

20. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 17. Juli 2025, 13:30 Uhr

Vorsitz: Walter Keilbart

Tagesordnung:	Seite
Begrüßung durch den Vorsitzenden des Medienrats	
1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit	2
2. Genehmigung der Tagesordnung	2
3. Genehmigung der Niederschrift über die 19. Sitzung des Medienrats am 22.05.2025	2
4. Bericht des Vorsitzenden	2
5. Bericht des Präsidenten	3
6. Genehmigung von Angeboten Joyn GmbH – „SAT.1“, „ProSieben“, „Kabel Eins“, „sixx“, „SAT.1 GOLD“, „Kabel Eins Doku“, „ProSiebenMAXX“, „ProSieben FUN“, „Kabel Ein- sCLASSICS“, „SAT.1 emotions“, „ran.de“	6
7. Ausschreibungen	7
7.1 Drahtloser Hörfunk München: Ausschreibung einer digitalen terrestrischen Übertragungskapazität	7
7.2 Drahtloser Hörfunk Nürnberg: Ausschreibung einer digitalen terrestrischen Übertragungskapazität	8
8. Verlängerung von Kapazitätszuweisungen	9
8.1 Lokales/regionales Fernsehen Franken: „TV Mainfranken“, „TV Oberfranken“, „Franken Fernsehen“	9
8.2 Lokales/regionales Fernsehen Oberpfalz: „Oberpfalz TV“, „TVA Ostbayern“	9
8.3 Lokales/regionales Fernsehen Schwaben: „a.tv“, „Regio TV Schwaben“, „allgäu.tv“	9
8.4 Lokales/regionales Fernsehen Oberbayern: „tv.ingolstadt“, „mün- chen.tv“, „Regional Fernsehen Oberbayern“	9

8.5	Lokales/regionales Fernsehen Niederbayern: „Niederbayern TV Passau“, „Niederbayern TV Deggendorf-Straubing“, „Niederbayern TV Landshut“	9
8.6	Landesweites Fernsehen: „TV Bayern live“	9
9.	Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse: HITRADIO RT1 Südschwaben GmbH	10
10.	Zweiter Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025	11
11.	Vorstellung der Medienplattform Bayern „Wotsch.TV“	12
12.	Jahresbericht Medienkompetenz 2024	13
13.	Tätigkeitsbericht 2024 der BLM Stiftung Medienpädagogik	16
14.	Verschiedenes	19

Begrüßung durch den Vorsitzenden des Medienrats

Vorsitzender Walter Keilbart begrüßt alle Anwesenden zur 16. Sitzung des Medienrats. Der Vorsitzende lässt Frau Dr. Charlotte Knobloch, die für diese Sitzung entschuldigt sei, die Glückwünsche des Medienrats zu ihrem 40-jährigen Amtsjubiläum als Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern übermitteln.

Der Vorsitzende gibt bekannt, dass bei dieser Sitzung ein Kamerateam von TV Bayern Live Filmaufnahmen mache, die einer einmaligen Berichterstattung bei dieser Sitzung dienen. Die datenschutzrechtlichen Vorgaben würden selbstverständlich gewahrt. Der Vorsitzende stellt fest, dass mit den Aufnahmen und der Berichterstattung durch TV Bayern Live Einverständnis besteht. Wer nicht gefilmt werden wolle, möge dies bitte kundtun, das Kamerateam werde darauf Rücksicht nehmen. Es erfolgten keine Meldungen.

1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit

Vorsitzender Walter Keilbart weist daraufhin, dass die Ladung am 4. Juli 2025 allen Mitgliedern des Medienrats rechtzeitig zugesandt worden sei. Damit sei der Medienrat ungeachtet der entschuldigten Mitglieder beschlussfähig. Gegen die Feststellung der ordnungsgemäßen Ladung und der Beschlussfähigkeit werden keine Einwendungen erhoben.

2. Genehmigung der Tagesordnung

Vorsitzender Walter Keilbart. Der Vorsitzende stellt Einverständnis mit der Tagesordnung fest.

3. Genehmigung der Niederschrift über die 19. Sitzung des Medienrats am 22.05.2025

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass gegen die Niederschrift über die 19. Sitzung des Medienrats am 22. Mai 2025 kein Einwand erhoben wird. Die Niederschrift ist damit **einstimmig genehmigt**.

4. Bericht des Vorsitzenden

Vorsitzender Walter Keilbart teilt mit, dass der Vorsitzendenausschuss vor der Sitzung das Verfahren gemäß Art. 15 Abs. 1 Satz 2 BayMG, die Festlegung des Zeitplans der Wahl der Präsidentschaft beschlossen habe. Die laufende Amtsperiode von Präsident Dr. Schmiede ende am 30.09.2026. Nach dem Bayerischen Mediengesetz würden der Präsident oder eine Präsidentin durch den Medienrat nach Anhörung des Verwaltungsrats für eine Dauer von fünf Jahren gewählt. Spätestens sieben Monate vor Ablauf der Amtszeit müsse das Wahlverfahren eingeleitet werden. Dies habe der Vorsitzendenausschuss getan. Der Vorsitzendenausschuss habe das Wahlverfahren schon jetzt eingeleitet, um Planungssicherheit für die weitere Führung der BLM über den 30.09.2026 hinaus zu schaffen.

Nach der Geschäftsordnung werde das Wahlverfahren durch die Aufforderung durch den Medienratsvorsitzenden an die Medienräte, Wahlvorschläge einzureichen, in Gang gesetzt. Er, Keilbart, werde dazu ein Schreiben an die Medienräte versenden, mit dem sie aufgefordert würden, entsprechend den Vorgaben Wahlvorschläge bis 15.09.2025 einzureichen. Der Vorsitzendenausschuss habe wegen der Sommerferien in Bayern erwogen, diese Frist auszudehnen und sich am Verfahren des Bayerischen Rundfunks zu orientieren.

Ein Wahlvorschlag durch ein Mitglied des Medienrats müsse von mindestens fünf weiteren Mitgliedern unterstützt werden. Unterstützt werden könne auch nur ein Wahlvorschlag je Medienratsmitglied. Die Unterstützung weiterer Wahlvorschläge sei nicht möglich.

Die eingehenden Wahlvorschläge sollten dem Vorsitzendenausschuss bei seiner zehnten Sitzung am 30. Oktober 2025 zur Prüfung vorgelegt werden. Die Vorschläge sollten dem Verwaltungsrat in seine Sitzung am 24. November 2025 vorgelegt werden, sodass die Wahl in der 22. Sitzung des Medienrats am 12. Dezember 2025 durchgeführt werden könne.

5. Bericht des Präsidenten

Präsident Dr. Thorsten Schmiede gibt zunächst einen Rückblick auf die **Lokalrundfunktage 2025**, bei denen sich eine Vielfalt lokaler Rundfunkangebote, aber auch eine Vielzahl von Lokalrundfunk-Talenten hätten zeigen können. Aufgezeigt worden seien auch eine Vielzahl an Panels und Zukunftswegen für die Branche. Vermittelt worden sei auch, dass in Bayern die Verbindung von Heimat und Lokalrundfunk ein Erfolgsrezept sei, was sich auch in den guten Ergebnissen der Funkanalyse Bayern zeige. Zwar habe auch das Lokalradio einen leichten Rückgang bei den Hörerzahlen zu verzeichnen, der aber geringer ausfalle als beim Radio insgesamt. Begründet sei der Erfolg des Lokalradios nicht nur durch die Musik, sondern auch durch die lokalen Informationen und das positive Lebensbild, das durch das Lokalradio vermittelt werde.

Auch das Lokalfernsehen, bei dem der digitale Wettbewerb noch größer sei, habe bei den Zuschauerzahlen kleine Einbußen verzeichnen müssen, dennoch schauten jeden Tag knapp 700.000 Zuschauer Lokalfernsehen. Vier von fünf Befragten nähmen Lokalfernsehen als sympathisch, aktuell und nah am Menschen wahr. Geschätzt werde insbesondere die verständliche, glaubwürdige und ausgewogene Berichterstattung. Die Zahlen sollten auch den sonst sehr kritischen Obersten Rechnungshof überzeugen.

Die Qualität der Inhalte habe sich auch an den Preisverleihungen gezeigt. Diesmal habe es die neuen BLM-Medienpreise für die besten Beiträge im lokalen Radio, im lokalen Fernsehen und auf Social Media gegeben. Die Eröffnungsveranstaltung sei von Elian Preus, dem letztjährigen BLM-Preisträger in der Kategorie Moderation, moderiert worden.

Bemerkenswert sei gewesen, dass sich Ministerpräsident Dr. Markus Söder sehr viel Zeit genommen habe. Ebenso bemerkenswert sei seine Aussage gewesen, dass er den Lokalfunk auf Augenhöhe mit dem Bayerischen Rundfunk sehe. Ein wichtiger Schritt in Richtung

Augenhöhe mit den großen Plattformanbietern sei der Start der Medienplattform „wotsch.tv“ gemeinsam mit Medienminister Dr. Florian Herrmann gewesen.

Neben der Relevanz der Branche für Demokratie und Gesellschaft seien Innovationen, vor allem Künstliche Intelligenz das beherrschende Thema in Nürnberg gewesen – chancenorientiert, aber verantwortlich, laute dabei die Maxime. Die Verantwortung müsse aber immer bei den Menschen in den Redaktionen bleiben.

Insgesamt hätten fast 900 Besucher die Lokalfunktage besucht. Die nächsten Lokalfunktage fänden am 24. und 25. Juni 2026 in Nürnberg statt.

Der Presse habe vor kurzer Zeit entnommen werden können, dass die **Fortführung von egoFM** gefährdet sein könnte. Ende Juni sei es gelungen, einen Investor zu finden, der aus persönlicher Überzeugung das Risiko der Fortführung eingehen wolle, der es aber nur eingehen werde, wenn er bestehende Haftungsrisiken der in Insolvenz gegangenen Gesellschaft nicht übernehmen müsse. Er sei nur bereit, den Sendebetrieb in Form eines „Asset-Deals“ fortzuführen. Er wolle nicht die gesamte Gesellschaft, sondern nur das, was zum Sendebetrieb gehöre, übernehmen. Dies stelle medienrechtlich ein Problem dar, weil mit der Gesellschaft auch der Anbieter untergehe. Die BLM habe Mitte Juni über die Fortführung des Sendetriebs ab dem 1. Juli 2025 entscheiden müssen. Andernfalls hätte der Insolvenzverwalter den Sendebetrieb ab dem 1. Juli einstellen müssen. Aufgrund der Eilbedürftigkeit habe die Entscheidung über die Fortführung auf der Grundlage der Präsidialbefugnis getroffen werden können. Danach werde vorbehaltlich der Zustimmung des Medienrates dem neuen Anbieter eine Zulassung erteilt. Die bestehende DAB+-Kapazität werde dabei befristet bis zum 31. Dezember 2025 auf den Anbieter übertragen. Bis dahin müsse die Kapazität neu ausgeschrieben werden.

Im Gegensatz zur Kapazitätszuweisung sei die Zulassung eine gebundene Entscheidung, auf die ein Rechtsanspruch bestehe, wenn die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt seien. Die Geschäftsleitung gehe davon aus, dass die Voraussetzungen erfüllt seien. Da die Geschäftsleitung der Entscheidung des Medienrats aber nicht vorgreifen wolle, werde sich der Medienrat in seiner nächsten Sitzung mit dem ordentlichen Verfahren der Zulassung beschäftigen. Der neue Anbieter werde sich für den Zeitraum über den 31.12.2025 auch um die DAB+-Kapazitäten bewerben. In der Zeitung sei bereits über die Rettung von egoFM geschrieben worden. Ob es eine Rettung sei, sei noch nicht ganz sicher. Zumindest sei mit der Entscheidung über die Zulassung die Möglichkeit, den Sendebetrieb über den 01.07.2025 hinaus fortzuführen, geschaffen worden.

Ein bundespolitisches Thema sei die **Übernahme von Sky Deutschland durch RTL Deutschland** gewesen. Sky habe über längere Zeit immer wieder wechselnde Gesellschafter gehabt. Dass Sky von RTL übernommen werde, sei insofern erfreulich, als RTL ein strategischer Investor sei, der nicht nur die Assets im Blick habe, sondern auch am Standort München Interesse zeige und eine medienpolitische Agenda habe. Der Übernahme müss-

ten noch die Kartellbehörde und die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich zustimmen. Nach vorsichtiger Einschätzung erlange der neue Konzern keine solche Meinungsmacht, dass die Übernahme untersagt werden müsste. Mit Stellenstreichungen müsse gerechnet werden, weil solche Fusionen immer das Ziel hätten, Synergien zu nutzen und Doppelstrukturen abzubauen. Die BLM werde diese Entwicklung weiterhin sehr intensiv beobachten.

Erfreulich sei der Start des **KI-Kompetenzmedienzentrums Medien (KI.M)** Anfang Juni. Dem Medienrat und auch ihm, Schmiede, sei es immer ein Anliegen gewesen, dass auch kleinere Anbieter die Chance hätten, von dieser Technologie zu profitieren. Das Kompetenzzentrum unterstütze als Kooperation zwischen BLM und Medien.Bayern GmbH Medienschaffende beim Kompetenzaufbau und der rechtssicheren Anwendung von KI-Technologien.

Das erste Leuchtturmprojekt von KI.M sei ein Reallabor, in dem KI-Anwendungen im geschützten Raum ausprobiert werden könnten. Zu diesem Zweck sei im Serverraum im Keller der BLM ein NVIDIA H200 Chip installiert worden, mit dem garantiert werden könne, dass die einfließenden Daten vor Ort und nicht in irgendeiner Cloud verarbeitet werden. Bei der Schnelligkeit der Entwicklung der KI müsse einerseits schnell vorangeschritten werden. Andererseits dürften aber nicht vorschnell Produkte auf den Markt geworfen werden, die hinterher die Glaubwürdigkeit der Medien erschüttern. Um zu sehen, wie sich die KI wirklich auswirke, sei das Reallabor die richtige Spielwiese.

Nach der Sitzung des Medienrats finde die Feier zum **10-jährigen Bestehen des Media Lab Bayern** statt. Die Idee von Media Lab sei gewesen, kein klassisches Gründerzentrum für Medienunternehmen zu schaffen, sondern Ideen aus ganz Deutschland in Bayern zu sammeln und die Gründerinnen und Gründer darin zu unterstützen, dass sie aus einer fixen Idee ein Geschäftsmodell machen könnten. 40 % der Alumni existierten noch heute und hätten aus ihrer Idee von damals ein nachhaltiges Geschäftsmodell entwickelt. Um das Media Lab herum sei aber auch ein Netzwerk von Startups und jungen Menschen entstanden, die sich unter dem Dach des Media Labs weiterhin vernetzten. Die BLM sei von der Idee des Media Lab begeistert und werde auch weiterhin die Weiterentwicklung von Media Lab Bayern unterstützen. Dank gebühre auch der Staatsregierung, die das Media Lab von Anfang an unterstützt habe, und dem Team des Media Labs, welches immer wieder aktuelle Entwicklungen aufgreife und junge Menschen nach Bayern hole.

Das **Public Value Bestimmungsverfahren**, das bei der letzten Informationsveranstaltung genauer vorgestellt worden sei, sei nun erfolgreich abgeschlossen. Mit diesem Verfahren könnten Radio- oder Fernsehsender besser auffindbar gemacht werden. Ein Großteil dieser Angebote sei in Bayern beheimatet. Mehr als 70 bundesweite Bewegtbild- und Audioangebote sowie Telemedien und rund 250 lokale, regionale und landesweite Bewegtbild- und Audioangebote erhielten für drei Jahre den Public-Value-Status. Davon erhielten fast 80 Bewegtbild- und Audioangebote ihre Genehmigung aus den Händen der BLM. Public

Value sei nicht nur ein Verfahren im bundesweiten Konzert, sondern auch dafür wichtig, dass die lokalen und regionalen Anbieter auffindbar seien. Gleichzeitig müsse dieses Verfahren auch in einer nichtlinearen Welt weitergeführt werden. Darüber werde der Medienrat auf dem Laufenden gehalten.

Abschließend kündigt der Präsident die **Medientage München** an, die vom 22. bis zum 24. Oktober unter dem Motto „WTFuture?!“ stattfinden. Mit diesem Motto thematisiere die Konferenz die Zukunft der Medien inmitten rasanter Transformation, Innovation und geopolitischer Umbrüche. Ministerpräsident Dr. Markus Söder und der neue Kulturstatsminister Dr. Wolfram Weimer hätten bereits ihre Teilnahme zugesagt. Der Besuch der Medientage lohne sich schon aufgrund der Nacht der Medien mit den Preisverleihungen und vor allem mit der Verleihung des Blauen Panthers.

Paul Hansel bittet um Auskunft, wie sich die Zuhörer- und Zuschauerzahlen bei den Privaten Anbietern im Verhältnis zu den Zahlen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk verhielten.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erwidert, dass sich die Funkanalyse nur mit den privaten Angeboten beschäftige. Die Mediaanalyse umfasse auch den öffentlichen-rechtlichen Rundfunk. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk schwankten zwar die Zahlen, insgesamt gehe der Trend aber nach unten. Beim privaten Lokalradio seien die Zuhörerzahlen um 1,3 % gesunken. Dies sei ein geringerer Rückgang als bei den bundesweiten Angeboten. Sicher könnten bei den einzelnen öffentlich-rechtlichen Sendern Unterschiede ausgemacht werden, insgesamt gehe der Trend aber etwas stärker nach unten.

6. Genehmigung von Angeboten

Joyn GmbH – „SAT.1“, „ProSieben“, „Kabel Eins“, „sixx“, „SAT.1 GOLD“, „Kabel Eins Doku“, „ProSiebenMAXX“, „ProSieben FUN“, „Kabel EinsCLASSICS“, „SAT.1 emotions“, „ran.de“

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, nennt als Hintergrund des Antrags die Tatsache, dass die ProSiebenSat.1 Media Group das Broadcasting- und Streamingangebot bündeln wolle, um unter anderem die Plattform zu stärken, und deshalb die Seven One Entertainment Group, die bisherige Anbieterin dieser Programme, mit der Joyn GmbH verschmelzen wolle. Damit liege ein Anbieterwechsel vor, wofür eine neue Zulassung gebraucht werde. Dadurch habe die Landeszentrale, die bisher noch gar nicht alle Angebote genehmigt habe, jetzt die Chance, alle elf Angebote auf einmal zu genehmigen. Nachdem alle Angebote unverändert fortgeführt und wie bisher in Österreich und in der Schweiz empfangbar sein würden und die Zulassung eine gebundene Entscheidung sei, müsse bei der Entscheidung über die Zulassung kein Ermessen ausgeübt werden. Die Zulassungsvoraussetzungen seien erfüllt, weshalb der Ausschuss empfehle, die Genehmigung auszusprechen. Die Genehmigung werde erst dann wirksam, wenn die beabsichtigte Verschmelzung erfolgt sei.

Beschluss

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 10.07.2025

(einstimmig)

7. Ausschreibungen

7.1 Drahtloser Hörfunk München: Ausschreibung einer digitalen terrestrischen Übertragungskapazität

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, erinnert daran, dass die BLM drei DAB-Kapazitäten, nämlich München, Nürnberg und Oberbayern-Schwaben-Mittelfranken, das sogenannte Bayern light, ausgeschrieben habe. Jetzt sei zunächst über München und Nürnberg, und unter dem aktuellen Tagesordnungspunkt erst einmal über München zu entscheiden. Nachdem der bisherige Zuweisungsinhaber die Kapazität mehr als 20 Jahre innegehabt habe, habe die Kapazität neu ausgeschrieben werden müssen. Die Kapazität sei im März ausgeschrieben worden. Die Ausschreibungsfrist sei im April abgelaufen. Form- und fristgerecht seien vier Bewerbungen eingegangen.

Beworben habe sich Radio Bollerwagen, ein Format für Partymusik, das sich an die Zielgruppe von 14 bis 49 Jahre richte und in anderen Bundesländern bereits sende. Wie die anderen Bewerber habe auch Radio Bollerwagen lokale Inhalte.

Der zweite Bewerber sei das Angebot „Monaco 1“ gewesen, das als Zielgruppe anspruchsvolle erwachsene Hörer zwischen 30 und 59 Jahren habe und als Musikangebot unter anderem Disco/Elektro, Funk und Jazz habe.

Der dritte Bewerber sei das Angebot „maximal Radio München“ aus dem Funkhaus Landshut gewesen, dessen Musikprogramm einen Mix aus Klassikern der 80er, 90er und 2000er Jahren mit aktuellen Chart-Hits darstelle. Die Zielgruppe seien die 35- bis 59-Jährigen.

Die vierte Bewerberin sei schließlich die bisherige Zuweisungsinhaberin Digitalradio Classix Rock be4 GmbH mit dem Programm „Digital Classix“, das sich an die Zielgruppe der 30- bis 50-Jährigen richte und ein Musikangebot habe, das sich aus Rock, Funk'n'Soul und legendären Hits aus den 60er bis 90er Jahren zusammensetze.

Nachdem vier frist- und formgerechte Bewerbungen eingegangen seien, die die Zuweisungsvoraussetzungen grundsätzlich erfüllten, habe eine Ermessensentscheidung getroffen werden müssen. Als Zuweisungskriterien gebe das Bayerische Mediengesetz den örtlichen Bezug, die Erbringung kultureller, kirchlicher, sozialer und wirtschaftlicher Inhalte sowie die Beiträge zur Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit vor. Bei letzterem Kriterium

spielten die Programmvvielfalt inklusive des Musikangebots sowie das Erreichen neuer Zielgruppen, die Entwicklung der Wettbewerbssituation und die Auswirkungen auf das bayerische Solidarmodell eine Rolle.

Der Ausschuss sei zu dem Ergebnis gekommen, dass der örtliche Bezug beim bisherigen Zuweisungsinhaber Digital Classix am höchsten zu bewerten sei, weil dieses Angebot den höchsten Anteil an Beiträgen mit einem direkten Bezug zu München habe. Der Sitz der Bewerberin sei ebenfalls München. Digital Classix habe auch einen hohen Anteil an lokalen Nachrichten, lokalen Beiträgen mit kulturellen, kirchlichen und wirtschaftlichen Inhalten. Auch die Auswirkungen auf den Wettbewerb und die Teilnahme am bayerischen Solidarmodell seien positiv einzuschätzen, weil sich die Bewerberin bereit erklärt habe, an der Vermarktung über die BLW teilzunehmen. Der Ausschuss habe deshalb beschlossen, dem Medienrat die Zuweisung der Kapazität an Digital Classix zu empfehlen. Sollten die Zuweisungsvoraussetzungen nicht eingehalten werden, könne die Zuweisung widerrufen werden. Dies gelte vor allem auch für das Programm und die Beteiligung an der BLW.

Beschluss

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 10.07.2025

(einstimmig)

7.2 Drahtloser Hörfunk Nürnberg: Ausschreibung einer digitalen terrestrischen Übertragungskapazität

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, weist darauf hin, dass in Nürnberg ebenfalls eine DAB+-Kapazität ausgeschrieben worden sei. Frist- und formgerecht seien zwei Bewerbungen eingegangen.

Zum einen sei das Angebot „Radio Bollerwagen“ der Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co.KG, das bereits aus den Bewerbungen für München bekannt sei, eingegangen.

Das zweite Angebot „MEIN LIEBLINGSRADIO“ sei vom Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs GmbH, der aktuellen Zuweisungsinhaberin, gekommen. Dieses Angebot richte sich an die Zielgruppe der 25- bis 40-Jährigen und verbreite Musik aus den Bereichen Pop, Modern Folk Pop und Pop-Rock. Ein- bis zweimal pro Woche würden Talk-/Interview-Sendungen mit einem hohen Wortanteil ausgestrahlt. Für das Wochenende sei die Ausstrahlung der zugelieferten Kirchensendung „Vitamin C“ der Evangelischen Funkagentur geplant.

Die gesetzlichen Zuweisungsvoraussetzungen seien die gleichen wie zuvor bei den für München ausgeschrieben Kapazitäten. Der Ausschuss sei zu dem Ergebnis gekommen, dass der örtliche Bezug bei „MEIN LIEBLINGSRADIO“ am höchsten zu bewerten sei, weil dieses Angebot einen höheren Anteil an Beiträgen mit einem direkten Bezug zu Nürnberg

enthalte. Auch der Anteil an selbst produzierten lokalen Nachrichten sei höher. Die Aufnahme des Kirchenprogramms, das für das Wochenende geplant sei, runde den örtlichen Bezug noch weiter ab. Auch beim Beitrag zur Meinungsvielfalt könne „MEIN LIEBLINGS-RADIO“ überzeugen.

Der Ausschuss habe sich deshalb entschlossen, dem Medienrat die Zuweisung der Kapazität an die bisherige Zuweisungsinhaberin „MEIN LIEBLINGSRADIO“ zu empfehlen.

Beschluss

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 10.07.2025

(einstimmig)

8. Verlängerung von Kapazitätszuweisungen

- 8.1 Lokales/regionales Fernsehen Franken: „TV Mainfranken“, „TV Oberfranken“, „Franken Fernsehen“**
- 8.2 Lokales/regionales Fernsehen Oberpfalz: „Oberpfalz TV“, „TVA Ostbayern“**
- 8.3 Lokales/regionales Fernsehen Schwaben: „a.tv“, „Regio TV Schwaben“, „allgäu.tv“**
- 8.4 Lokales/regionales Fernsehen Oberbayern: „tv.ingolstadt“, „münchen.tv“, „Regional Fernsehen Oberbayern“**
- 8.5 Lokales/regionales Fernsehen Niederbayern: „Niederbayern TV Passau“, „Niederbayern TV Deggendorf-Straubing“, „Niederbayern TV Landshut“**
- 8.6 Landesweites Fernsehen: „TV Bayern live“**

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, erklärt, dass derzeit die 14 bayerische Lokal-TV-Anbieter auf RTL von Montag bis Freitag zwischen 18:00 und 18:30 Uhr Fernsehfenster und daneben auch 24-Stunden-Programme anbieten. Zusätzlich hätten sich die 14 Anbieter in der TV Bayern Programmgesellschaft mbH zusammengeschlossen und verbreiteten am Samstag zwischen 17:45 und 18:45 Uhr auf RTL ein landesweites Wochenendfenster unter „TV Bayern Live“. Für das Fernsehfenster hätten alle Anbieter Zuweisungen erhalten, die alle einheitlich am 31.10.2025 ausliefen. Zum 01.01.2026 trete eine Kooperationsvereinbarung zwischen RTL und den Anbietern in Kraft, die die Finanzierung der Fernsehfenster bis zum 31.12.2033 regle. Nachdem alle Anbieter seit mehr als 20 Jahren über die Erstzuweisung verfügten, habe ein Interessenbe-

kundungsverfahren durchgeführt werden müssen. Da sich aber kein potenzieller Interessent gemeldet habe, habe auf eine Ausschreibung verzichtet werden können. Alle Anbieter hätten umfangreiche Programmkonzepte eingereicht, sodass kein Zweifel daran bestehe, dass auch weiterhin die Qualität gesichert bleibe. Die Anbieter leisteten auch einen Beitrag zur Medienvielfalt und Meinungsfreiheit im regionalen Raum. Deshalb plädiere der Ausschuss für eine Verlängerung der Fernsehfenster bis zum 31.12.2033.

Vorsitzender Walter Keilbart lässt über die Beschlussempfehlungen unter den Tagesordnungspunkten 8.1 bis 8.6 en bloc abstimmen.

Beschluss

Zustimmung zu den Beschlussempfehlungen des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 10.07.2025

(einstimmig)

9. Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse: HITRADIO RT1 Südschwaben GmbH

Christine Völzow, Vorsitzende des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung, macht darauf aufmerksam, dass in der HITRADIO RT 1 Südschwaben momentan die rt1.media group GmbH, die Allgäuer Zeitungsverlag GmbH, die Druckerei und Verlag Hans Högel KG und die Sankt Ulrich Verlag GmbH zusammengeschlossen seien. Die drei letztgenannten Gesellschafter wollten aus wirtschaftlichen Gründen alle ihre Anteile an die rt1.media group, die damit Alleingesellschafterin mit 100 % der Anteile würde, verkaufen. Deshalb müsse geprüft werden, ob dieser Verkauf zu einem Verlust an Anbietervielfalt führen könne. Niemand dürfe einen unangemessenen Einfluss auf die Meinungsvielfalt im Versorgungsbereich bekommen. Die rt1.media group habe im Zuge der Antragstellung erklärt, dass sie nach Übernahme der Anteile einen Programmbeirat einrichten wolle, der die Meinungsvielfalt sichern und gewährleisten und eine vorherrschende Meinungsmacht verhindern solle. Der Ausschuss sei zu dem Ergebnis gekommen, dass vor dem Hintergrund der Einrichtung eines Programmbeirats die Übernahme der Anteile der anderen drei Gesellschafter unbedenklich sei, weil in dem Versorgungsgebiet andere Angebote empfangbar seien, an denen die Personen, die hinter der rt1.media group stünden, nicht beteiligt seien. Zweck der Übertragung der Anteile sei die Aufrechterhaltung des Angebots „HITRADIO RT 1 Südschwaben“. Deshalb empfehle der Ausschuss dem Medienrat die Zustimmung zur Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse.

Beschluss

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung vom 10.07.2025

(einstimmig)

10. Zweiter Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025

Vorsitzender Walter Keilbart begrüßt zu diesem Tagesordnungspunkt den Vorsitzenden des Verwaltungsrats, Herrn Richter.

Roland Richter, Vorsitzender des Verwaltungsrats, teilt mit, dass sich der Verwaltungsrat in seiner Sitzung am 30.06.2025 mit dem zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025 befasst habe.

Für das Jahr 2025 seien verschiedene Baumaßnahmen erforderlich, deren Kosten bei Aufstellung des Wirtschaftsplans 2025 im Herbst 2024 noch nicht sachgerecht eingeschätzt werden konnten. Nachdem mittlerweile eine Kostenschätzung möglich sei, könne ein Nachtrag zum Wirtschaftsplan vorgelegt werden.

Im zweiten Halbjahr 2025 sollten der Teppichboden nach 28 Jahren erneuert und im Zuge dessen die Büroräume und die Treppenhäuser des Verwaltungsgebäudes neu gestrichen werden. Im Rahmen dieser Renovierungsarbeiten müssten die Büros aus- und eingeräumt werden, sodass auch ein Umzugsunternehmen beauftragt werden müsse. Auch die innen liegenden Verschattungen der Büros müssten nach fast dreißigjähriger Nutzung weitgehend ausgetauscht werden. Die Renovierungsarbeiten seien als Aufwand zu erfassen und erhöhten daher die sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Der Ansatz für den Titel Bewirtschaftung Bürogebäude müsse um 630.000 Euro erhöht werden. Aufgrund des Alters des Gebäudes würden auch in den nächsten Jahren noch weitere Sanierungsmaßnahmen notwendig werden. Der Verwaltungsrat habe sich zunächst für den Austausch des Teppichbodens entschieden, um auch den Belastungen von Allergikern Rechnung zu tragen.

Durch den um 630.000 Euro gestiegenen Aufwand bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhe sich der planerische Jahresfehlbetrag von minus 901.700 Euro auf minus 1.531.700 Euro. Dieser Fehlbetrag solle aus der zweckgebundenen Rücklage „Allgemeine Haushaltsrücklage“, die zum 31.12.2023 12,6 Millionen Euro aufgewiesen habe, finanziert werden.

Der Verwaltungsrat habe am 30.06.2025 den zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025 beschlossen und empfehle dem Medienrat, diesem Nachtrag zuzustimmen.

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Ausschusses für Grundsatz-, Finanz- und Strategiefragen, erklärt, dass sich der Grundsatzausschuss am 1. Juli 2025 mit dem zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025 befasst habe und dem Medienrat die Zustimmung empfehle.

Der Ausschuss habe festgestellt, dass es sinnvoller sei, die erforderlichen Maßnahmen in einem Zuge durchzuführen, als sie auf mehrere Jahre aufzuteilen. Das Geld für die Maßnahmen sei verfügbar.

Beschluss

Zustimmung zum zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2025

(einstimmig)

11. Vorstellung der Medienplattform Bayern „Wotsch.tv“

Präsident Dr. Thorsten Schmiede stellt „Wotsch.tv“ als bayerische Medienplattform vor, auf der News, Clips, Storys, Sendungen und Formate aus allen Regionen Bayerns enthalten seien. Wotsch zeige die Vielfalt Bayerns auf einer Plattform und solle so mehr Reichweite aufbauen, um diese in der digitalen Welt zu monetarisieren. Hinter allem stehe das veränderte Nutzungsverhalten des Publikums. Digitale Ausspielwege müssten bespielt werden. Dass sich jetzt zum ersten Mal alle Lokal-TV-Anbieter auf ein gemeinsames Konzept einigen konnten, sei aus Sicht der BLM die eigentliche Überraschung und auch ein Meilenstein in der Geschichte des Lokal-TV. Mit Wotsch sei ein Konzept gefunden worden, das im Rahmen der Art.23-Förderung durch den Freistaat Bayern und die Landeszentrale gefördert werden könne. Gestartet worden sei Wotsch bei den Lokalfunktagen.

Wotsch.tv sei auch ein Contentmanagementsystem, eine Drehscheibe, auf der die Lokal-TV-Anbieter ihre Inhalte untereinander austauschen könnten. Die Inhalte sollten nicht nur ausgetauscht, sondern auch vermarktet werden. Neu sei die Oberfläche. Eine Zentralredaktion kuratiere die Angebote der 14 Sender und ergänze bzw. modifiziere diese. Auf KI könne nicht verzichtet werden. KI erstelle die Metadaten aus den Texten als Entwurf für die Redaktion. Inhalte könnten zentral auf Social Media geplant und ausgespielt werden. Dies sei mit einer Digitalplattform leichter möglich.

Wotsch könne im Web unter <https://www.wotsch.tv> und als Smartphone-App auf App Store und bei Google Play heruntergeladen werden. Als HbbTV-Applikation sei es auf verschiedenen Satellitenfrequenzen empfangbar. Außerdem sei es in Kürze auch als Smart TV-App verfügbar. Für den Reichweitaufbau seien attraktive Inhalte sowie Marketing und Promotion notwendig. Die Entwicklung der Plattform sei nicht nur von der Technik, sondern auch davon abhängig, wie intensiv die Anbieter die Technik nutzten. Beabsichtigt sei auch die Integration von Audio und Text. Geprüft werde auch, ob das Thema User generated content eine Anwendung werden könne, ob eine Integration in oder von anderen Plattformen und auch eine Kooperation mit anderen Ländern möglich seien. Wenn in Bayern etwas gut laufe, kämen immer wieder Anfragen aus anderen Ländern, beispielsweise aus Baden-Württemberg, Sachsen oder möglicherweise sogar aus Österreich. Mit Wotsch.tv sei es sehr ansprechend gelungen, lokale Inhalte aus ganz Bayern zusammenzuführen.

Vorsitzender Walter Keilbart spricht seinen Dank und sein Lob dafür aus, dass es gelungen sei, die Anbieter aus ganz Bayern auf dieser Plattform zusammenzubringen. Er sei sich dessen bewusst, dass es nicht einfach sei, alle Anbieter auf einen Nenner zu bringen und alle Regionen Bayerns ausgewogen zu berücksichtigen. Allein zwischen Oberbayern und Niederbayern gebe es schon Unterschiede. Wenn dieses Modell noch ausgeweitet werden könne, könne auch die Leistungsfähigkeit der Beteiligten deutlich gemacht werden. Vor allem müsse das Modell aber den Zuschauer überzeugen.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erwidert auf die Frage, ob auf Wotsch.tv alles ausgespielt werde, was auf den Lokalsendern produziert werde, dass es auf Wotsch.tv ähnlich wie auf Bayern live sei. Dort würden die Beiträge von TV-Lokal-Anbietern für das Wochenende zugeliefert. Bayern live ziehe dann die relevantesten Beiträge heraus. Ziel von Wotsch.tv sei es, ein Format zu entwickeln, auf dem aus allen Regionen alles zusammengefasst werde. Von den Lokalsendern solle alles auffindbar sein, aber es müsse noch zu einem stimmigen Gesamtkonzept zusammengefügt werden. Ob Wotsch.tv alles übernehme, werde die Zentralredaktion entscheiden. Die größte Aufgabe der Zentralredaktion werde es sein, zu beobachten, was schon gut laufe und wo die Sender an ihre Verantwortung erinnert werden müssten.

12. Jahresbericht Medienkompetenz 2024

Michael Schwägerl, Vorsitzender des Ausschusses für Medienkompetenz und Inhalte, verweist auf eine Regelung im BayMG, wonach die BLM einen Beitrag zur Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere zur Medienerziehung und zur Medienpädagogik leiste. Dieser Beitrag werde nicht nur geleistet, sondern er komme auch an und werde genutzt, geschätzt und gelobt. Am Vormittag habe er im Bildungsausschuss des Landtags einen Bericht über die Umsetzung digitalen Unterrichts gehört. Die anwesenden Lehrkräfte hätten lobend auf die Materialien der BLM und der Stiftung Medienpädagogik hingewiesen, die im Unterricht zum Einsatz kämen und stark genutzt würden.

Ob mit neuen Informationsangeboten, aktuellen Veranstaltungen oder dem Start neuer Projekte, der Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte habe sich auch 2024 wieder mit medienpädagogischen Maßnahmen der BLM befasst. So habe er sich mit der neuen Filmclip-Reihe „How2ActOnline – Clips mit Tipps zur Mediennutzung“ auseinandergesetzt. Diese Anfang 2024 veröffentlichte Reihe richte sich an Jugendliche und junge Erwachsene und erkläre ausführlich, was zum Beispiel Digital Nudging oder Cookies seien. Damit werde die Art und Weise der Gestaltung der Benutzeroberflächen von Apps und Websites vermittelt, um die Entscheidungen von Usern in eine gewünschte Richtung zu lenken – ein klassisches Medienkompetenzthema.

Der Ausschuss habe Einblick in die dritte MiniMedia-Ausgabe erhalten, die Kindern im lesefähigen Alter Wissen und Spaß rund um TV-Shows, Sport und digitale Spiele biete. Befasst habe er sich auch mit der Veröffentlichung der Ergebnisse der wissenschaftlichen Studie

„Algorithmen und Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen“, die 2024 von der BLM in Auftrag gegeben worden sei.

Auch mit der Neukonzeption des Forums Medienpädagogik anlässlich seines 30-jährigen Bestehens sowie der Vorbereitung der 66. Sitzung des Forums am 8. Juli 2024 habe sich der Ausschuss auseinandergesetzt. Bei der letzten Sitzung des Ausschusses sei deutlich geworden, dass die Veränderungen Früchte getragen hätten. Der erweiterte Personenkreis und das neue Spektrum hätten zu deutlich mehr Diskussionen und zu einem guten Austausch geführt.

Daneben habe sich der Ausschuss mit den neuen Angeboten der BLM Stiftung Medienpädagogik beschäftigt, so etwa mit dem neuen Online-Kurs zum Thema „Medienkompetenz im Hortbereich“ oder einer neuen Filmclip-Reihe zum Einstieg in die Elternabende des medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern.

Darüber hinaus habe sich der Ausschuss regelmäßig über weitere Aktivitäten der BLM im Bereich Medienkompetenz informiert. Dazu gehörten unter anderem: Der neue Flyer „Tipps zum sichern Passwort“, der Fragen rund um den Schutz sensibler Daten beantwortet; der „DOK.digital – Preis für neue Erzählformate“, der 2024 zum fünften Mal verliehen und von der BLM für die Förderung von Talenten im deutschsprachigen Raum gestiftet worden sei; Veranstaltungen wie die 29. Fachtagung des Forums Medienpädagogik zum Thema, „Wie erreichen journalistische Nachrichten junge Menschen? Aufgaben für die Medienpädagogik in Zeiten von Podcasts, Politfluencern und KI-Content“ oder das gemeinsame Panel der BLM und des BR auf den Medientagen München zum Thema „Relevant bleiben! So stärkt Nachrichtenkompetenz das Vertrauen in die Medien“. Auch in die inhaltliche Vorbereitung der Fachtagung Nutzerkompetenz und Jugendschutz 2025 sei der Ausschuss involviert gewesen.

Insgesamt hätten die medienpädagogischen Aktivitäten mit Ausgaben von fast 700.000 Euro einen wichtigen Platz in der BLM eingenommen. Dies werde auch 2025 wieder so sein.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede weist darauf hin, dass der Jahresbericht für die mobile Nutzung und mit noch mehr QR-Codes und Verlinkungen zu weiterführenden Informationen aufbereitet worden sei. Selbstverständlich liege der Jahresbericht aber auch in ausgedruckter Form vor und liege im Saal zur Mitnahme aus. Die mobile Nutzung werde jedoch immer dominanter und leichter.

Der Präsident stellt eine relativ neue Initiative vor, mit der zum einen neue Zielgruppen erreicht werden sollen. Daneben sollten bestehende Kooperationen neu belebt werden. Die BLM und das Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis hätten zusammen mit dem Bayerischen Jugendring eine gemeinsame Initiative „jung.engagiert.online“ gestartet. Im Rahmen dieser Initiative sei ein Influencer-Camp ins Leben gerufen worden, das jetzt aber Creator-Camp heiße, weil sich die Influencer als Content-Creatoren sähen und auch

nicht mit sonstigen Influencern verwechselt werden wollten. Diese jungen Menschen, die ganz unterschiedliche Themen hätten, seien aber alle in ihrer Tätigkeit als Content-Creatoren mit ähnlichen Problemen wie problematische Inhalte oder Fake News konfrontiert. Die Schulung im letzten Jahr habe so gut funktioniert, dass diejenigen, die eigentlich nur einmal geschult werden sollten, jetzt eine dauerhafte Schulung wünschten. Damit sei ein ständig wachsendes Netzwerk aus denen, die neu an der Schulung teilnahmen und denen, die dauerhaft daran teilnehmen wollten, entstanden.

Neu sei jetzt der Zugang zum Netzwerk für Jugendleitungen. Diese wollten nicht nur wissen, wie man zeitgemäß über Social Media kommuniziere. Deshalb seien für das nächste Camp auch die Jugendleitungen eingeladen worden, damit sie sich etwas anschauen könnten. Die BLM wolle das Netzwerk der Jugendleitungen nutzen, Kurse zu aktuellen Themen anzubieten, über die die Jugendleiter mit ihren Jugendlichen diskutieren können. Social Media und Internet seien ein ganz wichtiger Punkt, der bisher noch nicht in dem Maße Bestandteil der Jugendleiterausbildung gewesen sei.

Ursprünglich sei geplant gewesen, dass die BLM den Jugendlichen zeige, wie sie Social-Media-Clips mache. Jetzt zeigten die Jugendlichen, wie sie Social-Media-Clips machten, und die BLM diskutiere mit ihnen in den Redaktionssitzungen über aktuelle Themen. Zum Beispiel gehe der Trend hin zu „Sludge Videos“. Sludge sei das englische Wort für matschen. Dabei würden viele verschiedene Clips in parallellaufenden Fenstern zusammenge-matscht, was zu einer Reizüberflutung führen könne. Die jungen Menschen überlegten sich bei diesem Trend deshalb, wie man das als Problem darstellen könne. Dies sei aber nur eines von vielen Beispielen.

Wichtig sei, dass sich die Jugendlichen nicht nur online, sondern auch physisch treffen. Das Projekt werde auch wissenschaftlich begleitet, um von den jungen Menschen lernen und ihnen zuhören zu können, und ihnen nicht nur zu erklären, wie die Welt funktioniere. Damit verbunden sei auch die Frage, wie andere Bevölkerungsgruppen erreicht werden könnten. Mit dem Referentennetzwerk, mit dem auch Elternabende angeboten würden, würden zwar sehr viele Menschen erreicht, allerdings immer nur die gleichen, nämlich die, die ohnehin interessiert seien. Deshalb habe die BLM einen Forschungsauftrag zu der Frage erteilt, wie die schwerer erreichbaren Menschen erreicht werden könnten. Die Ergebnisse würden im Herbst veröffentlicht. Über den genauen Termin werde der Medienrat noch informiert.

Mit der neuen Website „MEDIEN leicht erklärt“ richte sich die BLM ebenfalls an eine wichtige Zielgruppe, an Menschen mit Leseeinschränkungen, wie zum Beispiel kognitiven Einschränkungen, geringen Deutschkenntnissen oder funktionalem Analphabetismus. Diese könnten über das neue Webportal medienpädagogische Inhalte in leichter Sprache abrufen. Oft könnten Inhalte mit knappen präzisen Überschriften leichter aufgenommen werden,

als wenn sie komplex erklärt würden. Mit dieser neuen Website wolle die BLM eine Vorreiterrolle dafür einnehmen, dass Angebote für die ganze Bevölkerung zugänglich gemacht werden.

Die BLM sei sehr stolz auf das, was sie mit der Medienkompetenz bereits erreicht habe. Sie ruhe sich aber nicht aus, sondern wolle weiter vorankommen, vielseitig bleiben und ihre Angebote auch immer weiterentwickeln. Zum einen wolle er, Schmiede, dem zuständigen Bereich im Haus danken, der immer wieder neue Ideen entwickle. Darüber hinaus sei er auch sehr froh über ein Netzwerk von Partnern, mit denen über alles offen diskutiert werden könne, die auch den Mut hätten, neue Wege zu gehen.

Vorsitzender Walter Keilbart hält die Medienpädagogik als wichtig und bedeutsam für die zukünftige Entwicklung der Mediennutzung. Jeder müsse sich darüber klar sein, wie mit den Medien nicht nur im Umfeld von Kindern und Jugendlichen, sondern in der gesamten Gesellschaft umgegangen werde. Aus guten Gründen müsse mit der Mediennutzung sorgsam umgegangen und verfolgt werden, wie sie sich weiterentwickle.

13. Tätigkeitsbericht der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern 2024

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erinnert daran, dass im Sommer 2022 die einmillionste Medienführerschein-Urkunde übergeben worden sei. Im Sommer 2024 habe bereits die 1,5-millionste Urkunde übergeben werden können. Die einmillionste Urkunde habe der Ministerpräsident überreicht. Bei der 1,5-millionsten sei dem Ministerpräsidenten eine Europa-meisterschaft dazwischengekommen. Teilgenommen an der Veranstaltung habe Cornelia Trinkl, die Referentin für Schule und Sport der Stadt Nürnberg. Aktuell seien 1,87 Millionen Urkunden. Vermutlich könne noch in diesem Jahr die zweimillionste Urkunde überreicht werden. Auch diese solle wieder im Rahmen einer Veranstaltung überreicht werden. Der Medienführerschein sei jetzt in ganz Bayern angekommen, weshalb die zweimillionste Urkunde vielleicht an einem anderen Ort als München oder Nürnberg überreicht werden solle.

Neuer Vorsitzender des Kuratoriums der Stiftung Medienpädagogik sei Staatsminister Dr. Florian Herrmann, der als Verantwortlicher der Staatskanzlei die Stiftung bei vielen Projekten rund um den Medienführerschein immer unterstützt habe. Die Medienkompetenzwoche sei ein Beispiel dafür. Auch bei den Lokalfunktagen habe die Möglichkeit bestanden, die Medienpädagogik einem breiteren Publikum vorzustellen. Darauf habe es auch tolle Reaktionen gegeben. Für die Stiftung sei die Medienpädagogik ein Dauerthema, bei dem es nicht nur um Materialien gehe, sondern um eine ganze Woche, die dem Thema „Medienkompetenz“ mit unterschiedlichen Modulen gewidmet werde. Dabei sei der Medienführerschein auch im Jahr 2024 ein Beispiel für die erfolgreiche Arbeit der Stiftung gewesen.

Ein weiteres langfristiges Projekt sei der FLIMMO, den es schon seit rund 25 Jahren gebe, der jetzt aber wieder ganz neue Wege gehe. Er sei zwar immer noch wie zu Beginn ein

Ratgeber für bestimmte Fernsehformate. Mittlerweile befinde sich der FLIMMO aber auch auf Social-Media-Kanälen, WhatsApp, Instagram oder Facebook. Gerade bei TikTok oder Instagram werde versucht, Kanäle nach dem FLIMMO-Ampelsystem für Eltern so aufzubereiten, dass sie einschätzen können, welche Kanäle ihre Kinder anschauen dürfen. Darüber habe es auch innerhalb der Szene eine sehr lebhaft Diskussions gegeben, bei der auch der betroffene Influencer selbst zugegeben habe, dass seine Angebote nicht unbedingt für Zehnjährige geeignet seien. Damit sei auch der FLIMMO wieder mehr ins Bewusstsein gerückt. Der FLIMMO, der dem einen oder anderen noch als Broschüre mit einem angestaubten Image bekannt sei, habe mit diesen Diskussionen wieder an Bedeutung gewonnen. Geholfen habe auch, dass der FLIMMO jetzt voll digital sei. Mit diesem digitalen Angebot bestehe auch die Möglichkeit, auf TV-Zeitschriften zuzugehen und sich mit diesen zu verlinken. Dies werde jetzt mit der TV Spielfilm gemacht. Auch TV Today und weitere Zeitschriften seien für eine solche Zusammenarbeit bereit. Der FLIMMO solle dahin gebracht werden, wo die Nutzung stattfindet, und dies sei bei der Auswahl von Bewegtbildformaten der Fall.

Überraschend sei, dass die Nutzung des Online-Angebots nicht nur partiell, sondern seit einem halben Jahr konstant steige. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 habe es gut 25 % mehr Besucher und über 70 % mehr Seitenaufrufe als im zweiten Halbjahr 2024 gegeben. Damit werde der FLIMMO immer bekannter. Auf der FLIMMO-Seite würden nicht nur Sendungen besprochen, sondern auch Tipps zur Nutzung von Medien insgesamt gegeben. Das Angebot gelte nicht nur mehr für 14-Jährige, sondern auch für Medienanfänger, also Kinder im Kita-Alter. 54.000 Kitas seien im Rahmen einer bundesweiten Plakataktion mit Plakaten ausgestattet worden. Darüber hinaus sei in Kitas auch mit den Eltern diskutiert worden. Bei der Diskussion mit Eltern in einer Kita habe er, Schmiege, erfahren, dass sich die Eltern ein Angebot wünschten, das sich auch mit Social-Media-Kanälen auseinandersetze, und dies mache der FLIMMO jetzt auch. Die Diskussionen hätten immer mit der Forderung geendet, dass die Auseinandersetzung mit Social Media stärker in die Breite gebracht werden müsste. Daher sei es der Anspruch der Stiftung Medienpädagogik mit Partnerschaften noch mehr in die Breite zu gehen. Vieles, was Eltern gerne hätten, sei bereits vorhanden, es müsse nur noch bekannter gemacht werden.

Das Flaggschiff der Stiftung sei das medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern, dessen Kurse immer schon im Februar oder März ausgebucht seien. Bei allen Ansprüchen, auch andere Kreise zu erreichen, werde das Referentennetzwerk auch fortgeführt, weil die Stiftung aus den Gesprächen mit den Eltern sehr viel an aktuellen Themen mitbekomme. Aktuell sei nach wie vor die extensive Mediennutzung durch Jugendliche. Vor zehn Jahren sei die extensive Fernsehnutzung noch aktuell gewesen. Zunehmend werde auch die Sexualität in digitalen Medien zum Thema von Fachvorträgen. Die Elternabende gäben der Stiftung auch die Gelegenheit, mit Eltern in Kontakt zu treten, um aktuelle Themen zu erfahren, aber auch die Eltern auf aktuelle Themen aufmerksam zu machen.

Das Projekt „Digitale Schule der Zukunft“ des Kultusministeriums habe die Stiftung 2024 schon im dritten Jahr begleitet. Die Stiftung habe Materialien für Eltern und Lehrkräfte entwickelt. Die Materialien würden nicht nur in deutscher Sprache, sondern auch auf Englisch, Türkisch und Arabisch angeboten. Damit würden ganz neue Möglichkeiten der Ansprache eröffnet.

Ausgearbeitet worden sei auch der neue Themenbereich „Medien und Gesundheit“, der bereits 2024 vom Kultusministerium gefördert worden sei, und in diesem Jahr fortgeführt werde. Unter anderem sei eine App entwickelt worden, um dieses Thema für die Eltern nutzerfreundlich und niederschwellig zugänglich zu machen.

Verena Weigand, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern, berichtet von einem Werkstattgespräch der CSU-Landtagsfraktion über das Thema „Private Handynutzung an Schulen“, bei dem die Experten die Fraktion darüber beraten hätten, ob in Bayern ein Handy-Verbot an Schulen eingeführt werden solle oder nicht. Es gebe zwar schon ein Handy-Verbot, das aber vor einiger Zeit gelockert worden sei. Parallel laufe auch die Diskussion darüber, ob man mit der Digitalisierung in Schulen zu weit gegangen sei oder ob man zu schnell vorangeschritten sei. Momentan spüre man in dieser Frage eine Art Rückwärtsbewegung. Damit müsse sich auch die Stiftung befassen, weil sie in den vergangenen Jahren aus verschiedenen Gründen sehr stark die Digitalisierung ihrer Angebote vorangetrieben habe. Dies hätten auch die Staatskanzlei und das Kultusministerium gewollt, was nicht nur mit den Kosten, sondern auch mit dem Klimaschutz und damit zu tun gehabt habe, dass man sich neuen Entwicklungen nicht in den Weg stellen wolle.

Jetzt sei eine Art Rückwärtsbewegung eingetreten. Niemand sei der Meinung, dass sich Schulen nicht mehr mit Digitalisierung beschäftigen oder keine Geräte mehr nutzen dürften. Berücksichtigt werden müsse dabei auch immer das Alter der Schülerinnen und Schüler. An weiterführenden Schulen sei die Digitalisierung weniger eine Frage der Diskussion als an Grundschulen, für die die Stiftung auch Materialien entwickelt habe. Als 2010 mit dem Medienführerschein begonnen worden sei, sei klar gewesen, dass an den Grundschulen nur mit analogen Materialien gearbeitet werden könne, weil es dort überhaupt keine digitale Ausstattung gegeben habe. Eine Medienkompetenzförderung sei auch analog möglich. Besser wären aber digitale Möglichkeiten, weil man damit näher am Thema sei. Die Stiftung habe deshalb die Digitalisierung der Materialien sehr stark betrieben und höre jetzt von den Lehrerinnen und Lehrern, dass es in der ersten, zweiten, dritten und vierten Klasse etwas schwierig sei, mit digitalen Materialien zu arbeiten, weil man dazu auch gut lesen können müsse. Dies sei in diesen Klassen oft nicht der Fall. Deshalb sei die Stiftung der Meinung, dass sie für die Grundschule digitale und analoge Materialien parallel laufen lassen müsse.

Carolina Trautner hält es für wichtig, dass die Kinder einerseits die Digitalisierung gut nutzen sollten, andererseits aber auch die Kompetenz entwickeln müssten, damit gut umzugehen. Zwischen der Handynutzung an der Schule insgesamt und der privaten Handynutzung in den Pausen werde manchmal etwas vermengt. Die Experten hätten sich beim Werkstattgespräch sehr deutlich für eine Reduzierung der Handynutzung in den Pausen ausgesprochen.

Der Präsident habe recht, wenn er fordere, dass die Eltern noch mehr abgeholt werden müssten. Im Gesundheitsbereich sei gerade mit den Kinderärzten ein Pakt für die Kindergesundheit abgeschlossen worden. Die Kinderarztpraxen hätten gebeten, dass die Mediennutzung noch stärker in den Fokus genommen werden müsse. Die Broschüren und Flyer, die von der Stiftung Medienpädagogik erstellt würden, sollten nicht nur in den Kitas, sondern auch in den Kinderarztpraxen ausgelegt werden, weil die Mediennutzung bei den Kinderärzten momentan ein ganz großes Thema sei.

Stephanie Schuhknecht berichtet aus der Schule ihres Sohnes, der die vierte Klasse der Grundschule besuche und dort den Medienführerschein bereits gemacht habe. An dieser Schule gebe es keine Eins-zu-eins-Ausstattung, sondern einen Leihsatz für die ganze Schule, der dort verwendet werde, wo er gebraucht werde. Viele benutzten auch die ANTON-App, über die auch Hausaufgaben aufgegeben würden. Diese App könne auf allen Geräten benutzt werden. Deshalb erscheine es sinnvoll, weiterhin zweigleisig zu fahren. Die digitale Ausstattung ganz herauszunehmen, wäre dramatisch. Viele Kinder hätten schon in der zweiten Klasse ein Handy. Auch wenn die Geräte wieder aus der Schule herausgenommen würden, könne diese Entwicklung nicht aufgehalten werden. Die Kinder sollten vielmehr lernen, vernünftig mit den Geräten umzugehen. Sie sollten wissen, für welche Aufgabenstellungen sie die Geräte verwenden könnten.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erinnert auf den Hinweis von Frau Trautner daran, dass der FLIMMO früher flächendeckend auch in den Kinderarztpraxen ausgelegt worden sei. Jetzt werde geplant, mit dem FLIMMO wieder auf die Kinderarztpraxen zuzugehen. Wie das im Detail geschehen solle, werde noch geprüft.

Vorsitzender Walter Keilbart hält fest, dass es bei der Medienpädagogik verschiedene Ansätze gebe und dass die Eltern dabei nicht aus der Pflicht gelassen werden dürften. Aus Gesprächen mit Leiterinnen von Kindergärten oder Grundschulen wisse er, wie stark die Eltern darauf angewiesen seien, fachkompetente Hilfen und Unterstützungen zu bekommen. Die Kitas und Schulen müssten Schnittstellen finden, um mit den Eltern ins Gespräch zu kommen und nicht immer nur die ganz interessierten Eltern zu erreichen.

14. Verschiedenes

Staatsminister Dr. Fabian Mehring weist darauf hin, dass die Staatsregierung plane, ab der achten Klasse die Komplettausstattung mit digitalen Endgeräten zu beginnen. Im Moment seien 450.000 Geräte im Umlauf. Wenn ab der achten Klasse die Komplettausstattung begonnen werde, stünden im Anschluss die 450.000 Geräte dafür zur Verfügung, das zu tun, was Frau Schuhknecht zuvor angemerkt habe. Mit diesen Geräten sollten situativ die unteren Klassen ausgestattet werden. Die Schulen sollten nicht vom rechten Weg abgebracht werden und sich nicht von den Ideen eines Professors Zierer und anderen leiten lassen, die forderten, die Schulen vor der Digitalisierung zu schützen. Wenn eine Boomer-Generation mit eklatanten Defiziten in der Medienkompetenz den Digital Natives die Mediennutzung verbieten wolle, sei dies nicht sehr zukunftsgerichtet. Auch die Erfindung des Buchdrucks und des Farbfernsehens könnten nicht mehr rückgängig gemacht werden. Deshalb sollten junge Menschen in der Medienkompetenz, der Schlüsselkompetenz der heutigen Zeit, fit gemacht werden.

Der Staatsminister erinnert daran, dass er schon mehrfach über die Bayernallianz gegen Desinformation im digitalen Raum berichtet habe, die auch von der BLM unterstützt werde. Diese Bayernallianz sei mittlerweile europaweit in Brüssel, Paris und Wien präsentiert worden, weil an dieser Allianz nicht nur die Staatsregierung, sondern auch die Tech-Konzerne, die Wissenschaft, die Medien und inzwischen 10 Millionen Bayerinnen und Bayern als zivilgesellschaftliche Bewegung beteiligt seien. Von der Bergwacht über die Kirchen und den Jugendring bis zu den Lehrerverbänden seien alle daran beteiligt. In der letzten Woche sei die Kampagne in Berlin mit allen dafür relevanten Partnern vorgestellt worden. Dabei habe die neue Staatssekretärin im Bundesdigitalministerium gesagt, diese Bayernallianz bundesweit zu skalieren. Damit sei genau das erreicht, was der Präsident immer gemeinsam mit ihm, Mehring, erreichen wollte. Bayern sei der „Frontrunner“, an dem keiner vorbeikomme. Wenn die Bayernallianz jetzt bundesweit skaliert werde, sollten auch die anderen Landesmedienanstalten mit einbezogen werden.

Ein weiteres Thema, über das im Medienrat diskutiert worden sei, sei die Plattformökonomie und die Frage der Digitalsteuer. Dazu habe es in den letzten Wochen eine intensive Debatte gegeben. Kulturstatsminister Weimer habe sich sehr richtig positioniert, während sich Bundesministerin Reiche anders positioniert habe. Jetzt wäre es an der Zeit, sich für dieses Thema einzubringen. Unerklärlich sei, dass in Deutschland jeder Handwerksbetrieb mehr besteuert werde als die großen Tech-Konzerne, die Social-Media-Plattformen betreiben. Wenn die Grenze für die Besteuerung bei einem Umsatzvolumen von 750.000 Millionen Euro eingezogen würde, würden kein einziges deutsches Unternehmen, kein Mittelständler, keine innovativen Betriebe, sondern ausschließlich die getroffen, die bei der Inauguration um Donald Trump herumgestanden seien. Die würden dann schon noch einmal über Zölle auf deutsche Autos nachdenken, wenn Deutschland im Gegenzug aufhöre, ein Steuerparadies für amerikanische Tech-Konzerne zu sein.

Deutschland brauche einen Mechanismus zur Refinanzierung von Qualitätsjournalismus. Große und kleine, zentrale und regionale Medienhäuser stellten Journalistinnen und Journalisten ein, die eine hochqualifizierte Ausbildung hätten und hoch bezahlt würden. Viel Geld müsse in diese Medienerzeugnisse investiert werden. Wenn dann jemand seine Fragen bei ChatGBT eingebe, suche ChatGBT die Antwort auf die Fragen in den qualitätsjournalistisch zustande gekommenen Erzeugnissen dieser Medienhäuser. Die Wertschöpfung komme damit nur bei ChatGBT an, während die Medienhäuser, die die Erzeugnisse produziert hätten, null Euro Ertrag hätten. Wenn es nicht gelinge, die Investitionen derer, die die Presseerzeugnisse für viel Geld produziert hätten, durch die, die Presseerzeugnisse weitergeben, ohne sie produziert zu haben, und damit viel Geld verdienten, refinanzieren zu lassen, dann könne öffentliche Meinungsbildung im digitalen Zeitalter nicht funktionieren. Deshalb bitte er, Mehring, dass sich die BLM und die anderen Landesmedienanstalten jetzt positionieren. Über diese Refinanzierung werde im nächsten Jahr im Rahmen des Zollstreits entschieden. Eine falsche Entscheidung würde für immer ein strukturelles Problem der Medienlandschaft, insbesondere der regionalen und der privaten Medien zur Folge haben. Er, Mehring, fühle sich in seiner Position zusammen mit Kulturstatsminister etwas alleine, und deshalb bitte er um Unterstützung.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede sieht es immer als schwierig, Dritte von seinen eigenen Positionen zu überzeugen. Dies gelte auch für die anderen Landesmedienanstalten. Das könne damit zusammenhängen, dass in anderen Ländern ein anderes Selbstverständnis gepflegt werden, aber auch damit, dass die Medienlandschaft in anderen Ländern nicht mehr so vielfältig sei wie in Bayern.

Ein anderes Argument habe gelautet, der Schutz der privaten Anbieter gelinge nur auf der europäischen Ebene. Mit dem Digital Services Act sei eigentlich eine richtige Idee verfolgt worden. Die ganzen Fälle sollten in Brüssel gesammelt werden, und Brüssel habe dann die Macht, gegen die Plattformen vorzugehen. Bayern habe 92 % aller Fälle aus ganz Europa bei der EU gemeldet und liege damit vor allen anderen Medienanstalten. Auf Anfragen, wie mit den gemeldeten Fällen verfahren werde, seien immer sibyllinische Antworten gegeben worden. Mittlerweile kristallisiere sich heraus, dass die EU-Kommission die Verfolgung rechtswidriger Inhalte unter anderen Gesichtspunkten wie beispielsweise Zöllen behandle. Dies zeige, wie heikel es sei, die Letztentscheidung über Medienaufsicht bei einer staatlich beeinflussten Stelle wie der EU-Kommission zu belassen, was bei dezentralen Stellen ganz anders sei. Die Hoffnung, dass ein Problem in Brüssel zentral gelöst werden könne, verkehre sich damit ins Gegenteil. Das Problem rechtswidriger Inhalte habe auf nationalstaatlicher Ebene im föderalen System gelöst werden können. Nachdem die Lösung zentralisiert worden sei, sehe er, Schmiede, eklatante Schwächen. Dass die EU-Kommission es nicht schaffe, in den nach Brüssel gemeldeten Fällen ein Verfahren in Gang zu setzen, bestärke ihn darin, den föderalen Ansatz wieder stärker ins Bewusstsein zu rufen.

Dr. Roland Gertz bittet Staatsminister Dr. Mehring darum, auf den Ministerpräsidenten einzuwirken, dass er um die Verfolgung rechtswidriger Inhalte genauso kämpfe wie um die Ferienregelung in Bayern.

Vorsitzender Walter Keilbart erinnert an das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen GATT. Hätte man seinerzeit bei der Diskussion um ein Handelsabkommen mit den USA im Rahmen des GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) intensiver über die Inhalte des gegenseitigen Warenaustausches anstatt über die Risiken beim Genuss von sogenannten „Chlorhühnchen“ gesprochen, wäre die allgegenwärtige Trumpsche Drohung in Zollfragen vielleicht nicht so erfolgreich. Das, was der Staatsminister und der Präsident angesprochen hätten, sei wichtig. Er, Keilbart, halte es für wichtig, sich damit auseinanderzusetzen, um zu einer fundierten Position zu kommen, denn nur fundierte Positionen fänden Gehör.

Nachdem keine weiteren Wortmeldungen mehr vorliegen, schließt der Vorsitzende die Sitzung, dankt allen Beteiligten und wünscht eine gute Heimfahrt.

Schluss der Sitzung: 15:37 Uhr



Protokollführer



Vorsitzender



Schriftführer

**20. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 17.07.2025, 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	
Oetzing, 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	