ s. Seite 43f.

Die Funkanalyse Bayern stellt den lokalen Hörfunkanbietern als Ergänzung zu den Ergebnissen der Media Analyse aktuelle Reichweiteregebnisse 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 2016** wurden von Januar bis März 2016 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 23.327 Personen ab 10 Jahre erhoben und ausgewertet. In einer repräsentativen Teilstichprobe von 4.000 Interviews wurden 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. Ein Methodentest hatte 2012 ergeben, 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. Durch die längere Interviewdauer steigen allerdings die Datenerhebungskosten und die Gefahr von Interviewabbrüchen.

Darüber hinaus wurden 16.130 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur

Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern sowie zur Bewertung der lokalen und landesweiten Fernsehprogramme durchgeführt.

Zur Datenerhebung im Hörfunk- und Fernsehbereich wurden jeweils computer-gestützte Telefon-Interviews (CATI) eingesetzt, um so eine besonders differenzierte Erfassung des Radiohörens sowie eine besonders gute Ausschöpfung mobiler Zielgruppen zu ermöglichen (Ergebnisse s. Seite 43).

Wie in den Vorjahren wurde die Konzeption des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die rund 80 Auftraggeber der Studie von der BLM ausgearbeitet. Die beteiligten Hörfunk- und Fernsehunternehmen haben im Rahmen der von der Landeszentrale veranstalteten Arbeitskreise Zuschauer- und Hörerforschung die Möglichkeit, ihre Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern einzubringen. Einschließlich der Kosten für die Erhebung der Hörfunknutzung der 10- bis 13-jährigen Kinder wurden für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2016 erbrachten Basisleistungen 1,51 Mio. € aufgewendet (2015: 1,49 Mio. €). Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2016 auf 36,5 Prozent. Für Fallzahlauflösungen und zusätzliche Leistungen wurden von der BLM weitere 37 T€ aufgewendet.

Sekundärauswertungen Hörfunk

Aus den im Rahmen der Funkanalyse erhobenen Daten erstellte die Landeszentrale für alle lokalen Hörfunksendegebiete in Bayern Grafikreports, in denen Reichweiten und Programmimages in ihrer Entwicklung dargestellt sind. Diese Auswertungen unterstützen die Hörfunkveranstalter bei der Programmoptimierung und dienen der BLM und ihren Gremien als Entscheidungshilfen bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen Hörfunkkonzepts in Bayern.

Sekundärauswertungen Fernsehen

Für die lokalen Fernsehveranstalter wurden 2015 zum ersten Mal individuelle Workshops organisiert, in denen TNS Infratest im Auftrag der Landeszentrale jedem Lokalfernsehanbieter individuell die wichtigsten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern präsentierte und erläuterte. Da diese Workshops auf große Akzeptanz der Anbieter stießen, beschloss die BLM, die Funkanalyse-Auswertungsworkshops von TNS Infratest auch 2016 wieder zu fördern. In den insgesamt 15 Workshops wurden programmnahe Auswertungen vorgenommen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr gezogen. Damit konnte die Landeszentrale den lokalen Fernsehanbietern Bayerns fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz zur Verfügung stellen. Gleichzeitig unterstützen diese Standortauswertungen die BLM und ihre Gremien bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen und regionalen Fernsehkonzepts in Bayern
→ (Ergebnisse s. S. 73 f.).

Akzeptanz und Potenzial lokaler Werbung im Kommunikationsmix

Zur Ermittlung der wesentlichen Bestimmungsfaktoren für die Marktausschöpfung im lokalen Werbemarkt hat die BLM die House of Research GmbH, Berlin, mit einer Studie zur Analyse der Effizienz der Marktbearbeitung durch lokale Radio- und Fernsehsender beauftragt. Die Finanzierung des Projekts erfolgte zu jeweils 50 Prozent aus Haushaltsmitteln der Jahre 2015 und 2016. Die → **Ergebnisse der Studie „Akzeptanz und Potenzial lokaler Werbung im Kommunikationsmix“** wurden im Rahmen des Medienforums Ostbayern im Juni 2016 in Regensburg vorgestellt.

Danach hat sich Lokalradio im lokalen Werbemarkt fest etabliert. 80 Prozent der Werbetreibenden bescheinigen dem Lokalradio einen guten Werbeerfolg. 86 Prozent der 155 befragten Werbetreibenden gaben an, mit Lokalradio ihre Zielgruppe gut erreichen zu können. 78 Prozent waren der Ansicht, mit Werbung im Lokalradio ihr Image verbessert zu haben. 85 Prozent bestätigten, so ihre Bekanntheit gesteigert zu haben. Bei allen drei Aussagen erreichte Lokalradio die höchsten Zustimmungswerte und verwies die konkurrierenden Mediengattungen auf die Plätze.

Das lokale Fernsehen wird in puncto Preis-Leistungs-Verhältnis nach dem Internet mit 74 Prozent und dem Lokalradio mit 64 Prozent von 63 Prozent der befragten Unternehmen als gut bewertet. Auch beim Werbeerfolg wird das Lokalfernsehen insgesamt gut bewertet.

Gutachten Mediaagenturen

Die Geschäftsmodelle der Mediaagenturen und ihr möglicher Einfluss auf die Meinungsvielfalt waren Gegenstand eines → **Gutachtens**, welches das Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) im Auftrag der BLM durchgeführt hat. Mediaagenturen stehen als spezialisierte Intermediäre zwischen den Werbungtreibenden einerseits und den Medien bzw. deren Vermarktern andererseits an einer entscheidenden Schnittstelle mit erheblichen Auswirkungen auf die Finanzierungsmöglichkeiten von Medien. Mit Blick auf diese besondere Marktposition unterzog das EMR die Geschäftsmodelle der Mediaagenturen einer genauen ökonomischen und rechtlichen Untersuchung. Dabei ging das Gutachten insbesondere der Frage nach, inwiefern das Geschäft der Agenturen eine Gefahr für die publizistische Vielfalt darstellt und somit einer medienrechtlichen Regulierung bedarf. Als potentiell problematische Geschäftspraktiken der Mediaagenturen gerieten dabei insbesondere Trading und Programmatic Advertising in den Blick.

Web-TV-Monitor

Web-TV-Monitor 2016

12.008

Onlinevideo-Angebote
insgesamt, davon wer-
den verbreitet

93%

ausschließlich auf
YouTube

2%

auf YouTube und eigene
Webseite

5%

nicht auf YouTube

Gemeinsam mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) hat die BLM 2016 zum fünften Mal die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia GmbH mit der Erstellung eines Web-TV-Monitors beauftragt. Der → **Web-TV-Monitor** ist Deutschlands umfangreichste Primärdatenerhebung zum Thema Onlinevideo und liefert eine detaillierte Marktübersicht zu Angeboten, Verbreitung und Nutzung sowie Werbeformen, Reichweiten und Leistungswerten von Web-TV in Deutschland. Zudem beinhaltete der Web-TV-Monitor 2016 zum zweiten Mal eine Analyse aller deutschen YouTube-Kanäle mit mehr als 500 Abonnenten.

Aus der Studie geht hervor, dass Mitte 2016 11.142 der insgesamt 12.008 deutschen Onlinevideo-Angebote ihre Inhalte ausschließlich über YouTube verbreiteten. Das entspricht einem Anteil von 93 Prozent. Weitere 229 Angebote (2 Prozent) nutzten sowohl YouTube als auch die eigene Webseite, lediglich 637 Angebote (5 Prozent) verzichteten gänzlich auf die Verbreitung über Youtube. Während die Zahl der deutschen YouTube-Kanäle gegenüber 2015 um 33 Prozent angestiegen war, ging die Zahl der originären Web-TV-Sender zurück. Gegenüber 2015 waren 17 Prozent der Angebote eingestellt worden bzw. mit ihren Inhalten zu YouTube gewechselt. Der anhaltende Boom um YouTube-Stars wie Konstantin

Hert (freekickerz), Erik Range (Gronkh) oder Bianca Heinicke (Bibis Beauty Palace) macht eine Video-Präsenz außerhalb der Plattform offenbar immer weniger attraktiv – vor allem für diejenigen, die jugendliche Zielgruppen erreichen wollen.

Webradiomonitor

Webradiomonitor 2016

2.453

Webradios

9.792

Audio-Online-Angebote produzierten die Web-radio-Anbieter insgesamt zusammen.

2016 erhob Goldmedia den seit 2009 bestehenden Webradiomonitor, eine umfassende Analyse zum Webradio-markt, erneut im Auftrag der BLM zusammen mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. und dem neuen Partner, dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V.

Gemäß dem → **Webradiomonitor** gab es 2016 in Deutschland 2.453 Online-Audio-Anbieter, die zusammen insgesamt 10.139 Audio-Online-Angebote produzierten. Die Zahl der Webradios blieb nach dem schnellen Wachstum bis zum Jahr 2011 (3.055 Webradios) im Vergleich zum Vorjahr (2.442) stabil. Dagegen konnte bei den user generated Radio-Streams und den redaktionell erstellten Playlists erneut eine starke Zunahme verzeichnet werden. Bezüglich der Nutzung von Webradios erwarten die Anbieter ein weiteres deutliches Wachstum mit rund 21 % in 2017 und 18 % in 2018. Immer wichtiger für den Webradiomarkt sind mobile Nutzungsmöglichkeiten über Smartphones. Nach Prognosen der Veranstalter dürfte bis 2018 schon über 45 % der Nutzung mobil stattfinden. Auf der wirtschaftlichen Seite erwarten die Anbieter für das Jahr 2018 nahezu eine Verdopplung der Werbeerlöse gegenüber 2015 auf dann 39 Mio. € netto. Dabei wird das größte Wachstum bei mobiler Audio-werbung erwartet. Die Ergebnisse des Webradiomonitors wurden auf der dme-xco 2016 in Köln sowie den Medientagen München vorgestellt und diskutiert.

Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/2016

Die Erhebung von Basisdaten zur Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungsstruktur der lokalen Rundfunkunternehmen in Bayern wurde im Jahr 2016 im Auftrag der BLM von der Goldmedia GmbH durchgeführt. Die dabei erhobenen Informationen zur → **wirtschaftlichen Lage** der privaten Rundfunkanbieter in Bayern sind für die Landeszentrale von großer Bedeutung. Sie dienen der Weiterentwicklung und Anpassung der lokalen Hörfunk- und Fernsehkonzepte und ermöglichen eine Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Programmerstellung durch die von der BLM verantworteten Rundfunkprogramme.

Die Studie basiert auf einer Vollerhebung der Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungszahlen aller in Trägerschaft der BLM angebotenen lokalen Radio- und Fernsehprogramme mittels Befragung. Im Bereich des Hörfunks zählten zur Grundgesamtheit der Untersuchung zudem auch in Bayern ansässige Anbieter, die ihre Programme 2015 bundesweit oder in mehreren Bundesländern verbreiteten. Von den 26 landesweiten und lokalen TV-Anbietern nahmen 23 an der Befragung teil, im Hörfunkbereich antworteten 55 der insgesamt 61 bayerischen Anbieter. Die → **Ergebnisse** der Studie werden auf www.blm.de zum Download angeboten.

Musikstudie lokaler Hörfunk

Da die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern nahe legten, dass die Akzeptanz der Musik vieler bayerischer Lokalradiostationen verbesserungsfähig sei, unterstützte die BLM im Jahr 2015 die Musikforschung der BLR und einiger lokaler Hörfunkstationen. Mit einer regelmäßigen Überprüfung von Musiktiteln hinsichtlich ihrer Stimmigkeit für das gewählte Musikformat gelang es der BLR im Jahr 2016, die strategische Ausrichtung der Musik im BLR-Zulieferprogramm zu optimieren und zu verfestigen. Die BLM unterstützte diese Maßnahme. Auftragnehmer war „Radio Research Europe“.

Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag des Programmbereichs der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2016 wurden 25 lokale und drei landesweite Hörfunkprogramme (Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3) sowie das Programm von Radio Galaxy inhaltlich untersucht. Die Stichprobe umfasste jeweils die Morgenschiene (6:00 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.

MedienVielfaltsMonitor

Ein zentraler Bestandteil des MedienVielfaltsMonitors ist eine repräsentative Studie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung (MedienGewichtungs-Studie). Die Studie ermittelt im Auftrag der Medienanstalten u. a. die Gewichte der Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen, Zeitschriften und Internet für die Meinungsbildung der Bevölkerung in Deutschland.

Für den → **MedienVielfaltsMonitor** werden diese Gewichte auf die in den Gattungen vorherrschenden Marktanteilsverhältnisse angewendet. Die Marktanteile werden auf Grundlage der gängigen Reichweitenwährungen von AGF (Fernsehen), agma (Radio, Tageszeitungen und Zeitschriften) und Nielsen (Internet) ermittelt. Die Verknüpfung der Reichweiten von Medienangeboten und -unternehmen mit den Gewichten der Mediengattungen gibt Aufschluss über den tatsächlichen Einfluss, den diese Medienunternehmen gattungsübergreifend auf die Meinungsbildung in Deutschland haben. Damit bietet der Medien-

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

VielfaltsMonitor eine pragmatische Lösung zur Messung von Meinungsmacht und Meinungsvielfalt in den deutschen Medien. Der MedienVielfaltsMonitor wird halbjährlich von der Landeszentrale für die Medienanstalten erstellt.

greifen so in den publizistischen Wettbewerb ein. Deshalb müssen Modelle, die es Mobilfunkkunden erlauben, zu vergünstigten Konditionen auf Streaming-Inhalte zuzugreifen, grundsätzlich allen Anbietern offen stehen.

Marktstudie Zero-Rating

Der Abruf von Audio- und Videoinhalten via Streaming über mobile Endgeräte war Gegenstand einer → **Marktstudie**, mit der die BLM die Goldmedia GmbH Strategy Consulting im Dezember 2015 beauftragt hat. Die Ergebnisse der Studie wurden im Mai 2016 vorgelegt.

Wegen der in der Regel begrenzten Datenvolumina bei Mobilfunkverträgen bieten die Mobilfunkanbieter zunehmend Zero-Rating-Modelle für Streamingdienste an. Dabei wird die Nutzung bestimmter Audio- und Video-Dienste nicht auf das jeweilige Datenvolumen des Kunden angerechnet. Allerdings werden Zero-Rating-Optionen in der Regel exklusiv für einen Streaming-Dienst angeboten. Bekanntes Beispiel in Deutschland ist die Vermarktungspartnerschaft zwischen der Deutschen Telekom und Spotify: Bei Telekom-Mobilfunkkunden, die ein „Music-Flat“-Angebot gebucht haben, wird die mobile Nutzung von Spotify per App nicht auf das verfügbare Datenvolumen angerechnet.

Aus Sicht der Medienregulierung benachteiligen exklusive Zero-Rating-Modelle alle anderen Anbieter und

Real-Time-Response

Im Herbst 2016 beauftragte die Landeszentrale die Markt- und Sozialforschung des IFAK Instituts mit einer Real-Time-Response Studie zur Qualität des lokalen Fernsehens in Bayern. Im Rahmen dieser Online-Studie wird jeweils die Hauptsendung von zwei von der Landezentrale ausgewählten Lokalfernsehstationen (Oberfranken TV und Franken Fernsehen) bewertet werden. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse sollen generelle Empfehlungen zu Themen und Präsentationsformen für alle lokalen Fernsehstationen Bayerns erarbeitet werden. Die Ergebnisse der Studie werden im Jahr 2017 vorliegen.

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 2016 finanzielle Mittel in Höhe von 1.046 T€ aufgewendet.

BLM Fortbildungsworkshops

Die Nachfrage nach den von der BLM angebotenen Workshops ist 2016 weiter gestiegen.

Das Angebot und die Akzeptanz der Fortbildungsangebote der Landeszentrale für Volontäre und Redakteure der bayerischen Hörfunk- und TV-Stationen sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen.

In 2015 hat die Landeszentrale das Angebot für die Volontäre nach Rücksprache mit Vertretern der Anbieter überarbeitet. Die Fortbildungen für die Volontäre finden jetzt in jeweils 2-wöchigen Blockkursen statt (2 × 1 Woche). In 2015 umfasste das Angebot für die Volontäre zwei Blockkurse für TV-Volontäre und drei Blockkurse für Hörfunk-Volontäre. In 2016 wurden, aufgrund steigender Nachfrage und der Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 12 Teilnehmer, drei Blockkurse für TV-Volontäre und vier Blockkurse für Hörfunk-Volontäre angeboten. Außerdem wurden noch ein 1-wöchiger Blockkurs Digitaljournalismus und drei 1- bzw. 2-tägige Workshops durchgeführt.

Insgesamt haben an dem Angebot 124 Teilnehmer von 56 verschiedenen bayerischen Anbietern teilgenommen. Davon kamen 55 Teilnehmer von 18 verschiedenen Fernsehanbietern und

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)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- MedienCampus Bayern (München), der die Aus- und Fortbildung in Medienbereichen koordiniert.

Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2016 folgende im Aus- und Fortbildungsbereich tätigen Organisationen:

- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Lehrstuhl für Medienethik an der Hochschule für Philosophie

73 Teilnehmer von 38 verschiedenen Hörfunkanbietern.

Das Angebot wurde von insgesamt 36 Workshop-Tagen in 2014 und 82 Workshop-Tagen in 2015 auf 100 Tage in 2016 ausgeweitet und somit seit 2014 fast verdreifacht.

Aus- und Fortbildungsprogramme

Die drei Aus- und Fortbildungsprogramme Radio afk M94.5 (München), Radio afk max (Nürnberg) und afk tv (München) haben sich seit Sendestart 1996 mit ihrem praxisorientierten Konzept zu wesentlichen Elementen der bayerischen Medienlandschaft entwickelt. In eigenen Sende- und Produktionsstudios kann der Mediennachwuchs unter professioneller Anleitung erste Erfahrungen sammeln und mit innovativen Programmformaten experimentieren, aber ohne den Druck, den werbefinanzierte Sender in puncto Reichweite spüren. Die Vor-Ausbildung ist breit angelegt und setzt einen besonderen Fokus auf das Web als digitale 360°-Schnittstelle. So ist Social Media fest ins redaktionelle Tagesgeschäft integriert und bietet kreativen Raum, digitale Angebote auszuarbeiten. Dieses Praxiskonzept hat sich erfolgreich bewährt: Viele Absolventen haben schnell interessante berufliche Aufgaben übernommen, sowohl in privaten wie auch in öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen. Bei einer steigenden Zahl an Medienberufen erfüllt das afk-Projekt eine wichtige Informations- und Orien-

tierungsfunktion in einer sich rasch wandelnden Medienwelt.

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.

Die gemeinnützigen afk GmbH, an der die BLM maßgeblich beteiligt ist, stellt die gesamte technische Infrastruktur und die Finanzmittel der afk-Senderfamilie bereit. Die drei Sender werden jeweils von einem gemeinnützigen Anbieterverein getragen. In den Vereinen kooperieren maßgebende Ausbildungsinstitutionen und Medienunternehmen sowie namhafte medienpädagogische Einrichtungen aus dem bayerischen Raum.

Hörfunk München: afk M94.5

Mit der Konzeption eines optimierten Aus- und Fortbildungsplans wurde eine Kombination aus theoretischem Grundwissen, Spezialkursen und Workshops sowie Praxis im täglichen Programmbetrieb implementiert. Daneben wurden die Ausbildungsmöglichkeiten durch wechselseitige Kursangebote mit afk tv und umgekehrt ausgebaut.

Einen Schwerpunkt im Programm bildeten die eigenen Social-Media-Angebote, die durch den Einsatz von Videoschnitt-Programmen und Storyfy-Tools ausgebaut wurden. Auch wurde mit den Hörern während Live-Sendungen über Social-Media-Plattformen stärker inter-

Bei den drei Aus- und Fortbildungsprogrammen afk max, afk M94.5 und afk tv kann der Mediennachwuchs in eigenen Sende- und Produktionsstudios „on air“ erste Erfahrungen in Journalismus, Produktion und Social Media sammeln und ohne Quoten- und Druck mit innovativen Programmformaten experimentieren.

Eigene Social-Media-Angebote von afk M94.5 wurden durch den Einsatz von Videoschnitt-Programmen und Storyfy-Tools ausgebaut.

agiert sowie ein neues Voting-Tool für alle Einzeltitel des Musikangebots eingesetzt.

Events, Konzerte und Showprogramme wurden verstärkt in den Programmbetrieb integriert und dazu die crossmediale Vor- und Nachberichterstattung intensiviert. Erste gelungene Beispiele waren die Neuentwicklung der Konzertreihe „Live Indie Stadt“ und die Weiterentwicklung der „Jahres-Chartshow“ mit Bühnenprogramm, Konzerten und Videos. Mit Unterstützung durch afk tv wurden diese Events als Webstream übertragen.

Hörfunk Nürnberg: afk max

Die neu initiierte crossmediale Kooperation mit dem Vereinsmitglied Medienzentrum Parabol stieß auf reges Interesse. Eine Reihe der Praktikanten und Praktikantinnen nutzte das Angebot eines einmonatigen TV-Zusatzpraktikums und wirkte an der Jugendsendung „polaris“ mit.

Die Zusammenarbeit mit der Ansbacher Hochschule wurde intensiviert und die Sendezeit des neuen Uni-Magazins „ANGedacht“ auf eine Stunde erweitert.

Wie schon in den Vorjahren war afk max erneut wichtiger Kooperationspartner im Rahmen medienpädagogischer Projekte, wie etwa für die „Lange Funkenflug-Nacht“, mit der Spezialsendung „Upgespaced“ beim Radiofestival „Hört Hört!“ und beim „BLM-Schulradio“.

Bereits zum 18. Mal war afk max Medienpartner beim „Stadtradio Nürn-

berg“. Rund 30 junge Journalistinnen und Journalisten landesweiter ARD-Stationen und Studenten sendeten an fünf Tagen jeweils vier Stunden aus der ard/zdf medienakademie live auf afk max.

Fernsehen München: afk tv

Das Münchner Aus- und Fortbildungsprogramm afk tv ist für seine hohe Qualität in der Ausbildung mit dem Gütesiegel des MedienCampus Bayern e. V. ausgezeichnet worden. Das Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten ist zunehmend unüberschaubar und es ist oft schwierig, ein qualitativ hochwertiges Bildungsangebot zu erkennen. Um diese Qualität sichtbar zu machen, vergibt der MedienCampus Bayern ein eigens dafür entwickeltes Qualitätssiegel, das bei der Suche nach einer geeigneten Aus- oder Weiterbildungsmöglichkeit Hilfestellung geben soll.

Aus Anlass des 20. Jubiläums der Aus- und Fortbildungsprogramme im Juli 2016 produzierte afk tv die Show „20 Jahre – 20 Köpfe“, die erste Live-Sendung in der Sendergeschichte. Sie war live zu sehen auf münchen.tv und Facebook.

Weiter war afk tv als Dienstleister von Auftragsproduktionen aktiv. In 2016 zeichnete afk tv bei Produktionen u. a. für die LMU München, die BayMS, die BLM, den MedienCampus Bayern, die Bayerische Staatskanzlei, die Stadtwerke München und den Exportpreis Bayern mitverantwortlich.

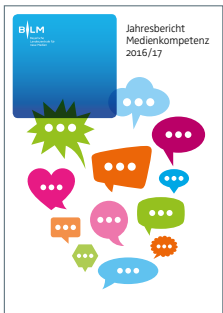
afk tv wurde für seine hohe Qualität in der Ausbildung mit dem Gütesiegel des MedienCampus Bayern e. V. ausgezeichnet.

Eine Kooperation mit dem Medienzentrum Parabol ermöglichte den Praktikantinnen und Praktikanten von afk max die Mitwirkung an der Jugendsendung „polaris“.

Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medien-erziehung und Medienpädagogik, wurden 2016 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von 690 T€ aufgewendet.



Weiterführende Informationen bietet der
→ Jahresbericht Medienkompetenz 2016/17 der BLM



Medienkompetenz zu vermitteln und medienpädagogische Projekte zu fördern, gehört zu den gesetzlich festgeschriebenen Aufgaben der BLM. Da sich die medialen Voraussetzungen und die Nutzungsmöglichkeiten in den vergangenen Jahren stark verändert haben (Stichwort „Digitalisierung“), werden neue Anforderungen an die Medienpädagogik und ihre Zielsetzungen gestellt. Dabei wird deutlich, dass weniger der technisch-funktionale als vielmehr der reflektierte, verantwortungsbewusste und selbstbestimmte Umgang mit Medien eine Herausforderung für Heranwachsende und Erziehende darstellt. Der Fokus der Medienkompetenzförderung der BLM liegt deshalb verstärkt auf der Vermittlung von Wissen und kritischer Reflexionsfähigkeit als Voraussetzung für eine verantwortungsvolle Mediennutzung. Im Jahr 2016 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 690.000 Euro aufgewendet.

Zusätzlich gab die BLM über die bayerischen Aus- und Fortbildungskanäle zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Chance, erste Erfahrungen in Journalismus und Produktion wie auch im Umgang mit Online-Medien und Social-Media-Plattformen zu machen (siehe S. 99).

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

Zusammensetzung des Forums Medienpädagogik 2016

19 Medienräte der BLM

8 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunks

25 Vertreter folgender Institutionen

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

Projekte und Initiativen

FLIMMO Programmberatung für Eltern e. V.



→ www.flimmo.tv

Mitglieder des gemeinnützigen Vereins Programmberatung für Eltern e. V. sind 13 Landesmedienanstalten und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmratgebers → **FLIMMO**, der sich an Eltern und Erziehende richtet. Der FLIMMO enthält Einzelbesprechungen kinderrelevanter Fernsehsendungen sowie Tipps rund um die Fernseherziehung in der Familie.

Die anhaltend hohe Nachfrage nach dem Ratgeber hat auch 2016 gezeigt, dass ein ungebrochen großer Bedarf an einer medienpädagogischen Programmberatung besteht, die Eltern bei ihrer schwierigen Erziehungsaufgabe unterstützt. Die Broschüre, die 2016 mit einer Gesamtauflage von 1,17 Mio. Exemplaren erschienen ist, wird bundesweit an mehr als 18.000 Besteller versendet, allein in Bayern ist der Ratgeber bei gut 3.500 Bezugsstellen erhältlich. Im Berichtszeitraum griffen die FLIMMO-Ausgaben die Themen „Ein Blick auf andere – Toleranz im TV“, „Sport auf Sendung – Was Kinder gucken“ und „Freundschaft – Was sie für Kinder bedeutet“ auf.

FLIMMO berücksichtigt zudem das sich ändernde Nutzungsverhalten beim Medienkonsum. So finden ratsuchende Eltern nicht nur Besprechungen zu Sendungen aus dem laufenden Programm. Es besteht auch die Möglichkeit, auf das

Archiv mit inzwischen mehr als 11.000 Sendungsbesprechungen zuzugreifen. Damit können sich Eltern 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.

Richtete sich der Ratgeber mit Eltern und Erziehenden bisher an die Zielgruppe der Erwachsenen, so fördert er seit 2016 auch die Medienkompetenz von Kindern durch direkte Ansprache. Erstmals mit der im Mai 2016 erschienenen Ausgabe der Broschüre gab es eine gesonderte Beilage für Kinder mit dem Titel „Dein FLIMMO“.

Dein FLIMMO

2016 wurde mit „Dein FLIMMO“, der Kinderbeilage zum Programmratgeber für Eltern FLIMMO, ein niedrigschwelliges Angebot zur Medienerziehung in der Familie geschaffen. Ob unterwegs oder zuhause, „Dein FLIMMO“ hilft, Wartezeiten zu überbrücken oder Medienerfahrungen gezielt mit Kindern zu besprechen. Es werden Themen aufgegriffen, denen Kindern in ihrem Alltag begegnen und die ihnen Spaß machen. Dabei orientiert sich die Beilage am jeweiligen Schwerpunktthema des Elternratgebers. „Dein FLIMMO“ ist ein Projekt der BLM.

Anfang 2016 wurde das Konzept der medienpädagogischen Kinderbeilage entwickelt: Auf einer großen DIN A3-Seite wird das Titelthema aufgegriffen. Mit einer detaillierten Illustration und einer dazugehörigen kurzen Geschichte wird in

1,17

Mio. Exemplare

Die Broschüre FLIMMO erschien 2016 mit einer Gesamtauflage (bundesweit) von 1,17 Mio. Exemplaren.

das Thema eingeführt. Daneben erklären kleine Textbeiträge altersgerecht relevante und auch schwierige Begriffe. Auf den anderen Seiten finden sich verschiedene Rubriken, z.B. verschiedene Rätsel für jüngere und ältere Kinder. Ein Comic erzählt eine kurze witzige Geschichte. In der Rubrik „Action“ können Kinder selbst aktiv werden – auch unter Einbezug der ganzen Familie. Und unter der Rubrik „Wusstest Du schon?“ finden Heranwachsende Informationen und Erklärungen zu thematischen Einzelfragen der jeweiligen Ausgabe.

Im Mai 2016 erschien die Pilotausgabe von „Dein FLIMMO“ zum Thema Sport für die FLIMMO-Ausgabe von Mai bis August 2016 in einer Auflage von 53.000 Stück für Bayern. Anfang September 2016 veröffentlichte die BLM die zweite Ausgabe von „Dein FLIMMO“ zum Thema Freundschaft für den Zeitraum September bis Dezember 2016. Die zweite Ausgabe erschien mit einer Gesamtauflage von rund 300.000 Exemplaren, da sich erstmals auch die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), die Landesmedienanstalt Saarland (LMS), die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) und die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) an dem Projekt beteiligten. Ende 2016 erfolgte die Umsetzung und Drucklegung der „Dein FLIMMO“-Ausgabe zum Thema Flucht und Migration für den Zeitraum Januar bis April 2017, die mit einer Gesamtauflage von 261.000 Exemplaren bundesweit verbreitet wurde. Für diese Ausgabe von „Dein FLIMMO“ war es Ende

2016 gelungen, kurzfristig eine Förderung durch die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) zu erhalten. Dadurch war erstmals eine bundesweite Verbreitung der Kinderbeilage möglich. An der Erstellung der dritten Ausgabe beteiligten sich die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) und die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK).

Internet-ABC

Das Projekt „Internet-ABC“ ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten. Es widmet sich seit 2001 mit dem Portal → www.internet-abc.de der Medienerziehung im Grundschulalter. Das Portal bietet leicht verständliches Basiswissen zu Themen wie Apps, Computerspiele, Soziale Netzwerke und Jugendschutz. Lehrkräfte erhalten zudem gezielte Anregungen zur Einbindung des Internets in den Unterricht.

Im Juni 2016 veröffentlichte das Internet-ABC fünf grundlegend überarbeitete Lernmodule. Die mit Quizfragen, Lückentexten, Hörstücken und kurzen Filmen spielerisch und interaktiv aufgebauten Materialien sollen Kinder der 3. bis 6. Klassenstufen bei den ersten Schritten im Netz unterstützen. Module wie „Suchen und Finden im Internet“, „Mobil im Internet“ oder „Lügner und Betrüger im Internet“ vermitteln unter anderem Grundlagenwissen zu technischen Voraussetzungen, zu kompetentem Recherchieren im Internet, zu Herausforderungen im Netz und zur sicheren Nutzung mobiler Medien. In den Arbeitsmaterialien finden sich didaktische Hinweise für

53.000

Im Mai 2016 erschien erstmals „Dein FLIMMO“, eine gesonderte Beilage für Kinder, mit einer Gesamtauflage von 53.000 Exemplaren für Bayern.

2016 veröffentlichte das Internet-ABC fünf grundlegend überarbeitete Lernmodule.

pädagogisch Tätige und Aufgaben sowohl für jüngere als auch für ältere Schülerinnen und Schüler.

Neuer Schirmherr des Internet-ABC ist seit November 2016 der Deutsche Kulturrat e. V., der zum Ziel hat, die kulturpolitischen Diskussionen auf allen Ebenen anzuregen und für Kunst-, Publikations- und Informationsfreiheit einzutreten. Mit der Vermittlung von Medienkompetenz trägt das Internet-ABC zur kulturellen Bildung bei, einem Schwerpunktthema des deutschen Kulturrats.

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 über 2.000 Hörclubs hat die Stiftung Zuhören auch 2016 wieder einen großen Beitrag zur kindlichen Zuhörförderung geleistet. 30.000 Kinder wurden über die Hörclubs erreicht.

Eine Online-Befragung unter bestehenden → **Hörclubs** im Herbst 2016 war Basis für einen Relaunch mit überarbeiteten Materialien für die HörSpielBox und einer eigenen Webpräsenz für die Hörclubs. Die Broschüre „Jetzt geht’s los“ wurde neu eingeführt und bietet Tipps zur Einrichtung eines Hörclubs, didaktische Anregungen und Vorschläge.

2016 wurde der bundesweite Transfer von Lilo Lausch an Kitas vorangetrieben. Ziel des im Jahr 2015 gestarteten Programms → **Lilo Lausch** ist es, Kinder

zwischen zwei und sieben Jahren für ein achtsames und wertschätzendes Zuhören zu sensibilisieren und ihre Sprechfreude, ihr Selbstvertrauen und ihre Konzentrationsfähigkeit zu fördern. Zudem fanden Fortbildungen für pädagogische Fachkräfte statt. Dadurch konnten 2016 rund 5.000 Kinder im Rahmen des Programms erreicht werden.

Insgesamt 18 Gymnasien aus Bayern und drei weiteren Bundesländern nahmen im Schuljahr 2015/16 am → **tat:funk-Wettbewerb** teil. Im Rahmen der Medientage München wurden auf dem Areal des MedienCampus am 26. Oktober 2016 die besten drei Produktionen als Gewinner des bundesweiten tat:funk-Wettbewerbs ausgezeichnet.

Im Schuljahr 2015/2016 setzten sich rund 80 Schülerinnen und Schüler der 4. bis 8. Jahrgangsstufen im Rahmen Projekts → **Klang.Forscher!** mit ihrer akustischen Umgebung auseinander und entwickelten unterschiedliche Hörstücke. Im Sommer 2016 startete das Projekt erstmals bundesweit einen Wettbewerb zum Thema „Listen to the Future – Der Sound unserer Welt von morgen!“ Schülerinnen und Schüler der 7. bis 10. Jahrgangsstufe aller Schularten nahmen daran teil.

Auch 2016 war die „CD des Monats“ wieder eine wichtige Maßnahme der Zuhörförderung. Dieses Angebot unterstützt Eltern und pädagogische Fachkräfte bei der Suche nach qualitativ hochwertigen Hörbüchern und Hörspielen für Kinder.

„Hörspiel mit Kindern – Spielen mit dem Hören“ war der Titel des Workshops,

den die Stiftung Zuhören 2016 bei der „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher“ in Höchststadt leitete.

Schulradio Bayern

Schulradio Bayern ist ein Projekt der BLM, das es Schülerinnen und Schülern sowie ihren Lehrkräften seit 2002 ermöglicht, Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge aus Schulradioprojekten auf der Plattform → www.schulradio-bayern.de zu veröffentlichen. Hörerinnen und Hörer von Schulradio-Bayern können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

Am 22. Juli 2016 konnten auf dem 7. Schulradiotag der BLM im Rundfunkmuseum der Stadt Fürth rund 100 Schülerinnen und Schüler von der 4. bis zur 9. Klasse das Moderieren, Produzieren und Live-Senden von Radiobeiträgen ausprobieren. Alle entstandenen Beiträge wurden in einer Redaktionskonferenz gesammelt und als Höhepunkt in einer gemeinsamen Live-Sendung vor Publikum unter dem Titel „Radio 100“ auf www.schulradio-bayern.de ausgestrahlt. Später wurde die Sendung beim Radiosender afk max in Nürnberg gesendet.

Auf der zweitägigen Schulradio-Lehrerfortbildung in der Musikakademie Schloss Alteglofsheim konnten 17 Teilnehmende aus unterschiedlichen Schulen in Bayern am 10. und 11. Oktober 2016 erste Radioerfahrungen sammeln. Die Lehrkräfte erhielten einen Einblick in journalistische und medienrechtliche

Weitere Projekte

- „JUFINALE“, ein bayerische Jugendfilmfestival für junge Filmschaffende in 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
- „Hört Hört!“, ein Festival und Hörwettbewerb im fränkischen und südbayerischen Raum für junge Hörbegeisterte

Beteiligung an Arbeitsgruppen und Initiativen

- **Lenkungsgruppe Medienkompetenz**, eine interministerielle Lenkungsgruppe zur Förderung von Medienkompetenz in Bayern
- **Stiftung Wertebündnis Bayern**, eine gemeinnützige Stiftung zur Stärkung des Wertebewusstseins in Bayern
- **Netzwerk Medienethik**, eine Initiative zur Förderung des medienethischen Diskurses im deutschsprachigen Raum
- **Dieter Baacke Preis**, eine Auszeichnung für Medienprojekte der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit
- **Ein Netz für Kinder**, eine Initiative des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) zur Schaffung eines sicheren Surfraums für Kinder
- **ELTERN TALK**, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt der 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
- **Technik-Scouts**, ein Wettbewerb mit dem Ziel, Jugendliche in der Phase der Berufsorientierung zu unterstützen

Grundlagen und konnten während der Fortbildung auch einen eigenen Radiobeitrag erstellen.

Das Interesse an Schulradioboxen war auch 2016 groß. Im Schuljahr 2015/2016 konnten 19 und im Schuljahr 2016/2017 bisher 13 Schulradioboxen an bayerische Schulen vergeben werden. Die Schulradiobox enthält technisches Equipment, Software sowie rechtliche, radiojournalistische und organisatorische Informationen, die den Schulradiogruppen den sofortigen Start in die Radioarbeit ermöglichen.

Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops

Fortbildung Medienkompetenz

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

Was in der Medienarbeit mit Kindern möglich ist, konnten rund 90 Studierende der Fachakademie für Sozialpädagogik des Landkreises Erlangen-Höchstädt am 20. und 21. Juli 2016 bei der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher erfahren. Jutta Baumann von der Stiftung Medienpädagogik Bayern stellte am ersten Veranstal-

tungstag den Medienführerschein Bayern für den Elementarbereich vor. Dabei wurde aufgezeigt, warum Medienkompetenzvermittlung in Kindertageseinrichtungen wichtig ist und wie Medienkompetenz im Elementarbereich gestärkt werden kann. Danach erhielten die Teilnehmenden in neun verschiedenen Workshops, z. B. zu Tricks mit der Kamera oder zur Radioarbeit mit Kindern, zwei Tage lang Einblicke in die vielfältigen Möglichkeiten der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern. Erstmals wurde der Workshop „Grundlagen der Medienpädagogik“ für Lehrkräfte angeboten. Am zweiten Veranstaltungstag wurden die Workshops mit einer gemeinsamen Reflexion und einer Präsentation der Ergebnisse im Plenum abgeschlossen.

Organisatorisch und inhaltlich arbeitete die BLM mit dem Medienzentrum München (MZM) des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, dem Medienzentrum Parabol e. V., der Medienfachberatung Mittelfranken und der Stiftung Zuhören zusammen. Unterstützt wurde die Veranstaltung von Franken Fernsehen und dem Landkreis Erlangen-Höchstädt.

Expertengespräch zur Expertise „Soziales Handeln in digitalen Spielen“

Am 10. November 2016 tauschten sich acht Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen in der BLM im Rahmen einer Diskussionsrunde zur Expertise „Soziales Handeln in digitalen Spielen – Der Einfluss des Medialitätsbewusstseins auf

moralische Entscheidungsdilemmata“ aus. Die Expertise wurde 2015 von der BLM bei Prof. Dr. Manuela Pietraß, Professorin für Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Medienbildung an der Universität der Bundeswehr München, in Auftrag gegeben.

Im Rahmen des Expertengesprächs präsentierte Prof. Dr. Manuela Pietraß anfangs Fragestellung, Ansatz und Ergebnisse ihrer Expertise. Danach folgte eine offene Diskussion mit den Expertinnen und Experten, die aufgrund der unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen verschiedene Perspektiven einbrachten.

Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen

2016 wurden mit Elternabenden aus Anlass des Europäischen Datenschutztags, der Fachtagung des Forums Medienkompetenz und der 12. Interdisziplinären Fachtagung in Kooperation mit dem JFF öffentliche Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen durchgeführt. Darüber hinaus fand 2016 zum 2. Mal die Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz der Landeszentrale statt.



Nähere Informationen
zu den Veranstaltungen
s. Seite 121 ff.

Für die Förderung von innovativen Medienprojekten hat die Landeszentrale im Jahr 2016 296,5 T€ aufgewendet. Das Media Lab Bayern dient als Ideen-Inkubator und Co-Working-Space für digitale Medien und digitalen Journalismus. Die Vernetzung der Medienunternehmen untereinander und mit anderen Branchen ist das Ziel des Mediennetzwerks Bayern, dessen Geschäftsstelle seit August 2016 an die BLM angebunden ist.

Aus dem Projekt Innovate:Media heraus eröffnete bereits 2015 das Media Lab Bayern der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Es dient als Ideen-Inkubator und Co-Working-Space für digitale Medien und digitalen Journalismus. Als Vorgründerzentrum unterstützt das Media Lab Bayern Startups mit diversen Förderprogrammen und bringt als Innovationsplattform Talente und Teams zusammen. Darüber hinaus bietet Media Lab Bayern zahlreiche thematische Veranstaltungen, die dem Vernetzen, Scouting und Recruiting von Talenten dienen.

Durch Beschluss des Bayerischen Landtages vom 7. Juli 2016 wurde das Bayerische Mediengesetz in Art. 11 Abs. 2 Nr. 4c so ergänzt, dass die BLM einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern leisten soll. Seit 1. August 2016 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern bei der BLM angesiedelt. Für die Geschäftsstelle, deren Tätigkeit vom

Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert wird, wurde in der Landeszentrale eine Personalstelle für Kommunikation und eine Stelle für Vernetzungstätigkeiten geschaffen.

Media Lab Bayern

Förderprogramme

Von Juli 2015 bis August 2016 wurden insgesamt acht Teams durch das Founders Fellowship gefördert. Das Programm war im Konzept auf drei Monate angelegt mit der Option, die Förderung der Stipendiaten (im Folgenden bezeichnet als „Fellows“) einmal um weitere drei Monate zu verlängern.

Zum Oktober 2016 wurde das Founders Fellowship ergänzt und in die Angebote → **Media Entrepreneurship Program und Media Startup Fellowship** aufgeteilt.

Das Media Entrepreneurship Program ist eine Art Vorstufe zum Media Startup Fellowship. Hier werden zwei Monate lang Ideenfindung und Teambuilding zwischen Designern, Developern, Journalisten und Business-Developern unterstützt. Die daraus entstehenden Teams treten dann zusammen mit externen Bewerbern in einem dreitägigen Lean Startup Bootcamp an, um Stipendiaten des Media Startup Fellowships zu werden.

Das Media Entrepreneurship Program 2016 bestand aus einem Teambuilding-Wochenende und acht Fortbildungs- und Workshop-Einheiten, in denen die Teilnehmer mit Hilfe der Methodik des Design Thinking ihre Ideen zu Projekten

entwickelten. Am 29. November 2016 traten sieben Teams zum Abschlusspitch an. Die Jury bestehend aus Julia Köberlein (Der Kontext), Hartmuth Hahn (Userlane), Anna-Lena Müller (Microsoft) sowie Ralf Westbrook (Str84wrđ) bot schließlich drei Teams die Möglichkeit, im Auswahl-Bootcamp für das Media Startup Fellowship teilzunehmen.

Im Media Startup Fellowship werden die Teams vier Monate lang mit ihrer Idee gezielt gecoacht und finanziell unterstützt. Ebenfalls neu hinzugekommen ist das sogenannte Partner Fellowship, bei dem Kooperationspartner aus der Medienbranche ein Stipendium stellen und damit ein Team fördern, das einen speziellen mit dem Kooperationspartner abgestimmten Themenfokus verfolgt. Über die finanzielle Förderung hinaus kann das Team sich mit dem Partner inhaltlich über das Projekt abstimmen und ein gesondertes Mentoring bekommen. Das Media Startup Fellowship wurde im Oktober 2016 mit Start zum Januar 2017 eingeführt; es wurden fünf Teams zugelassen.

■ Founders Fellowship Batch #1

Das → erste Startup-Batch bestehend aus Der Kontext, CamperStyle, tangnt und Soundticker wurde bis einschließlich Januar 2016 im Media Lab Bayern gefördert. Das Founders Fellowship beendeten die vier Teams mit einem Demo Day am 29. Januar 2016. Dabei präsentierten die Teams ihre Ergebnisse aus den 6 Monaten Stipendium.

Stipendiaten Founders Fellowship Batch #2

■ SNAPTRACK

SnapTrack ist eine Management Suite für Snapchat. Mit SnapTrack können Snapchat Stories mit beliebig vielen Accounts erstellt und dank umfassenden Snapchat Analytics anhand von KPIs optimiert werden. Nach abgeschlossenem Fellowship wurde das Team in den weiterführenden Axel Springer Plug and Play Accelerator aufgenommen.

■ Bohème

Die Bohème-App ist eine Plattform für einen digitalen location-based Lesezirkel. Die digitalen Paid-Ausgaben von kooperierenden Zeitschriften und Zeitungen können bequem und kostenlos auf der App in teilnehmenden Locations während des gesamten Aufenthalts gelesen werden. Nach Ende des Förderprogramms konnte Bohème eine beachtliche Aufmerksamkeit für ihren location-based Media Service erreichen und führte Vertriebsgespräche mit großen Unternehmen, wie Deutsche Bahn, S-Bahn Berlin, McFit und dem FC Bayern. Heute stehen sie am Anfang einer wirtschaftlichen eigenfinanzierten Selbständigkeit mit enormem Wachstumspotential.

■ Holodeck 4.0

Das Holodeck 4.0 revolutioniert die Art und Weise wie Inhalte wie Filme, Spiele oder Dokumentationen erlebt werden. Durch den Einsatz von Virtual Reality und modernster Sensortechnologie wird der Betrachter auch zum Akteur, kann sich frei in seiner Welt bewegen und somit virtuell ferne Orte bereisen, die neuesten interaktiven Spiele erkunden oder Kulturstätten der Vergangenheit besuchen. Das Holodeck 4.0 ist von Star Trek inspiriert und ermöglicht ein sehr immersives Erlebnis, welches 3D Audio, 3D Inhalte, sowie 4D Elemente wie haptisches Feedback oder Gerüche und Wind ermöglicht.

■ Jorну

Jorну ist eine Plattform, auf der Leserinnen und Leser statt Medienhäusern Journalisten folgen und sich so ihre eigene Redaktion aufbauen können.

■ Founders Fellowship Batch #2

Ende Januar 2016 wählte sich die Jury bestehend aus Dr. Franz Glatz (WERK1), Richard Gutjahr (freier Journalist), Maximilian Klopsch und Herby Marchetti (ProSiebenSat.1), Björn Erkens (Bay-StartUP), Stefan Sutor (BLM) und Lina Timm (Media Lab Bayern) vier Teams für das → **zweite Batch** aus. Von Februar bis August 2016 zogen 5ZEHN (Produkt: Snaptrack), Bohème, Holodeck 4.0 und Jorinu im Media Lab Bayern ein.

Nach Ablauf des ersten Förderzeitraums von drei Monaten wurde die Verlängerung des Stipendiums von der Jury einstimmig beschlossen.

■ Founders Fellowship Batch #3

Von September bis November 2016 lief die Bewerbungsphase für das → **dritte Batch** mit Start am 1. Januar 2017. Fünf Teams wurden für die Aufnahme ins Fellowship ausgewählt, davon zwei mit einem themengebundenen Partner Fellowship vom Red Bull Media House und VOCER.

Open Space

Der → **Open Space** ist der Co-Working-Space des Media Labs, der Projekten und Talenten offen steht, die noch sehr früh in der Findungsphase sind. Das Angebot umfasst kostenlose Arbeitsplätze, Vernetzungsmöglichkeiten sowie teilweise auch Coaching-Sessions.

Veranstaltungen im Media Lab

■ DEMO DAY Fellowship Batch#1

Die erste Generation des Founders Fellowships stellte am 29. Januar 2016 in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien ihre Projekte vor und präsentierte das Ergebnis aus 6 Monaten Stipendium.

■ DEMO DAY Fellowship Batch#2 und Media Lab Birthday

Die zweite Generation des Founders Fellowships stellte am 29. Juli 2016 im WERK1 München das Ergebnis aus 6 Monaten Stipendium vor. Außerdem hatten auch einige Open-Space-Projekte die Möglichkeit zu pitchen und Julia Köberlein (der Kontext) erzählte aus der Perspektive des Alumni. Die Veranstaltung wurde mit der Geburtstagsfeier des Media Lab verbunden.

■ Digital Media Camp

Mit dem → **Digital Media Camp** veranstaltete das Media Lab Bayern am 6. Februar 2016 ein BarCamp rund um digitale Medien, aktuelle Trends und Herausforderung im Journalismus. Die Nicht-Konferenz entstand in Zusammenarbeit mit dem WERK1 München. Die Inhalte kamen allein von den Teilnehmern. Mit über 180 Anmeldungen übertraf die Veranstaltung alle Erwartungen. Mit fast 3.000 Tweets ist #dmcmuc für einen Tag lang Twitter Trending Topic in Deutschland.



Mehr zu den Veranstaltungen im Media Lab Bayern finden Sie hier → www.media-lab-bayern.de/events/

■ Digital Journalism Hackathon

Elf Teams produzierten beim zweiten Digital Journalism Hackathon vom 10. bis 12. Juni 2016 in weniger als 48 Stunden einen funktionsfähigen Prototypen. Vorgegeben worden waren die Themengebiete 360 Grad Storytelling, Chat-Bots und Contextual Delivery. Mit 60 Teilnehmern konnte die Teilnehmerzahl gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt werden. Das viertplatzierte Snapchat Analyse Tool SnapTrack wurde von Burda, Focus online, Chip und Bild angefragt. Das Gewinner-Team entwickelte mit Immerse News 360 einen 360 Grad NewsRoom. Das Projekt wurde auf den Lokalfunktagen vorgestellt und stieß unter anderem bei Sky auf Interesse.

■ Media Startup Night

Im Zuge der Bits & Pretzels veranstaltete das Media Lab Bayern die Media Startup Night als Side Event gemeinsam mit MediaPlus als Sponsor. Ziel war es, Startup- und Medien-Branche anzusprechen und zusammenzubringen. Im Zuge eines Ask-me-anything konnten die Teilnehmer Katharina Borchert, Chief Innovation Officer bei Mozilla, Patrick de Laive, Co-Founder The Next Web, Uli Schmitz, Managing Director Axel Springer Digital Ventures, und Jochen Wegner, Chefredakteur von ZEIT Online, alles fragen, was sie zur Innovation in der Medienbranche wissen wollten. Neben dem BMW EyeRide, einem GIF Pitch und der Vorstellung des weShops von Serviceplan vereinfachte die „Emoji Challenge“ das Netzwerken. Mit über 300 Anmeldungen war die Veranstaltung ein voller Erfolg.

■ Medientage München – New Publishing & Messestand

Auf den Medientagen München 2016 hat das Media Lab Bayern am 26. Oktober für einen gesamten Kongresstag das Programm im Saal 5 der Messe München organisiert und gehostet. Zum Thema New Publishing kamen insgesamt 24 internationale Vorreiter, Influencer und Chefredakteure aus dem Bereich des Onlinepublishing und Digitaljournalismus. Zu insgesamt acht Themenfeldern haben unter anderem Beth Diaz, Vice President of Audience Development and Analytics der Washington Post, Laura Dornheim von AdblockPlus/Eyeo und BILD Digital Chefredakteur Julian Reichelt in 21 Vorträgen und Diskussionsrunden über den aktuellen Stand und die mögliche Zukunft des New Publishing gesprochen. Zusätzlich organisierte das Media Lab Bayern für den Verbund Werk1.Bayern den Messestand an allen drei Tagen der Medientage.

■ Werkstattgespräche und Workshops

In Werkstattgesprächen und offenen Workshops bietet das Media Lab den Teilnehmern von Fellowship, Open Space und weiteren Interessierten regelmäßig Informationen zu neuen Trends in den Medien und der Startup-Szene. Außerdem stellte das Media Lab seine Räumlichkeiten freien Meetups zur Verfügung, die thematisch passende Inhalte bieten. 2016 wurden insgesamt an 17 Terminen Werkstattgespräche oder Workshops angeboten.

media.fwd

Die Landeszentrale hat die 2014 gestartete Berichtsserie über Medienstartups fortgeführt. Mit → **media.fwd** stellt die BLM in einer Reihe von Werkstattberichten Medien-Startups, neue Tools für Redaktionen oder innovative Einzelprojekte vor. media.fwd erzählt, woran die anderen gerade arbeiten und wie deren Projekte funktioniert haben. Wurden sie geklickt? Was hat funktioniert, was nicht? In media.fwd kommen die Macher zu Wort.

media.projects

Im Rahmen von → **media.projects** bringt die Landeszentrale lokale Rundfunkanbieter und interdisziplinäre Teams aus Hochschulen zusammen, um gemeinsam innovative → **Projekte** anzuschließen. Im Geschäftsjahr 2016 konnten insgesamt sechs Projekte an den Standorten Amberg, Ansbach, Augsburg, Ingolstadt, Nürnberg und Regensburg gefördert werden. Nach einem Kick-off-Meeting im September ging es ab November 2016 in die Projektphase.

MedienNetzwerk

Das MedienNetzwerk führte von August bis Dezember 2016 zahlreiche Veranstaltungen wie das VR_Now Special auf den Medientagen München, Media meets Assekuranz, eine VR Session auf der UBX Konferenz, die Transforming Media in Nürnberg als Partner oder das HoloLab mit dem Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen durch. Auf zahlreichen Veranstaltungen wie der Tutzinger Journalistenakademie, der Digility oder dem Mobile Media Day war das MedienNetzwerk mit Veranstaltungen vertreten.

Das MedienNetzwerk berichtete auf der Seite medien.bayern sowie auf zwei Facebookseiten über die Tätigkeiten und Entwicklungen der bayerischen Medienunternehmen. Schließlich wurde die Berichterstattung auf der Seite → www.mediennetzwerk-bayern.de zusammengeführt.

Nach dem Rundfunkstaatsvertrag der Länder in Verbindung mit dem BayMG und § 23 der Fernsehsatzung müssen die bundesweiten Fernsehanbieter einen finanziellen Beitrag zur Sicherstellung der Finanzierung der lokalen/regionalen und landesweiten Fensterprogramme leisten.

Der Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der Fernsehsatzung sowie in der Finanzierungsbeitragsrichtlinie geregelt.

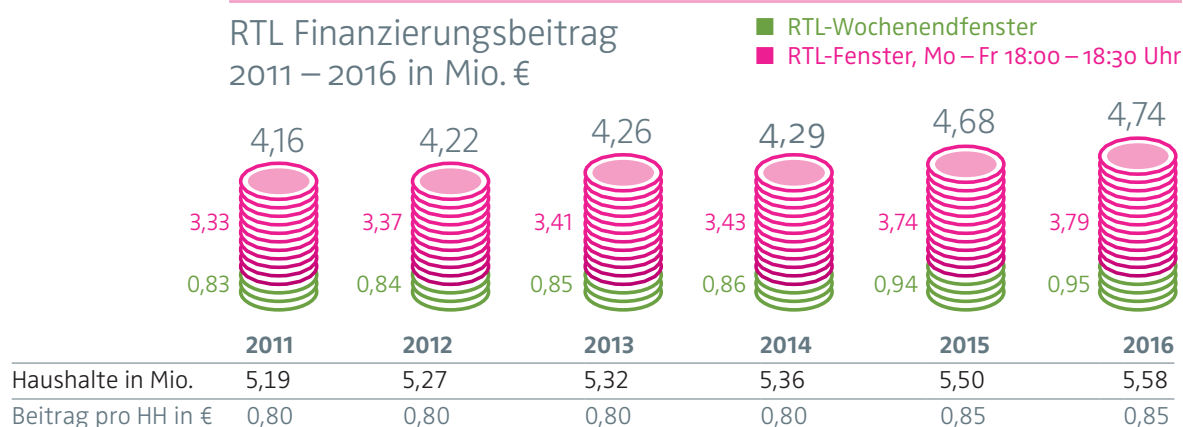
Die Verpflichtung zur Zahlung des Finanzierungsbeitrags umfasste ursprünglich alle in Bayern terrestrisch verbreiteten bundesweiten Fernsehvollprogramme mit einem Zuschauermarktanteil von 6 Prozent oder mehr. Mit dem Inkrafttreten des Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrags wurde 2005 die Verpflichtung 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 Anbie-

ters 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 beläuft sich seit 1. Januar 2015 auf 0,85 €. Auf dieser Grundlage standen im Jahr 2016 4,743 Mio. € zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 3,79 Mio. € auf die lokalen Fensterangebote (Vorjahr 3,74 Mio. €).

Die Finanzaufwendungen 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
2011 – 2016 in Mio. €



Gemäß Art. 23 BayMG standen 2016 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 1,64 Mio. € aus dem Haushalt der Landeszentrale.

Mit Änderungsgesetz vom 20. Dezember 2016 wurde die seit 1. Januar 2008 bestehende Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten bis Ende 2020 verlängert. Für die Förderung stehen wie bisher staatliche Mittel für die technische Verbreitung und Mittel aus dem Haushalt der Landeszentrale für die Förderung der Programmherstellung zur Verfügung.

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

Zur Erlangung der Fördermittel müssen die Anbieter u. a. Finanzpläne bei der Landeszentrale einreichen. Die Zuwendungen für die Programmverbreitung je Sender werden in Abhängigkeit der betrauungsfähigen zu den gesamten Sendezeiten und den angefallenen Verbreitungskosten ermittelt. Die Förderung der Programmherstellung je Anbieter erfolgt auf Basis der betrauten Sendezeiten und der errechneten Förderbedarfe der Anbieter. Diese werden gegenseitig in Relation gebracht und auf

die zur Verfügung stehenden Mittel bezogen. Nach Ablauf des Geschäftsjahres müssen die Anbieter der Landeszentrale einen Verwendungsnachweis vorlegen, 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.

Sämtliche Betrauungen sind aktuell bis 31. Dezember 2020 befristet.

Programmausschuss

Der im Jahr 2008 parallel zur Förderung von lokalen und regionalen Programmen nach Art. 23 BayMG eingerichtete Programmausschuss des Medienrats war im Jahr 2016 für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Aschaffenburg, Würzburg und Schweinfurt sowie Passau und Südostoberbayern zuständig.

Satzungsgemäß tagte der Programmausschuss 2016 viermal. Die Sitzung am 14. April 2016 verband der Programmausschuss mit einem Besuch beim Anbieter in Würzburg. Hier informierte sich der Programmausschuss insbesondere über die redaktionelle Arbeit des Anbieters und diskutierte das vom Anbieter initiierte Projekt „Bürgerreporter“. Die übrigen Sitzungen am 18. Januar 2016, 7. Juli 2016 und 29. September 2016 fanden in München statt.

Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2016 partizipierten 16 Haupt- und neun Spartenanbieter an der Förderung. Insgesamt wurden ca. 10,64 Mio. € eingesetzt (s. Grafik). Hiervon stammten aus dem bayerischen Staatshaushalt 9,0 Mio. € und aus dem Stammhaushalt der BLM 1,64 Mio. €.

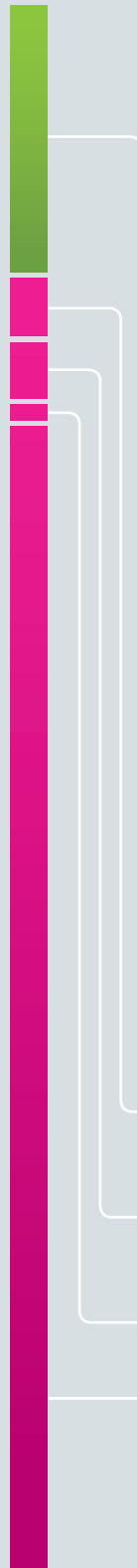
Die Verteilung der eingesetzten Mittel erfolgt nach der → **Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten** nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fördersatzung – FöS) vom 17. Dezember 2007.

Förderung der Technischen Programmverbreitung

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2016 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden gemäß Art. 23 BayMG dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betraufungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

2016 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 9.261 T€ (Vorjahr 9.415 T€), die mit 9.000 T€ (Vorjahr ca. 8.996 T€) gefördert wurden. Die Senkung gegenüber dem Vorjahr resultiert größtenteils aus dem Wegfall der Verbreitung über DVB-T, die bereits ab Mitte 2015 eingestellt wurde. 2016 konnten die förderfähigen Kosten nahezu zu 100 % durch die Fördermittel getragen werden, so dass ein Selbstbehalt gem. § 9

10,64 Mio. €
Gesamtbetrag
der Förderung
2016



Abs. 3 Fördersatzung – FöS für betraute Sendeangebote von den Anbietern lediglich in Höhe von ca. 11 T€ zu tragen war.

Förderung der Programmherstellung

Der Umfang der Förderung wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betraufungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 26.129 T€ und Ausgaben in Höhe von 28.307 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 2.178 T€, der mit ca. 841 T€ gefördert wurde (Förderquote 38,6 %). Bei den Spartenanbietern ergab sich durch Einnahmen in Höhe von ca. 660 T€ und Ausgaben in Höhe von 1.630 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 970 T€, der mit 800 T€ gefördert wurde (Förderquote 87,8 %).

1,64 Mio. €
Förderung der
Programmherstellung

9,0 Mio. €
Förderung der technischen
Verbreitung der Programme

474 T€ (Vj. 477 T€)
Leitungskosten für die Heranführung der
Fernsehprogramme

397 T€ (Vj. 445 T€)
Kabeleinspeisekosten der
TV-Programme

135 T€ (Vj. 135 T€)
Kosten der Schaltzentrale

8.005 T€ (Vj. 7.939 T€)
für die digitale Satellitenverbreitung
(DVB-S) der Fernsehangebote

–11 T€
Selbstbehalt gem. § 9 Abs. 3
Fördersatzung

Informationen über die BLM und ihre Aktivitäten werden über verschiedene Kanäle publiziert. Außer den Pressemitteilungen veröffentlicht die BLM eine Reihe von Publikationen, darunter das Medienmagazin *Tendenz*. Online gibt es die Homepage www.blm.de, das BLM-Blog www.blmplus.de und verschiedene Social Media-Kanäle. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Für die Öffentlichkeitsarbeit wurden 2016 insgesamt rd. 1.152 Tsd. Euro aufgewendet.

Publikationen

Die BLM hat 2016 insgesamt 89 Pressemitteilungen veröffentlicht. 37 davon thematisieren 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

2016 sind zwei Ausgaben der BLM-Zeitschrift *Tendenz* erschienen.

Die Ausgabe 1/2016 hatte das Thema „Digitaler Journalismus“: In Zeiten der Konvergenz verändert das Internet die Art, wie Journalisten recherchieren und Inhalte präsentieren. Zugleich sind mit Facebook und Google neue Akteure am Werk. Sie entscheiden mit Diensten wie Instant Articles oder Suchalgorithmen zunehmend darüber, welche journalistischen Inhalte von Nutzern gefunden werden. Damit stellt das Internet nicht den Journalismus grundsätzlich in Frage,

wohl aber dessen bisherige Geschäftsmodelle. Umso wichtiger ist es, dass sich die klassischen Medienmarken im Netz mit Qualitätsjournalismus, Glaubwürdigkeit und modernen Angeboten unverzichtbar machen. *Tendenz* warf in diesem Heft einen Blick auf neue Formen von Journalismus und Mediennutzung sowie den Markt für News-Apps, bot einen Überblick über Media Labs und ging der Frage nach, wie Innovationen entstehen.

Mit dem Schwerpunkt „Medien und Europa im digitalen Wandel“ befasste sich Ausgabe 2/2016. Wurde anfangs in Europa vor allem um ein „Fernsehen ohne Grenzen“ gerungen, geht es beim Thema Digitalisierung längst um viel mehr: nämlich darum, europaweit publizistische Vielfalt und den ungehinderten, chancengleichen und barrierefreien Zugang zu Medieninhalten zu sichern. Schließlich schafft das Internet neue globale Märkte und transformiert bestehende. So ist das Fernsehgerät heute zum Smart-TV-Screen geworden, über den neben den klassischen linearen Programmen auch non-lineare, webbasierte Angebote abgerufen werden können. Daher ist es nicht mehr zeitgemäß, dass für lineare und non-lineare Mediendienste immer noch völlig unterschiedliche Regeln gelten. Diese Ausgabe der *Tendenz* warf einen Blick auf die anstehenden medienpolitischen Gestaltungsaufgaben in Europa.

Zusätzlich zu den Print-Ausgaben präsentiert sich *Tendenz* seit Ende April 2016 auf der Website der BLM völlig neu. Die Nutzer finden → [hier](#) viele Inhalte für den digitalen Konsum aufbereitet. Damit



Die *Tendenz* kann als → e-paper oder über eine kostenlose App auch auf mobilen Endgeräten gelesen werden.

werden die Markenzeichen von Tendenz – journalistische Qualität, thematische Relevanz und selbstbewusste Optik – auch online adäquat abgebildet. Als Ergänzung zum Print-Produkt kann man den Content von Tendenz auf der BLM-Website nun optimal verlinken, mobil nutzen oder teilen.

BLM-Image-Broschüre und Geschäftsbericht

Die Imagebroschüre der BLM ist bereits 2015 neu konzipiert und wie ein Magazin gestaltet worden. Die Aufgaben und Aktivitäten der Landeszentrale werden in Themengeschichten erzählt und durch einen Faktenblock ergänzt. Weitergehende Informationen, meist in Form von Videos, sind über einen QR-Code abrufbar. Fakten und Zahlen zu den Rundfunkangeboten in Bayern, zur Mediennutzung und zur Digitalisierung ergänzen das Informationsangebot.

Seit 2016 setzt die BLM verstärkt auf digitales Publizieren und veröffentlicht die → **Imagebroschüre** nur online auf ihrer Website. Auf diese Weise ist jederzeit eine Aktualisierung möglich. So konnten Ende 2016 nach Inkrafttreten des reformierten Jugendmedienschutz-Staatsvertrages zum Beispiel aktuell die notwendigen Änderungen in der Imagebroschüre erfolgen.

Auch der → **Geschäftsbericht** der BLM wird seit dem vergangenen Jahr ausschließlich online publiziert. Das Layout des Geschäftsberichts 2015 wurde dementsprechend für das Lesen mit Tablet-PCs optimiert. So wurden u.a. zahlreiche Links eingebettet, die den Nutzwert des Berichts weiter steigern.

Weitere Publikationen

■ **Jugendschutz und Medienkompetenz**

Ihre Jugendschutz- und Medienkompetenz-Aktivitäten dokumentiert die Landeszentrale einmal jährlich im → **Jugendschutzbericht** bzw. im → **Medienkompetenzbericht** der BLM.

Darüber hinaus erschien 2016 zu den Medientagen München ein neuer Flyer der Landeszentrale, der in knapper Form die Jugendschutzarbeit der Landeszentrale vorstellt und einen ersten Einblick gibt in die rechtlichen Grundlagen und die Aufgaben bzw. Zuständigkeiten in diesem Bereich.

■ **Broschüre zum Selbstschutz**

Als Service-Ratgeber hat die BLM 2016 in ihrer Nutzerkompetenz-Reihe eine Informationsbroschüre zum → **Selbstschutz! Tipps, Tricks und Klicks** herausgegeben. Die Broschüre bietet alltagstaugliche Tipps sowie verständlich aufbereitete Hintergrundinformationen zum Selbstschutz bei der Verwendung technischer Geräte. Die Broschüre richtet sich insbesondere an Eltern und pädagogisch Tätige, die Kinder und Jugendliche bei dem verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit persönlichen Daten unterstützen.

Die Broschüre bietet Tipps und Hintergrundinformationen zum Selbstschutz.



■ Ratgeber zum Umgang mit digitalen Spielen

Die Stiftung Medienpädagogik Bayern, deren Vorsitzender BLM-Präsident Siegfried Schneider ist, veröffentlichte 2016 einen Ratgeber für Eltern: → **Sicher im Umgang mit digitalen Spielen. Was Eltern wissen sollten.**

Internet

Die BLM Webseite www.blm.de

Die Website der BLM → www.blm.de ist ein wichtiger Baustein der Öffentlichkeitsarbeit der Landeszentrale. Sie informiert Nutzer aus Fachkreisen, Medienschaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürgerinnen und Bürger über die Arbeit der BLM, die Entscheidungen der Gremien sowie neueste Entwicklungen im Medienbereich. Informationen über die privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter in Bayern, die Organisationsstruktur der BLM sowie aktuelle Meldungen stehen dabei im Fokus des Interesses der Nutzer und verzeichnen die höchsten Besucherzahlen. Anhand einer komfortablen Suche können sowohl die Anbieter am jeweiligen Standort als auch deren wichtigste Senderdaten wie z.B. Kontakt, Sendegebiet und -frequenzen, Programmformat und Zielgruppen abgerufen werden. Häufig nachgefragt wird auch der Bereich Medienkompetenz, der wertvolle Tipps im Umgang mit Medien sowie entsprechendes Begleitmaterial zum Download bietet. Die Gremienmitglieder der BLM haben die Möglichkeit, in einem mit

Passwort geschützten Bereich, dem sogenannten „Gremien-Intranet“, Sitzungsunterlagen und Protokolle abzurufen.

Unter der URL → www.funkanalyse-bayern.de werden jährlich detaillierte Ergebnisse der Funkanalyse Bayern angeboten.

■ TENDENZ Online

Seit April 2016 ist → **TENDENZ** – das Magazin der BLM – nahezu vollständig im Rahmen der Website abrufbar. Das Design dieser Seiten wurde an das Printmagazin angepasst und setzt dessen Bildsprache großzügig ein. Von entscheidendem Vorteil in der Online-Darstellung ist die Möglichkeit, weiterführende Informationen zum jeweiligen Artikel über Links zu integrieren.

■ total digital – Der Ratgeber für Mediennutzer

Die Bedeutung von Medienkompetenz ist keine Frage des Alters. Sie ist eine Schlüsselkompetenz in unserer Gesellschaft geworden, die Kinder ebenso wie Erwachsene fordert. Mit dem neu aufgelegten und mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Bayern erarbeiteten Angebot → „total digital“ möchte die Landeszentrale gerade die Medienkompetenz all jener stärken, die nicht mit Tablet, Mediatheken und Onlineshopping groß geworden sind. „total digital“ ist online über die BLM-Homepage abrufbar. Hier werden rund 70 Begriffe zu Radio, Fernsehen, Internet und Mobilfunk verständlich, kurz, nutzernah erklärt und ergänzt mit weiterführenden Links.

Dabei geht es um Technik und Programminhalte von Radio und Fernsehen, um die Möglichkeiten und Gefahren bei der Nutzung des Internets und die wichtigsten Begriffe rund um das Smartphone, dem mittlerweile wichtigsten Treiber des digitalen Wandels.

Die Radioplattform der BLM steht allen bayerischen, nicht-kommerziellen Radio-Interessierten zur Verfügung.



Schulradio und Mach Dein Radio – Die Radioplattformen der BLM

Auf der Plattform → www.schulradio-bayern.de können Schülerinnen und Schüler sowie ihre Lehrkräfte Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge aus Schulradioprojekten veröffentlichen. Hörerinnen und Hörer von Schulradio-Bayern können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

Die Radioplattform → „Mach Dein Radio“ der BLM steht allen bayerischen, nicht-kommerziellen Radio-Interessierten zur Verfügung. Ob einzelne Radio-Enthusiasten, Vereine oder Bürgergruppen – jeder ist eingeladen, die Radioplattform zu nutzen. Hier können Hörer nicht nur aus einer Vielfalt von Beiträgen wählen und die unterschiedlichen Radiokanäle durchstöbern, sondern auch selbst zum Radiomacher werden, indem sie einen eigenen Radiokanal anlegen, diesen nach eigenen Vorstellungen gestalten und dort selbstproduzierte Beiträge veröffentlichen. Wer regelmäßig auf Sendung gehen möchte, kann dies auch von unterwegs mit der kostenlosen App ausprobieren.

Beiträge, Sendungen oder Radiokanäle können mit den eigenen Social Media Accounts verbunden werden. So können interessante Beiträge mit Freunden auf Twitter, Facebook und Co. geteilt werden und höhere Aufmerksamkeit erreichen.

Die Beiträge und Sendungen sind thematisch nicht beschränkt, sie müssen lediglich nicht-kommerziell, werbefrei und unabhängig sein. Grundlage ist das Bayerische Mediengesetz und die darin verankerten Programmgrundsätze sowie die Jugendschutzrichtlinien.

Medienpuls Bayern

Die Veranstaltungen der BLM werden auf der Veranstaltungsplattform → www.medienpuls-bayern.de beworben. Diese offene Online-Plattform zeigt neben den aktuellen Events der BLM auch die Veranstaltungen ihrer Partner am Medienstandort Bayern, die diese dort kostenlos einbringen und selbst einpflegen können.

Veranstalter haben auf „medienpuls-bayern“ die Chance, ihre Events mit Videos, Bildern, Präsentationen und Referentenbiographien zu bewerben und damit die Auffindbarkeit und Attraktivität ihrer Veranstaltung zu erhöhen. „medienpuls-bayern“ soll den Medienstandort Bayern und die Vernetzung stärken. Daher ist die Eventplattform der BLM auch mit dem Branchenkalender des MedienNetzwerks Bayern verknüpft.

Social Media



40%

Twitter



50%

Facebook

Die Reichweiten der BLM-Angebote sind 2016 um etwa 40 % auf Twitter und um 50 % auf Facebook gestiegen.

Die Online-Kommunikation über die Social Media-Profile der BLM wird zum immer wichtigeren Bestandteil der Medienarbeit der Landeszentrale. Die Bedeutung der Social Media-Kanäle nimmt zu, die Reichweiten der Profile und die Interaktion mit den Nutzern steigen kontinuierlich.

So erreichte die BLM auf → **Twitter** Ende 2016 rund 1.850 Follower, was im Vergleich zu 2015 eine Reichweitensteigerung um 40 Prozent bedeutet. Auf ihrem → **Facebook**-Profil verzeichnete die BLM eine Steigerung um 50 Prozent auf 1.315 Likes Ende Dezember 2016. Das → **Google+**-Profil bewegt sich auf gleichbleibend hohem Niveau.

Der Dialog mit den Nutzern nimmt über Facebook und Twitter stark zu. Insbesondere die Begleitung der BLM- und der Kooperations-Veranstaltungen auf Twitter, die wie der Medieninnovativtag (#mit16), der Social-TV-Summit (#sts16) oder der Digital-Journalism-Hackathon des MediaLab Bayern (#djhack) eine Social Media-affine Zielgruppe ansprechen, regt zur Diskussion an. Diese Hashtags tauchten 2016 regelmäßig in den „trending topics“ auf.

Der Social Media-Austausch mit dem Vorgründerzentrum → **MediaLab Bayern** und seit September 2016 auch mit dem → **MedienNetzwerk Bayern** bringt Synergien für alle Beteiligten, da in diesem Umfeld Themen zum digitalen Journalismus und zum Medienstandort Bayern gut angenommen werden.

Auf Facebook läuft die Vernetzung mit unserem Blog www.blmplus.de besonders erfolgreich. Außerdem hat die BLM 2016 verstärkt Videos eingesetzt und zu bestimmten Themen wie der Smartphone-Nutzung bei den Augsburger Mediengesprächen auch Videoumfragen produziert.

Unterstützt wird die interne und externe Kommunikation zunehmend durch das Blog → www.blmplus.de, auf dem mindestens einmal wöchentlich Beiträge von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie externen Gastautorinnen und Gastautoren veröffentlicht werden. In der Regel werden im Blog Fachthemen aus den fünf Rubriken Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz bearbeitet. Stimmungsbilder von Events und Interviews mit Experten aus den Veranstaltungen der Landeszentrale ergänzen den Blick auf die Branche. Empfehlungen und Verlinkungen der blmplus-Beiträge durch bekannte Medien-Blogs (z. B. Bildblog – Kritisches über Deutsche Medien) lassen nicht nur die Besucherzahlen und Seitenabrufe wachsen. 2016 verzeichnete die BLM 15.000 Besucher auf ihrem Blog.

Auch die Storytile-Liveblogs zu Veranstaltungen (z. B. zur re:publica und zum Social-TV-Summit) und eine Pageflow-Reportage zum Thema Schulradio stießen 2016 auf großes Interesse.

Mit all diesen Aktivitäten ist die Landeszentrale jetzt auf unterschiedlichen Social Media-Plattformen präsent, die alle mit der Website → www.blm.de vernetzt sind. Es werden auch immer

wieder neue Tools getestet. Die Online- und Social Media-Kommunikation spielt mittlerweile eine unverzichtbare Rolle in der Pressearbeit der BLM, da sie nicht nur weitere Verbreitungswege, sondern auch die Möglichkeit zur zielgerichteten Interaktion bietet. Deshalb werden diese Aktivitäten kontinuierlich verstärkt und optimiert.

Veranstaltungen

Auch im Jahr 2016 setzte die BLM die erfolgreich eingeführten Veranstaltungsreihen wie die Augsburger Mediengespräche, den Medieninnovationstag der BLM [media.innovations] und den Deutschen Social-TV-Summit fort und organisierte und betreute darüber hinaus eine Vielzahl von Einzelevents aus aktuellem Anlass und teilweise in Kooperation mit externen Partnern.

Die Tochtergesellschaften der Landeszentrale, die Medientage München GmbH und die Bayerische Medienservice GmbH, organisierten eine Reihe weiterer Veranstaltungen (s. Überblick).

Präsentation des Web-TV-Monitors

Zur Präsentation der Ergebnisse des aktuellen Web-TV-Monitors (s. a. Seite 94) und anschließenden Diskussion lud die BLM am 21. Januar 2016 ins WERK1 ein. Im Anschluss daran diskutierte die Moderatorin Irmela Schwab mit Daniel Budiman, Mitgründer der Rocket Beans Entertainment GmbH und Moderator bei Rocket Beans TV, Prof. Dr. Klaus Goldhammer,

Geschäftsführer Goldmedia GmbH, Bertram Gugel und Yasmin Akay, Leitung Social Media & Productmanagement Online bei RTL 2, über die Bedeutung der Ergebnisse.

Europäischer Datenschutztag

Am 28. Januar 2016 jährte sich zum zehnten Mal der Europäische Datenschutztag, der auf Initiative des Europarates das Bewusstsein für Datenschutz bei den Bürgerinnen und Bürgern in Europa stärken soll. Aus diesem Anlass finanzierte die Landeszentrale elf Elternabende an verschiedenen Orten in Bayern, bei denen unter anderem Tipps zum Selbstschutz und Vorschläge für den verantwortungsvollen Umgang mit den eigenen und Daten Dritter gegeben wurden. Durchgeführt wurden die Elternabende durch das Medienpädagogische Referenten Netzwerk Bayern, welches ein Projekt der Stiftung Medienpädagogik Bayern ist und vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert wird. Das Medienpädagogische Referenten Netzwerk wurde ins Leben gerufen, um bayernweit ein flächendeckendes Angebot an medienpädagogischen Elternabenden anbieten zu können und Eltern für die Medienerziehung ihrer Kinder fit zu machen.

Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft

Die Fachtagung → **Kinder in der Wissensgesellschaft**, die SIN – Studio im Netz – alljährlich in Kooperation mit der Landes-

BLM-Veranstaltungen 2016 (sowie Kooperationen mit Dritten)

- **21. Januar**
Präsentation der Ergebnisse des Web-TV-Monitors 2015: „Wie entwickelt sich der Bewegtbildmarkt im Netz?“ (BLM und LFK)
Werk1, München
- **28. Januar**
10. Europäischer Datenschutztag: Vorträge an Schulen
diverse Orte
- **29. Januar**
Media Lab Bayern: Demo Day Batch #1
BLM, München
- **2. Februar**
„Vernetzung der Vernetzer“, Veranstalter: Mediennetzwerk Bayern
BLM, München
- **6. Februar**
Media Lab Bayern: „Digital Media Camp“
Werk1, München
- **17. März**
DLM-Symposium: „Neue Nadelöhre – wer bestimmt unseren Zugang zu den Medien?“
Humboldt Carrée am Gendarmenmarkt, Berlin
- **6. April**
Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft: „Tablets in Kinderhand“ (Studio im Netz, SIN, Landeshauptstadt München in Koop. mit BLM und der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK))
BLM, München
- **8. April**
BLM-Empfang:
60. Geburtstag BLM-Präsident Siegfried Schneider, 70. Geburtstag Medienratsvors. Dr. Erich Jooß
BLM, München
- **12. April**
Medientage Special: „Video-Content auf allen Kanälen – Soziale Netzwerke als Wachstumschance für Medienunternehmen“
Haus der Bayerischen Wirtschaft, München
- **13. April**
BayMS: Local Web Conference im Rahmen der Nürnberg Web Week
Nürnberg
- **27. April**
media.innovations, der Medieninnovationstag der BLM
BLM, München
- **9. Mai**
BLM-Veranstaltung auf dem DOK.fest 2016: „Die Serie – Antwort auf alle Fragen?“
HFF, München
- **31. Mai**
Medientage Special: „TV-Apps – The Smart Future of TV“
Haus der Bayerischen Wirtschaft, München
- **2. Juni**
Medienforum Ostbayern: „Werbewelt im Wandel: Bedeutung lokaler Werbung in der digitalen Welt“
Parkside, Regensburg
- **14. Juni**
2. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz der BLM: „Be yourSELFIE! Worauf junge Nutzer bei der Selbstdarstellung im Netz achten sollten“
BLM, München
- **23. Juni**
BLM/Medientage München: 5. Deutscher Social TV Summit „Sichtbar, präsent, abhängig? Der Kampf um den Nutzer im Social Web“
Literaturhaus, München
- **5./6. Juli**
BayMS: Lokalrundfunktage 2016
NCC Ost – Nürnberg Messe
- **28. Juli**
Media Lab: Demo Day & Birthday Bash: Fellowship Pitches & 1 Jahr Media Lab
BLM, München
- **13. Oktober**
Augsburger Mediengespräche: „Digitaler Burnout? Der richtige Umgang mit dem Smartphone“
Rathaus, Augsburg
- **25. – 27. Oktober**
Medientage München 2016
ICM/Messe, München
- **26. Oktober**
New Publishing-Tag auf den Medientagen (BLM/Media Lab Bayern)
ICM/Messe, München
- **27. Oktober**
Europatag auf den Medientagen
ICM/Messe, München
- **26./27. Oktober**
BLM Radio-Panels auf den Medientagen
ICM/Messe, München
- **12. Oktober 2016**
BayMS: transformingMEDIA: „Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt“
Museum für Kommunikation, Nürnberg
- **10. November**
Fachtagung des Forums Medienpädagogik: „virtuell – vernetzt – mobil-Digitale Spiele in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen“
BLM, München
- **14. November**
BayMS: Mobile Media Day
Vogel Convention Center VCC, Würzburg
- **2. Dezember**
12. Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF: „Zwischen Kindheit und Jugend“
BLM, München

hauptstadt München, der BLM und der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) durchführt, stand am 6. April 2016 unter dem Motto „Tablets in Kinderhand“. Vormittags wurden Fachvorträge aus der bunten Welt der Apps angeboten und nachmittags berichteten Erzieherinnen und Erzieher aus der praktischen Arbeit mit den mobilen Geräten, versorgten die Teilnehmer mit hilfreichen App-Empfehlungen und gelungenen Medien-Projekten aus den Einrichtungen. Natürlich blieb dabei auch das Selbstaussprobieren nicht auf der Strecke.

Geburtstagsempfang

Anlässlich des 60. Geburtstages von Siegfried Schneider, Präsident der BLM, und dem 70. Geburtstag von Dr. Erich Jooß, Vorsitzender des Medienrats der BLM, veranstaltete die Landeszentrale am 8. April 2016 einen Empfang. In Anwesenheit der Bayerischen Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie und stellvertretenden Ministerpräsidentin Ilse Aigner würdigten Manfred Nüssel, Vorsitzender des Verwaltungsrates der BLM, und Dr. Fritz Kempfer, stv. Vorsitzender des Medienrats der BLM, die Arbeit der beiden Jubilare.

Media.innovations – Der Medieninnovationstag der BLM

Ein sich ständig änderndes Mediennutzungsverhalten, immer mehr neue Endgeräte und die rasante technische Entwicklung – das sind die größten Innovations-Treiber im digitalen Wandel. Der → **3. Medieninnovationstag**, den die BLM

am 27. April 2016 in Kooperation mit dem MedienNetzwerk Bayern und dem Media Lab Bayern veranstaltete, wurde von 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern besucht. Vorgestellt wurden neue Produkte und Anwendungen und ihre Auswirkungen auf Journalismus, Redaktionen und Produktionsmöglichkeiten.

Im Rahmen von media.innovations und in der begleitenden Hands-On-Ausstellung im Foyer der BLM präsentierten Unternehmen sowie die Stipendiaten aus dem Media Lab Bayern (s. a. Seite 108) ihre neuen Anwendungen und Ideen.

DOK.forum

Wie geht es weiter mit Qualitätsserien, vor allem mit deutschen Produktionen, die sich häufig im Ausland besser vermarkten lassen als im Inland? Wie wichtig sind Amazon und Netflix für deutsche Produzenten? Was ist nötig, um in Deutschland gute Serien zu produzieren, die vom Publikum auch angenommen werden? Diese Fragen wurden am 9. Mai in der Kooperationsveranstaltung der Landeszentrale mit dem Dokumentarfilmfestival unter dem Titel „Serien – Die Antwort auf alle Fragen?“ diskutiert.

Medienforum Ostbayern

Das → **Medienforum Ostbayern 2016** widmete sich am 2. Juni 2016 im ParksideEvents Regensburg dem Thema „Werbewelt im Wandel: Bedeutung lokaler Werbung in der digitalen Welt“.

Vorgestellt wurden die Ergebnisse einer Befragung, die im Auftrag der BLM die Potenzialausschöpfung im Lokalwerbemarkt Bayern untersucht hatte. Hin-

tergrund der Studie war die Fragestellung, wie effizient die lokale Vermarktung durch die Medien organisiert ist und welches Image die einzelnen lokalen Medienunternehmen bei Werbekunden haben. Dazu wurden 150 Werbungtreibende in Bayern befragt. Die Ergebnisse wurden erstmals auf dem Medienforum Ostbayern vorgestellt und diskutiert. Daneben wurde die Bedeutung der lokalen und regionalen Werbung im Kommunikationsmix beleuchtet und auf die Anforderungen an lokale Medienmacher eingegangen.

Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz

Einst den großen Künstlern ihrer Zeit vorbehalten, hat sich das Selbstporträt zum Massenphänomen der Gegenwart entwickelt: als Selfie. Die Selbstporträts unserer Zeit hängen jedoch nicht mehr im Museum, sondern werden gepostet, hochgeladen, geshared und geteilt. Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram und YouTube machen es möglich. Deren Nutzung geht fast immer mit einer umfangreichen Selbstdarstellung einher. Was Menschen – insbesondere Kinder und Jugendliche – dazu treibt, sich öffentlich zu präsentieren, ihr Privatleben zu offenbaren und die eigene Beliebtheit in Form von Likes, Friends und Klicks zu messen, hat die → **2. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** am 14. Juni 2016 mit der Veranstaltung „Be yourSELFIE! Worauf junge Nutzer bei der Selbstdarstellung im Netz achten sollten“ umrissen. Sie lieferte einen Einblick in aktuelle Entwicklungen und Trends der

Selbstdarstellung im Netz und bot Hilfestellungen für einen verantwortungsbewussten und souveränen Umgang mit der medialen Selbstdarstellung an. Die Veranstaltung stieß mit über 150 Besucherinnen und Besuchern – vorwiegend Lehrkräfte, Pädagogen und Multiplikatoren – erneut auf große Resonanz. In mehreren Vorträgen und Gesprächspodien wurden aktuelle Entwicklungen, Chancen und Risiken der medialen Selbstdarstellung junger Nutzer thematisiert.

Deutscher Social TV Summit

Der fünfte → **Deutscher Social TV Summit**, der erstmals in Kooperation mit der Medientage München GmbH am 23. Juni 2016 stattfand, stand unter dem Motto „Sichtbar, präsent, abhängig? Der Kampf um den Nutzer im Social Web“. Das Social Web ist nicht mehr nur für Nutzer da. Längst haben sich dort auch (Medien-) Marken etabliert, die sich mit ihren Inhalten und mit ihren Werbebudgets Sichtbarkeit und Präsenz verschaffen. Sie werben für ihre Angebote unter anderem durch massive Werbekampagnen auf Social Media. Nicht nur deshalb hofieren die Social Networks die Sender und Produzenten und bieten ihnen immer neue Tools und Features, die auf ihre Inhalte zugeschnitten sind. Daraus sind eine Vielzahl von Fragen entstanden, die im Rahmen des Social TV Summit diskutiert wurden.

Lokalrundfunktage

Die → **Lokalrundfunktage** in Nürnberg sind deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk: Rund 1.100 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informierten sich am 5. und 6. Juli 2016 über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt. Das Programm der Lokalrundfunktage umfasste Workshops, Diskussionsrunden und Vorträge von rund 70 nationalen und internationalen Referenten. Die BLM präsentierte sich auf der begleitenden Ausstellung mit einem eigenen Messestand.

Auf der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage wurden die BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen und die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2016 präsentiert. Der Abend begann mit dem Medienfest im Germanischen Nationalmuseum und klang mit einer Party im Mach1 in der Innenstadt aus. Hier konnten bei entspannter Atmosphäre Kontakte geknüpft werden.

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 wurden zum 29. Mal die → **BLM-Hörfunkpreise** und zum 25. Mal die → **BLM-Lokalfernsehpreise** für bemerkenswerte Leistungen im lokalen Rundfunk vergeben. Die Preise wurden mit einem Preisgeld in Höhe von 3.000 Euro dotiert, in

der Kategorie Werbung und Promotion mit 1.500 Euro. Die Gewinner von Anerkennungspreisen erhielten 1.500 Euro. In der Kategorie „Moderation“ wurden im Hörfunk sowie im Lokalfernsehen herausragende Sendungsmoderationen mit einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet. Zudem wurden die besten Beiträge von bayerischen Volontärinnen und Volontären in der Kategorie „Nachwuchs“ ausgezeichnet. Zusätzlich zum Preisgeld erhielten die Gewinner ein „BLM-Radio“ bzw. einen „BLM-Telly“. Neu vergeben wurde der Spezialpreis „Religion & Soziales“, der vom Evangelischen Presseverband für Bayern e. V. (EPV) und vom katholischen Medienhaus Sankt Michaelsbund für Radio- und Fernseh-Journalisten in Bayern ausgelobt wurde. In dieser Kategorie haben sich zwei Beiträge den Preis geteilt, die sich inhaltlich mit dem Thema „Heimat, Flucht, Vertreibung, Zuwanderung – Wie funktioniert und funktioniert die Integration in der Region?“ auseinandergesetzt haben. Der → **Galaxy Music Award**, der zum 16. Mal verliehen wurde, ging an Max Giesinger.

Augsburger Mediengespräche

Ständig online, immer erreichbar: Das Smartphone ist zu unserem festen Wegbegleiter geworden: 55 Mal am Tag nutzen wir laut einer Studie der Universität Bonn Smartphone-Funktionen, alle 18 Minuten schicken wir WhatsApp-Nachrichten oder Mails, surfen oder telefonieren wir. Verlieren wir durch den ständigen Blick aufs Handy den Blick für die Realität? Mit dieser und weiteren Fragen

beschäftigten sich die → **14. Augsburger Mediengespräche** am 13. Oktober 2016 im Augsburger Rathaus. Die von Katrin Müller-Hohenstein moderierte Veranstaltung fand auf Einladung der Landeszentrale, der lokalen Medienunternehmen und der Stadt Augsburg vor mehr als 200 Besuchern statt. Mit dabei: Dirk von Gehlen, Leiter Social Media/Innovation der Süddeutschen Zeitung, der Augsburger Gründer Gero Gode, Dr. Tagrid Leménager, Leiterin der Arbeitsgruppe „Internet- und Medienabhängigkeit“ am Zentralinstitut für Seelische Gesundheit in Mannheim, Dr. Alexander Markowetz, Autor des Buches „Digitaler Burnout – Warum unsere permanente Smartphone-Nutzung gefährlich ist“, und Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz der BLM.

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Aufmerksamkeitsökonomie und Algorithmen, Virtual Reality und Vertrauenskrise, Künstliche Intelligenz und Disruption: Diese Schlagworte prägten Vorträge, Präsentationen und Debatten der → **30. MEDIENTAGE MÜNCHEN**. Unter dem Kongressmotto „Mobile & Me – Wie das Ich die Medien steuert“ beschäftigten sich über 6.000 Besucher und 400 Experten drei Tage lang mit aktuellen Entwicklungen der digitalen Medienwelt.

Die BLM bot insgesamt sechs eigene Panels zum Thema Zukunftsfragen des Radios an. Zudem hat das Media Lab Bayern der BLM einen Thementag zu „New Publishing“ organisiert. Parallel fand dazu zum zweiten Mal der Europa-Tag statt, welchen die BLM in Kooperation

mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) ins Leben gerufen hat. Auf der kongressbegleitenden Messe präsentierten 83 Aussteller die Zukunftstrends und Innovationen der Medien- und Kommunikationsbranche. Die Landeszentrale war mit einem eigenen Messestand vertreten und gab am ersten Abend mit dem Après Fair einen Standempfang für die Messebesucher. Organisiert werden die MEDIENTAGE von der Medientage München GmbH, einer Tochtergesellschaft der BLM.

Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Die 22. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM → „**virtuell – vernetzt – mobil**“. Digitale Spiele in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen“ am 10. November 2016 gab Einblicke in die Welt der digitalen Spiele, zeigte neue Entwicklungen auf, informierte über Chancen und arbeitete die wesentlichen Problemfelder für Kinder und Jugendliche heraus. Darüber hinaus erhielten die Teilnehmer konkrete Tipps und praktische Anregungen für den reflektierten Umgang mit digitalen Spielen. Eine Ideenbörse und verschiedene Informationsstände boten die Möglichkeit zur Vertiefung und zum Austausch.

Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF

Die → **12. Interdisziplinäre Fachtagung** in Kooperation mit dem JFF am 2. Dezember 2016 stellte das Thema „Zwischen Kindheit und Jugend“ in den Mittelpunkt. Die

Referentinnen und Referenten thematisierten die schwierige Lebensphase zwischen Kindheit und Jugend aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven, beleuchteten die Medienvorlieben und das Online-Handeln Heranwachsender unter den aktuellen medialen und rechtlichen Rahmenbedingungen und diskutierten gesellschaftliche und politische Konsequenzen.

Archiv und Dokumentation

Pressedokumentation

Die Pressedokumentation versorgt die Mitarbeiter der BLM tagesaktuell mit Informationen aus dem Medienbereich. Durch die Auswertung von 100 Print- und Onlinepublikationen sowie Internetdatenbanken entstehen regelmäßig Pressespiegel und Dokumentationen zu einzelnen Themenschwerpunkten. Neben der BLM werden auch eine Reihe anderer Landesmedienanstalten mit einem täglichen Pressespiegel versorgt.

Die aus der Presseauswertung gewonnenen Inhalte werden anschließend erschlossen 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 circa 6.000 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 2016 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM 53.000 Hörfunk- und Fernsehmitschnitte mit einer Gesamtdauer von ca. 69.000 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 2016 wurde die 2012 begonnene Digitalisierung ausgewählter analoger Sendemitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks fortgesetzt. Insgesamt konnten bislang ca. 3.000 Sendemitschnitte des analogen Altbestands digitalisiert werden.

Finanzielle Entwicklung

Jahresabschluss 2016

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 2016

Bilanz zum 31. Dezember 2016

	31. 12. 2016	31. 12. 2016	31. 12. 2015
AKTIVA	EUR	EUR	TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		258.240,00	364
		258.240,00	364
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	15.600.707,76		15.979
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	55.005,50		85
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	940.546,37		963
		16.596.259,63	17.027
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	505.546,80		129
2. Beteiligungen	3.111.724,32		3.137
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	0,00		888
		3.617.271,12	4.154
		20.471.770,75	21.545
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Betriebsstoffe		25.650,02	44
		25.650,02	44
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	37.105,13		82
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	475,76		0
3. Sonstige Vermögensgegenstände	320.430,11		419
		358.011,00	501
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		14.087.968,76	10.990
		14.471.629,78	11.535
C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten		97.282,48	87
Summe Aktiva		35.040.683,01	33.167

PASSIVA	31. 12. 2016 EUR	31. 12. 2016 EUR	31. 12. 2015 TEUR
A. Anstaltseigenes Kapital			
1. Kapital	20.668.590,89	20.668.590,89	20.669
			20.669
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	777.000,00		437
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.683.064,40		1.920
		4.460.064,40	2.357
		25.128.655,29	23.026
B. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen	6.872.838,00		7.015
2. Sonstige Rückstellungen	1.531.578,15		1.473
		8.404.416,15	8.488
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	159.085,01		385
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	159.085,01		385
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	882.367,41		775
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	882.367,41		775
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00		19
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	0,00		19
4. Sonstige Verbindlichkeiten	452.709,15		474
– davon aus Förderprogrammen	209.003,63		217
– davon aus Steuern	139.733,11		128
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	13.574,27		15
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	452.709,15		475
		1.494.161,57	1.653
D. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten		13.450,00	0
Summe Passiva		35.040.683,01	33.167

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2016

	2016 EUR	2016 EUR	2015 TEUR
1. Erträge			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	23.763.337,92		23.385
b) Gebühren	222.001,85		178
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	4.743.000,00		4.675
d) Sonstige Erträge	1.487.212,65		0
		30.215.552,42	28.238
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		9.000.000,00	8.996
		39.215.552,42	37.234
2. Sonstige betriebliche Erträge		83.719,90	2.224
		39.299.272,32	39.458
3. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-6.556.589,25		-6.516
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-1.400.281,40		-2.635
davon für Altersversorgung	-403.689,27		-1.645
		-7.956.870,65	-9.151
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-1.247.492,94	-1.225
5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags		-784.190,16	-818
6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen			
a) Programmförderung	-705.000,00		-705
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.500.000,00		-1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-4.743.000,00		-4.675
d) Förderung technische Infrastruktur	-1.000.000,00		-950
e) Kosten des technischen Betriebes	-533.243,22		-566
f) Medienforschung	-804.869,97		-743
g) Ausbildungsförderung	-1.045.348,59		-1.040
h) Medienpädagogik	-701.037,98		-644
i) Mitgliedsbeiträge	-95.959,63		-96
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	-1.152.288,17		-1.113
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.638.959,00		-1.696
l) Innovationsförderung	-296.566,42		-165
		-14.216.272,98	-13.893

	2016 EUR	2016 EUR	2015 TEUR
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	–9.000.000,00		–8.996
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	–1.394.805,55		–1.400
c) Übrige	–2.343.105,72		–2.441
		–12.737.911,27	–12.837
8. Erträge aus Wertpapieren des Finanzanlagevermögens		14.590,25	31
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		2.619,18	8
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		–269.772,19	–261
11. Ergebnis nach Steuern		2.103.971,56	1.312
12. Sonstige Steuern		–1.313,53	–1
13. Jahresüberschuss		2.102.658,03	1.311
14. Einstellung in die Investitionsrücklage (Vj.: Entnahme)		–340.000,00	22
15. Einstellung in die allgemeine Haushaltsrücklage		–1.762.658,03	–1.333
16. Bilanzgewinn		0,00	0

Anhang für das Geschäftsjahr 2016

Jahresabschluss 2016

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. Im Geschäftsjahr 2016 wurden erstmalig die Vorschriften des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) angewandt.

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.

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 niedri-

geren 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 Anlagepiegel 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.

■ Passiva

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach anerkannten versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Anwendung des Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected-Unit-Credit-Methode) ermittelt. Als biometrische Rechnungsgrundlagen wurden die Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt. Für die Abzinsung wurde pauschal eine

durchschnittliche Restlaufzeit von 15 Jahren unterstellt und dafür erstmals der von der Deutschen Bundesbank auf den Bilanzstichtag ermittelte durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre von 4,01 % p.a. angesetzt (im Vorjahr: durchschnittlicher Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre von 3,89 % p.a.). Die Bewertung erfolgte unter Einbezug eines Gehaltstrends zwischen 0,00 % und 2,00 % p.a. sowie eines Rententrends von 1,00 % und 2,00 % p.a.

Aus der Abzinsung der Rückstellungen für Pensionen mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre ergibt sich im Vergleich zur Abzinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von TEUR 777,3.

Vom Wahlrecht, die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen auf bis zu 15 Jahre zu verteilen, wurde kein Gebrauch gemacht.

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.

Erläuterungen zur Bilanz

■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden TEUR 213,2 investiert. Bei Abgängen von TEUR 428,3 und Abschreibungen von TEUR 318,3 ist der Restbuchwert um TEUR 105,3 auf TEUR 258,2 zurückgegangen.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 431,0 auf TEUR 16.596,3 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 499,0, Abgängen von TEUR 0,8 und Abschreibungen von TEUR 929,2. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen die Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 387,0), das Bürogebäude (TEUR 105,8), und rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 6,2).

Unter den Finanzanlagen (TEUR 3.617,3) sind die Anteile an verbundenen Unternehmen

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München (TEUR 19,6),
- Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München (TEUR 51,6),
- BayMS Bayerische Medien-Service-gesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg (TEUR 57,8),
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (TEUR 376,5; Verbundenes Unternehmen ab 2016, davor Beteiligungsunternehmen)

und die Beteiligungen an der

- FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München (TEUR 4,1),
- Stiftung Zuhören, Gießen (TEUR 1),
- Stiftung Medienpädagogik Bayern, München (TEUR 3.100,0),
- WERK1.Bayern GmbH, München (TEUR 7,6)

erfasst.

Entwicklung des Anlagevermögens 2016

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand	Zugänge	Abgänge	Um-	Stand	Stand	Abschreibung	Abgänge	Stand	31. 12. 2016	31. 12. 2015
	1. 1. 2016			buchungen	31. 12. 2016	1. 1. 2016	2016		31. 12. 2016		
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.778.720,72	213.159,04	428.341,21	0,00	1.563.538,55	1.415.231,22	318.268,54	428.201,21	1.305.298,55	258.240,00	363.489,50
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.778.720,72	213.159,04	428.341,21	0,00	1.563.538,55	1.415.231,22	318.268,54	428.201,21	1.305.298,55	258.240,00	363.489,50
II. Sachanlagen											
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	23.680.697,93	105.815,40	0,00	0,00	23.786.513,33	7.701.192,67	484.612,90	0,00	8.185.805,57	15.600.707,76	15.979.505,26
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	303.285,87	6.161,94	95.182,30	0,00	214.265,51	218.648,72	35.780,09	95.168,80	159.260,01	55.005,50	84.637,15
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.657.211,01	387.036,91	101.704,08	0,00	3.942.543,84	2.694.045,78	408.831,41	100.879,72	3.001.997,47	940.546,37	963.165,23
Summe Sachanlagen	27.641.194,81	499.014,25	196.886,38	0,00	27.943.322,68	10.613.887,17	929.224,40	196.048,52	11.347.063,05	16.596.259,63	17.027.307,64
Zwischensumme I. und II.	29.419.915,53	712.173,29	625.227,59	0,00	29.506.861,23	12.029.118,39	1.247.492,94	624.249,73	12.652.361,60	16.854.499,63	17.390.797,14
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	128.791,25	351.190,96	0,00	25.564,59	505.546,80	0,00	0,00	0,00	0,00	505.546,80	128.791,25
2. Beteiligungen	3.237.287,91	0,00	0,00	– 25.564,59	3.211.723,32	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	3.111.724,32	3.137.288,91
3. Wertpapiere	944.785,20	0,00	944.785,20	0,00	0,00	56.785,20	0,00	56.785,20	0,00	0,00	888.000,00
Summe Finanzanlagen	4.310.864,36	351.190,96	944.785,20	0,00	3.717.270,12	156.784,20	0,00	56.785,20	99.999,00	3.617.271,12	4.154.080,16
Summe Anlagevermögen	33.730.779,89	1.063.364,25	1.570.012,79	0,00	33.224.131,35	12.185.902,59	1.247.492,94	681.034,93	12.752.360,60	20.471.770,75	21.544.877,30

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

GESELLSCHAFT	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis		
	TEUR	%	JAHR		TEUR
Anteile an verbundenen Unternehmen					
AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München	1.603,5	62	2015	(–)	1.219,0
Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München	2.387,8	100	2015	(–)	252,4
BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg	723,5	100	2015	(–)	70,4
Bayerische Medien Technik GmbH, München	1.501,4	90	2015	(+)	21,8

Das Umlaufvermögen von TEUR 14.471,6 umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV-Material (TEUR 25,6) sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 358,0) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 14.088,0). Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 37,1) handelt es sich hauptsächlich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 16,8) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 320,4) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2017 (TEUR 285,8) 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 14.088,0.

■ Passiva

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2016 in Höhe von TEUR 2.102,6 wird in Höhe von TEUR 340,0 in die Investitionsrücklage, und in Höhe von TEUR 1.762,6 in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2016 insgesamt TEUR 25.128,6.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.531,6) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2016 (TEUR 780,2), Prozesskosten (TEUR 443,0), Überstundenansprüche (TEUR 85,8), für ausstehende Rechnungen (TEUR 79,8), sowie Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 50,2).

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

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag

TEUR 159,1. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit TEUR 89,4 auf Lieferungen und Leistungen für die elektronische Datenverarbeitung und mit TEUR 36,7 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 882,4) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2017 gegenüber der AFK GmbH (TEUR 775,0) ausgewiesen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 452,7) enthalten im Wesentlichen für 2016 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 76,3) und zur Programmförderung (TEUR 24,6) sowie Verbindlichkeiten aus Innovationsförderung (TEUR 38,4).

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 139,7), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 84,4) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (TEUR 13,6) enthalten.

Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2016 EUR	Einstellung aus dem Jahresüberschuss EUR	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr EUR	Stand 31. 12. 2016 EUR
1. Kapital	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
2. Zweckgebundene Rücklagen				
a) Investitionsrücklage	437.000,00	340.000,00	0,00	777.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	1.920.406,37	1.762.658,03	0,00	3.683.064,40
	2.357.406,37	2.102.658,03	0,00	4.460.064,40
Anstaltseigenes Kapital	23.025.997,26	2.102.658,03	0,00	25.128.655,29

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2016 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von EUR 23,8 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2016 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. Die Erträge gem. Art. 22 BayMG (TEUR 222,0) 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 4.743,0) gem. § 23 der Fernsehsetzung vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 7. Januar 2015) wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Entsprechend der Neudefinition der Umsatzerlöse durch das BilRUG werden erstmalig in 2016 diverse Sachverhalte, die nach alter Rechtslage den Sonstigen betrieblichen Erträgen zugeordnet waren, innerhalb der Erträge (dort: Sonstige Erträge/Pos. 1d der GuV) ausgewiesen. Von der Umgliederung betroffen sind im Wesentlichen die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen für 2015 (TEUR 996,0), Erlöse im Zusammenhang mit dem Media Lab Bayern Vorgründerzentrum (TEUR 217,2), Erstattungen aus DLM-Projekten (TEUR 111,7) sowie Erlöse im

Zusammenhang mit dem MedienNetzwerk Bayern (TEUR 105,0). Insgesamt wurde ein Betrag von TEUR 1.487,2 von den Sonstigen betrieblichen Erträgen zu den Erträgen umgegliedert. Gemäß den Regelungen des BilRUG wurden die Vorjahreswerte in der Gewinn- und Verlustrechnung nicht angepasst. Würden die Vorjahreswerte angepasst, beliefen sich die Erträge 2015 auf TEUR 30.352.

Das Media Lab Bayern als Einrichtung der Landeszentrale fördert seit Juni 2015 als Vorgründerzentrum digitale Journalismus- und Medienprojekte von der ersten Idee bis zur Gründung eines Startups. Als Partner des WERK1.Bayern unterstützt das Media Lab Bayern die bayerische Startup-Szene. Das Media Lab Bayern hat in 2016 eine Projektförderung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) in Höhe von TEUR 212 erhalten. Neben den Fördermitteln des StMWi sind Sponsoren-Mittel in Höhe von TEUR 5,2 erfasst.

Seit 1. September 2016 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern bei der BLM angesiedelt. Die BLM leistet damit gemäß Art. 11 Abs. 2 Satz 4 BayMG einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat das StMWi in 2016 eine Förderung in Höhe von TEUR 105,0 gewährt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 59,9.

Erträge

	2016		2015	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 2 BayMG	23.763,3	78,4	23.385,2	76,7
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 3 BayMG	222,0	0,7	177,5	0,6
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.743,0	15,6	4.675,0	15,3
Sonstige Erträge	1.487,2	4,9	0,0	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	83,7	0,3	2.223,9	7,3
Erträge aus Wertpapieranlagen	14,6	0,1	31,5	0,1
Zinsen und ähnliche Erträge	2,6	0,0	8,4	0,0
Erträge Allgemeiner Haushalt	30.316,4	100,0	30.501,5	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	9.000,0	–	8.996,5	–

Gesamtaufwendungen

	2016		2015	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	7.956,9	28,2	9.150,6	31,3
Abschreibungen	1.247,5	4,4	1.224,9	4,2
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	784,2	2,8	818,5	2,8
Programmförderung	705,0	2,5	704,8	2,4
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	5,3	1.500,0	5,1
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.743,0	16,8	4.675,0	16,0
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	1.533,2	5,4	1.516,0	5,2
Medienforschung	804,9	2,9	743,3	2,6
Ausbildungsförderung	1.045,3	3,7	1.039,8	3,6
Medienpädagogik	701,0	2,5	644,0	2,2
Mitgliedsbeiträge	96,0	0,3	96,2	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.152,3	4,1	1.112,9	3,8
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	1.639,0	5,8	1.696,1	5,8
Innovationsförderung	296,5	1,1	164,7	0,6
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.394,8	4,9	1.400,0	4,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.343,1	8,3	2.441,1	8,4
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	269,8	1,0	261,0	0,9
Sonstige Steuern	1,3	0,0	1,3	0,0
Aufwendungen Allgemeiner Haushalt	28.213,8	100,0	29.190,2	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	9.000,0	–	8.996,5	–

Mit Wertpapieren konnten im Berichtsjahr Erträge in Höhe von TEUR 14,6 erwirtschaftet werden. Festgeld- bzw. Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von insgesamt TEUR 2,6 vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2016 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 9.000,0 (i.Vj. TEUR 8.996,5) als Zuwendung vom StMWi bewilligt. Die Finanzierung der im Jahr 2016 insgesamt an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 10.639,0 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 9.000,0) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 1.639,0).

■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 7.956,9) sind die laufenden Gehälter (TEUR 6.556,6) und Sozialabgaben (TEUR 996,6) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 403,7) enthalten.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 392,4), Sozialabgaben (TEUR 52,9) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 19,6).

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 2016 der BLM beträgt TEUR 784,2 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 8. Oktober 2015 (AMBl. 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 705,0 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2016 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 2016 Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.743,0) gemäß § 23 der Fernsatsung vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 7. Januar 2015) 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 umfangreiche Mittel (TEUR 1.000,0) zur Verbesserung der technischen Infrastruktur für Anbieter eingesetzt worden. Der Förderbetrag betrifft terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen. Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 273,8 aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt TEUR 259,4.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2016 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2016) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 605,4) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 49,6) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 123,7) durchgeführt. Für Forschungskostenbeiträge an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V., Frankfurt a.M. (agma) bzw. ihre Tochtergesellschaft Media-Micro-Census GmbH (MMC) wurden insgesamt TEUR 26,2 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2016 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 130,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 97,5 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (AFK GmbH) wurde in 2016 für 2017 ein Betrag von TEUR 775,0 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 42,8 an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 701,0 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 118,6. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 192,4 aufgewendet.

Die im Jahr 2016 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 96,0.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.152,3. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 72,0) und weitere Publikationskosten (TEUR 161,3), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 201,5), die Lokalfunktage Nürnberg einschließlich BLM-Hörfunk/TV-Preis (TEUR 508,4) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 172,7) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 36,4 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2016 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 1.639,0.

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt TEUR 296,5 aufgewendet. Davon entfallen TEUR 215,4 auf Sachkosten für das Projekt Media Lab Bayern, TEUR 51,2 auf das Projekt MedienNetzwerk Bayern und TEUR 29,9 für sonstige Fördermaßnahmen, hier im Wesentlichen die Projektförderung „Die Lokalreporter“ mit TEUR 11,4.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2016 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 (St.Anz. Nr. 25), in der derzeit gültigen Fassung vom 12. Dezember 2013 (AMBl. Nr. 3), Zahlungen

in Höhe von TEUR 636,0 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 36,7. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2016 TEUR 722,1 aufgewendet.

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (TEUR 2.343,1) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant (TEUR 654,2), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 414,9), EDV-Kosten (TEUR 366,8), Reisekosten (TEUR 200,1), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 188,5), Bürokosten (TEUR 160,8) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail (TEUR 106,4) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 70,8.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 269,8) betreffen fast ausschließlich den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (TEUR 269,5).

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2016 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 9.000,0 aufgewendet.

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 2016 insgesamt EUR 23,83 Mio (Vj. EUR 24,17 Mio).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2016 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung TEUR 1.000 getragen.

2. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der AFK GmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 62 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2017 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 775,0.

3. Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 154,2) 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 Rödl & Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2016 TEUR 44,9. Das Honorar betrifft ausschließlich Abschlussprüfungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im genannten Betrag Umsatzsteuer in Höhe von TEUR 7,2 enthalten.

Die Landeszentrale erstellt seit dem Abschluss 31. 12. 2012 freiwillig einen Konzernabschluss.

Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	BRUTTO EUR
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	402.948,61
Fenster und Vollprogramme Fernsehen – lokal	1.097.376,18
Terrestrischer Hörfunk – lokal	3.633.644,26
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	2.670.029,74
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	264.817,46
Terrestrisches Fernsehen – lokal	6.214,80
Terrestrisches Fernsehen – national	3.400.390,23
	11.475.421,28
Digital Radio – landesweit	1.534.092,45
Digital Radio – lokal	919.684,10
DMB	0,00
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	135.348,41
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	8.336,38
DVB-S	9.761.141,05
Gesamt	23.834.023,67

Personalbericht

Mit dem Wirtschaftsplan für 2016 (inklusive Nachtrag) war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 84 Vollzeitstellen genehmigt worden.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31. 12. 2016	31. 12. 2015	31. 12. 2016	31. 12. 2015
Präsidium	4,0	4,0	4	4
Geschäftsleitung	11,5	8,5	13	9
Bereich Recht	10,5	11,0	13	13
Bereich Verwaltung	11,5	11,5	12	12
Bereich Technik	8,5	8,5	9	9
Bereich Programm	11,0	11,0	11	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	15,0	13,0	19	17
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	11,0	11,5	14	15
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
Summe	84,0	80,0	96	91

Von den per 31. Dezember 2016 angestellten 96 Bediensteten waren 58 weibliche und 38 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 24 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst ist eine Mitarbeiterin mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 91 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 2016 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 2,0 %.

Eine tarifvertragliche Bindung besteht für die Angestellten der Landeszentrale nicht. Grundlage für die Entlohnung der Beschäftigten der BLM ist eine vom Verwaltungsrat beschlossene Gehaltsstruktur mit sieben Vergütungsgruppen. Deren zuletzt gültige Fassung ist am 1. April 2014 in Kraft getreten und gilt bis zum 31. Dezember 2017. Das Gehaltsmodell gilt für alle unbefristet und befristet eingestellten Arbeitnehmer/-innen der BLM, die eine Stelle im Stellenplan einnehmen. Auf die Geschäftslei-

tung (Präsident, Geschäftsführer) sowie die Bereichsleiter/-innen findet das Gehaltsmodell keine Anwendung.

Im Vorgriff auf die ab 1. Januar 2017 geltende Regelung in Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale bereits im Anhang 2016 die Tarifstrukturen und außertariflichen Vereinbarungen, die vom Verwaltungsrat beschlossen wurden.

Monatsgehalt ab 1. Januar 2016		
Vergütungsgruppen	von EUR	bis EUR
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	5.480,00	8.060,00
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	4.505,50	7.218,50
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in	4.079,50	6.538,50
Vergütungsgruppe IV – Sachbearbeiter/-in 1	3.653,00	5.738,50
Vergütungsgruppe V – Sachbearbeiter/-in 2	3.288,50	5.102,00
Vergütungsgruppe VI – Sachbearbeiter/-in 3	2.922,50	4.681,50
Vergütungsgruppe VII – Allgemeine Dienste	2.437,00	3.829,50

Jeder Vergütungsgruppe ist ein Gehaltsband zugewiesen. Das Gehaltsband wird jährlich entsprechend den linearen Erhöhungen angepasst.

Daneben sieht das Gehaltsmodell strukturelle (dauerhafte) Erhöhungen der Gehälter und Einmalzahlungen vor. Grundlage für strukturelle Erhöhungen der Gehälter oder Einmalzahlungen ist die jährlich durchzuführende Leistungsbeurteilung gemäß Dienstvereinbarung zur Mitarbeiterbeurteilung.

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. 11. 2016 eine ab 2017 geltende Gehaltsstruktur für Bereichsleiter und Sonderfunktionen beschlossen (Gehaltsstruktur AT-Verträge). Hierunter fallen insgesamt neun Beschäftigte, die Funktionen einer/eines leitenden Angestellten ausüben.

Monatsgehalt ab 1. Januar 2017	
Stufe	EUR
1	8.600,00
2	9.000,00
3	9.500,00
4	10.200,00
5	10.800,00
6	11.500,00

Bezüge 2016

	Jahresbezüge Grundgehalt EUR	Leistungsbezogene Zulagen EUR	Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung EUR	Gesamt EUR
Siegfried Schneider	255.700	0	10.275	265.975
Martin Gebrande	169.224	0	6.266	175.490
Summe	424.924	0	16.541	441.465

Altersversorgung

	Barwert der Pensions- verpflichtung 31. 12. 2016 EUR	Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2016 EUR	Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2016 EUR	Umlage/Versorgungs- rücklage an den Versorgungsverband für das Jahr 2016 EUR
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande	1.635.818	48.781	0	50.093
Summe	1.635.818	48.781	0	50.093

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 (2016: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr TEUR 8,4 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 2016 auf EUR 1.289.010.
Im Geschäftsjahr 2016 wurden für
Hr. Prof. Dr. Ring EUR 57.656 an Umlage
und Versorgungsrücklage an den Ver-
sorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und
Fahrtkostenerstattungen gemäß Auf-
wandsentschädigungssatzung vom
1. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2014 gel-
tenden Fassung wurden im Geschäftsjahr
2016 vergütet an:

- a) Medienrat EUR 540.488
- b) Verwaltungsrat EUR 95.482

Daneben gewährte die BLM Digitalisie-
rungszuschüsse an drei Mitglieder des
Medienrates (TEUR 1,2).

Nachträgliche Ereignisse

Mit Schreiben vom 05. 04. 2017 teilte
der Norddeutsche Rundfunk der Landes-
zentrale mit, dass sich auf Grund einer
korrigierten Beitragsplanung des Bei-
tragservice von ARD, ZDF und Deutsch-
landradio für alle Landesmedienanstalten
ein reduzierter Beitragsanteil ergibt. Dies
führt zu einer entsprechenden Anpas-
sung der Abschlagszahlungen an die
Landeszentrale. Damit erhält sie für das
Jahr 2017 rund TEUR 30,0 weniger an
Rundfunkbeitragsmitteln überwiesen als
dies im Wirtschaftsplan 2017 auf Grund
der Mitteilung des Norddeutschen Rund-
funks vom 20. 09. 2016 budgetiert wurde.
Für die Folgejahre bis 2020 sollen sich
die Beitragsanteile der Landeszentrale
jährlich um TEUR 30,0 bis TEUR 44,0
reduzieren.

München, 6. Juni 2017

DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Martin Gebrande

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016

Geschäftsverlauf

■ Wahl des Präsidenten

Nach Art. 15 Abs. 1 Satz 2 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) beträgt die Amtszeit des Präsidenten der Landeszentrale fünf Jahre. Der Präsident trägt gemäß Art. 15 Abs. 1 Satz 1 BayMG die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gerichtlich und außergerichtlich. Die Amtszeit des amtierenden Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, endete zum 30. 09. 2016. Nach § 20 der Geschäftsordnung des Medienrats (GO MR) fordert der Vorsitzende des Medienrats die Mitglieder des Medienrats spätestens sieben Monate vor Ablauf der Amtszeit des Präsidenten auf, innerhalb von vier Wochen Vorschläge für die Wahl des Präsidenten einzubringen. Dies erfolgte am 11. 01. 2016. Innerhalb der Frist, die am 08. 02. 2016 endete, wurde der amtierende Präsident mehrfach als Kandidat vorgeschlagen. Vorschläge für andere Kandidaten gingen nicht ein.

Der Beschließende Ausschuss des Medienrats hatte sich gemäß § 14 Nr. 3 GO MR in seiner Sitzung am 18. 02. 2016 mit dem Vorschlag befasst und festgestellt, dass Herr Schneider die Wählbarkeitsvoraussetzungen erfüllt. Dem war eine Abfrage bezüglich eventueller Inkompatibilitäten durch den Justiziar des Hauses vorangegangen, durch die festgestellt wurde, dass kein Wahlhindernis für den vorgeschlagenen Kandidaten bestand. Das Ergebnis der Prüfung des

Beschließenden Ausschusses wurde dem Vorsitzenden des Verwaltungsrats, Herrn Manfred Nüssel, übermittelt, damit die vorgesehene Anhörung des Verwaltungsrats in dessen Sitzung am 07. 03. 2016 gewährleistet werden konnte. Der Verwaltungsrat beschloss in seiner Sitzung am 07. 03. 2016, dass er den von verschiedenen Mitgliedern des Medienrats gemachten Wahlvorschlag begrüßt und voll unterstützt. Der Wahlvorschlag begegnete aus Sicht des Verwaltungsrats auch keinen formalen Bedenken.

In der 40. Sitzung des Medienrats am 10. 03. 2016 wurde Herr Siegfried Schneider mit großer Mehrheit bis zum 30. 09. 2021 zum Präsidenten der Landeszentrale gewählt.

■ Bestimmung des Geschäftsführers

Nach Art. 15 Abs. 4 Satz 2 BayMG bestimmt der Präsident den Geschäftsführer mit Zustimmung des Medienrats. Die Zustimmung wird auf schriftlichen Vorschlag des Präsidenten durch den Vorsitzenden des Medienrats herbeigeführt. Über den Vorschlag wird gemäß § 22 GO MR schriftlich und geheim abgestimmt. Herr Präsident Schneider teilte dem Vorsitzenden des Medienrats mit Schreiben vom 25. 02. 2016 mit, dass er beabsichtige, im Falle seiner Wiederwahl Herrn Gebrande erneut zum Geschäftsführer zu bestimmen.

In der 40. Sitzung des Medienrats am 10. 03. 2016 erteilte der Medienrat mit großer Mehrheit die Zustimmung zur Bestimmung von Herrn Martin Gebrande als Geschäftsführer für die Amtsperiode von 2016 bis 2021.

■ Rundfunkrecht

Vielfältige Aktivitäten des Gesetzgebers prägten das Rundfunkrecht im Jahr 2016.

Am 15. 12. 2015 wurde mit einem Gesetzentwurf zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes (Drucksache 17/9584) das Gesetzgebungsverfahren eingeleitet, in dem insbesondere die Voraussetzungen für die Erteilung der Genehmigung von Rundfunkangeboten und für das Betreiben von mehreren Angeboten flexibler mit Blick auf die Vervielfältigung der Verbreitungsmöglichkeiten durch die digitale Technik gestaltet werden soll. Die Verpflichtung von Netzbetreibern zur analogen Kabel-einspeisung von Angeboten wird nach einer Übergangsfrist aufgehoben, verbunden mit der Zielvorgabe der Einstellung der analogen Kabelverbreitung. Im Mai 2016 wurde zu diesem Gesetzentwurf ein Änderungsantrag von der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag gestellt (Drucksache 17/11310), der der Landeszentrale eine weitere Aufgabe zuweist. Die Landeszentrale soll sich zukünftig mit der Vernetzung von Medienunternehmen beschäftigen. Das Änderungsgesetz zum Bayerischen Mediengesetz vom 12. 07.2016 (GVBl S. 159) trat am 01.09.2016 in Kraft.

Am 11.10. 2016 wurde ein weiterer Gesetzentwurf der Bayerischen Staatsregierung in den Landtag eingebracht (Drucksache 17/13224), der an das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum ZDF-Staatsvertrag vom 25. 03. 2014 (1 BvF 1/11, 1 BvF 4/11) anknüpfend eine Neuregelung der Gremienbesetzung

beim Bayerischen Rundfunk und bei der Landeszentrale zum Inhalt hat. Der Medienrat soll um drei zusätzliche Sitze erweitert werden. Dies geschieht unter anderem zur Sicherung der Staatsferne der Gremien entsprechend den Maßstäben aus dem ZDF-Urteil des Bundesverfassungsgerichts. Flankierend erhalten beide Gesetze Inkompatibilitätsbestimmungen, die bisher gefehlt haben und sicherstellen sollen, dass bei der Entsendung von Vertretern staatsferner Organisationen nur solche Vertreter entsandt werden, die ihrerseits keine rundfunkrechtlich problematische Nähe zu Staat und Politik aufweisen. Aus diesem Grund werden in den neuen Absätzen 4 bis 8 des Art. 10 BayMG künftig neben den in Art. 13 schon bisher vorgesehenen staatsnahen Vertretern solche Mitglieder ausgeschlossen, die dem Europäischen Parlament, dem Deutschen Bundestag oder einem Landesparlament angehören, ferner Mitglieder der Europäischen Kommission, der Bundesregierung oder einer Landesregierung, hauptamtliche kommunale Wahlbeamte und Vertreter der kommunalen Spitzenverbände auf Leitungsebene, Mitglieder im Vorstand einer politischen Partei auf Bundes- oder Landesebene, Angestellte oder ständige Mitarbeiter der Landeszentrale sowie Mitglieder eines Organs eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters. Zudem wird eine 18-monatige Karenzfrist für solche Personen eingeführt, nach der sie frühestens Mitglieder im Medienrat oder Verwaltungsrat werden können. Die Mitgliedschaft im Medienrat und Verwaltungsrat wird auf insgesamt höchstens

drei Amtsperioden begrenzt; dabei wird eine Mitgliedschaft im Medienrat oder im Verwaltungsrat vor dem 01.05.2016 als erste Amtszeit gewertet. Die Geschlechterparität soll durch neue Bestimmungen gefördert werden. Dem dient die Sollvorgabe, dass der Nachfolger eines ausscheidenden Vertreters vom jeweils anderen Geschlecht sein soll. Entsendungsberechtigte Organisationen können hiervon in begründeten Fällen abweichen, müssen dies aber gegenüber dem Vorsitzenden des Medienrats schriftlich begründen. Die Begründung ist dem Medienrat bekannt zu geben und auf der Internetseite der Landeszentrale zu veröffentlichen. Diese Regelungen sind mit dem Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und Bayerischen Mediengesetzes vom 20.12.2016 (GVBl S. 427, ber. GVBl 2017, S. 17) umgesetzt worden.

Seit dem Jahr 2008 wird das lokale und regionale Fernsehen in Bayern (Lokal-TV) auf der Grundlage des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) aus Mitteln des Staatshaushalts gefördert. Diese Förderung war bis zum Ende des Jahres 2016 befristet. Da eine flächendeckende Verbreitung des Lokal-TV ohne eine finanzielle Förderung nach 2016 nicht möglich ist und zudem ohne die Förderung die aktuelle Angebotsstruktur nicht aufrechterhalten werden kann, sollte die Förderung des Lokal-TV aus Mitteln des Staatshaushalts ab dem Jahr 2017 für einen Zeitraum von vier Jahren fortgeführt werden. Die Bayerische Staatsregierung hat daher im Oktober 2016 einen entsprechenden Gesetzentwurf in den Landtag eingebracht, der

die Förderung hochwertiger lokaler und regionaler Fernsehangebote in Bayern gemäß Art. 23 BayMG von 2017 bis 2020 verlängert. Der Gesetzentwurf vom 11.10.2016 (Drucksache 17/13225) wurde in der Sitzung des Landtags am 08.12.2016 beschlossen (Gesetz zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes vom 13.12.2016 (GVBl S. 350)).

Im Dezember 2016 wurde im Landtag auch der Doppelhaushalt 2017/2018 beraten. Im Einzelplan 07 für den Geschäftsbereich des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie waren für die Förderung der Verbreitung hochwertiger lokaler und regionaler Fernsehangebote in Bayern über Satellit 10 Mio. € vorgesehen. Durch einen Änderungsantrag der CSU-Fraktion, der eine verstärkte Förderung dieser Fernsehangebote über Satellit forderte, sollten diese Fördermittel um 2,5 Mio. € erhöht werden. Durch die erhöhten Fördermittel sollen die lokalen und regionalen Fernsehangebote verstärkt von neuen digitalen Technologien profitieren und in angemessener Weise an der HD-Verbreitung, d.h. an hochauflösendem Fernsehen, partizipieren. Die zusätzlichen Mittel ermöglichen eine Umstellung auf die HD-Technik im Rahmen der Herstellung und Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten. Der Landtag hat diese Änderungen in seiner Sitzung am 14.12.2016 beschlossen. Damit stehen für das Jahr 2017 12,5 Mio. € und für das Jahr 2018 14,0 Mio. € für die Förderung hochwertiger lokaler und regionaler Fernsehangebote in Bayern zur Verfügung.

Von der Fördersumme ist eine 10%ige Haushaltssperre abzuziehen.

Darüber hinaus beschloss der Landtag eine Förderung der Digitalisierung von Hörfunkangeboten mit einem Ansatz für das Jahr 2017 von 500 T€ und einem Ansatz für das Jahr 2018 von 1,0 Mio. €. Gefördert werden Projekte zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern, da Hörfunkangebote zunehmend über DAB+, digitales Kabel und das Internet verbreitet werden. Die Mittel werden der BLM bewilligt zur Weiterleitung an die Hörfunkanbieter. Auch hier besteht eine 10%ige Haushaltssperre.

Das Gesetz über die Feststellung des Haushaltsplans des Freistaates Bayern für die Haushaltsjahre 2017 und 2018 (Haushaltsgesetz 2017/2018 – HG 2017/2018) vom 20. 12. 2016 trat am 01.01.2017 in Kraft (GVBl S. 399).

■ Grundlegende Rechtsprechung zum Rundfunkrecht

Die Zahl der gegen den Rundfunkbeitrag erhobenen Klagen hat im Jahr 2016 erheblich abgenommen. Im Fokus standen noch Klagen von Unternehmen für die Heranziehung zum Rundfunkbeitrag für Betriebsstätten, Beschäftigte und Kraftfahrzeuge. Das Bundesverwaltungsgericht hat hierzu eine Klage eines Autovermieters im Dezember 2016 abgewiesen.

Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig entschied am 07.12. 2016 (BVerwG 6 C 12.15), dass die Erhebung eines Rundfunkbeitrags für Betriebsstätten und betrieblich genutzte Kraftfahrzeuge mit dem Grundgesetz vereinbar ist. Nach

dem seit dem 01.01.2013 geltenden Rundfunkbeitragsstaatsvertrag der Länder sind Inhaber von Betriebsstätten und betrieblich genutzten Kraftfahrzeugen zur Zahlung des Rundfunkbeitrags verpflichtet. Dessen Höhe richtet sich für Betriebsstätteninhaber nach einer Staffelung, die sich an der Anzahl der Beschäftigten orientiert und degressiv verläuft. Auf der ersten Stufe mit keinem bis acht Beschäftigten hat der Inhaber der Betriebsstätte ein Drittel des zunächst 17,98 € im Monat betragenden Rundfunkbeitrags zu zahlen, während auf der obersten zehnten Stufe mit 20.000 und mehr Beschäftigten 180 Rundfunkbeiträge zu entrichten sind. Für jedes betrieblich genutzte Kraftfahrzeug muss dessen Inhaber ein Drittel des Rundfunkbeitrags entrichten, wobei für jede beitragspflichtige Betriebsstätte jeweils ein Kraftfahrzeug beitragsfrei ist. Die Festsetzung des zu zahlenden Rundfunkbeitrags beruht auf den Angaben der Inhaber über die Anzahl der Beschäftigten und beitragspflichtigen Kraftfahrzeuge. Kommen diese ihrer Mitteilungspflicht nicht nach, sind die Rundfunkanstalten berechtigt, bei denjenigen Rundfunkteilnehmern, die bis Ende 2012 die Rundfunkgebühr bezahlt haben, bis zur Erfüllung der Mitteilungspflicht den Beitrag in Höhe der bisher festgesetzten Rundfunkgebühr (sog. „Übergangsbeitrag“) zu verlangen.

Das Bundesverwaltungsgericht hat die Revisionen der Klägerinnen gegen die Berufungsurteile zurückgewiesen. Da es sich bei dem Rundfunkbeitrag um eine rundfunkspezifische nichtsteuerliche

Abgabe handelt, besitzen die Länder die Regelungsbefugnis für den Rundfunkbeitrag. Für dessen Erhebung bedarf es verfassungsrechtlich einer besonderen Rechtfertigung. Diese ist gegeben, weil die verfassungsrechtlich verankerte Rundfunkfreiheit eine Finanzierungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk umfasst und der Beitrag die Rundfunkempfangsmöglichkeit abgilt. Die Anknüpfung an die Betriebsstätte und betrieblich genutzten Kraftfahrzeuge ist geeignet, diesen Vorteil im nicht privaten Bereich zu erfassen. Der Vorteil bezieht sich auf die Möglichkeit der Nutzung des Programmangebots für die Erledigung betrieblicher Aufgaben, für die Beschäftigten und/oder für die Kunden. Die Annahme des Gesetzgebers, dass Rundfunkprogramme in Betriebsstätten und betrieblich genutzten Kraftfahrzeugen typischerweise empfangen werden und deren Inhaber hiervon in unternehmensspezifischer Weise profitieren, ist von seinem Gestaltungsspielraum noch gedeckt. Zu Recht ist der Gesetzgeber von einer nahezu lückenlosen Verbreitung klassischer und neuartiger Empfangsgeräte – z.B. internetfähige PCs, Smartphones und Tablets – in Betriebsstätten und Kraftfahrzeugen ausgegangen. Für die Betriebsstätten stützt sich diese Annahme zum einen auf die Verbreitung von internetfähigen PCs, die bereits 2013 in 87 % der Betriebsstätten vorhanden waren und von deren weiterer Zunahme der Gesetzgeber

ausgehen durfte. Zum anderen konnte der Gesetzgeber auf den bereits vor Inkrafttreten des Rundfunkbeitragsstaatsvertrags vorliegenden Bestand an Anmeldungen nicht privater Rundfunkteilnehmer zur Rundfunkgebühr wegen des Besitzes von Radios, Fernsehgeräten und weiteren neuartigen Empfangsgeräten für seine Annahme zurückgreifen. Kraftfahrzeuge sind zu 97 % mit einem Autoradio ausgestattet.

Die erforderliche Rechtfertigung des Rundfunkbeitrags ist des Weiteren anzuerkennen, weil eine Flucht aus der Rundfunkgebühr auch im nicht privaten Bereich festzustellen war, und damit Zweifel an der Belastungsgleichheit der Erhebung der Rundfunkgebühr bestanden. Insbesondere die Verbreitung gebührenpflichtiger multifunktionaler Empfangsgeräte ließ sich auch bei nicht privaten Rundfunkteilnehmern nicht mehr mit der gebotenen Sicherheit feststellen. Aus den vorgenannten Gründen und zur Gewährleistung einer möglichst gleichmäßigen Erhebung des Beitrags war der Gesetzgeber nicht gehalten, eine Befreiungsmöglichkeit bei fehlendem Gerätebesitz vorzusehen.

Die Höhe des Beitrags für Betriebsstätten und betrieblich genutzte Kraftfahrzeuge begegnet am Maßstab des Gleichbehandlungsgebots ebenfalls keinen verfassungsrechtlichen Bedenken (Pressemitteilung des Bundesverwaltungsgerichts Nr. 100/2016 vom 07.12. 2016).

■ Digitalradio (DAB)

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Medienanstalten hat die Ausschreibung für den zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex im Dezember 2016 veröffentlicht, nachdem die Ministerpräsidentenkonferenz entschieden hatte, die Gesamtkapazität eines zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex an die Medienanstalten zur Belegung mit privaten Programmen zu vergeben. Die Ausschreibung richtet sich ausschließlich an Plattformanbieter für ein bundesweit einheitliches Programmangebot. Bewerbungen sind bis zum 24. 02. 2017 an die federführende Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien zu richten. Die Zuweisungsentscheidung trifft im Falle mehrerer Bewerbungen die Gremienvorsitzendenkonferenz, bei nur einer Bewerbung die ZAK. Eine erste Beratung und Bewertung der Anträge ist für Ende März 2017 vorgesehen. Mit dem zweiten bundesweiten Multiplex mit weiteren rund 15 Programmplätzen lassen sich im Endausbau etwa 50 Programme im Radio über DAB+ empfangen.

Zur Weiterentwicklung von DAB wurde im Juni/Juli 2016 eine Pilotstudie zur DAB-Nutzung von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegeben. Erstmals wurde die Radionutzung in den Haushalten ermittelt, die über mindestens ein DAB-Gerät verfügen. Dazu haben über 2.000 Haushalte über acht Tage hinweg ein Tagebuch über ihr Radionut-

zungsverhalten geführt. Die Ergebnisse der Tagebucherhebung belegen eine beachtliche tatsächliche Nutzung der Geräte in den Empfangshaushalten. Der Nutzungsanteil von DAB+ in diesen Haushalten ist mit 19 % bzw. 46 Minuten der insgesamt erhobenen Hördauer von 248 Minuten größer als der Verbreitungsweg Internet. Auf UKW entfällt in DAB+-Haushalten noch ein Anteil von 54 %.

Bei differenzierter Betrachtung nach Bundesländern zeigte sich, dass der DAB+-Anteil an der Radionutzung in den südlichen Ländern Bayern und Baden-Württemberg sowie in Hessen deutlich überdurchschnittlich ist; denn diese Länder haben sich frühzeitig für die neue DAB+-Technologie geöffnet. Die Ergebnisse der Studie stellen eine wichtige Wegmarke für die Entwicklung des digitalen Hörfunks in Deutschland dar.

Die nach mehrmonatigen Verhandlungen, Planungen und Abstimmungen unterzeichnete Vereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk regelt eine breite Kooperation für den Betrieb von DAB-Netzen in Bayern während der nächsten acht Jahre. Die Kooperationsvereinbarung zu den DAB+-Netzen in Bayern kann sich als beispielgebende Zusammenarbeit hinsichtlich der Verbreitung von Digital-Radio-Hörfunkprogrammen über DAB+ erweisen.

■ Forschung

Die Ergebnisse der Funkanalyse 2016 wurden auf den Lokalfunktagen in Nürnberg vorgestellt. Besonders erfreulich war, dass die bayerischen Lokalradios 30,4 % Tagesreichweite an einem durchschnittlichen Werktag erreichten und damit täglich 3,44 Millionen Personen ab zehn Jahren in Bayern. Das ist die beste jemals von den Lokalradios erzielte Tagesreichweite seit Einführung der Funkanalyse Bayern im Jahr 1989. Auf die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme ist auch in diesem Jahr Antenne Bayern mit 31,8 Prozent – 3,6 Millionen tägliche Hörer – gekommen.

Erfreulicherweise ist die Verbreitung der Digitalradiogeräte mit einem Zuwachs von 74 % gegenüber 2015 sprunghaft gestiegen. Insgesamt gibt es damit in bayerischen Haushalten inzwischen knapp 1,5 Millionen Digitalradiogeräte. 4,6 % der Bevölkerung in Bayern ab zehn Jahren hörten mittlerweile täglich Digitalradio über DAB+; 4,4 % hörten täglich Radioprogramme im Internet.

Die bayerischen lokalen Fernsehprogramme erreichten an einem durchschnittlichen Werktag 856.000 Zuschauer. Davon empfangen 556.000 Zuschauer die Lokalprogramme über Kabel und knapp 300.000 über Satellit. Im bayernweiten Durchschnitt liegt der Marktanteil bei 14,3 %. Damit liegen sie in der Sendezeit von 18:00 bis 18:30 Uhr an zweiter Stelle, knapp hinter dem Ersten Programm

der ARD. Dies kann als Bestätigung der Notwendigkeit und der Qualität der lokalen Fernsehprogramme Bayerns gewertet werden. Das bayernweite Fensterprogramm Sat.1 Bayern, das an Werktagen von 17:30 bis 18:00 Uhr auf Sat.1 ausgestrahlt wird, kommt auf durchschnittlich 291.000 Zuschauer ab 14 Jahren. Zwar wären beim Fernsehen noch bessere Ergebnisse wünschenswert gewesen, aber die Analyse der Zahlen zeigt, wie wichtig die HD-Verbreitung sowohl bei der Kabel- als auch bei der Satellitenverbreitung ist. Darum ist die baldige HD-Verbreitung für Lokalfernsehen unerlässlich, da sich die Menschen an diese technische Qualität gewöhnen und diese erwarten. Genauso wichtig ist es, den Blick auf die Verbreitung lokaler Inhalte auf Internetplattformen und Mediatheken zu richten, um die junge Zielgruppe zu erreichen.

Der lokale Rundfunk behauptet derzeit überzeugend seine starke Position auch in der digitalen Transformation. Lokale und regionale Inhalte sind für die Nutzer weiterhin sehr wichtig.

Im September 2016 stellte die Landeszentrale den in Kooperation mit Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und mit dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT) von Goldmedia erhobenen „Webradiomonitor zu Online-Audio-Angeboten in Deutschland, der Marktabgrenzung, Studienzielen und Methodik“ auf der dmexco vor.

■ Internet und digitale Medien

Im Januar 2016 wurde der erste „Demo Day“ im Media Lab Bayern der BLM veranstaltet, an dem die vier Unternehmen, die in den vergangenen sechs Monaten von der BLM gefördert wurden, die Ergebnisse ihrer Arbeit präsentierten.

- „CamperStyle“, eine Plattform für Campingbegeisterte mit Reiseinformationen und einer Mischung aus Lifestyle, Praxisberichten, Tutorials und spannenden Geschichten aus der Camperwelt.
- „Der Kontext“, ein digitales Hintergrundmagazin, erscheint einmal im Monat und behandelt ein einziges Thema ausgesprochen intensiv durch Video- und Textbeiträge sowie Interviews.
- „soundticker“, Entwicklung einer App, mit der die Nutzer ihre Lieblingsmusik mit den sie interessierenden Nachrichtenkategorien zu einem individuellen Programm verknüpfen können. Über die Schnittstelle von beispielsweise „Spotify“ lassen sich lokale Nachrichten, Wetter und Informationen je nach Bedarf des Nutzers einbringen.
- „Tangnt news“, eine Plattform mit einem Expertenpool zur Beantwortung von Nutzerfragen jeder Art.

Im Rahmen der „Demo Day“ wurden von der Jury des Media Lab Bayern die für das Jahr 2016 ausgewählten Teams bekannt gegeben. Dies waren:

- „Jurno“; die Idee ist, die Beiträge eines bestimmten Journalisten abonnieren zu können, unabhängig davon, in welchen Medien die Beiträge veröffentlicht werden;
- „5ZEHN“, ein Online-TV-Sender für Smartphones;
- „Holodeck 4.0“ vom Fraunhofer-Institut für integrierte Schaltungen versteht sich als Virtual-Reality-Projekt.
- App „Bohème“ will als digitaler Lesezirkel an die literarische Kaffeehaus-tradition des 19. Jahrhunderts anknüpfen.

Die Unterstützung durch die BLM im Media Lab Bayern soll helfen, die Umsetzung neuer Ideen bis hin zur Produktreife zu erleichtern.

Seit 01.09.2017 hat die Landeszentrale eine weitere gesetzliche Aufgabe zugewiesen bekommen. Zukünftig soll sie sich um die Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern annehmen. Die Bedeutung der Vernetzung von Medienunternehmen im Zeitalter der Medienkonvergenz soll noch stärker hervorgehoben werden. Für eine moderne Medienwirtschaft ist die Vernetzung innerhalb der Branche (z.B. Buch mit Film) sowie außerhalb der Branche

(z. B. Games mit Medizintechnik) von größter Bedeutung, um bestehende Geschäftsmodelle von Medienunternehmen weiter zu entwickeln und neue Geschäftsbereiche zu erschließen. Das MedienNetzwerk Bayern wird zukünftig bei der Landeszentrale angebunden werden.

Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage

Am 01.01.2013 ist der Fünfzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag (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.

Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01.01.2013 auf 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens neu festgesetzt und damit leicht abgesenkt (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag). Aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben.

Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) festgelegt und beträgt seit dem Inkrafttreten des Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2015 S. 26) am 01.04.2015 monatlich 17,50 € pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

§ 40 in Verbindung mit § 64 des Rundfunkstaatsvertrages und die §§ 10 und 11 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages in der Fassung des Rundfunkstaatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31.08.1991 (GVBl S. 451), zuletzt geändert durch den Sechzehnten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 16.03.2015 (GVBl S. 26) 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 8.996,5 T€) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Die bisherige gesetzliche Verpflichtung der Landeszentrale, einen eigenen 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 2016 in Höhe von 1.639,0 T€ unterstützt (Vorjahr 1.696,1 T€).

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

Im Geschäftsjahr 2016 weist die Landeszentrale einen Jahresüberschuss von 2.102,6 T€ (Vorjahr 1.311,3 T€) auf. Die deutliche Verbesserung des Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr (+791,3 T€) ist im Wesentlichen auf drei Aspekte zurückzuführen: Beim Personalaufwand ist in Folge der Neuregelung zur Bewertung der Pensionsrückstellungen eine erhebliche Entlastung um 1.193,7 T€ eingetreten. Hinzu kamen höhere Erträge aus dem Rundfunkbeitrag (+378,1 T€). Gegenläufig ausgewirkt hat sich, dass die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2015 (996,0 T€) um 750,8 T€ unter dem Vorjahreswert (1.746,8 T€) liegt.

Der starke Rückgang des Personalaufwandes der Landeszentrale (– 1.193,7 T€) bedarf einer differenzierten Betrachtung: Während sich der Anstieg der Gehaltsaufwendungen bzw. sozialen Abgaben (+ 41,0 T€ bzw. + 6,6 T€) ungefähr auf Vorjahresniveau bewegt, haben sich die Aufwendungen für Altersversorgung deutlich um 1.241,3 T€ vermindert. Letzteres ist auf die im Vergleich zum Vorjahr um 1.333,2 T€ geringere Zuführung zur Pensionsrückstellung zurückzuführen.

Die Belegschaft der Landeszentrale erhielt in 2016 eine lineare Gehaltsanhebung um 2,0 %. Es wurden zwei neue halbe Stellen geschaffen.

Die Erträge der Landeszentrale sind im Geschäftsjahr um 1.981,3 T€ auf 39.215,5 T€ (Vorjahr 37.234,2 T€) gestiegen. Der Anstieg der Erträge resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung einiger bisher unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesenen Positionen (1.487,2 T€) in die Erträge. Die Ausweisänderung war nach den erstmalig anzuwendenden Regelungen des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) zur Neudefinition der Umsatzerlöse nach § 277 Abs. 1 HGB vorzunehmen. Neben diesem Effekt aus der Ausweisänderung haben sich die Erträge im Wesentlichen aufgrund des Anstiegs des anteiligen Rundfunkbeitrags um 378,1 T€ erhöht.

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresüberschusses 2.102,6 T€ auf 25.128,6 T€ (Vorjahr 23.026,0 T€) angestiegen.

Das Anlagevermögen hat sich infolge der Investitionen des Geschäftsjahres und unter Berücksichtigung von Abgängen

sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31.12.2016 um 1.073,1 T€ auf 20.471,8 T€ verringert. Der Rückgang betrifft mit 888,0 T€ festverzinsliche Wertpapiere des Anlagevermögens, die ihre Endfälligkeit in 2016 erreicht haben und zurückgezahlt wurden. Im Geschäftsjahr wurden weitere 40 % der Anteile an der Bayerische Medientechnik GmbH (BMT) erworben, so dass die Landeszentrale nun 90 % der Anteile hält. Die BMT wird dadurch zum verbundenen Unternehmen.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 14.471,6 T€ und liegt damit um 2.936,9 T€ über dem Vorjahreswert (11.534,7 T€). Der Anstieg liegt in den flüssigen Mitteln begründet, die um 3.097,9 T€ über dem Vorjahreswert liegen. Ursächlich für den Liquiditätsanstieg sind im Wesentlichen folgende Faktoren: Die oben bereits erwähnte Rückzahlung von festverzinslichen Wertpapieren, die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2015 und höhere Erträge aus dem Rundfunkbeitrag 2016.

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 1.873,80 T€ auf 35.040,7 T€ (Vorjahr 33.166,9 T€).

Die eingeräumte Kontokorrent-Kreditlinie in Höhe von TEUR 249,0 (Vorjahr TEUR 249,0) war zum Abschlussstichtag nicht in Anspruch genommen.

Nachträgliche Ereignisse, Zukunftsperspektiven und Risiken

Die C.A.M.P. TV Fernsehgesellschaft mbH (C.A.M.P. 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 hatte 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.

Am 17.09.2015 hat das Oberlandesgericht München sein Berufungsurteil verkündet und die Berufungen beider Parteien „mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass der Klageanspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit die Klägerin unter dem Gesichtspunkt des enteignungsgleichen Eingriffs Entschädigung für den rechtswidrigen Widerruf der Sendelizenz vom 27.05.2002 für die Anbietertätigkeit für ein landesweites Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und Sat.1 begehrt.“ Die Revision wurde nicht zugelassen.

C.A.M.P. TV hat am 19.10. 2015 Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) erhoben und diese am 10. 02. 2016 begründet. C.A.M.P. TV vertrat die Auffassung, dass sie durch Versagung der Amtshaftungsansprüche durch das Urteil des Oberlandesgerichts München beschwert sei. Ferner habe sich das Gericht von einem Fehlverständnis der Kollegialgerichts-Richtlinie leiten lassen. Die Landeszentrale hat mit Schreiben vom 29. 02. 2016 beim BGH die Zurückweisung der Nichtzulassungsbeschwerde beantragt.

Der BGH hat durch Beschluss am 18. 08. 2016 (Az. III ZR 325/15) im Verfahren über die Nichtzulassungsbeschwerde der C.A.M.P. TV die Beschwer der revisionsführenden C.A.M.P. TV auf unter 500 € festgesetzt. Dadurch wurde die Beschwer gegen die Nichtzulassung unzulässig und im Anschluss daran durch die revisionsführenden C.A.M.P. TV zurückgenommen. Als Ergebnis der Zurücknahme der Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision wurde das Verfahren im Hinblick auf die Zurückweisung des Rechtsstreits durch das OLG München an das Landgericht München I erneut beim Landgericht München I anhängig. Das Landgericht München I hat daraufhin den Parteien Gelegenheit gegeben, ihren Standpunkt zur Sach- und Rechtslage bezüglich der Höhe des Entschädigungsanspruches vorzutragen. Die Landeszentrale hat dabei erklärt, dass die Höhe des Klageanspruchs der C.A.M.P. TV bestritten wird.

Das Landgericht München I hat am 26. 04. 2017 einen Beweisbeschluss erlassen, wonach Beweis über die Behauptung der klagenden C.A.M.P. TV durch Einholung eines schriftlichen Sachverständigengutachtens zu erheben ist, dass der Wert der am 27. 05. 2002 erteilten und mit Bescheid vom 18. 05. 2009 widerrufenen Sendegenehmigung bei mindestens 10 Mio. € gelegen habe.

Aus heutiger Sicht ist es nach wie vor nicht ausgeschlossen, dass die Landeszentrale einen Zahlungsanspruch im Rahmen des Betragsermittlungsverfahrens abwenden kann, da die Klägerin seit dem Entfallen des Teilnehmerentgelts 2003 nach den vorgelegten Bilanzen nur mehr Verluste erwirtschaftet hatte. Aus diesem Grund geht die Landeszentrale davon aus, dass sie lediglich einen „Abwicklungsschaden“ von bis zu 100 T€ zu leisten hat.

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt. Trotz Absenkung des Rundfunkbeitrags von 17,98 € pro Monat auf 17,50 € pro Monat ab 01. 04. 2015 durch den Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2015 S. 26) geht die Landeszentrale auf Grund der Berechnung des Norddeutschen Rundfunks zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesmedienanstalten von einem im Wesentlichen stabilen Beitragsaufkom-

men aus, da in Bayern als sog. „Zuzugsland“ die Anzahl der Haushalte weiter steigen wird.

Die Höhe des Anteils der Landeszentrale beträgt seit Einführung des Rundfunkbeitrags zum 01.01.2013 zwar nur noch 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens, aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren im Wesentlichen konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben. Insgesamt ist die Finanzierung der Landeszentrale 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 2016 zufrieden. Nachdem von einem im Wesentlichen stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2016 als gesichert angesehen werden. Insoweit wird auch im Jahr 2017 und in den folgenden Jahren mit einem ausgeglichenen Jahresergebnis gerechnet.

München, 6. Juni 2017



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 2016 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 gesetzlichen Vertreter 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 Gesellschaft 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 Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter 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, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Landeszentrale und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 23. Juni 2017

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

WIRTSCHAFTSPRÜFER
Hager

WIRTSCHAFTSPRÜFER
Mainka-Klein

Wirtschaftsplan 2016

Dem vom Verwaltungsrat am 27. November 2015 beschlossenen Wirtschaftsplan 2016 wurde in der 38. Sitzung des Medienrats am 17. Dezember 2015 die Zustimmung erteilt.

Mit Rücksicht auf die Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 20. Juni 2016 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2016, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 11. Juli 2016 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt. Danach konnten im Haushaltsjahr 2016 Erträge von EUR 30,3 Mio. erzielt werden. Bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) ergaben sich Mindererträge von TEUR 21,4. Die sonstigen Erträge übersteigen die Planwerte um TEUR 913,1. Die Überschreitung beruht im Wesentlichen auf der Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2015 in Höhe von TEUR 996,0, die einem Planwert von TEUR 290,0 gegenüberstehen. Die als Ertrag gebuchten Geldbußen (TEUR 13,4) werden nach den Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes bei Vereinnahmung zweckgebunden zur Förderung der Medienpädagogik eingesetzt. Die geplante Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage war aufgrund des positiven Jahresergebnisses nicht erforderlich.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von EUR 28,2 Mio. angefallen. Sie lagen um TEUR 1.562,5 unter den Planwerten. Diese deutliche Unterschreitung betrifft mit TEUR 1.236,9 im Wesentlichen den Personalaufwand. Die im Personalaufwand erfassten Zuführungen zu Pensionsrückstellungen (Aufwendungen für Altersversorgung) liegen um TEUR 1.051,3 unter dem Planwert. Die deutliche Entlastung ist die Folge einer Gesetzesänderung hinsichtlich der Bewertung der Pensionsrückstellungen.

Der Jahresüberschuss 2016 (TEUR 2.102,6) wird in Höhe von TEUR 340,0 in die Investitionsrücklage, und in Höhe von TEUR 1.762,6 in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 777,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2017 vorgetragen.

A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2016 TEUR	Ist-Ergebnis 2016 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Erträge			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	23.763,0	23.763,3	+0,3
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	230,0	208,6	-21,4
3. Sonstige Erträge	675,0	1.588,1	+913,1
4. Geldbußen (Art. 37 BayMG)	0,0	13,4	+13,4
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	4.743,3	4.743,0	-0,3
Summe	29.411,3	30.316,4	+905,1

	Wirtschaftsplan 2016 TEUR	Ist-Ergebnis 2016 TEUR	Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-) TEUR
Aufwendungen			
1. Personalaufwendungen	9.193,8	7.956,9	-1.236,9
2. Abschreibungen	1.263,0	1.247,5	-15,5
3. Sonstige Steuern	1,4	1,3	-0,1
4. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.460,0	1.394,8	-65,2
5. Sonstige Aufwendungen	2.571,4	2.272,3	-299,1
6. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	784,2	784,2	0,0
7. Programmförderung	705,0	705,0	0,0
8. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	1.580,0	1.533,2	-46,8
9. Medienforschung	820,0	804,9	-15,1
10. Ausbildungsförderung	1.046,0	1.045,3	-0,7
11. Medienpädagogik	690,0	701,0	+11,0
12. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
13. Mitgliedschaften	97,0	96,0	-1,0
14. Öffentlichkeitsarbeit	1.137,5	1.152,3	+14,8
15. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.743,0	4.743,0	0,0
16. Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.650,0	1.639,0	-11,0
17. Innovationsförderung	232,0	296,5	+64,5
18. Zinsaufwendungen	212,0	269,8	+57,8
19. A.o. und periodenfremde Aufwendungen	90,0	70,8	-19,2
Summe	29.776,3	28.213,8	-1.562,5
Jahresüberschuss (+) / Jahresfehlbetrag (-)	-365,0	+2.102,6	+2.467,6
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	+365,0	0,0	-365,0
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	0,0	-2.102,6	-2.102,6
Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)	0,0	0,0	0,0

B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2016 Vortrag aus 2015 TEUR	Ist-Ergebnis 2016 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
Mittelherkunft			
1. Jahresüberschuss lt. Haushaltsplan	0,0	2.102,6	+ 2.102,6
2. Abschreibungen	1.263,0	1.247,5	- 15,5
3. Entnahme aus Rücklagen	365,0	0,0	- 365,0
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	909,3	- 142,0	- 1.051,3
5. Übertrag aus Finanzplan Vj.	437,0	437,0	0,0
Summe	2.974,3	3.645,1	+ 670,8
Mittelverwendung			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.517,0	712,2	- 804,8
2. Finanzanlagen	380,0	351,2	- 28,8
3. Darlehenstilgung	0,0	0,0	0,0
4. Ausleihungen	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	0,0	2.102,6	+ 2.102,6
6. Jahresfehlbetrag	365,0	0,0	- 365,0
7. Sonstige	712,3	479,1	- 233,2
Summe	2.974,3	3.645,1	+ 670,8

C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2016 TEUR	Ist-Ergebnis 2016 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Förderung nach Art. 23 BayMG			
1. Einnahmen			
1.1 Förderung Staatshaushalt	9.000,0	9.000,0	0,0
Summe	9.000,0	9.000,0	0,0
2. Ausgaben	TEUR	TEUR	TEUR
2.1 Technische Verbreitungskosten	9.000,0	9.000,0	0,0
Summe	9.000,0	9.000,0	0,0

Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 22. September 2017 den Jahresabschluss 2016 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München vom 23. Juni 2017, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2016 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2016 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2016 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 22. September 2017



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS
Manfred Nüssel

Zustimmung des Medienrates

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2016 zu.

München, 5. Oktober 2017



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS
Walter Keilbart