

26. Sitzung des Medienrats

16.07.2026 | 13:38 bis 15:35 Uhr

Vorsitz Walter Keilbart

Protokoll Alfred Vogel

Anwesend siehe beigefügte Teilnehmendenliste

Tagesordnung

1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Tagesordnung
3. Genehmigung der Niederschrift über die 25. Sitzung am 07.05.2026
4. Bericht des Vorsitzenden
5. Bericht des Präsidenten
6. Änderung der Programmförderungs-Richtlinie
7. Programmliche Fördermaßnahmen 2026 für DAB-Only-Programme und DAB-Only-Anbieter
8. Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke
9. Verschiedenes

Die Sitzung ist öffentlich.

Vorsitzender Walter Keilbart eröffnet die 26. Sitzung des Medienrats und begrüßt alle Anwesenden sehr herzlich.

TOP 1 Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit

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

TOP 2 Genehmigung der Tagesordnung

Vorsitzender Walter Keilbart stellt Einverständnis mit der Tagesordnung fest.

TOP 3 Genehmigung der Niederschrift über die 25. Sitzung am 07.05.2026

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass gegen die Niederschrift über die 25. Sitzung des Medienrats am 07.05.2026 keine Einwände erhoben werden. Die Niederschrift sei damit einstimmig genehmigt.

TOP 4 Bericht des Vorsitzenden

Vorsitzender Walter Keilbart berichtet zunächst aus der Sitzung des Kuratoriums der Stiftung Medienpädagogik, die sich wieder einmal mit KI, Social Media, einem eventuellen Verbot von Social Media und vor allem der Schulung der Menschen unter diesem besonderen Gesichtspunkt auseinandergesetzt habe. Ein Dank gelte allen, die sich mit diesen Themen beschäftigten, vor allem dem Vorsitzenden des Ausschusses für Medienkompetenz und Inhalte, Michael Schwägerl. Die Menschen, insbesondere die jungen Menschen, müssten ertüchtigt werden, mit den Herausforderungen dieser Themen umzugehen. Auch Frau von der Leyen habe sich vonseiten der EU-Kommission zu einer Altersgrenze für die Nutzung von Social Media geäußert, ohne konkret zu sagen, wie diese Begrenzung funktionieren solle. Ein einfaches Verbot sei eine vermeintlich einfache Lösung, die aber sicherlich nur begrenzt wirksam sei. Wichtig sei parallel dazu die Arbeit der Stiftung Medienpädagogik, die auch von vielen bayerischen Ministerien unterstützt werde. Nur mit Unterstützung aus der Politik könne die gesellschaftliche Situation greifbarer gemacht werden.

Im weiteren Verlauf seines Berichts geht der Vorsitzende auf die Umbaumaßnahmen ein, mit denen sich der Verwaltungsrat in seiner letzten Sitzung befasst habe. Umgebaut werden solle dabei auch der große Sitzungssaal. Anlass für den Umbau seien unter anderem die notwendige Modernisierung der Medientechnik und brandschutztechnische Anforderungen. Gerade brandschutztechnischen Maßnahmen komme eine besonders große Bedeutung zu, weil es dabei immer auch um die Sicherheit von Menschen gehe. Der Sit-

zungssaal sei die Herzkammer des Medienrats, und deshalb sei es auch für den Medienrat und dessen Vorstand von Interesse, welche Planungen der Verwaltungsrat vorsehe. Der Vorstand tausche sich dazu mit dem Verwaltungsrat aus, um die Interessen des Medienrats in die weiterführende Planung einzubringen. In der Landeszentrale für neue Medien müsse auch die Technik auf dem neuesten und modernsten Stand sein.

Abschließend teilt der Vorsitzende mit, dass er ein Schreiben an die entsendenden Organisationen versenden werde, in dem darauf hingewiesen werde, dass die Amtszeit der Mitglieder des Medienrats mit Ausnahme der Vertreter des Landtags und der Staatsregierung im nächsten Jahr ende und deshalb die Mitglieder des Medienrats neu gewählt bzw. entsandt werden müssten. Nicht mehr angehören würden dem neuen Medienrat: Dr. Oliver Bär, Katharina Geiger, Paul Hansel, Christa Hasenmeile, Dr. Charlotte Knobloch, Franz Krah, Ulla Kriebel, Thomas Rebensburg, Dr. Markus Rick, Peter Rottner, Arwed Vogel und er, Keilbart, selbst. Bei allen Damen und Herren, die ausscheiden, sei eine Wiederwahl aus gesetzlichen Gründen nicht mehr möglich.

Schließlich gibt der Vorsitzende noch einen Terminhinweis: Staatsminister Dr. Florian Herrmann habe zu einem Round-Table-Gespräch zur Zukunft des Radios am Montag, dem 27. Juli 2026 eingeladen. Die Zukunft des Radios sei ein wichtiges Thema. Frau Weber von Antenne Bayern und andere Vertreter der Radiosender hätten die schwierige Finanzierung des Radios hervorgehoben. Radio sei ein Wirtschaftsunternehmen. Es müsse sich auf welche Art und Weise auch immer wirtschaftlich tragen und könne nicht nur von Zuschüssen leben. Die Bewegung in der Branche gelte es zu unterstützen. Die Unterstützung des Radios hätten die Geschäftsführung der BLM und der Medienrat mit seinen Beschlüssen durch die Audiostrategie 2025 längst auf den Weg gebracht. Die Lokalradios müssten sich auf neue Zeiten einstellen und vielleicht auch neue Formen der Kooperation wahrnehmen. Sie müssten in ihrer Art und Weise für ihr Medium und dessen Attraktivität sorgen.

TOP 5 Bericht des Präsidenten

Präsident Dr. Thorsten Schmiede geht zunächst auf das Thema „**Informationsvielfalt**“ ein, welches die BLM bereits seit 40 Jahren beschäftige und das auch bei den Lokalmedientagen eine Rolle gespielt habe. Der BLM werde immer wieder vorgehalten, dass sie zwar sehr viele regionale und lokale Angebote unterstütze und fördere, dass aber diese Förderung nichts nütze, wenn das Angebot in einer von Algorithmen geprägten Medienutzung nicht auffindbar sei.

80 % der unter 30-Jährigen nähmen Informationen zum aktuellen Zeitgeschehen überwiegend über soziale Netzwerke wahr. Sie nutzten am häufigsten politische und gesellschaftliche Kurzvideos. Unter den regelmäßigen TikTok-Nutzenden sähen 83 % solche Inhalte zumindest gelegentlich, bei Instagram-Reels seien es 72 % und bei YouTube-Shorts

69 %. Dabei seien politische Inhalte in Kurzvideo-Formaten für einen relevanten Teil der Nutzenden auch wahlentscheidend gewesen. Rund um die Bundestagswahl sei betrachtet worden, wie hoch der Informationsanteil auf Social Media gewesen sei. Das Ergebnis sei erschreckend gewesen. Beim Rundfunk werde darauf geachtet, dass jeder Radiosender zur vollen Stunde Nachrichten ins Programm aufnehme. Vollprogramme hätten die Vorgabe, Nachrichten anbieten zu müssen. Die Informationsangebote seien vorhanden und könnten genutzt werden. Selbst in den Halbzeitpausen der Fußball-WM-Spiele habe man in der einen oder anderen Form das Tages- und Weltgeschehen mitbekommen.

Bei Betrachtung der Online-Welt müsse aber konstatiert werden, dass die klassischen Medien ihre Souveränität ein Stück weit an die Plattformen verloren hätten. Plattformen seien längst nicht mehr nur Unterhaltungsräume, sondern auch Informationsquellen und damit relevante Orte politischer Meinungsbildung. Um diese Meinung zu bilden, brauche es mehr ein Angebot an faktengestützten und professionell recherchierten Informationen als an aufgeheizter Meinungsmache. Bei TikTok herrsche das Phänomen, dass auch zwei Monate vor der Bundestagswahl der Anteil politischer Informationen im Feed nur 5 % betragen und der Anteil professionell recherchierter Informationen 1 % ausgemacht habe.

Diese Fakten seien besorgniserregend. Damit steuere man auf eine Art Informationswüste zu, aber nicht, weil keine Informationen vorhanden seien, sondern weil der Zugang zu von unabhängigen Journalisten recherchierten und in ihrer Ausrichtung höchst unterschiedlichen Informationen von gewinnorientierten Plattformen bestimmt würden, die eine andere Logik hätten und die im algorithmischen Dickicht bevorzugt nach oben gespült werden. Selbst lang erfahrene Experten für Social Media hätten in den letzten zwei, drei Jahren versucht, belastbare Faktoren zu identifizieren, die über den Erfolg oder Nichterfolg eines Informationsangebotes entscheiden. Ein Faktor sei, dass es auf dem Informationsmarkt Akteure geben, die ihren Sitz nicht in Deutschland und auch nicht in Europa hätten und sich auch bewusst nicht an die Vielfaltsregulierungen im deutschen Recht halten wollten. Diese setzten mittlerweile die Regeln und suchten sich möglicherweise ihre eigenen Informationsquellen aus, die darüber bestimmten, welche Informationen zur Verfügung gestellt werden.

Dieses Phänomen sei nicht ganz neu. Die Länder hätten sich schon im Herbst vergangenen Jahres die Versorgung mit Informationen aus professionell recherchierten Quellen als Thema vorgenommen. Die BLM wolle dabei nicht eine bestimmte Meinung protegieren oder bestimmte Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stärker gewichten, sondern eine Grundversorgung mit Informationen nach transparenten Regeln sicherstellen. Dass jeder in die Situation kommen könne, Informationen zur Verfügung zu stellen, sei im Moment nicht gewährleistet, sondern darüber entschieden andere. Zugespitzt gehe es nicht um einen Eingriff in die Pressefreiheit, sondern um den Schutz der Presse gegenüber kommerziellen oder politischen Interessen großer Plattformen.

Zur digitalen Souveränität gehöre es, selbst die Regeln zu setzen, nach denen Informationen verfügbar gemacht werden. Hinter der Einordnung von Informationen solle immer eine professionelle Redaktion stehen, die auch für die Verbreitung von Fehlinformationen hafte. Dazu brauche es einen Ansprechpartner, der bereit sei, Verantwortung zu übernehmen. Dies gebiete schon das Grundgesetz. Erfreulich sei, dass die Länder versuchten, eine Regelung, die ursprünglich nur für den Rundfunk gedacht gewesen sei, unter Anerkennung der Meinungs- und Medienfreiheit auch für die Medienintermediäre weiterzuentwickeln.

Im weiteren Verlauf berichtet der Präsident von den Verhandlungen vor dem Bundesverfassungsgericht über die von der KEF empfohlene, aber dann ausgesetzte **Erhöhung des Rundfunkbeitrags**. 2020 hätten 15 Bundesländer beabsichtigt, den Rundfunkbeitrag entsprechend einer Empfehlung der KEF von 17,50 Euro auf 18,36 Euro zu erhöhen. Sachsen-Anhalt habe dem dafür erforderlichen Staatsvertrag nicht zugestimmt. Das Bundesverfassungsgericht sei zu dem Ergebnis gekommen, dass die Ablehnung durch das Land Sachsen-Anhalt einen Verstoß gegen Artikel 5 des Grundgesetzes darstelle, aus dem ein Anspruch der Rundfunkanstalten auf eine angemessene Finanzierung folge, und habe in diesem Zusammenhang den Rundfunkbeitrag auf 18,36 Euro erhöht.

Zwei Jahre später habe die KEF empfohlen, den Rundfunkbeitrag auf 18,94 Euro zu erhöhen. Daraufhin hätten sich alle Länder auf eine Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geeinigt, mit der Synergien ausgeschöpft werden sollten, die sich auf den Rundfunkbeitrag auswirkten. Aus dem Grund hätten sie die Erhöhung des Rundfunkbeitrags für zwei Jahre ausgesetzt. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hätten dagegen Verfassungsbeschwerde beim Bundesverfassungsgericht eingelegt. Über diese Verfassungsbeschwerde, die auch schon zwei Jahre alt sei, sei jetzt verhandelt worden. Eine Veränderung der Sach- und Rechtslage habe sich insofern ergeben, als die KEF nunmehr für die Jahre 2027 und 2028 eine Anhebung um 28 Cent auf 18,64 Euro empfohlen habe, weil für die vergangenen zwei Jahre eine Sonderrücklage ausgereicht habe, um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auskömmlich zu finanzieren und die Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag höher gewesen seien als ursprünglich prognostiziert. Die KEF habe die Erhöhung des Rundfunkbeitrags ab 01.01.2027 um 28 Cent als ausreichend für die Jahre 2027 und 2028 angesehen.

Vor dem Bundesverfassungsgericht habe sich nun die Diskussion entsponnen, ob die Rundfunkanstalten dieser Empfehlung hätten folgen können oder ob sie die Möglichkeit gehabt hätten, aus der Empfehlung der KEF und im Zuge von Reformüberlegungen eine andere Beitragslogik zu entwickeln. Dass vom Bundesverfassungsgericht eine grundsätzliche Entscheidung erwartet werde, könne daran erkannt werden, dass an der mündlichen Verhandlung alle Intendanten und die meisten Justiziere und Verwaltungsdirektoren der Rundfunkanstalten teilgenommen hätten. Auch Vertreter aller Länder hätten teilgenommen. Auch für die Landeszentralen sei es interessant gewesen, wie sich der Rundfunkbeitrag entwickle. Für die Verfassungsrichter sei es wichtig gewesen, dass die Länder

einen Gestaltungsspielraum haben und dass bisher eine bedarfsgerechte Finanzierung sichergestellt gewesen sei. Deutlich geworden sei aber auch, dass die Länder kein Verfahren in Lauf gebracht hätten, um zum 1. Januar 2027 den Beitrag, wie jetzt empfohlen, um 28 Cent zu erhöhen. Spätestens ab diesem Zeitpunkt wäre nach Einschätzung der KEF eine bedarfsgerechte Finanzierung gefährdet. Einige Länder hätten darauf hingewiesen, dass es vor anstehenden Landtagswahlen schwierig sei, einen Rundfunkbeitragsstaatsvertrag abzuschließen.

Wie das Bundesverfassungsgericht entscheiden werde, traue er, Schmiede, sich nicht zu prognostizieren. Die Begründung des Urteils werde genauso wichtig sein wie das Ergebnis. Es stelle sich nur die Frage, wie weit der Gestaltungsspielraum der Länder reiche, um im Hinblick auf bestimmte angestrebte Reformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abweichende Entscheidungen zur Beitragshöhe zu empfehlen.

Ein Thema, das die BLM als KI-Koordinierungsstelle der Direktorenkonferenz besonders interessiere, sei die **KI-Regulierung**. Der Entwurf des Bundesdigitalministeriums sehe eine Bereichsausnahme für Mediendienste und Anbieter zu journalistischen Zwecken und zur Werbung vor. Trotz einiger Überlegungen der Regierung sei man optimistisch gewesen, dass der Bundestag keine abweichende Regelung vorschlagen werde. So sei es dann auch gekommen, allerdings hätten sich einige Länder überlegt, den Vermittlungsausschuss anzurufen. Überlegt worden sei, die Aufgabe der Marktüberwachung für KI-Systeme an die Bundesnetzagentur abzugeben. Dies sei glücklicherweise nicht erfolgt. Der Bundestag habe am 11. Juni 2026 das KI-Marktüberwachungs- und Innovationsgesetz beschlossen, dem der Bundesrat nicht widersprochen habe. Danach seien die Länder für die KI-Regulierung für die Medien zuständig. Inzwischen sei auch schon ein Staatsvertrag auf den Weg gebracht worden, der die Zuständigkeit klarstellen solle. Auch ohne diese Klarstellung könne die Landeszentrale mit der Bereichsausnahme auf der Grundlage des bestehenden Medienstaatsvertrags KI-Verfahren durchführen, was sie derzeit auch tue. Trotzdem bedürften die Befugnisse der Landesmedienanstalten einer stärkeren Klarstellung.

Offensichtlich habe sich die Bundesnetzagentur damit abgefunden, dass die Medienanstalten nun für die KI-Regulierung in den Medien zuständig seien. Ein Reallabor sei hier bereits vorhanden. Die Bundesnetzagentur überlege gerade, wie geplant werden könnte, ein KI-Labor zu vergeben. Die Überlegungen und Planungen seien aber noch in den Anfängen. Er, Schmiede, vermute nicht, dass es zeitnah ein vergleichbares Reallabor geben werde. Die Bundesnetzagentur habe zwar aufgenommen, wie sich die BLM die KI-Regulierung vorstelle. Umgekehrt lasse sich die Bundesnetzagentur aber auch nicht in die Karten schauen, welche Vorstellungen sie von Marktüberwachung habe.

Die BLM habe die besten Voraussetzungen für die KI-Überwachung. Sie sei auch schon in Sachen KI und Kennzeichnungspflichten tätig geworden. Wenn zum Beispiel synthetische Stimmen für die Einspielung von Radiowerbung eingesetzt werden, stelle sich die Frage,

wie dies gekennzeichnet werden müsse, weil die Werbung die Durchhörbarkeit der Programme störe. Auch sei zu klären, welche Warnhinweise gegeben werden sollten und wer die Kosten dafür tragen müsse. Dazu könne momentan noch keine endgültige Aussage getroffen werden, weil die EU-Kommission schon seit längerem zugesagt habe, die Bestimmungen über Kennzeichnung und Transparenz im Audibereich zu konkretisieren. Die Landesmedienanstalten versuchten dabei, eine sehr ausgewogene Anwendung der Vorschriften sicherzustellen. Ohne das Hörgefühl zu stören, müssten die Hörer die Möglichkeit haben, zu erfahren, wo KI eingesetzt werde.

Erfreulich sei eine Entscheidung des EuGH von Mitte Juni, mit der der **nationale Jugendschutz** gestärkt worden sei. Grob gesagt sei es darum gegangen, wie die europäischen Länder im Einzelfall gegen Pornoplattformen vorgehen dürften. Bisher hätten die Länder nach Urteilen deutscher Verwaltungsgerichte dazu keine Befugnisse gehabt. Der EuGH lasse dagegen in Einzelfällen eine Abweichung vom Herkunftslandprinzip, das ansonsten für große Plattformen in Europa gelte, zu, wenn der Schutz von Kindern und Jugendlichen vorgehe. Danach dürfe im Zielort des Angebots für ein entsprechendes Niveau des Kinder- und Jugendschutzes gesorgt werden. Jenseits des Mitgliedsstaates, in dem die Plattform ihren Sitz habe, könne auch der Staat, der Ziel des Angebots sei, tätig werden. Der Jugendschutz mache nicht an Landesgrenzen Halt.

Spannend seien auch die Aussagen des EuGH zum Plattformprivileg. Danach sei der, der durch Algorithmen Inhalte kontrolliere, nicht automatisch von der Haftung befreit. Erstens sei digitale Verantwortung keine Frage des Geschäftsmodells. Jugendschutz müsse effektiv, verhältnismäßig und europarechtskonform dort ansetzen, wo Risiken für Minderjährige entstehen. Zweitens sei derjenige, der seine Plattform steuere, auch dafür verantwortlich.

Vorsitzender Walter Keilbart fügt hinzu, dass auch im Wirtschaftsleben der Grundsatz gelte: Wer etwas in Verkehr bringe, sei auch für die Funktionsfähigkeit und die Richtigkeit verantwortlich. Insofern erscheine es konsequent, dass für Plattformen ähnliches gelte.

Staatsminister Dr. Fabian Mehring dankt zunächst für die Positionierung zur Frage der Medienkompetenz im Zusammenhang mit Social Media. Über die Frage eines Verbots von Social Media sei etliche Male debattiert worden. Mittlerweile liege ein wissenschaftsbasierter empirischer Evidenzbeweis vor, der klar zum Ausdruck bringe, dass ein Social-Media-Verbot allein nichts bringe. Drei Monate nach Einführung des Verbots in Australien seien 85 % der Nutzerinnen und Nutzer auf den gleichen Plattformen unterwegs, wie zuvor, obwohl sie dort eigentlich nicht mehr unterwegs sein dürften. Egal, ob man für oder gegen ein Verbot sei, sei es wichtig Medienkompetenz zu vermitteln. Medienkompetenz sei eine Schlüsselkompetenz.

Die Anrufung des Vermittlungsausschusses gegen die KI-Regulierungen sei nicht von Bayern ausgegangen. Die Initiative, den Vermittlungsausschuss anzurufen, sei von anderen B-Ländern ausgegangen. Bayern habe sich dem nicht angeschlossen. Die Idee des Bundes sei gewesen, dass die Länder selbst die Überwachung übernehmen, dafür aber keine gesonderten Stellen und Mittel erhielten. Er, Mehring, empfehle zum Beispiel einen Austausch mit dem Verbraucherschutzminister, der die Marktüberwachung durch die ihm nachgelagerten Behörden durchführen lassen solle, die dafür aber auch Stellen bräuchten. Dass die Länder dafür keinen einzigen Euro erhielten, sei der Grund für die Skepsis des einen oder anderen Landes gewesen. Einigkeit habe darüber bestanden, dass das KI-Labor bei der BLM angesiedelt werde, dass die BLM die Marktüberwachung deutschlandweit als Pionierleistung übernehme und auch staatsfern sei, eine Superidee sei. Einigkeit habe auch darüber bestanden, dass die Überwachung nicht von der Bundesnetzagentur durchgeführt werden solle, sondern dass die Länder im Sinne des Föderalismus und die Landesmedienanstalten im Sinne der staatsferne dies selbst tun sollten.

Dass der Präsident und der Medienrat sich bereit erklärt hätten, Mittel für die Marktüberwachung auch unter Kritik des Rechnungshofes und anderer freizugeben und deutschlandweit voranzugehen, sei ein starkes Zeichen gewesen. Jetzt sei es genauso gekommen, wie es der Präsident und der Medienrat beabsichtigt hätten. Damit habe sich der Medienrat im besten Sinn des Wortes mit Ruhm bekleckert. Allen, die dem zugestimmt hätten, gebühre dafür ein großer Dank.

Vorsitzender Walter Keilbart erklärt, er sei seinem Vorgänger im Amt, Dr. Joos, außerordentlich dafür dankbar, dass dieser für die Gründung der Stiftung Medienpädagogik der BLM eingetreten sei, die viele gute Projekte durchgeführt habe.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede weist darauf hin, dass die BLM über eine Stelle verfüge, die nicht nur für Bayern, sondern auch für die Koordinierung der Marktüberwachung in den anderen Medienanstalten eingerichtet worden sei. Diese Stelle sei auch für die BLM ein Kraftakt. Dafür müssten Mittel umgeschichtet werden. Die Marktüberwachung sei eine Daueraufgabe. Die BLM versuche, diese Aufgabe so effizient wie möglich zu erfüllen. Auch wenn die BLM dafür keine Kofinanzierung vom Bund bekomme, sei die Stelle dennoch wichtig.

Michael Schwägerl hält den Zeitpunkt, über ein Social-Media-Verbot für Kinder und Jugendliche zu entscheiden, für etwas verfrüht. Er erwarte auch nicht, dass Kinder und Jugendliche, die schon vier oder fünf Jahre Social Media nutzten, mit Inkrafttreten eines Verbots sofort die Nutzung einstellen. Dennoch solle man die Entwicklung weiter beobachten. Die Diskussion über ein Verbot sei noch nicht zu Ende. Social Media sei nicht irgendeine Spielplattform für Kinder. Deswegen gelten alle Anstrengungen der Vermittlung von E-Kompetenz und allen anderen Maßnahmen, die in der Schule durchgeführt

werden. Mit einem Social-Media-Verbot würde es sich ähnlich verhalten wie mit dem Alkoholverbot, das auch von Jugendlichen unterlaufen werde. Die Diskussion über Social Media werde sich verändern, und die nachwachsenden Generationen würden sich bei der Nutzung von Social Media anders verhalten. Deshalb solle derzeit noch kein endgültiges Urteil über das Experiment eines Social-Media-Verbots in Australien gefällt werden.

TOP 6 Änderung der Programmförderungs-Richtlinie

Dr. Thomas Kuhn (Vorsitzender des Ausschusses für Grundsatz-, Finanz- und Strategiefragen) teilt mit, dass der Grundsatzausschuss am 30.06.2026 über die Änderung der Programmförderungs-Richtlinie beraten habe. Zum einen sollten die kirchlichen Förderangebote um weltanschauliche Themen erweitert werden. Dies habe zu einer grundsätzlichen Debatte darüber geführt, was unter Weltanschauung zu verstehen sei. Die Erweiterung um die weltanschaulichen Themen eröffne die Möglichkeit, unter diese Fördermöglichkeiten auch Sendungen mit philosophischen und humanistischen Inhalten zu subsumieren.

Zum zweiten solle das Förderverfahren geändert werden. Zukünftig solle die Förderung ausschließlich online abgewickelt werden, sodass Vorschriften über Fristen und Adressen entsprechend angepasst werden müssen. Herr Dr. Kuhn schlägt abschließend Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Grundsatzausschusses vor.

Prof. Dr. Klaus Stüwe vermag die Erweiterung der Förderung auf weltanschauliche Themen nicht zu unterstützen. Weltanschauung sei ein sehr viel umfassenderer Begriff als kirchliche Themen. Weltanschauung umfasse nicht nur philosophisches und humanistisches Gedankengut, das auch sinnstiftend sein könne, sondern auch nichtreligiöse und säkulare Angebote. Gegen die Förderung weltanschaulicher Angebote sei unter dem Gesichtspunkt der Meinungsvielfalt nichts einzuwenden, allerdings sollten die Grenzen zwischen kirchlichen und weltanschaulichen Angeboten nicht dadurch verwischt werden, dass letztere den kirchlichen Angeboten untergeordnet würden. Besser wäre es, weltanschauliche Angebote unter einer eigenen Rubrik zu fördern.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede macht darauf aufmerksam, dass von Art. 4 Grundgesetz unter der Überschrift Religionsfreiheit neben religiösen auch weltanschauliche Bekenntnisse geschützt seien. Wenn weltanschauliche Angebote jetzt nicht gefördert würden, könne es Probleme mit Art. 4 Grundgesetz geben.

Prof. Dr. Klaus Stüwe sieht insofern einen Unterschied zu Art. 4 Grundgesetz, als darin auch die Freiheit gewährt werde, nicht religiös zu sein. In der Förderrichtlinie stünden die weltanschaulichen Angebote allerdings unter der Überschrift der kirchlichen Angebote.

Dr. Roland Gertz stellt klar, dass unter Weltanschauung auch extrem linke oder extrem rechte Positionen verstanden werden könnten. Auch Rassismus stelle eine Weltanschauung dar. Solche Weltanschauungen halte er nicht für förderungsfähig.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede sieht die negative Religionsfreiheit als von Art. 4 Grundgesetz geschützt. Was unter Weltanschauung zu verstehen sei, habe das Bundesverfassungsgericht in zahlreichen Entscheidungen konkretisiert. Wenn weltanschauliche Angebote nicht mehr unterstützt würden, erscheine dies unter dem Gesichtspunkt des Art. 4 Grundgesetz bedenklich.

Dr. Thomas Kuhn (Vorsitzender des Ausschusses für Grundsatz-, Finanz- und Strategiefragen) rät davon ab, in der Förderrichtlinie zu unterscheiden, was als weltanschaulich gut und als weltanschaulich schlecht zu verstehen sei. Die Förderrichtlinie sei so breit angelegt, dass wie bisher beurteilt werden könne, was förderfähig sei, und dass Ausreißer sowohl in religiöser als auch in weltanschaulicher Hinsicht eingefangen werden können.

Prof. Rudolf Ramming wirft ein, dass er mit kirchlich eine ganz bestimmte Form der Religionsausübung verbinde.

Beschluss

Zustimmung zur Beschlussempfehlung des Ausschusses für Grundsatz-, Finanz- und Strategiefragen vom 30.06.2026 (bei 1 Gegenstimme und 7 Enthaltungen).

TOP 7 Programmliche Fördermaßnahmen 2026 für DAB-Only-Programme und DAB-Only-Anbieter

Michael Schwägerl (Vorsitzender des Ausschusses für Medienkompetenz und Inhalte) erinnert daran, dass der Medienrat mit der Audio-Strategie 2025 beschlossen habe, die Weiterentwicklung des privaten Hörfunks – auch und besonders für DAB-Only-Programme – nachhaltig zu fördern.

Vor diesem Hintergrund habe die Landeszentrale wie im vergangenen Jahr für das Jahr 2026 drei Fördermaßnahmen angeboten, die gezielt auf die Bedarfe von DAB-Only-Anbietern und DAB-Only-Programmen ausgerichtet seien: Die DAB-Only-Programmförderung, die DAB-Only-Innovationsförderung und die DAB-Only-Programmberatungsförderung. Die Einreichungsfrist für Anträge auf DAB-Only-Förderung sei am 04.06.2026 abgelaufen.

Ziel der DAB-Only-Förderung sei es, die DAB-Only-Anbieter dabei zu unterstützen, hochwertige Programme mit inhaltlichen Schwerpunkten, insbesondere in den Bereichen Soziales, Kirche, Kultur und Wirtschaft, herzustellen und weiterzuentwickeln. Für die DAB-

Only-Programm-Förderung seien bis zum Fristende acht Förderanträge von vier Anbietern eingereicht worden. Das Antragsvolumen habe mit 82.492 Euro deutlich unter den zur Verfügung stehenden Fördermitteln von 180.000 Euro gelegen.

Durch die DAB-Only-Innovationsförderung sollten die Innovationskraft von DAB-Only-Anbietern und DAB-Only-Programmen gezielt gestärkt und die Programme zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Gefördert würden kreative Audioprojekte, die neue digitale Technologien nutzen, neue Zielgruppen erschließen oder das lineare Programm crossmedial erweitern. Für die DAB-Only-Innovationsförderung seien bis zum Fristende neun Förderanträge von vier Anbietern eingereicht worden. Das Antragsvolumen habe mit 111.255 Euro über den zur Verfügung stehenden Fördermitteln in Höhe von 100.000 Euro gelegen.

Mit der DAB-Only-Programmberatungsförderung habe die Möglichkeit bestanden, eine einmalige externe Programmberatung durch erfahrene Fachleute zu beantragen. Dafür seien bis zum Fristende zehn Förderanträge von vier Anbietern eingereicht worden. Das Antragsvolumen habe mit 13.900 Euro unter den zur Verfügung stehenden Fördermitteln von 20.000 Euro gelegen. Insgesamt seien 27 Anträge von sechs Anbietern eingereicht worden. Die Antragssumme insgesamt habe mit 207.648 Euro deutlich unter den zur Verfügung stehenden Gesamtfördermitteln in Höhe von 300.000 Euro gelegen.

Der Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte habe sich intensiv mit den Anträgen und auch damit auseinandergesetzt, warum die zur Verfügung stehenden Mittel nicht ausgeschöpft worden seien. Dafür seien mehrere Faktoren ausschlaggebend. Viele der förderberechtigten DAB-Only-Programme seien in erster Linie musikorientiert und enthielten nur einen geringen Anteil an Wortbeiträgen. Hinzu komme, dass die personellen Ressourcen bei zahlreichen Anbietern begrenzt seien, wodurch die Entwicklung aufwendiger Wortformate oder innovativer Angebote nur eingeschränkt möglich sei. Darüber hinaus könnten einige Programme aufgrund der Vorgaben des EU-Beihilferechts keine weiteren Fördermittel in Anspruch nehmen, da sie die nach der De-minimis-Regelung zulässigen Höchstbeiträge bereits ausgeschöpft hätten.

Nach Beratung habe der Ausschuss beschlossen, mit geringfügigen Deckelungen gemäß den Teilnahmebedingungen alle eingereichten Projekte mit einer Fördersumme in Höhe von 204.948 Euro zu fördern. Da die Mittel aller drei Förderprogramme gegenseitig deckungsfähig seien, hätten die zu viel beantragten Mittel bei der DAB-Only-Innovationsförderung in Höhe von 11.255 Euro durch Übertragung der verbliebenen Mittel für die DAB-Only-Programmförderung bewilligt werden können.

Die verbleibenden Mittel in Höhe von rund 95.000 Euro sollten weiterhin für förderfähige DAB-Only-Programme zur Verfügung gestellt werden. Aktuell werde geprüft, in welcher Form die Mittel vergeben werden könnten.

Konkrete Angaben zu den geförderten Projekten und den entsprechenden Förderhöhen enthalte die Anlage.

TOP 8 Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erinnert daran, dass die Lokalmedientage über viele Jahre Lokalrundfunktage hießen. Die Umbenennung sei ein klares Signal dafür, dass der Transformation Rechnung getragen werde. Alle Anbieter hätten darauf verwiesen, dass sie nicht nur Radio- oder Fernsehanbieter, sondern Medienhäuser seien, die auch inhaltlich versuchen müssten, auf verschiedenen Wegen aktiv zu sein. Das Selbstverständnis der Branche habe sich zunehmend geändert, sodass mit der Umbenennung diesem Wandel des Selbstverständnisses gefolgt werde. Die Lokalmedientage dürften aber nicht mit den Münchner Medientagen verwechselt werden, die nicht auf die lokalen Medien beschränkt seien. Umgekehrt bestehe mit den Lokalmedientagen die Möglichkeit, Anbieter aus den Reihen der lokalen Presse auch in die Diskussion mit einzubeziehen

Die Teilnehmerzahl sei im Vergleich zu den früheren Lokalrundfunktagen gleichgeblieben, was bei einer Branche, die strukturell schrumpfe, ein Ausdruck dessen sei, dass auf den Lokalmedientagen relevante Themen behandelt worden seien, dass aber auch der Teilnehmerkreis geöffnet worden sei. Im Fokus der Veranstaltung hätten Transformation und Innovation gestanden. Mit Formaten wie zum Beispiel „Fishbowl“ seien neue kommunikative und informative Formate zum Einsatz gekommen. Diese Themen habe er in der nachfolgenden Präsentation zusammengefasst, damit der Medienrat sich ein umfassendes Bild machen könne.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 2)

Der Vergleich der Reichweiten von Lokal-TV und den großen bundesweiten Angeboten zwischen 2014 und 2026 zeige, dass die Reichweiten insgesamt rückläufig seien, dass aber die Reichweiten der großen bundesweiten Sender stärker zurückgegangen seien als die der lokalen Anbieter. In einem schwierigen Umfeld sei die lokale TV-Branche vergleichsweise stabil geblieben. Dies habe auch mit Innovation zu tun, weil die Unterstützung durch den Freistaat Bayern und die BLM dazu beigetragen habe, dass das Lokal-TV seine Qualität verbessert habe und als zeitgemäßes professionelles Format und als Informationsquelle wahrgenommen werde. Dennoch müsse man sich darüber Gedanken machen, wie die Nutzer in ihrem neuen Nutzungsverhalten erreicht werden können.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 3, 4)

Für das lokale Radio sei 2023 eine Prognose zur Entwicklung der Verbreitungswege erstellt worden. Dabei sei die Entwicklung seit 2018 linear fortgeschrieben worden. Der Rückgang von UKW sei zwar etwas geringer, als die Prognose aus dem Jahr 2023 haben vermuten lassen. Gleichzeitig sei die DAB-Nutzung nicht mehr ganz so gestiegen, wie es ursprünglich erhofft worden sei. 2026 sei zum ersten Mal die UKW-Verbreitung durch die ausschließlich digitale Verbreitung überholt worden. Während in den letzten sechs, sieben Jahren die Hybridnutzung von digitaler Verbreitung und UKW immer konstant zwischen

24 % und 26 % gelegen habe, habe sich die ausschließlich digitale Verbreitung immer mehr gesteigert.

Interessant sei, dass die IP-Nutzung von Radio nur langsam steige. In Österreich sei diese Entwicklung ganz anders. Dort sei DAB+ deutlich weniger verbreitet. Der Rückgang der UKW-Nutzung werde vielmehr durch eine zunehmende IP-Nutzung kompensiert. Auch hier müsse den Sendern und auch den Nutzern noch stärker vermittelt werden, dass mit DAB+ ein vergleichsweise günstiger und hochwertiger Verbreitungsweg für Radiosendungen zur Verfügung stehe.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 5)

Der Lokaljournalismus sei wichtig, weil er Teil der demokratischen Infrastruktur sei. Er schaffe Orientierung, ordne Entwicklungen vor Ort ein und ermögliche einen gesellschaftlichen Dialog. Zugleich gerate die lokale Berichterstattung durch verändertes Nutzungsverhalten, sinkende Erlöse, steigende Kosten und den wachsenden Einfluss großer Plattformen zunehmend unter Druck. Deshalb müsse ein Schutzschirm aufgestellt werden, der unterschiedliche Streben habe.

Zum einen litten lokale Informationen unter der schlechten Auffindbarkeit. Deshalb müsse eine Wahrnehmung in allen Zielgruppen angestrebt werden. Dies betreffe sowohl die algorithmisch gesteuerten Plattformen und digitalen Ausspielwege seitens der Inhalteanbieter. Die Anbieter müssten sich intensiv darüber Gedanken machen, wie ihre Programme auf den verschiedenen Verbreitungswegen wahrgenommen und aufgefunden werden. Informative und lokal relevante Beiträge dürften auf algorithmisch gesteuerten Plattformen nicht strukturell gegenüber besonders emotionalisierten oder rein unterhaltenden Inhalten benachteiligt werden. Daraus ergebe sich ein Bedarf an Plattformregulierung, die faire Chancen auf Reichweite ermögliche und den gesellschaftlichen Wert lokaler Information stärker berücksichtige.

Eine weitere Strebe des Schutzschirms seien Kooperationen, die dazu dienen, Kosten einzusparen. Kooperation müsse aber auch Vielfalt sichern und dürfe sie nicht gefährden. Kräfte müssten gebündelt werden, aber dies dürfe nicht zu Lasten der Vielfalt gehen. Unter dem Gesichtspunkt des Wettbewerbs seien nach dem GWB sehr viele Kooperationen ausgeschlossen, es sei denn, sie dienten der Stärkung von Marktkräften in einem schwierigen Umfeld. Die Kräftebündelung sei vor allem bei Innovationen wichtig. KI biete zwar riesige Chancen, verlange aber auch Investitionen, und zwar nicht nur die Investition von Geld, sondern auch die Investition von Ideen. Dabei müsse nicht jeder parallel das gleiche entwickeln. Innovation könne nicht an einem einzelnen Projekt festgemacht werden, sondern Innovation müsse in der Unternehmenskultur umgesetzt werden. Innovation bedeute die Bereitschaft, neue Wege zu gehen und den Blick auf zukünftige Entwicklungen zu richten.

Über allem stehe die Finanzierung. Die Erlöse hätten sich durch das Hinzutreten neuer Akteure, die selbst keine Inhalte produzieren, verschoben. Einen Vielfaltsbeitrag erbrächten die großen Fernsehsender schon seit vielen Jahren. RTL und Sat1 seien tatsächlich finanziell daran beteiligt, lokale Vielfalt zu gewährleisten. Die Frage dabei sei aber, ob der Vielfaltsbeitrag auch in die nichtlineare Welt überführt werden könne. Die Vielfaltsabgabe dürfe kein Zwangsbeitrag werden, was auch beihilferechtliche Probleme verursachen könnte. Große Plattformen müssten stärker in die Verantwortung genommen werden, wenn sie mit lokalen Inhalten Reichweite, Aufmerksamkeit und Erlöse generierten. Auf Ebene der Länder gebe es erste Ansätze, den Vielfaltsbeitrag ähnlich wie bei den Fensterpflichtungen von RTL und Sat1 im Medienstaatsvertrag zu regeln. Neben klassischen Erlösmodellen seien zusätzliche Finanzierungswege wie Online-Abonnements, Mitgliedschaften, Community-Angebote und Live-Formate denkbar.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 6)

Auf die Notwendigkeit der Auffindbarkeit hätten die Hörfunkanbieter deutlich hingewiesen. Der Werbemarkt werde immer programmatischer. Gebucht werde nicht nur Radio, sondern eine Werbekampagne, die unterschiedliche Zielgruppen erreichen müsse. Deshalb müsse der Hörfunk über das Radio hinaus ein Angebot machen, das auf Social Media oder anderen Verbreitungswegen funktioniere. Das Thema „Auffindbarkeit“ sei aber auch bei der Simulcast-Verbreitung über DAB+ und UKW ein Dauerbrenner. Dabei stelle sich für die Anbieter die Frage, wie viel UKW sie sich noch leisten könnten. Beispiele seien egoFM und Klassikradio. Bei egoFM sei die Nutzungszahlen trotz des Verzichts auf UKW nicht eingebrochen, sondern nahezu auf dem Niveau des Vorjahres geblieben. Dies zeige, dass bei einer klaren Digitalisierungsstrategie, die auch gut kommuniziert werde, die UKW-Abschaltung nicht zwangsläufig Reichweitenverluste bedeute.

Für Lokal-TV lägen der AGF nach wie vor keine Kennzahlen vor, die Lokal-TV auf dem nationalen Werbemarkt entsprechend abbildeten. Der Hörfunk habe gegenüber dem Fernsehen den Vorteil, dass das Funkpaket die lokalen Reichweiten bündle. Daher hätten es die lokalen Fernsehanbieter besonders schwer, sich am nationalen Werbemarkt zu vermarkten. Diese Überlegungen würden auch von der BLM aufgegriffen. Auch überlegt werden müsse, wie Inhalte plattformübergreifend aufbereitet werden können, um sie nicht nur im Sinne einer Content-Drehscheibe auszutauschen, sondern sie über eine Plattform zu vermarkten.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 7)

Einzelne Überlegungen zur Auffindbarkeit seien bereits in die aktuellen Diskussionen über den Medienstaatsvertrag eingeflossen. Ein Beispiel sei die TV-Plattform MagentaTV. Wer früher MagentaTV genutzt habe, sei an eine bestimmte Infrastruktur gebunden gewesen, über die Lokal-TV-Angebote verbreitet werden mussten. Für OTT-Plattformen,

also reine über das Internet verbreitete Plattformen, hatte man diese Verpflichtung allerdings nicht vorgesehen, weil man davon ausgegangen sei, dass die Lokal-TV-Angebote darüber selbstverständlich verbreitet würden. Bei dem neuen Angebot von Magenta-OTT sei dies aber nicht mehr der Fall, weil die Telekom diese Angebote nicht verbreiten wolle, wenn sie dazu nicht verpflichtet sei. Hier könnte der Medienstaatsvertrag sicher dazu helfen, dass diese Verbreitungsverpflichtung für lokale Informationen aufgenommen werde.

Eine Entwicklung, bei der darauf geachtet werden müsse, eine wichtige Regelungsmöglichkeit nicht zu verpassen, sei der Digital Networks Act., in dessen Vorgängerregelung vor sieben Jahren die Verpflichtung zu digitalem Radio aufgenommen worden sei. Für Autoradios musste auch die digitale Verbreitung über DAB+ möglich sein. Jetzt sei festzustellen, dass in den Autos, die aus China oder den USA kämen, immer weniger Radios vorhanden seien. Wenn immer mehr Radios aus den Autos verschwänden, sei dies nicht nur für die Medienbranche ein Problem, sondern auch für diejenigen, die im Auto unterwegs seien und keine aktuellen Informationen mehr bekämen. Deswegen setze sich die BLM mit Unterstützung der öffentlich-rechtlichen und der privaten Anbieter dafür ein, dass im Auto nach wie vor ein Radio verbaut sein müsse.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 8)

In den letzten drei Jahren hätten Veränderungen stattgefunden, die je nach Plattform zu einem drastischen Einbruch an Informationen geführt hätten. Traditionelle Nachrichten machten bei TikTok 1 % aus, was bei der Bedeutung von TikTok für die Meinungsbildung ein beunruhigender Befund sei. Zugleich gingen die Weiterleitungen von Plattformen auf die eigenen Nachrichtenseiten deutlich zurück. Auch der Suchmaschinen-Traffic könne durch KI-basierte Übersichten weiter sinken. Umso wichtiger sei es für Anbieter und Publisher, direkte Nutzerbeziehungen über Newsletter, Apps, Abonnements, Memberships, Communities und plattformnative Formate zu stärken und sich nicht allein auf externe Links zu verlassen.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 9)

Die BLM ermögliche Kooperationen und verhindere sie nicht. Mit der Audiostrategie habe die BLM einen großen Schritt in Richtung Kooperation gemacht, indem sie die Prämissen festgelegt habe, unter denen die Anbieter jederzeit Kooperationen eingehen könnten. Wenn die Anbieter ihr lokales Alleinstellungsmerkmal behielten, bei anderen Themen sich aber gemeinsam aufstellten, schaffe dies Spielräume, um lokale Redakteure weiterhin bezahlen und vor Ort beschäftigen zu können. Damit hielten die Anbieter auch die Grenzen des Kartellrechts ein. Je mehr sich aber die Anbieter von der Audiostrategie entfernten, umso mehr Probleme bekämen sie nicht nur mit dem Medienrat, sondern auch mit der Kartellbehörde. Kooperationen sollten dort stattfinden, wo sie sinnvoll seien, z. B. bei der technischen Infrastruktur. In Bayern bestehe der große Vorteil, dass die Verbreitung über UKW und DAB+ nicht jeder Sender für sich selbst organisieren müsse, sondern dass

sie über die BMT und die BDR zentral organisiert werde. Dabei würden bei einer sehr hohen Verbreitungsqualität Kosten eingespart. Die zentral organisierte Verbreitung bei zugleich hoher Verbreitungsqualität und geringeren Kosten werde in anderen Ländern als besonderer Vorteil des bayerischen Modells wahrgenommen.

Dies sei aber auch nur möglich, weil die BLM schon vor Jahren eine Kooperation mit dem Bayerischen Rundfunk eingegangen sei.

Kooperationen seien auch bei Forschung und Qualifizierung vor allem im Zusammenhang mit KI sinnvoll. Eigenständigkeit sei dort erforderlich, wo Vielfalt entstehe. Die lokale Redaktion müsse erhalten bleiben und ihr eigenes Personal behalten. Die Programmprofile dürften nicht verwässert werden und ineinander übergehen. Die Journalisten müssten vor Ort bleiben und damit die Nähe zum Publikum sicherstellen. Dies seien keine neuen Gesichtspunkte, sondern bereits in der Audiostrategie konkretisiert. Die Sender müssten ermutigt werden, die Spielräume, die ihnen eingeräumt würden, auch zu nutzen, statt ihre Redakteure zu entlassen und damit ihre Vorteile im Wettbewerb mit großen Plattformen wie etwa Spotify, zu schleifen.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 10)

Über Innovation und KI als Effizienzgewinn sei im Medienrat auch schon häufig diskutiert worden. Der verantwortungsvolle und nachhaltige Einsatz von KI schaffe Ressourcen und Freiräume, um mehr in den lokalen Journalismus zu investieren. Bei der letzten Informationsveranstaltung des Medienrats sei deutlich hervorgehoben worden, dass der lokale Journalismus in erheblichem Maße vom Einsatz von KI profitieren könne. KI biete hierfür große Chancen, die konsequent genutzt werden müssten. Innovationen sollten am besten gemeinsam durch Erfahrungsaustausch und gemeinsame Projekte im KI-Reallabor vorangebracht werden. Alles, was im KI-Reallabor der BLM entwickelt werde, stehe allen Anbietern zur Verfügung. Die Projekte würden vor allem danach ausgewählt, ob sie einer ganzen Branche oder nur einzelnen Marktteilnehmern helfen. Bei Projekten mit einer großen Breitenwirkung bestehe zugleich eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass sie einen nachhaltigen qualitativen Mehrwert für die Branche erzeugten.

So, wie die Anbieter zwischenzeitlich mehr Medienhäuser als Rundfunkanbieter seien, werde in den Redaktionen versucht, auch die Inhalte so flexibel zu bearbeiten, dass sie in den unterschiedlichsten Formaten verbreitet werden können. Ein Beitrag könne mit KI so produziert werden, dass er jüngere Zielgruppen erreiche und an das Endgerät/Nutzungsformat angepasst sei. Lokale Fernsehanbieter könnten so jüngere Zielgruppen vor allem über Social Media und Online-Angebote ansprechen.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 11)

Die Probleme der Finanzierung stellen sich wie folgt dar: Google, Meta und Amazon vereinen zusammen mit einem Netto-Werbeumsatz von 51,6 Milliarden Euro mehr als die

Hälfte des deutschen Werbemarktes auf sich. Das gesamte lineare Fernsehen erwirtschaftete in etwa ein Umsatzvolumen in der Größenordnung von Amazon allein. Die Entwicklung sei für die Branche außerordentlich problematisch. Auch bei den Printmedien seien erhebliche Einbrüche der Werbeumsätze zu verzeichnen. Österreich habe daher eine Digitalabgabe eingeführt. Auf den Lokalmedientagen sei eine Digitalsteuer in Höhe von 50 % statt in Höhe von 5 % gefordert worden. Ob das realistisch sei, wolle er, Schmiede, nicht beurteilen.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 12)

Ob dabei das Beihilfeproblem gelöst werden könne, sei fraglich. Wenn jetzt schon die Förderung der Medienhäuser nach der De-minimis-Regelung nicht mehr erhöht werden könne, stelle sich die Frage, ob nennenswerte Rückflüsse aus einer Digitalsteuer überhaupt an die Lokalredaktionen bei der „Augsburger Allgemeinen“ oder den „Nürnberger Nachrichten“ fließen könnten. Die Antwort auf dieses Problem könnte ein Vielfaltsbeitrag ähnlich der Verpflichtung zu Regionalfenstern sein, den man zwischen den großen Plattformen und den lokalen Anbietern vereinbaren könnte. Die Höhe des Beitrags sei dann Verhandlungssache. Dass es einen auskömmlichen Beitrag geben müsse, könnte im Gesetz festgelegt werden. Der Vorteil dieser Lösung sei, dass er den Sendern sehr helfe, ohne sich zu Lasten ihres Beihilferechtskontos auszuwirken.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 13)

Im Moment werde in Bayern über das Rundfunkgesetz diskutiert. Dazu habe es eine erste Kabinettsbefassung gegeben. Seit 2017 habe es keine größere Novelle des Rundfunkgesetzes gegeben. Die gegenwärtig vorgesehene Änderung habe zu erheblichen Diskussionen geführt. Noch nicht ganz klar sei, ob noch vor der Sommerpause die zweite Kabinettsbefassung stattfinden werde, um dann den Gesetzentwurf in den Landtag einzubringen. Parallel dazu werde auch eine Diskussion über das Bayerische Mediengesetz geführt. Dazu liege aber noch kein Entwurf vor. Der Minister habe für Ende Juli zu einem ersten Austausch über Vorstellungen von Änderungen des Bayerischen Mediengesetzes eingeladen. Die letzte größere Novelle des Mediengesetzes habe es 2022 gegeben. Gleichwohl habe man sich in der BLM Gedanken darüber gemacht, welche Änderungen sinnvoll seien. Dabei könne beispielsweise auch die Bezeichnung der BLM als Landeszentrale für „neue“ Medien hinterfragt werden, da Radio doch kein so neues Medium mehr sei. Im Bayerischen Mediengesetz sei auch nicht verankert, dass die BLM für Telemedien zuständig sei.

Ob die Kooperation im Mediengesetz komplett neu geregelt werden müsse, sei fraglich. Die BLM habe bei der Audiostrategie die Möglichkeiten aufgezeigt. Wenn darüber hinaus gegangen werde, stelle sich immer die Frage, ob damit die Vielfalt verloren gehe. Darüber solle Ende Juli diskutiert werden. An den Grundprinzipien der Lokalität und Vielfalt sollte nach seiner Auffassung festgehalten werden.

Gleichzeitig solle auf Bürokratieabbau geachtet werden. Bürokratie komme vor allem auch aus dem Zuwendungs- und Beihilferecht. Förderverfahren sollten effizienter werden. Je weniger Zeit die Verwaltung in die Prüfung von Verwendungsnachweisen investieren müsse, umso mehr Zeit habe sie für andere Aufgaben. Daneben würden auch die Anbieter entlastet. Bis zu einem gewissen Grad habe die Bürokratie aber auch den Zweck, die Einhaltung von Regelungen zu gewährleisten.

Eine Idee wäre auch die Zusammenlegung von Rundfunk- und Mediengesetz. Auf Bundesebene habe man schon vor etlichen Jahren überlegt, den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk in einem einheitlichen Staatsvertrag zu regeln. Er, Schmiede, kenne auch keinen logischen Grund dafür, auf Landesebene zwei getrennte Gesetze zu haben. Mit einer Zusammenlegung beider Gesetze würde gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Wille zur Kooperation signalisiert. Viele organisatorische Regelungen beispielsweise über den Medienrat und den Rundfunkrat seien in beiden Gesetzen gleich. Wenn der Freistaat Bayern ein Gesetz einsparen wollte, könnte er dies durch die Zusammenlegung dieser beiden Gesetze tun.

(Präsentation zu TOP 8, Lokalmedientage 2026 – Erkenntnisse und Ausblicke, Folie 14)

Zusammengefasst könne als Erkenntnis aus den Lokalmedientagen gesagt werden, dass häufig bei den Anbietern nicht nur die Tools, sondern auch die Struktur und die Kultur fehlten, um Innovationen zu ermöglichen. Gleichzeitig sei bekannt, dass die Redaktionen entlastet werden müssten. Hier sollte geprüft werden, welche Routineaufgaben von KI übernommen werden könnten. Best-Practice-Beispiele für den KI-Einsatz könnten unabhängig von der Größe einer Redaktion Ressourcen freisetzen und zugleich dazu beitragen, Nachrichtenformate stärker an das Nutzungsverhalten jüngerer Zielgruppen anzupassen. Diese Punkte müssten jetzt im Nachgang zu den Lokalmedientagen konkretisiert und ausprobiert werden. Das Innovationsforum habe zugleich gezeigt, dass es den Anbietern im Arbeitsalltag häufig an Zeit fehle, sich mit neuen Entwicklungen, Ideen und Technologien zu beschäftigen. Förderung könne deshalb einen wichtigen Anreiz schaffen, Zeit für Ideen, Konzeption und Erprobung neuer Ansätze freizumachen.

Mit der Förderung wolle die BLM Anreize für Ideen, Konzepte und deren Erprobung setzen. Innovationen lösten auch immer Folgeinnovationen aus. Wenn man einen Innovationsprozess begonnen habe, würden erfahrungsgemäß auch darüber hinaus Prozesse gestartet, mit denen ein Kulturwechsel angestoßen werde. Deshalb solle darüber nachgedacht werden, wie mit den noch übrig gebliebenen Mitteln aus der DAB+-Förderung solche Prozesse gefördert werden könnten. Innovationen sollten gemeinsam und nicht von jedem für sich erarbeitet werden. Gute Konzepte sollten auch geteilt und anderen Anbietern zur Verfügung gestellt werden, weil der Wettbewerb nicht um die Technologie, sondern um den Inhalt erfolge.

Dies seien die wichtigsten Erkenntnisse aus den Lokalmedientagen gewesen. Nachdem auch viele Mitglieder des Medienrats daran teilgenommen hätten, wäre es gut zu erfahren, was sie bei dieser Veranstaltung mitgenommen hätten, um es in konkrete Vorschläge umzusetzen.

Dr. Roland Gertz bedankt sich für die Folie mit der Aufschlüsselung der Verbreitungswege, die auf den Lokalmedientagen nicht gezeigt worden sei. Diese Informationen seien wichtig, um zu wissen, wie der Trend bei den Verbreitungswegen weitergehe. Einige Anbieter hätten bei den Lokalmedientagen gefragt, warum nur die DAB+-Zahlen gezeigt würden, möglicherweise, weil die anderen so schlecht seien.

Michael Schwägerl weist darauf hin, dass Krisenresilienz momentan auch an den Schulen ein sehr wichtiges Thema sei. Die Verpflichtung, in jedes Auto ein Radio einzubauen, wäre auch ein Mittel dem entgegenzusteuern. Im Hinblick auf Vielfalt müssten auch unterschiedliche Verbreitungswege gesichert sein. Wenn man ausschließlich auf die Verbreitung über das Internet setze, bestehe eine Abhängigkeit von einem einzelnen Verbreitungsweg, der im Krisenfall ausfallen könne.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erwidert auf den Einwand von Herrn Dr. Gertz, dass die Verbreitungszahlen bei den Lokalmedientagen veröffentlicht worden seien. Bei der Eröffnungsveranstaltung, in deren Rahmen der Ministerpräsident verschiedene Themen ausführlich behandelt hat, habe eine Auswahl der zu präsentierenden Folien getroffen werden müssen. Die Radioanbieter, die sich mit diesem Thema beschäftigten, hätten diese Zahlen auch erfahren können. Mit der Folie, die jetzt gezeigt worden sei, habe nicht der aktuell Stand, sondern die Entwicklung gegenüber den Prognosen vor drei Jahren gezeigt werden sollen.

Der Hinweis auf Resilienzen sei sehr gut. Bei dem großen Stromausfall in Berlin hätten über 50.000 Menschen keinen Strom gehabt und sich teilweise in ihr Auto gesetzt, um über das Autoradio aktuelle Nachrichten zu hören. Während das Handynetz zusammengebrochen sei, habe man über das Autoradio, das von der Autobatterie mit Strom versorgt worden sei, noch Nachrichten hören können. Bei DAB+ bestehe auch die Möglichkeit Gefahrenhinweise genau für den Bereich, wo man gerade unterwegs sei, aufzuschalten, auch wenn man nicht aktiv nach Gefahrenmeldungen gesucht habe. UKW verfüge über kein vergleichbares System. Diese technische Möglichkeit bei DAB+ werde auch als Argument für die Pflicht zum Einbau eines Autoradios verwendet.

Katharina Geiger hält die Eröffnungsveranstaltung der Lokalmedientage für sehr gelungen. Die prämierten, insbesondere die innovativen Projekte zeigten, dass trotz der schwierigen Rahmenbedingungen auch im Werbeumfeld weiterhin bemerkenswerte und zukunftsweisende Vorhaben entwickeln würden. Diese seien ein Zeichen dafür, dass es trotz einer schwierigen Lage vor allem auch im Umfeld der Werbung überzeugende Projekte gebe. Die Kolleginnen und Kollegen im Medienrat sollten auch im nächsten Jahr an

den Lokalmedientagen teilnehmen. Sie seien eine hervorragende Fortbildungsplattform, auf der man Informationen aus erster Hand bekomme.

Vorsitzender Walter Keilbart schließt sich dem Lob für die Lokalmedientage an. Beeindruckend sei gewesen, mit welchem Interesse, mit welcher Vielfalt und mit welcher Innovation Lokalrundfunk gemacht werden könne. Wenn die Redaktionen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mehr Freiräume geben würden, könnte manches noch effektiver sein. Gerade die Erschließung der jüngeren Zielgruppen hänge damit zusammen, wie etwas präsentiert werde.

Dr. Markus Rick schließt sich dem Lob für die Lokalmedientage ebenfalls an. Gut gefallen habe ihm bei der Auswahl der Themen die Tatsache, dass auch die Probleme der Branche offen angesprochen und diskutiert worden seien. Mit der Organisation eines großen Branchentreffs und nur der Verkündung von Jubelmeldungen auf den Panels sei es nicht getan, wenn über die Probleme nur auf den Gängen diskutiert werde. Dass die Probleme, die es schon gebe und die von Jahr zu Jahr drängender würden, jetzt auch auf den Panels vorgestellt und offen thematisiert worden seien, sei sehr stark goutiert worden. Beeindruckt hätten auch die guten Lösungsansätze, die die zu den Panels eingeladenen Teilnehmer mitgebracht hätten. Unterstreichen wolle er die Sorge der Branche über die Auffindbarkeit von Radio im Auto. Für die Branche wäre es äußerst problematisch, wenn Radio im Auto künftig nicht mehr oder nur noch erschwert zugänglich wäre. In einem neuen Tesla oder einem neuen BYD-Fahrzeug müsse nach dem Radiobutton schon sehr mühsam gesucht werden. Angeboten werde auch nur noch das Streaming von Spotify und Co. Wenn das Radio die Drive Time verliere, könne es zu weiteren deutlichen Reichweitenrückgängen führen. Radio, auch das private Radio, sei Teil der kritischen Infrastruktur und übernehme im Sinne der Krisenresilienz auch öffentliche Aufgaben. Auch bei dem massiven Stromausfall auf der iberischen Halbinsel vor zwei Jahren seien auf einem Marktplatz in Madrid hunderte von Menschen um ein batteriebetriebenes Kofferradio herumgestanden, um die aktuellen Meldungen zu hören.

TOP 9 Verschiedenes

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass es unter diesem Tagesordnungspunkt keine Wortmeldungen gibt. Er schließt die Sitzung und wünscht allen eine schöne und erholsame Sommerzeit und einen guten Nachhauseweg.



Protokollant

Schriftführer

Vorsitzender

**26. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 16.07.2026, 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	