40. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 10. März 2016, 13:30 Uhr

Vorsitz: Dr. Erich Jooß

Tagesordnung: Seite

1.	Bericht des Vorsitzenden	1
2.	Genehmigung der Niederschrift über die 39. Sitzung des Medienrats am 18.02.2016	2
3.	Wahl des Präsidenten	2
4.	Zustimmung zur Bestimmung des Geschäftsführers	7
5.	Verlängerung von Genehmigungen:	
	5.1 Drahtloser Hörfunk Bamberg	9
	5.2 Drahtloser Hörfunk Würzburg	10
6.	Werbebericht 2014/2015	11
7.	Verschiedenes	17

Die Sitzung ist öffentlich.

* * *

Vorsitzender Dr. Jooß eröffnet die 40. Sitzung des Medienrats. Er begrüßt unter den Anwesenden insbesondere Herrn Nüssel, den Vorsitzenden des Verwaltungsrats, und Verwaltungsratsmitglied Herrn Sedlmair. Einen herzlichen Willkommensgruß richtet der Vorsitzende an den ehemaligen Präsidenten der BLM, Herrn Prof. Dr. Ring, der als Vorgänger des amtierenden Präsidenten Herrn Schneider erfreulicherweise der heute auf der Tagesordnung stehenden Neuwahl des Präsidenten beiwohne.

Eine Reihe von Medienratsmitgliedern sei aus gewichtigen Gründen entschuldigt.

Mit der vorliegenden Tagesordnung besteht Einverständnis.

1. Bericht des Vorsitzenden

Vorsitzender Dr. Jooß nimmt Bezug auf die in der letzten Sitzung des Medienrats geführte Diskussion über den Entwurf der Bayerischen Staatsregierung zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes. Zur Novellierung des Bayerischen Mediengesetzes finde im für Medien zuständigen Wirtschaftsausschuss des Bayerischen Landtags am 17. März 2016 eine Anhörung von Sachverständigen statt. Herr Gebrande werde dort als Geschäftsführer die Position der BLM zum Gesetzentwurf vertreten sowie die wesentlichen Einwände bzw. Anregungen des Gremiums wiedergeben.

Die SPD-Landtagsfraktion habe zur Novellierung des Bayerischen Mediengesetzes mit Blick auf die Zusammensetzung des Medienrats einen eigenen Änderungsentwurf in den Bayerischen Landtag eingebracht. Die im Medienrat vertretenen SPD-Abgeordneten hätten die Bitte geäußert, dass sich der Medienrat auch mit diesem Entwurf befassen möge.

Der Vorstand des Medienrats habe beschlossen, die weiteren von Landtagsfraktionen angekündigten Änderungsentwürfe zu diesem Thema abzuwarten. Die BLM werde dann eine Synopse aller Entwürfe für den Medienrat zusammenstellen, über die in einer der nächsten Sitzungen zu diskutieren sein werde.

Herr Dr. Jooß merkt an, im SPD-Änderungsentwurf, der eine Beschränkung der Mitgliedschaft im Medienrat, Verwaltungsrat und ihm Rundfunkrat auf drei Amtszeiten vorsehe, falle der Satz auf: „Gesellschaftliche Gruppen und Institutionen müssen mindestens nach jeder zweiten Amtsperiode des Medienrats eine Frau entsenden“. Die von der SPD angestrebte Stärkung der in den Aufsichtsgremien vertretenen Frauen könne wohl nicht bedeuten, dass Frauen für drei Amtsperioden, aber Männer nur für zwei Amtsperioden entsandt werden können.

Der Vorsitzende weist darauf hin, dass der von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) herausgegebene Bericht „Medienkompetenz“ am Eingang des Sitzungssaals ausliege. Dieser Bericht informiere über gemeinsame Projekte der Landesmedienanstalten sowie Projekte der einzelnen Landesmedienanstalten.

2. Genehmigung der Niederschrift über die 39. Sitzung des Medienrats am 18.02.2016

Herr Hansel bittet um eine Korrektur zum Totengedenken auf Seite 1 der Niederschrift:

> Der verstorbene Herr Herbert Huber sei nicht von November 1994 bis Dezember 1995 Leiter der Staatskanzlei gewesen, sondern von Juni 1993 bis Oktober 1994. In der Zeit von November 1994 bis Dezember 1995 habe Herr Huber die Position Staatssekretär im Umweltministerium bekleidet.

Vorsitzender Dr. Jooß dankt für die Richtigstellung.

> Mit der Maßgabe dieser Korrektur gilt die Niederschrift der 39. Sitzung des Medienrats am 18.02.2016 als genehmigt.

3. Wahl des Präsidenten

Vorsitzender Dr. Jooß stellt fest, gemäß Art. 15 Abs. 1 Satz 2 BayMG obliege es dem Medienrat, nach Anhörung des Verwaltungsrats den Präsidenten der BLM zu wählen. Das Wahlverfahren sei in § 20 der Geschäftsordnung des Medienrats geregelt.

Entsprechend dieser Vorschrift habe er die Mitglieder des Medienrats mit Schreiben vom 11.01.2016 zur Einreichung von Vorschlägen für die Wahl des Präsidenten aufgefordert. Innerhalb der Frist – bis 08.02.2016 – sei der amtierende Präsident, Herr Siegfried Schneider, mehrfach als Kandidat vorgeschlagen worden. Vorschläge für andere Kandidaten seien nicht eingegangen.

Der Beschließende Ausschuss habe sich in seiner Sitzung am 18.02.2016 mit dem Vorschlag befasst und festgestellt, dass Herr Schneider die Wählbarkeitsvoraussetzungen erfülle. Dem sei eine Abfrage bezüglich eventueller Inkompatibilitäten durch den Justiziar des Hauses vorangegangen, durch die festgestellt worden sei, dass kein Wahlhindernis für den vorgeschlagenen Kandidaten bestehe.

Der Vorsitzende erklärt, er habe das Ergebnis der Prüfung des Beschließenden Ausschusses unverzüglich dem Vorsitzenden des Verwaltungsrats, Herrn Manfred Nüssel, übermittelt und entsprechend dem Beschluss des Beschließenden Ausschusses darum gebeten, dass die vorgesehene Anhörung des Verwaltungsrats in dessen Sitzung am 07.03.2016 gewährleistet sei.

Der Beschließende Ausschuss habe am 18.02.2016 den Ablauf der Wahl des Präsidenten festgelegt. Nach der Begründung des Wahlvorschlags durch den Medienratsvorsitzenden erhalte Herr Schneider Gelegenheit zu einem Statement. Daran schließe sich die Stellungnahme des Verwaltungsrats an, über die gegebenenfalls eine Aussprache geführt werden könne. Dann folgten die Bestellung des Wahlausschusses und die Durchführung der Wahl.

Begründung des Wahlvorschlags

Vorsitzender Dr. Jooß blickt auf die Sitzung des Medienrats im Februar 2011 zurück, in der Herr Siegfried Schneider als Nachfolger von Herrn Prof. Dr. Ring zum Präsidenten der BLM mit Amtsantritt zum 01.10.2011 gewählt worden sei. Damals habe sich Herr Schneider einer Gegenkandidatin zu stellen gehabt. Die Wahl sei vor allem von der Unsicherheit geprägt gewesen, wie es mit der BLM weitergehen werde.

Herr Schneider habe damals betont, dass ihm die Präsenz der BLM mit ihren Aktivitäten in den verschiedenen Regionen Bayerns sehr wichtig sei. Die Landeszentrale habe die Medienvielfalt in ganz Bayern im Blick, wozu auch bewusst gesetzte regionale Schwerpunkte gehörten.

Die revolutionäre Entwicklung der Medien habe sich schon damals gezeigt. Darum habe Herr Schneider die Notwendigkeit erkannt, die BLM für die Zukunft ausrichten zu müssen.

Herr Schneider sei mit einem überzeugenden Ergebnis in das Amt des Präsidenten gewählt worden und habe sich darin mit Führungskompetenz und Durchsetzungsfähigkeit bewährt. Auch auf Bundesebene sei sein verbindliches, zusammenführendes Wirken sehr positiv wahrgenommen worden, was sich jüngst durch die Wahl Herrn Schneiders zum Vorsitzenden der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten bestätigt habe.

Herr Schneider habe in seiner Amtszeit zukunftsgerichtet agiert. Die Konzepte „Hörfunk 2020“ und „Fernsehen 2020“ seien unter dem Aspekt der Weiterentwicklung der Medien erarbeitet worden und sollen der BLM und den bayerischen privaten Medienanbietern den Weg in die Zukunft weisen. Darüber hinaus habe Herr Schneider als Präsident die BLM zum Motor von Innovationen entwickelt.

Als großes Verdienst dürfe sich Herr Schneider zurechnen, dass der Änderungsgesetzentwurf der Staatsregierung zum Bayerischen Mediengesetz der BLM als neue Aufgabe die „Sicherung und Weiterentwicklung des Medienstandorts Bayern im Bereich der digitalen Medien“ zuweise.

Herr Dr. Jooß empfiehlt als Vorsitzender des Medienrats, der seine Aufgabe als Kontrollorgan der BLM wahrnehme, aus voller Überzeugung die Wiederwahl von Herrn Schneider.

Statement Herr Schneider

Herr Schneider bringt in Erinnerung, dass er zu seinem Amtsantritt fünf Arbeitsschwerpunkte genannt habe: Sicherung und Stärkung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern, fairer Wettbewerb im dualen System, effektive Aufsicht über die neuen Medien, präventive Medienpädagogik und Stärkung des Medienstandorts Bayern.

Herr Schneider stellt rückblickend fest, dass es gelungen sei, die finanzielle Förderung der Satellitenverbreitung des lokalen Fernsehens in Bayern bis 2016 zu sichern.

Das Konzept „Hörfunk 2020“ sei nun fertiggestellt und werde abschließend im Hörfunkausschuss und im Plenum des Medienrats behandelt werden. Das Thema „Lokal TV 3.0“ sei bereits in den Fernsehausschuss zur Diskussion eingebracht.

Die Entscheidung, „Plenum.TV“ einzuführen sei ein wichtiger Beitrag zur politischen Bildung.

Der vom Bayerischen Rundfunk angestrebte Wechsel von der digitalen zur UKW-Ausstrahlung seines Jugendprogramms PULS habe zumindest um zwei Jahre verschoben werden können.

Die vom Gesetzgeber in Nordrhein-Westfalen beschlossene Werbebeschränkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mache Hoffnung, dass Bayern diesem Beispiel folge.

Herr Schneider betont, dass der Wettbewerb mit dem Bayerischen Rundfunk ihn nicht hindere, ein gutes Miteinander zu pflegen, wo dies sinnvoll und notwendig sei, wie etwa bei der Zusammenarbeit in technischen Fragen, beispielsweise bei DAB+ oder der Nutzung von Kapazitäten des BR durch regionale Anbieter.

Mit dem Bayerischen Rundfunk bestehe auch Einigkeit darüber, dass hinsichtlich der Bayerischen Medientechnik GmbH, einer Tochtergesellschaft des BR und der BLM, sich der BR zugunsten der BLM etwas zurücknehme, weil sein Bedarf an diesen Dienstleistungen nicht so groß sei.

Zur Aufsichtsfunktion der BLM gehöre auch eine präventive Medienpädagogik. Die Stiftung Medienpädagogik habe mit dem Medienführerschein und dem Referentennetzwerk bundesweit beachtete Vorzeigeprojekte geschaffen.

Die Überführung der KJM-Stabsstelle in eine Gemeinsame Geschäftsstelle sei auch mit Unterstützung des Medienrats gut gemeistert worden.

Um der digitalen Herausforderung zu begegnen, habe die Landeszentrale ein Organisationsgutachten beauftragt. Dankenswerterweise habe der Personalrat die Organisationsreform sehr kooperativ mitgetragen, sodass die Beschäftigten von Anfang an mit einbezogen gewesen seien. Der Medienrat habe in Anpassung an die Neuorganisation der BLM als neue Ausschüsse den Digital-Ausschuss und den Medienkompetenz-Ausschuss installiert.

Die BLM habe das „Ostbayern-Forum“ eingerichtet, um auch diesen Landesteil mit einer offiziellen Veranstaltung der BLM abzudecken. Generell sei die Landeszentrale darauf bedacht, ihre Arbeit in allen Regierungsbezirken ins Bewusstsein zu rücken.

Zu den Innovationen zähle die Beteiligung der BLM an der WERK1.Bayern GmbH als Gründerzentrum für „Internet und Digitale Medien“.

Das „media.lab“ leiste mit seinen Erfolgen einen entscheidenden Beitrag zum Medienstandort Bayern.

Herr Schneider drückt seine Freude darüber aus, dass der bayerische Gesetzgeber die Standortpolitik, die schon sein Vorgänger, Prof. Dr. Ring, betrieben habe, nun im Mediengesetz festschreibe, nachdem sich die BLM häufig dem Vorwurf anderer Landesmedienanstalten ausgesetzt gesehen habe, Standortpolitik zu betreiben. Standortsicherung sei notwendig, ohne freilich die Aufsichtsaufgaben zu vernachlässigen.

Herr Schneider betrachtet die erfolgreiche Arbeit der BLM als Gemeinschaftsleistung von BLM, Medienrat und Verwaltungsrat. Herr Schneider dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Landeszentrale für ihr Engagement. Insbesondere dankt er dem Geschäftsführer der BLM, Herrn Gebrande, der ihm in vielen Entscheidungen ein wichtiger, kritischer Ratgeber gewesen sei.

Herr Schneider dankt auch dem Verwaltungsrat dafür, dass es gelungen sei, eine Vielzahl befristeter Beschäftigungsverhältnisse in Stellen umzuwandeln, aber auch für den Nachdruck, mit dem der Verwaltungsrat die Einsparbemühungen begleite. Vor allem die für die Pensionsrückstellungen zu realisierenden Einsparungen hätten sich als sehr positiv erwiesen.

Nicht zuletzt dankt Herr Schneider dem Medienrat für seine konstruktive Ausschussarbeit in Zusammenarbeit mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Hauses.

Eine dauerhafte Aufgabe werde die weitere Unterstützung des lokalen Rundfunks, und zwar sowohl Hörfunk als auch Fernsehen, bleiben. Insbesondere stelle sich die Aufgabe, lokales Fernsehen und lokalen Hörfunk für die Digitalisierung zu unterstützen.

Herr Schneider betont, zu der in der Novellierung des Bayerischen Mediengesetzes vorgesehenen Aufgabe der Weiterentwicklung der BLM zu einem Kompetenzzentrum der digitalen Medien gehöre auch eine konvergente Regulierung. Die Konvergenz der Medien mache die Zuständigkeit in einer Hand notwendig, um die vielfältigen Rechtsfragen einheitlich beurteilen zu können. Dass die Zuständigkeit für die Aufsicht über die Telemedien bei der Regierung von Mittelfranken liege, sei eher kontraproduktiv.

Die BLM sei dabei, über eine Neuaufstellung ihrer Tochtergesellschaften für die Medientage und Lokalrundfunktage nachzudenken, um den Medienstandort Bayern bestmöglich zu stärken.

Herr Schneider ist bereit, mit Unterstützung des Medienrats die BLM weiterhin in eine gute Zukunft führen.

Stellungnahme des Verwaltungsrats

Herr Nüssel (Vorsitzender des Verwaltungsrats) trägt die vom Verwaltungsrat in seiner Sitzung am 07.03.2016 zum Wahlvorschlag beschlossene Stellungnahme vor.

Der vom Vorsitzenden des Medienrats und weiteren Mitgliedern eingebrachte Wahlvorschlag, Herrn Siegfried Schneider zum Präsidenten der Bayerischen Landeszentrale für

neue Medien zu wählen, werde vom Verwaltungsrat begrüßt und voll unterstützt. Der Wahlvorschlag begegne keinen formalen Bedenken.

Herr Schneider habe in seiner ersten Amtszeit als Präsident der Landeszentrale seit dem Jahr 2011 bewiesen, dass er dieses Amt mit großer Tatkraft und Geschick zu führen verstehe. In der Landeszentrale selbst habe er durch Organisationsentscheidungen und Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür gesorgt, dass die BLM für zukünftige Aufgaben und Herausforderungen gut gerüstet sei. Neben den bestehenden Regulierungs- und Förderaufgaben habe er vor allem die Mitwirkung der Landeszentrale an der Entwicklung des Medienstandorts Bayern im digitalen Zeitalter vorangetrieben.

Über Bayern hinaus habe Herr Schneider in den zurückliegenden Jahren, insbesondere durch den Vorsitz in der Kommission für Jugendmedienschutz, Akzente gesetzt. Die Wertschätzung, die seine Person im Kreis der Landesmedienanstalten genieße, sei durch seine Wahl zum Vorsitzenden der Direktorenkonferenz nachdrücklich dokumentiert worden.

Die Zusammenarbeit zwischen Herrn Schneider und dem Verwaltungsrat sei stets sachlich und in großem gegenseitigem Vertrauen verlaufen. Der Verwaltungsrat begrüße es daher sehr, dass sich Herr Schneider für eine weitere Amtszeit als Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien zur Verfügung stelle.

Vorsitzender Dr. Jooß fragt, ob zur Stellungnahme des Verwaltungsrats eine Aussprache gewünscht werde. Er stellt fest, dass dies nicht der Fall sei.

Bestellung des Wahlausschusses

Der Vorsitzende erklärt, die Wahl des Präsidenten erfolge entsprechend § 19 Abs. 3 und 4 der Geschäftsordnung des Medienrats in geheimer Abstimmung. Wahlkabinen seien vorbereitet. Der Stimmzettel sei der Tischvorlage zu entnehmen.

Nach altem parlamentarischem Brauch bittet der Vorsitzende die unter den Anwesenden zwei jüngsten Mitglieder des Medienrats, Herrn Dr. Gerhard Hopp und Herrn Michael Voss, gemeinsam mit ihm den Wahlvorstand zu bilden. Er stellt fest, dass keine Einwände gegen den so gebildeten Wahlvorstand erhoben werden.

Die Auszählung der Stimmen werde von Herrn Justiziar Professor Bornemann und seinem Stellvertreter, Herrn Gummer, überwacht.

Wahl

Vor Eintritt in den Wahlgang macht der Vorsitzende auf die erforderliche Eintragung in die Anwesenheitsliste aufmerksam.

Der Vorsitzende bittet, den in der Tischvorlage befindlichen weißen Stimmzettel zu verwenden. Nachdem nur ein Kandidat vorgeschlagen sei, sei der Name „Siegfried Schneider“ bereits auf dem Zettel aufgedruckt. Der Kandidat sei dann gewählt, wenn er mehr als die Hälfte der Stimmen der anwesenden Mitglieder erhalte. Stimmzettel mit einem anderen

Namen seien ungültig. Stimmenthaltungen würden sich im Ergebnis wie Nein-Stimmen auswirken.

Der Vorsitzende ruft in alphabetischer Reihenfolge zur Stimmabgabe auf.

(Wahlgang)

(Auszählung der Stimmen)

Der Vorsitzende gibt das Wahlergebnis bekannt:

Abgegebene Stimmen:	33
Ja-Stimmen:	30
Nein-Stimmen:	1
Enthaltungen:	2

Damit hat der Medienrat Herrn Siegfried Schneider für die Amtsperiode vom 01.10.2016 bis zum 30.09.2021 zum Präsidenten der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien gewählt.

Vorsitzender Dr. Jooß gratuliert Herrn Schneider zu seiner Wiederwahl mit einem Blumenstrauß.

Präsident Schneider dankt dem Medienrat für den großen Vertrauensbeweis. Er sei zuversichtlich, in gemeinsamer Anstrengung erfolgreich Medienpolitik in Bayern mitgestalten zu können.

Vorsitzender Dr. Jooß unterstreicht, Herr Schneider habe sich dieses eindeutige Votum des Medienrats wirklich verdient. Das überzeugende Wahlergebnis sei nicht nur für die gute Zusammenarbeit zwischen dem Aufsichtsgremium und dem Präsidenten, sondern auch für die BLM und ihre Entwicklung in die Zukunft hinein eine gute Voraussetzung.

4. Zustimmung zur Bestimmung des Geschäftsführers

Vorsitzender Dr. Jooß stellt fest, Art. 15 Abs. 4 Satz 2 BayMG sehe vor, dass der Präsident den Geschäftsführer mit Zustimmung des Medienrats bestimme. Die Zustimmung werde auf schriftlichen Vorschlag des Präsidenten durch den Vorsitzenden des Medienrats herbeigeführt. Über den Vorschlag werde gemäß § 22 der Geschäftsordnung des Medienrats schriftlich und geheim abgestimmt.

Präsident Schneider habe ihm mit Schreiben vom 25.02.2016 mitgeteilt, dass er beabsichtige, im Falle seiner Wiederwahl Herrn Gebrande erneut zum Geschäftsführer zu bestimmen.

Präsident Schneider begründet seinen Personalvorschlag. Herr Gebrande zeichne sich bekanntlich durch ein herausragendes Wissen über Medienpolitik, über die Arbeit der Landeszentrale, aber auch auf Bundesebene in verschiedensten Ausschüssen der Landesmedienanstalten aus. Herr Gebrande gelte als jemand, dessen Wort zähle. Herr Schneider betont, er habe Herrn Gebrande in den zurückliegenden Jahren als sehr an der Sache orientierten, disziplinierten, zuverlässigen Mitarbeiter und als wahre Führungskraft schätzen gelernt. Er handle entscheidungsstark und gleichwohl menschlich. Herr Gebrande sei ihm immer eine wertvolle Stütze als geradliniger, kritischer Ratgeber gepaart mit hoher Loyalität gewesen. Er würde sich darum sehr freuen, wenn der Medienrat Herrn Gebrande als Geschäftsführer mit einem großen Votum bestätigen würde.

Vorsitzender Dr. Jooß bekräftigt, schon Prof. Dr. Ring habe die Loyalität und Sachkompetenz von Herrn Gebrande sehr geschätzt. Gerade von seinem Fachwissen habe der Medienrat in der Ausschussarbeit und im Plenum stets profitiert. Durch sein Engagement und seine Kompetenz habe Herr Gebrande erheblich zum Ansehen der BLM beigetragen.

Der Vorsitzende stellt fest, dass keine Aussprache gewünscht wird.

Es erhebt sich kein Widerspruch, dass der für die Wahl des Präsidenten gebildete Wahlvorstand wiederum seines Amtes waltet.

Der Vorsitzende macht noch einmal auf die erforderliche Eintragung in die Anwesenheitsliste aufmerksam.

Für die Stimmabgabe sei der blaue in der Tischvorlage befindliche Stimmzettel zu verwenden. Für die Abstimmung stehen wiederum Wahlkabinen und Urnen bereit.

Der Vorsitzende ruft in alphabetischer Reihenfolge der Anwesenheitsliste zur Stimmabgabe auf.

(Wahlgang)

(Auszählung der Stimmen)

Der Vorsitzende dankt dem Wahlausschuss für seine Tätigkeit und den Juristen des Hauses für die Überwachung der Stimmgabe. Er gibt das Wahlergebnis bekannt:

Abgegebene Stimmen: 33

Ja-Stimmen: 32

Nein-Stimmen: 1

Damit stimmt der Medienrat der Bestimmung von Herrn Martin Gebrande als Geschäftsführer der Landeszentrale für neue Medien für die Amtsperiode 2016 bis 2021 zu.

Der Vorsitzende gratuliert Herrn Gebrande zu dem großen Vertrauensvotum mit einem Blumenstrauß.

Herr Gebrande bedankt sich für den Vertrauensbeweis, den er als außergewöhnlich groß und beglückend empfinde. Er dankt auch Herrn Präsident Schneider für sein Vertrauen, ihn wieder als Geschäftsführer zu berufen. Er übe diese Tätigkeit sehr gerne aus und freue sich auf die nächste Amtsperiode zusammen mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Verabschiedung von Herrn Markus Loth

Vorsitzender Dr. Jooß macht vor der Abwicklung der weiteren Tagesordnung darauf aufmerksam, dass Herr Bürgermeister Loth heute zum letzten Mal an einer Medienratssitzung teilnehme, da der Bayerische Städtetag ein neues Mitglied in den Medienrat entsende.

Der Vorsitzende dankt Herrn Loth für seine Mitarbeit in diesem Gremium. Er wünscht ihm politisch wie privat alles Gute. Herr Dr. Jooß verabschiedet Herrn Loth mit Erinnerungen an seine Zeit im Medienrat.

Herr Loth bedankt sich herzlich. Es sei von Anfang an bestimmt gewesen, dass er zum 30.04.2016 aus dem Medienrat ausscheide, um in den Verwaltungsrat der Bayerischen Landesbausparkasse zu wechseln. Er habe sich gefreut, zwei Jahre im Medienrat dabei sein zu können. Diese Zeit wolle er nicht missen.

5. Verlängerung von Genehmigungen:

5.1 Drahtloser Hörfunk Bamberg

Herr Prof. Dr. Treml, Vorsitzender des Hörfunkausschusses, schickt seiner Berichterstattung voraus, dass er sich sehr über die Wiederwahl des Präsidenten und die erneute Bestätigung des Geschäftsführers freue. Die personelle Kontinuität lasse weiterhin eine gedeihliche Zusammenarbeit erwarten.

Der Vorsitzende des Hörfunkausschusses berichtet, dass die Bamberger Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG für die Anbieter eine Verlängerung der Genehmigungen für die Programme Radio Bamberg und Radio Galaxy Bamberg beantrage. Auch die Spartenanbieter Bayerischer Jugendring und Erzdiözese Bamberg beantragten eine Verlängerung der Genehmigung.

Die Programme würden derzeit auf der Grundlage der Genehmigung der Landeszentrale ausgestrahlt, die zum 31.03.2016 ende.

Wichtige Gründe, die für eine Neuverteilung der Sendezeiten sprächen, seien nicht ersichtlich, sodass der Landeszentrale ein Ermessen eröffnet sei. Die Anbieter erfüllten weiterhin die Genehmigungsvoraussetzungen.

Radio Bamberg sei ein professionelles Programm, das die Hörer mit aktuellen lokalen und überregionalen Inhalten versorge und unterhalte. Der Spartenanbieter Erzdiözese Bamberg bereichere das Programm.

Radio Galaxy Bamberg sei ein ansprechend aufbereitetes lokales Programm. Beide Spartenangebote überzeugten durch starke Lokalität.

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sei ausreichend, und trotz hoher Kosten für die Verbreitung und einer Reichweite im Mittelfeld werde das Werbepotenzial überdurchschnittlich ausgeschöpft.

Eine Ausschreibung sei nicht erforderlich. 2001 und 2007 hätten jeweils Teilausschreibungen stattgefunden – im Jahr 2007 für über ein Drittel der Sendezeit. Darauf habe sich neben den beiden genehmigten Anbietern kein weiterer lokaler Bewerber gemeldet. Für Oberfranken sei bereits mit dem Aufbau eines DAB+-Sendernetzes begonnen worden, sodass in absehbarer Zeit weitere Beteiligungsmöglichkeiten für den Hörfunk entstehen würden.

Herr Prof. Dr. Treml bittet, der Beschlussempfehlung des Hörfunkausschusses zuzustimmen.

Beschluss:

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Hörfunkausschusses vom 25.02.2016

(einstimmig)

5.2 Drahtloser Hörfunk Würzburg

Herr Prof. Dr. Treml, Vorsitzender des Hörfunkausschusses, trägt vor, das Funkhaus Würzburg habe für die Anbieter eine Verlängerung der Genehmigungen für die Verbreitung der lokalen UKW-Programmangebote Radio Gong und Radio Charivari beantragt.

Auch die Spartenanbieter Dr. Blagoy Apostolov – Radio Opera und Medienreferat der Diözese Würzburg – beide Radio Charivari – hätten eine Verlängerung ihrer Genehmigungen beantragt.

Die Programme würden bislang auf der Grundlage einer Genehmigung der Landeszentrale verbreitet, die zum 31.05.2016 ende.

Die Anbieter erfüllten weiterhin die Genehmigungsvoraussetzungen. Der Landeszentrale sei somit ein Ermessen eröffnet.

Die Programmangebote Radio Gong und Radio Charivari ergänzten sich sowohl programminhaltlich als auch im Hinblick auf die angesprochene Zielgruppe. Die Personaldecke

des Funkhauses Würzburg sei ausreichend. Das Werbepotenzial werde fast vollständig ausgeschöpft.

Die Spartenanbieter Radio Opera und Diözese Würzburg stellten eine die Meinungsvielfalt stärkende Ergänzung des Programms dar.

Die bislang als Spartenanbieter genehmigte Freie Evangelische Gemeinde Würzburg – Radio Gong – sowie die Bayerische Julius-Maximilians-Universität Würzburg und die Fachhochschule Würzburg–Schweinfurt – Radio Charivari – hätten keine Anträge auf Verlängerung gestellt. Ihre Beiträge könnten aber als Zulieferungen genehmigt werden.

Der Hörfunkausschuss empfehle eine Verlängerung der Genehmigungen.

Beschluss:

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Hörfunkausschusses vom 25.02.2016

(einstimmig)

6. Werbebericht 2014/2015

Präsident Schneider führt aus, der Medienrat habe die Landeszentrale am 26.05.2009 per Beschluss gebeten, regelmäßig einen Bericht vorzulegen, der Aufschluss über die Kontrolle der Einhaltung der Werberegelungen bei den von der BLM genehmigten Anbietern gebe. Der vorliegende Bericht sei der sechste der BLM-Geschäftsführung. Er umfasse den Zeitraum vom 01.01.2014 bis zum 31.12.2015.

Der Präsident weist auf zwei wichtige Entwicklungen der bundesweiten Werbeaufsicht hin: Die Werbeaufsicht der Landesmedienanstalten habe sich – richtigerweise – zunehmend auf die Transparenz und die Erkennbarkeit fokussiert, vor allem auf die Einhaltung der qualitativen Werbebestimmungen. Werbezeitmessungen seien im Berichtszeitraum meist nur anlassbezogen, also bei Zuschauerbeschwerden oder erkennbaren Problemen, durchgeführt worden.

Diese Priorisierung habe mehrere Gründe:

Erstens, wenn Zuschauer eine Werbezeitüberschreitung vermuteten, sei dies in fast allen Fällen unbegründet, denn der Zuschauer nehme auch Sponsorhinweise, Preisdarstellungen, Hinweise auf Begleitmaterial, die Nennung von Ausstattern, Grafikeinblendungen mit Logos oder Programmhinweise als Werbung wahr. Auch wisse der Zuschauer nicht, dass die 12-Minuten-Obergrenze für Werbung in einer Stunde nicht ab Sendungsbeginn oder für eine Uhrzeit-Stunde gelte, sondern der Beginn des „Einstundenzeitraums“ jeden Tag neu bestimmt werden könne.

Zweitens, wenn sich Zuschauer über Schleichwerbung oder versteckte Einflussnahme von Werbenden auf Programminhalte beschwerten, hätten sie meist recht.

Drittens, in den Programmen sei zunehmend eine Tendenz des „Ineinanderverschwimmens“ von werblichen und programmlich-journalistischen Elementen feststellbar. Zu beobachten seien zum Beispiel die virtuell eingefügte Produktplatzierung bei Serien, die journalistisch unbearbeitete Verwendung von angebotenem PR-Material in Servicesendungen und die Verwendung von Senderdesign-Elementen in Werbespots als Empfehlungsmarketing.

Die Priorisierung auf qualitative Bestimmungen decke sich mit der Position des Gesetzgebers: Im Zwischenbericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz vom 03.12.2015 habe sich die „Arbeitsgruppe AVMD-Richtlinie“ unter dem gemeinsamen Vorsitz der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien und der Bayerischen Staatskanzlei für die Beibehaltung qualitativ hoher Anforderungen an das Trennungsgebot ausgesprochen. Quantitative Werbebeschränkungen sollten dagegen weitgehend aufgehoben werden.

Für ihre Programmanalyse Werbung im Dezember 2014 habe die ZAK das Thema „Einhaltung des Trennungsgrundsatzes“ gewählt. In dieser Untersuchung seien bundesweit ausgestrahlte Programme über drei Sendetage hinweg überprüft worden. Während bei der BLM zugelassene Sender von anderen Landesmedienanstalten kontrolliert worden seien, habe die BLM das Programm von RTL beobachtet.

Bei „kabel eins“, das von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt kontrolliert worden sei, seien zwei problematische Fälle festgestellt worden, zu denen Aufsichtsverfahren eingeleitet worden seien.

Insgesamt sei eine Tendenz zur Vermischung von Werbetrennern und redaktionellen Elementen wie Programmhinweisen oder Eigenpromotion festgestellt worden.

Die Werbelogos erfüllten durch Hinzufügung zusätzlicher, stark ablenkender Elemente zumindest teilweise nicht mehr ihre Funktion, die Werbung deutlich anzukündigen. Der Schriftzug „Werbung“ verschwimme beispielsweise ins Bild oder habe dieselbe Farbe wie der Hintergrund. Dies seien Versuche, den Hinweis „Werbung“ beim Zuschauer in den Hintergrund rücken zu lassen.

Die Werbeaufsicht brauche anstelle der bisherigen Werberichtlinien ein neues Instrumentarium, mit dem Weiterentwicklungen bestehender Werbeformen, aber auch ganz neue Werbeformen behandelt werden können. Die Werberichtlinien der Landesmedienanstalten seien zuletzt 2012 geändert worden, aber der Großteil der Regelungen stamme noch aus dem Jahr 1993. Einige Regelungen könnten die aktuellen Werbeformen nicht mehr zeitgemäß erfassen.

Das Bundesverwaltungsgericht habe am 14.10.2015 in einem Urteil die Verbindlichkeit und den Rechtscharakter der Werberichtlinien infrage gestellt.

Im Fachausschuss Regulierung der ZAK sei im September 2015 die Einrichtung eines interdisziplinären Arbeitsteams beschlossen worden mit dem Auftrag, ein neues Instrument

zu entwerfen, das einerseits rechtskonform sei und andererseits durch Fokussierung auf Grundsätze auch gut auf neue Werbeformen anwendbar sei. Für die Landeszentrale seien der Programmbereich und der Rechtsbereich mit Herrn Kriner und Herrn Professor Bornemann in dieser Arbeitsgruppe vertreten. Die Anregung von Herrn Professor Bornemann, statt der Richtlinien eine Satzung zu erlassen, sei als gute Idee aufgegriffen worden.

Die Neubefassung mit diesem Thema biete auch die Chance, die Werbebestimmungen für Zuschauer, Produzenten und für die Gerichte verständlicher zu machen.

In diesem Zusammenhang weist der Präsident auf den Leitfaden „Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien“ hin, mit dem die Landesmedienanstalten in praxisorientierter Form auf häufig gestellte Fragen hinsichtlich Produktintegrationen in YouTube-Videos antworteten. Die Zusammenstellung schaffe Klarheit über werbliche Elemente und mache deutlich, worauf zu achten sei. Mehr könne die BLM nicht tun, da sie mit Ausnahme des Jugendschutzes nicht für die Aufsicht über die Telemedien zuständig sei, sondern diese Zuständigkeit bei der Regierung von Mittelfranken liege.

Der Präsident betont die Notwendigkeit, dass in einer konvergenten Medienwelt die Aufsichtszuständigkeit über Rundfunkinhalte, Mediatheken, YouTube-Channels etc. nicht aufgeteilt, sondern in einer Zuständigkeit liegen sollte. Nur so sei ein einheitliches Vorgehen möglich.

Die ZAK habe im Dezember 2015 eine weitere Schwerpunktanalyse durchgeführt, deren Ergebnisse im nächsten Werbebericht dargestellt würden.

Herr Heim (Bereichsleiter Programm) stellt die vier Abschnitte des Werbeberichts vor: Nach den „Rechtsgrundlagen“ zeige der Abschnitt „Die Werbeaufsicht der BLM“ die Arbeitsweise der BLM zur Wahrnehmung ihrer Aufsicht auf. Der Abschnitt „Schwerpunktthemen“ beinhalte aktuelle politische und werberechtliche Entwicklungen. „Aufsichtsfälle und Maßnahmen“ seien im vierten Abschnitt nach den Verstoßkategorien „Trennung und Kennzeichnung“, „Dauerwerbesendungen“, „Schleichwerbung“, „Sponsoring“, „Business-TV“ sortiert.

Herr Heim führt vor Augen, dass der Medienrat als Aufsichtsorgan für 190 von der BLM genehmigte Angebote aus dem Hörfunk- und Fernsehbereich zuständig sei; das bedeute pro Tag 4.000 Sendestunden. Natürlich sei angesichts dieser Fülle keine Dauerbeobachtung möglich. Die Prüfung bestehe aus regelmäßigen Stichproben unterschiedlicher Bereiche.

Werberechtliche Aufsichtsverfahren würden auf verschiedenen Wegen ausgelöst: Zum einen gebe es Beschwerden von Journalisten und Bürgern, zum anderen regelmäßige Stichproben oder Anlasskontrollen, und drittens gebe es bundesweit veranlasste Stichproben über alle bundesweiten Sender hinweg.

Da sich die Auslegungspraxis stetig weiterentwickle, würden alle in der Werbeaufsicht der Landeszentrale tätigen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, auch feste freie Mitarbeiter, regelmäßig geschult.

Im Berichtszeitraum 2014/2015 seien in 452 Fällen Aufsichtsverfahren eingeleitet worden. Da der letzte Werbebericht wegen der Umstellung des Berichtsintervalls auf zwei Kalenderjahre keine vollen zwei Jahre umfasse, sei ein Vergleich nur eingeschränkt möglich.

Die Zahl der Aufsichtsfälle sei aber jedenfalls deutlich größer geworden. Das liege erstens an der von der ZAK vorgegebenen Programmanalyse. Die ZAK habe entschieden, die bundesweiten Programme genauer zu beobachten. Das sei auch sehr im Sinne der BLM, denn es werde immer wieder gerade von den Verbänden in Bayern Kritik laut, dass im bundesweiten Fernsehen manches möglich sei, was in landesweiten und lokalen Programmen von der BLM beanstandet werde.

Der zweite Grund für den Anstieg der Aufsichtsfälle sei das Business-TV als neu eingerichtete Finanzierungsform für die lokalen Fernsehanbieter. Hier gebe es noch viel Unsicherheit der Anbieter über korrektes Verhalten.

Der dritte Grund für den Anstieg von Aufsichtsfällen sei, dass im Rahmen der Vorbereitung des Konzepts „Hörfunk 2020“ die Genehmigungsvoraussetzungen besonders vieler Hörfunksender untersucht worden seien.

Es sei eine starke Zunahme an formalen Fehlern festzustellen. Das erachte man zwar nicht als so gewichtig, aber man komme nicht umhin, deutlich zu machen, dass bestimmte Grenzziehungen eingehalten werden müssen. Es gehe insbesondere um Werbetrenner, um Schriftzüge, die Platzierung, aber auch um soziale Appelle, die nicht richtig zugeordnet seien.

Business-TV ermögliche die Gewinnung von Wirtschaftskompetenz für die lokalen und regionalen Fernsehanbieter auf der Grundlage einer Kooperation. Neben Wirtschaftsunternehmen und Wirtschaftsverbänden könnten in diesem Format auch soziale Verbände und Institutionen einbezogen werden. Allerdings bedürfe es einer entsprechenden Kennzeichnung, damit für den Zuschauer erkennbar sei, wann eine Sendung nicht rein redaktionell, sondern mitfinanziert sei. Hier gebe es natürlich Grauzonen. Eine Dauerwerbesendung für ein Produkt oder eine Dienstleistung sei nicht unter dem Label „Business-TV“ möglich.

Im Hörfunk seien die wesentlichen Probleme nicht oder nicht deutlich gekennzeichnete Werbung.

Als positiv erwiesen habe sich im Bereich Sponsoring eine Checkliste als Hilfestellung für die Anbieter, was erlaubt sei. Das habe zu einer Reduzierung der Aufsichtsfälle geführt.

Der Anteil an Schleichwerbung sei im Vergleich zum letzten Bericht gleich geblieben.

Die BLM lege großen Wert auf Schulungen. Fester Bestandteil der Kurse für Volontäre der lokalen Hörfunk- und Fernsehstationen seien „Regelungen, Chancen und Grenzen“ von

Werbung und Sponsoring, um bereits den Mediennachwuchs entsprechend zu sensibilisieren.

Dasselbe gelte auch für Institutionen, mit denen die BLM zusammenarbeite bzw. in denen sie Mitglied sei wie zum Beispiel die Bayerische Fernsehakademie oder die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing.

Zunehmend werde die BLM von Sendern gebeten, die Möglichkeiten in Zweifelsfällen aufzuzeigen. Er, Heim, lege bei seinen Besuchen immer Wert darauf, dass außer der Geschäftsführung des Senders auch Marketingverantwortliche und Journalisten anwesend seien, um dezidiert an praktischen Beispielen die Probleme aufzeigen zu können.

Immer häufiger werde im Vorfeld von Werbemaßnahmen von Hörfunk- und Fernsehsendern angefragt, ob sie diese oder jene Idee eines Kunden umsetzen könnten. Die Landeszentrale helfe gerne, ohne freilich eine rechtsverbindliche Auskunft geben zu können. Das Bewusstsein für die Werbebestimmungen im Vorfeld zu schärfen beuge Verstößen und Aufsichtsverfahren vor.

In den schwierigen Bereichen politische Werbung und Gewinnspiele sei eine Abstimmung mit dem Rechtsbereich erforderlich. Im Berichtszeitraum seien fast 200 Anrufe mit der Bitte um Beratung bedient worden.

Herrn Vogel interessiert, ob es in bestimmten Verstoßkategorien mehr „Hinweise“ oder mehr „Beanstandungen“ als in anderen Kategorien gebe und inwieweit die einzelnen Verstoßkategorien von unterschiedlicher juristischer Gewichtung seien.

Herr Heim (Bereichsleiter Programm) erläutert, „Hinweise“ stellten die weit überwiegende Anzahl von Verfahrensabschlüssen dar. Sie würden in der Regel dann erfolgen, wenn es sich um einen erstmaligen Verstoß handle oder/und eine Einsicht feststellbar sei. Es sei nicht absehbar, ob im nächsten Bericht die Hinweise im gleichen Verhältnis zu den formalen Beanstandungen stehen würden. Denn im Falle von Wiederholungsverstößen komme es zum Beanstandungsbescheid.

Herr Prof. Bornemann (Bereichsleiter Recht) zitiert Art. 16 Absatz 1 Satz 1 BayMG, wonach die Landeszentrale alle erforderlichen Anordnungen treffen *kann*, um die Einhaltung des Rechts zu gewährleisten. Im Jahr 2009 hätten bayerische Verwaltungsgerichte erstmals das „kann“ als Ermessen ausgelegt. Seitdem müsse die Landeszentrale auch bei massiven festgestellten Verstößen im Bescheid ausführlich begründen, warum sie von ihrem Entscheidungsermessen und Auswahlermessen Gebrauch mache.

In weniger gewichtigen Fällen oder Erstverstößen, denen eine Einsicht folge, belasse es die BLM bei einem „Hinweis“. Ein „Hinweis“ sei ein feststellendes Schreiben, mit dem die Rechtsauffassung der Landeszentrale dargestellt werde. Der „Hinweis“ sei kein Verwaltungsakt und somit auch nicht justiziabel.

Die Beanstandung sei hingegen ein mit Gebühr belegter feststellender Verwaltungsakt, der missbilligende Vorhalt eines festgestellten Rechtsverstoßes mit Rechtsbehelfsbelehrung – also rechtsbehelfsfähig. Wenn ein Anbieter die Rechtsauffassung der BLM anzweifle, habe er die Möglichkeit, das vor Gericht überprüfen zu lassen.

Bei fortgesetztem Verstoß wäre die nächste Stufe die ggf. bußgeldbewehrte Untersagungsanordnung.

Mit diesem abgestuften Verfahren ließen sich seiner Auffassung nach gute Ergebnisse erzielen. Die kostenlosen „Hinweise“ seien für die Anbieter verträglich und doch hilfreich.

Herr Dr. Rick spricht die Abschaffung der quantitativen Werbevorschriften durch die AVMD-Richtlinie an, was in erster Linie bedeute, dass die beiden nationalen Fernsehketten RTL und ProSieben künftig über die bisher maximal 12 Minuten Werbung pro Stunde hinaus mehr Werbung verkaufen können.

Ein Blick auf den Werbemarkt zeige, dass das nationale Fernsehen, also RTL und ProSiebenSat.1, bereits mit Abstand stärkster Werbeträger sei. 2014 habe der Marktanteil des nationalen Fernsehens 28 Prozent am Gesamtnettowerbeumsatz betragen – Tendenz steigend. Der Anteil der Tageszeitung habe 18 Prozent betragen – Tendenz eher fallend, und der Hörfunk habe 4 bis 5 Prozent Werbemarktanteil mit eher konstanter Tendenz. Die Abschaffung der quantitativen Werbevorschriften, die vom Freistaat Bayern maßgeblich forciert worden sei, nutze eher den Werbevermarktern der beiden nationalen Fernsehketten, also IP für RTL und SevenOneMedia für ProSiebenSat1. Die regionalen Medien partizipierten von dieser Deregulierung nicht.

Herr Hansel erkundigt sich, wie viele der Aufsichtsfälle auf Hinweise bzw. Beschwerden durch Hörer und Zuschauer zurückzuführen seien.

Herr Heim (Bereichsleiter Programm) antwortet, dieser Anteil mache seiner Schätzung nach höchstens 5 Prozent aus. Es gebe allerdings Initiativen wie „Fair Radio“, ein Zusammenschluss von Bürgern, der es sich zur Aufgabe gemacht habe, Radioprogramme in Sachen Werbevorschriften zu beobachten, und regelmäßig Hinweise zur Überprüfung gebe.

Bei Gewinnspielen komme es zu deutlich mehr Beschwerden von betroffenen Bürgern, die sich betrogen fühlten.

Präsident Schneider merkt an, die auffallend vielen im Fernsehbereich festgestellten Verstöße hätten auch damit zu tun, dass die Förderung nach Art. 23 BayMG eine sehr stringente Beobachtung der Programme voraussetze. Dabei würden auch nebenbei Verstöße gegen die Werberichtlinien auffallen.

Die lokalen TV-Sender in Bayern stünden unter sehr guter Beobachtung. Die Zahl der Aufsichtsfälle bedeute nicht unbedingt, dass es sich um schwere Verstöße handle.

Vorsitzender Dr. Jooß stellt fest, dass es keine weitere Wortmeldung gibt. Er dankt Herrn Heim für seine Ausführungen und seine engagierte Arbeit und schließt in den Dank auch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Programmbereichs ausdrücklich ein.

7. Verschiedenes

Geschäftsführer Gebrande kündigt an, dass in Kürze Herr Dr. Jooß und auch Herr Präsident Schneider jeweils einen runden Geburtstag feierten. Die Mitglieder des Medienrats würden in den nächsten Tagen eine Einladung zum Geburtstagsempfang am Freitag, 8. April 2016, 11 Uhr, erhalten. Die Geschäftsführung würde sich freuen, wenn möglichst viele Medienratsmitglieder daran teilnehmen könnten.

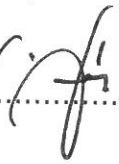
Der Vorsitzende dankt allen für die Sitzungsteilnahme. Ein besonderer Dank gelte Frau Fell und Frau Zeman für die Vorbereitung der Sitzung. Herr Dr. Jooß wünscht gesegnete Osterfeiertage und eine gute Heimfahrt und schließt die Sitzung.

Schluss der Sitzung: 15:20 Uhr

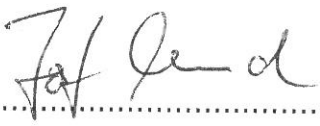
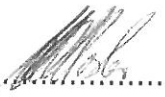
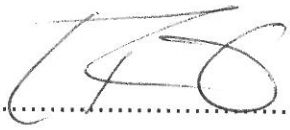
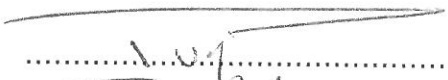
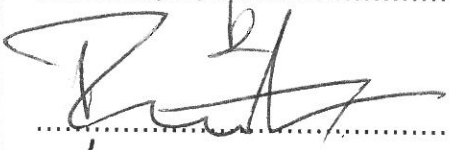
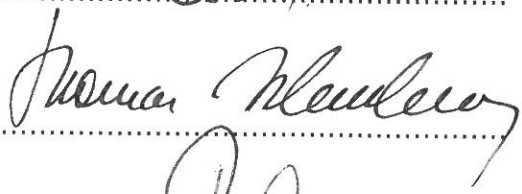
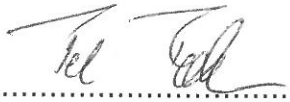
Protokollführerin | Schriftführerin | Vorsitzender

40. Sitzung des Medienrats am 10.03.2016

7. Amtsperiode

Interner Bearbeitungscode: MR Name, Vorname	Unterschrift
Aigner, Ilse	
Bauer, Prof. Dr. Erich	
Bierbaum, Detlev	entschuldigt
Bischof Tamara	entschuldigt
Dorow, Alex	
Fehlner, Martina	entschuldigt
Geiger, Katharina	
Göller, Anneliese	entschuldigt
Gote, Ulrike	entschuldigt
Günther, Timo	entschuldigt

Hasenmaile, Christa	entschuldigt
Hansel, Paul	
Hopp, Dr. Gerhard	
Jooß, Dr. Erich	
Keilbart, Walter	entschuldigt
Kempter, Dr. Fritz	
Knobloch, Dr. h.c. Charlotte	
Kränzle, Bernd	
Kriebel, Ulla	
Kustner, Franz	
Lehr, Wilhelm	
Loth, Markus	
Martin, Gerlinde	

Mend, Josef	
Mosler, Heinrich	
Müller, Jutta	entschuldigt
Müller, Werner	
Neumeyer, Martin	entschuldigt
Nickel, Karl-Georg	
Piazolo, Prof. Dr. Michael	
Rabenstein, Dr. Christoph	
Rebensburg, Thomas	
Rick, Dr. Markus	
Rinderspacher, Markus	entschuldigt
Rotter, Eberhard	
Rottner, Peter	

Rüth, Berthold	
Schmidt, Max	
Schöffel, Martin	
Schuller, Dr. Florian	
Sigl, Lydia	entschuldigt
Ströbel, Jürgen	
Theiler, Peter	entschuldigt
Treml, Prof. Dr. Manfred	
Vogel, Arwed	
Voss, Michael	
Wöckel, Helmut	
<u>Verwaltungsrat:</u>	
Nüssel, Manfred	