

19. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 22. Mai 2025, 13:30 Uhr

Vorsitz: Walter Keilbart

Tagesordnung:	Seite
1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit	1
2. Genehmigung der Tagesordnung	1
3. Genehmigung der Niederschrift über die 18. Sitzung des Medienrats am 03.04.2025	1
4. Bericht des Vorsitzenden	1
5. Bericht des Präsidenten	2
6. Verlängerung von Kapazitätszuweisungen:	6
6.1 Drahtloser Hörfunk Unterfranken: Radio Primaton und Radio Hashtag+	6
6.2 Drahtloser Hörfunk Oberbayern Süd: Radio TOP FM (technische Arrondierung)	7
6.3 Stützfrequenz: Klassik Radio	7
7. Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung	11
8. Verschiedenes	18

Die Sitzung ist öffentlich.

* * *

Vorsitzender Walter Keilbart eröffnet die 19. Sitzung des Medienrats und begrüßt alle Anwesenden sehr herzlich.

1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit

Vorsitzender Walter Keilbart stellt die ordnungsgemäße Ladung zu dieser Sitzung und die Beschlussfähigkeit des Gremiums fest.

2. Genehmigung der Tagesordnung

Vorsitzender Walter Keilbart stellt Einverständnis mit der Tagesordnung fest.

3. Genehmigung der Niederschrift über die 18. Sitzung des Medienrats am 03.04.2025

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass gegen die Niederschrift über die 18. Sitzung des Medienrats am 03.04.2025 keine Einwände erhoben werden. Die Niederschrift sei damit **einstimmig genehmigt**.

4. Bericht des Vorsitzenden

Vorsitzender Walter Keilbart weist darauf hin, dass das Thema KI in der medialen Berichterstattung sehr präsent sei. Auch die BLM beschäftige sich aus guten Gründen schon eine Weile mit diesem Thema und werde dies auch weiterhin tun. Die technische Entwicklung sei natürlich nicht aufzuhalten. Auch problematisch sei die Nutzung sozialer Medien insbesondere durch Schülerinnen und Schüler. Neuere Untersuchungen zeigten, dass nur 17 % der Jugendlichen keine sozialen Medien nutzten. Diskutiert werde, inwieweit die Nutzung nicht nur während des Unterrichts, sondern generell auf dem Schulgelände verboten werden könne.

Die BLM setze sich für den ordnungsgemäßen Umgang mit sozialen Medien ein. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern habe diesbezüglich neues Material für angehende Erzieherinnen und Erzieher der Fachhochschulen für Sozialpädagogik entwickelt. Es sei zu begrüßen, dass die pädagogischen Fachkräfte, welche tagtäglich mit den jungen Menschen zu tun hätten, entsprechend unterwiesen würden und durch ihr Wissen darüber, was auf welche Weise in sozialen Medien verbreitet werde und auch nicht immer der Wahrheit entspreche, zum Schutz der Kinder und Jugendlichen beitragen könnten.

Aber nicht nur für Kinder und Jugendliche sei eine Unterweisung im Umgang mit sozialen Medien sinnvoll. Auch für ältere Menschen würden Schulungen dazu angeboten, beispielsweise in Seniorencafés.

Hinzuweisen sei noch auf die bevorstehende 8. Informationssitzung des Medienrats, zu der die Einladung am heutigen Tag erfolgt sei. Thema der Informationssitzung werde Public

Value sein, also die Frage nach dem gesellschaftlichen Nutzen, den man in den medialen Strukturen verankert wissen wolle. Frau Dr. Schumacher werde einen Impulsvortrag dazu halten. Weitere Vorträge würden von Herrn Prof. Dr. Neuberger von der FU Berlin sowie von Präsident Dr. Schmiege gehalten; und zwar zu den rechtlichen Ansatzpunkten für die Weiterentwicklung von Public Value sowie zum Einsatz von KI zur Kennzeichnung von Public-Value-Inhalten. Dies sei ein Anliegen aller Landesmedienanstalten, weshalb sich auch die GVK darüber austausche und Papiere erstelle, welche die politisch Verantwortlichen adressierten.

Zu berichten sei noch, dass der Thüringer Landtag dem Reformstaatsvertrag, der Änderungen zum Medienstaatsvertrag beinhalte, zugestimmt habe.

In der heutigen Situation sei es mehr als geboten, sich immer wieder kritisch auseinanderzusetzen, ohne dabei die Meinungsfreiheit einzuschränken. Dies sollte für die BLM ein wesentlicher Punkt sein, und daran sollte sie sich messen lassen.

5. Bericht des Präsidenten

Präsident Dr. Thorsten Schmiege informiert zunächst über verschiedene **Baumaßnahmen**: Die Mikrofonanlage im Sitzungssaal werde voraussichtlich Ende 2025 bzw. Anfang 2026 erneuert. Zeitnah, eventuell schon bis zur nächsten Sitzung, werde die Bestuhlung im Saal ausgetauscht. Außerdem müsse das Dach der BLM im Bereich des Foyers saniert werden; es sei seit einiger Zeit undicht. Die Sanierung sei sehr aufwendig und teuer, aber durch entsprechende Investitionsrücklagen gedeckt, und werde voraussichtlich Anfang 2026 starten.

Inzwischen habe die **neue Bundesregierung** ihre Arbeit aufgenommen. Aufschluss über deren medienpolitische Agenda gebe der **Koalitionsvertrag**, der wichtige Medienthemen anspreche:

Medienvielfalt bleibe erfreulicherweise ein Schlüsselthema, und der Koalitionsvertrag trage auch eine föderale Handschrift. Dies zeigten darin enthaltene Aussagen zur Förderung des lokalen Journalismus, zur Medienfreiheit und das Bekenntnis zu einer staatsfernen Aufsicht. Letzteres stelle klar, dass die Bundesregierung weiterhin auf die bestehenden Strukturen der Medienanstalten setze.

Ein weiterer Schwerpunkt sei Künstliche Intelligenz. Der Koalitionsvertrag betone die Chancen von Künstlicher Intelligenz und die Notwendigkeit der praxistauglichen Umsetzung des AI Act. Die BLM stehe hierfür mit dem KI.M als Impulsgeber bereit.

Die positivste Überraschung des Koalitionsvertrags seien zwei Prüfaufträge: Die Einführung einer Abgabe für Online-Plattformen, deren Erlöse dem Medienstandort zugutekämen, solle geprüft werden, ebenso eine verschärfte Haftung von Plattformen für Inhalte. Beides könnten wichtige Schritte für ein Level Playing Field im Medienbereich werden.

Mindestens genauso wichtig wie der Koalitionsvertrag seien natürlich die Personen, die ihn umsetzen würden.

Mit Dr. Wolfram Weimer als Beauftragter für Kultur und Medien und Dr. Karsten Wildberger als Bundesdigitalminister, der vermutlich für die Umsetzung der KI-Strategie und des AI Acts verantwortlich sein werde, seien zwei Seiteneinsteiger in das Kabinett berufen worden. Wolfram Weimer, den er, Dr. Schmiede, als kritischen Geist der Medienbranche kenne, sei bereits vor Amtsantritt viel Kritik vor allem aus der Kulturbranche entgegengeschlagen. Er, Dr. Schmiede, teile diese kritische Haltung nicht, sondern hoffe, dass Herr Dr. Weimer als Journalist und Verleger ein offenes Ohr für die medienpolitischen Themen haben werde, welche die BLM beschäftigten. Neben den Rahmenbedingungen sei dies vor allem auch die Finanzierung.

Die Prüfung der Einführung einer Abgabe für Online-Plattformen sowie einer verschärften Haftung von Plattformen für Inhalte werde aber vermutlich durch das Bundesdigitalministerium erfolgen. Für die BLM sollte der Fokus darauf liegen, die bestehende Schieflage bei der Finanzierung und bei der Haftung hervorzuheben: Inhalteanbieter würden deutlich stärker in die Haftung genommen als Plattformen. Er hoffe, dafür ein offenes Ohr in Berlin zu finden.

Der Koalitionsvertrag habe eine **Debatte** darüber ausgelöst, ob **Maßnahmen gegen Desinformation** ein Hinweis auf die Einführung eines staatlichen „Lügenverbots“ seien. Der betreffenden Passage im Koalitionsvertrag lasse sich dies nicht entnehmen. Darin würden manipulative Techniken wie der Einsatz von Social Bots oder Fake Accounts als Beispiele für Maßnahmen genannt, um Reichweiten zu generieren. Dies sei kein neues, aber ein noch unzureichend rechtlich adressiertes Thema. Zwar sehe der Medienstaatsvertrag bereits eine Kennzeichnungspflicht für Social Bots vor. Aber so, wie diese momentan ausgestaltet sei, funktioniere sie noch nicht optimal. Nehme man das Thema Fake Accounts und Bots ernst, müsse man die Plattformen viel stärker in die Verantwortung nehmen.

Der Koalitionsvertrag betone die Staatsferne der Medienaufsicht. Die Medienanstalten seien in erster Linie der Meinungsfreiheit und deren Verteidigung verpflichtet und hätten diese Verpflichtung immer sehr ernst genommen. Die Medienanstalten müssten deshalb auch einschreiten, wenn die Meinungsäußerungsfreiheit durch strafrechtlich relevante oder eindeutig rechtswidrige Inhalte wie Beleidigung oder Hassrede bedroht werde oder jugendschutzgefährdende Inhalte verbreitet würden.

Die Diskussionen um den Koalitionsvertrag seien Teil der wichtigen gesellschaftlichen Debatte über das Thema Desinformation. Grund zur Sorge, dass das, was im Koalitionsvertrag stehe, zu einer staatlichen Zensur oder einem „Lügenverbot“ führen könne, bestehe nicht.

Die BLM wolle die gesellschaftliche Debatte über die Telemedienaufsicht und den Kampf gegen rechtswidrige Inhalte versachlichen, sich auf deren Kern konzentrieren und dabei

auch das eine oder andere in Bezug auf Beleidigung, Meinungsfreiheit und Hassrede richtigstellen.

Passend dazu sei auf eine **Studie zu Meinungsbildungstypen** hinzuweisen, welche im Auftrag der BLM und in Zusammenarbeit mit dem rheingold Institut sowie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz erstellt worden sei.

Die Leitfrage der Studie habe gelautet: „Sind wir überhaupt noch an den Diskurs angebunden oder bereits abgekoppelt?“

Während zwei Drittel der Befragten sich noch fest im demokratischen Diskurs verankert sähen, befänden sich 35 % der Menschen bereits auf dem Rückzug aus diesem Diskurs. Die Gründe dafür seien zum einen Wut und Empörung und zum anderen Orientierungslosigkeit. Wut und Empörung würden auch durch Algorithmen geschürt, die auf Social-Media-Netzwerken besonders emotionale Inhalte pushten. Bekanntlich erzielten negative Emotionen viel mehr Reichweite. Dies sei auch ein Hinweis darauf, dass man bei der Regulierung über das eine oder andere nachdenken sollte.

Die Studie komme zu der Erkenntnis, dass bei der Informationsvermittlung unterschiedliche Bedürfnisse bedient werden müssten, damit alle Menschen am öffentlichen Diskurs teilnehmen könnten. Sie definiere mehrere psychologische Typen bezüglich der Meinungsbildung. Ein „Wutbürger“ müsse anders adressiert werden als jemand, der sich bewusst aus der Nachrichteninformation zurückgezogen habe, weil er sich von zu viel negativer Information „überfahren“ fühle.

Es handle sich also um eine wichtige Grundlagenstudie. Denn es gehe nicht nur um ein Kommunikationsproblem, sondern perspektivisch auch um ein Demokratieproblem.

Alle Informationen zur Studie fänden sich auf der Website der BLM.

Wie den Medien zu entnehmen gewesen sei, **plane ProSiebenSat.1 einen weiteren Abbau von 430 Vollzeitstellen**. Laut eigener Aussage solle dieser Abbau „sozialverträglich durch ein Freiwilligenprogramm“ erfolgen. Allerdings stelle sich die Frage, was geschehen werde, wenn es nicht genügend Freiwillige gebe. Die großen Fernsehanbieter stünden unter extremem Spardruck. Gesellschafter von ProSiebenSat.1 mahnten schon länger eine Fokussierung auf das Entertainmentgeschäft und eine Bündelung von Ressourcen an.

Neben einem **Angebot von MEDIAFOREUROPE (MFE) zur Übernahme weiterer Aktien** an ProSiebenSat.1, welches der Vorstand ablehne, liege auch ein deutlich höheres **Angebot des tschechischen Investors und Mitaktionärs PPF** vor.

MFE halte bereits rund 30 % der Aktien von ProSiebenSat.1; PPF besitze 15 % und wolle diesen Anteil unter bestimmten Voraussetzungen auf ebenfalls fast 30 % ausbauen. Der Vorstand von ProSiebenSat.1 habe das neue Angebot ausdrücklich begrüßt. Staatsminister Dr. Florian Herrmann habe es als positives Signal für den Medienstandort Bayern bewertet,

dass sich auch ein zweiter internationaler Investor offen zu diesem Medienkonzern bekenne.

Die BLM halte sich mit Bewertungen zurück. Das liege auch daran, dass sie über PPF noch zu wenig wisse und zunächst einen direkten Kontakt aufbauen wolle.

Angesichts der sehr schwierigen Rahmenbedingungen wäre es wünschenswert, wenn ProSiebenSat.1 zumindest intern etwas zur Ruhe käme und alle Beteiligten an einem Strang ziehen würden. Ein Machtkampf zwischen den beiden größten Gesellschaftern könnte zu einer weiteren Belastungsprobe werden. Wie dieser ausgehe, werde sich vielleicht schon auf der Hauptversammlung des Konzerns am 28. Mai zeigen.

Eine herzliche **Einladung** ergehe zu den **Lokalrundfunktagen**, die am 25. und 26.06. im NCC Mitte in Nürnberg stattfinden würden. Zur Eröffnung werde der bayerische Ministerpräsident erwartet.

Man werde sich in Nürnberg nicht nur mit den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern befassen, sondern auch die BLM-Medienpreise in insgesamt zehn Kategorien verleihen. Die Anzahl der Kategorien sei reduziert, aber diese seien breiter definiert worden: Nicht nur Radio- und Fernsehformate im engeren Sinne, sondern auch innovative Formate könnten ausgezeichnet werden. Die Jury habe bereits getagt; nur in zwei Kategorien, den Publikumspreisen, stünden die Preisträger noch nicht fest.

Auf den Lokalrundfunktagen würden auch aktuelle Themen diskutiert, beispielsweise die Rolle des Lokaljournalismus in der Gesellschaft. Lokalmedien gäben ein demokratisches Grundversprechen, nämlich jeden Tag nah am Menschen alles Relevante zu berichten und verlässlich zur Informationsversorgung beizutragen. Dieses Versprechen jeden Tag einzu lösen, sei eine große Herausforderung. Das habe mit ökonomischem Druck, aber auch mit verändertem Nutzungsverhalten aufgrund neuer Technologien zu tun. Umso wichtiger seien der Austausch und die Zusammenarbeit. Es gelte, die journalistische Unabhängigkeit zu sichern und gleichzeitig die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu gewährleisten.

Neben den Panels zu verschiedenen Themen werde es auch wieder Masterclasses geben. Ins Gespräch könne man aber natürlich auch im Rahmen des Medienfestes im Alten Rathaus kommen.

Abschließend sei noch über zwei Veranstaltungen zu berichten:

Die am Vortag durchgeführte **Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** habe sich unter dem Motto „medienkompetent und meinungsstark“ damit auseinandergesetzt, wie junge Menschen in Zeiten von TikTok und Künstlicher Intelligenz am demokratischen Diskurs teilhaben könnten. Die Keynote von Dr. Lara Kobilke von der LMU München habe das Thema sehr differenziert dargestellt: Die Wirkung von Social Media auf die Meinungsbildung hänge auch davon ab, ob es sich um eine jüngere oder um eine reifere Demokratie handle. Gerade in den jüngeren Demokratien in Osteuropa habe Social Media eher positive

Effekte auf die Meinungsbildung; in den reiferen Demokratien würden hingegen auch negative Effekte beobachtet.

Das Interesse an der Fachtagung sei sehr groß gewesen; ein Beleg dafür, dass das Thema einen Nerv getroffen habe. Mehr als 180 Teilnehmende habe man aus Platzgründen aber leider nicht zulassen können.

Zur **Feier von 40 Jahren BLM** im Anschluss an die letzte Sitzung des Medienrats habe es viele positive Rückmeldungen gegeben, insbesondere auch zum prägnanten und wachrüttelnden Vortrag von Prof. Dr. Martin Andree.

Gut angekommen sei auch, dass sich die BLM nicht primär selbst gefeiert habe, sondern das Jubiläum dazu genutzt habe, um im Rahmen eines Radio- und eines TV-Tages mit den Anbietern über die aktuellen und künftigen Herausforderungen sowie den Umgang damit zu sprechen.

Über die Ergebnisse dieses Austausches werde unter TOP 7 berichtet.

Vorsitzender Walter Keilbart dankt für den Bericht und merkt an, dieser zeige, welch breites Spektrum die Arbeit der BLM umfasse. Der fachliche Austausch unter Hinzuziehung von Experten wie beispielsweise für die **Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** sei ein Bestandteil dieser Arbeit und werde auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Die Vergabe der BLM-Medienpreise auf den Lokalrundfunktagen diene auch der Förderung innovativer, oft von jungen Menschen entwickelten Projekten des lokalen Rundfunks.

Weitere Anmerkungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe es nicht.

6. Verlängerung von Kapazitätszuweisungen:

6.1 Drahtloser Hörfunk Unterfranken: Radio Primaton und Radio Hashtag+

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, informiert, dass es sich bei Radio Primaton und Radio Hashtag+ um Nachzügler im Kontext der Audiostrategie handle. Die Verlängerung der jeweiligen Kapazitätszuweisung sei, wie bereits im Medienrat berichtet, aufgrund der Eröffnung des Insolvenzverfahrens der bisherigen Anbietergemeinschaft zurückgestellt worden. Inzwischen sei ein Insolvenzplan aufgestellt worden, der die wirtschaftliche Tragfähigkeit sicherstellen solle und nach Überzeugung der BLM auch sicherstellen könne.

Der Ausschuss für Aufsicht und Inhalteregulierung habe sich mit dem Sachverhalt befasst und sei zu dem Ergebnis gekommen, dass so verfahren werden sollte, wie in der Audiostrategie vorgesehen. Es werde empfohlen, die beantragte Verlängerung der Kapazitätszuweisungen zu beschließen.

Vorsitzender Walter Keilbart verweist auf die umfangreichen Unterlagen zu diesem Tagesordnungspunkt und stellt fest, dass es dazu keine Anmerkungen oder Fragen gebe.

Beschluss:

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 15.05.2025

(einstimmig)

**6.2 Drahtloser Hörfunk Oberbayern-Süd:
Radio TOP FM (technische Arrondierung)**

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, teilt mit, es gehe um die Verlängerung einer Kapazitätszuweisung zur technischen Arrondierung aufgrund gewisser Versorgungsdefizite. Radio TOP FM sei ein Sender des Münchner Umlands, der in Teilen seines Versorgungsgebietes, unter anderem in den Landkreisen Starnberg und Fürstenfeldbruck, nicht gut zu empfangen sei. Die bisherige Zuweisung zur technischen Arrondierung ende am 31.12.2025. Das Versorgungsdefizit ende aber nicht, weshalb der Ausschuss eine entsprechende Verlängerung der Zuweisung empfehle.

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass es keine Wortmeldungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe.

Beschluss:

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 15.05.2025

(einstimmig)

6.3 Stützfrequenz: Klassik Radio

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, berichtet, dass für das bundesweite Radioangebot „Klassik Radio“ die Verlängerung einer UKW-Stützfrequenz um ein halbes Jahr bis 31.12.2025 beantragt sei. Das Programm werde primär über DAB+ Multiplex ausgestrahlt. Die Verlängerung der Stützfrequenz diene lediglich dazu, den vollständigen Umstieg auf den digitalen Verbreitungsweg vorzubereiten. Klassik Radio sei der erste größere Sender, der diesen Weg plane.

Vor diesem Hintergrund und aufgrund der sehr kurzen Verlängerungsfrist sei der Ausschuss der Auffassung gewesen, dass der Antrag nicht in letzter Tiefe geprüft werden müsse, und empfehle, die beantragte Verlängerung zu genehmigen. Anzumerken sei, dass der Medienrat bereits für weitere Inhaber von UKW-Stützfrequenzen einer Verlängerung zugestimmt habe.

Vorsitzender Walter Keilbart dankt für die Erläuterungen und findet es bemerkenswert, dass sich Klassik Radio ganz von der UKW-Verbreitung verabschieden wolle.

Präsident Dr. Thorsten Schmiege merkt an, dass auch dieser Antrag von der BLM mit der gebotenen Sorgfalt geprüft worden sei, auch wenn es nur um eine Verlängerung um ein halbes Jahr gehe.

Überraschend sei, dass ein Sender mit einem gut funktionierenden Geschäftsmodell aus einer Situation der Stärke heraus auf ausschließlich digitale Verbreitungswege setze.

Für die Organisation der UKW-Verbreitungswege der nächsten Jahre bedeute dies den Wegfall eines Zahlers bei gleichbleibenden Kosten, weil die Standorte für die anderen UKW-Sender ja weiterbetrieben werden müssten. Auch der Stromverbrauch sinke nicht. Wenn die Kosten gleichblieben, aber diejenigen, auf die sich diese Kosten verteilten, weniger würden, dann wirke sich dies entsprechend aus.

Für die Bayerische Medien Technik (bmt), die Tochter der BLM, die den UKW-Sendenetzbetrieb organisiere, bedeute dies, dass die ursprünglichen Planungen der Kosten pro Sender dadurch überholt seien. Alle Verträge seien von der bmt nochmals überprüft worden. Aber nach Rücksprache mit den Verbänden sei entschieden worden, es bei der schon kommunizierten Reduktion der UKW-Verbreitungskosten zu belassen. Für die Zukunft werde man sich jedoch mehr Flexibilität für Erhöhungen vorbehalten müssen. Denn aus Kostengründen oder weil für diese Technologie keine Zukunft gesehen werde, werde es künftig immer wieder Austritte aus UKW geben. Dies wirke sich auf das Gesamtsystem aus und müsse bei den Planungen berücksichtigt werden.

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, stellt klar, sie habe nicht andeuten wollen, dass die BLM den Antrag nicht vertieft geprüft habe. Sie habe lediglich ihren Eindruck aus der Diskussion des Antrags in der Ausschusssitzung wiedergegeben. Diese habe sich vor allem darum gedreht, warum diese UKW-Stützfrequenz im Gegensatz zu anderen nur so kurz verlängert werde und was dies zu bedeuten habe.

Peter Rottner fragt sich angesichts der von der Politik vorgegebenen Entwicklung und den tatsächlichen Ereignissen, wie es mit der Zuteilung der UKW-Frequenzen und den Kosten dafür weitergehen solle, wenn weitere Anbieter ausfielen. Der Grundsatz der Gleichheit der Lebensverhältnisse sollte eigentlich auch für Funklizenzen gelten. Die Beibehaltung der künstlichen Verlängerung von UKW werde zu gewissen Widersprüchen führen. Ihn interessiere, welche Lösungen die BLM dafür habe.

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, es sei ein umgekehrter Skaleneffekt zu beobachten. Der entscheidende Punkt sei aber, wer über welchen Verbreitungsweg noch welche Hörerschaft erreichen könne.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erinnert daran, dass der BLM im Zusammenhang mit der Audiostrategie vorgeworfen worden sei, sich zu viele Sorgen zu machen, ob sich alle Sender im ländlichen Raum UKW überhaupt bis 2030 bzw. 2035 leisten könnten. Nun höre er aus anderen Richtungen, die BLM hätte sich zu wenig Sorgen gemacht, weil dieses Szenario nun schon 2025 eintrete.

Er könne nicht in die Zukunft blicken, aber die BLM tue im Rahmen der Verhältnismäßigkeit alles dafür, in einem Solidarsystem zwischen ländlichen und städtischen Sendern einen Ausgleich herbeizuführen und ein faires System an Unterstützungsmöglichkeiten zu entwickeln, auch die DAB+-Only-Sender betreffend. Diese dürften auch nicht im Stich gelassen werden. Wäre die wirtschaftliche Situation eine andere und würden die Werbeeinnahmen fließen, wäre das Problem nicht so früh so relevant geworden.

Die BLM setze sich tagtäglich dafür ein, so viel Vielfalt wie möglich in die Digitalisierung zu transformieren. Dies sei eine sehr herausfordernde Aufgabe, bei der zum Ausdruck komme, dass die Überlegungen im Rahmen der Audiostrategie die richtigen Ansätze beinhaltet hätten. Diese würden nun einem Praxis-Check unterworfen.

Entwarnung könne er leider nicht geben. Er hoffe aber, dass sich die Branche auf ihre Stärken besinne und sich diese auch monetarisieren ließen.

Vorsitzender Walter Keilbart merkt an, die Frage der Abdeckung aller Regionen, auch der ländlichen, und zu welchen Kosten, sei eine der großen Herausforderungen. Wie weit die Solidarität der Sender untereinander reiche, werde sich zeigen. Es müsse sehr gut argumentiert werden, dass die Sender mit einem Verbreitungsgebiet in Ballungsgebieten mehr zu einer gesamtheitlichen Lösung beitragen könnten. Der BLM stünden sehr schwierige Gespräche bevor.

Michael Busch wirft die Frage nach der Vergleichbarkeit und Transparenz der Kosten auf. Es werde immer wieder angemerkt, dass es im Ballungsraum günstiger sei als auf dem Land. Er, Busch, habe den Vorwurf gehört, dass keine Transparenz vorhanden sei, keine Vergleichsmöglichkeit gegeben sei, um zu überprüfen, wie viel wo bezahlt werde. Ein Solidarmodell müsse für die Radiosender nachvollziehbar sein.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede entgegnet, dass nicht alle Kosten eines Radiosenders veröffentlicht werden könnten, weil es sich zum Teil um Geschäftsgeheimnisse handle. Natürlich interessiere es, was die Konkurrenz bezahle. Die bmt habe diese Daten, dürfe diese aber nicht beliebig herausgeben, weshalb die Frage dann der BLM gestellt werde.

Der Verteilschlüssel sei nicht neu, sondern gehe zurück auf die Zeit, als die Media Broadcast noch UKW-Sendenetzbetreiberin gewesen und durch die Bundesnetzagentur reguliert worden sei. Es handle sich also um ehemals regulierte Preise. Die Bundesnetzagentur habe sich dazu die Kostenstruktur an jedem Senderstandort angesehen. Schon damals habe es einen Solidareffekt in Bezug auf Gemeinkosten gegeben, die nicht eins zu eins auf

die einzelnen Senderstandorte umgelegt worden seien. Auf der Grundlage sei der Verteilungsschlüssel in Bezug auf die Sender angelegt.

Was die UKW-Verbreitung in Bayern insgesamt koste, müsste jedem Sender bekannt sein. Warum nicht die Zahlen zu jedem einzelnen Standort veröffentlicht werden dürften, versuche die BLM zwar bei jeder Gelegenheit zu erklären, müsse aber dennoch mit dem Vorwurf der Intransparenz leben, weil sie die Geschäftsgeheimnisse der Sender wahre.

Peter Rottner stellt fest, dass zwei Ebenen zu betrachten seien: einerseits das Sterben einiger Radiosender und die Positionierung der BLM dazu, andererseits Verteilungsfragen. Mitglieder des Medienrats würden diesbezüglich natürlich kontaktiert und müssten sich deshalb auch eine eigene Meinung dazu bilden. Seine Meinungsbildung zu der Frage sei noch nicht abgeschlossen.

Hilfreich dafür wäre, die Thematik in den zuständigen Ausschüssen vertieft aufzugreifen und die Medienräte zumindest über Kostenbandbreiten sowie die auslösenden Faktoren für die Insolvenzanmeldung von Radiosendern zu informieren.

Vorsitzender Walter Keilbart merkt an, man müsse dann natürlich darüber sprechen, inwieweit diese Informationen vertraulich seien. Die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Sender müsse ja auch bei der Lizenzvergabe beurteilt werden, und die Informationen darüber seien auch begrenzt. Die Erträge würden vonseiten der Sender nicht immer so offen kommuniziert, wie dies wünschenswert wäre.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede ergänzt, im vertraulichen Rahmen der Ausschüsse erhielten die Medienräte natürlich mehr Informationen, als nach außen veröffentlicht würden.

Für die Audiostrategie sei eine anonymisierte Übersicht über alle Sender mit den jeweiligen UKW-Verbreitungskosten erstellt worden. Zusätzlich seien auch die DAB+-Verbreitungskosten dargelegt worden. Diese seien für alle Sender ähnlich hoch. Bei den UKW-Verbreitungskosten gebe es deutlich größere Unterschiede. Diese anonymisierte Übersicht sei den Sendern auch bekannt. Aber wenn beispielsweise ein Sender aus Hof wissen wolle, wie hoch die Verbreitungskosten von Radio Gong seien, könne diese Information leider nicht weitergegeben werden, auch wenn das Interesse daran natürlich nachvollziehbar sei.

Zu bedenken sei auch, dass ein Münchner Sender an anderer Stelle viel höhere Kosten habe als ein Sender aus dem ländlichen Raum, beispielsweise für die Miete. Es stelle sich die Frage, ob diese unterschiedlich hohen Kosten nicht auch solidarisiert werden müssten.

Die Antwort auf die Frage, warum ein Sender Insolvenz anmelde, sei sehr komplex. Manchmal seien Managementfehler die Ursache. Man könnte abstrakt darlegen, was im Regelfall die wesentlichen Kostenpositionen seien. Aber das Hauptproblem der Sender sei, dass die Werbeeinnahmen einbrächen. Manchen Sendern gelinge es noch, ihre örtlichen Werbe-

partner zu motivieren, andere schafften das nicht mehr, und dies sei dann existenzbedrohend. Der Wegfall der Reichweiten spiele dabei auch eine Rolle. Diese würden veröffentlicht.

Vorsitzender Walter Keilbart stellt abschließend fest, dass sich der Medienrat weiterhin mit diesem Thema beschäftigen werde. Die Bereitschaft der Sender, Kosten und Erträge darzulegen, sei begrenzt, und die der BLM darüber vorliegenden Informationen seien in der Regel vertraulich und als Geschäftsgeheimnis zu behandeln.

Weitere Anmerkungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe es nicht.

Beschluss:

**Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht
und Inhalteregulierung vom 15.05.2025**

(einstimmig)

7. Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung

Präsident Dr. Thorsten Schmiege stellt einleitend fest, dass lokale Medien nicht nur Informationskanäle seien. Sie erzählten Geschichten aus der Nachbarschaft, schafften Nähe, vermittelten Zusammenhänge und gäben den Menschen in der Region eine Stimme. Gerade in Zeiten gesellschaftlicher Umbrüche und zunehmender Polarisierung seien sie unverzichtbar für das demokratische Miteinander. – In diesen Sätzen, die er so ähnlich schon bei der Eröffnung der letzten Lokalrundfunktage geäußert habe, schwinde Stolz auf die lokale Vielfalt mit.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 1 und 2)

Im Folgenden werde der Blick auf die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung gerichtet, und zwar aus unterschiedlichen Perspektiven: zunächst anhand der Analyse der Berichterstattung zur Bundestagswahl 2025 in Hörfunk und TV, gefolgt von der Selbsteinschätzung der lokalen Medien anlässlich der Feier zu 40 Jahren BLM und schließlich auf Grundlage einer Studie zu lokalen Medien und deren Zusammenhang zur Demokratie.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folien 3 und 4)

Bei der Analyse der Berichterstattung zur Bundestagswahl sei folgendermaßen vorgegangen worden:

Das Programm der Sender sei bezogen auf unterschiedliche Zeiträume analysiert worden; und zwar in den sechs Wochen vor der Bundestagswahl, am Wahltag selbst und in der Woche nach der Wahl.

Dazu seien alle lokalen, regionalen und landesweiten Hörfunkanbieter abgefragt worden, alle betrauten Lokalfernsehprogramme und Spartenanbieter sowie die beiden landesweiten

Fernsehfenster Sat.1 Bayern und TV Bayern live. Zwar handle es sich um Selbstauskünfte der Anbieter über ausgestrahlte Beiträge und Sendungen, aber in der Regel entsprächen diese dem Bild aus der Programmbeobachtung. Die Beteiligungsquote sei mit über 56 % recht hoch gewesen. 42 Hauptanbieter, zwei Aus- und Fortbildungsprogramme und drei Zulieferer hätten Rückmeldung gegeben.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 5)

Die Ergebnisse beim Hörfunk zeigten, dass in Summe mehr als 9.240 Minuten über die Bundestagswahl 2025 berichtet worden sei. 3.347 Minuten der Berichterstattung seien in den sechs Wochen vor der Wahl erfolgt. Am Wahltag selbst habe es 23 Sondersendungen mit Hochrechnungen, Statements von Politikern, Analysen und Berichten von Reportern vor Ort gegeben. Nach der Wahl sei eine Einordnung der Wahlergebnisse auch mit Experten erfolgt.

Berichterstattung zur Bundestagswahl sei auch Werbung für die Demokratie, sich für die Themen zu interessieren und sich am Wahlprozess zu beteiligen.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 6)

Den ersten Platz unter den TOP 10, den Programmen mit der meisten Wahlberichterstattung, nehme Radio Horeb mit fast acht Stunden ein. Dies liege natürlich auch an dem grundsätzlich hohen Wortanteil von Radio Horeb, das außerdem weniger auf Werbeeinnahmen angewiesen sei.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 7)

Die lokalen Fernsehsender hätten insgesamt deutlich weniger Sendeminuten zur Bundestagswahl rückgemeldet als die Hörfunkanbieter. Dies liege aber auch daran, dass es deutlich weniger TV-Anbieter gebe. Der Schwerpunkt der Berichterstattung sei mit zwei Drittel der Sendeminuten im sechswöchigen Zeitraum vor der Wahl zu verorten. Zu bedenken sei dabei, dass sich Sendeminuten bei nur eineinhalb Stunden Programm pro Tag naturgemäß auf einen längeren Zeitraum verteilen müssten.

Das lokale Fernsehen habe sich in Form von Beiträgen und Interviews in Nachrichtenmagazinen, mit Sondersendungen – vor allem Diskussionsrunden – und Rubriken wie zum Beispiel „Speed-Dating“ mit Kandidatinnen und Kandidaten mit der Bundestagswahl auseinandergesetzt. Am Wahltag habe es Live-Sendungen mit Studiogesprächen und Schalten in Wahlkreise gegeben. Es seien auch Ergebnisgrafiken sowie erste Reaktionen und Einschätzungen der Wahlergebnisse gesendet worden.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 8)

Der Vergleich der Sender zeige, dass der Rosenheimer Sender rfo die meisten Sendeminuten zur Bundestagswahl produziert habe. Aber der Schwerpunkt habe bei fast allen Sendern auf der Vorberichterstattung gelegen. Einzelne Sender wie TV Oberfranken und tv.in-golstadt hätten schwerpunktmäßig am Wahlabend berichtet.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 9)

Als Fazit bezüglich der Berichterstattung zur Bundestagswahl 2025 bei lokalen TV- und Hörfunkanbietern sei festzuhalten, dass die Sender unterschiedliche Formate gewählt und auf unterschiedlichen Wegen berichtet hätten; zunehmend sei auch eine Begleitinformation über Social Media erfolgt. Die Formate seien journalistisch fundiert recherchiert und aufbereitet worden. Es sei ohne Parteinahme und ausgewogen informiert worden. Alle Parteien und deren Wahlprogramme seien inhaltlich behandelt worden.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folien 10 und 11)

Antworten auf die Frage, wie die Zukunft des lokalen Rundfunks gesichert werden könne, hätten die Diskussionsrunden anlässlich der 40-Jahr-Feier der BLM gesucht. Die Stärken des Lokalrundfunks in Bayern würden in der emotionalen Nähe gesehen, die durch den Lokalbezug erzeugt werde und zur Identifikation von Bürgern, Vereinen, Kommunen und Lokalpolitik mit den lokalen Programmen beitrage. Wichtig seien auch die Relevanz der Themen aus der Region, die hohe lokale Glaubwürdigkeit – teilweise liege diese sogar über der öffentlich-rechtlichen Sender – sowie die Informationsmöglichkeiten und die direkte Kommunikation mit dem Publikum, auch über Social Media. Mit der Kommunikation über Social Media lasse sich bislang kein Geld verdienen, aber darauf verzichten könnten die Sender auch nicht.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 12)

Die Herausforderungen des Lokalrundfunks in Bayern bestünden zunächst in der Endlichkeit der Ressourcen, bei gleichzeitiger Notwendigkeit, die Qualität zu sichern. Notwendig seien also Kooperationen hinsichtlich der Nutzung der Infrastruktur, die aber die Programmvierfalt nicht gefährden dürften.

Die Nutzung von KI ermögliche den Lokalsendern neue Produktionsmöglichkeiten, berge für das Personal aber auch das Risiko, ersetzbar zu werden. Für einen gelungenen Einsatz von KI, der zunächst auch Investitionen erfordere, gebe es schon positive Beispiele.

Eine sehr große Herausforderung stelle die Erlössituation der Sender dar: Die klassischen Werbemodelle stünden unter Druck; die Erlöse daraus gingen zurück und könnten durch Social Media auch nicht kompensiert werden.

Junge Zielgruppen seien linear schwer zu erreichen; aber Social Media sei dennoch kein Ersatz, sondern ein zusätzlicher Kanal, der bedient werden müsse und für den eigene Formate entwickelt werden müssten, die sich noch schwerer refinanzieren ließen.

Nicht für alle dieser Herausforderungen gebe es eine Lösung, auch Kooperationen lösten nicht alle Probleme. Aber zunächst sei es wichtig, die Probleme bei jedem Anbieter ins Bewusstsein zu rufen.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folien 13 und 14)

Die BLM sei überzeugt, dass lokale Medien den Zusammenhalt stärken und für die Demokratie unverzichtbar seien, und wolle diese Zusammenhänge mittels einer Studie näher untersuchen. Die Studie werde der Frage nachgehen, welche Leistungen der Lokaljournalismus für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Demokratie erbringe.

Konkrete Forschungsfragen lauteten, inwiefern Lokaljournalismus förderlich für die Demokratie sei und wie eine Förderung ausgerichtet werden solle, um Lokaljournalismus nachhaltig zu sichern.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 15)

Bislang gebe es wenig Forschung in diese Richtung. Die BLM habe einen dreistufigen Forschungsansatz gewählt:

In der ersten Stufe, dem Desk Research, werde untersucht, welche Leistungswerte mit welcher Begründung als demokratieförderlich zu bewerten seien.

Der zweite Untersuchungsschritt bestehe darin, dies in Fokusgruppen qualitativ zu untersuchen. Erste Ergebnisse dazu würden schon bei den Lokalrundfunktagen 2025 vorliegen.

Als dritter Schritt sei eine Nutzerbefragung mit 2.000 Interviews geplant, welche die Sicht der Nutzer und Nutzerinnen darauf, was Lokaljournalismus künftig wie leisten müsse, untersuchen werde.

(Präsentation „Die Rolle lokaler Medien bei der Meinungsbildung“, Folie 16)

Diese wissenschaftliche Untersuchung betreffend, spiele auch der ORH eine Rolle, der sich sehr kritisch über Lokal-TV geäußert habe und eine Gesamtevaluation bezüglich dessen Notwendigkeit anmahne. Dankenswerterweise wolle die Bayerische Staatsregierung keine Diskussion über die grundsätzliche Notwendigkeit des lokalen Rundfunks führen und verweise auf die Zuständigkeit des Bayerischen Landtags. Aber über die Ausgestaltung müsse man natürlich immer reden und auch streiten. Eine Studie zur demokratiestiftenden Funktion des lokalen Rundfunks könne zusätzliche Argumente für dessen Förderung liefern.

Vorsitzender Walter Keilbart dankt für die Präsentation, die deutlich gemacht habe, warum sich die BLM um lokale Sender kümmere. Es stehe nicht zwingend die Unterhaltung im Vordergrund, sondern der gesellschaftliche und der regionale Nutzen. Dies sei auch ein wesentlicher Grund für die Politik, diese Form des Medienangebots nach wie vor zu fördern. Entscheidend für die Regionalität und Glaubwürdigkeit sei, dass diejenigen, die die Formate produzierten oder moderierten, auf lokaler Ebene auch sichtbar seien und angesprochen werden könnten.

Rainer Ludwig merkt zum Vortrag des Präsidenten über die Analyse der Berichterstattung zur Bundestagswahl an, dass darin der zeitliche Umfang der Berichterstattung im Mittelpunkt gestanden habe. Ihn interessiere, ob nur die redaktionelle Berichterstattung erfasst worden sei oder auch die bezahlte Wahlwerbung. Hintergrund seiner Frage sei, dass TV

Oberfranken, ein Sender in seinem Stimmkreis, den Parteien, die im Vorfeld für die Wahlwerbung bezahlt hätten, entsprechend große Beiträge gewidmet habe. Ganz konkret sei es so gewesen, dass TV Oberfranken in der Vorberichterstattung Interviews mit Kandidaten aller Parteien geführt habe, die zur Bundestagswahl angetreten seien, nur nicht mit Kandidaten der FREIEN WÄHLER, und zwar in ganz Oberfranken nicht. Er, Ludwig, habe dies moniert, worauf man ihm Besserung versprochen habe. Kurzfristig, eine Woche vor der Wahl, habe dies auch funktioniert. Aber am Wahltag hätten die FREIEN WÄHLER bei der Präsentation der Wahlergebnisse in der Aufstellung wieder gefehlt. Dies sei nicht in Ordnung.

Die Begründung, dass die FREIEN WÄHLER deshalb nicht in der Vorberichterstattung zur Bundestagswahl berücksichtigt worden seien, weil sie bislang nicht im Bundestag vertreten seien, sei unter lokalspezifischen Gesichtspunkten nicht in Ordnung. Schon gar nicht, wenn man bedenke, dass die FREIEN WÄHLER in Bayern Teil der Regierungskoalition seien. Die Berichterstattung von TV Oberfranken habe den Eindruck erweckt, dass die Partei der FREIEN WÄHLER bei dieser Bundestagswahl gar nicht angetreten sei. Dies sei keine ausgewogene Berichterstattung.

Präsident Dr. Thorsten Schmiege erklärt, für die Wahlwerbung gebe es Kontingente, welche den Parteien zugeteilt würden. Der Zuteilungsschlüssel orientiere sich am Ergebnis bei der letzten Bundestagswahl. Die Auswahl von Interviewpartnern sei eine redaktionelle Entscheidung. Ob nur die Parteien in den Blick genommen würden, die schon im Bundestag vertreten seien, oder auch andere, sei eine schwierige Entscheidung, weil damit natürlich Wahlchancen beeinflusst werden könnten. Aber es handle sich nicht um ein sachfremdes Kriterium. Nach irgendeinem Kriterium müsse die Auswahl der Interviewpartner schließlich getroffen werden. Zwar seien die FREIEN WÄHLER im Landtag vertreten, aber es habe sich ja nicht um eine Landtagswahl gehandelt.

Prof. Dr. Klaus Stüwe ergänzt aus fachlicher Sicht zum Vortrag des Präsidenten, es sei empirisch unbestritten, dass die Medien einen immensen Einfluss auf die Demokratiekompetenzbildung und die politische Willensbildung der Bürgerschaft hätten. Nachgewiesen sei dies zumindest auf nationaler Ebene.

Seine These sei, dass auf lokaler Ebene der Einfluss des Lokalrundfunks fast noch größer sei als der Einfluss des Rundfunks auf nationaler Ebene. Zwar habe sich die vom Präsidenten vorgestellte Analyse mit der Behandlung der Bundestagswahl im Lokalrundfunk befasst. Aber die Bundespolitik sei eigentlich nicht das Thema des Lokalrundfunks. Dies zeige das Beispiel von tv.ingolstadt. Dort sei die Berichterstattung am Wahlabend deshalb besonders umfänglich gewesen, weil gleichzeitig mit der Bundestagswahl OB-Wahlen in Ingolstadt stattgefunden hätten.

Ein amerikanisches Sprichwort laute: „All politics is local.“ Dies bedeute, dass gerade im lokalen Bereich, in dem Staatlichkeit unmittelbar erfahren werde, in dem Partizipation geübt

werde und in dem die Bürgerinnen und Bürger unmittelbar mit den Ergebnissen von Politik in Kontakt kämen, Berichterstattung von besonders großer Bedeutung sei.

Deshalb seien die Wirksamkeit bzw. die Effekte von lokaler Rundfunkberichterstattung über Wahlereignisse oder andere politische Ereignisse nicht zu unterschätzen.

Vorsitzender Walter Keilbart konstatiert, die Erläuterung von Herrn Prof. Dr. Stüwe bestätige die grundsätzliche Überzeugung der BLM, dass und wie stark lokale Medien in diesem Zusammenhang eine Rolle spielten und die Meinungsbildung auch ganz konkret unterstützten.

Christine Völzow erkundigt sich, ob für die anstehenden Kommunalwahlen in Bayern eine ähnliche Erhebung zur Berichterstattung geplant sei. Außerdem interessiere sie aus Gründen der Vergleichbarkeit, ob es für die zurückliegende Bundestagswahl Zahlen von den regionalen öffentlich-rechtlichen Sendern gebe, wie viele Stunden diese Politik im Programm gehabt hätten.

Präsident Dr. Thorsten Schmiege erläutert nochmals, dass für die Analyse der Berichterstattung zur Bundestagswahl die lokalen Sender angeschrieben und um Auskunft gebeten worden seien. Nicht alle Sender hätten sich an der Umfrage beteiligt. Fraglich sei, wie der BR reagieren werde, wenn die BLM, die Aufsicht über den privaten Rundfunk, diesen um detaillierte Auskunft bezüglich der Berichterstattung zur Bundestagswahl bitte. Falls solche Erhebungen vorlägen, würde über diese vermutlich im Rundfunkrat berichtet. Vergleichbar wäre eine solche Erhebung mit der von der BLM für den lokalen Rundfunk durchgeführten ohnehin nur schwerlich. Trotzdem wolle er gerne eruieren, ob solche Zahlen vorlägen und ins Verhältnis zu den Zahlen des lokalen Rundfunks gesetzt werden könnten, um dessen Leistung besser einordnen zu können.

Bemerkenswert sei seines Erachtens, dass die lokalen Sender, die nur in bescheidenem Umfang öffentlich gefördert würden, in solchem Umfang über die Bundestagswahl berichtet hätten, um ihrer demokratischen Verantwortung gerecht zu werden.

Für die anstehenden Kommunalwahlen sei bislang keine Erhebung zur Berichterstattung der lokalen Sender geplant, aber eine solche könne natürlich durchgeführt werden.

Kerstin Prange, Bereichsleiterin Inhalte, Förderung und Medienkompetenz, bestätigt dies.

Matthias Vogler möchte wissen, ob auch erhoben werde, inwiefern eine sachorientierte Berichterstattung eine Rolle dafür spiele, dass die Bürger das entsprechende mediale Angebot auch konsumierten. Ursächlich für einbrechende Werbeeinnahmen, beispielsweise bei ProSiebenSat.1, aber auch im lokalen Rundfunk, könne auch sein, dass Programme weniger konsumiert würden, weil sie als nicht neutral und als bevormundend empfunden würden, beispielsweise durch das Gendern.

Vorsitzender Walter Keilbart hält dies in Bezug auf den lokalen Rundfunk für wenig wahrscheinlich, weil die Sender nah an den jeweiligen lokalen Gegebenheiten und Sprachgewohnheiten seien.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erläutert in Bezug auf die lokalen Sender, dass aus dem qualitativen Teil der Funkanalyse Bayern hervorgehe, dass die Berichterstattung als sehr ausgewogen empfunden werde und sich die Konsumenten auch sprachlich abgeholt fühlten. Diese Empfindung sei natürlich immer individuell.

Für ProSiebenSat.1 gebe es keine entsprechende Erhebung. Es könne nur festgestellt werden, dass sich deren Strategie verändert habe. Früher habe es ganz wenig Eigennachrichten gegeben. Inzwischen setze ProSiebenSat.1 wieder auf eigene Nachrichtenproduktion. Die Zahlen von Sat.1 hätten sich stabilisiert. Die Reichweiten der linearen Formate seien bei den privaten Sendern in Bezug auf junge Zuschauer sogar besser als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Das Problem sei, dass sich die Reichweiten schlechter monetarisieren ließen als früher und die Werbeeinnahmen der Sender sinken würden. Denn vom gesamten Werbekuchen, der in Deutschland zu verteilen sei, hätten im letzten Jahr drei große amerikanische Plattformen bereits die Hälfte erhalten.

Zusammenfassend sei also festzuhalten, dass sich erstens das Nutzungsverhalten verändere und sich von linearen Formaten zu abrufbaren Formaten hinbewege. Zweitens habe sich das Volumen der in den linearen Formaten zu verteilenden Werbeeinnahmen dramatisch verkleinert.

Dr. Roland Gertz erkundigt sich, ob es sich bei der von der Analyse der BLM erfassten Berichterstattung der lokalen Sender zur Bundestagswahl nur um Eigenproduktionen oder auch um zugekaufte Produktionen gehandelt habe.

Kerstin Prange, Bereichsleiterin Inhalte, Förderung und Medienkompetenz, teilt mit, dass nur originäre Beiträge erfasst worden seien.

Vorsitzender Walter Keilbart hält es auch aus Gründen der Glaubwürdigkeit für sehr wichtig, dass die lokalen Sender ihre Beiträge selbst recherchierten und produzierten.

Florian Köhler nimmt Bezug auf die Debatte über die Berichterstattung von TV Oberfranken anlässlich der Bundestagswahl. Er sei Mitglied einer Partei, die es in den Bundestag geschafft habe und nun auch entsprechend in der Berichterstattung von TV Oberfranken berücksichtigt werde. Vor dem Einzug in den Bundestag sei dies nicht der Fall gewesen und auch damit begründet worden, dass die AfD nicht im Bundestag vertreten sei.

Vorsitzender Walter Keilbart wiederholt, es obliege den Sendern zu entscheiden, ob Chancengleichheit dann gegeben sei, wenn alle Parteien, die zu einer Wahl anträten, redaktionell berücksichtigt würden oder nur die Parteien, die bisher schon in dem zu wählenden Gremium vertreten seien.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede schlägt abschließend vor, in den zuständigen Ausschüssen zu erläutern, wie die jeweiligen Wahlwerbezeiten ermittelt würden. Daran würde auch deutlich werden, welche Probleme sich ergäben, wenn 20 Parteien zur Wahl antreten würden, bei zehn davon schon klar sei, dass sie vermutlich nicht einmal 0,1 % erreichen würden, und man trotzdem allen $\frac{1}{20}$ der Wahlwerbezeit zuteilen wollte.

8. Verschiedenes

Vorsitzender Walter Keilbart erkundigt sich, ob es zu diesem Tagesordnungspunkt Anmerkungen gebe.

Martina Fehlner bittet um Stellungnahme zu aktuellen Pressemeldungen, dass der Technologie-Konzern Meta beabsichtige, mit den Daten seiner Nutzerinnen und Nutzer seine eigene KI zu trainieren. Der NDR habe berichtet, dass dieser Datennutzung bis 27. Mai widersprochen werden müsse.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede stellt fest, dies sei ein Thema der Datenschutzaufsicht. Meta sitze in Hamburg, weshalb der Datenschutzbeauftragte der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein zuständig sei. Zu prüfen sei, ob überhaupt eine Datenschutzverletzung vorliege.

Vorsitzender Walter Keilbart merkt an, als Nutzer müsse man sich auch selbst Gedanken machen, welche medialen Strukturen man für welche Zwecke nutze und welche Daten man damit möglicherweise offenlege.

Peter Rottner merkt an, dass mittels der Daten, mit denen die KI gefüttert werde, auch die Wirklichkeit generiert werde. Es handle sich also nicht nur um ein Datenschutzthema.

Martina Fehlner teilt mit, dass eine Sammelklage geplant sei.

Prof. Rudolf Ramming weist darauf hin, dass auf der gestrigen Fachtagung auch thematisiert worden sei, dass es zwar möglich sei, der Nutzung der eigenen Daten durch die KI zu widersprechen, aber dass der Vorgang dafür zu kompliziert gestaltet sei. Dagegen sollte vorgegangen werden.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede will diese Anregung an den Mediendatenbeauftragten der BLM weitergeben. Es sei ein bekanntes Problem, dass sich Anbieter durch die Art der Gestaltung die Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer zur Datennutzung sozusagen erschleichen würden. Vielleicht könne man dieses Thema auch als Schwerpunkt im nächsten Bericht des Mediendatenbeauftragten aufgreifen.

Vorsitzender Walter Keilbart begrüßt diesen Vorschlag und merkt an, die Handhabbarkeit zu erleichtern, sei generell ein wichtiges Anliegen, auch im Kontext der großen Debatte

über Entbürokratisierung. Einerseits sei ein Mindestmaß an rechtlich notwendigen Regularien einzuhalten und andererseits die Benutzerfreundlichkeit zu berücksichtigen.

Weitere Wortmeldungen zu diesem Tagesordnungspunkt gebe es nicht.

Der Vorsitzende dankt für die rege Teilnahme an der Sitzung, wünscht einen guten Heimweg und schließt die Sitzung.

Schluss der Sitzung: 15:22 Uhr



Protokollführerin



Vorsitzender



1. Stv. Vorsitzende

**19. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 22.05.2025, 13:30 Uhr (Präsenz)**

Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Sitzung

(veröffentlicht gem. Art. 10 Abs. 6 BayMG i.V m. § 3 Abs. 4 der Geschäftsordnung des Medienrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien)

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
Bär	Dr. Oliver		x
Baumgärtner	Elke	x	
Busch	Michael	x	
Deisenhofer	Max	X	
Engel	Sabine		x
Fehlner	Martina	x	
Felßner	Günther	x	
Feser	Prof. Dr. Uta M.	x	
Funken-Hamann	Dr. Katja	x	
Geiger	Katharina	x	
Gertz	Dr. Roland	x	
Gronemeyer	Andrea	x	
Gül	Nesrin		x
Haberer	Prof. Johanna		x
Hansel	Paul	x	
Hartinger	Herbert		x
Hasenmaile	Christa		x
John	Frank-Ulrich	x	
Keilbart	Walter	x	
Knobloch	Dr. h. c. Charlotte		x
Köhler	Florian	x	
Krah	Franz	x	

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
Kraus	Nikolaus	x	
Kreß	Dr. Birgit		x
Kriebel	Ulla		x
Kuhn	Dr. Thomas	x	
Lehnert	Toni	x	
Ludwig	Rainer	x	
Mehring, Dr.	Fabian		x
Miskowitsch	Benjamin	x	
Mittag	Martin	x	
Nieß, Dr.	Nicosia	x	
Oetzinger, Dr.	Stephan		x
Ramming	Prof. Rudolf	x	
Rauch	Hans-Peter		x
Rebensburg	Thomas		x
Reitelshöfer	Christine	x	
Rick	Dr. Markus		x
Rottner	Peter	x	
Schack	Jenny	x	
Schmidbauer	Helmut	x	
Schuhknecht	Stephanie		x
Schuhmacher	Ilona	x	
Schwägerl	Michael	x	
Stephan	Dr. Michael	x	
Stüwe	Prof. Dr. Klaus	x	
Trautner	Carolina		x
Vogel	Arwed	x	
Vogler	Matthias	x	
Völzow	Christine	x	