

**B LM**

Bayerische  
Landeszentrale für  
neue Medien

# Geschäftsbericht | 2017



Geschäftsbericht 2017  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Wichtige Impulse gab es im Jahr 2017 bezüglich der digital terrestrischen Hörfunkübertragung über DAB+. So begrüßte die Landeszentrale die Entscheidung des Bayerischen Rundfunks (BR), auf den Analog-Digital-Frequenztausch seiner Hörfunkwellen PULS und BR-Klassik zu verzichten. Der BR leistet damit einen wesentlichen Beitrag für die Balance im dualen bayerischen Hörfunksystem. Ein positives

Signal – zumal die Landeszentrale und der BR auf Basis der bereits 2016 geschlossenen Kooperation beim Betrieb von DAB+-Netzen in Bayern gut zusammenarbeiten.

Aufgrund dieser Vereinbarung und dank der Unterstützung des Bayerischen Landtags für Digitalradio erreichte die BLM 2017 viel: Seit August 2017 werden alle 14 lokalen UKW-Programme in Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken auch in DAB+ ausgestrahlt. Seit Anfang September wird egoFM landesweit in DAB+ verbreitet und seit Anfang Oktober auch das neue Jugendprogramm radio hashtag in Unterfranken.

Das Ziel ist, bis Ende 2019 den bayerischen Radiohörern alle aktuellen lokalen privaten UKW-Angebote in Bayern auch in DAB+ anbieten zu können. Die Zahlen aus der Funkanalyse 2017 bestätigten,

dass wir damit auf dem richtigen Weg sind: Demnach verfügen 20 Prozent der Bayern mittlerweile über ein Digitalradio-gerät – das bedeutet eine Verdopplung der Ausstattung mit DAB+-Empfangsgeräten in Bayern in nur zwei Jahren. Damit ist Bayern Vorreiter bei DAB+.

Um auch bundesweit bei diesem Thema voranzukommen, ist weiter die politische Unterstützung auf allen Ebenen nötig. Erfreulich ist daher, dass die Bundesregierung laut Koalitionsvertrag Digitalradio als niedrigschwelliges Medium stärken will. Deshalb sollen die Regelungen zur Interoperabilität in § 48 des Telekommunikationsgesetzes weiterentwickelt werden. Zu hoffen ist, dass die Bundesregierung nun endlich eine gesetzliche Verpflichtung zum Einbau eines Multinormchips in alle neuen Radiogeräte vorschreibt.

Ebenfalls fast das ganze Jahr über beschäftigte uns der Verkauf der UKW-Sendernetze durch die Media Broadcast. Seit die Media Broadcast im Februar 2017 überraschend mitgeteilt hatte, ab Mitte 2018 keinen UKW-Sendernetzbetrieb mehr auszuüben, verhandelte die BLM gemeinsam mit der Bayerischen Medien Technik (BMT) über den Erwerb von 180 Antennen in Bayern. Die Verträge waren bis Ende 2017 ausverhandelt, der Kauf erfolgte schließlich – in enger Abstimmung mit den Hörfunkanbietern – am 11. Juni 2018. Damit erhalten wir die heutigen UKW-Strukturen in Bayern, können selbst gestaltete Preisentwicklungen erarbeiten und ein Rosinenpicken zwischen attraktiven und weniger



Links mit weiterführenden Informationen sind mit einem  Pfeil gekennzeichnet.

attraktiven Hörfunk-Standorten vermeiden. Kurz, wir stellen eine UKW-Versorgung in Bayern weiterhin sicher. Denn trotz allem Engagement für DAB+ – die gesicherte UKW-Verbreitung bildet auch in den nächsten Jahren noch die entscheidende wirtschaftliche Basis für unsere Hörfunkanbieter.

Zum lokalen Fernsehen: 2017 konnte die BLM die HD-Ausstrahlung der lokalen TV-Programme in Bayern sowohl über Kabel als auch über Satellit abschließend realisieren. Seit Ende November werden alle Lokalprogramme in HD in die Kabelnetze der Vodafone/Kabel Deutschland eingespeist. Bei der vom Freistaat unterstützten HD-Ausstrahlung über Satellit war der 1. Oktober 2017 der Stichtag. Seitdem stehen für die 16 lokalen Programme insgesamt zehn 24-Stundenkanäle zur Verfügung.

Einen weiteren Verbreitungsweg können die lokalen Programme seit Anfang Juli 2017 nutzen: Seitdem sind die bayerischen Lokal-TV-Sender mit Förderung der BLM über eine Smart TV-App auch bei amazon fire tv unter der Rubrik „Regionalsender“ zu empfangen. Weitere technische Plattformen wie Apple TV, Android, Samsung oder LG werden hinzukommen. Die Smart TV-Apps der Sender bieten sowohl den 24/7 Livestream als auch die Inhalte der Mediatheken an.

Eine solche Weiterentwicklung ins Digitale ist essentiell – nicht nur für die Sender, sondern auch für die BLM: Unsere neuen Büroräume in der Rosenheimer Straße, die wir im Juli 2017 offiziell eröffnen konnten, stehen genau dafür:

Hier sind das → Media Lab Bayern, das → Mediennetzwerk Bayern, die → Medientage München GmbH, die → BMT und die → Bayern Digitalradio GmbH untergebracht. In diesem Areal sitzen auch die → Münchner Aus- und Fortbildungskanäle afk tv und M 94.5.

Im Bereich Medienkompetenz legte die BLM 2017 gleich drei neue Broschüren mit praktischen Tipps für Eltern und Erzieher vor. Die Themen: → „Dein Algorithmus – meine Meinung! Algorithmen und ihre Bedeutung für Meinungsbildung und Demokratie“, → „Alles auf Empfang? Familie und Fernsehen – Informationen für Eltern“ sowie → „Urheberrecht – Tipps, Tricks und Klicks“.

Der langjährige Vorsitzende des BLM-Medienrats, Dr. Erich Jooß, engagierte sich sehr leidenschaftlich für die Medienpädagogik. Im Mai 2017 war ihm Walter Keilbart als neuer Vorsitzender des Medienrats nachgefolgt. Tief traf uns, dass Dr. Erich Jooß nur wenige Monate nach seinem Abschied in den Ruhestand verstorben ist.



SIEGFRIED SCHNEIDER  
Präsident der BLM

## Rechtsgrundlagen und Organisation

- 8 **Rechtsgrundlagen**
- 8 Bayerisches Mediengesetz
- 8 Rundfunkstaatsvertrag
- 8 Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
- 11 Organigramm der BLM
- 12 **Die Organe der Landeszentrale**
- 12 Der Medienrat
- 14 Der Verwaltungsrat
- 14 Der Präsident
- 15 ZAK
- 15 GVK
- 16 KEK
- 17 KJM
- 18 **Länderübergreifende Zusammenarbeit**
- 21 Struktur der Medienaufsicht

- 22 **Datenschutz**
- 24 **Beteiligungen und Mitgliedschaften**

## Hörfunk

- 26 **Programmangebot Hörfunk**
- 26 Lokaler Hörfunk
- 27 Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern
- 28 Landesweiter Hörfunk
- 28 Bundesweiter Hörfunk
- 31 **Programmorganisation Hörfunk**
- 31 Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Hörfunk 2020
- 33 Genehmigungen
- 40 Technische Verbreitung
- 41 Technische Reichweite der DAB+-Netze
- 44 Reichweiten und Akzeptanz
- 47 Wirtschaftliche Lage
- 49 **Programmaufsicht**
- 49 Programmbeobachtung
- 51 Jugendschutz
- 52 Werbung

## Fernsehen und Telemedien

- 54 **Programmangebot Fernsehen**
- 54 Lokales/Regionales Fernsehen
- 54 Landesweites Fernsehen
- 55 Lokale Fernsehangebote in Bayern
- 56 Bundesweites Fernsehen
- 57 **Bundesweites Fernsehen**
- 57 Genehmigungen
- 60 Technische Verbreitung Fernsehen
- 64 Programmentwicklung
- 66 Fernsennutzung
- 67 Entwicklung der Werbeumsätze
- 69 **Lokales und landesweites Fernsehen**
- 69 Genehmigungen
- 70 Technische Verbreitung
- 74 Fernsennutzung
- 76 Wirtschaftliche Lage
- 79 **Programmaufsicht Fernsehen und Telemedien**
- 79 Programmbeobachtung
- 81 Jugendschutz
- 83 Werbung
- 85 Gewinnspiele

## Fördermaßnahmen

- 87 **Überblick Fördermaßnahmen 2017**
- 88 **Technische Förderung**
- 88 Technische Infrastrukturförderung
- 89 Technischer Betrieb
- 90 **Film- und Fernsehförderung**
- 91 **Programmförderung**
- 92 **Medienforschung**
- 92 Media Analyse
- 92 Fernsehforschung
- 92 Nielsen NetRatings
- 93 Funkanalyse Bayern 2017
- 94 Web-TV-Monitor
- 95 Webradio Monitor
- 96 Musikstudie lokaler Hörfunk
- 96 Programm-Monitor Bayern
- 97 MedienVielfaltsMonitor
- 97 Real-Time-Response

### Impressum

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

Verantwortlich  
Dr. Wolfgang Flieger,  
Nikolaus Lörz  
(Finanzbericht)

Redaktion  
Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout  
Mellon Design GmbH  
Augsburg

Cover  
ROSE PISTOLA  
unter Verwendung  
von Denys Koltovskiy/  
Shutterstock.com

Bildnachweis  
BLM: Helmut Seisenberger,  
Seite 3

Oktober 2018

<b>98</b>	<b>Aus- und Fortbildung</b>
98	BLM Fortbildungsworkshops
99	Aus- und Fortbildungsprogramme
<b>102</b>	<b>Medienpädagogik</b>
103	Projekte und Initiativen
107	Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops
<b>108</b>	<b>Innovationsförderung</b>
108	Media Lab Bayern
112	MedienNetzwerk Bayern
<b>114</b>	<b>Finanzierungsbeitrag</b>
<b>115</b>	<b>Förderung nach Art. 23 BayMG</b>
115	Programmausschuss
116	Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
<b>117</b>	<b>Information</b>
117	Publikationen
118	Internet
120	Social Media und Blog <a href="http://www.blmplus.de">www.blmplus.de</a>
121	Veranstaltungen
128	Archiv und Dokumentation

## Finanzielle Entwicklung

130	Jahresabschluss 2017
134	Anhang für das Geschäftsjahr 2017
150	Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017
163	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
165	Wirtschaftsplan 2017
168	Beschluss des Verwaltungsrats
168	Zustimmung des Medienrates

# Rechtsgrundlagen und Organisation



Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem:

- ➔ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- ➔ Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
- ➔ Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordination bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie)
- ➔ Alle Rechtsgrundlagen der BLM auf [www.blm.de](http://www.blm.de)

Auf Grund Art. 111 a Abs. 2 Satz 1 der Bayerischen Verfassung (BV) darf Rundfunk in Bayern ausschließlich in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben werden. Das schließt nach der Rechtsprechung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs ein duales Rundfunksystem aus, wie es in anderen Ländern der Bundesrepublik Deutschland besteht. Zudem verlangt Art. 111 a Abs. 2 Satz 2 BV die angemessene Beteiligung der in Betracht kommenden bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen an der Kontrolle des Rundfunks

## Bayerisches Mediengesetz

Rechtsgrundlage für den in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) betriebenen Rundfunk ist das ➔ **Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern** (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl S. 799, BayRS 2251-4-S), und der Änderungsgesetze bis zum Gesetz vom 20. Dezember 2016 (GVBl S. 427, ber. 2017, S. 17).

## Rundfunkstaatsvertrag

Am 1. Januar 1992 ist der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in Kraft getreten (GVBl. 1991

S. 451, BayRS 2251-6-S). Er umfasst die zwischen allen Bundesländern abgeschlossenen Staatsverträge für Rundfunk und Telemedien (Art. 1: RStV; Art. 2: ARD-Staatsvertrag; Art. 3: ZDF-Staatsvertrag; Art. 4: RGebStV, 2013 abgelöst durch den RBeitrStV; Art. 5: RFinStV). Der RStV enthält grundlegende Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in Deutschland.

Vom 8. bis 16. Dezember 2016 wurde der ➔ **20. Rundfunkänderungsstaatsvertrag** unterschrieben, der den Rundfunkbeitragsanteil für Deutschlandradio und das ZDF ab dem 1. Januar 2017 zulasten der ARD-Anstalten etwas anhub und den Deutschlandradio-Staatsvertrag ab 1. September 2017 an die Grundsätze aus dem sog. ZDF-Urteil des Bundesverfassungsgerichts anpasste. Nach Ratifikation durch die Landesparlamente im Berichtszeitraum ist der Änderungsstaatsvertrag plangemäß in Kraft getreten.

## Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

### Geschäftsordnung des Medienrats

Das Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes vom 20. Dezember 2016 (GVBl. S. 427, ber. 2017, S. 17) führte zu Neuregelungen bei der Transparenz der Gremienarbeit und einer Umgestaltung bei der Gremienbesetzung, die in zwei Stufen in Kraft traten. Deshalb war der Medienrat gezwungen, seine ➔ **Geschäftsordnung** noch in der alten Amtsperiode um Transparenzvorschriften

zu erweitern (Änderung vom 21.02.2016, AMBl S. 2). Die Umgestaltung der Gremienbesetzung bei der z. B. die Vorgabe der Einhaltung einer Drittelgrenze für staatsnahe Vertreter auch in den Ausschüssen zu beachten war, erfolgte im Zuge der Neufassung der Geschäftsordnung, die der Medienrat in seiner konstituierenden Sitzung zu Beginn der neuen Amtsperiode beschloss. Die Änderungen waren noch vom Beschließenden Ausschuss in der letzten Sitzung der vorhergehenden Amtsperiode vorberaten worden.

### **Geschäftsordnung des Verwaltungsrats**

Der Verwaltungsrat übernahm in seiner Sitzung am 6. März 2017 (AMBl S. 6) die Neuregelung zur Veröffentlichung der wesentlichen Ergebnisse aus nichtöffentlichen Ausschusssitzungen des Medienrats entsprechend in seine  **Geschäftsordnung**.

### **Programmausschuss-Satzung (PAS)**

Als Folge der Vergrößerung des Medienrats um drei Vertreter von bisher nicht im Medienrat vertretenen Organisationen war auch die Zusammensetzung des Programmausschusses anzupassen, der nach Art. 23 Abs. 2 S. 2 BayMG die Funktion hat, auf ausreichende Programmvielfalt bei Lokal- und Regionalfernsehanbietern zu achten, die nicht über eine plurale gesellschaftsrechtliche Zusammensetzung verfügen. Geborene Mitglieder des 10-köpfigen Programmausschusses sind nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 und 2 PAS der Fernsehausschussvorsitzende und sein Stellvertreter; die weiteren

Mitglieder werden vom Medienrat aus dem Kreis der staatsfernen Medienratsmitglieder bestellt. Die  **Programmausschuss-Satzung** ersetzt die Geschäftsordnung des Medienrats als Verfahrensgrundlage für die Ausschussarbeit.

### **AFK-Satzung**

Die  **Satzung** über die Nutzung von Sende- und Übertragungskapazitäten der Zwecke der Aus- und Fortbildung war an die novelliert gesetzlichen Bestimmungen (s. Rundfunksatzung) anzupassen und wurde im Berichtszeitraum geändert.

### **Gebührensatzung**

Mit der Zuständigkeitserweiterung für die Telemedienaufsicht durch Art. 1 Ausführungsgesetz Rundfunk (AGRF) ging auch eine Erweiterung der Satzungsermächtigung für die Erhebung von Verwaltungskosten (Gebühren und Auslagen) einher. Die Landeszentrale hat die Gelegenheit genutzt, die Gebührensatzungen nach Art. 22 BayMG und Art. 5 AGRf in einem Regelwerk zusammenzufassen und die  **Gebührensatzung** vom 30. März 2017 (AMBl S. 10) erlassen. Dabei entstandene geringfügige Unstimmigkeiten wurden durch Änderungssatzung vom 13. Juli 2017 (AMBl S. 42) bereinigt.

### **Fördersatzung**

Die  **Satzung** nach Art. 23 Abs. 12 BayMG über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten wurde im Berichtszeitraum geändert. Kernstück der Änderung ist eine Konkretisierung der

förderunschädlichen Zusammenarbeitsmöglichkeiten von Anbietern benachbarter Versorgungsgebiete (§ 9 Abs. 1a FöS).

### **Rundfunksatzung**

Am 1. August 1987 hatte die Landeszentrale neben der ersten Satzung über die Nutzung von drahtlosen Hörfunkfrequenzen in Bayern nach dem Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz (MEG) eine Satzung über eine vorläufige Ordnung der Nutzung einer Fernsehfrequenz in München nach dem MEG erlassen (StAnz Nr. 32). Seither existierten zwei Satzungen für die Organisation privater Hörfunkangebote einerseits und privater Fernsehangebote andererseits. Aus Anlass der Entfristung der Genehmigungen bei Beibehaltung befristeter Kapazitätszuweisungen (Art. 26 Abs. 2 BayMG) durch das Änderungsgesetz vom 12. Juli 2016 (GVBl. S. 159) waren die Satzungen grundlegend zu überarbeiten. Die Landeszentrale hat sich entschlossen, Hörfunk- und Fernsehsatzung in einer  **Rundfunksatzung** (RfS) zusammenzuführen. Eine der wesentlichsten Neuerungen ist die Verlängerung der vormals im Gesetz enthaltenen Regelgenehmigungsdauer von 8 Jahren auf 10 Jahre für die Kapazitätszuweisung mit einer einmaligen Verlängerungsmöglichkeit; aufgrund der Übergangsvorschrift in § 21 Abs. 2 RfS gilt die erste Verlängerung unter der Geltung der neuen Satzung als Erstgenehmigung, die ein (weiteres) Mal verlängert werden kann. Nach frühestens 20 Jahren ist dann eine Neuausschreibung zwingend, bei der sich der bisherige

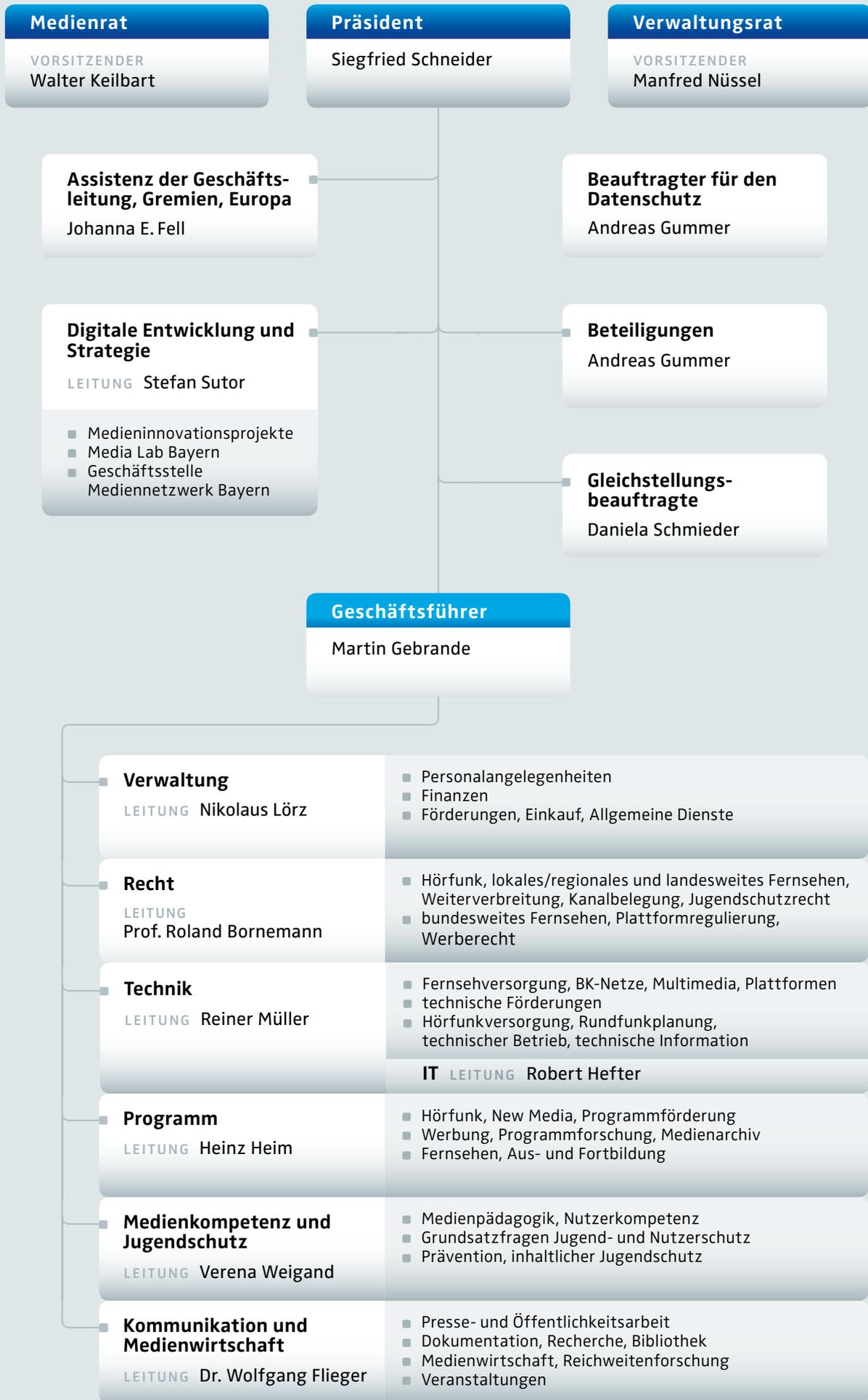
Zuweisungsinhaber selbstverständlich bewerben kann. Im Übrigen wurden die Vorschriften an die Gesetzeslage angepasst, Bewährtes übernommen und Entbehrliches gestrichen: Die neue Satzung umfasst nicht mehr Vorschriften als zuvor die kürzere der beiden integrierten Satzungen.

### **Finanzierungsbeitragsrichtlinie**

Als Folge der Ablösung der Fernsehsatzung durch die Rundfunksatzung war die  **Finanzierungsbeitragsrichtlinie** über Erhebung und Verteilung des von den Hauptprogrammveranstaltern für die Finanzierung der Fernsehfenster zu erhebenden Beitrags neu zu erlassen, ohne dass hierbei sachliche Änderungen vorgenommen wurden.

### **Technische Infrastrukturrichtlinie**

Am 30. März 2017 beschloss der Medienrat eine neue  **Richtlinie** zur Förderung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten (TIF). Die Neuordnung der TIF wurde parallel zur Neugestaltung der DAB-Sendernetze am 1. Juli 2017 in Kraft gesetzt. Sie legt den Schwerpunkt der technischen Infrastrukturförderung auf die Unterstützung der digitalen Hörfunkverbreitung.



Organe der Landeszentrale sind gem. Art. 10 Abs. 2 BayMG der Medienrat, der Verwaltungsrat und der Präsident sowie fallweise nach § 35 Abs. 2 RStV die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Die Aufgaben der Landeszentrale werden jeweils durch diese Organe wahrgenommen.

## Medienrat



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

Der Medienrat wahrt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 1 BayMG die Interessen der Allgemeinheit, sorgt für Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt in den von der Landeszentrale genehmigten Programmangeboten und überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze. Der Aufgabenbereich des Medienrats umfasst gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 BayMG u.a. Entscheidungen über Angelegenheiten von grundsätzlicher medienrechtlicher oder medienpolitischer Bedeutung, die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats, Entscheidungen über die Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen im Rahmen des BayMG sowie die Aufstellung von Richtlinien zu den Programmgrundsätzen, die Zustimmung zum Haushalts- und Finanzplan und zum Jahresabschluss der Landeszentrale sowie die Beschlussfassung über Fördermaßnahmen.

Der Medienrat konstituierte sich erstmals am 20. März 1985 aus den Vertretern der gesellschaftlich relevanten Gruppen in Bayern auf der Basis des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes vom 1. Dezember 1984. Die Zusammensetzung des Medienrats ist nunmehr in Art. 13 Abs. 1 BayMG geregelt. Die Mitglieder werden für fünf Jahre entsandt.

Die 7. Amtsperiode des Medienrats endete am 30. April 2017. Der Medienrat konstituierte sich zu seiner 8. Amtsperiode am 11. Mai 2017. Der Medienrat hielt im Jahr 2017 insgesamt acht Sitzungen ab.

**Vorsitzender**

- Walter Keilbart (Industrie- und Handelskammern)

**Stellv. Vorsitzende**

- Katharina Geiger (Evangelische kirchliche Frauenorganisationen)

**Schriftführer**

- Thomas Rebensburg (Komponistenorganisationen)

**Bayer. Staatsregierung**

- Ilse Aigner, MdL, Staatsministerin

**Bayer. Landtag**

- Alex Dorow, MdL
- Martina Fehlner, MdL
- Max Gibis, MdL
- Ulrike Gote, MdL
- Dr. Gerhard Hopp, MdL
- Prof. Dr. Michael Piazzolo, MdL
- Dr. Christoph Rabenstein, MdL
- Markus Rinderspacher, MdL
- Eberhard Rotter, MdL
- Berthold Rüth, MdL
- Martin Schöffel, MdL
- Jürgen Ströbel, MdL

**Katholische Kirche**

- Dr. Florian Schuller

**Evangelische Kirche**

- Prof. Johanna Haberer

**Israelitische Kultusgemeinden**

- Dr. h. c. Charlotte Knobloch

**Gewerkschaften**

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

**Bayer. Bauernverband**

- Anneliese Göller
- Franz Kustner

**Handwerkskammern**

- Hans-Peter Rauch

**Bayer. Städtetag**

- Dr. Thomas Jung

**Bayer. Landkreistag**

- Dr. Oliver Bär

**Bayer. Gemeindetag**

- Josef Mend

**Verbände der Heimatvertriebenen**

- Paul Hansel

**Verbandsvertreter Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel**

- Frank-Ulrich John

**Katholische kirchliche Frauenorganisationen**

- Ulla Kriebel

**Bayer. Jugendring**

- Michael Voss

**Bayer. Landessportverband**

- Lydia Sigl
- Harald Stempfer

**Schriftstellerorganisationen**

- Arwed Vogel

**Komponistenorganisationen**

- Thomas Rebensburg

**Musikorganisationen**

- Wilhelm Lehr

**Intendanten der Bayer. Staatstheater**

- Dr. Katja Funken-Hamann

**Leiter der Bayer. Schauspielbühnen**

- Werner Müller

**Bayerischer Journalistenverband**

- Michael Busch

**Bayer. Zeitungsverlegerverband**

- Dr. Markus Rick

**Bayer. Hochschulen**

- Prof. Dr. Erich Bauer

**Lehrerverbände**

- Michael Schwägerl

**Elternvereinigungen**

- Toni Lenhart

**Organisationen der Erwachsenenverbände**

- Dr. Roland Gertz

**Bayer. Heimattag**

- Prof. Dr. Manfred Tremel

**Familienverbände**

- Gerlinde Martin

**Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft**

- Karl-Georg Nickel

**Bund Naturschutz in Bayern**

- Peter Rottner

**Verband der freien Berufe**

- Dr. Thomas Kuhn

**LAG Selbsthilfe Bayern**

- Dr. Josef Pettinger

**Arbeitsgemeinschaft der Ausländer-, Migranten- und Integrationsbeiräte Bayerns**

- Nesrin Gül

Im Laufe des Berichtsjahres waren folgende Ausschüsse des Medienrats tätig:

**Beschließender Ausschuss**

(13 Mitglieder)

- Vorsitzender Walter Keilbart

**Grundsatzausschuss**

(12 Mitglieder)

- Vorsitzender Karl-Georg Nickel

**Fernsehausschuss**

(19 Mitglieder)

- Vorsitzender Dr. Florian Schuller

**Hörfunkausschuss**

(19 Mitglieder)

- Vorsitzender Prof. Dr. Manfred Tremel

**Medienkompetenz-Ausschuss**

(14 Mitglieder)

- Vorsitzender Michael Voss

**Digital-Ausschuss**

(14 Mitglieder)

- Vorsitzender Berthold Rüth

**Programmausschuss**

(10 Mitglieder)

- Vorsitzende Ulla Kriebel

Die Ausschüsse des Medienrats traten im Laufe des Jahres 2017 zu insgesamt 39 Sitzungen zusammen.

Stand 31.12.2017

## Der Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat ist gem. Art. 14 Abs. 1 BayMG für die wirtschaftlichen Angelegenheiten der Landeszentrale zuständig. Ihm obliegen u.a. die Beschlussfassung über den Haushalts- und Finanzplan sowie den Jahresabschluss der Landeszentrale und der Erlass der Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 Abs. 12 BayMG. Die Zusammensetzung des Verwaltungsrats ist in Art. 14 Abs. 2 Satz 1 BayMG festgelegt. Danach besteht der Verwaltungsrat aus neun Mitgliedern.

Der Verwaltungsrat trat erstmals am 25. November 1985 zusammen. Er konstituierte sich zu seiner 8. Amtsperiode am 24. November 2014.

Der Verwaltungsrat trat 2017 zu insgesamt vier Sitzungen zusammen.

### Vorsitzender

(vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

- Manfred Nüssel

### Stellv. Vorsitzender

(vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

- Achim Werner

### Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

### Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Gerd Penninger

### Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

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

Stand 31.12.2017

## Der Präsident

Der Präsident trägt die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gem. Art. 15 Abs. 1 BayMG gerichtlich und außergerichtlich.

Am 24. Februar 2011 wählte der Medienrat nach Anhörung des Verwaltungsrats Siegfried Schneider zum neuen Präsidenten; er trat sein auf fünf Jahre befristetes Amt am 1. Oktober 2011 an. Die Wiederwahl von Siegfried Schneider als Präsident für eine weitere Amtsperiode nach Anhörung des Verwaltungsrats erfolgte durch den Medienrat in der Sitzung am 10. März 2016; diese trat Siegfried Schneider am 1. Oktober 2016 an.

Der Medienrat stimmte am 22. Februar 1990 erstmals der Bestimmung von Martin Gebrande zum Geschäftsführer durch den Präsidenten für die Zeit ab 1. Mai 1990 zu. Am 10. März 2016 stimmte der Medienrat der Bestimmung von Martin Gebrande zum Geschäftsführer für eine weitere Amtsperiode zu, die dieser am 1. Oktober 2016 antrat.

### Präsident

- Siegfried Schneider

### Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Martin Gebrande

Stand 31.12.2017

## Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

Die aus den gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten bestehende ZAK konstituierte sich erstmals am 9. September 2008. Die ZAK hielt im Berichtsjahr 2017 insgesamt acht Sitzungen ab.



➔ Nähere Informationen über die ZAK und ihre Entscheidungen

➔ Nähere Informationen zur Arbeit der GVK

### Vorsitzender

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)

### Mitglieder

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg), Europabeauftragter
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Joachim Becker (LPR Hessen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)
- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)
- Uwe Conradt (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Stand 31.12.2017

## Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2017 zu vier Sitzungen zusammen.

### Vorsitzender

- Prof. Dr. Werner Schwaderlapp (Landesanstalt für Medien NRW)

### Mitglieder

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

Stand 31.12.2017

## Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)



➔ Nähere Informationen zur Arbeit der KEK

Die KEK, die sich erstmals am 15. Mai 1997 konstituierte, wurde durch den 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in ihrer Zusammensetzung verändert. Neben den von den Ministerpräsidenten berufenen sechs Sachverständigen des Rundfunk- und Wirtschaftsrechts, aus denen der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz zu bestimmen sind, sind seit 1. September 2008 auch sechs gesetzliche Vertreter von Landesmedienanstalten Mitglieder. Diese dürfen nicht gleichzeitig Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sein.

Die KEK tagte im Jahr 2017 neun Mal.

### Vorsitzender

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis

### stellvertretende Vorsitzende

- Prof. Dr. Insa Sjurts

### Mitglieder

- Prof. Dr. Wilhelm Althammer
- Prof. Dr. Hans-Dieter Lübbert
- Prof. Dr. K. Peter Mailänder
- Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz

### Ersatzmitglieder

- Prof. Dr. Karl-Eberhard Hain
- Dipl.-Kfm Franz Wagner

### Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin)
- Joachim Becker (LPR Hessen)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Uwe Conradt (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)

### Ersatzmitglieder

- Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)

Stand 31.12.2017

## Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)



➔ Nähere Informationen zur Arbeit der KJM

Mit dem am 1. April 2003 in Kraft getretenen Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag) ist als weiteres Organ der Landeszentrale die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) fallweise tätig.

Die KJM besteht aus 12 Sachverständigen, von denen sechs Mitglieder aus dem Kreis der Direktoren der Landesmedienanstalten benannt werden, vier Mitglieder von den für Jugendschutz zuständigen obersten Landesbehörden und zwei Mitglieder von der für den Jugendschutz zuständigen obersten Bundesbehörde. Für jedes Mitglied ist ein Stellvertreter bestimmt. Durch diese Zusammensetzung ist neben der verstärkten länderübergreifenden Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zugleich auch eine engere Vernetzung zwischen Landesmedienanstalten, Ländern und Bund in Fragen des Jugendschutzes in Rundfunk und Telemedien gewährleistet.

Die KJM trat 2017 zu insgesamt neun Sitzungen zusammen.

### Direktoren der Landesmedienanstalten

#### Vorsitzende der KJM

- Cornelia Holsten (brema Bremen)  
Stellvertreter: Uwe Conradt (LMS Saarland)

#### stellvertretende Vorsitzende

- Renate Pepper (LMK Rheinland-Pfalz)  
Stellvertreter: Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)  
Stellvertreter: Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)  
Stellvertreter: Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg / Schleswig-Holstein)  
Stellvertreter: Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)  
Stellvertreter: Siegfried Schneider (BLM Bayern)

### Vertreter der obersten Bundesbehörde

- Martina Hannak-Meinke (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM))  
Stellvertreter: Thomas Salzmann (BPjM)
- Thomas Krüger (Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)),  
2. stv. Vorsitzender  
Stellvertreter: Dr. Christian Lüders (Deutsches Jugendinstitut)

### Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

- Sebastian Gutknecht (Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle Nordrhein-Westfalen)  
Stellvertreter: Olav Schütte (Servicestelle Kinder- und Jugendschutz von fjp>media)
- Birgit Goehlnich (Oberste Landesjugendbehörde bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK))  
Stellvertreter: Henning Fietze (Offener Kanal Schleswig-Holstein AdöR)
- Petra Müller (Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht)  
Stellvertreterin: Dr. Elisabeth Clausen-Muradian, Rechtsanwältin
- Frauke Wiegmann (Jugendinformationszentrum Hamburg)  
Stellvertreterin: Bettina Keil-Rüther (Staatsanwaltschaft Erfurt)

Stand 31.12.2017

# Länder übergreifende Zusammenarbeit

## Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten

Die Landesmedienanstalten arbeiten zur Bewältigung grundsätzlicher und Länder übergreifender Angelegenheiten seit 1985 in der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) zusammen. Mit der Errichtung der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) vom 27. November 1993 wurde diese Zusammenarbeit auf eine neue Basis gestellt. Danach arbeiten die Landesmedienanstalten in Form einer Gesamtkonferenz, einer Gremienvorsitzendenkonferenz und einer Direktorenkonferenz zusammen. An der Gremienvorsitzendenkonferenz nehmen die Vorsitzenden der Beschlussgremien der einzelnen Landesmedienanstalten teil, die Direktorenkonferenz besteht aus den gesetzlichen Vertretern oder Geschäftsführern der Landesmedienanstalten. Die Gesamtkonferenz bilden die Vorsitzenden der Beschlussgremien und die gesetzlichen Vertreter oder Geschäftsführer der jeweiligen Landesmedienanstalten. Die Gremienvorsitzendenkonferenz und die Gesamtkonferenz beraten Angelegenheiten, die für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Dazu gehören insbesondere Fragen der Programmentwicklung des privaten Rundfunks. In der Direktorenkonferenz werden die der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten zugewiesenen Aufgaben außerhalb der Zulassungs- und Aufsichtsaufgaben im Bereich der audiovisuellen Medien, insbesondere Programm, Recht, Technik, Forschung, Medienkompetenz und Finanzierung bearbeitet. Insgesamt traten im Jahr 2017 die Gesamtkonferenz zu zwei,

die Gremienvorsitzenden zu vier und die DLM zu acht Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzender der DLM war vom 1. Januar 2016 bis zum 31. Dezember 2017 Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien.

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

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

Seit In-Kraft-Treten des Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrages zum 1. Januar 1997 obliegen die Überprüfungen der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Auf der Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages wurde am 1. April 2003 die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) gebildet. Schließlich kamen mit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der zum 1. September 2008 in Kraft getreten ist, die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten und die Entscheidung über die Belegung von Plattformen zuständig ist, hinzu.

Der Präsident der BLM gehört als gesetzlicher Vertreter der Landeszentrale der ZAK an und war im Jahr 2017 Mitglied der KEK und stellvertretendes Mitglied der KJM.

Mit Beginn des Jahres 2014 wurden drei Fachausschüsse für Schwerpunkt-



Eine Auflistung der Mitglieder der Organe finden Sie auf den Seiten 15 – 17.

Der FAQ-Leitfaden zur richtigen Kennzeichnung von Werbung und Produktplatzierung bei YouTube und in sozialen Medien wurde 2017 aktualisiert.

themen eingerichtet, die die Entscheidungen der ZAK und der DLM vorbereiten. Es handelt sich um die Fachausschüsse für Regulierung, für Netze, Technik, Konvergenz sowie für Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt. Sie lösten das bisherige Beauftragten-Modell ab.

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

Die Landesmedienanstalten mussten sich im Jahr 2017 wiederholt mit der Rundfunkeigenschaft sogenannter Streaming-Angebote im Internet befassen, so z. B. mit der Ausstrahlung der Handball-WM durch die Deutsche Kreditbank (DKB) oder dem Spieleangebot von „PietSmiet TV“. An solchen Angeboten entzündet sich die Diskussion, ob der bestehende Rundfunkbegriff noch zeitgemäß ist. Wo der Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung für

Live-Streaming und klassischen Rundfunk vergleichbar ist, sollten dabei in der konvergenten Welt nach Meinung der Medienanstalten die gleichen Anforderungen gelten. Sie sprachen sich daher statt der Zulassungspflicht für eine qualifizierte Anzeigepflicht für die Anbieter und ihre Angebote aus.

Im Juni veröffentlichten die Medienanstalten eine dritte, aktualisierte Version eines FAQ-Leitfadens zur richtigen Kennzeichnung von Werbung und Produktplatzierung bei YouTube und anderen sozialen Medien. Dieser wird von der Branche sehr gut angenommen und findet auch bei der Aufsicht in anderen europäischen Ländern positive Beachtung.

Ebenfalls im Juni 2017 setzten sich die Medienanstalten in einer Stellungnahme zu aktuellen Vorschlägen der Länder zur Plattformregulierung für Zugangsoffenheit, Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit ein. In diesem Zusammenhang gaben die Medienanstalten auch ein Monitoring der Benutzeroberflächen von Smart-TVs und Set-Top-Boxen in Auftrag. Solche Benutzeroberflächen sollten in die Plattformregulierung einbezogen werden, um eine diskriminierungsfreie Auffindbarkeit der Sender für die Zuschauer zu gewährleisten.

In der Debatte über das Netzwerkdurchsetzungsgesetz adressierten die Medienanstalten vor allem drei wesentliche Punkte an die Rundfunkkommission der Länder: Um geschlossen auftreten zu können, sollte die Telemedienaufsicht in allen Ländern grundsätzlich bei den Landesmedienanstalten liegen. Der Auskunftsanspruch gegenüber Plattfor-

Die Landesmedienanstalten schlagen für Streaming-Angebote statt der Lizenz eine „qualifizierte Anzeigepflicht“ vor.

Auch journalistisch-redaktionelle Telemedienangebote sollten in Zukunft medienrechtlich überprüft werden können.

men muss auf die Landesmedienanstalten ausgeweitet werden. Auch journalistisch-redaktionelle Telemedienangebote sollten in Zukunft medienrechtlich überprüft werden können. Um die bereits existierenden Prüfverfahren der KJM mit neuen Prüfverfahren nach dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz abzugleichen, tauschten sich die Medienanstalten mit dem Bundesamt für Justiz aus.

Um zusätzliche Erkenntnisse für die Diskussion zur Regulierung sogenannter Intermediäre wie Facebook oder Google zu gewinnen, ergänzten die Medienanstalten die Erhebung der Reichweite von Intermediären in der Mediengewichtungsstudie um die Ermittlung von Einstellungen der Nutzer von Intermediären im Zusammenhang mit der Meinungsbildung.

Der Trend zur digitalen Nutzung von Fernsehen und Radio setzte sich 2017 weiter fort. Nachdem beim Kabel-TV-Empfang 2017 mit 88 Prozent eine Marke erreicht wurde, die einen Umstieg auf ausschließlich digitalen Empfang in greifbare Nähe rücken lässt, moderierten die Medienanstalten einen Runden Tisch mit Kabelnetzbetreibern und TV-Veranstaltern mit dem Ziel, diesen Umstieg möglichst bis Ende 2018 abzuschließen. Beim digitalen Radioempfang wurde im Juni 2017 von der Gremienvorsitzendenkonferenz die Auswahlentscheidung für den zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex getroffen, von dem sich die Medienanstalten einen Zugewinn an Vielfalt und neue Chancen für private Sender erwarten. Wegen anhängiger Gerichtsverfahren konnte diese Entscheidung bislang noch nicht umgesetzt werden.

## Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

### Direktorenkonferenz (DLM)

#### Vorsitzender

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

#### stellvertretende Vorsitzende

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

### Gremienvorsitzendenkonferenz

#### Vorsitzender

- Prof. Dr. Werner Schwaderlapp  
Vorsitzender der Medienkommission der Landesanstalt für Medien NRW

### Koordinatoren der Fachausschüsse der ZAK

#### Fachausschuss 1 – Regulierung

- Joachim Becker (LPR Hessen)

#### Fachausschuss 2 – Netze, Technik, Konvergenz

- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg / Schleswig-Holstein)

#### Fachausschuss 3 – Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

### Beauftragte der DLM

#### Beauftragter für Europa

- Dr. Tobias Schmid  
(Landesanstalt für Medien NRW)

#### Beauftragter für Haushalt

- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)

### Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

#### Vorsitzender

- Martin Deitenbeck (SLM Sachsen)

Stand 31.12.2017

## Struktur der Medienaufsicht



Mit Art. 20 BayMG hat der Gesetzgeber die aus der Rundfunkfreiheit resultierenden verfassungsrechtlichen Vorgaben und hierbei insbesondere der Staatsferne für den Bereich des von der Landeszentrale getragenen Rundfunks auch hinsichtlich des Datenschutzes verwirklicht. Zu diesem Zweck wurde erstmals 1993 vom Präsidenten der BLM ein Beauftragter für den Datenschutz bei der Landeszentrale berufen. Seine Aufgabe ist es, die Einhaltung der Vorgaben des BayMG sowie anderer Vorschriften hinsichtlich des Datenschutzes bei der Landeszentrale wie auch bei den von der Landeszentrale genehmigten Anbietern zu überwachen. Er ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen (Art. 20 Abs. 3 Satz 6 BayMG) und besitzt so auch die europarechtlich geforderte völlige Unabhängigkeit. Die gleichwohl erforderliche Dienstaufsicht wird durch den Verwaltungsrat ausgeübt.

Die Rechtsentwicklung im Bereich des Datenschutzes war im Jahr 2017 weitestgehend geprägt durch die unterdessen beschlossene Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO), die zwar erst nach einer zweijährigen Vorbereitungsphase ab dem 25. Mai 2018 verbindlich anzuwenden sein wird, gleichwohl aber auch bereits im Jahr 2017 sehr deutliche Auswirkungen zeitigte. Die Gesetzgeber in Bund und Ländern hatten zahlreiche bestehende gesetzliche Vorgaben anzupassen, da sie den künftig europarechtlich vorgegebenen Standards noch nicht entsprachen. Aus Gründen der Rechtsklarheit sind zahlreiche Bestimmungen zu streichen, da sie durch die neuen mit Anwendungsvorrang

ausgestatteten europarechtlichen Regeln überlagert werden. Soweit Öffnungsklauseln für mitgliedstaatliche Normen in der DS-GVO bestehen, ist weiterhin nationale Rechtsetzung möglich, die sich aber in das neue europarechtliche Grundsystem einpassen muss.

Die den Rundfunk betreffenden gesetzgeberischen Entscheidungen wurden im Jahr 2017 intensiv mit den betroffenen Kreisen und in diesem Zusammenhang auch mit der Landeszentrale erörtert. Hierzu zählte einerseits die Neufassung des auch schon bisher die datenschutzrechtlichen Vorgaben enthaltenden Art. 20 BayMG, aber auch die Neufassung bzw. Anpassung des sogenannten Medienprivilegs. Für dieses ist in Art. 85 DS-GVO einerseits ein Auftrag an die Mitgliedstaaten der EU, andererseits aber auch die inhaltliche Berechtigung enthalten, Abweichungen und Ausnahmen von weiten Teilen der DS-GVO vorzusehen. Voraussetzung hierfür ist, dass eine solche Anpassung erforderlich ist, um das Recht auf Schutz der personenbezogenen Daten mit der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit in Einklang zu bringen. Das Medienprivileg schützt so in verschiedener Hinsicht die für Rundfunk und Presse unerlässlichen Freiräume, die diese z. B. in Fragen der Recherche oder des Quellenschutzes erst in die Lage versetzen, den ihnen verfassungsrechtlich zugedachten Aufgaben gerecht werden können.

In der täglichen Arbeit fand die in den letzten Jahren in vielen Lebensbereichen zunehmende Bedeutung des Datenschutzes auch im Rundfunk einen spürbaren

---

Die Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) wurde 2017 beschlossen und ist ab 25. Mai 2018 verbindlich anzuwenden.

Niederschlag in einer stetig steigenden Sensibilität der Bevölkerung in Datenschutzfragen. Dies zeigte sich einerseits in der weiter anwachsenden Anzahl von Anfragen und Beschwerden aber auch in der zunehmenden Vielfalt der gestellten Fragen und der zu prüfenden Lebenssachverhalte. Eine maßgebliche Ursache hierfür bildet vor allem die Digitalisierung der Rundfunkübertragung und Rundfunknutzung und die sich daraus ergebenden immer häufiger hinterlassenen digitalen Spuren der Rezipienten sowie die steigende Akzeptanz von Pay-TV Angeboten, denen anstelle einer anonymen Nutzungssituation ein konkretes Vertragsverhältnis zugrunde liegt. Hinzu kommen aber auch Gestaltungs- und Erscheinungsformen von Rundfunk, die immer häufiger auch die Erhebung und Speicherung von Rezipientendaten bei Rundfunkanbietern zur Folge haben. Dieser Entwicklung folgend nahm der Beratungsbedarf deutlich zu.

Gleichzeitig erfahren auch die die Rundfunkübertragung begleitenden Dienste im Internet und mobile Apps eine wachsende Bedeutung und führen zu neuen datenschutzrechtlichen Fragestellungen im Zuständigkeitsbereich des Beauftragten für den Datenschutz bei der Landeszentrale. Die Fragen beginnen bei der immer vielfältiger werdenden Erfassung von personenbezogenen bzw. personenbeziehbaren Daten, die unterdessen häufig auch ohne konkrete Kenntnis der betroffenen Personen erfolgt. Diese Fragen beziehen sich auf die Speicherung, Nutzung und Weitergabe derselben wie auch auf die Sicher-

heit und Integrität der dabei eingesetzten Systeme und führen über die Nutzungsbedingungen z. B. für die eingesetzte Hardware bis zur Überprüfung von Websites und dahinter stehenden Anwendungen. Die Digitalisierung des Rundfunks bringt zusammen mit dem in inhaltlicher Hinsicht wie auch in Bezug auf die eingesetzten Übertragungssysteme zu beobachtenden Prozess der Konvergenz neue Anwendungen und Finanzierungsarten und mit diesen neue rechtliche Fragestellungen auch gerade in datenschutzrechtlicher Hinsicht hervor.

Ergeben sich bei der früher ausschließlich üblichen Verbreitung von Rundfunkinhalten über Verteilnetze in der Regel anonyme Nutzungsbedingungen, bei denen der Rundfunkanbieter seine Zuseher oder Zuhörer nicht kennt, so dass auch keine datenschutzrechtlichen Fragen anfallen können, so führt die unterdessen im Zuge des Wandels der Mediennutzung üblich gewordene Präsenz privater Rundfunkanbieter im Internet zu einem stetigen Anfall personenbezogener Daten der Rundfunknutzer, welche für den Rundfunkanbieter zahlreiche neue Gestaltungsformen eröffnen. Andererseits bringt dies aber auch eine entsprechende datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit des Rundfunkanbieters für diese Daten und den Umgang mit diesen mit sich, welche dem Rundfunk-Datenschutz eine wachsende Bedeutung zukommen lässt.

## I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM

(Höhe der Beteiligung)

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (56 %)
- Bayerische Medientechnik GmbH (90 %)
- BayMS Bayerische Medien-Service-gesellschaft mbH (100 %)
- Medientage München GmbH (100 %)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8 %)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9 %)

## II Mitgliedschaften der BLM

- Akademie der bayerischen Presse e.V.
- Akademie für neue Medien e.V., Kulmbach
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma), Frankfurt
- Bayerische Akademie für Fernsehen e.V. (BAF), München
- Deutsche Journalistenschule e.V., München
- Digitalradio Deutschland e.V., Hamburg
- Erfurter Netcode e.V.
- Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., Bonn
- Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V. (GfK), Nürnberg
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München
- Internet-ABC e.V., Düsseldorf
- Landesmediendienste Bayern e.V.
- Marketing Club München
- Medien-Campus Bayern e.V., München
- Münchner Kreis, Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung e.V., München
- Radiozentrale e.V., Berlin
- Programmberatung für Eltern e.V., München
- Verein deutscher Archivare e.V. (VdA), Frankfurt

## III Mitgliedschaften, die über die DLM gehalten werden

- Deutsche Kindermedienstiftung GOLDENER SPATZ, Erfurt
- Deutsche TV-Plattform e.V., Frankfurt
- Europäisches DVB-Projekt
- Hans-Bredow-Institut, Hamburg
- Institut für Europäisches Medienrecht e.V., Saarbrücken
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München
- World DAB-Forum
- EPRA european platform of regulatory authorities, Straßburg

## IV Stiftungen

- Stiftung Medienpädagogik Bayern, München
- Stiftung Zuhören, Gießen
- Prix Jeunesse International, München

Stand 31.12.2017

Hörfunk

In Bayern gibt es eine Vielzahl an privaten Radioangeboten, die landesweit oder lokal über UKW, DAB+ oder im Kabel senden. Auch einige bundesweite Programme, die über DAB, Satellit oder Internet verbreitet werden, sind von der Landeszentrale genehmigt.

## Lokaler Hörfunk

### UKW

Die überwiegende Anzahl der in Bayern genehmigten Hörfunkanbieter verbreitet ihr Programm analog über UKW. Ende 2017 waren 63 Lokalradioprogramme in 33 unterschiedlichen Sendegebietern und ein Aus- und Fortbildungsradio in Nürnberg mit einer Genehmigung der Landeszentrale über UKW auf Sendung. Das Münchner Aus- und Fortbildungsradio AFK M94.5 ist seit 1. September 2017 nicht mehr über UKW in München zu empfangen.

### DAB+

Bereits seit 1999 werden in Bayern private Hörfunkprogramme auch über den digitalen Standard DAB+ landesweit sowie in vier lokalen Sendegebietern in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg terrestrisch verbreitet. Auf Basis der Infrastrukturvereinbarung zwischen dem Bayerischen Rundfunk und der Landeszentrale wurden ab Mitte 2017 der Betrieb und die Nutzung der DAB+-Netze in Bayern neu gestaltet. Seit August 2017 werden nun auch alle

14 lokalen UKW-Programme in den regionalen Netzen in Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken simulcast auch über DAB+ ausgestrahlt. Im Oktober kam das neue Jugendladio radio hashtag in Unterfranken hinzu.

Damit waren Ende 2017 in sieben lokalen/regionalen Sendegebietern insgesamt 54 (Vorjahr 37) private Programme auf Sendung, wobei Mega Radio in vier und PN Eins Urban sowie pure fm in drei lokalen DAB+-Sendegebietern ausgestrahlt wurden.

19 Programme wurden originär über DAB+ verbreitet. 35 Programme waren simulcast über UKW empfangbar, wobei die Programme Radio Lora, Radio Z und Radio Feuerwerk über zusätzliche Sendezeiten über DAB+ verfügen, also teilweise originäres Programm senden. Zusätzlich hat Radio München neben seiner DAB+-Kapazität (tgl. 24 Stunden) wöchentlich 5 Sendestunden auf der UKW-Frequenz München 92,4 MHz erhalten.

### Kabel

Alle bayerischen Lokalradios werden auch im Kabel verbreitet. Ausschließlich mittels Kabelanschluss waren Ende 2017 die lokalen Hörfunkprogramme  RSA 2,  RSA 3 und  AllgäuHit zu empfangen.

# Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern

## Lokaler Hörfunk

<p><b>Nürnberg</b></p> <p>afk max Das neue Charivari 98,6 egoFM<sup>2</sup> Energy Nürnberg Hit Radio N1 Klassik Radio<sup>2</sup></p>	<p>MEGA Radio Pirate Gong PN Eins Urban Radio F Radio Gong 97,1 Radio Z Star FM</p>
<p><b>Ingolstadt</b></p> <p>Ilmwelle Event Ilmwelle 90s Ilmwelle Schlager MEGA Radio Mega Radio 80s PN Eins Dance PN Eins Urban</p>	<p>pure fm Radio Galaxy Ingolstadt Radio Ilmwelle Radio IN</p>
<p><b>Augsburg</b></p> <p>egoFM<sup>2</sup> Fantasy lounge Hitradio RT1 Klassik Radio<sup>2</sup> MEGA Radio Mega Radio 80s PN Eins Urban</p>	<p>pure fm Radio Augsburg Radio Fantasy Radio Ilmwelle Rock Antenne<sup>2</sup> Smart Radio</p>
<p><b>München</b></p> <p>95.5 Charivari afk M94.5 Digital Classix egoFM<sup>2</sup> Energy München Klassik Radio<sup>2</sup> LORA/Radio Feierwerk/CRM Rock Antenne<sup>2</sup></p>	<p>MEGA Radio Münchner Kirchenradio pure fm Radio 2Day Radio Arabella Radio Gong 96,3 Radio Horeb München Radio München</p>



**UKW-Verbreitung**  
**DAB-Verbreitung**  
**UKW und DAB+-Verbreitung**

Lokal oder landesweit über Antenne (UKW/DAB), in Bayern empfangbare Programme.

In Unter-, Ober- und Mittelfranken werden die Programme über DAB+ im gesamten Regierungsbezirk verbreitet. Detaillierte Informationen zu den Empfangsgebieten der DAB-Netze finden Sie auf Seite 41

Stand 31.12.2017

**Landesweiter Hörfunk**

Absolut HOT  
Antenne Bayern  
Kultradio  
egoFM<sup>2</sup>  
Rock Antenne<sup>2</sup>

**Bundesweiter Hörfunk über DAB+**

Absolut relax  
Energy (Deutschland)<sup>1</sup>  
ERF Plus<sup>1</sup>  
Klassik Radio<sup>1,2</sup>  
Radio Bob!<sup>1</sup>  
Radio Horeb<sup>2</sup>  
Schlagerparadies<sup>1</sup>  
Schwarzwaldradio<sup>1</sup>  
sunshine live<sup>1</sup>

1 Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt    2 Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY ( s.a. Seite 43)

## Landesweiter Hörfunk

## Bundesweiter Hörfunk

# 36

Internetradios wurden 2017 bei der Landeszentrale angezeigt:

### verpflichtend

- ➔ CommonsRadio
- ➔ 89HIT FM EAZY FM
- ➔ 89HIT FM-DREAM FM
- ➔ 89HIT FM Münchs POWER STATION
- ➔ TÜRK FM
- ➔ PositivRadio live
- ➔ Rock Antenne Punkrock
- ➔ Rock Antenne Deutschrock
- ➔ Rock Antenne Rockantenne
- ➔ Rock Antenne Heavy Metal
- ➔ Rock Antenne Coversongs
- ➔ Rock Antenne Softrock
- ➔ Rock Antenne Young stars
- ➔ Rock Antenne Classic Perlen
- ➔ Rock Antenne Alternative
- ➔ Rock Antenne Rock'n Roll
- ➔ Rock Antenne Weihnachtshits
- ➔ Antenne Bayern Top 40
- ➔ Antenne Bayern Hits für Kids
- ➔ Antenne Bayern simulcast
- ➔ Antenne Bayern Fresh

### UKW

Das private Radioprogramm Antenne Bayern wird in Bayern landesweit über 43 UKW Frequenzen verbreitet und zusätzlich in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist.

### DAB+

Ende 2017 sendeten landesweit in Bayern vier originäre private Digitalradio-Programme. Die landesweite Programmversion von Radio Galaxy wird seit September 2017 nicht mehr bayernweit über DAB+ verbreitet, stattdessen ist nun egoFM seit Oktober 2017 landesweit über DAB+ empfangbar. Zusätzlich wird Antenne Bayern landesweit simulcast über UKW und DAB+ verbreitet.

- |                                          |                                     |
|------------------------------------------|-------------------------------------|
| ➔ Antenne Bayern Eventkalender           | ➔ Antenne Bayern Classic Rock live  |
| ➔ Antenne Bayern Ludwig – nur für Männer | ➔ Antenne Bayern Lovesongs          |
| ➔ Antenne Bayern Lina – nur für Frauen   | ➔ Antenne Bayern Schlagersahne      |
| ➔ Antenne Bayern Party Hits              | ➔ Antenne Bayern 80er Kulthits      |
| ➔ Antenne Bayern Hitmix                  | ➔ Antenne Bayern Oldies but Goldies |
| ➔ Antenne Bayern Black Beatz             | ➔ Antenne Bayern Chillout           |
| ➔ Antenne Bayern 90er Hits               |                                     |

### freiwillig

- ➔ Radio LORA
- ➔ Radio Schwabmünchen

### Satellit

Bundesweit über Satellit senden vier von der Landeszentrale genehmigte Anbieter: Radio Horeb, das Jugendradio egoFM, Antenne Bayern sowie Rock Antenne.

### DAB+

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

### Internet

Internetradios, die im sogenannten Streamingverfahren verbreitet werden und 500 oder mehr Hörern technisch zugänglich sind, sind seit 2009 nicht mehr genehmigungs-, sondern nur noch anzeigepflichtig. Für diese verpflichtend anzuzeigenden Programme liegt die Programmaufsicht bei der Landeszentrale. Weitere Programme haben ihren Sendebetrieb freiwillig angezeigt. Aufgrund der derzeitigen technischen Möglichkeiten, wird in Zukunft regelmäßig mehr als 500 Hörer der zeitgleiche Zugang zu dem jeweiligen Internetradio ermöglicht. Die verpflichtende Anzeige ist insoweit zum Standard geworden.

**Spartenanbieter  
und Zulieferer <sup>(2)</sup>  
bei folgenden Anbietern**

**Bundesweiter Hörfunk**

**Antenne Bayern**

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

**egoFM**

- Bayerischer Jugendring <sup>(2)</sup>

**Lokaler Hörfunk**

**Radio 8, Ansbach**

- Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg <sup>(2)</sup>
- Lutherisches Dekanat Ansbach <sup>(2)</sup>

**Radio Galaxy Ansbach**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Primavera Aschaffenburg**

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

**Radio Galaxy Aschaffenburg**

- Stadtjugendring Aschaffenburg
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Hitradio rt.1, Augsburg**

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

**Radio Fantasy, Augsburg**

- Kanal C

**Radio Alpenwelle, Bad Tölz**

- Sankt Michaelsbund e. V. <sup>(2)</sup>
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Bamberg**

- Erzbistum Bamberg Hörfunkredaktion
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Galaxy Oberfranken**

- Akademie für neue Medien Kulmbach <sup>(2)</sup>
- Bezirksjugendring Oberfranken

**Radio Mainwelle, Bayreuth**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Galaxy Ingolstadt**

- Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Radio Pegasus) <sup>(2)</sup>

**Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen**

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

**Radio Eins, Coburg**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**unser Radio, Deggendorf**

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**hitradio rt.1 Nordschwaben, Donauwörth**

- Sankt Ulrich Verlag GmbH <sup>(2)</sup>

**Bayernwelle Südost, Freilassing/Traunstein**

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

**Radio TopFM, Fürstenfeldbruck**

- Sankt Michaelsbund e.V.

**Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen**

- Sankt Michaelsbund e. V. <sup>(2)</sup>
- Sankt Ulrich Verlag GmbH <sup>(2)</sup>

**Donau 3 FM, Günzburg**

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

**Radio Euroherz**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio IN, Ingolstadt**

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

**Das neue RSA Radio, Kempten**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Plassenburg, Kulmbach**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>

**Radio Trausnitz, Landshut**

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(2)</sup>
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg <sup>(2)</sup>





**hitradio rt.1, Memmingen**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**95,5 Charivari, München**

- Sankt Michaelsbund e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio Arabella, München**

- Sankt Michaelsbund e. V. <sup>(Z)</sup>

**Charivari 98,6, Nürnberg**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**Hitradio N1, Nürnberg**

- A.R.E.F. Anbietergem. Rundfunk Evang. Freikirchen
- Christliche Medieninitiative Franken e. V. (Camillo 92,9)
- Meilensteine Medien e. V.
- Pray Nürnberg e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. (über Camillo 92,9) <sup>(Z)</sup>

**Radio F**

- Jazzstudio Nürnberg e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**unser Radio, Passau**

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio Charivari, Regensburg**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>
- Kath. Radioredaktion der Diözese Regensburg <sup>(Z)</sup>

**gong fm, Regensburg**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio Charivari Rosenheim**

- Ensemble am Chiemsee GmbH
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio Galaxy Rosenheim**

- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V. (Zulieferung ruht)
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio PRIMATON, Schweinfurt**

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

**Radio AWN, Straubing**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>
- Hochschule Deggendorf <sup>(Z)</sup>
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg <sup>(Z)</sup>

**Radio Ramasuri, Weiden**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg <sup>(Z)</sup>

**Radio Galaxy Amberg/Weiden**

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

**Radio Charivari Würzburg**

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

**Radio Gong Mainland, Würzburg**

- Freie Evang. Gemeinde <sup>(Z)</sup>
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. <sup>(Z)</sup>

## Entwicklungs- und Innovationsstrategien: Hörfunk 2020

Um die Voraussetzungen für einen auch in Zukunft gesicherten Bestand an privaten Hörfunkangeboten zu schaffen sowie für eine technische, wirtschaftliche und inhaltliche Fortentwicklung des Programmangebots in Bayern zu sorgen hat die Landeszentrale 2016 ein Strukturmodell für den lokalen Hörfunk entwickelt.

Das Konzept „Hörfunk 2020“ befasst sich insbesondere mit den Themenkomplexen Technologie-Mix der Übertragungswege, Kriterien zur Verlängerung von Genehmigungen sowie inhaltliche Ausrichtung und wirtschaftliche Situation der Hörfunkprogramme. Im Berichtsjahr 2017 wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

Um die Zukunft des Mediums Radio in Bayern sicherzustellen, setzt die Landeszentrale auf einen Technologiemix. Dieser sieht vor, dass UKW durch DAB+ ergänzt und langfristig möglicherweise ersetzt wird. Seit August 2017 werden auf Basis der Anfang 2017 mit dem Bayerischen Rundfunk geschlossenen Infrastrukturvereinbarung alle 14 lokalen UKW-Programme in Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken nun auch über DAB+ ausgestrahlt.

Zudem konnte die Geschäftsführung eine staatliche Förderung der digitalen technischen Verbreitungskosten für die bayerischen privaten Hörfunkanbieter erwirken. Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie

und Technologie hat die DAB+-Verbreitungskosten im 2. Halbjahr 2017 mit 450 T€ unterstützt.

Bei den Genehmigungen für die neuen regionalen Multiplexe in Ober-, Mittel- und Unterfranken wurde 2017 das Konzept der Simulcast-Verpflichtung aufgegeben. Die UKW-Anbieter konnten frei entscheiden, ob ihre Programme simulcast über UKW und DAB+ verbreitet werden sollen. 2017 haben sich alle betroffenen Anbieter für eine Simulcastverbreitung entschieden.

Bei den Programmgenehmigungen und Zuweisungen zu den neuen DAB+-Gebieten Ober-, Mittel-, Unterfranken sowie Niederbayern und Oberpfalz wurde der Kultur- und Wirtschaftsraum der jeweiligen Region berücksichtigt und auf einen ausreichenden Umfang lokaler Berichterstattung geachtet.

Um infrastrukturelle, topografische und technische Vor- bzw. Nachteile einzelner Gebiete auszugleichen und für alle Regionen Bayerns grundsätzlich gleiche Verbreitungsbedingungen herzustellen, wird für die Nutzung der DAB+-Netze ein technischer Infrastrukturausgleich (TIA) vorgenommen. So wird auch in struktur- und bevölkerungsschwachen Gebieten der Zugang zur DAB+-Verbreitung grundsätzlich zu den gleichen Konditionen ermöglicht, wie in struktur- und bevölkerungsstarken Gebieten und eine gleichwertige Versorgung der bayerischen Bevölkerung durch private digitale Radioangebote sichergestellt.

Die Landeszentrale hat 2017 verstärkt darauf hingewirkt, die lokale Programmvielfalt in den Regionen zu erhalten, mit

dem Ziel die lokale/regionale Identität und den Kultur- und Heimatbegriff der unterschiedlichen Regionen zu stärken.

Neben der Einrichtung eines Bürger-radio-Unterausschusses des Medienrats wurden spezielle Bürgerradio-Workshops organisiert. Zudem lautete das Schwerpunktthema der BLM-Programmförderung 2017 „Bürger On Air“.

Auf Anregung der Landeszentrale wurden die lokalen Morgenschienen der Galaxy-Programme ausgebaut. Darüber hinaus wurden BLM Workshops zum Thema programmliche Positionierung und inhaltliche Qualität des redaktionellen Wortprogrammes insbesondere von lokalen Themen durchgeführt.

Zur Optimierung ihrer Programmzulieferungen an die bayerischen lokalen Hörfunkanbieter und zur Erstellung Zielgruppen spezifischer Musikplaylisten hat die BLR dank finanzieller Förderung der Landeszentrale im Jahr 2017 kontinuierlich Musikforschung betrieben.

Um die privaten UKW-Märkte für junge Hörer in Ballungsräumen und Landgebieten zu stärken und konkurrenzfähig zu halten hat die Landeszentrale darauf hingewirkt, die Unabhängigkeit von egoFM und Galaxy aufrechtzuerhalten. egoFM ist seit Oktober 2017 bayernweit über DAB+ empfangbar. Eine Professionalisierung und Modernisierung der lokal produzierten Galaxy-Programme wurde durch die Entwicklung von eigenen lokalen Galaxy Morgenschienen an den Standorten erreicht.

Das BLM Workshop-Angebot wurde 2017 durch die Einführung von Workshops für Vermarktung/Verkauf und für

Digital-Journalismus den Bedürfnissen der lokalen Hörfunksender noch besser angepasst.

Wichtig für die Zukunftsfähigkeit des privaten Hörfunks in Bayern ist, dass die Anbieter sich nachhaltig den Herausforderungen des digitalen Wandels stellen und alle verfügbaren Ausspielwege für ihre Programminhalte nutzen. Das Angebot der Landeszentrale, ihr Angebot auch über DAB+ simulcast zu verbreiten, verbunden mit umfassenden Informationen über Kosten, Fördermittel sowie Ansprechpartner, wurde von allen 2017 betroffenen Hörfunkanbietern in Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken angenommen.

Durch die Förderung der Beteiligung der lokalen Anbieter an der ma IP Audio, die gestützte Erhebung aller DAB+-Programme in der Funkanalyse Bayern (FAB) sowie die Unterstützung der DAB+-Reichweitenerhebung im Rahmen der bundesweiten Media-Analyse (ag.ma) trägt die BLM zur Messung der Hörfunknutzung über die Ausspielwege DAB+ und Online bei. Dies ermöglicht dem Lokalfunk eine verbesserte Ausschöpfung der lokalen und regionalen Werbemärkte. Auch bei der Vermarktung der überregionalen Werbung wurde im Rahmen einer von der BLM moderierten Kooperationsvereinbarung zwischen Antenne Bayern, BLR und BLW eine gesicherte Einbindung der Rock Antenne in das Bayern Funkpaket sowie eine Reduzierung der BLR Kosten und damit eine Stärkung des Lokalfunks erreicht.

## Genehmigungen

### Neuorganisationen / Neugenehmigungen

- **Lokaler Hörfunk simulcast über UKW und DAB+**

- **Hitradio RT1 Neuburg, Neuburg a.d. Donau/Schrobenhausen**

Im November 2016 hatte die Landeszentrale im Versorgungsgebiet Landkreis Neuburg/Schrobenhausen die Nutzung der UKW-Hörfunkfrequenzen 101,2 MHz (Neuburg) und 94,6 MHz (Schrobenhausen) für die Verbreitung lokaler/regionaler Hörfunkangebot in analoger Technik sowie simulcast im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet Ingolstadt ausgeschrieben. Bis zum Ende der Bewerbungsfrist am 22. Dezember 2016 waren drei Bewerbungen eingegangen. Die Bewerberauswahl traf der Medienrat in seiner Sitzung am 30. März 2017. Genehmigt wurde die Verbreitung des Programms Hitradio RT1 Neuburg der rt.media group, das am 1. Oktober 2017 auf Sendung ging. Die Zuweisung der entsprechenden Übertragungskapazitäten erfolgte befristet bis zum 1. April 2025.

Das Programm orientiert sich am CHR-Musikformat (Contemporary Hitradio), das sich an eine breite Zielgruppe zwischen 4 und 59 Jahren richtet. Durch eine technische Auseinanderschaltung werden im Programm Hitradio RT1 Neuburg von Montag bis Samstag tagsüber lokale Senderfenster mit regionalisierten Lokalnachrichten für Neuburg-Schrobenhausen ausgestrahlt. Zusätzlich beträgt das originäre Lokalprogramm montags

bis freitags jeweils zwei Stunden und am Samstag drei Stunden. Die restlichen Sendezeiten werden von Hitradio rt1 in Augsburg zugeliefert.

- **Radio Horeb/CRM/Radio LORA/Radio Feierwerk/Radio München, München**

Mit Bekanntgabe vom 11. Januar 2017 schrieb die Landeszentrale die Nutzung der UKW-Hörfunkfrequenz 92,4 MHz München für die Verbreitung lokaler/regionaler Hörfunkangebote zusammen mit einer DAB+-Kapazität für die Simulcast-Verbreitung im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet München aus. Die Ausschreibung richtete sich besonders an gemeinnützige Bewerber, die ein alternatives Musikprogramm und lokale Inhalte aus den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Kirche und Soziales anbieten. Mit Radio Horeb inklusive Zulieferungen des Sankt Michaelsbundes Landesverband Bayern e.V. (Münchner Kirchenradio), Christliches Radio München, Radio LORA, Radio Feierwerk und Radio München, konnten alle sechs Bewerber berücksichtigt werden. Das  **neue Sendeschema** beinhaltet eine Erhöhung der Sendezeit für die nicht-kommerziellen Bürgerradios und verteilt die Sendezeiten der christlichen Programme und der Bürgerradios zur Verbesserung der Durchhörbarkeit auf verschiedene Blöcke. Die Zuweisungen der UKW-Übertragungskapazitäten sind bis zum 15. April 2025 befristet.

Ebenfalls für acht Jahre wurde zudem die zeitpartagierte Verbreitung von Radio LORA, Radio Feierwerk und Christliches Radio München über DAB+ genehmigt.

■ **Lokaler UKW Hörfunk**

□ **Radio Galaxy Deggendorf/Passau**

Für die Verbreitung des regionalen Gemeinschaftsangebots Radio Galaxy Deggendorf/Passau im Versorgungsgebiet Stadt Deggendorf und angrenzende Gemeinden wurde den in der Radio Deggendorf GmbH & Co. KG zusammengeschlossenen Anbietern die neu koordinierte UKW-Hörfunkfrequenz Deggendorf-Kohlberg 89,9 MHz befristet bis zum 31. Oktober 2020 zugewiesen. Radio Galaxy Deggendorf/Passau konnte aus technischen Gründen erst zum 18. Januar 2018 auf Sendung gehen und wendet sich mit seinem Young CHR-Musikformat vor allem an die Altersgruppe der 14 bis 29-Jährigen.

□ **Radio TOP FM, Erweiterung des Sendegebiets um die Region 14 Ost (Erding, Freising, Ebersberg)**

Ab 1. Oktober 2017 wurden der Amperwelle GmbH zur Verbreitung des lokalen Hörfunkprogramms Radio TOP FM zusätzlich die UKW-Frequenzen Erding 87,9 MHz, Freising 95,0 MHz und Ebersberg 93,0 MHz zugewiesen. Gleichzeitig wurde das bisherige Versorgungsgebiet Region München West (Landkreise Dachau, Fürstenfeldbruck, Landsberg-Lech und Starnberg) um die bisherige Region München Ost erweitert (Landkreis Erding, Stadt Freising und Stadt Ebersberg). Die Neuordnung des Sendegebiets Erding, Freising, Ebersberg war notwendig geworden, nachdem die Rock Antenne eine Stützfrequenz in München beantragt hatte und im Gegenzug ab

1. Oktober 2017 die bisher für das lokale Angebot der Rock Antenne genutzten Frequenzen in Erding, Freising und Ebersberg abgeben musste.

Radio TOP FM richtet sich als rockorientiertes Contemporary Hit Radio an Hörer von 25 bis 50 Jahren und bedient das erweiterte Versorgungsgebiet auch redaktionell durch die Integration von auf die Region München Ost bezogenen Programminhalten. Zudem werden zwei Einzelbeiträge des Spartenanbieters Sankt Michaelsbund e. V. pro Woche ausgestrahlt.

Die Frequenznutzungsdauer für Radio TOP FM wurde im Oktober 2017 bis 15. April 2025 verlängert und damit derjenigen aller anderen UKW-Anbieter im Großraum München angepasst.

■ **Lokaler Digitaler Hörfunk**

□ **Radio Hashtag+, Unterfranken**

Auf die Ausschreibung der Landeszentrale vom 19. Mai 2017 für ein lokales DAB+-Programm in Unterfranken gingen vier Bewerbungen ein. Befristet bis zum 1. August 2025 wurde das lokale Hörfunkangebot „Radio Hashtag+“ der Schweinfurter Rundfunk GmbH & Co. Studiobetriebs KG genehmigt und die entsprechende DAB+-Kapazität zur Nutzung zugewiesen.

Radio Hashtag+ nahm zum 11. Oktober 2017 seinen Sendebetrieb auf. Es richtet sich als informatives und unterhaltsames Vollprogramm an die Zielgruppe der 10- bis 29-Jährigen, die über die Sozialen Netzwerke stark in die inhaltliche Gestaltung des Programms

einbezogen werden sollen. Das Musikprogramm setzt sich vor allem aus Neuvo-  
stellungen und Titeln aus Hip Hop, R&B,  
Dance und Techno zusammen. Weltnach-  
richten, Wetter- und Verkehrsmeldungen  
aus Unterfranken  
sowie Trend-News (Musik, Klatsch und  
Tratsch, YouTube) ergänzen das 24-Stun-  
den-Programm.

□ **Radio Galaxy Oberfranken**

Ab 1. Juni 2017 wurde folgenden  
Anbietern die digitale Verbreitung des  
Hörfunkprogramms Radio Galaxy Ober-  
franken im DAB+-Versorgungsgebiet  
Oberfranken (Block 10B) befristet bis  
1. Juli 2025 genehmigt:

- Hörfunk Anbietergemeinschaft  
Bayreuth GmbH
- Dr. Fischer und Ellwanger KG  
Media GbR
- Welle Veste der Coburg Rundfunk-  
Programmgesellschaft mbH
- Neue Welle „Antenne Coburg“ Hör-  
funk- und Fernsehprogramm GmbH
- Druck- und Verlagsanstalt  
„Neue Presse“ GmbH
- Welle Plassenburg Rundfunk-  
Programmanbietergesellschaft mbH
- Neue Welle – Antenne Kulmbach –  
Rundfunk-Programmanbieter GmbH
- Anbietergesellschaft Radio für  
Bamberg GmbH
- Neue Welle „Antenne Bamberg“  
Hörfunk- und Fernsehprogramm mbH
- Neue Welle „Antenne Hof“  
Hörfunk- und Fernsehprogramm-  
anbieter GmbH

Das Gemeinschaftsprogramm Radio  
Galaxy Oberfranken ist eine Kooperation  
der oberfränkischen Galaxy-Standorte  
Bayreuth, Coburg, Kulmbach, Hof sowie  
Bayreuth. Das Programm richtet sich  
mit seinem Young CHR-Musikformat an  
die Altersgruppe der 14 bis 29-Jährigen.

■ **Landesweiter Digitaler Hörfunk**

Auf die Ausschreibung einer landes-  
weiten DAB+-Kapazität in den Regional-  
netzen Unterfranken, Oberfranken,  
Mittelfranken, Oberpfalz-Niederbayern  
und Oberbayern-Schwaben gab es fünf  
Bewerber. Befristet bis 1. August 2025  
zugewiesen wurde die Kapazität der  
Radio next Generation GmbH für die  
Verbreitung von egoFM. Die Auswahl von  
egoFM erfolgte vor allem wegen seines  
Beitrags zur Programmvierfalt in Bayern,  
da sein Musikangebot, das sich nicht an  
Mainstream-Publikum richtet, von priva-  
ter Seite in Bayern weder landes- noch  
bundesweit abgedeckt wird. Das Hör-  
funkangebot richtet sich vor allem an  
urbane Musikliebhaber zwischen 20 und  
40 Jahren. Aktuelle Weltnachrichten  
werden halbstündlich von Montag bis  
Freitag, ansonsten stündlich ausgestrahlt.

### **Verlängerung von Genehmigungen/ Zuweisung von Kapazitäten**

Da der Gesetzgeber in Art. 26 Abs. 2 Satz 2 BayMG i.d.F. des Änderungsgesetzes vom 12. Juli 2016 (GVBl S. 159) die Entfristung aller bestehenden Genehmigungen verfügt hat, bedarf es seit Inkrafttreten am 1. September 2016 einer Verlängerung der Genehmigungen nicht mehr. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten ist weiterhin befristet.

#### ■ **Lokaler UKW Hörfunk**

##### □ **Rosenheim**

Kapazitätszuweisung bis 30. April 2025

➔ **Radio Charivari** (Spartenanbieter: Funkturm Christian Michael Doermer, Radio Regenbogen Programm-anbieter GmbH)

➔ **Radio Galaxy Rosenheim** (Spartenanbieter: Radio Regenbogen Programmanbieter GmbH)

##### □ **Deggendorf**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2020

➔ **unserRadio Deggendorf** (Regionales Gemeinschaftsangebot Deggendorf/Passau)

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

□ **Neuburg a.d. Donau/Schrobenhausen**  
Kapazitätszuweisung bis 30. Sept. 2017

■ **Radio ND1**

##### □ **Amberg/Weiden**

Kapazitätszuweisung bis 30. Juni 2025

➔ **Radio Ramasuri**

➔ **Radio Galaxy Amberg/Weiden**

#### ■ **Lokaler Digitaler Hörfunk**

Auf Basis der Infrastrukturvereinbarungen zwischen dem Bayerischen Rundfunk (BR), der Landeszentrale und dem Bayern Digital Radio (BDR) wurde seit Mitte 2017 der Betrieb und die Nutzung der DAB+-Netze in Bayern neu gestaltet.

Den bereits genehmigten UKW-Lokalradios in Ober-, Unter- und Mittelfranken wurden ab 1. Juli 2017 Kapazitäten für die zeitgleiche digitale Verbreitung zugewiesen. Die Zuweisungsdauer der simulcast in UKW und DAB+ verbreiteten Programme wurde an die Dauer der jeweils bestehenden UKW-Zuweisungsdauer gekoppelt.

##### □ **Unterfranken**

Kapazitätszuweisung bis 31. Mai 2024

➔ **Radio Gong Würzburg**

➔ **Radio Charivari Würzburg**

➔ **Radio Primavera**

➔ **Radio Galaxy Aschaffenburg**

➔ **Radio Primaton Schweinfurt**

##### □ **Mittelfranken**

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2020

➔ **Radio 8**

➔ **Radio Galaxy Mittelfranken (Ansbach)**

##### □ **Oberfranken**

Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2021

➔ **Radio Euroherz**

➔ **extra radio**

➔ **Radio Mainwelle**

➔ **Radio Eins**

➔ **Radio Plassenburg**

➔ **Radio Bamberg**

Für die Hörfunkangebote in der Oberpfalz stehen seit 3. Juli 2018 nach einer Netztrennung des bestehenden DAB-Netzes Niederbayern-Oberpfalz 12D in die beiden DAB+-Netze Niederbayern (7D) und Oberpfalz (12D) DAB-Kapazitäten für die lokalen Hörfunkprogramme in Niederbayern und der Oberpfalz zur Verfügung. Am 15. Dezember 2017 hat der Medienrat bereits die Zuweisung von Kapazitäten in den jeweiligen regionalen DAB-Netzen an die genehmigten UKW-Lokalprogramme in Niederbayern und der Oberpfalz beschlossen. Die Dauer der Simulcast-Zuweisung richtet sich jeweils nach dem Ablauf der jeweiligen UKW-Kapazitätszuweisungen.

□ **Niederbayern**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2020

- ➔ Radio Trausnitz
- ➔ Radio AWN
- ➔ unser Radio Passau / Deggendorf
- ➔ Radio Galaxy Landshut
- ➔ Radio Galaxy Passau / Deggendorf

□ **Oberpfalz**

Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2023

- ➔ Radio Charivari Regensburg
- ➔ gong fm
- ➔ Radio Ramasuri
- ➔ Radio Galaxy Amberg / Weiden

□ **München und Augsburg**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2018 (Anstelle der bisherigen Verbreitung im landesweiten DAB-Netz Bayern 10D)

- ➔ Radio Galaxy (Bayern)

■ **Landesweiter Digitaler Hörfunk**

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2019

- ➔ Absolut Hot
- ➔ Kultradio
- ➔ Rock Antenne

■ **Bundesweiter Hörfunk**

- UKW-Stützfrequenz (94,5 MHz München)

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2022

- ➔ Rock Antenne

- UKW-Stützfrequenz (106,2 MHz Erlangen)

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2022

- ➔ egoFM

## **Änderung der Inhaber und Beteiligungsverhältnisse/Nachfolge in Senderechten**

### ■ **Radio IN und Radio Galaxy Ingolstadt**

Die Landeszentrale genehmigte die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Radio IN Rundfunk- und Fernsehanbieter GmbH nach Übertragung der Anteile der DK Holding GmbH und Co. KG an die Donau Kurier GmbH.

### ■ **Die neue Welle (Bamberg, Bayreuth, Coburg, Kulmbach)**

Genehmigt wurden konzerninterne Änderungen bei der „Die Neue Welle Rundfunkverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG“ (DNW) in Oberfranken an den Hörfunkstandorten Bamberg, Bayreuth, Coburg und Kulmbach. Die Tochtergesellschaften der DNW mit Anbieterstatus – Neue Welle „Antenne Bamberg“ Hörfunk- und Fernsehprogrammgesellschaft mbH, Hörfunk-Anbietergemeinschaft Bayreuth GmbH, Neue Welle – Antenne Coburg Hörfunk- und Fernsehprogrammgesellschaft mbH, Neue Welle „Antenne Kulmbach“ Rundfunkprogrammanbieter GmbH – wurden auf die KMO Kommunikation und Medien für Oberfranken GmbH als neue Anbieterin verschmolzen, die ihrerseits eine 100%-Tochtergesellschaft der DNW ist. Die KMO wurde anschließend in Neue Welle Oberfranken Mediengesellschaft mbH umfirmiert. Mit diesen Schritten beabsichtigte die DNW, die Beteiligungsstruktur an den Hörfunk-

und Fernsehprogrammen in Oberfranken zu straffen, ohne dass es hierbei zu einer Verschiebung der Einflussverhältnisse kommt.

### ■ **Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG**

Auch konzerninterne Änderungen innerhalb der Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG (MGO), die mittelbar an lokalen Hörfunkprogrammen in Bamberg, Coburg und Kulmbach beteiligt ist, wurden genehmigt. Der Fortführung der Anbietertätigkeit der Anbietergesellschaft Radio für Bamberg mbH, der Welle Veste Coburg Rundfunk-Programmgesellschaft mbH und der Welle Plassenburg Rundfunk-Programmanbieter Gesellschaft mbH durch die „MGO Anbietergesellschaft Radio mbH“ und deren anschließende Umfirmierung in „MGO Anbietergesellschaft Radio mbH“ standen medienrechtliche Gründe nicht entgegen. Betroffen waren davon die Anbieter der Programme Radio Bamberg, Radio Galaxy Bamberg, Radio Eins, Radio Galaxy Coburg, Radio Plassenburg und Radio Galaxy Kulmbach. Die MGO beabsichtigt dadurch, ihre Beteiligungsstruktur an den Hörfunkanbietern in Oberfranken zu verschlanken, ohne dass es zu einer Verschiebung der Einflussverhältnisse kommt. Bis auf die genehmigte Änderung bei der Welle Veste Coburg Rundfunk-Programmgesellschaft mbH wurden die angezeigten Veränderungen im Jahr 2017 vollzogen.

### ■ **Studio Gong (Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG)**

Die Verschmelzung einzelner Anbietergesellschaften von Studio Gong im Hörfunkbereich auf die Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG wurde für medienrechtlich unbedenklich erklärt. Damit ist die Fortführung der Anbieter-tätigkeit der Studio Gong Aschaffenburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG, der Studio Gong GmbH AV-Produktionsgesellschaft & Co. Betriebs KG, Würzburg, und der Studio Gong GmbH AV-Produktionsgesellschaft und Co. Betriebs KG, Regensburg, durch die Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG möglich. Zudem ist die Fortführung der Anbietertätigkeit der ARA Anbietergemeinschaft Radio Aktuell Anbieter GmbH, der Radio Fantasy GmbH und der Digitaler Rundfunk Bayern GmbH & Co. KG nach Anwachsung bzw. Verschmelzung der Studio Gong GmbH AV-Produktionsgesellschaft, Nürnberg, der Studio Gong Aschaffenburg GmbH & Co. Studiobetriebs KG und der Studio Gong GmbH AV-Produktionsgesellschaft und Co. Betriebs KG, Augsburg auf die Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG zulässig.

### ■ **Rock Antenne**

Genehmigt wurde auch die Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Rock Antenne GmbH & Co. KG als landesweite Hörfunkanbieterin des Hörfunkprogramms Rock Antenne nach Übertragung der Anteile der bisherigen alleinigen Gesellschafterin Antenne Bayern GmbH & Co. KG in Höhe von 18,50 Prozent auf die NWZ Funk & Fernsehen GmbH & Co. KG.

### ■ **Neue Welle Antenne Landshut**

Der Fortsetzung der Anbietertätigkeit der Neue Welle Antenne Landshut Rundfunk-Beteiligungsgesellschaft mbH nach Übertragung der Anteile von Herrn Heribert Wühr (firmierend unter Verlag für noch unbekannte Literatur) in Höhe von 14,97 Prozent am Anbieter auf Herrn Marco Wühr standen medienrechtliche Gründe nicht entgegen.

## Technische Verbreitung

### **Digitaler Hörfunk (DAB)**

Auf Basis der Kooperationsvereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) werden in den Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken seit Juli 2017 in den DAB+-Netzen des BR je nach Region zwischen vier und elf private Hörfunkprogramme neben den Programmen des BR ausgestrahlt. Die Bayern Digital Radio (BDR), hat – neben den von ihr betriebenen eigenen vier lokalen DAB+-Netzen in München, Nürnberg, Augsburg und Ingolstadt – die freien Kapazitäten in den regionalen Netzen des BR angemietet. Die Regierungsbezirke Oberpfalz und Niederbayern folgten Mitte 2018. In den Regionen Allgäu und Voralpenland wird die BDR eigene Netze aufbauen. Voraussichtlich bis Ende 2019 werden dann alle heutigen UKW-Programme auch in DAB+ verbreitet werden können. Neben den bestehenden Radioangeboten wurde durch die Kooperation aber auch die Organisation neuer lokaler/regionaler und landesweiter Programme durch Landeszentrale möglich.

### ■ **Lokales Digitalradio**

Über die sieben lokalen/regionalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Unterfranken, Mittelfranken und Oberfranken wurden Ende 2017 insgesamt 54 private Programmangebote verbreitet, drei davon in mehr als einer Region. Insgesamt konnten ca. 6,60 Mio. Hörer in Bayern lokale Digitalradioprogramme in Indoor-Qualität empfangen. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum Stand 31. Dezember 2017 können den Tabellen auf  Seite 41 entnommen werden.

### ■ **Landesweites Digitalradio**

Landesweite Digitalradioprogramme konnten Ende 2017 von 11,48 Mio. Einwohnern in Bayern in Indoor-Qualität empfangen werden. Das entspricht ca. 89 Prozent der bayerischen Bevölkerung.

Für die Verbreitung von landesweiten DAB-Programmen werden in Bayern zwei Sendernetze betrieben. Das Programm Antenne Bayern wird über das landesweite DAB-Netz Bayern 11D verbreitet und hat die o. g. Versorgungszahlen bereits erreicht.

# Technische Reichweite der DAB+-Netze

DAB+ Nürnberg, Kanal 10C	
Bezug: Planungsregion Nürnberg	
Indoor	ca. 71% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 94% der Bevölkerung
Mobil	ca. 87% Straßenabdeckung

DAB+ Ingolstadt, Kanal 11A	
Bezug: Planungsregion Ingolstadt	
Indoor	ca. 72% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 95% Straßenabdeckung

DAB+ Augsburg, Kanal 9C	
Bezug: Planungsregion Augsburg	
Indoor	ca. 51% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 77% der Bevölkerung
Mobil	ca. 63% Straßenabdeckung

DAB+ München, Kanal 11C	
Bezug: Planungsregion München	
Indoor	ca. 73% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 92% der Bevölkerung
Mobil	ca. 85% Straßenabdeckung

DAB+ Unterfranken, Kanal 10A	
Bezug: Regierungsbezirk Unterfranken	
Indoor	ca. 77% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 93% der Bevölkerung
Mobil	ca. 92% Straßenabdeckung

DAB+ Oberfranken, Kanal 10B	
Bezug: Regierungsbezirk Oberfranken	
Indoor	ca. 77% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 95% der Bevölkerung
Mobil	ca. 95% Straßenabdeckung

DAB+ Mittelfranken, Kanal 8C	
Bezug: Regierungsbezirk Mittelfranken	
Indoor	ca. 91% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98% der Bevölkerung
Mobil	ca. 97% Straßenabdeckung

## Lokale/regionale DAB+-Netze in Bayern



Stand 31.12.2017

DAB+ Bayern, Kanal 11D	
Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 89% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung

DAB+ Bayern, aggregierte Kanäle UFr. 10A, OFr. 10B, MFr. 8C, OBay.-Schw. 10A, NBay. 7D, OPf. 12D	
Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 85% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 96% der Bevölkerung
Mobil	ca. 94% Straßenabdeckung

DAB+ Deutschland, Kanal 5C	
Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 70% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 91% der Bevölkerung
Mobil	ca. 89% Straßenabdeckung

**UKW-Frequenzen**

191

Die privaten Lokalradios werden in Bayern über 191 UKW-Frequenzen ausgestrahlt und können von ca. 93 % der Bevölkerung empfangen werden.

Die vier weiteren landesweit ausgestrahlten privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Absolut HOT, Kultradio und egoFM werden über die Sendernetze Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern-Oberpfalz 12D und Oberbayern-Schwaben 10A verbreitet und werden die o. g. Versorgungszahlen voraussichtlich erst Ende 2018 erreichen.

■ **Bundesweites Digitalradio**

Am 1. August 2011 startete der bundesweite DAB+ Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2017 waren 120 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 93,5 Prozent der Fläche Deutschlands, 65,8 Prozent der Bevölkerung können dieses Netz zuhause empfangen.

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2017 von ca. 9,05 Mio. Einwohnern zuhause bzw. von 11,74 Mio. Einwohnern mobil empfangen werden.

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

**Lokaler UKW-Hörfunk**

Für Lokalradio waren 2017 insgesamt 191 terrestrische UKW-Frequenzen in 33 unterschiedlichen Sendegebiet in Betrieb. Damit war es für rund 11,6 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm stationär, portabel und mobil zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage mindestens zwei Lokalradioprogramme zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit zwischen mindestens sechs unterschiedlichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können. Darüber hinaus sind alle Lokalradios in ihrem Sendebiet auch über die Kabelnetze zu empfangen.

Die lokalen Hörfunkprogramme RSA 2, RSA 3 und AllgäuHit sind ausschließlich mittels Kabelanschluss zu empfangen.

**Landesweiter UKW-Hörfunk**

Der Empfang des landesweiten Hörfunkprogramms Antenne Bayern über terrestrische Frequenzen ist in Bayern nahezu flächendeckend möglich. Ca. 99 Prozent der Bevölkerung können Antenne Bayern über 43 UKW-Frequenzen stationär empfangen. Antenne Bayern wird zudem in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist.

**UKW-Frequenzen**

43

Das private landesweite Radioprogramm Antenne Bayern wird über 43 UKW-Frequenzen in Bayern ausgestrahlt und kann von 99 % der Bevölkerung empfangen werden.

### **Technische UKW-Stützfrequenzen**

Die bundesweiten Hörfunkprogramme egoFM und Klassik Radio werden an den Standorten Würzburg, Nürnberg, Regensburg, München und Augsburg über UKW-Stützfrequenzen verbreitet. ego FM wird zusätzlich am Standort Fürth und Erlangen verbreitet.

Das bundesweite Programm Radio Horeb wird über zwei Kleinleistungsfrequenzen in Ursberg und Balderschwang verbreitet.

Zudem wird das landesweite DAB-Programm Rock Antenne in Augsburg und in München über UKW-Frequenzen verbreitet.

### **Kabeleinspeisung**

Die Kabeleinspeisung von Hörfunkprogrammen, die in analoger Technik verbreitet werden, wird in Art. 36 Abs. 2 BayMG geregelt. Demnach sind die auf gesetzlicher Grundlage für Bayern veranstalteten Programme in ihren jeweiligen bestimmungsgemäßen Versorgungsgebieten einzuspeisen.

## Reichweiten und Akzeptanz

### Funkanalyse Bayern

#### ■ Hörfunknutzung

Nach den Ergebnissen der  **Funkanalyse Bayern 2017** erreichten die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Werktag 29,0 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich 3,2 Mio. Hörer. Die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme erzielte Antenne Bayern mit 30,0 Prozent (3,3 Mio. Hörer).

Insgesamt hörten 86,8 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren im Jahr 2017 an einem durchschnittlichen Werktag Radio. Die durchschnittliche Hördauer an Werktagen lag bei 238 Minuten.

20 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern hatten nach der Funkanalyse Bayern 2017 Zugang zu einem DAB+-Empfangsgerät. Digitalradio über DAB+ hörten täglich 6,4 Prozent der Bevölkerung, Radioprogramme über Internet 4,3 Prozent.

Bei den Lokalradios an Einfrequenzstandorten war Hitradio RT1 Nordschwarben mit einer Tagesreichweite von 20,2 Prozent am erfolgreichsten vor Radio Inn-Salzach-Welle/Radio ISW in Burgkirchen/Mühldorf mit 19,5 Prozent. In den bayerischen Großstädten über 100.000 Einwohnern nahm Radio Gong Würzburg mit 28,4 Prozent Tagesreichweite die Spitzenposition ein vor Hitradio RT1 aus Augsburg mit 23,5 Prozent. Im Ballungsraum Nürnberg haben Radio F/Radio Franken und Radio Gong 97,1 mit einer Tagesreichweite von jeweils 9,9 Prozent



3,2 Mio

Die bayerischen Lokalradios erreichten 2017 an einem durchschnittlichen Werktag 3,2 Millionen Hörer.



Radio Gong Würzburg war 2017 mit einer Tagesreichweite von 28,4 Prozent der reichweitenstärksten Lokalsender in Bayern.

### Tagesreichweite Hörfunk 2011–2017 in Bayern

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Radiohören gesamt</b>	86,6	89,3	87,5	88,7	86,2	87,8	86,8
Bayerische Lokalsender gesamt	27,9	29,6	29,5	28,8	28,4	30,5	29,0
ANTENNE BAYERN	29,9	34,2	35,2	35,3	33,1	31,0	30,0
ROCK ANTENNE gesamt	1,5	1,4	1,3	1,7	2,2	2,0	3,4
Radio Galaxy gesamt	2,7	3,1	2,9	3,1	3,0	3,0	3,2
Klassik Radio	1,7	1,8	2,0	1,8	1,4	1,6	2,2
egoFM	0,6	1,1	1,1	1,7	1,5	1,3	1,4
RADIO HOREB						0,2	0,1
<b>Bayerische Privatsender gesamt</b>	50,1	55,4	56,0	56,2	54,4	54,8	53,2
Bayern 1	31,0	29,9	27,1	27,6	27,5	29,1	29,1
Bayern 2	4,4	4,0	4,7	4,6	5,2	4,9	5,2
Bayern 3	23,3	22,8	21,7	23,5	21,8	23,0	21,7
BR Klassik	1,7	1,9	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8
B 5 aktuell	6,0	5,9	5,5	6,5	6,7	6,2	6,4
<b>Bayerischer Rundfunk gesamt</b>	54,8	52,6	49,8	52,1	50,3	52,6	51,6

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent  
Quelle: Funkanalyse Bayern 2011–2017



Die Privatradios erreichen täglich mehr Hörer in Bayern (53,2 %), als die Sender des BR (51,6 %).

die beiden ersten Plätze belegt. Im Stereoempfangsgebiet München hat sich Radio Arabella mit einer Tagesreichweite von 14,4 Prozent vor Radio Gong 96,3 mit 13,7 Prozent an der Spitze positioniert. An den Standorten mit einer Radio Galaxy-Zweitfrequenz ist Radio Eins in Coburg Spitzenreiter mit einer Tagesreichweite von 33,5 Prozent. Mit diesem Ergebnis hat Radio Eins gleichzeitig die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Lokalradioprogramme erzielt.

In seinen 13 UKW-Verbreitungsgebieten wurde das Jugendradio Radio Galaxy täglich von 33,3 Prozent der 14- bis 29-Jährigen gehört. Bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren erzielte Radio Galaxy im Sendegebiet Ingolstadt mit 20,0 Prozent die höchste Reichweite aller Galaxy-Stationen vor Radio Galaxy Bayreuth mit 15,4 Prozent und Radio Galaxy Landshut mit 15,3 Prozent. egoFM, das in München,

Nürnberg, Augsburg, Regensburg und Würzburg über UKW ausgestrahlt wird, erreicht durchschnittlich 5,5 Prozent der 14- bis 39-Jährigen in seinen UKW-Verbreitungsgebieten.

■ **Programminhalte**

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden jährlich auch Daten zu Image und Akzeptanz der Hörfunkprogramme erhoben. Bei der Bewertung der einzelnen Programmelemente zeigt sich auch 2017, dass den bayerischen Privatprogrammen nach wie vor eine führende Kompetenz in zahlreichen wichtigen Bereichen zuerkannt wird:

So geben z. B. 36,6 Prozent der bayerischen Gesamtbevölkerung an, dass Antenne Bayern Musik nach ihrem Geschmack bringt. Weiter gilt Antenne Bayern als führendes Radioprogramm in Bezug auf nützliche Verkehrsmeldungen

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2017 nach Altersgruppen

	gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
<b>Radiohören gesamt</b>	86,8	79,2	87,9	89,6
Bayerische Lokalsender gesamt	29,0	34,7	35,2	22,3
ANTENNE BAYERN	30,0	35,4	39,7	21,2
ROCK ANTENNE gesamt	3,4	4,0	5,4	1,8
Radio Galaxy gesamt	3,2	8,0	3,5	0,8
Klassik Radio	2,2	0,6	1,3	3,5
egoFM	1,4	2,4	2,7	0,2
RADIO HOREB	0,1	0,0	0,1	0,2
<b>Bayerische Privatsender gesamt</b>	53,2	61,9	65,4	41,3
Bayern 1	29,1	11,2	19,6	43,6
Bayern 2	5,2	2,1	4,0	7,3
Bayern 3	21,7	24,9	27,8	16,3
BR Klassik	1,8	0,5	0,5	3,2
B 5 aktuell	6,4	2,8	6,6	8,0
<b>Bayerischer Rundfunk gesamt</b>	51,6	33,1	45,9	64,0

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent  
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2017

(35,9 %), Professionalität (33,9 %), Gewinn- und Mitmachaktionen (30,3 %) und Nachrichten aus Deutschland und der Welt (28,7 %) sowie den Wetterbericht (25,9 %).

Die Ergebnisse der Funkanalyse Hörfunk erbrachten aber auch, dass Antenne Bayern von seinen Hörern bei fast allen Programmitems weniger gut als im Vorjahr bewertet wurde. Allerdings liegen die Bewertungen im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Programmen Bayern 1 und Bayern 3 meist noch auf höherem Niveau.

Die Stärken der Lokalradios liegen vor allem in der Vermittlung wichtiger Informationen aus dem Nahbereich (45,0 %), interessanten Veranstaltungshinweisen (33,2 %) und nützlichen Verkehrsmeldungen (28,1 %). Darüber hinaus gelten die Lokalprogramme als besonders präsent bei Aktionen und Veranstaltungen in der Region (37,9 %). Insgesamt haben sich die Images der Lokalradios gegenüber dem Vorjahr nochmals leicht verbessert.

Radio Galaxy positioniert sich am Markt sehr klar über die Musik, weniger über seine lokalen Informationen. Verbesserungspotenzial liegt weiterhin in der Morgensendung und der Morgenmoderation sowie in den Nachrichten aus Deutschland und der Welt.

**MA 2017 Radio II**

Nach der bundesweiten Media Analyse ma 2017 Radio II haben die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokalradios eine durchschnittliche Reichweite von 838.000 Hörern ab 14 Jahren pro Stunde erzielt und liegen damit auf dem dritten Platz hinter Antenne Bayern und Bayern 1. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen haben sich die Lokalradios mit 514.000 Hörern auf Platz 2 hinter Antenne Bayern mit 619.000 Hörern pro Stunde und vor Bayern 3 mit 422.000 Hörern sowie Bayern 1 mit 314.000 Hörern positioniert.

Die Stärken der Lokalradios liegen vor allem in der Vermittlung wichtiger Informationen aus dem Nahbereich, bei Veranstaltungshinweisen und Verkehrsmeldungen.

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2013–2017

	2013	2014	2015	2016	2017
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	899.000	918.000	934.000	1.015.000	838.000
Antenne Bayern	1.288.000	1.351.000	1.220.000	1.203.000	1.044.000
Bayern 1	976.000	976.000	1.011.000	985.000	1.106.000
Bayern 2 Radio	160.000	160.000	114.000	145.000	148.000
Bayern 3	815.000	815.000	827.000	777.000	727.000
BR Klassik	65.000	65.000	91.000	73.000	107.000
B 5 aktuell	158.000	158.000	131.000	182.000	157.000

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

## Wirtschaftliche Lage

Die wirtschaftliche Lage der werbefinanzierten Medienunternehmen hat sich im Jahr 2017 geringfügig verschlechtert. Nach Angaben des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeumsätze der Medien im Jahr 2017 gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozent auf 15,307 Mrd. € zurück gegangen. Im Vergleich zum Gesamtmarkt konnte der Hörfunk mit einem Wachstum von 2,2 Prozent eine deutlich überdurchschnittliche Entwicklung verzeichnen.

### Lokaler Hörfunk

Die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern erwarten der Erhebung  „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017“ zufolge, die Goldmedia im Auftrag von acht Landesmedienanstalten unter Federführung der BLM durchgeführt hat, für das Jahr 2017 Gesamterträge in Höhe von 103,3 Mio. €. Gleichzeitig rechnen sie mit Aufwendungen von insgesamt 88,9 Mio. €. Die Anbieter erwarten demnach für das Geschäftsjahr 2017 einen Kostendeckungsgrad von 116 Prozent und damit dieselbe Rentabilität wie im Vorjahr. In 2016 waren Gesamterträgen von 102,1 Mio. € Aufwendungen in Höhe von 87,7 Mio. € gegenüber gestanden.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfunk lag Mitte 2017 bei insgesamt 1.501 Mitarbeitern. Damit waren bei den bayerischen Lokalradios insgesamt 37 Personen weniger beschäftigt als noch im Vorjahr.

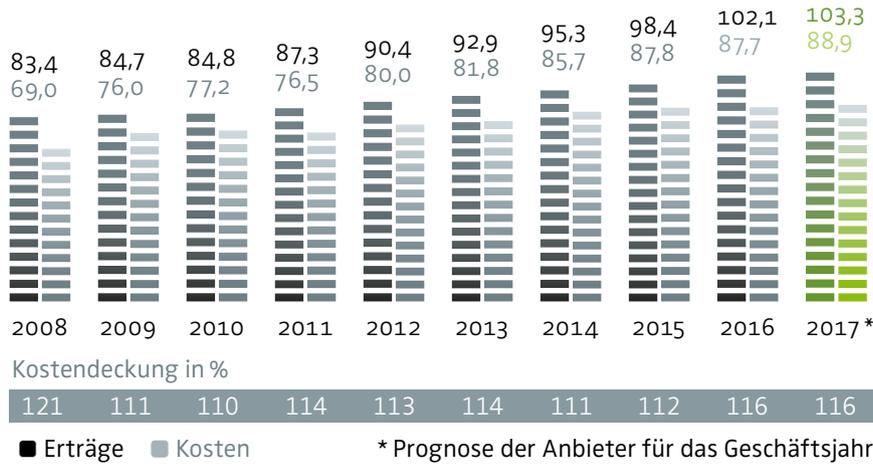
### Bundes- und landesweiter Hörfunk

Im bundes- und landesweiten Hörfunk erwarten die Anbieter für das Geschäftsjahr 2017 Erträge in Höhe von insgesamt 56,5 Mio. € bei gleichzeitiger Aufwandervorgang von 43,9 Mio. €. Das Ergebnis ist ein Kostendeckungsgrad von 129 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr 2016 konnten damit bei gleichbleibenden Erträgen die Kosten um 0,2 Mio. € gesenkt werden. Bei differenzierter Betrachtung zeigt sich die deutlich höhere Rentabilität des landesweiten Hörfunks gegenüber dem bundesweiten: Während die bayerischen Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme für 2017 einen Kostendeckungsgrad von 100 Prozent erwarten, rechnen die landesweiten Anbieter mit 141 Prozent. Mitte 2017 waren bei den bundesweiten Anbietern insgesamt 107 Mitarbeiter beschäftigt, beim landesweiten Radio arbeiteten 214 Personen.

103,3

Die Lokalfunkanbieter in Bayern erwarteten für 2017 einen Umsatz von 103,3 Mio. €. Das entspricht einem Plus von 1,2 Prozent bei einem unveränderten Kostendeckungsgrad von 116 Prozent.

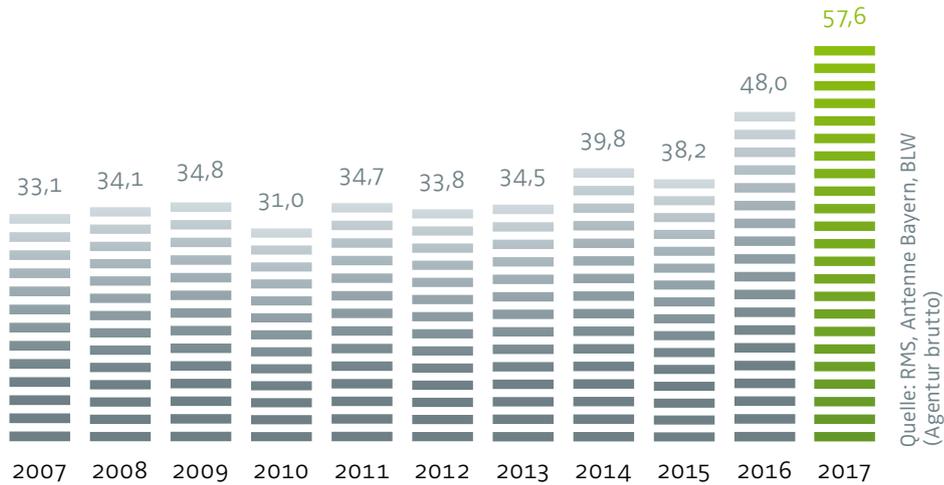
Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2008–2017 (in Mio. €)



57,6

57,6 Mio. Euro Umsatz überregionale Brutto-Werbeumsätze im Jahr 2017 entsprechen einem Plus von 20 Prozent.

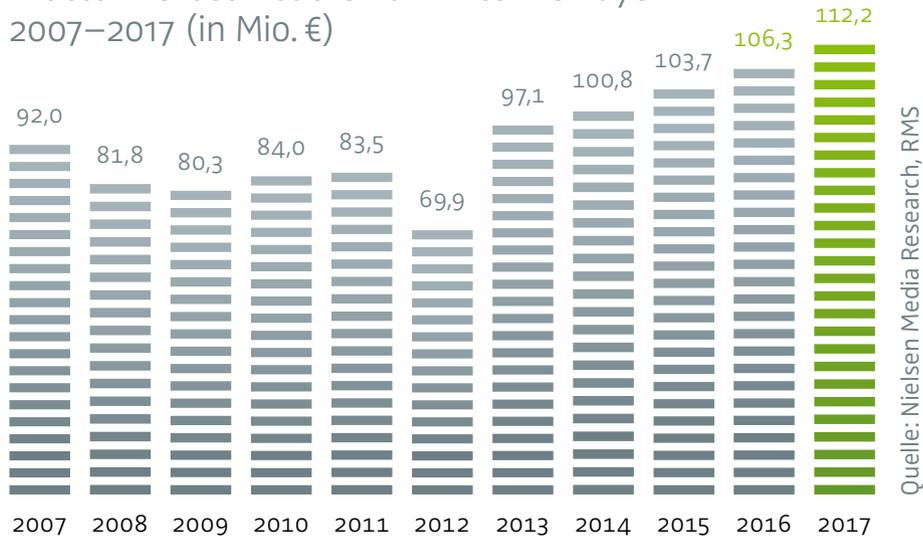
Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2007–2017 (in Mio. €)



112,2

Antenne Bayern erzielte mit 112,2 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2017 ein Plus von 5,6 Prozent.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2007–2017 (in Mio. €)



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

## Programmebeobachtung

- Im BayMG gibt es die Forderung nach qualitativvoller Programmgestaltung (Art. 2)
- Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt (Art. 4)
- Einhaltung der journalistischen Programmgrundsätze (Art. 5)
- Einhaltung von Jugenschutzbestimmungen (Art. 6)
- sowie Einhaltung von Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen (Art. 8 und 9)

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

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

Regelmäßige Stichproben werden auch hinsichtlich der Beiträge auf den beiden von der BLM verantworteten Radioplattformen [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de) und der Bürgerradioplattform [www.machdeinradio.de](http://www.machdeinradio.de) untersucht.

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

Im Jahr 2017 wurde zudem ein Sonderprojekt zur Optimierung der Musikbeobachtung in der Programmebeobachtung durchgeführt. Dabei wurden rund 9500 Musiktitel für eine optimierte Musikcodierung bearbeitet.

In Vorbereitung auf die Verlängerung von Genehmigungen durch den Medienrat der Landeszentrale wurden im Rahmen der Standardbeobachtung 89 Stunden beobachtet sowie 20 Stunden für die Prüfung des Innovationspotentials aufgewendet. Folgende Programme wurden sowohl quantitativ als auch qualitativ untersucht:



723

2017 wurden insgesamt 723 Programmstunden untersucht:

- 89 Sendestunden anlässlich einer Verlängerung der Genehmigung
- 20 Stunden im Rahmen der Prüfung des Innovationspotentials
- 219 Stunden bei turnusmäßigen Stichproben
- 395 Stunden bei anlassbezogenen Sonderbeobachtungen und speziellen Fragestellungen
- 32 Stunden im Rahmen von Stichproben der Beiträge auf den Plattformen „schulradio-bayern.de“ und „machdeinradio.de“

### Rosenheim

- ➔ Radio Charivari Rosenheim
- ➔ Radio Galaxy Rosenheim
- ➔ Spartenanbieter Radio Regenbogen Rosenheim

### Amberg/Weiden

- ➔ Radio Ramasuri Amberg/Weiden
- ➔ Radio Galaxy Amberg/Weiden

Die Beobachtung konzentriert sich dabei auf die Stunden des Tagesprogramms von 06:00 bis maximal 22:00 Uhr an zwei Werktagen. Teilweise wurden diese durch weitere Stichproben, z. B. am Wochenende ergänzt. Das zugelieferte Mantelprogramm der BLR oder die Nachtautomatation von 22:00 bis 06:00 Uhr werden im Rahmen der Standardbeobachtung nicht untersucht.

Neben der Programmebeobachtung für die Verlängerung von Genehmigungen wurden turnusmäßige Stichproben von 25 Programmen im Umfang von 219 Stunden durchgeführt. Hier wurden insbesondere die hörerstarken Sendezeiten am Morgen (Primetime zwischen 05:00 – 10:00 Uhr) und am Nachmittag (Drivetime zwischen 15:00 – 19:00 Uhr) beobachtet und qualitativ bewertet.

Im Umfang von 395 Sendestunden wurden anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu verschiedenen Fragestellungen und Recherchen bei zahlreichen lokalen Anbietern, einzelnen Spartenanbietern und dem Angebot der BLR durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden sowohl nach quantitativen und qualitativen Kriterien untersucht.

Schwerpunkte im Jahr 2017 waren Bürgerbeschwerden zu Programmaktionen und Gewinnspielen von Anbietern sowie regelmäßige Beobachtungen zum Anteil von lokalen Inhalten bei Anbietern. Weitere Programme wurden anlässlich von speziellen Fragestellungen (z. B. Programmgestaltung, Jugendschutz, Werberichtlinien) qualitativ untersucht. Ein weiterer Schwerpunkt war die Berichterstattung der Lokalprogramme am Standort München zu einer Messerattacke am 21. Oktober 2017 am Rosenheimer Platz in München.

Im Rahmen der Radioplattformen [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de), auf der Schulradio-Gruppen Radiobeiträge veröffentlichen, sowie der Bürgerradioplattform [www.machdeinradio.de](http://www.machdeinradio.de), auf der interessierte Radiogruppen und Vereine aus Bayern die Möglichkeit haben, eigene Sendungen und Beiträge im Internet zu veröffentlichen, wurden regelmäßige Stichproben der Inhalte im Umfang von 32 Stunden durchgeführt.

## Jugendschutz

Der Schwerpunkt lag 2017 auf der Beobachtung von sexualisierten Programminhalten.

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen im Hörfunk – hauptsächlich bei lokalen Anbietern. Im Jahr 2017 lag der Fokus auf der Beobachtung von sexualisierten Programminhalten.

In einem Fall wurde im Tagesprogramm eines bayerischen Hörfunkanbieters eine Höreraktion durchgeführt, in der eine Brust-Vergrößerung im Wert von 5.000 € verlost wurde. Kinder und Jugendliche entwickeln erst nach und nach ihr Körperbewusstsein und suchen beim Umgang mit dem eigenen Körper nach Vorbildern – auch medialer Art. Einseitige, unkritische und unreflektierte Darstellungen von risikobehafteten Verhaltensweisen können ihnen vermitteln, dass der eigene Körper keine feste Größe der Identität ist, sondern beliebig veränderbar ist oder seine Schädigung in Kauf genommen werden kann. Nach Einschätzung der Landeszentrale konnte eine Entwicklungsbeeinträchtigung von Kindern und Jugendlichen nicht ausgeschlossen werden. Die Landeszentrale forderte den Anbieter schriftlich zur Stellungnahme auf. Der Anbieter bedauerte die Ausstrahlung der Höreraktion und teilte mit, künftig auf derartige Aktionen verzichten zu wollen. Ferner sagte er die Bestellung eines Jugendschutzbeauftragten zu. Vor diesem Hintergrund sowie angesichts der Tat-

sache, dass der Anbieter die Höreraktion bereits nach zwei Tagen vorzeitig beendete, sah die BLM von einem aufsichtsrechtlichen Verfahren ab. Dennoch wurde der Anbieter dazu aufgefordert, künftig bei Programminhalten mit sexualisiertem Themenbezug vor allem auf Kinder und Jugendliche besondere Rücksicht zu nehmen.

In der Höreraktion eines anderen bayerischen Anbieters ging es um die Frage: „Welche Frau in Niederbayern hat das meiste Holz vor der Hüttn?“ Als Belohnung wurden 1000 € für den Finder ausgelobt. Zu der Höreraktion ging bei der Landeszentrale eine Hörerbeschwerde ein. Aus Sicht des Jugendschutzes ver-

Nähere Informationen finden Sie im [Jugendschutzbericht 2017 der Landeszentrale](#)



---

# 35

Die Landeszentrale hat bei 35 im Jahr 2017 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

mittelte das Gewinnspiel ein herabwürdigendes Frauenbild, das Frauen auf sekundäre Geschlechtsmerkmale bzw. deren Größe reduziert. Da auch hier von einem Anfangsverdacht auf einen Verstoß gegen den JMStV auszugehen war, forderte die Landeszentrale den Anbieter zur Stellungnahme auf. Der Anbieter teilte daraufhin mit, dass er die von der BLM geäußerte Kritik ernstnehme und die Aktion deshalb vorzeitig beendet habe. Aufgrund der schnellen Reaktion des Anbieters sah die BLM von einer förmlichen Beanstandung ab, wies den Anbieter aber darauf hin, bei der Gestaltung ähnlicher Aktionen in Zukunft auf eine qualitätsvolle Ausgestaltung zu achten und für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen Sorge zu tragen.

## Werbung

Gemäß Art. 11 Satz 2 Nr. 1 BayMG hat die BLM in den von ihr zugelassenen Programmen für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages zu sorgen. Dies erfüllt die Landeszentrale im Rahmen ihrer dauerhaften Programmbeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen Hörfunkanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden sowie im Rahmen von regelmäßi-

gen Programmanalysen Werbung. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden.

Dabei hat die Landeszentrale bei insgesamt 35 im Jahr 2017 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. In 19 Fällen wurden mögliche Verstöße gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot problematisiert. In acht Fällen wurde ein Anfangsverdacht eines Verstoßes gegen das Schleichwerbeverbot festgestellt, weitere sieben Fälle betrafen die Sponsoringvorgaben.

Im Jahr 2017 konnte erneut ein Rückgang der Verstöße gegen die Sponsoringvorgaben festgestellt werden, die vor wenigen Jahren noch Gegenstand einer großen Zahl von Aufsichtsverfahren waren. Das dürfte auch darauf zurückzuführen sein, dass zum einen durch die vor einigen Jahren entwickelte „Checkliste Hörfunksponsoring“ und zum anderen durch das teilweise intensiv in Anspruch genommene Beratungsangebot der Landeszentrale in vielen Fällen bereits im Vorfeld offene Fragen geklärt werden konnten.

# Fernsehen und Telemedien

Die Zuständigkeit der Landeszentrale erstreckt sich über alle von ihr zugelassenen Programme. Dazu zählen neben den bayerischen lokalen/regionalen TV-Programmen eine Vielzahl an weiteren über Satellit, Kabel, Antenne oder Internet empfangbaren Fernsehprogrammen und Teleshoppingangeboten.

## Lokales/Regionales Fernsehen

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

18 lokale TV-Programme waren Ende 2017 in Bayern auf Sendung. Das vielfältige Programmangebot des lokalen Fernsehens wird erweitert durch neun TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme sind analog und digital im Kabel und über digitalen Satelliten zu empfangen sowie über das IPTV-Angebot Entertain der Deutschen Telekom. Das Programm münchen2 wird nur im Kabelnetz München verbreitet.

Weitere acht Programme wurden 2017 ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. Neun lokale Fernsehprogramme sind nur über das Internet empfangbar.

## Landesweites Fernsehen

Landesweit wurden zwei private Fernsehfenster, 17:30 Sat.1 Bayern im Programm von Sat.1 und TV Bayern live im Programm von RTL, analog und digital via Satellit und im Kabel sowie über DVB-T verbreitet. Zwei Spartenanbieter sind bei den landesweiten Fernsehfenstern genehmigt.

## Lokale Fernsehangebote in Bayern

### Landesweite Fernsehfensterprogramme

- ➔ 17:30 Sat.1 Bayern  
(Mo.–Fr. 17:30–18:00 Uhr,  
Sa. 17:00–18:00 Uhr auf Sat.1)  
Spartenanbieter (samstags):  
Lebensformen (efs)
- ➔ TV Bayern live  
(Sa. 17:45–18:45 auf RTL)  
Spartenanbieter:  
Sankt Michaelsbund

### ➔ Lokales Internet-TV

- allround.tv
- altötting-tv
- bsTV4
- iTV Coburg
- KÖN.info
- muehldorf-tv
- pafnet.tv
- SW-N.TV Schweinfurt
- tvschool21

### Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

- Bad Steben**
- Frankenwald TV
- Coburg**
- Infokanal Coburg/tvo
- Herzogenaurach**
- Herzo TV
- Ludwigstadt**
- Infokanal Ludwigstadt
- München**
- Airport TV
- Neustadt b. Coburg/Rödental**
- nec tv
- Treggast**
- Antenne Treggast
- Diverse Krankenhäuser**
- Klinik Info Kanal (KIK)



lokale Verbreitung  
Spartenprogramme

Programme mit  
Genehmigung der BLM  
Stand 31.12.2017

## Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2017 53 bundesweite Fernsehprogramme und sechs Teleshoppingsender. Das Programm Motorvision HD wird auf Grundlage einer Genehmigung der BLM über Satellit ausgestrahlt, richtet sich aber an Zuschauer in anderen europäischen Ländern. Drei Fernsehprogramme verfügten über eine Genehmigung der Landeszentrale, waren aber zu diesem Zeitpunkt nicht auf Sendung.

### Bundesweite Fernsehprogramme

- ➔ amazing discoveries tv  
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Animal Planet
- ➔ Anixe SD
- ➔ Boomerang
- ➔ Cartoon Network
- ➔ Classica
- ➔ Der Aktionär TV  
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Discovery Channel
- ➔ Disney XD
- ➔ Donnerstag Abend  
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Eurosport1
- ➔ Eurosport2
- ➔ FCB.TV
- ➔ GoldStar TV
- ➔ History
- ➔ Hyperraum.TV  
(Verbreitung über Internet)
- ➔ isarrunde / spreerunde  
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Junior TV
- ➔ kabel eins
- ➔ Latizón TV (Verbreitung über Internet)
- ➔ Motorvision TV
- ➔ My Team TV Basketball
- ➔ My Team TV Eishockey
- ➔ MyTeam TV Fußball
- ➔ N24 (Umbenennung in „WELT“  
zum 18. 01. 2018)

- ➔ N24 Doku
- ➔ Romance TV
- ➔ Sky.de
- ➔ Sky 1
- ➔ Sky Arts
- ➔ Sky Event
- ➔ Sky Cinema Family
- ➔ Sky Cinema Hits
- ➔ Sky Fanzone
- ➔ Sky Bundesliga
- ➔ Sky Krimi
- ➔ Sky Sport 1
- ➔ Sky Sport 2
- ➔ Sky Sport 3 HD
- ➔ Sky 1+1
- ➔ Sky Sport News HD
- ➔ Sport1
- ➔ Sport1+
- ➔ Sport1 Livestream
- ➔ Sport1 US
- ➔ SPOX.com (Verbreitung über Internet)
- ➔ Tele 5
- ➔ TLC
- ➔ TNT Film
- ➔ TNT Comedy
- ➔ TNT Serie
- ➔ Welt der Wunder
- ➔ WRC + (Verbreitung über Internet)

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

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

### Pilotprojekte zur Erprobung von Ultra-HD-Sendungen

- HD-Plus
- Sky Ultra HD

### Nicht auf Sendung

- 3D The Channel
- Best of Sport (Arbeitstitel)
- Disney XD Schweiz

### Teleshoppingsender

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

Stand 31.12.2017

## Genehmigungen

### Neugenehmigungen

#### ■ **MyTeam TV – Fußball, Best of Sport (Arbeitstitel)**

Im Jahr 2017 wurde der thinXpool TV GmbH die unbefristete Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung der Fernsehspartenangebote MyTeam TV-Fußball und Best of Sport (Arbeitstitel) erteilt.

Im Rahmen des Angebots MyTeam TV-Fußball werden seit August 2017 Spiele der 3. Fußball-Bundesliga der Männer und ausgewählte Spiele der Frauen-Bundesliga gezeigt. Das Programm mit dem Arbeitstitel Best of Sport soll im Lauf des Jahres 2018 auf Sendung gehen. Angeboten werden sollen u. a. Live-Übertragungen des Basketball-, Eishockey- und Fußballkanals.

Die Ausstrahlung der Programme der thinXpool TV GmbH erfolgt über die Entertain-Plattform der Telekom Deutschland GmbH als IPTV sowie über Smartphone- und TV-Apps. Sämtliche Anteile an der thinXpool TV GmbH hält ihr Geschäftsführer, der TV-Journalist Albrecht Schmitt-Fleckenstein.

#### ■ **Eurosport1, Eurosport2, Eurosport 2 HD Xtra**

Ebenfalls eine unbefristete Genehmigung erhielt die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG für die Veranstaltung der Eurosport-Programme Eurosport1 und Eurosport2 für das deutschsprachige Territorium. Die Programme waren bis dahin von der Eurosport SAS auf der Grundlage einer pan-

europäischen Lizenz des französischen Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) veranstaltet worden.

Bei dem Free TV-Programm Eurosport1, das über Kabel, Satellit, DVB-T2 HD und IPTV zu empfangen ist, liegt der Fokus auf Live-Übertragungen, insbesondere der olympischen Sportarten. Ergänzend dazu werden im Pay TV-Programm Eurosport2 Livesport- und Near-Live-Sportprogramme gezeigt sowie exklusive Liveübertragungen wie z. B. des Basketball Eurocups oder der Leichtathletik Diamond League. Außerdem sind Eigenformate geplant. In dem neuen 24-stündigen Pay TV-Programm Eurosport 2 HD Xtra werden an Bundesliga-Spieltagen zusätzlich Bundesliga-Spiele mit begleitender Vor- und Nachberichterstattung ausgestrahlt.

Die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG veranstaltet bereits die durch die Landeszentrale genehmigten Pay-TV-Spartenprogramme Discovery Channel und Animal Planet sowie das frei empfangbare Programm TLC. Sie ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Discovery Communications, Inc., dem nach eigener Darstellung weltweit führenden Medien- und Entertainmentunternehmen im nichtfiktionalen Bereich.

#### ■ **WRC+**

Der WRC Promoter GmbH wurde die unbefristete Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehspartenprogramms „WRC+“ erteilt. An 13 Rennwochenenden im Jahr wird die World Rallye Championship in HD live über die

Online-Plattform <https://plus.wrc.com> sowie über eine App ausgestrahlt.

Die WRC Promoter GmbH ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Red Bull GmbH und der KW 25 Beteiligungs GmbH. WRC+, die wichtigste Rallye-Rennserie der Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) sendet seit 2014 bereits als kostenpflichtiger Abrufdienst über die genannte Videoplattform. Da die WRC-Etappen ab 2018 live übertragen und mit Live-Kommentaren zum Renngeschehen und Hintergrundberichten redaktionell gestaltet werden, benötigt der Veranstalter hierfür eine Rundfunkgenehmigung.

### Widerruf von Genehmigungen

#### ■ Blizz

Die Genehmigung der ITV Media Interactive e.K., Inhaber Timo C. Storost, zur bundesweiten Verbreitung des Internet-TV-Programms blizz wurde im Juli 2017 widerrufen.

Aufgrund des besonderen Einflusses auf die Meinungsbildung ist Rundfunk zulassungspflichtig. Private Rundfunkanbieter müssen bestimmte Zulassungsvoraussetzungen erfüllen. Der Entzug der Zulassung war zwingend, da nicht mehr alle Voraussetzungen vorlagen. So wurde u.a. ein nicht unerheblicher Teil von blizz mit Inhalten bestritten, für die der Anbieter keine Urheberrechte hatte. Das Verwaltungsgericht Augsburg (Beschluss vom 7. September 2017) sowie der Bayerische Verwaltungsgerichtshof (Beschluss vom 6. November 2017) haben die Anordnung der sofortigen Vollziehung des Widerrufs bestätigt.

### Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

#### ■ N24, N24 Doku

Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH, dem Veranstalter von N24 und N24 Doku, hält die Axel Springer SE. An dieser hat die General Atlantic ihre ehemalige Beteiligung von 8,3 Prozent auf rund 2,1 Prozent reduziert. Die Beteiligungsveränderungen wurden – den Vorgaben des RStV entsprechend – sowohl der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) sowie der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) vorgelegt.

#### ■ kabel eins

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist unmittelbare Gesellschafterin der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, welche das Vollprogramm kabel eins verbreitet. Die Mehrheit der Anteile befindet sich im Streubesitz. Der Anteil der Capital Group Companies Inc. hat sich im Berichtszeitraum auf 15,87 Prozent erhöht. Geringfügig reduziert haben sich die Anteile der Invesco Ltd. (von 5,06 auf 2,3 Prozent) sowie der BlackRock Inc. (von 9,56 auf 6,3 Prozent).

#### ■ Motorvision TV, Motorvision HD

Die German Car TV Programm GmbH hat die Muttergesellschaft gewechselt: Ihre bisherige Alleingeschafterin, die Motorvision Limited, hat sämtliche Anteile auf die MV International GmbH übertragen. An dieser GmbH sind die Gesellschafter der bisherigen Muttergesellschaft Motorvision Limited in nahezu

gleichem Anteilsverhältnis beteiligt. Mit jeweils 0,55 Prozent kommen die Gesellschafter Gilles Bindels und Joachim Gussner neu hinzu.

#### ■ **Classica**

Bei der Classica GmbH hat ein Eigentümerwechsel stattgefunden: Die bisherige Alleingeschafterin, die von Jan Mojto kontrollierte Unitel GmbH & Co. KG, hat sämtliche Anteile an die Stingray Digital International Ltd. veräußert. Sämtliche Anteile der Stingray Digital International Ltd. werden von der Music Choice Europe Ltd. gehalten, die selbst eine 100%ige Tochtergesellschaft der Stingray Digital Group, Inc. ist.

#### ■ **History**

Kommanditisten der The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG waren bislang zu jeweils 50 Prozent die The History Channel (Germany) Beteiligungs GmbH und die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH. Im Berichtszeitraum wurde die Planung der NBC Universal angezeigt, sich als Gesellschafterin zurückzuziehen; die Mitgeschafterin A&E Television Networks LLC. (AETN) übernimmt mittelbar sämtliche Anteile.

#### ■ **Sky**

Der britische Konzern Sky plc. ist die Muttergesellschaft der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG. Diese verbreitet mehrere Fernsehspartenprogramme, die durch die Landeszentrale genehmigt sind. Größter Aktionär der Sky plc. ist die

Twenty-First Century Fox, Inc. (39,14 Prozent). Diese hat im Berichtszeitraum ihre Absicht angezeigt, die übrigen 60,86 Prozent der Sky plc.-Aktien im Wege eines öffentlichen Übernahmeangebots zu erwerben und die Sky plc. von der Börse zurückziehen. Die Twenty-First Century Fox, Inc. wird von K. Rupert Murdoch und dem Murdoch Family Trust kontrolliert.

#### ■ **TNT Serie, TNT Comedy, Boomerang, Cartoon Network**

Auch die Turner Broadcasting System Deutschland GmbH hat 2017 Veränderungen ihrer Beteiligungsverhältnisse angezeigt: Demnach hatte sich zunächst die Aktionärsstruktur ihrer Konzernobergesellschaft, der Time Warner, Inc. verändert. Ferner wurden Veränderungen angezeigt, die im Zusammenhang mit der geplanten Übernahme der Time Warner, Inc. durch die AT&T, Inc. stehen. Die Übernahme wurde in zwei Schritten umgesetzt: Zunächst wurde die West Merger Sub, Inc., eine 100%ige Tochtergesellschaft der AT&T, Inc., mit der Time Warner, Inc. fusioniert. Aus der Fusion ging die Time Warner, Inc. als überlebende Gesellschaft hervor. Danach wurde die Time Warner, Inc. mit der West Merger Sub II, LLC, einer weiteren 100%igen Tochtergesellschaft der AT&T, Inc., fusioniert. Überlebende Gesellschaft ist die West Merger Sub II, LLC. Das Vorhaben unterlag weiteren Genehmigungen durch Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden. Der Abschluss der Übernahme wurde im Sommer 2018 vollzogen.

## Technische Verbreitung Fernsehen

### **Verteilung der Verbreitungswege**

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse 2017 ist der Fernsehempfang über Breitbandkabel, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2017 um 0,8 Prozentpunkte auf 38,9 Prozent erneut leicht angestiegen (Vorjahr plus 1,1 %). Dagegen ist der Anteil der Bevölkerung, der Satellitendirekttempfang nutzt, wiederum zurückgegangen und zwar um 1,1 Prozentpunkte auf 55,4 Prozent. Mit einem Plus von 1,4 Prozent auf 4,4 Prozent deutlich angestiegen ist der Anteil der Zuschauer, die ihre Programme mittels eines DSL-Anschlusses über IPTV empfangen (Vorjahr 3,0 %). Diese Entwicklung wurde möglicherweise beeinflusst von der Umstellung beim terrestrischen Digitalfernsehen von DVB-T auf DVB-T2, die ab März 2017 erfolgte. Der Anteil der Fernsehzuschauer, die ausschließlich den digital terrestrischen Empfang nutzen, ging bezogen auf ganz Bayern im Jahr 2017 von 2,5 auf 1,4 Prozent zurück. Seit

Ende März 2017 wird in den Verbreitungsgebieten Nürnberg und München/Wendelstein neben den öffentlich-rechtlichen Programmen auch das private Programmangebot „freenet TV“ im DVB-T2-Standard (Full HD) ausgestrahlt. Dabei sind in den Programmen SAT.1 und RTL auch die landesweiten und lokalen Fensterprogramme in HD enthält. Der Plattformbetreiber ging Ende 2017 von ca. 900.000 freenet TV-Nutzern (Abo) aus.

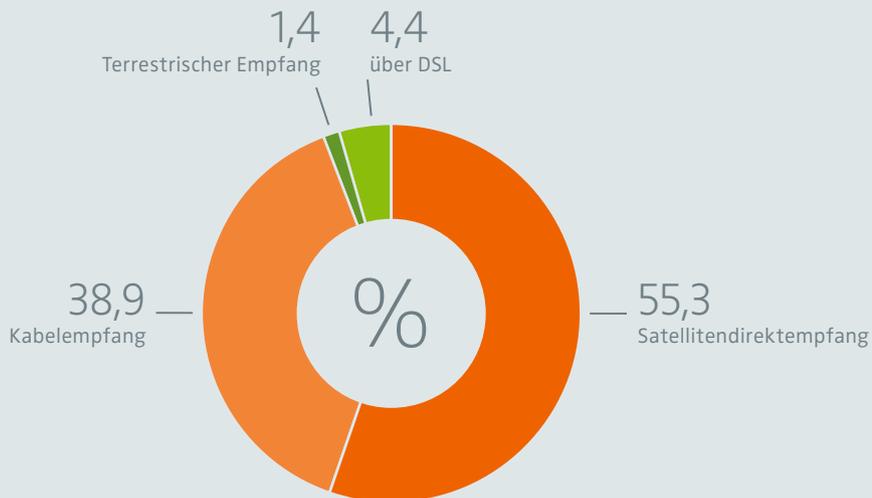
Bereits 91,8 Prozent der Haushalte in Bayern empfangen ihre Fernsehempfang digital. Die Übertragung über Satellit, Terrestrik (DVB-T) und DSL erfolgt vollständig digital. Der digitale Kabelempfang ist im Vergleich zum Vorjahr von 54,5 auf 75,3 Prozent angestiegen. Die vollständige Abschaltung der analogen TV-Verbreitung im Kabel soll bis zum 31. Dezember 2018 erfolgen.



1,4%

Der Empfang über DSL nimmt deutlich zu.

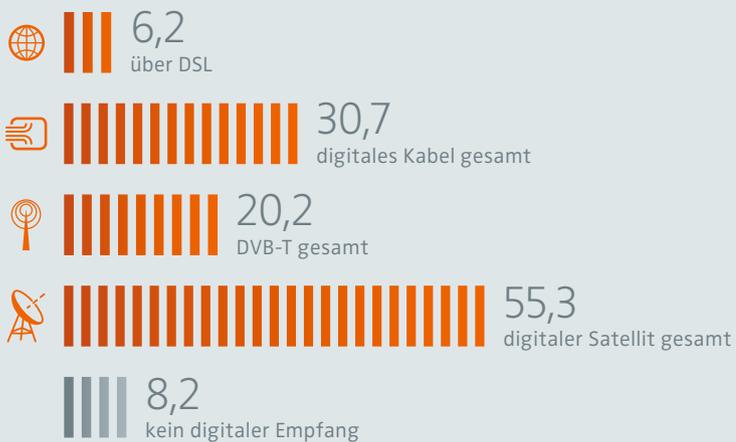
### Fernsehempfang in Bayern 2017



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten  
Quelle: Funkanalyse Bayern 2017

91,8 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren verfügen über mindestens eine digitale Empfangsmöglichkeit.

### Digitale Fernsehnutzung in Bayern 2017



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten;  
in Prozent, insg. über 100 %, da z. T. mehrere Empfangsmöglichkeiten pro HH  
Quelle: Funkanalyse Bayern 2017



Eine Übersicht über alle genehmigten TV-Angebote finden Sie auf Seite 54–56.

## Programmangebot

Seit der Umstellung auf DVB-T2 im März 2017 ist die Zahl der digital terrestrisch empfangbaren Programme deutlich angestiegen. Insgesamt 38 Programme sind überwiegend hochauflösend in HD zu empfangen: Hierbei handelt es sich um 16 frei empfangbare öffentlich-rechtliche Programme und 22 private Programme auf der freenet TV-Plattform, davon 19 verschlüsselt und damit kostenpflichtig.

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, Vodafone Kabel Deutschland, wurden Ende 2017 über die eigenen Plattformen Kabel Digital bzw. Giga TV sowie über Sky ca. 320 Fernseh- und 100 Hörfunkprogramme (öffentlich-rechtliche, private und fremdsprachige Programme) verbreitet. Unter den eingespeisten Programmen befinden sich auch alle bundesweiten privaten Fernsehprogramme, von denen viele nach wie vor auch analog zur Verfügung stehen. Die Zahl der HD-Programmen nahm weiter zu.

Andere Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden ein zum Teil sehr unterschiedliches Angebot. Einige wenige verbreiten die Programme nur digital. Kleinere Netzbetreiber bedienen sich oft der Plattform M7, über die etwa 150 Programme (deutsch- und fremdsprachig) – viele davon in HD – verfügbar sind.

Die von der Landeszentrale genehmigten bundesweiten Fernsehprogramme kabel eins, N24, Sport1 und Tele 5 sind über Satellit (ASTRA 19,2° Ost) sowie z. T. über DVB-T2 zu empfangen, werden in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist und

### Programmebelegung DVB-T2 HD

seit 29. März 2017

in München/Südbayern und Nürnberg

#### Über freenet TV kostenpflichtig empfangbar:

- RTL HD inkl. der jeweiligen lokalen und landesweiten Fernsehfenster
- ProSieben HD
- Sat1 HD (inkl. landesweitem Fenster 17:30 Sat.1 Bayern)
- Vox HD
- RTL II HD
- Super RTL HD
- ntv HD
- sixx HD
- 7maxx HD
- Sat.1 Gold HD
- NITRO HD
- kabel eins HD
- DMAX HD
- Eurosport1 HD
- sport1 HD
- Tele5 HD
- Welt HD
- Disney Channel
- nick HD

#### über freenet TV zusätzlich frei empfangbar:

- bibel.TV HD
- QVC HD
- HSE24 HD

#### Frei empfangbare öffentlich-rechtliche Programme

- Das Erste HD
- ZDF HD
- arte HD
- phoenix
- 3sat HD
- KIKA HD
- one HD
- tagesschau 24 HD
- zdf\_neo HD
- zdf.info HD
- BR HD
- hr HD
- mdr HD
- ARD alpa
- SWR HD
- rbb HD

über die IPTV-Angebote Entertain (Deutsche Telekom) und Vodafone TV verbreitet. Die weiteren genehmigten digitalen Fernsehprogramme (siehe Auflistung → Seite 56) sind meist über digitale Plattformen via Satellit, Kabel oder IPTV empfangbar. Darüber hinaus werden diese und viele weitere Programme auch über Streaming-Plattformen wie Zattoo, Magine und waipu.tv verbreitet.

### Belegung der Kabelnetze

#### ■ Verbreitung in analoger Technik

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

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

Das Bayerische Mediengesetz schreibt vor, dass zur Sicherung eines ausgewogenen und vielfältigen Programmangebots ab dem 1. Januar 2019 Rundfunkprogramme und Telemedien in Kabelanlagen ausschließlich in digitaler Technik verbreitet werden.

Die Landeszentrale hat bezüglich der Abschaltung der analogen Programme in den bayerischen Kabelnetzen ab dem 1. Januar 2019 bereits Gespräche mit der Wohnungswirtschaft, -verbänden und diversen Kabelnetzbetreibern geführt. Nähere Informationen für Zuschauer und Kabelnetzbetreiber finden sich unter → [www.blm.de](http://www.blm.de).

#### ■ Verbreitung in digitaler Technik

Im Regelfall bildet der in digitaler Technik genutzte Teil von Kabelnetzen eine Plattform im rundfunkrechtlichen Sinne und unterliegt dann den Vorschriften der §§ 50 bis 53b RStV. Die nach den Plattformregeln zu beachtenden Belegungsregeln sind in § 52b RStV enthalten. Diese sehen eine Einspeisungsverpflichtung für öffentlich-rechtliche und lokale

#### In analoge Kabelnetze verpflichtend einzuspeisende Programme

- 3sat
- ARD – DAS ERSTE
- ARD-alpha
- ARTE
- Bayerisches Fernsehen
- Ki.KA
- Phoenix
- ZDF
- RTL Television  
mit dem jeweiligen Fensterprogramm
- SAT.1  
mit dem landesweiten Fensterprogramm
- ein lokales oder regionales Fernsehangebot
- N 24
- Sport 1
- Tele 5
- Servus TV
- HSE 24  
als Teleshoppingkanal

Programme vor sowie für die privaten Programme, die Regionalfenster enthalten. Des Weiteren sind in besonderer Weise vielfältig zu belegende Kapazitäten und darüber hinausgehende Kapazitäten vorgesehen, für welche der Kabelnetzbetreiber bei der Belegung an die allgemeinen Gesetze gebunden, im Übrigen jedoch frei ist.

## Programmentwicklung

### Sport1

Die kapitalstarke Konkurrenz wie z. B. Discovery, Sky oder DAZN trieb die Preise für Sportrechte in Höhen, bei denen Sport1 nicht mithalten konnte. Um die Verluste an Sportrechten aufzufangen, entwickelte der Sender neue innovative Programmformate wie z. B. den recht erfolgreichen „Fantalk“, bei dem Experten Champions-League-Spiele anschauen und kommentieren. 2017 versuchte der Sender diese Idee auf die Bundesliga auszuweiten, doch nach nur einer Ausgabe wurde der Liga-„Fantalk“ eingestellt.

Mit dem Streamingdienst DAZN einigte sich Sport 1 auf den Erwerb einer Sublizenz für die Major League Baseball (MLB) und zeigte ausgewählte Partien live im Free-TV mit deutschem Kommentar. Zudem konnte der Sender 2017 sein Engagement im Eishockey durch den Erwerb der Rechte an der Champions Hockey League (CHL) bis einschließlich der Saison 2022/23 ausweiten. Sportliche Highlights waren 2017 die Weltmeisterschaften im Eishockey und Darts sowie die Handball-WM der Frauen.

### kabel eins

Der Programmschwerpunkt des Senders kabel eins liegt auf Spielfilmen und Serien. Allerdings musste der Sender 2017 auf altes Material zurückgreifen, da neuere Produktionen innerhalb der ProSiebenSat.1-Sendergruppe an Sat.1 gingen. Trotzdem konnte man bei den Marktanteilen in diesem Bereich durchaus Achtungserfolge erzielen. Filme wie „Flucht vom Planet der Affen“ oder „Crocodile Dundee“ schafften den Sprung über die 10 Prozent-Marke. Auch altbewährte Serien wie „Navy CSI“, „Cold Case“ oder „Blue Blood“ fanden ihr Publikum.

Bei den True Crime-Formaten, die der Sender seit 2015 im Programm hat, konnte kabel eins sein Engagement durch die Verlängerung der Zusammenarbeit mit Spiegel TV („Die spektakulärsten Kriminalfilme“) stärken.

Die Eigenproduktionen von kabel eins waren wenig erfolgreich. So flopten die im Frühjahr 2017 ausgestrahlten Eigenproduktionen „Schätze unterm Hammer“ und „Sicher ist sicher“. Auch der Versuch im Herbst mit den Doku-Soaps „Schrauben, sägen, siegen“ und „Gekauft, gekocht, gewonnen“ war nicht von Erfolg gekrönt.

### Tele 5

Tele 5 blieb auch 2017 seinem Image als Fernsehsender, der gegen den Strom schwimmt treu, und gestaltete sein Programm entsprechend seinem Claim „Anders ist besser“.

Schwerpunkt des Senders ist nach wie vor das Spielfilmangebot. Um die britische Lebensart den Deutschen etwas näher zu

bringen, wurde unter dem Titel „Backxit“ an zwei Abenden im Oktober eine Filmreihe von britischen Produktionen ausgestrahlt. Unter dem Label „FSK Sex“ zeigte Tele 5 im November im Nachtprogramm hochwertige Erotik-Produktionen.

Bei Serien, dem zweiten Standbein des Senders, holte Tele 5 2017 die bereits im Bezahlfernsehen ausgestrahlte kanadische Science-Fiction-Serie „Dark Matter“ ins Free-TV.

Aber auch im Bereich Interaktivität experimentierte der Sender. So wurden Anfang des Jahres 2017 unter dem Motto „Inside Star Trek“ mehrere Star Trek-Episoden gezeigt und parallel dazu ein Experten-Chat im Netz angeboten.

Im Rahmen der Baumpflanz-Aktion PLANT-FOR-THE-PLANET setzte sich der Sender für den Umweltschutz ein. Um die integrierte Kampagne auch übergreifend ins Gespräch zu bringen, produziert Tele 5 Umweltclips zu den Themen „Erdöl“, „Holz“ und „Bienen“, die im Programm und online gezeigt wurden.

## **N24**

Nach letzten Anpassungen am neuen Senderdesign im Jahr 2017 wurde im Januar 2018 mit der Namensänderung „Welt“ der Zusammenschluss von Welt und N24 zum Abschluss gebracht. Ganz verschwinden wird die Marke N24 aber trotzdem nicht. Anders als der Hauptsender wird N24 Doku – zur besseren Orientierung für den Zuschauer und aus Gründen der Unterscheidbarkeit – seinen Namen behalten.

Die inhaltliche Ausrichtung und der Charakter der Beiträge ändern sich durch die Namensänderung nicht. Das Programmangebot besteht auch weiterhin aus den beiden Hauptsäulen Nachrichten und Dokumentationen.

Mit Neueinkäufen wie z. B. „Year Million“ (Zukunftsforschung) oder „Griff nach den Sternen“ (Raumfahrtgeschichte) frischte der Sender 2017 sein Portfolio an Reportagen und Dokumentationen auf.

Nach der Doku-Reihe „Spacetime“ (Sendestart 2016; 2017 erfolgte der Drehstart für die 2. Staffel) produzierte der Sender 2017 mit „Die Foodtruckerin“ seine zweite Eigenproduktion. In der Sendung reist die TV-Köchin und Bloggerin Felicitas Then mit ihrer mobilen Trailerküche quer durch Deutschland und begibt sich auf die Suche nach ursprünglichen Lebensmitteln, nachhaltigen Geschmackserlebnissen und inspirierenden Begegnungen.

Für die Berichterstattung zur Bundestagswahl entschied sich der Sender bewusst gegen zusätzliche Formate. Ausschließlich in den täglichen Livestrecken wurde aktuell über die Ereignisse (z.B. über den Wahlabend), Statements und Analysen zum Wahlkampf berichtet.

## Fernsehnutzung

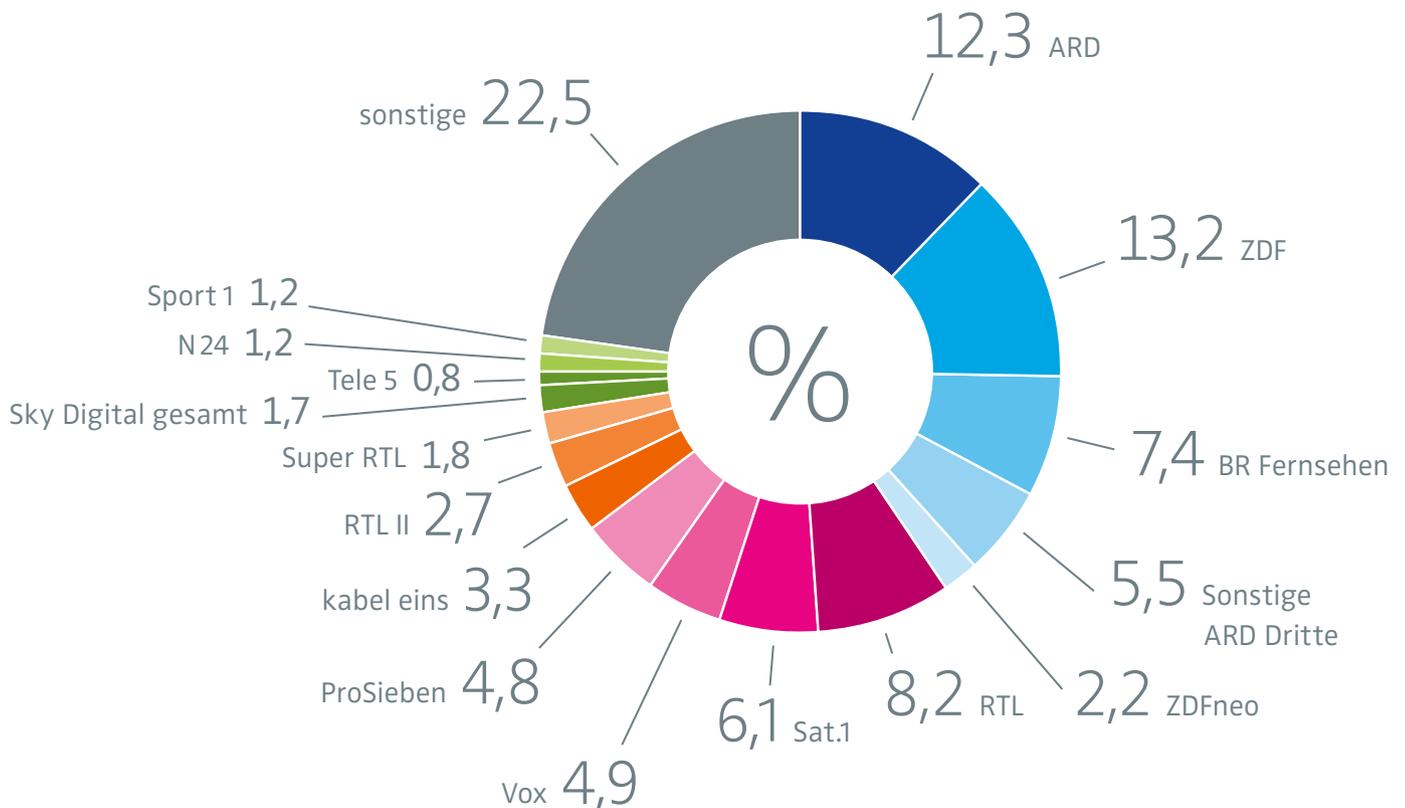
**188** Min.

Sehdauer 2017 bei  
Zuschauern ab 3 Jahre

2017 wurden an einem durchschnittlichen Wochentag 65,2 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in bayerischen TV-Haushalten durch das Fernsehen erreicht. Die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern ist im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr um sieben Minuten auf 188 Minuten pro Tag zurückgegangen. In Bayern wird damit nach wie vor deutlich weniger ferngesehen als im Bundesdurchschnitt mit einer täglichen Fernsehreichweite von 68,2 Prozent und einer durchschnittlichen Sehdauer von 221 Minuten.

Bei den Zuschauern ab 3 Jahren in Bayern waren das ZDF mit 13,2 Prozent Marktanteil und die dritten Fernsehprogramme der ARD mit zusammen 12,9 Prozent die am meisten genutzten Fernsehsender im Jahr 2017. Auf das Bayerische Fernsehen entfielen davon 7,4 Prozent. „Das Erste“- Programm der ARD erreichte einen Marktanteil von 12,3 Prozent. Platz vier und fünf im Marktanteils-Ranking gingen 2017 in Bayern an RTL (8,2 % Marktanteil) und Sat.1 (6,1 %). Dahinter folgen VOX (4,9 %) und ProSieben (4,8 %). Auf Platz acht und neun finden sich wiederum jeweils ein Programm der RTL und der ProSieben-

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2017



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

# 11,2 %

RTL war 2017 erneut der Spitzenreiter in der Altersgruppe 14–49 Jahre.

Sat1-Gruppe. kabel eins erreicht einen Marktanteil von 3,3 Prozent und RTL II einen Marktanteil von 2,7 Prozent. ZDF-neo folgte mit 2,2 Prozent Marktanteil, Super RTL und Sat.1 Gold erreichten jeweils einen Marktanteil von 1,8 Prozent.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen waren RTL, ProSieben und Sat.1 die erfolgreichsten Programme in Bayern. Der Marktanteil von RTL lag hier bei 11,2 Prozent, ProSieben erreichte 10,1 Prozent und Sat.1 8,0 Prozent.

## Entwicklung der Werbeumsätze

Der Bereich des werbefinanzierten Fernsehens hat sich im Jahr 2017 mit einem Umsatzwachstum von 0,7 Prozent wiederum positiver entwickelt als der Werbemarkt insgesamt, der um 0,3 Prozent zurück gegangen ist. Die  **Nettowerbebeeinnahmen** der Fernsehsender sind um 31 Mio. € auf 4,591,1 Mrd. € angestiegen.

### Brutto-Umsätze des Werbefernsehens 2016–2017

Werbeträger	2017 in Mio. €	2016 in Mio. €	Veränderung in %	Veränderung in Mio. €
RTL Television	3.153,8	3.121,0	1,0	32,7
ProSieben	2.467,6	2.559,4	- 3,6	- 91,8
SAT.1	2.270,5	2.266,7	0,2	3,8
Vox	1.437,4	1.350,8	6,4	86,6
RTL II	1.132,7	1.077,0	5,2	55,7
Kabel Eins	1.085,1	1.112,6	- 2,5	- 27,5
DMAX	406,2	374,2	8,6	32
Sport1	365,7	384,8	- 5,0	- 19,1
ARD Das Erste	321,3	304,6	5,5	16,6
Super RTL	320,8	310,5	3,3	10,4
Tele 5	281,4	273,7	2,8	7,7
ZDF	266,6	287,5	- 7,3	- 20,9
Welt	258,3	216,8	19,2	41,5
Sixx	232,4	266,9	- 12,9	- 34,6
Disney Channel	229,5	209,5	9,5	20
ProSieben Maxx	224,5	150,5	49,1	74
Comedy Central	167,3	163,2	2,5	4,1
Nitro	167,2	135,5	23,4	31,7
SAT.1 Gold	158,1	135	17,1	23,1
n-tv	145,3	126,7	14,6	18,5
TLC	113	91	24,2	22
Nickelodeon	92,5	126,6	- 27,0	- 34,1
Eurosport National	68,4	66,2	3,2	2,1
Viva	44,6	62,6	- 28,8	- 18
Sky Sport News	22,2			22,2
<b>TV Gesamt</b>	<b>15.432,2</b>	<b>15.173,4</b>	<b>1,7</b>	<b>258,8</b>



4,59 Mrd. €



0,3 %

Mit 4,59 Mrd. Euro sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2017 um 0,7 Prozent gestiegen.



1,1 %

Die nationalen TV-Anbieter mit Sitz in Bayern verzeichneten mit einem Wachstum von 1,1 Prozent eine etwas ungünstiger Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (+ 1,7 % brutto)

Nachdem vom ZAW für 2017 keine Daten zu den Nettowerbeeinnahmen der einzelnen bundesweiten Fernsehanbieter veröffentlicht wurden, beruht die folgende Darstellung auf den von der Nielsen Media Research GmbH ermittelten Bruttowerbeeinnahmen der Fernsehsender: Von den privaten Anbietern nationaler werbefinanzierter Fernsehprogramme mit Sitz in Bayern konnte ProSieben Maxx auf der Grundlage der Bruttowerbeeinnahmen mit einer Steigerung um 74,0 Mio. € auf 224,5 Mio. € (plus 49,1 %) sowohl den größten monetären als auch prozentualen Zuwachs verbuchen. RTL II konnte 2016 ein Plus von 55,7 Mio. € auf 1.132,7 Mio. € (plus 5,2 %) verzeichnen. WELT steigerte mit einem Zuwachs von 41,5 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 258,3 Mio. € (plus 19,2 %). Sat.1 Gold erzielte Bruttowerbeeinnahmen in Höhe von 158,1 Mio. € (plus 17,1 %) und damit 23,1 Mio. € mehr als im Vorjahr. TLC konnte ein Umsatzplus von 22,0 Mio. € auf 113,0 Mio. € erzielen (plus 24,2 %). Die Bruttowerbeeinnahmen des Disney Channel stiegen um 20,0 Mio. € auf 229,5 Mio. € (plus 9,5 %). Der Bruttoumsatz von Tele 5 ist von 273,7 Mio. € auf 281,4 Mio. € gestiegen (plus 2,8 %). Sat.1 steigerte mit einem Zuwachs von 3,8 Mio. € seinen Bruttoumsatz auf 2.270,5 Mio. € (plus 0,2 %). Das erstmals ausgewiesene Programm Sky Sport News erzielte 2017 einen Bruttoumsatz 22,2 Mio. €.

Sport 1 musste einen Umsatzrückgang um 19,1 Mio. € auf 365,7 Mio. € hinnehmen (minus 5,0 %). Der Bruttoumsatz von kabel eins sank um 27,5 Mio. € auf 1.085,1 Mio. €. (minus 2,5 %). Der Umsatzrückgang bei Sixx belief sich auf 34,6 Mio. € auf 232,4 Mio. € (minus 12,9 %). Mit einem Minus von 91,8 Mio. € auf 2.467,6 Mio. € musste ProSieben den größten monetären Rückgang verzeichnen (minus 3,6 Prozent).

Insgesamt verzeichneten die nationalen Fernsehanbieter mit Sitz in Bayern mit einem Wachstum von 1,1 Prozent eine etwas ungünstiger Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt (plus 1,7 % brutto).

## Genehmigungen

### Neugenehmigung

#### ■ Lokales Internetfernsehen

##### ➔ KÖN.info

Der Planet Solution GmbH, Sulzfeld, wurde mit Bescheid vom 11. Oktober 2017 die Genehmigung erteilt, ein lokales/regionales Fernsehprogramm mit inhaltlichem Schwerpunkt auf den örtlichen Bereich Rhön-Grabfeld über das Internetprotokoll mit bis zu 10.000 zeitgleichen Zugriffen zu verbreiten.

### Verlängerung von Genehmigungen/ Zuweisung von Kapazitäten

Die von der Landeszentrale erteilten rundfunkrechtlichen Genehmigungen sind nunmehr von Gesetzes wegen unbefristet. Die Zuweisungen von Übertragungskapazitäten sind weiterhin befristet zu erteilen.

#### ■ Lokale Fernsehangebote

##### ➔ FrankenFernsehen

Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet Mittelfranken/Westmittelfranken sowie eine Satellitenkapazität bis 28. Februar 2025.

##### ➔ Donau TV

Den in der Donau TV Regionalfernsehen GmbH & Co. Programmanbieter KG zusammenarbeitenden Anbietern wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versor-

gungsgebiet Donau-Wald/Deggendorf sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots Donau TV bis zum 31. März 2025 verlängert.

##### ➔ TRP 1

Der Tele Regional Passau 1 GbR wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet Donau-Wald/Passau sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots TRP1 bis zum 31. März 2025 verlängert.

##### ➔ rfo Regionalfernsehen Oberbayern

Der Regionalfernsehen Oberbayern GmbH wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet Südostoberbayern sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots rfo bis zum 30. Juni 2018 verlängert. Eine darüber hinausgehende Verlängerung wurde von einer programmlichen Weiterentwicklung abhängig gemacht.

#### ■ Landesweite Fernsehfenster

##### ➔ 17:30 Sat.1 Bayern

Der Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten zur Verbreitung eines landesweiten Fernsehfensters im Programm bis zum 31. Dezember 2025 verlängert.

### ➔ TV Bayern

Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten für die Verbreitung eines landesweiten Fernsehfensters im Programm RTL an die TV Bayern Programmgesellschaft mbH wurde übergangsweise bis zum 28. Februar 2018 verlängert. Das Organisationsverfahren konnte bis Jahresende 2017 noch nicht vollständig abgeschlossen werden.

### Änderung von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen

#### ■ Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG

Änderungen bzw. Bereinigungen bei der Beteiligungsstruktur der Studio Gong GmbH & Co. Studiobetriebs KG führten zu Änderungen der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse beim Nürnberger Anbieter Lokalfernsehen Nürnberg GmbH und beim Anbieter des Augsburger Lokalfernsehens, der a.tv GmbH & Co. KG, die jeweils als medienrechtlich unbedenklich bestätigt werden konnten.

## Technische Verbreitung

### Lokale Fernsehangebote

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

#### ■ Kabel

Ein wichtiger Verbreitungsweg für lokale/regionale Programme war auch im Jahr 2017 das Breitbandkabel. Alle bayerischen Kabelhaushalte von Vodafone Kabel Deutschland sind in der Lage, mindestens ein originäres lokales Fernsehprogramm analog sowie digital in SD und HD zu empfangen. Auch bei den anderen Kabelnetzbetreibern werden lokale/regionale Programme analog und

---

Seit 2017 werden alle lokalen TV-Programme in HD im Kabel und über Satellit verbreitet.

digital verbreitet. Ebenso werden die lokalen RTL-Fenster analog und digital in die Kabelnetze von Vodafone Kabel Deutschland und TeleColumbus/KMS eingespeist.

Im Jahr 2017 konnte die HD-Produktion bei allen Sendern in Betrieb genommen werden und damit die HD-Verbreitung im Kabel umgesetzt werden.

#### ■ DVB-S

Seit Dezember 2012 werden alle 16 lokalen bayerischen TV-Programme digital via ASTRA unverschlüsselt über sieben 24-Stunden-Kanäle und drei 6-Stunden-Kanäle ausgestrahlt und sind europaweit mit jedem digitalen Satellitenreceiver empfangbar. Die zusätzliche Reichweite in ihrem Sendegebiet ermöglicht eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation. Infolge der allgemeinen Akzeptanz der digitalen Satellitenverbreitung steigt die technische Reichweite in beträchtlichem Maße, so dass mittlerweile mehr als die Hälfte der Haushalte im Empfangsgebiet ihr Lokalfernsehprogramm digital via ASTRA empfangen kann.

Seit 1. Oktober 2017 werden die Lokal-TV-Programme auch hochauflösend in HD-Qualität ausgestrahlt. Der Zuschauer muss lediglich einen Sendersuchlauf starten. Die Programme sind unverschlüsselt und können mit jedem Sat-HD-Empfänger empfangen werden.

#### ■ IPTV

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

#### ■ DVB-T / DVB-T2 HD

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

#### ■ Hybrides Fernsehen und Lokal-TV

Im Zuge der Digitalisierung der Fernsehsignale ist nach Markteinführung von hochauflösenden TV-Bildern (HDTV) auf großflächigen Flachbildschirmen die Verknüpfung von Rundfunk und Internet ein folgerichtiger neuer Schwerpunkt der Fernsehwelt. Unter dem Titel Smart-TV oder Connected-TV wandeln sich TV-Geräte zu multifunktionalen, ans Internet angeschlossenen Empfängern. Mit dem Standard HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) wurde eine geräteunabhängige Basis für den Zuschauer entwickelt, die die klassische Rundfunkwelt mit neuen Internet-Applikationen verbindet und damit einen deutlichen Mehrwert für den Nutzer schafft.

Das Lokal-TV-Portal erleichtert die Auffindbarkeit lokaler Fernsehangebote.

Das Lokal-TV-Portal ist eine über einen ASTRA-TV-Kanal verbreitete mehrstufige, interaktive Anwendung mit dem Ziel, die Auffindbarkeit lokaler Fernsehangebote (Satellit und Internet) in ganz Deutschland zu erleichtern. Hierbei werden Satellitenhaushalte mittels umlaufender Standbilder über die lokalen TV-Angebote via ASTRA informiert. Über HbbTV geeignete Empfänger kann direkt auf die jeweiligen Videoströme umgeschaltet werden. Sind diese HbbTV-Geräte mit dem Internet verbunden, wird der Zugriff auf weitere Lokal-TV-Programme ermöglicht, die nur im Internet senden. Dieser Zugriff erfolgt menügeführt über die „Red-Button-Funktion“ der Fernbedienung. Über diesen „Red Button“ kann auch auf Mediatheken der Lokal-TV-Kanäle zugegriffen werden.

Auch in vielen DVB-T2-Verbreitungsbereichen kann auf das Lokal-TV-Portal via Internet zugegriffen werden. Hier erscheint in der Programmliste der Programmname „Lokal-TV (Internet)“ wie auch im Angebot „freenet connect“, einer HbbTV-Anwendung des Plattformbetreibers. Über das Lokal-TV-Portal können lokale Angebote aus Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Rheinland-Pfalz aufgerufen werden.

Mit der kostenlosen Lokal-TV-App (bzw. auch der Lokal-Hörfunk-App) der BLM können die Streaming- und Mediathek-Angebote der lokalen bayerischen Rundfunkangebote auf mobilen Endgeräten (iOS und Android) empfangen werden. Die Streaming-Angebote aller bayerischer Lokal-TV- und Lokal-Hörfunk-An-

gebote werden vom BLM-Zentralserver fortlaufend geprüft und auftretende Ausfälle angezeigt. Damit wurde die Basis für eine verstärkte Präsenz bayerischer Rundfunkangebote im Internet und auf mobilen Endgeräten (Smartphone und Tablets) geschaffen.

Die Landeszentrale hat auch ein Projekt der bayerischen Lokal-TV-Anbieter unterstützt und gefördert, das die Verbreitung des Streaming-Angebotes und der Mediatheken auf weiteren digitalen Plattformen (z.B. amazon prime, apple tv u.a.) ermöglicht.

### **Bayerische Fernsehfenster**

Neben den lokalen Fernsehfenstern in RTL werden auch landesweite Fernsehfenster in RTL (Samstag 17:45 Uhr bis 18:45 Uhr) und Sat.1 (Montag bis Freitag 17:30 bis 18:00 Uhr und Samstag 17:00 Uhr bis 18:00 Uhr) analog und digital im Kabel verbreitet. Das bayernweite Sat.1-Fenster (17:30 Sat.1 Bayern) war 2017 via DVB-T2 in München/Südbayern und Nürnberg sowie bereits seit 2011 auch digital via Satellit verfügbar und ist auch im IPTV-Angebot Entertain enthalten.

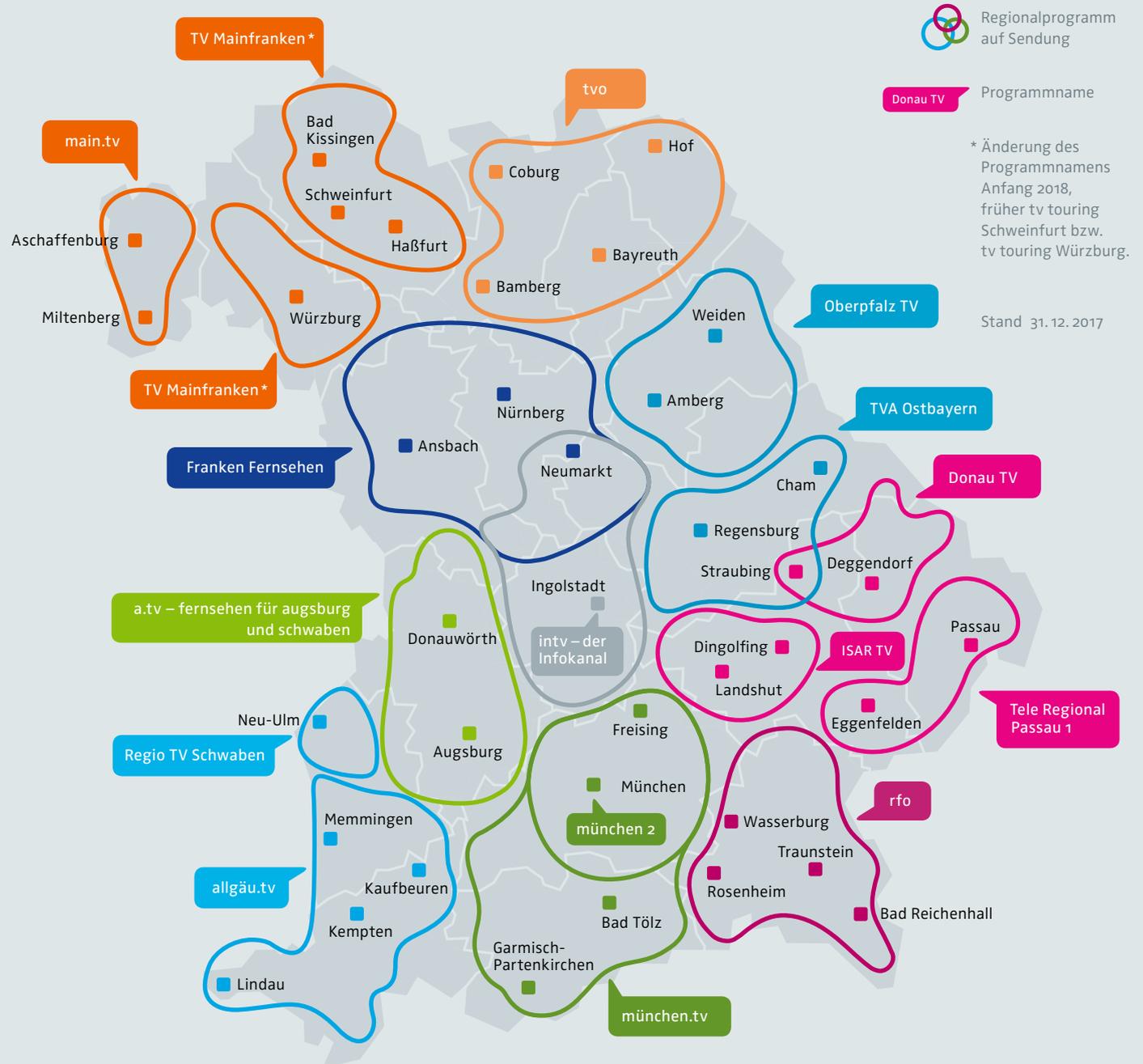
Da die HD-Verbreitung immer mehr an Bedeutung gewinnt und immer mehr Haushalte in Deutschland die Vorzüge des hochauflösenden Fernsehens nutzen, wird Sat.1 mit bayerischem Fensterprogramm im Kabelnetz von Vodafone Kabel Deutschland zudem in HD-Qualität verbreitet.

# Lokal-TV-Programme über Kabelnetze in Bayern

## Lokal-TV-Programme über Satellit

Die 16 bayerischen Lokal-TV-Programme werden über zehn 24-Stunden-Satellitenkanäle in HD verbreitet.

main.tv	TV Mainfranken* (Sw)	TV Mainfranken* (Wü)	Unterfranken
tvo			Oberfranken
Franken Fernsehen			Mittelfranken
Oberpfalz TV	TVA Ostbayern		Oberpfalz
Donau TV	TRP1	ISAR TV	Niederbayern
münchen.tv			Oberbayern
rfo			Oberbayern
intv			Oberbayern
a.tv			Schwaben
allgäu.tv	RegioTV		Schwaben



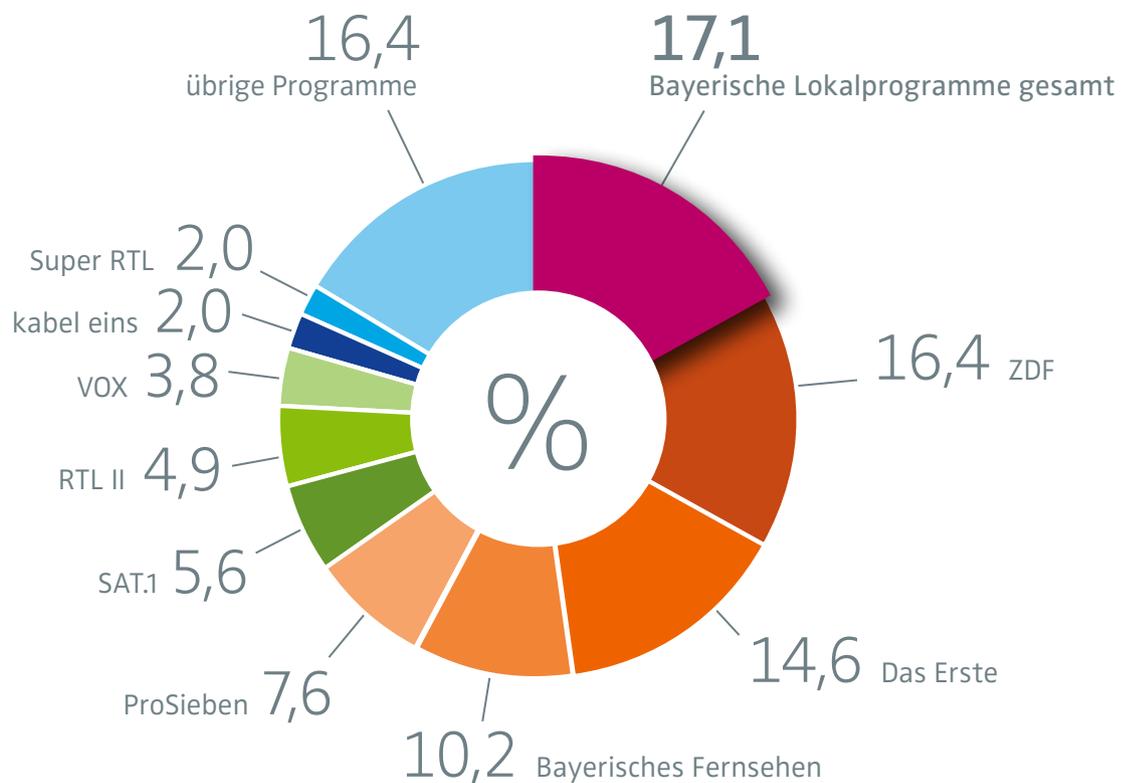
## Fernsehnutzung

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2017** wurden im Auftrag der BLM und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS 16.130 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern durchgeführt. Neben den Reichweiten-daten wurden auch Daten zu den Wünschen, Bedürfnissen und Meinungen der Zuschauer in Bezug auf die bayerischen Lokalprogramme und Sat.1 Bayern erhoben.

Im RTL-Fenster in der Sendezeit zwischen 18:00 bis 18:30 Uhr ist der Marktanteil der lokalen Fernsehprogramme (Montag–Freitag) mit 17,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2016: 14,3 %) um 2,8 Prozentpunkte angestiegen.

An einem durchschnittlichen Werktag erreichten die lokalen Fernsehprogramme 870.000 Personen und damit 14.000 Zuschauer mehr als im Vorjahr (2016: 856.000). In Kabelhaushalten liegt die Reichweite der lokalen TV-Stationen bei 12,6 Prozent (531.000 Zuschauer Mo–Fr).

Marktanteil 2017 Lokalprogramme im RTL-Fenster



Basis: Montag bis Freitag, 18:00 bis 18:30 Uhr; Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten  
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2017

In den Empfangshaushalten in ihren Versorgungsgebieten erzielten die lokalen Fernsehangebote an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 10,0 Prozent. Spitzenreiter bei der prozentualen Reichweite in Empfangshaushalten sind Regio TV Schwaben mit 19,4 Prozent, a.tv – Fernsehen für Augsburg und Schwaben mit 15,3 Prozent und Oberpfalz TV mit 14,7 Prozent.

Das landesweite Fensterprogramm 17:30 Sat.1 Bayern konnte mit einem Marktanteil von 11,7 Prozent in seiner Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr (Mo – Fr) im Vergleich zum Vorjahr (10,7 %) einen Zuwachs von einem Prozentpunkt erzielen. Allerdings musste Sat.1 Bayern bei der Tagesreichweite einen Zuschauerückgang hinnehmen (minus 17.000) und wurde im Jahr 2017 von durchschnittlich 274.000 Zuschauern ab 14 Jahren gesehen.

### Programminhalte

Die sehr praxisorientierte Konzeption der qualitativen Fragen in der Funkanalyse Bayern Fernsehen ermöglicht den lokalen Fernsehveranstaltern interessante Rückschlüsse zur programmlichen Akzeptanz ihres Angebotes. Durch den Vergleich mit den Ergebnissen des Vorjahres sind weitere Auswertungen möglich.

Festgestellt werden kann auf Basis der Ergebnisse der Funkanalyse Fernsehen 2017, dass sich Lokalfernsehen im Markt eindeutig durch seine „Informationen aus der Region“ positioniert. 58,9 Prozent sagen, diese gefallen „sehr gut“ oder „gut“. Verbesserungspotenzial gibt es aus Sicht der Zuschauer weiterhin

in Bezug auf die „Informationen aus dem Wohnort“ – doch hat sich dieser Wert gegenüber dem Vorjahr von 29,6 Prozent auf 35,2 Prozent (gefällt „sehr gut“ oder „gut“) deutlich verbessert hat.

Die besten Imagewerte erzielt Lokalfernsehen in Bayern bezüglich der Items „sympathisch“, „glaubwürdig“ und „aktuell“. Trifft „voll und ganz zu“ sagen hierzu 86,6 Prozent, 85,1 Prozent bzw. 82,6 Prozent des Weitesten Seherkreises. Alle abgefragten Imagewerte haben sich gegenüber dem Vorjahr verbessert. Hervorzuheben ist der mit 83,2 Prozent hohe Wert für „stellt die relevanten Themen aus der Region dar“.

Dagegen bescheinigen nur 66 Prozent dem Lokalfernsehen Professionalität (trifft zu/trifft voll und ganz zu). Und nur 45,3 Prozent des Weitesten Seherkreises stimmen zu, dass sich Lokalfernsehen von der Machart her nicht von nationalen Fernsehsendern unterscheidet. Hinsichtlich der Professionalität hat Sat.1 Bayern ein vergleichsweise deutlich besseres Image.



Spitzenreiter 2017 war Regio TV Schwaben mit einer Tagesreichweite von 19,4 Prozent.

## Wirtschaftliche Lage

Bei der Befragung der bayerischen lokalen und landesweiten TV-Unternehmen im Rahmen der Datenerhebung für die Studie Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland im Sommer 2017 durch Goldmedia gaben die insgesamt 31 Anbieter (inklusive Spartenanbieter) an, für das laufende Geschäftsjahr mit Erträgen in Höhe von 50,9 Mio. € zu rechnen. Bei erwarteten Gesamtaufwendungen von 50,8 Mio. € ergäbe sich, wie schon im Vorjahr 2016, ein Kostendeckungsgrad von 100 Prozent. Die Anbieter prognostizieren demnach weiterhin eine konstante Geschäftsentwicklung. Bereits seit 2014 arbeiten die Anbieter von lokalem und landesweitem Fernsehen sowie Spartenprogrammen in Bayern in der Summe kostendeckend.

Nach einem Aufwärtstrend der Beschäftigtenzahlen im bayerischen Regionalfernsehen in den vergangenen zwei Jahren mit zuletzt 826 Beschäftigten Ende 2016 ging die Zahl der Mitarbeiter in 2017 wieder zurück. Mitte des Jahres lag die Zahl der Beschäftigten bei insgesamt 770 Personen.

Die 16 Anbieter des lokalen Fernsehens gaben im Rahmen der Goldmedia-Erhebung für das Jahr 2017 an, Gesamterträge in Höhe von 37,9 Mio. € zu erwarten. Ihre Aufwandserwartung betrug ebenfalls 37,9 Mio. €. Die Anbieter gingen damit von einer leichten Verbesserung ihrer Wirtschaftlichkeit im Vergleich zum Vorjahr aus. 2016 hatten die Erlöse der bayerischen Lokal-TV-Anbieter noch bei

### Erträge und Aufwände im privaten landesweiten und lokalen Fernsehen



in Bayern, inkl. Spartenanbieter

\* gemäß Anbieter-Einschätzungen  
(in Mio. Euro)

37,5 Mio. € gelegen. Bei gleichzeitigen Aufwendungen in Höhe von insgesamt 37,7 Mio. € war es den Anbietern damit 2016 knapp nicht gelungen, kostendeckend zu arbeiten. Der Grund dafür war ein relativ hoher Anstieg der Kosten. Im Vergleich zum Vorjahr 2015 stiegen diese um 1,2 Mio. € an, während auf der Erlösseite die Werbeerträge stagnierten und insgesamt nur rund 0,3 Mio. Euro mehr als in 2015 generiert werden konnten.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfernsehen lag Mitte 2017 bei 584 Mitarbeitern. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete dies einen Rückgang um 39 Beschäftigte. Allerdings stellten die 623 Mitarbeiter in 2016 auch den höchsten Beschäftigungsstand im bayerischen Lokal-TV seit dem Jahr 2011 dar. Zwischen 2011 und 2016 hatten die 18 bayerischen Lokal-TV-Programme zusammen im Durchschnitt knapp 600 Mitarbeiter gezählt.

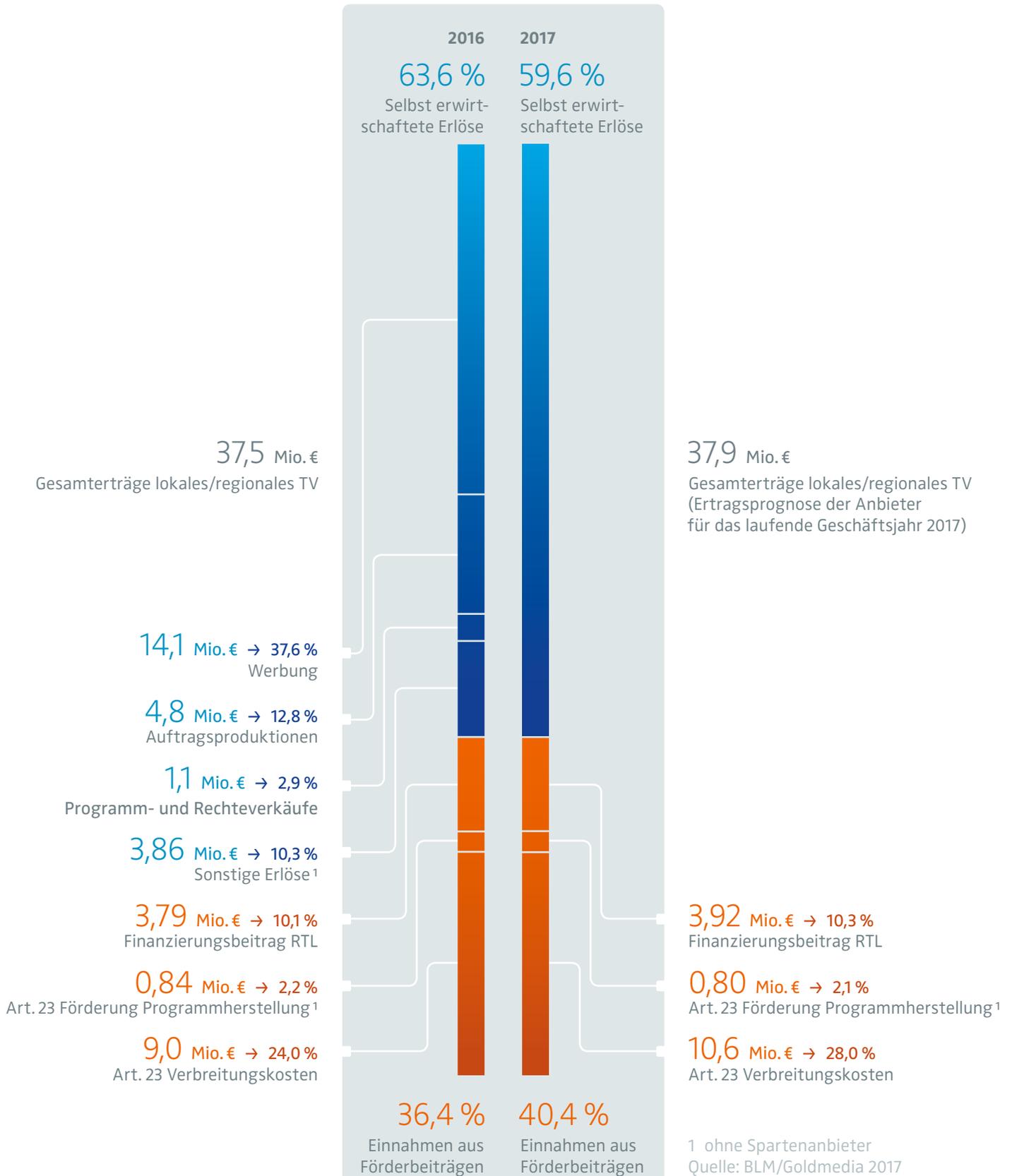
Beschäftigte im privaten landesweiten und lokalen Fernsehen inkl. Spartenanbieter



\* bei 18 Hauptanbietern

\*\* gemäß Angaben der Anbieter für Mitte 2017

Finanzierungsstruktur des lokalen Fernsehens<sup>1</sup> in Bayern 2016 und 2017 im Vergleich



Im Rahmen der Programmbeobachtung werden in regelmäßigen Abständen Berichte über die von der Landeszentrale zugelassenen Programme verfasst.

## Programmbeobachtung

### Standardbeobachtung: Betraute Programme und landesweite Fenster

Im Lokalfernsehen gilt es, insbesondere die Erfüllung der Vorgaben des Art. 23 BayMG zu kontrollieren. Die Lokalfernsehanbieter sind damit betraut, ein aktuelles und authentisches Nachrichten- und Informationsprogramm mit Beiträgen zum örtlichen Geschehen herzustellen und zu verbreiten. Themen sollen insbesondere aus den Bereichen Politik, Kultur, Kirche, Wirtschaft und Soziales kommen und einen engen lokalen Bezug aufweisen. Sogenannte Special-Interest-Formate zu lokalen oder regionalen Ereignissen aus den Bereichen Bildung, Heimatgeschichte, Kunst, Brauchtum, Information, Beratung, Sport und Unterhaltung sind ebenfalls Teil des betrauten Programms.

Es wurden für die Beobachtung Stichproben des Lokalprogramms im Umfang von meist einer Woche untersucht und auf Basis des BLM-TV-Codebuchs analysiert. Bei 16 lokalen Programmen bedeutete das einen Beobachtungsumfang von insgesamt 80 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine

(2.400 Minuten) sowie weitere rund 175 Special-Interest-Sendungen (ca. 4.000 Minuten). Außerdem wurden von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mehrere Sendungen qualitativ beobachtet (ca. 780 Minuten).

Von den beiden landesweiten Fenstern auf RTL und Sat.1 am Wochenende werden jedes Jahr mindestens vier Ausgaben beobachtet (480 Minuten). Im Jahr 2017 standen beide Fernsehfenster zur Verlängerung an.

### Qualitative Beobachtung: Neue Formate, Problematische Inhalte

Bei der qualitativen Beobachtung der genehmigten Fernsehprogramme – über 2.000 Sendeminuten im Jahr 2017 – werden Formate analysiert und ihre handwerkliche sowie inhaltliche Qualität beurteilt, darunter im Berichtsjahr 26 neue Formate im lokalen und im bundesweiten Fernsehen sowie drei Sondersendungen.

Durch die Programmbeobachtung werden auch potenziell problematische Inhalte aufgezeigt. So wurden 2017 zum Beispiel mehrere Ausgaben eines deutsch-chinesischen Wirtschaftsmagazins im Lokalfernsehen unter den Gesichtspunkten Staatsferne des Rundfunks, Themenplatzierung und Finanzierung geprüft und in Folge dessen weitere Ausstrahlungen nicht genehmigt.

Darüber hinaus wurden im Jahr 2017 18 eingegangene Programmbeschwerden bearbeitet.



# 500

2017 wurden insgesamt rund 500 Sendestunden untersucht:

- 40 Stunden standardmäßig lokale Nachrichtenmagazine
- 67 Stunden standardmäßig Special-Interest-Sendungen
- 8 Stunden standardmäßig landesweite Wochenendfenster
- 13 Stunden qualitative Beobachtung der betrauten und geförderten Spartenanbieter
- 335 Stunden Untersuchung der Bundestagswahlberichterstattung im Lokalfernsehen

### **Sonderbeobachtung: Berichterstattung zur Bundestagswahl**

Als Sonderprojekt wurde die Berichterstattung über die Bundestagswahl bei den 16 Lokalfernsehanbietern sowie den beiden landesweiten Fenstern auf Sat.1 und RTL untersucht. Der Beobachtungszeitraum erstreckte sich über fünf Wochen und unterteilte sich in die vier Wochen vor der Wahl, die sogenannte Vorberichterstattung (28. 8.– 23. 9. 2017), den Wahltag selbst (24. 9. 2017) sowie die Woche unmittelbar nach der Wahl, die sog. Nachberichterstattung (25. 9.– 30. 9. 2017) – eine Basis von rund 20.000 Sendeminuten bzw. 335 Stunden Programm.

Es wurden alle Nachrichtenmagazine und alle Special-Interest-Sendungen beobachtet, die (Live-) Berichterstattung am Wahlabend selbst und etwaige Wahl-Sondersendungen innerhalb des fünfwöchigen Beobachtungszeitraums. Wer berichtete in welchem Umfang? Wie wurde in den Sondersendungen am Wahlabend informiert? Welche Anbieter hatten eigene Rubriken im Vorfeld der Wahl im Programm?

So gelang es, ein umfassendes Bild über die Informationsleistung der bayerischen Anbieter vor, während und nach der Bundestagswahl zu zeichnen. In Summe 46,5 Stunden lang wurde über Auftritte der Bundestagskandidaten in den jeweiligen Sendegebieten, über die Programme der Parteien, über die Stimmung in der Bevölkerung und über die Wahlergebnisse berichtet. In den insgesamt 455 Beiträgen und 27 Sondersendungen kamen 1.690 O-Töne mit einer Gesamtlänge von fast 11 Stunden vor. Davon stammten 1.084 O-Töne von Politikern und politischen Vertretern – eine Redezeit von knapp acht Stunden verteilt auf alle relevanten Parteien.

## Jugendschutz

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

### Prävention und Beratung

Die Landeszentrale hat im Jahr 2017 ihr Präventions- und Beratungsangebot für Anbieter fortgesetzt. Erneut gab es zahlreiche Gespräche mit den Jugendschutzbeauftragten der Fernsehsender und Telemedienanbieter im Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale.

Neben der bereits zum 16. Mal stattfindenden Münchner Jugendschutzrunde, einem offenen Expertenaustausch mit Jugendschutzbeauftragten privater TV- und Internet-Anbieter aus München und Umgebung sowie Jugendschutzsachverständigen des Bayerischen Landesjugendamtes, des Stadtjugendamtes München sowie des Sozialministeriums, gab es einen regen Austausch mit Experten sowie Schulungen von Multiplikatoren.

Der Kontakt zu Telemedienanbietern mit Sitz in Bayern anlässlich problematischer Internetinhalte mit dem Ziel, sie zu Jugendschutzmaßnahmen im Vorfeld aufsichtsrechtlicher Verfahren zu bewegen, wurde intensiviert.

### Aufsicht über Fernsehangebote

Die Landeszentrale nimmt im Zuge ihrer Programmebeobachtung unter Jugendschutzgesichtspunkten hauptsächlich

Spielfilme und Serien in den Blick, aber auch alle anderen Programmelemente wie etwa Magazinbeiträge, Werbespots, Trailer, sowie jugendschutzrelevante Sportsendungen, z. B. Kampfsportsendungen und Wrestlingshows. Sie überprüft die von ihr zugelassenen bundesweiten, aber auch die lokalen Anbieter, vornehmlich kabel eins, münchen.tv, münchen.2, Sport1, Tele 5, N24 und Anixe, die digitalen Programme von Sky, TNT Film, TNT Serie, Discovery Channel sowie History.

Das geschieht zum Teil im Vorfeld der Ausstrahlung anhand der Programmvor-schauen über einen Abgleich der Bewertungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) bzw. eventuell vorliegender Ausnahmegenehmigungen der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) oder der FSF.

Das Hauptaugenmerk in der Programmebeobachtung liegt jedoch auf der Sichtung bereits ausgestrahlter Sendungen: Zu vielen Spielfilmen oder Serienepisoden existieren meist mehrere Freigabeentscheidungen zu unterschiedlichen Schnittfassungen. Die Landeszentrale prüft im Nachgang der Ausstrahlung, ob die jeweiligen Sendungen korrekt platziert worden sind. Oft ist hier ein aufwändiger Abgleich der Schnittauflagen vorzunehmen. Diese sind meist Voraussetzung für eine herabgestufte FSK-Kennzeichnung bzw. für eine Ausnahmegenehmigung und bieten den Anbietern die Möglichkeit, Filme bzw. Serienfolgen vor der für die originäre Altersfreigabe zulässigen Sendezeit auszustrahlen.

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

Nähere Informationen bietet der  Jugendschutzbericht 2017 der Landeszentrale



Im Falle der digitalen Anbieter Sky, TNT Film, TNT Serie, Discovery Channel und History erfolgt neben der inhaltlichen Überprüfung des Programms die Kontrolle der Jugendschutzvorsperre. Grund hierfür sind Ausnahmeregelungen für digitale Anbieter, die – alternativ zu den Sendezeitgrenzen – über eine Jugendschutzvorsperre verfügen.

Im Jahr 2017 wurden insgesamt 18 Filme (Vorjahr: 42 Filme), deren ursprüngliche Fassungen von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert worden waren, daraufhin überprüft, ob sie in einer für das Fernsehen zulässigen Fassung ausgestrahlt wurden.

#### ■ Prüffzahlen Fernsehen

Insgesamt wurden im Jahr 2017 die Verfahren zu vier bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen. In einem Fall stellte die KJM einen Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV fest. Dabei handelte es sich um einen Trailer für einen Actionfilm. Die Landeszentrale beanstandete diesen Fall. In drei Fällen lagen nach KJM-Entscheidung keine Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV vor. Dies betraf einen Werbespot für ein sexuelles Hilfsmittel, einen Trailer für einen Mystery-Thriller und einen Trailer für eine Reportage-Reihe.

Bis Ende 2017 waren die KJM-Verfahren zu acht weiteren Fällen aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale noch nicht abgeschlossen.

#### Aufsicht über Telemedien

Die Landeszentrale ist für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen der in Bayern ansässigen Telemedienanbieter zuständig. Ein Fokus liegt auf der Sichtung der Internetauftritte der von ihr genehmigten Rundfunkveranstalter sowie derjenigen Rundfunkveranstalter, die ihren Sitz in Bayern haben. Besondere Bedeutung haben dabei die Online-Mediatheken der bundesweiten Fernsehsender. Ein weiterer inhaltlicher Schwerpunkt in der Prüftätigkeit der Landeszentrale im Bereich Telemedien lag im Jahr 2017 auf rechtsextremistischen oder am Rechtsextremismus orientierten Internetangeboten.

#### ■ Prüffzahlen Telemedien

Im Bereich Telemedien wurden 2017 insgesamt drei Fälle aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale von der KJM abschließend entschieden.

In einem Fall – dem Internetangebot eines Münchner Stadtrats mit rechtsextremem Hintergrund – beschloss die KJM aufgrund absolut unzulässiger Inhalte als Maßnahme eine Beanstandung, die die BLM umsetzte. Da der Anbieter die Verstöße im Rahmen der Anhörung behoben hatte, war eine Untersagung der betreffenden Inhalte nicht mehr nötig.

In zwei Fällen wurden die Verfahren eingestellt: In einem Fall war der ursprüngliche Verstoß nicht mehr gegeben, im anderen Fall wurde das Verfahren nach Befassung der KJM eingestellt, weil sich im Anhörungsverfahren herausge-

Die Landeszentrale hat bei 18 ursprünglich indizierten Filmen überprüft, ob die für eine Ausnahmege-  
nehmigung erteilten Schnittauflagen erfüllt und die Filme zeitlich korrekt platziert wurden.

2017 wurde je ein Verstoß eines TV-Senders und eines Telemedienanbieters gegen die Bestimmungen des JMStV festgestellt.

stellt hatte, dass der Anbieter, anders als zunächst angenommen, nicht für die Inhalte verantwortlich gemacht werden konnte.

Bis Ende 2017 waren die KJM-Verfahren zu elf weiteren Fällen aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale noch nicht abgeschlossen.

## Werbung

### Fernsehen

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

Im Jahr 2017 hat die Landeszentrale bei insgesamt 174 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen

Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 26 Verdachtsfälle betrafen das nationale Fernsehen, 143 Fälle das lokale und fünf das landesweite Fernsehen. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle lag mit insgesamt 88 Fällen bei möglichen Verstößen gegen die Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben der verschiedenen Werbeformen.

### Telemedien

Seit dem 1. September 2016 ist die Landeszentrale auch für die Einhaltung der für Telemedien geltenden Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags (RStV) zuständig. § 58 Abs. 3 RStV bestimmt, dass für sogenannte „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“, also fernsehähnliche Bewegtbildangebote im Internet, die Werbe- und Sponsoringbestimmungen für Rundfunkangebote „entsprechend“ gelten. Das Trennungs- und Unterscheidbarkeitsgebot von Werbung und redaktionellen Inhalten ist demnach im Internet ebenso zu beachten wie das Schleichwerbeverbot und die Bestimmungen zu Sponsoring. Für alle Telemedien, also auch für solche, die nicht fernsehähnlich sind, gilt, dass Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein muss.

Neben der Landeszentrale sind mittlerweile in fast allen Bundesländern die Landesmedienanstalten für die Telemedienaufsicht zuständig. Lediglich in Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Sachsen sind hierfür staatliche Stellen zuständig. Derzeit befinden sich die zuständigen Landesmedienanstalten in einer

174

Aufsichtsrechtliche Maßnahmen wurden 2017 in 174 Fällen wegen eines Anfangsverdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Phase der Abstimmung, um eine einheitliche Aufsichtspraxis zu gewährleisten. So gilt es etwa zu klären, wie genau werbliche Videos in Mediatheken mit ansonsten redaktionellen Inhalten zu kennzeichnen sind, um das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot zu erfüllen.

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

In diesem Zusammenhang ist auf den  **FAQ-Flyer** „Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien“ hinzuweisen, der von den Landesmedienanstalten 2015 erstmals herausgegeben und 2017 zum zweiten Mal aktualisiert wurde. Er vermittelt auf praxisnahe Weise Informationen zu Kennzeichnungsfragen insbesondere auf YouTube, aber auch in anderen sozialen Medien. Damit wird auch den Anfragen aus der Influencer-Community Rechnung getragen, die sich zum Teil offensiv für konkrete Kennzeichnungsvorgaben und intensivere Regulierung einsetzt. Dies ist unter anderem damit zu erklären, dass das Vertrauen der meist sehr jungen User das größte Kapital der

teilweise enorm reichweitenstarken Künstlerinnen und Künstler ist. Dies zeigte sich auch auf der Veranstaltung „#watchdog“, die von den Medienanstalten mit Vertreterinnen und Vertretern der YouTube- und Social-Media-Szene, der Multi Channel Networks, der Influencer-Marketing-Agenturen und der Regulierung im November in Köln durchgeführt wurde.

Die Landeszentrale hat im Jahr 2017 26 Aufsichtsverfahren durchgeführt, die Telemedien betrafen.

### **Glückspielwerbung**

Die Landeszentrale stand in regem Austausch und Dialog mit den Glücksspielaufsichtsbehörden, um ein möglichst gleichgerichtetes und gleichzeitiges Vorgehen von Glücksspiel- und Medienaufsicht im Sinne der  **Gemeinsamen Leitlinien** der obersten Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder und der Landesmedienanstalten zur Zusammenarbeit bei der Aufsicht über Glücksspielwerbung im privaten Rundfunk und Telemedien privater Anbieter vom 17. Juli 2014 zu gewährleisten.

Hervorzuheben sind die zahlreichen Verfahren der Landeszentrale wegen Fernsehwerbung für Lottoland.gratis. Da nach Ansicht der Landesmedienanstalten mit Werbung für das unentgeltliche Angebot Lottoland.gratis zugleich unerlaubtes Glücksspiel beworben wird, sind alle Landesmedienanstalten, die entsprechende Werbung in den Programmboten ihrer Veranstalter beobachtet haben, gegen diese vorgegangen. Dem

gemeinschaftlich abgestimmten Vorgehen der Landesmedienanstalten gingen Untersagungsverfügungen der Glücksspielaufsichtsbehörden gegenüber dem Werbetreibenden voraus. Mit Aufsichtsverfahren gegen insgesamt sechs ihrer bundesweiten Fernsehanbieter war die Landeszentrale in besonderem Maße betroffen.

## Gewinnspiele

Call-in-Gewinnspiele werden in der Öffentlichkeit oft kritisch beurteilt. Seit Inkrafttreten der  **Gewinnspielsatzung** am 23. Februar 2009 können die Medienanstalten Verstöße gegen die Gewinnspielregeln mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro ahnden.

Gewinnspielsendungen unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. So muss die Lösung eines Spiels gemäß § 9 Abs. 2 der Gewinnspielsatzung (GWS) allgemein verständlich sein und gemäß § 9 Abs. 3 GWS dürfen bei Wortfindungsspielen nur Begriffe verwendet werden, die in allgemein zugänglichen Nachschlagewerken oder allgemein zugänglicher Fachliteratur enthalten sind. Die Gewinnspielsatzung fordert weiter eine transparente Gestaltung der Gewinnspiele (§ 5 Abs. 1 Satz 1 GWS), regelmäßige Hinweise auf alle Umstände, die für die Entscheidung über die Teilnahme von Bedeutung sind (§§ 10 und 11 GWS) und untersagt Aus-

sagen jeglicher Art, die falsch, zur Irreführung geeignet oder widersprüchlich sind, insbesondere über die Spieldauer, den Gewinn, die Lösungslogik der Aufgabe, die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer, den Schwierigkeitsgrad eines Spiels sowie über die allgemeinen Teilnahmebedingungen und das Verfahren zur Auswahl der Nutzerinnen und Nutzer (§ 6 Abs. 1 Satz 1 GWS). Die Vorspiegelung von Zeitdruck ist unzulässig (§ 6 Abs. 1 Satz 2 GWS). Der Veranstalter hat der für die Aufsicht zuständigen Stelle auf Verlangen alle Unterlagen vorzulegen und Auskünfte zu erteilen, die zur Überprüfung der ordnungsgemäßen Durchführung der Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele erforderlich sind.

Im Jahr 2017 gingen nur noch wenige Beschwerden zu Gewinnspielsendungen bei der Landeszentrale ein. Es scheint, als haben die im Jahr zuvor durch die Landeszentrale zugestellten drei Beanstandungsbescheide und verhängten Bußgelder dafür gesorgt, dass seitens der Anbieter noch besser auf die Einhaltung der Gewinnspielsatzung geachtet wird.

# Förder- maßnahmen

Die Fördermaßnahmen der Landeszentrale für private Hörfunk- und Fernsehangebote sowie für die Mediennutzer erstrecken sich über viele verschiedene Bereiche. Dazu zählen insbesondere die Förderung von technischer Infrastruktur und von Innovationen, die Programmförderung, die Medienforschung, die Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich sowie die Medienpädagogik. Der Finanzierungsbeitrag der bundesweiten Veranstalter für die TV-Fensterprogramme wird von der Landeszentrale festgesetzt und an die lokalen/regionalen Anbieter verteilt. Im weiteren Sinn zu den Fördermaßnahmen

zählt zudem die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bei Gesamtaufwendungen von 30.716,2 T€ wurden 2017 knapp 50 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Technische Verbreitungskosten lokaler TV-Veranstalter wurden zusätzlich mit 10,59 Mio. Euro gemäß Art. 23 BayMG aus dem Bayerischen Staatshaushalt gefördert. Dazu kam im Jahr 2017 eine zeitliche begrenzte Zuwendung für die Förderung des terrestrischen, digitalen Hörfunksystems in Höhe von 450 T€.

<b>Gesamtaufwendungen</b>	<b>T€</b>	<b>%-Anteil</b>
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	2.004,1	6,5
Programmförderung	703,3	2,3
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,9
Medienforschung	811,9	2,6
Ausbildungsförderung	1.133,8	3,7
Medienpädagogik	699,3	2,3
Innovationsförderung	557,8	1,8
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.904,5	16,0
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.640,7	5,3
Mitgliedschaften und Förderbeiträge	85,9	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.164,2	3,8
<b>Summe</b>	<b>15.205,5</b>	<b>49,5</b>

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen in Bayern und des technischen Betriebs der privaten Rundfunkanbieter wurden 2017 rd. 2.004 T€ aufgewendet.

Für die Förderung der technischen Infrastruktur und technischer Innovationen wurden für den privaten Hörfunk 2017 rd. 2.004 T€ (Vorjahr 1.533 T€) von der BLM zur Verfügung gestellt. Das Ziel ist die Schaffung von stabilen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern sowie die Förderung innovativer Rundfunktechnologien. Durch diese Unterstützung soll eine nachhaltige Entwicklung für den Rundfunk in Bayern gesichert werden.

Im Jahr 2017 erhielt die Landeszentrale zweckgebunden für die Förderung des terrestrischen, digitalen Hörfunksystems eine zeitlich begrenzte Zuwendung aus dem Bayerischen Staatshaushalt in Höhe von 450 T€. Für das Jahr 2018 wurden 900 T€ in Aussicht gestellt.

Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 10.600 T€ für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote (→ s. Seite 115 f.).

## Technische Infrastrukturförderung

### **Gemeinnützige Anbieter (UKW/DAB+-Hörfunk)**

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die Sendernetzkosten der analogen Verbreitung gemeinnützigen Anbieter lokaler Hörfunkprogramme in Bayern zu 70 Prozent, die der digitalen Verbreitung zu 90 Prozent gefördert.

Im Jahr 2017 erhielten dementsprechend die zwei Aus- und Fortbildungsradios in Nürnberg (afk max) und München (afk M94,5) Fördermittel in Höhe von 36 T€ für die analoge und 53 T€ für die digitale Verbreitung.

Die Verbreitungskosten der gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feuerwerk e. V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München und Radio München wurden 2017 mit 31 T€ (UKW) und 116 T€ (DAB+) gefördert.

### **Digitalradio**

Für die Förderung der DAB+-Netze (ohne gemeinnützige Programme, s. o.) standen 2017 Mittel in Höhe 1.204 T€ zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 2.558 T€ ergibt sich eine Gesamtförderquote von 47,1 Prozent.

Für die landesweiten DAB+-Programme fielen im Jahr 2017 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.198 T€ an. Dafür wurden Fördermittel in Höhe von 357 T€ ausgereicht. Das entspricht einer Förderquote von 29,8 Prozent.

Im Bereich der lokalen/regionalen DAB+-Netze beliefen sich die Fördermittel (inkl. Sonderförderung) auf insgesamt 847 T€. Damit lag die Förderquote für die lokalen/regionalen DAB+-Hörfunkprogramme im Jahr 2017 bei ca. 62,3 Prozent der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 1.360 T€. Dabei können die Anbieter der lokal/regional verbreiteten Programme ohne eine UKW-Verbreitung in Bayern einen Antrag auf Erhöhung der Förderquote bei der Landeszentrale stellen. Die Förderung kann sich bei diesen Anbietern in Abhängigkeit von der Programmqualität um bis zu 20 Prozent erhöhen.

#### Förderquote in %



Landesweiter  
DAB+-Hörfunk



Lokaler/regionaler  
DAB+-Hörfunk

## Technischer Betrieb

Der technische Betrieb der privaten Rundfunkangebote wird zudem durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen der Landeszentrale unterstützt. Hierfür wurden im Jahr 2017 insgesamt 554 T€ aufgewendet.

#### Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb

	T€
afk-Radios	89
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	147
DAB+-Sendernetz	1.204
Standortoptimierung	169
Versorgungsanalyse und -messung	135
Medien-Informationssystem (MEDIS)	30
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	113
Sende-Betrieb-Service (SBS)	3
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	81
Zentralserver für Streaming und Mediatheken/Projekt Smart TV	23
Anpassung TIF 2016	10
<b>Gesamt</b>	<b>2.004</b>

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2017 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt

Der FFF Bayern fördert die Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen sowie die Entwicklung qualitativ hochwertiger, pädagogisch und kulturell wertvoller Computerspiele. Zu den Gesellschaftern des FFF Bayern gehören der Freistaat Bayern, die BLM, der BR, das ZDF und die privaten Fernsehanbieter ProSiebenSat.1 und RTL.

Die Landeszentrale hat 2017 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt. Damit erbringt sie die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) in Art. 11 Satz 2 Nr. 1 vorgesehene Förderung freier, mittelständischer Film- und Fernsehproduktionen. Die Förderung trägt dazu bei, die Leistungsfähigkeit der bayerischen Filmproduzenten zu stärken. Darüber hinaus wird damit ein Beitrag zur Vielfalt der deutschen und europäischen Filmkultur erbracht. Die Mittel werden nach der Richtlinie des FilmFernsehFonds Bayern GmbH (FFF) vergeben.

Der Präsident der Landeszentrale ist stellvertretender FFF-Aufsichtsratsvorsitzender. Mitglied im Vergabeausschuss, der über die Auswahl der geförderten Projekte in jährlich fünf Sitzungen entscheidet, ist als Vertreter der BLM der Geschäftsführer Martin Gebrande. Als Stellvertreterin ist Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, benannt. Im Vergabeausschuss Games, der seit 2017 dreimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielebereich entscheidet, ist Verena Weigand für die BLM vertreten. Heinz Heim, Bereichsleiter Programm der BLM, ist als Stellvertreter benannt.

Die Landeszentrale fördert die Programme der privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichen Inhalt gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 3 BayMG. Dafür wurden 2017 rd. 703 T€ aufgewendet.

Im Jahr 2017 konnten besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 703.255 € gefördert werden. Davon entfielen 479.623 € auf Hörfunkbeiträge und 223.632 € auf Fernsehbeiträge. Insgesamt beteiligten sich 26 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer an der Ausschreibung und reichten 61 Anträge ein (57 Hörfunk, 4 Fernsehen). Für 47 Sendungen von 24 Antragstellern genehmigten der Hörfunkausschuss und der Fernsehausschuss des Medienrats eine Förderung. Aufgrund der sehr begrenzt zur Verfügung stehenden Fördermittel wurden überwiegend gemeinnützige Anbieter gefördert.

Im Hörfunk wurden 43 Sendungen von 20 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Großteil dieser Projekte war auch schon in den Vorjahren gefördert worden. Bei zwölf der geförderten Sendungen handelte es sich um neue Projekte. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden ca. 57 Prozent des Gesamtfördervolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studenten oder behinderten Menschen ausgereicht (272T€).

Im Fernsehen wurden vier Sendungen von unterschiedlichen Spartenanbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote, die keine Herstellungsförderung nach Art. 23 BayMG erhalten. Der Zuschuss für die einzelnen Anbieter fiel sehr unterschiedlich aus und lag zwischen 14.500 € (Sankt Michaelsbund) und knapp 148.000 € (abm).

Das Schwerpunktthema 2017 „Bürger On AIR: Meine Heimat – Mein Radio“ wurde von den Anbietern positiv angenommen. Neben sechs Projekten, die sich ausschließlich mit dem Schwerpunktthema befassten, gab es noch 20 weitere, in denen das Schwerpunktthema zumindest zum Teil behandelt wurde, z. B. innerhalb einer Beitragsreihe in einer Magazinsendung. Auch im Fernsehen wurde das Schwerpunktthema in einigen Sendungen der Spartenanbieter Evangelisches Fernsehen im Evangelischen Presseverband für Bayern e. V. (efs) und Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V. (abm) umgesetzt. Insgesamt wurde das Schwerpunktthema in gut 55 Prozent aller genehmigten Projekte aufgegriffen.



703,3 T€  
Gesamtförderung

88,5 %  
für gemeinnützige  
Anbieter und Zulieferer

223,6 T€  
Förderung Fernsehen

479,6 T€  
Förderung Hörfunk

Zu den Aufgaben der BLM zählt die Durchführung von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern. Im Jahr 2017 wurden insgesamt rund 812 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Die Ergebnisse der Untersuchungen und Erhebungen dienen der BLM insbesondere als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in der Trägerschaft der BLM angebotenen Rundfunkprogramme. Insgesamt wurden im Jahr 2017 Finanzmittel in Höhe von rund 812 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

## Media Analyse

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e. V. (agma) die Interessen des bayerischen Lokalfunks in dieser von den Medien, den Werbeagenturen und Werbung Treibenden gemeinsam getragenen Einrichtung. Die Daten der Media Analyse (ma) ermöglichen einen Vergleich der Werbeträgerleistung der Senderkombinationen der bayerischen Lokalstationen mit den landesweiten und überregionalen Hörfunkprogrammen und somit die Berücksichtigung des Lokalfunks in den Streuplänen der national tätigen Werbung Treibenden und Werbeagenturen. Zudem

stellen die Ergebnisse die Grundlage für die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar. Im Rahmen der ma 2017 Radio wurden bundesweit mehr als 77.000 Computer gestützte Telefon-Interviews (CATI) durchgeführt. (Ergebnisse  s. Seite 46)

## Fernsehforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK Fernsehforschung zur Verfügung, die v. a. im Hinblick auf programminhaltliche und konzentrationsrechtliche Fragen genutzt werden, aber auch zur Analyse der Angebotsstruktur im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen sowie zur Bewertung von Programmkonzepten. Zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben nach dem Rundfunkstaatsvertrag erhält die KEK als zuständiges Organ der Landesmedienanstalten von der BLM monatlich eine Übersicht über die aktuellen Zuschaueranteile der Fernsehprogramme.

## Nielsen NetRatings

Zur Beobachtung der Entwicklung des Internets als Mediengattung und Werbeträger im Verhältnis zu den klassischen Medien haben die Medienanstalten einen Vertrag zur Nutzung der Daten von Nielsen NetRatings abgeschlossen. Auf der Grundlage dieser Daten erstellt die BLM einen halbjährlichen  Bericht zur Internetnutzung in Deutschland.



Ergebnisse der ma 2017  
Radio II s. Seite 46

## Funkanalyse Bayern 2017

Die Funkanalyse Bayern stellt den lokalen Hörfunkanbietern als Ergänzung zu den Ergebnissen der Media Analyse aktuelle Reichweiteregebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet zur Verfügung. Darüber hinaus bilden die Ergebnisse der Funkanalyse die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse beim lokalen Hörfunk.

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern** 2017 wurden von Januar bis März 2015 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 23.327 Personen ab 10 Jahre erhoben und ausgewertet. Dabei wurden erstmals alle bundesweiten, landesweiten und lokalen DAB+-Angebote in der gesamten Hörfunkstichprobe zusätzlich zu den bisher abgefragten UKW- und DAB+-Sendern gestützt abgefragt, d.h. durch Vorlesen des Sendernamens und -slogans.

Darüber hinaus wurden 16.364 Befragungen zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der Fernsehprogramme in Bayern sowie zur Bewertung der lokalen und landesweiten Fernsehprogramme durchgeführt.

Zur Datenerhebung im Hörfunk- und Fernsbereich wurden jeweils computer-gestützte Telefon-Interviews (CATI) eingesetzt, um so eine besonders differenzierte Erfassung des Radiohörens

sowie eine besonders gute Ausschöpfung mobiler Zielgruppen zu ermöglichen (Ergebnisse  s. Seite 44 ff.).

Wie in den Vorjahren wurde die Konzeption des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die rund 90 Auftraggeber der Studie von der BLM ausgearbeitet. Die beteiligten Hörfunk- und Fernsehunternehmen haben im Rahmen der von der Landeszentrale veranstalteten Arbeitskreise Zuschauer- und Hörerforschung die Möglichkeit, ihre Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern einzubringen. Für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2017 erbrachten Basisleistungen wurden 1,63 Mio. € aufgewendet (2016: 1,51 Mio. €). Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2017 auf 33,3 Prozent. Für Fallzahlaufstockungen und zusätzliche Leistungen wurden von der BLM weitere 31 T€ aufgewendet.

### **Sekundärauswertungen Hörfunk**

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

# 23.327

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

# 16.130

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

### Sekundärauswertungen Fernsehen

Für die lokalen Fernsehveranstalter gibt es seit 2015 Workshops in denen Kantar TNS im Auftrag der Landeszentrale jedem Lokalfernsehanbieter individuell die wichtigsten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern präsentiert und erläutert. In den insgesamt 15 Workshops im Jahr 2017 konnten wiederum programmnahe Auswertungen vorgenommen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr gezogen werden. Damit konnte die Landeszentrale den lokalen Fernsehanbietern Bayerns fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz zur Verfügung stellen. Gleichzeitig unterstützen diese Standortauswertungen die BLM und ihre Gremien bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen und regionalen Fernsehkonzepts in Bayern.

Web-TV-Monitor 2017

12.752

Onlinevideo-Angebote insgesamt, davon werden verbreitet

95%

ausschließlich auf YouTube

2%

auf YouTube und eigener Webseite

3%

nicht auf YouTube

### Web-TV-Monitor

Gemeinsam mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) hat die BLM die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia GmbH und den Webvideo-Experten Bertram Gugel mit der Erstellung des  **Web-TV-Monitors** 2017 beauftragt. Ziel des Web-TV-Monitors ist es, eine Übersicht über den deutschen Onlinevideo-Markt zu erstellen und die Entwicklung des Angebotes sowie der Nutzung von Onlinevideo in Deutschland sichtbar zu machen. Die Studie 2017 basierte auf einer umfangreichen Strukturhebung des Web-TV-Marktes unter Einsatz von Desk Research sowie inhaltsanalytischer Verfahren. Zudem wurden im Rahmen einer Logfileanalyse deutsche Video-Angebote auf den beiden marktführenden Plattformen YouTube und Facebook identifiziert und untersucht. Schließlich wurden die identifizierten Web-TV-Anbieter, YouTube-Channel-Anbieter mit mehr als 500 Abonnenten sowie die Betreiber der 550 reichweitenstärksten Facebook-Video-Seiten sofern möglich kontaktiert und mit einem standardisierten Online-Fragebogen befragt. Ergänzend wurden zehn leitfadengestützte Expertengespräche mit Branchenvertretern geführt.

## Webradio Monitor

Webradiomonitor 2017

# 12.000

Mit 2.400 Webradios und 9.500 kuratierten Playlists gab es 2017 rund 12.000 Online-Audio-Angebote in Deutschland

Der seit 2009 bestehende  **Webradio-monitor** wurde 2017 im Auftrag der BLM zusammen mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), der mittlerweile unter dem Namen „VAUNET – Verband Privater Medien“ firmiert, durchgeführt. Auftragnehmer war die Berliner Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia GmbH.

Die umfangreiche Marktstudie zu Online-Audio-Angeboten erfasst Informationen zu Verbreitung und Nutzung, zu Werbeformen, Reichweiten und Leistungswerten der Online-Audio-Angebote in Deutschland. Neben Webradio- und Online-Audio-Anbietern wurden im Rahmen des Webradiomonitors 2017 auch Online-Audio-Hörer in Deutschland befragt. Die Nutzer-Befragungen fanden vom 30. Juni bis 14. Juli 2017 statt, der Erhebungszeitraum zur Studie insgesamt war vom 14. Juni bis 26. Juli. Ein Schwerpunkt der Hörerbefragung war diesmal die Nutzung von Podcasts.

## Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

Die Datenerhebung zur  **Studie** Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017 wurde Mitte 2017 von Goldmedia durchgeführt. Dabei wurden in einer standardisierten Befragung die zugelassenen privaten Fernseh- und Hörfunkanbieter in Deutschland

nach ihren Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungszahlen in den Jahren 2015 und 2016 befragt. Für das zum Zeitpunkt der Befragung laufende Geschäftsjahr 2017 wurden die wirtschaftlichen Erwartungen der Anbieter erhoben.

Die Grundgesamtheit setzte sich aus allen Anbietern oder Veranstaltern eines oder mehrerer privater lokaler, landes- und bundesweiter Radio- oder TV-Programme zusammen, die im Jahr 2015 oder 2016 im Besitz einer Lizenz von einer der 14 deutschen Landesmedienanstalten waren, über mindestens eine Betriebsstätte in Deutschland verfügten sowie im Erhebungszeitraum wirtschaftlich aktiv waren. Hinzu kamen alle bei den Landesmedienanstalten registrierten Webradios und Web-TV-Sender.

Die Studie liefert ein umfassendes und detailliertes Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft. Sie macht die wirtschaftliche Entwicklung in den unterschiedlichen Spielarten von Rundfunk von bundesweisem Fernsehen bis zum lokalen Hörfunk erkennbar. Weitere Schwerpunkte der Untersuchung waren diesmal das Geschäft mit Online-Video und Online-Audio sowie Digitalradio DAB+. Zusätzlich zur Bundesebene stellen eigene Länderkapitel die Situation in den jeweiligen Zuständigkeitsgebieten der Landesmedienanstalten dar.

## Musikstudie lokaler Hörfunk

Da die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern nahe legten, dass die Akzeptanz der Musik vieler bayerischen Lokalradiostationen verbesserungsfähig ist, unterstützt die BLM seit 2015 die Musikforschung der BLR und einiger lokaler Hörfunkstationen. Die regelmäßige Überprüfung von Musiktiteln hinsichtlich ihrer Stimmigkeit für das gewählte Musikformat ermöglicht es der BLR, die strategische Ausrichtung der Musik im BLR-Zulieferprogramm zu optimieren und zu verfestigen. Die BLM unterstützte diese Maßnahme auch 2017. Auftragnehmer war „Radio Research Europe“.

## Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2017 wurden 25 lokale und drei landesweite Hörfunkprogramme (Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3) sowie das Programm von Radio Galaxy inhaltlich untersucht. Die Stichprobe umfasste jeweils die Morgenschiene (6:00 Uhr bis 9:00 Uhr) an drei Wochentagen. Dabei wurde jedes Programmelement mit Ausnahme der Musik nach formellen und inhaltlichen Kriterien codiert und klassifiziert.

Mit Hilfe des Programm-Monitors kann die inhaltlich-formale Positionierung der bayerischen Lokalprogramme im Vergleich zu den landesweiten Konkurrenzprogrammen nach einem einheitlichen Schema dargestellt werden. Durch den Vergleich mit besonders erfolgreichen Lokalprogrammen und unter Einbeziehung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse der Funkanalyse Bayern wurden in Workshops mit den Programmverantwortlichen Empfehlungen für Veränderungen im Programm erarbeitet.

## MedienVielfaltsMonitor

Der  **MedienVielfaltsMonitor** der BLM gibt Aufschluss über den Einfluss der verschiedenen Medienanbieter auf die Meinungsbildung in Deutschland. Er basiert auf einem Gesamtmarktmodell und misst Meinungsvielfalt gattungsübergreifend für Angebote aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen, Zeitschriften und Internet. Der MedienVielfaltsMonitor wird seit 2012 halbjährlich von der Landeszentrale erstellt.

Zentraler Bestandteil des MedienVielfaltsMonitors ist eine repräsentative Studie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung (MedienGewichtungs-Studie), die seit 2015 im Auftrag der Gemeinschaft der Medienanstalten die Relevanz, der im MedienVielfaltsMonitor berücksichtigten Mediengattungen für die Meinungsbildung in einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage empirisch ermittelt. Für den MedienVielfaltsMonitor werden diese empirischen Gewichte der fünf Gattungen mit den in diesen Gattungen vorherrschenden Marktanteilen der Anbieter in Bezug gesetzt. Die Verknüpfung der Reichweiten von Medienangeboten und -unternehmen mit den Gewichten der Mediengattungen gibt Aufschluss über die Verteilung der Meinungsmacht auf die verschiedenen Medienanbieter in Deutschland.

---

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

## Real-Time-Response

Im Herbst 2016 beauftragte die Landeszentrale die Markt- und Sozialforschung des IFAK Instituts mit einer Real-Time-Response Studie zur Qualität des lokalen Fernsehens in Bayern. Im Rahmen dieser Online-Studie wurde jeweils die Hauptsendung der für die Studie beispielhaft ausgewählten Lokalfernsehstationen Oberfranken TV und Franken Fernsehen bewertet.

Die Ergebnisse der Studie wurden den bayerischen Lokalfernsehanbietern am 14. Dezember 2017 präsentiert. Das IFAK stellte dabei wichtige verallgemeinerbare Erkenntnisse und Empfehlungen zu Themen, Präsentationsformen und Qualität der Beiträge vor.

Nach Art. 11 Satz 2 Nr. 3 des BayMG hat die BLM „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Für den Bereich Aus- und Fortbildung wurden 2017 finanzielle Mittel in Höhe von rund 1.134 T€ aufgewendet.

## BLM Fortbildungsworkshops

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

Aufgrund steigender Nachfrage und der Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 12 Teilnehmer fanden 2017 insgesamt sieben 2-wöchige Blockkurse (2 × 1 Woche), davon drei für TV-Volontäre und vier für Hörfunk-Volontäre statt. 2017 wurden außerdem noch zwei 1-wöchige Blockkurse Digitaljournalismus und fünf 1- bzw. 2-tägige Workshops zu anderen Themen wie z.B. „Breaking News im Radio“ oder „Reporter on Location“ durchgeführt. Zudem gab es erstmals noch vier Workshops zu Marketing- und Verkaufsthemen, für die sich insgesamt 50 Mediaberater oder Verkaufsleiter angemeldet haben.

Insgesamt haben an dem Angebot 173 Teilnehmer von 60 verschiedenen bayerischen Anbietern teilgenommen. Davon kamen 66 Teilnehmer von 19 verschiedenen Fernsehanbietern und 107 Teilnehmer von 41 verschiedenen Hörfunkanbietern.

Die BLM hat 2017 ihr Angebot an Workshop-Tagen gegenüber dem Jahr 2014 verdreifacht.

### Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind:

- Veranstaltung eigener Fortbildungsworkshops
- Organisation und Weiterentwicklung der Aus- und Fortbildungskanäle (afk)
- Finanzielle Förderung bestehender Ausbildungsinstitutionen

### Mitglied ist die Landeszentrale bei den folgenden Aus- und Fortbildungsinstitutionen:

- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- MedienCampus Bayern (München), der die Aus- und Fortbildung in Medienbereichen koordiniert.

### Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2017, die im Aus- und Fortbildungsbereich tätigen Organisationen:

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

Das Angebot wurde von insgesamt 36 Workshop-Tagen im Jahr 2014, 82 Workshop-Tagen in 2015 und 96 Tagen in 2016 auf 107 Tage in 2017 ausgeweitet und somit seit 2014 verdreifacht.

## Aus- und Fortbildungsprogramme

Die drei Aus- und Fortbildungsprogramme Radio afk M94.5 (München), Radio afk max (Nürnberg) und afk tv (München) haben sich seit Sendestart 1996 mit ihrem praxisorientierten Konzept zu beachteten Elementen der bayerischen Medienlandschaft entwickelt. Hier kann der Mediennachwuchs in eigenen Sende- und Produktionsstudios erste Erfahrungen in klassischem und digitalem Journalismus, in der Produktion von Medieninhalten und im Umgang mit Social-Media-Angeboten machen. Viele Absolventen konnten ihr erworbenes Wissen und ihre Praxiserfahrung nutzen, um erfolgreich den Schritt in die professionelle Medienbranche zu gehen.

Daneben ist die aktive Förderung der Medienpädagogik eine zentrale Funktion des Aus- und Fortbildungsprojektes. In eigenen Jugendredaktionen werden Kinder und Jugendliche an die journalistische Arbeit herangeführt, um so den kompetenten Umgang mit den Medien Radio, Fernsehen und Online zu erlernen.

Die gemeinnützige afk GmbH, an der die BLM mit 56 Prozent beteiligt ist, entwickelt die Aus- und Fortbildungskonzepte, schafft die technischen Vorausset-

zungen und stellt die Finanzmittel der afk-Programme bereit. In den gemeinnützigen Anbietervereinen kooperieren maßgebende Ausbildungsinstitutionen und Medienunternehmen sowie namhafte medienpädagogische Institutionen aus dem bayerischen Raum.

### Hörfunk München: afk M94.5

200 studentische Redaktionsmitglieder bekamen 2017 in der Lehrredaktion von afk M94.5 die Möglichkeit, den Sendebetrieb ausbildungsbegleitend mitzuerleben und das Medium Radio und dessen digitale Verbreitungs- und Darstellungsformen kennen zu lernen. Neben den Studenten unterstützten 37 Vollzeit-Praktikanten die Redaktion.

afk M94.5 ist 24 Stunden sieben Tage die Woche in der Region München über DAB+ und im Kabel empfangbar. Seit September 2017 sendet afk M94.5 unter dem Titel Young Stars einmal pro Woche zwei Stunden lang auf der Rock Antenne.

Ein wesentliches Element der Arbeit bei afk M94.5 ist die Musik- und Locationauswahl bei Veranstaltungen sowie die Bewerbung des jeweiligen Events. Von den Medientagen München sendete afk M94.5 zum ersten Mal live. Daneben kooperierte afk M94.5 mit dem Schulradiotag, einem Projekt der BLM zur Nachwuchsförderung. Rund 60 Schüler übten in Workshops, wie man journalistisch arbeitet und eigene Beiträge produziert. Unterrichtet wurden sie dabei von professionellen Coaches aus dem Lokalradio und einem Dozententeam von afk M94.5.

Bei den drei Aus- und Fortbildungsprogrammen afk max, afk M94.5 und afk tv kann der Mediennachwuchs Erfahrungen in Journalismus, Produktion und Social Media sammeln und ohne Quoten- und Druck mit innovativen Programmformaten experimentieren.

200

Studentische Redaktionsmitglieder und

37

Vollzeit-Praktikanten arbeiteten 2017 bei afk M94.5 mit.

### Hörfunk Nürnberg: afk max

Junge Medieninteressierte können in digitalen Studios von afk max die Grundlagen des Audiojournalismus erwerben und ihre Ergebnisse auf eigenen Frequenzen präsentieren. Theorie und Praxis werden von echten Radioprofis vermittelt. Angeboten wird ein Vollzeitpraktikum (2017: 33 Teilnehmende), aber auch Schüler- und Schnupperpraktika (2017: 34 Teilnehmende).

afk max produziert ein überwiegend live erstelltes 24-Stunden-Radioprogramm, das im Raum Nürnberg über UKW 106,5, über DAB+ sowie im Kabel empfangbar ist. Die wöchentlichen Sendungen der Campusradios der Universitäten in Erlangen, Bamberg und Ansbach wurden 2017 auf jeweils zwei Stunden ausgebaut. Zwei medienpädagogisch betreute, vorproduzierte Jugendmagazine senden jeweils vier Stunden in der Woche. Besondere medienpädagogische Projekte waren wieder die „Lange Funkenflug-Nacht“ und das „BLM-Schulradio“.

Schon zum 19. Mal in Folge war das „Stadtradio Nürnberg“ auf afk max zu Gast, eine langbewährte Zusammenarbeit mit der BR-Ausbildungsredaktion. Diesmal erprobten sich 27 Volontäre landesweiter ARD-Rundfunkanstalten eine Woche live auf den Frequenzen von afk max.

Der Programmleiter von afk max, Achim Kasch, erhielt 2017 einen BLM Hörfunkpreis (Sonderpreis) für seine Reportage „Ich war Z-1505. Überleben in der Katastrophe“.

### Fernsehen München: afk tv

Die Lehrredaktion von afk tv produziert regelmäßig eigene Formate. Die Aufzeichnungen finden im volldigitalen Studio von afk tv statt. Ergänzt wird das Programm durch Produktionen aus der Film- und Fernsehausbildung an Hochschulen, Akademien und Betrieben. So entsteht ein Mix aus Kurzfilmen, Spielfilmen, Dokus, Magazinen, Reportagen, Konzertmitschnitten, Videoclips, Interviews, Talkshows und Comedy.

afk tv bietet Praktikumsplätze in Redaktion (2017: 23 Teilnehmende) und Technik (2017: 18 Teilnehmende) wie auch kurze Schüler- und Schnupperpraktika (2017: 45 Teilnehmende). Das Vollzeitpraktikum umfasst neben dem Erlernen journalistischer Darstellungsformen auch Moderation, Studioteknik, Produktion und Postproduktion. Daneben veranstaltet afk tv das sechsmonatige Stipendium mit dem MedienCampus Bayern und der Hochschule Ansbach. In 2017 haben neun Stipendiaten das Programm durchlaufen.

Weiter war afk tv als Dienstleister von Auftragsproduktionen aktiv. In 2017 erstellte afk tv Produktionen u.a. für die LMU München, die BLM, die Bayerische Staatskanzlei, das Bayerische Staatsministerium für Gesundheit und Pflege, den Exportpreis Bayern, die Stiftung Medienpädagogik, den MedienCampus Bayern, das Media Lab Bayern, die Münchner Verkehrsbetriebe, das Bayerische Filmzentrum und die Lokalrundfunktage Nürnberg.

Über afk max werden auch Sendungen der Campusradios der Universitäten in Erlangen, Bamberg und Ansbach ausgestrahlt.

Ein Vollzeitpraktikum bei afk tv umfasst neben dem Erlernen journalistischer Darstellungsformen auch Moderation, Studioteknik, Produktion und Postproduktion.

**Ausblick: Media School Bayern**

Die Bedeutung von Audio und Video im Web wächst weiter, genauso wie die Verbreitung über Social Media oder andere Plattformen zunehmen wird. Außerdem stellen gestiegene Anforderungen im Training digitaler Medienmacher höhere Anforderungen an Aus- und Fortbildungsinstitute.

Die bestehenden Programme (afk M94.5, afk tv und afk max) werden sich daher zur Media School Bayern weiterentwickeln. Ziel der Neuausrichtung ist es, die Aus- und Fortbildung am konkreten Bedarf professioneller Medienunternehmen anzupassen. Die redaktionelle und programmliche Zusammenarbeit der Aus- und Fortbildungsprogramme soll intensiviert und das gesamte Lehr- und Programmangebot über Audio, Video und Online innovativ gestaltet werden.

Der Prozess soll 2018 mit den Programmen afk M94.5 und afk tv in München beginnen. Die Ressourcen, die Ausbildungsinhalte sowie die Sende Flächen der beiden Programme werden in einem organisatorischen Konstrukt zusammengeführt.

Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medien-erziehung und Medienpädagogik, wurden 2017 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von rund 700 T€ aufgewendet.



Weiterführende Informationen bieten die  Jahresberichte Medienkompetenz der BLM

Die rasche Veränderung der Medienlandschaft bringt immer neue Herausforderungen für Mediennutzerinnen und -nutzer mit sich. Die BLM begleitet diese Entwicklungen, indem sie seit vielen Jahren ihrer gesetzlich festgeschriebenen Aufgabe nachkommt, in Bayern Medienkompetenz zu fördern. Dazu führt sie vielfältige medienpädagogische Maßnahmen und Projekte für einen verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit Medien durch, die sich an der Lebenswelt und den Bedürfnissen der unterschiedlichen Zielgruppen orientieren. Der Fokus der medienpädagogischen Aktivitäten der BLM liegt dabei auf Kindern, Jugendlichen, aber auch auf Erwachsenen, älteren Menschen sowie auf pädagogisch Tätigen und Multiplikatoren. Im Jahr 2017 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 700.000 € aufgewendet.

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

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

#### **Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2017**

**23 Medienräte der BLM**  
**5 Rundfunkräte des Bayerischen  
Rundfunk**

#### **22 Vertreter folgender Institutionen:**

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

## Projekte und Initiativen

### FLIMMO Programmberatung für Eltern e. V.

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

Bereits seit 20 Jahren begleitet der Ratgeber FLIMMO Eltern bei der Medien-erziehung ihrer Kinder – von Anfang an mit Broschüre und Onlineangebot, seit 2013 auch mit der FLIMMO-App. Dieses Jubiläum wurde auf den Medientagen München 2017 mit einem Panel und anschließendem kleinen Empfang gefeiert.

Auch 20 Jahre nach Erscheinen der ersten FLIMMO-Ausgabe sind die Broschüren stark nachgefragt. 2017 erschienen drei Ausgaben mit einer Druckauflage von insgesamt rund 980.000 Exemplaren, die bundesweit an knapp 18.000 Besteller versandt wurden. Allein in Bayern gibt es rund 3.500 Bezugsstellen, die mit 120.000 Broschüren beliefert wurden. Die Ausgaben griffen die Themen „Flucht & die Folgen – Wie sich Kinder darüber informieren“, „Online Fernsehen – Möglichkeiten und Risiken“ und „Dabei sein ist alles? – Wettbewerb

in TV-Shows“ auf. In der Ausgabe zum Thema Onlinefernsehen wurde erstmals eine gesonderte Rubrik „Fernsehen im Netz“ in der Broschüre eingeführt. Auf einer Doppelseite werden seither Angebote jenseits des klassischen Fernsehens vorgestellt und auf Besonderheiten in Zusammenhang mit der non-linearen Verbreitung hingewiesen.

### Dein FLIMMO

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

Anfang Januar 2017 erschien die 1. Ausgabe zum Thema Flucht und Migration. Sie wurde durch die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) gefördert, wodurch die Ausgabe mit einer Gesamtauflage von 261.000 Exemplaren bundesweit verbreitet werden konnte. An der Erstellung beteiligten sich die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) und die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK). Im Mai 2017 gab die BLM die 2. Ausgabe zum Thema Fernsehen im Netz mit einer Gesamtauflage von 66.300 Exemplaren heraus. Die LPR Hessen, LFK und die Sächsische



 [www.flimmo.tv](http://www.flimmo.tv)

# 980.000

## Exemplare

Die Broschüre FLIMMO erschien 2017 mit einer Gesamtauflage (bundesweit) von 980.000 Exemplaren.

Rd.  
490.000

Die Kinderbeilage „Dein FLIMMO“ erschien 2017 mit einer Gesamtauflage von fast 490.000 Exemplaren.

Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) waren an der Erstellung der Ausgabe beteiligt. Wettbewerb in TV-Shows war Thema der 3. Ausgabe, die im September 2017 mit einer Gesamtauflage von 162.000 Exemplaren veröffentlicht wurde. An der Erstellung beteiligten sich die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) und die SLM. Ende 2017 erfolgte die Umsetzung und Drucklegung der „Dein FLIMMO“-Ausgabe zum Thema YouTube und Co., die im Januar 2018 erschienen ist.

### Silver Surfer – Sicher online im Alter

Die  Seminarreihe „Silver Surfer – Sicher online im Alter“ richtet sich an ältere Menschen, die bereits Computer und Internet nutzen, aber mehr darüber erfahren wollen. Das Angebot zeigt auf, welche Möglichkeiten das Internet bietet und wie man sich vor Gefahren schützen kann. „Silver Surfer – Sicher online im Alter“ wurde vom MedienKompetenz-Netzwerk Mainz-Rheinhessen und der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz entwickelt. Seit Herbst 2017 gibt es das Projekt auch in Bayern. Die Seminarreihe wird in Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz, der BLM, der Verbraucherzentrale Bayern und dem Verbraucher-Service Bayern angeboten und bayernweit allen Stützpunkten für Verbraucherbildung kostenlos zur Verfügung gestellt. Das Projekt setzt an den Bedürfnissen von Seniorinnen und Senioren an und bietet speziell für die ältere Generation Hilfestellung für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung.

Silver Surfer bietet der älteren Generation Hilfestellung für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung.

zung. Ein ausführliches Lernbuch und praktische Übungen runden die Präsenzkurse ab.

### Internet-ABC

Das Projekt Internet-ABC ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten. Seit 2001 widmet es sich mit dem Portal  [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) der Medienerziehung im Grundschulalter. Das Portal richtet sich an Kinder, Eltern und Lehrkräfte und bietet leicht verständliches Basiswissen zu Themen wie Apps, Computerspiele, Soziale Netzwerke und Jugendschutz. Lehrkräfte erhalten zudem gezielte Anregungen zur Einbindung des Internets in den Unterricht.

Die interaktiven Lernmodule für Kinder und die Unterrichtsmaterialien für pädagogisch Tätige wurden 2017 überarbeitet. Sie unterstützen Kinder der 3. bis 6. Jahrgangsstufen altersgerecht bei den ersten Schritten im Netz. In den vier übergeordneten Themenbereichen „Surfen und Internet – so funktioniert das Internet“, „Mitreden und Mitmachen – selbst aktiv werden“, „Achtung, die Gefahren! So schützt du dich“ und „Lesen, Hören, Sehen – Medien im Internet“ erfahren Kinder beispielsweise, wie sie im Netz richtig nach Informationen recherchieren oder was sie beim Weitergeben von Fotos beachten müssen. Die Unterrichtsmaterialien in Form eines Lehrhandbuchs und von vier Arbeitsheften dienen als Ergänzung für die Lernmodule und beinhalten Arbeitsblätter zu den einzelnen Lernmodulen, didaktische Hinweise und Zusatzmaterialien.

Ein Erklär-Video gibt einen Überblick über das Angebot der Plattform  
 → [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)

Einen Überblick über das Angebot der Plattform bietet ein Erklär-Video, das seit Sommer 2017 auf der Webseite des Internet-ABC in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung steht. Die Angebote für Kinder, Eltern und Lehrkräfte wie beispielsweise der Surfschein, die Lernmodule und der Mediennutzungsvertrag werden anschaulich erklärt.

### Stiftung Zuhören

Die BLM setzt sich seit der Gründung der → **Stiftung Zuhören** im Jahr 2002 als Mitstifter für das Entstehen einer zuhörerfreundlichen Gesellschaft ein.

Hauptanliegen der Stiftung ist der Ausbau und die Verbreitung des Hörclub-Projekts. Mit über 2.500 initiierten → **Hörclubs** hat die Stiftung Zuhören auch 2017 wieder einen großen Beitrag zur kindlichen Zuhörbildung geleistet. Über 35.000 Kinder wurden bundesweit über die Hörclubs erreicht. Am 15. November 2017 fand in München die 1. Konferenz der Hörclubkinder statt, an der mehr als 100 Schülerinnen und Schüler aus bayerischen Hörclubs teilnahmen. Ziel der Veranstaltung war, das Projekt bei Grundschulen noch bekannter zu machen und neue Hörclubs zu initiieren.

Der bundesweite Transfer des im Jahr 2015 gestarteten Programms → **Lilo Lausch** wurde 2017 an Kitas fortgesetzt. Ziel von Lilo Lausch ist die Stärkung der Zuhörkompetenz und der Sprechfreude von Kindern zwischen zwei und acht Jahren. Im Berichtszeitraum wurden mit Lilo Lausch rund 11.000 Kinder erreicht und über 800 pädagogische Fachkräfte

in Veranstaltungen fortgebildet. Seit 2017 wird das Konzept von Lilo Lausch an Hochschulen und Universitäten angeboten.

Insgesamt 16 Gymnasien aus Bayern und drei weiteren Bundesländern nahmen im Schuljahr 2016/17 am → **tat:funk-Wettbewerb** teil. Im Rahmen der Medientage München wurden auf dem Areal des MedienCampus am 26. Oktober 2017 die besten drei Produktionen als Gewinner des bundesweiten tat:funk-Wettbewerbs ausgezeichnet.

„Spiele rund ums Hören und Hörspiele mit Kindern“ war der Titel des Workshops, den die Stiftung Zuhören 2017 bei der „Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher“ in Traunstein leitete.

Neuer Schirmherr der Stiftung Zuhören ist seit 2017 Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier. Mit der Übernahme der Schirmherrschaft will er das Zu- und Hinhören und damit einen geduldigen, respektvollen und offenen Umgang miteinander fördern.

### Schulradio Bayern

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

2017 fand sowohl im Rundfunkmuseum Fürth als auch auf den Medientagen München ein Schulradiotag statt. In Workshops bereiteten Schülerinnen und Schüler Beiträge, Hörspiele, Nachrichten, Werbespots und Moderationen vor, die auch live gesendet wurden. Schulradio Bayern hielt auch für Lehrkräfte Angebote bereit, unter anderem zwei Schulradio-Lehrerfortbildungen in Alteglofsheim. Lehrkräfte aus Grund-, Volks- und Realschulen, Gymnasien und Fachoberschulen erhielten journalistische und technische Tipps und konnten rechtliche Fragen zur Schulradioarbeit diskutieren. Die BLM finanzierte und schulte im Oktober 2017 eigene Radiocoaches, die Schülerinnen und Schülern sowie ihren Lehrkräften bei der Umsetzung von Ideen helfen und die inhaltlichen und technischen Voraussetzungen für einen gelungenen Radiobeitrag vermitteln. Im Berichtszeitraum machten bayerische Schulen, die sich am Projekt „Schulradio Bayern“ beteiligen, erneut von der Schulradiobox Gebrauch. Die Schulradiobox ist ein Starterset für Schulradiogruppen und wird kostenlos an Schulen vergeben.

### Weitere Projekte

- ➔ „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich“, eine Auswahl pädagogisch wertvoller Filme für Kinder im Vorschul- und Grundschulalter
- ➔ „Hört Hört!“, ein Festival und Hörwettbewerb im fränkischen und südbayerischen Raum für junge Hörbegeisterte

### Beteiligung an Arbeitsgruppen und Initiativen

- ➔ Lenkungsgruppe Medienkompetenz, eine interministerielle Lenkungsgruppe zur Förderung von Medienkompetenz in Bayern
- ➔ Arbeitsgruppe Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken, eine Arbeitsgruppe für einen Modellversuch zur Verankerung von Medienpädagogik in Kitas
  - Arbeitsgruppe Zentrum für Medienkompetenz in der Frühpädagogik (ZMF), eine Arbeitsgruppe zur Einrichtung eines Zentrums zur Förderung von Medienkompetenz in der Frühpädagogik
- ➔ Stiftung Wertebündnis Bayern, eine gemeinnützige Stiftung zur Stärkung des Wertebewusstseins in Bayern
- ➔ Netzwerk Medienethik, eine Initiative zur Förderung des medienethischen Diskurses im deutschsprachigen Raum
- ➔ ELTERN TALK, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- ➔ Erfurter Netcode, eine Auszeichnung für kindgerechte Internetseiten
- ➔ Stiftung Bildungspakt Bayern, eine Initiative für Kooperationsprojekte von Wirtschaft und Schulen zur Verbesserung der Bildungsqualität
- ➔ Technik-Scouts, ein Wettbewerb zur Unterstützung von Jugendlichen in der Phase der Berufsorientierung
- ➔ KABU-App, eine App mit kindgerechten Informationen zu verschiedenen (Medien-) Themen

## Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops

### Fortbildung Medienkompetenz

Mit der einmal jährlich stattfindenden Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher zeigt die BLM Wege auf, wie Medienarbeit mit Kindern in Kindertageseinrichtungen, Kindergärten, Horten und Heimen gestaltet werden kann.

Rund 110 Studierende der Fachakademie für Sozialpädagogik Traunstein konnten sich am 26. und 27. Juli 2017 bei der Fortbildung Medienkompetenz informieren, was in der Medienarbeit mit Kindern möglich ist. Am ersten Veranstaltungstag wurde der Medienführerschein Bayern für den Elementarbereich vorgestellt. Dabei wurde aufgezeigt, warum Medienkompetenzvermittlung in Kindertageseinrichtungen wichtig ist und wie Medienkompetenz im Elementarbereich gestärkt werden kann. Im Anschluss besuchten die Teilnehmenden elf verschiedene Workshops zu Themen wie „Fotografieren mit Kindern“ oder „Tricks und Zaubereien mit dem Tablet und Smartphone“. Für Lehrkräfte wurde der Workshop „Grundlagen der Medienpädagogik“ angeboten.

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

Regional Fernsehen Oberbayern, Bayernwelle Südost sowie dem Landkreis Traunstein.

### Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen

2017 wurden aus Anlass des Safer Internet Day bayernweit 20 Elternabende angeboten sowie mit der 23. Fachtagung des Forums Medienkompetenz und der 13. Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF öffentliche Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen durchgeführt. Darüber hinaus fand 2017 zum 3. Mal die Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz der Landeszentrale statt (➔ s. a. Seite 121 ff.).

### Medienpädagogische Forschung

2017 gab die BLM eine wissenschaftliche Begleitforschung zur FLIMMO-Kinderbeilage „Dein FLIMMO“ beim JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Auftrag. Die Erhebung allgemeiner Informations- und Unterstützungsbedarfe von Eltern hinsichtlich des Themas Kinder und Fernsehen sowie der Umgang mit der Kinderbeilage waren Ziel der Untersuchung. Die qualitativ angelegte Studie lieferte eine Einschätzung von inhaltlichen Stärken der Kinderbeilage sowie Einblicke, wie innerhalb der Familie mit der Beilage und dem Thema Fernsehziehung umgegangen wird. Die Ergebnisse der im Auftrag der BLM durchgeführten Untersuchung von Frau Prof. Dr. Manuela Pietraß zum Einfluss des Medialitätsbewusstseins auf moralische Entscheidungsdilemmata in digitalen Spielen wurden 2017 als Band 105 der BLM Schriftenreihe publiziert (➔ s. Seite 118).



Nähere Informationen zu diesen Veranstaltungen s. Seite 123 ff.

Für die Förderung von innovativen Medienprojekten hat die Landeszentrale im Jahr 2017 insgesamt rd. 558 T€ aufgewendet. Das Media Lab Bayern dient als Ideen-Inkubator und Coworking-Space für digitale Medien und digitalen Journalismus. Die Vernetzung der Medienunternehmen untereinander und mit anderen Branchen ist das Ziel des Mediennetzwerks Bayern, dessen Geschäftsstelle seit August 2016 an die BLM angebunden ist.

## Media Lab Bayern

Media Lab Bayern ist ein Ideen-Inkubator und Coworking-Space für digitale Medien und digitalen Journalismus. Als Vorgründerzentrum unterstützt das Media Lab Bayern Startups mit Förderprogrammen und bringt als Innovationsplattform Talente und Teams zusammen. Darüber hinaus bietet das Media Lab Bayern zahlreiche thematische Veranstaltungen, die dem Vernetzen, Scouting und Recruiting von Talenten dienen. 2017 zog das Media Lab Bayern zu den Schwestern Medientage München GmbH und MedienNetzwerk Bayern in die Rosenheimer Str. 145 c in München. Mit dem Media Startup Fellowship, dem Media Entrepreneurship Program und dem Open Space bot das Lab ganzjährig Förderung für Startups

und Gründungsinteressierte. Auf verschiedenen Veranstaltungen ermöglichte das Media Lab Vernetzung von seinen Teams mit Medienunternehmen, regen Austausch zwischen Medienschaffenden und Rekrutierung von neuen Talenten. 2017 legte das Media Lab darüber hinaus den Grundstein zu einer weiteren Öffnung: in den kommenden Jahren können Medienhäuser direkter und enger mit dem Media Lab Bayern kooperieren.

## Förderprogramme

### ■ Media Startup Fellowship Batch #3

Das  Media Startup Fellowship ist eines der Förderprogramme des Media Labs. Es richtet sich an Medien Startups, die ihre Idee in sechs Monaten zu einem ersten Prototypen entwickeln möchten. Das Media Lab unterstützt dann mit engem Coaching, Workshops, kostenlosem Arbeitsplatz, sowie 15.000 € Funding.

2017 begann mit dem Einzug des Batch#3 am 15. Januar in die Räume des Media Labs. Insgesamt wurden fünf Teams ins Media Startup Fellowship aufgenommen, davon zwei mit einem themen-gebundenen Partner Fellowship vom Red Bull Media House und VOCER. Die beiden Medienunternehmen finanzierten im Rahmen des Partner Fellowships die 15.000 € Funding für die ausgewählten Teams. So sichern sie sich einen engen Bezug zu dem Startup sowie exklusiven Zugang.

#### Stipendiaten Media Startup Fellowship Batch #3

##### ■ Personiq

personiq ist eine Plattform, auf der Nutzer ihre Daten individuell steuern und kontrollieren können. Der User kann so selbst entscheiden, ob und mit wem er seine persönlichen Informationen teilen möchte.

##### ■ Wafana

wafana ist die erste Fact-Checking Nachrichtenagentur Deutschlands für soziale Netze. wafana durchsucht diese nach nutzergenerierten Posts, Fotos und Videos, überprüft sie auf ihren Wahrheitsgehalt hin und beliefert damit Redaktionen. Gefunden hat sich das Team im Media Entrepreneurship Program. Wafana wurde 2017 vom Medium Magazin als "Entrepreneur des Jahres" ausgezeichnet.

##### ■ Mashtag

Mashtag ist ein automatischer Content-Lieferant und intelligenter Redaktionsassistent. Es kennt die Social-Media-Follower der Redaktion, deren Zielgruppe und aktuelle Online-Trends und findet so automatisch Content für mehr Reichweite. Das Team Mashtag fusionierte im Laufe des Jahres 2017 mit dem Team Wafana. Zusammen brachten Sie ein gemeinsames Produkt auf den Markt, das seit Anfang 2018 als „Crowdalyzer“ auf dem Markt ist.

##### ■ The Buzzard

The Buzzard ist die erste journalistische Geoblogging-Plattform Europas. Sie will die Stimmen von politischen Bloggern, Aktivisten und unabhängigen Journalisten auf einer Online-Plattform bündeln. Das Team ist gleichzeitig Team unseres Partner-Stipendiums mit dem VOCER Innovation Medialab. Unmittelbar nach dem Fellowship erwarb das Team Funding der Google DNI in Höhe von 50.000 Euro. Außerdem wurde The Buzzard mit dem Award der Kultur und Kreativpiloten 2017 und vom Medium Magazin als "Entrepreneur des Jahres" ausgezeichnet.

##### ■ Picter

Picter ist ein Access- und Asset-Management Tool für Fotografie und bildbasierte Medien. Es revolutioniert den Umgang mit Bildern und löst altbewährte FTP-Services wie Wettransfer und Dropbox ab. Das Team ist auch Team unseres Partner-Fellowships mit dem Red Bull Media House. Im Dezember 2017 erwarb das Startup eine Finanzierungsrunde im hohen sechsstelligen Bereich.

### ■ Media Entrepreneurship Program

Das Media Entrepreneurship Program richtet sich an gründungsinteressierte Personen, die in einem dreimonatigen Prozess in Teilzeit die Gelegenheit haben ihre Idee mit Design-Thinking-Methoden durchzutesten und am Markt zu validieren. Zudem können sie unter den anderen Teilnehmern Mitgründer finden. Ziel ist die Teilnahme am Media Lab Bootcamp, dem Auswahlverfahren zum Media Startup Fellowship.

Das Media Entrepreneurship Program fand 2017 bereits zum zweiten Mal statt. Nach einem Teambuilding-Wochenende in Kitzbühel entwickelten die 25 Teilnehmer in zwölf Fortbildungs- und Workshop-Einheiten mit Hilfe der Methodik des Design Thinking ihre Ideen zu Projekten. Am 29. November traten acht Teams zum Abschlusspitch an. Zwei Teams, Auktaria und EventSpace, wurden schließlich für das Media Startup Fellowship-Bootcamp zugelassen.

Auktaria ist eine Plattform, die über wissenschaftliche Themen auf dem Gebiet der Ernährung in umfassender und interaktiver Weise informiert. Gaming-Elemente helfen dabei, komplexe Inhalte spielerisch zu erfassen. EventSpace ist eine Möglichkeit für Event-Veranstalter, ein digitales Satelliten-Event im Vorfeld der eigentlichen Veranstaltung anzubieten. So können sich die Teilnehmer schon vor großen Kongressen virtuell kennenlernen und damit ihr Networking vor Ort optimieren.

### Open Space

Der  Open Space ist der Co-Working Space des Media Labs, der Projekten und Talenten offen steht, die noch in der Findungsphase sind. Das Angebot umfasst kostenlose Arbeitsplätze, Vernetzungsmöglichkeiten sowie gezielte Coaching-Sessions. 2017 wurden zahlreiche neue Teams in den Open Space integriert. Darunter die Teams Chaos Prinzessin, Verbalue, Singles Diaries, Hey Buddy, Hello Pitch, Co-exist Collective, Channels und 42 live hacks. Das ehemalige Open Space Team Userlane schloss eine Seedfinanzierung im hohen sechstelligen Bereich ab.

### Veranstaltungen

#### ■ Futurelab

Mit dem Futurelab veranstaltete das Media Lab 2017 sein erstes großes Cross-Industry Projekt. Ziel war es, Medienhäuser und Technologieunternehmen zusammenzubringen, um gemeinsam über die Chancen von Zukunftstechnologien wie Augmented Reality, Artificial Intelligence, Smart Mobility, Wearables und Smart Home für den Journalismus nachzudenken. Als Partner konnten gewonnen werden: Deutschlandradio, Red Bull Media House, Süddeutsche Zeitung, t3n, xMinutes, ASUS, AX Semantics, Bragi, IBM und Lufthansa. Jedem Thema wurde in Zusammenarbeit mit jeweils einem Medien- und einem Technologiepartner ein dreistündiger Ideation-Workshop gewidmet, in dem journalistische Inhalte in der jeweiligen Technologie



Mehr zu den Veranstaltungen im Media Lab Bayern finden Sie  hier

neu gedacht wurden. Die Workshops waren offen für alle Interessierten. Pro Abend machten sich 40 bis 70 Teilnehmer aus allen Disziplinen zu den Themen Gedanken.

Das Finale des FutureLab bildete ein zweitägiger Hackathon im Juni 2017, bei dem über 70 Teilnehmer 12 innovative Prototypen entwickelten. Aus dem Hackathon gingen fünf Anmeldungen für das Media Entrepreneurship Program und acht Unternehmenspartnerschaften hervor.

#### ■ Digital Media Camp

Mit dem Digital Media Camp veranstaltet das Media Lab Bayern ein Bar-Camp rund um digitale Medien, aktuelle Trends und Herausforderungen im Journalismus. Die Unkonferenz fand 2017 im neuen Office von Microsoft statt und dauert auf Wunsch der Teilnehmer zwei Tage. Die qualitativ hochwertigen Inhalte kamen allein aus dem Pool der 300 Teilnehmer. Die Veranstaltung wurde zu 100 Prozent durch Sponsoreinnahmen finanziert.

#### ■ Re:publica

Zusammen mit dem Mediennetzwerk Bayern und Kreativ@München unterhielt das Media Lab Bayern einen eigenen Stand auf der re:publica in Berlin. Mittelpunkt des Standes war das Media Lab Bällebad, das den Konferenzbesuchern für kreative Pausen zu Verfügung stand. Außerdem lud das Media Lab Startupgründer und Influencer ins Bällebad ein, um Live-Interviews auf der Media Lab Bayern Facebook Seite zu streamen.

#### ■ Demo Day and Housewarming

Die Einweihungsfeier der neuen Büroräume des Media Lab in der Rosenheimer Straße 145c fiel mit dem Demo Day des Batch#3 zusammen. Unter Anwesenheit der Bayerischen Wirtschaftsministerin Ilse Aigner und zahlreichen weiteren Gästen, zeigten die Teams im Media Lab Bayern was sie in den sechs Monaten des Media Startup Fellowships erreicht hatten.

#### ■ Media Startup Night

Im Zuge der Bits & Pretzels veranstaltete das Media Lab Bayern gemeinsam mit Mediaplus auch 2017 das Side Event „Media Startup Night“. Ziel war es, der Medien-Startup-Branche im Zuge der Bits & Pretzels mehr Aufmerksamkeit zu widmen und Akteure aus der Startup- und Medienszene zusammenzubringen. Auf der Bühne gab es ein Thesenbattle mit Katharina Iten (Wille Finance AG), Sebastian Matthes (Huffington Post Deutschland), Lutz Knappmann (Süddeutsche Zeitung) und Felix Klühr (Holtzbrinck Ventures) zu Thesen zur Zukunft des Journalismus. Höhepunkt des Abends war ein Pitch-Wettbewerb von zehn Medien-Startups.

### ■ Medientage München – Rocket & Unicorns und #Digital Media

Auf den Medientagen München hat das Media Lab Bayern im Jahr 2017 die Organisation der gesamten Startup-Area übernommen und durch eine Bühne und diverse Aktionen ergänzt. Unter dem neu kreierten Label Rockets & Unicorns waren ein Expobereich mit 25 Startups, eine Networking-Lounge und eine Messebühne mit dreitägigem Programm zu Medieninnovation von und für Startups und Medienhäuser vereint. Die Networking-Lounge diente neben der positiven Atmosphäre auch der Präsentation des Media Lab Bayerns und war Standort des Programmpunktes „Meet the Manager“. Mit diesem Format gelang es insgesamt 16 Medienmanager und Investoren eine Stunde für interessierte Startups zum Networking greifbar zu machen. Einigen Startups gelang es noch vor Ort, erste Vereinbarungen abzuschließen.

Neben diesem durchgängigen Angebot im Messebereich hat das Media Lab Bayern an zwei Kongresstagen das Programm im Saal 5 der Messe München organisiert und betreut. In 25 Vorträgen und Diskussionsrunden haben insgesamt 32 internationale Referenten aus dem Bereich des Onlinepublishing und Digitaljournalismus zum aktuellen Stand und die mögliche Zukunft der digitalen Medien gesprochen. Darunter waren Scot Gillespie, Vice President & Chief Technology Officer der Washington Post, Guido Bülow, Strategic Partner Manager von Facebook und Isa Sonnenfeld, News Lab Lead Germany der Google DNI.

## MedienNetzwerk Bayern

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

Die Hauptaufgaben des MedienNetzwerks sind die Vernetzung der Medienbranchen untereinander und mit angrenzenden Branchen sowie die Abbildung der wichtigsten Entwicklungen am Medienstandort Bayern. Das MedienNetzwerk deckt alle Medienbereiche ab: Von Audio, Design und Fernsehen über Film, Games und IKT bis zu Print & Publishing sowie Werbung & PR und Immersive Media.

### Veranstaltungen

Mit der Organisation und Durchführung von Netzwerkveranstaltungen, gelang es dem MedienNetzwerk Bayern 2017, Akzente für branchenübergreifende Zusammenarbeit zu setzen.

Die „media meets“ Reihe nimmt regelmäßig eine Industriebranche in den Fokus, um in einer eintägigen Fachkonferenz zu zeigen, welche branchenübergreifenden Herausforderungen und Kooperationsmöglichkeiten bestehen. 2017 fand im Haus der Bayerischen Wirtschaft die Reihe zum ersten Mal unter dem Titel „media meets AUTOMOTIVE“ statt. Im Rahmen der Veranstaltung gelang es, Impulse für eine Zusammenarbeit der Automobil- mit der Medienbranche zu setzen.

Das „Media Date“ ist ein monatliches Format, bei dem zwei Vertreter unterschiedlicher Branchen aufeinandertreffen. Den Schwerpunkt bildet bei diesem Format der direkte Austausch zwischen Publikum und den Vortragenden. 2017 fanden Media Dates zu den Themen „Was digitale Medien von Sportartikelherstellern lernen können“, „Mediennutzung im Auto der Zukunft“ und „Mixed Reality für den Bildungsbereich“ statt.

Mit der „Immersive Media Area“ und der eintägigen Konferenz „Immersive Media Day“ im Rahmen der Medientage München 2017, stellte das MedienNetzwerk Bayern die Bedeutung der Schlüsseltechnologien VR/AR und Mixed Reality für die bayerische Medienbranche in den Fokus. In der dreitägigen Ausstellung im Rahmen der Medientage München, konnten Besuchern innerhalb der „Immersive Media Area“ viele verschiedene VR/AR-Anwendungen selbst testen. Der „Immersive Media Day“ bot Besuchern die Möglichkeit, Fachvorträge zu Chancen und Bedeutung von VR/AR für die Medien- und Unterhaltungsbranche zu hören.

Neben eigenen Veranstaltungen, ist die Zusammenarbeit mit Verbänden und Partnern aus der bayerischen Medienbranche ein wichtiger Teil der Arbeit des MedienNetzwerk Bayern. So unterstützte das MedienNetzwerk Bayern über zwanzig Partnerveranstaltungen darunter etwa das „ebook Camp“, die „Media Startup Night“, das „Dokfest München“, die „Munich Creative Business Week“, den „Vision Award“, die „Social Conference“ oder „Book meets Film“. Je nach Bedarf des jeweiligen Partners beteiligte sich das MedienNetzwerk Bayern mit finanzieller

Unterstützung, Veranstaltungsräumen, Moderationsleistungen oder ausführlicher Berichterstattung.

Neben klassischen Veranstaltungen trat das MedienNetzwerk Bayern auch bei Gastvorträgen wie etwa beim IHK Innovationsforum Mainfranken an der Universität Würzburg auf, um über die Möglichkeiten und Vorteile von branchenübergreifender Vernetzung zu informieren.

### **Information**

Auf seiner Website wie auch in einem regelmäßigen Newsletter informiert das MedienNetzwerk umfassend über eigene Aktivitäten und die seiner Partner. Zudem zeigt es wichtige Entwicklungen und Trends in der bayerischen Medienlandschaft auf und berichtet über innovative Projekte und Unternehmen mit Sitz in Bayern. Auch für Instagram, Facebook und Twitter bereitet das MedienNetzwerk die eigenen Tätigkeiten sowie die der Partner ansprechend in Text, Bild und Bewegtbild auf. Sowohl auf der Website als auch in den sozialen Medien begleitet und dokumentiert das MedienNetzwerk zudem wichtige Branchen-Veranstaltungen in Bayern oder mit starker Präsenz der bayerischen Medienbranche wie etwa auf der gamescom oder der re:publica.

In 2017 wurde die Zusammenlegung des Veranstaltungskalenders „Medienpuls Bayern“ der BLM und des Medienkalenders des MedienNetzwerk Bayern vorbereitet und zum Jahresbeginn 2018 umgesetzt. Ziel ist es, mit dem neu geschaffenen „Medienkalender Bayern“ eine offene Plattform für Medienevents in Bayern zu schaffen, die als Anlaufstelle für Medienschaffende und -interessierte dient.

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

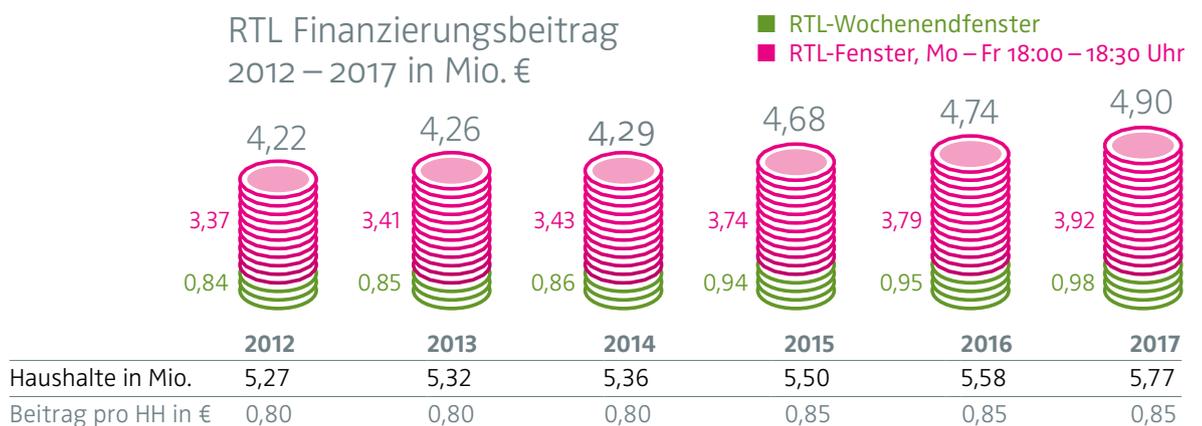
Der Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der Fernsehgesetzgebung sowie in der Finanzierungsbeitragsrichtlinie geregelt.

Die Verpflichtung zur Zahlung des Finanzierungsbeitrags umfasste ursprünglich alle in Bayern terrestrisch verbreiteten bundesweiten Fernsehvollprogramme mit einem Zuschauermarktanteil von 6 Prozent oder mehr. Mit dem Inkrafttreten des Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrags wurde 2005 die Verpflichtung zur Aufnahme landesweiter oder regionaler Fensterprogramme und zur Sicherstellung deren Finanzierung auf die beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme begrenzt, so dass die bis dahin gültige Zahlungsverpflichtung des An-

bieters ProSieben weggefallen ist. Seit 2010 wurde als Bemessungsgrundlage die Gesamtzahl aller Fernsehhaushalte in Bayern zugrunde gelegt. Dadurch konnten für die Zukunft Schwankungen des Beitragsaufkommens aufgrund veränderter Empfangsbedingungen ausgeschlossen und für die Anbieter eine verbesserte Planungssicherheit erreicht werden.

Der Finanzierungsbeitrag für jeden Fernsehhaushalt in Bayern beläuft sich seit 1. Januar 2015 auf 0,85 €. Auf dieser Grundlage standen im Jahr 2017 4.904,5 T€ zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 3.923,6 T€ auf die lokalen Fensterangebote (Vorjahr 3,79 Mio. €).

Die Finanzaufwendungen von Sat.1 an die landesweiten Fernsehfenster im Programm von Sat.1 werden nach der Finanzierungsbeitragsrichtlinie auf den Finanzierungsbeitrag von Sat.1 angerechnet, soweit dadurch die Finanzierung der Fensterprogramme insgesamt sichergestellt ist.



Gemäß Art. 23 BayMG standen 2017 staatliche Mittel in Höhe von rd. 10,6 Mio. € für die Förderung der technischen Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten zur Verfügung. Aus dem Haushalt der Landeszentrale wurden insgesamt 1,64 Mio. € eingesetzt.

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

Die Fördermittel werden für die von der BLM genehmigten und nach Art. 23 BayMG mit der Herstellung lokaler/regionaler Fernsehangebote betrauten bayerischen Anbieter von lokalen/regionalen Fernseh- und Spartenprogrammen eingesetzt, die originär über Kabel und Satellit verbreitet werden. Damit wird eine gleichwertige Versorgung mit diesen Fernsehangeboten in Bayern ermöglicht, sowie zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit dieser Programme beigetragen.

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

bedarfe der Anbieter. Diese werden gegenseitig in Relation gebracht und auf die zur Verfügung stehenden Mittel bezogen. Nach Ablauf des Geschäftsjahres müssen die Anbieter der Landeszentrale einen Verwendungsnachweis vorlegen, der einen wirtschaftlichen und programmlichen Nachweis enthält. Im Ergebnis können anteilig die Produktionskosten sowie in großem Umfang die Kosten der technischen Verbreitung gefördert werden.

Sämtliche Betrauungen sind aktuell bis 31. Dezember 2020 befristet.

## Programmausschuss

Der im Jahr 2008 parallel zur Förderung von lokalen und regionalen Programmen nach Art. 23 BayMG eingerichtete Programmausschuss des Medienrats war im Jahr 2017 für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Aschaffenburg, Würzburg und Schweinfurt sowie Passau und Südostoberbayern zuständig.

Satzungsgemäß tagte der Programmausschuss 2017 viermal. Aufgrund der Neukonstituierung des Medienrats im Mai 2017 und damit nachfolgend am 13. Juli 2017 auch des Programmausschusses fanden die Sitzungen 2017 ausschließlich in München statt.

Die erste Sitzung des Jahres am 16. März 2017 wurde genutzt, um vor der Neukonstituierung in persönlichen Gesprächen mit den Geschäftsführern der Anbieter die bisherige Zusammenarbeit zwischen Ausschuss und Anbietern zu bewerten und auch kritisch zu hinterfragen.

## Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2017 partizipierten 16 Haupt- und neun Spartenanbieter an der Förderung. Insgesamt wurden ca. 12,23 Mio. € eingesetzt (s. Grafik). Hiervon stammten aus dem bayerischen Staatshaushalt 10,59 Mio. € und aus dem Stammhaushalt der BLM 1,64 Mio. €.

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

### Förderung der Technischen Programmverbreitung

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/ regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2017 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden gemäß Art. 23 BayMG dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betraungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

2017 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/ regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 10.974 T€ (Vorjahr 9.261 T€), die mit 10.600 T€ (Vorjahr ca. 9.000 T€) gefördert wurden. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahr resultiert größtenteils aus der Aufnahme der HD-Verbreitung über Satellit. 2017 konnten die förderfähigen Kosten zu 100% durch die Fördermittel getragen werden, so dass ein Selbstbehalt gem. § 9

12,23 Mio. €  
Gesamtbetrag  
der Förderung  
2017



Abs. 3 Fördersatzung – FöS für betraute Sendeangebote von den Anbietern nicht zu tragen war.

### Förderung der Programmherstellung

Der Umfang der Förderung wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betraungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 24.940 T€ und Ausgaben in Höhe von 29.351 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 4.411 T€, der mit ca. 798 T€ gefördert wurde (Förderquote 18,1 %). Bei den Spartenanbietern ergab sich durch Einnahmen in Höhe von ca. 575 T€ und Ausgaben in Höhe von 1.464 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 889 T€, der mit 830 T€ gefördert wurde (Förderquote 93,4 %).

1,63 Mio. €  
Förderung der  
Programmerstellung

10,6 Mio. €  
Förderung der technischen  
Verbreitung der Programme

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

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

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

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

Informationen über die BLM und ihre Aktivitäten werden über verschiedene Kanäle publiziert. Außer den Pressemitteilungen veröffentlicht die BLM eine Reihe von Publikationen, darunter das Medienmagazin *tendenz*. Online gibt es die Homepage [www.blm.de](http://www.blm.de), das BLM-Blog [www.blmplus.de](http://www.blmplus.de) und verschiedene Social Media-Kanäle. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Generell setzt die BLM in den letzten Jahren verstärkt auf digitales Publizieren. Für die Öffentlichkeitsarbeit wurden 2017 insgesamt rd. 1.164 T€ aufgewendet.

## Publikationen

Die BLM hat 2017 insgesamt 116 Pressemitteilungen veröffentlicht. 48 Pressemitteilungen thematisieren Entscheidungen des Medienrats. Die Ergebnisse der Sitzungen des Medienrats einschließlich der Berichte des Präsidenten und des Vorsitzenden des Medienrats sind nach jeder Sitzung online abrufbar. Informationen aus den Pressemitteilungen werden auch über die  **Social Media-Kanäle** der BLM verbreitet.

### Tendenz

2017 sind zwei Ausgaben der BLM-Fachmagazins *Tendenz* erschienen.

Die  **Ausgabe 1/2017** hatte den Schwerpunkt „Virtual Reality“ – ein Thema, das im vergangenen Jahr zu den ganz großen Medientrends zählte. Datenbrillen, so scheint es, könnten die Art, wie Menschen Medien und deren Inhalte nutzen, grundlegend verändern. Entsprechende Tele-Visionen reichen von der

evolutionären Erweiterung klassischer Medien bis zu futuristischen Science-Fiction-Phantasien. Was das tatsächlich für unsere Gesellschaft bedeutet, wird sich erst in Jahrzehnten herausstellen. *Tendenz* stellte in diesem Heft VR-Systeme vor und warf einen Blick auf die neuen Möglichkeiten, die sich der Medienbranche durch das 360-Grad-Prinzip eröffnen – im Journalismus und Marketing, in der Games- und Musik-Branche. Thematisiert wurde außerdem, ob ein ethischer Kodex für den Umgang mit Virtual Reality notwendig ist.

Unter dem Titel „Die Macht der Algorithmen“ erschien  **Ausgabe 2/2017**. Ganz gleich, ob Online-Suchmaschine oder Social-Media-Timeline, ob personalisierte Internetwerbung oder Sprachsteuerung: dahinter stecken Algorithmen. Zunächst einmal sind das nur Handlungsvorschriften, die für Computer in eine Programmiersprache übersetzt werden. Doch was auf den ersten Blick neutral wirkt, kann auf den zweiten Blick durchaus problematisch sein. Wer bestimmt etwa die Regeln, nach denen Nachrichten gesucht, gefiltert, sortiert und individuell kuratiert werden? Und wie transparent und nachvollziehbar sind die Kriterien, mit denen Algorithmen darüber entscheiden, was relevant ist und was nicht? Was überhaupt ist Relevanz? Diesen und anderen wichtigen Fragen für die Medien- und Meinungsvielfalt versuchte sich *Tendenz* in dieser Nummer anzunähern.

Der Online-Auftritt von *Tendenz* auf der Website der BLM wird seit 2017 zusätzlich durch kurze Clips zum Thema der jeweiligen *Tendenz*-Ausgabe aufge-



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

wertet. Diese Clips werden immer zum Erscheinungstermin der neuen Tendenz über die Social-Media-Kanäle der BLM gepostet.

### **Jahresberichte und Schriftenreihe**

Ihre Jugendschutz- und Medienkompetenz-Aktivitäten dokumentiert die BLM einmal jährlich in einem Jugendschutzbericht bzw. Medienkompetenzbericht. Im  **Jugendschutzbericht 2017** lag ein Fokus auf rechtsextremistischen und vom Rechtsextremismus beeinflussten Inhalten, was sich in Prüffällen, Aufsichts- und Gerichtsverfahren, aber auch in der wachsenden Vernetzung mit relevanten Institutionen niederschlug.

Im  **Medienkompetenzbericht** wird über Projekte, Initiativen, Veranstaltungen und Publikationen der BLM berichtet, die sich mit medienpädagogischen Themen befassen. In den Fokus rücken dabei zunehmend Netzthemen. So ging es im Bericht für 2016/2017 zum Beispiel um die Nutzung digitaler Spiele.

Ebenfalls in regelmäßigen Abständen erscheinen neue Publikationen in der  **Schriftenreihe** der Landeszentrale, die seit einigen Jahren durch zusätzliche ebooks ergänzt wird. 2017 sind in der BLM-Schriftenreihe Bd. 104 und Bd. 105 erschienen. Mit der Rolle des BLM-Medienrats beschäftigt sich ein Gutachten von Prof. Dr. Gregor Kirchhof, das unter dem Titel „Der bayerische Medienrat zwischen öffentlicher Hand und Gesellschaft“ als Band 104 erschienen ist. In Band 105 geht es um „Formen von Medialitätsbewusstsein. Relationen zwischen digitalem Spiel und Wirklichkeit am Beispiel moralischer

Entscheidungen“. Autorin der Studie ist Prof. Dr. Manuela Pietraß.

Zu den weiteren regelmäßig erscheinenden Publikationen der BLM gehören der jährliche Geschäftsbericht und die – je nach Bedarf – aktualisierte  **Imagebroschüre** der Landeszentrale.

### **Gemeinsame Projekte mit anderen Medienanstalten**

Unter der Federführung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien werden auch Gemeinschaftspublikationen der Medienanstalten erstellt. So erscheint jährlich das  **Jahrbuch** der Medienanstalten, ein Kompendium zum privaten Rundfunk in Deutschland und den Aktivitäten der Medienanstalten. Alle zwei Jahre wird die Studie  **„Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“** herausgegeben, die ebenfalls federführend von der BLM betreut wird.

## Internet

### **Die BLM Website [www.blm.de](http://www.blm.de)**

Die Website der BLM  [www.blm.de](http://www.blm.de) informiert Nutzer aus Fachkreisen, Medienschaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürgerinnen und Bürger über die Arbeit der BLM, die Entscheidungen der Gremien sowie neueste Entwicklungen im Medienbereich. Fakten zu den privaten Hörfunk- und Fernsehangebietern in Bayern, die Organisationsstruktur der BLM sowie aktuelle Meldungen gehören zu den meist frequentierten Seiten im Rahmen des Webangebots. Anhand einer komfortab-

len Suche können sowohl die Programmangebote am jeweiligen Standort als auch deren wichtigste Daten zu Kontakt, Sendegebiet und -frequenzen, Programmformat und Zielgruppen abgerufen werden. Der Bereich Medienkompetenz liefert wertvolle Tipps zum Umgang mit Medien sowie entsprechendes Begleitmaterial zum Download. Den Gremienmitgliedern der BLM steht ein Passwort geschützter Bereich, das sogenannte „Gremien-Intranet“, zur Verfügung, um Sitzungsunterlagen und Protokolle abzurufen.

Zu den Medientagen 2017 wurde das Design der Seite bei gleichbleibender inhaltlicher Struktur in einem sogenannten „Rebrush“ aufgefrischt und an aktuelle Trends der Darstellung im Web angepasst: Markante Bildflächen mit aussagekräftigen Headlines wechseln sich mit Textflächen in großer Schrift unter optimaler Ausnutzung der vollen Bildschirmbreite ab. Dank des responsiven Webdesigns profitieren die Nutzer auf allen Geräten – vom Smartphone über das Tablet bis hin zum Desktop – von einer optimalen Bedienbarkeit.

### ■ TENDENZ Online

Seit April 2016 ist  **TENDENZ** – das Magazin der BLM – in seiner elektronischen Fassung fester Bestandteil der Website. Das Design dieser Seiten empfindet das Printmagazin nach und setzt dessen Bildsprache großzügig ein. Von entscheidendem Vorteil in der Online-Darstellung ist die Möglichkeit, weiterführende Informationen zum jeweiligen Artikel über Links zu integrieren.

### Schulradio und Mach Dein Radio – Die Radioplattformen der BLM

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

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

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

Daneben gab es 2017 noch die BLM-Radioplattform  [www.schulradio-bayern.de](http://www.schulradio-bayern.de), die 2018 in das Angebot  [www.machdeinradio.de](http://www.machdeinradio.de) integriert wurde. Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge von bayerischen Schülern sowie Lehrkräften aus

Ob einzelne Radio-Enthusiasten, Vereine oder Bürgergruppen – jeder ist eingeladen die Radioplattform der BLM zu nutzen.



Schulradioprojekten können dort veröffentlicht werden. Hörerinnen und Hörer können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

### Medienpuls Bayern

Die Veranstaltungen der BLM wurden im Jahr 2017 noch auf der Veranstaltungsplattform [www.medienpuls-bayern.de](http://www.medienpuls-bayern.de) beworben. Seit Januar 2018 ist [medienpuls-bayern](http://www.medienpuls-bayern.de) mit dem Branchenkalender des Mediennetzwerks Bayern zum Medienkalender-Bayern verschmolzen. Medienpuls wie auch der nun aktuelle Medienkalender sind offene Online-Plattformen, die einen Überblick über Medienveranstaltungen in Bayern geben. Veranstalter haben hier die Möglichkeit, ihre Events mit Videos, Bildern, Präsentationen und Referentenbiographien zu bewerben und damit die Auffindbarkeit und Attraktivität ihrer Veranstaltung zu erhöhen. Der Kalender soll den Medienstandort Bayern und die Vernetzung stärken.

### Weitere Internetangebote der BLM

Unter der URL [www.funkanalyse-bayern.de](http://www.funkanalyse-bayern.de) werden jährlich detaillierte Ergebnisse der Funkanalyse Bayern angeboten.

Die Webseiten [www.medien-netzwerk-bayern.de](http://www.medien-netzwerk-bayern.de) sowie [www.medialab-bayern.de](http://www.medialab-bayern.de) flankieren die Öffentlichkeitsarbeit der jeweiligen Einrichtungen (→ s. a. Seiten 108 f. und → 113).

Die Webpräsenz des von mehreren Landesmedienanstalten getragenen Forschungsprojekts „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“, zu erreichen unter [www.wila-rundfunk.de](http://www.wila-rundfunk.de), wird von der BLM redaktionell betreut. (→ s. a. Seite 95).

## Social Media und Blog [www.blmplus.de](http://www.blmplus.de)

Die Online-Kommunikation über die Social Media-Profile der BLM hat sich zu einem wesentlichen Bestandteil der Pressearbeit der Landeszentrale entwickelt, der es ermöglicht, alle Zielgruppen zu erreichen. Die Reichweiten der Social Media-Profile steigen kontinuierlich und die Interaktion mit den Nutzern nimmt zu.

So erreichte die BLM auf [Twitter](https://twitter.com/blm_bayern) Ende 2017 rund 2.260 Follower, was im Vergleich zu 2016 eine Reichweitensteigerung um mehr als 20 Prozent bedeutet. Auf ihrem [Facebook](https://www.facebook.com/blm_bayern)-Profil verzeichnete die BLM ebenfalls eine Steigerung der Reichweite um mehr als 20 Prozent. Ende Dezember 2017 gab es 1.650 Abonnenten. Das [Google+](https://plus.google.com/blm_bayern)-Profil bewegt sich auf gleichbleibend hohem Niveau.

Der Dialog mit den Nutzern nimmt über Facebook und Twitter stark zu. Insbesondere die Begleitung der Veranstaltungen auf Twitter, die wie der Medieninnovationstag (#mi17) oder der Social TV Summit (#sts17) eine Social Media affine Zielgruppe ansprechen, führte zu regem Themenaustausch. Diese Hashtags tauchten 2017 regelmäßig in den „trending topics“ auf.

Die Reichweiten der BLM-Angebote auf Twitter und Facebook sind 2017 um etwa 20 % gestiegen.

Die Social Media-Vernetzung mit dem [➔ Media Lab Bayern](#) und dem [➔ Mediennetzwerk Bayern](#) bringt Synergien für alle Beteiligten, da in diesem digitalaffinen Umfeld Tweets und Posts aus den Themenbereichen Innovation, digitaler Journalismus und Startups gut angenommen werden.

Zur Kommunikation von Fachthemen und Inside-Berichten eignet sich das Blog [➔ www.blmplus.de](#), auf dem mindestens einmal wöchentlich Beiträge von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie externen Gastautorinnen und Gastautoren zu finden sind. Im Blog werden Themen aus den fünf Rubriken Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz bearbeitet. Stimmungsbilder von Events und Interviews mit Experten aus den Veranstaltungen der Landeszentrale ergänzen den Blick auf die Branche. Außerdem hat die BLM 2017 weiterhin verstärkt Videos eingesetzt und zu bestimmten Themen auch Videoumfragen produziert. Auch die Storytile-Liveblogs zu Veranstaltungen (z. B. zur media.innovations und zum Social-TV-Summit) stießen 2017 auf großes Interesse.

Wichtig für die Wahrnehmung des Blogs ist die Vernetzung mit der BLM-Homepage und den Social Media-Kanälen. Die meisten Zugriffe erfolgten laut Jahresauswertung 2017 allerdings über die Suchmaschinen. Empfehlungen der blmplus-Beiträge durch bekannte Medien-Blogs (z. B. Bildblog – Kritisches über deutsche Medien) lassen die Besucherzahlen und Seitenabrufe steigen.

2017 wurde erneut eine signifikante Steigerung sowohl der Gesamtzugriffe (17.650 Besucher) als auch der Seitenabrufe (26.600) erreicht.

Mit all diesen Aktivitäten ist die Landeszentrale auf ihren Social Media-Plattformen präsent, die seit 2017 im Social Hub auf der Website [www.blm.de](http://www.blm.de) abgebildet sind. Die Online- und Social Media-Aktivitäten spielen mittlerweile eine unverzichtbare Rolle in der Kommunikation der BLM, da sie die Möglichkeit zur zielgerichteten Interaktion bietet. Deshalb werden diese Aktivitäten kontinuierlich verstärkt und optimiert.

## Veranstaltungen

Im Jahr 2017 setzte die BLM ihre erfolgreich eingeführten Veranstaltungsreihen wie die Augsburger Mediengespräche, den Medieninnovationstag [media.innovations] und den Deutschen Social TV Summit fort. Etabliert haben sich auch die jährliche Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz, die Fachtagung des Forums Medienpädagogik sowie die Interdisziplinäre Fachtagung des JFF und der BLM. Darüber hinaus organisierte und betreute die BLM eine Vielzahl von Einzelevents aus aktuellem Anlass und teilweise in Kooperation mit externen Partnern.

Auch das Media Lab Bayern ([➔ s. S. 108 ff.](#)) und die Tochtergesellschaft der Landeszentrale, die Medientage München GmbH, organisierten eine Reihe weiterer Veranstaltungen (s. Überblick [➔ Seite 122](#)).

## Veranstaltungen 2017

- **7. Februar**  
BLM/Stiftung Medienpädagogik  
Safer Internet Day – 20 Eltern-  
abende an verschiedenen Schulen  
in Bayern
- **11.–12. Februar**  
Media Lab Bayern  
Digital Media Camp  
München
- **17.–19. März**  
BLM/Media Lab Bayern/Radiodays  
Europe/Lokalrundfunktage  
Radio Hack Europe  
Amsterdam
- **29. März**  
BLM-Forum  
*Fake News, Social Bots und Co:  
(Soziale) Medien und Wahlen.*  
BLM, München
- **26. April**  
BLM/Mediennetzwerk Bayern  
media.innovations – der  
Medieninnovationstag der BLM  
BLM, München
- **4. bis 14. Mai**  
BLM/DOK.fest  
*Virtual Reality Pop up Kino*  
Loftcube vor der Pinakothek der  
Moderne, München
- **10. Mai**  
BLM  
3. Fachtagung Jugendschutz und  
Nutzerkompetenz: *Bilder, die  
Angst machen. Katastrophen und  
Krisen in den Medien*  
BLM, München
- **24. Mai**  
SIN Studio im Netz/LH München/  
GMK/BLM  
Fachtagung Kinder in der  
Wissensgesellschaft: *Medien (be)  
greifen*  
BLM, München
- **9. – 11. Juni**  
Media Lab Bayern  
Future Lab Hackthon  
München
- **26. Juni**  
BLM/Medientage München GmbH  
6. Deutscher Social TV Summit:  
*Social als Medienmacht?! –  
Zwischen Fragmentierung, Perso-  
nalisierung und Storytelling*  
München
- **4./5. Juli**  
Medientage München GmbH/BLM  
Lokalrundfunktage 2017 mit  
Verleihung der BLM Hörfunk- und  
Lokalfernsehpreise  
Nürnberg
- **5. Juli**  
Medientage München GmbH  
Local Web Conference  
Nürnberg
- **6. Juli**  
Media Lab Bayern  
Demo Day Batch #3  
München
- **18. September**  
BLM  
Rosenheimer Mediengespräch:  
*Digitaler Dauerstress? Der richtige  
Umgang mit dem Smartphone*  
Rosenheim
- **27. September**  
Medientage München GmbH  
Transforming Media  
Nürnberg
- **24.–26. Oktober**  
BLM  
Radio-Panels auf den  
Medientagen München
- **25.–26. Oktober**  
BLM/Media Lab Bayern  
Digital Media Tage auf den  
Medientagen München
- **26. Oktober**  
BLM/EMR  
Europatag auf den  
Medientagen München
- **8. November**  
BLM/Stadt Augsburg/Augsburger  
Medienhäuser  
Augsburger Mediengespräche:  
*Hass im Netz: Was wir gegen  
Beleidigungen und Hetze tun  
können*  
Augsburg
- **9. November**  
BLM  
Fachtagung des Forums Medien-  
pädagogik: *Vom Testbild zum  
Second Screen. Fernsehen heute  
und Herausforderungen für die  
Medienpädagogik*  
BLM, München
- **13. November**  
BLM  
*Lokale Medienarchive – Digitales  
Gedächtnis der Regionen?*  
BLM, München
- **17. November**  
BLM  
Symposium Medienrecht: *Die Rolle  
des Medienrats bei der Zulassung  
zum Rundfunk und der Zuweisung  
von Übertragungskapazitäten“*  
BLM, München
- **20. November**  
BLM/LFK  
Präsentation des Web-TV-Moni-  
tors 2017: *Youtube in Bedräng-  
nis? Das bewegt den deutschen  
Onlinevideo-Markt*  
BLM, München
- **29. November**  
Medientage München GmbH  
Mobile Media Day  
Würzburg
- **1. Dezember**  
BLM/JFF  
Interdisziplinäre Fachtagung:  
*Kinderspiel in digitalen Lebens-  
welten. Neue Perspektiven in der  
frühen Bildung*  
BLM, München

### **Safer Internet Day**

Anlässlich des  Safer Internet Day am 7. Februar 2017 finanzierte die Landeszentrale zehn der insgesamt 20 Elternabende an verschiedenen Orten in Bayern, bei denen unter anderem Tipps für den verantwortungsvollen Umgang mit Medien und Daten gegeben wurden. Durchgeführt wurden die Elternabende durch das Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern, einem Projekt der Stiftung Medienpädagogik Bayern, das vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert wird. Das Medienpädagogische Referentennetzwerk wurde ins Leben gerufen, um bayernweit ein flächendeckendes Angebot an medienpädagogischen Elternabenden anbieten zu können und Eltern für die Medien-erziehung ihrer Kinder fit zu machen.

### **BLM-Forum „Fake News, Social Bots und Co: (Soziale) Medien und Wahlen.“**

Ist die derzeitige Aufregung um den Einfluss von Algorithmen, Social Bots, Fake News & Co auf politische Wahlen berechtigt? Stellen Manipulationsmöglichkeiten über die sozialen Medien gar eine Gefahr für die demokratische Gesellschaft dar? Wenn ja, kann die Politik gegensteuern? Was können und müssen Medien und Journalisten zu Wahlzeiten leisten? Mit diesen Fragen beschäftigte sich das  BLM-Forum „Fake News, Social Bots und Co: (Soziale) Medien und Wahlen“ am 29. März in der BLM.

### **media.innovations –**

#### **der Medieninnovationstag der BLM**

Eine Vorstellung spannender Start-ups und interessante Vorträge erwarteten knapp 200 Besucher beim  4. media.innovations, dem Medieninnovationstag der BLM am 26. April 2017. Im Foyer der BLM fand zudem eine „Hands-On“-Ausstellung statt.

### **Virtual Reality Pop Up Kino**

Virtual Reality ist überall – längst arbeiten auch Dokumentarfilme mit VR und 360°. Gleichzeitig polarisiert die neue Medienspielart wie kaum eine andere. Die einen halten sie für den Inbegriff von Zukunft, die anderen sehen in ihr eine Jahrmarktsattraktion mit geringer Halbwertszeit.

Zusammen mit dem Phi Centre Montréal hat das DOK.fest München in Kooperation mit der BLM und dem MedienNetzwerk Bayern vom 4. bis zum 21. Mai ein Best-Of internationaler dokumentarischer VR-Projekte zusammengestellt. Das  Virtual Reality Pop Up Kino präsentierte die VR- und 360°-Projekte frei zugänglich im Loftcube des Stardesigners Werner Aisslinger vor der Pinakothek der Moderne. Das Projekt wurde unterstützt von der Ausstellung House of Wonders der Pinakothek der Moderne / Die Neue Sammlung und von INVR.SPACE.

### **Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz**

Die Berichterstattung über Terroranschläge, Amokläufe und andere Krisen ist eine Herausforderung für Journalisten: Einerseits besteht die Informationspflicht, andererseits besteht auch die Pflicht zur Sorgfalt, zum Opferschutz sowie zum Jugendschutz. Bei aktuellen Ereignissen greifen vor allem Jugendliche primär auf das Internet zurück und vertrauen dabei Meldungen, die über soziale Netzwerke verbreitet und von klassischen Medien – mitunter – übernommen und publiziert werden. Als Konsequenz sind Kinder und Jugendliche heute nicht nur drastischen Bildern von Gewalt und ihren Folgen ausgesetzt, sondern sind auch mit Meldungen konfrontiert, die Verunsicherung und Angst hervorrufen können.

Welche Spuren hinterlässt dies bei Kindern und Jugendlichen? Wie können Kinder und Jugendliche bei der Einordnung und Aufarbeitung solcher Inhalte begleitet und unterstützt werden? Welchen Beitrag kann der Jugendmedienschutz leisten? Und es stellt sich die Frage nach der „richtigen“ Berichterstattung. Die  **3. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** griff das Thema „Bilder, die Angst machen: Katastrophen und Krisen in den Medien“ auf und beleuchtete dabei psychologische, ethische, rechtliche und journalistische Aspekte. Darüber hinaus wurden auch pädagogische Anregungen vermittelt.

### **Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft**

Die  **Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft**, die SIN – Studio im Netz – alljährlich in Kooperation mit der Landeshauptstadt München, der BLM und der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), durchführt, stand am 24. Mai 2017 unter dem Motto „Medien (be)greifen“.

### **Deutscher Social TV Summit**

Längst gibt es neben Facebook und YouTube weitere Möglichkeiten und Plattformen für ein gutes Storytelling wie etwa Snapchat, Instagram, Twitter und die Messenger. Welche Plattform ist für welches Ziel die richtige? Und wächst mit den Plattformen und ihren Stars auch tatsächlich der Talentpool, aus dem sich das Fernsehen für TV-Sendungen, aber auch für seine Online-Aktivitäten bedienen kann? Wie viel Traffic, Aufmerksamkeit und letztlich Umsatz lässt sich erzielen? Wie kann man die Nutzer auch jenseits der sozialen Netzwerke binden? Um diese und ähnliche Fragen drehte es sich der beim  **6. Deutschen Social TV Summit**, der am 26. Juni 2017 zum Thema „Mit Social Storytelling zur Medienmacht?“ stattfand. Es referierten und diskutierten YouTuber, Influencer, Unternehmensvertreter und Medienmacher. Der Social TV Summit ist eine Kooperationsveranstaltung der BLM und der Medientage München GmbH.

### Lokalrundfunktage

Die  **Lokalrundfunktage** in Nürnberg sind deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk: Rund 1100 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informierten sich am 4. und 5. Juli über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt. Das Programm der Lokalrundfunktage umfasst Workshops, Diskussionsrunden und Vorträge von rund 80 nationalen und internationalen Referenten. Die BLM präsentierte sich auf der begleitenden Ausstellung mit einem eigenen Messestand.

Auf der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage wurden die BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen und die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2017 präsentiert. Der Abend begann mit dem Medienfest im Germanischen Nationalmuseum und klang mit einer Party im „Nachtkind“ in der Innenstadt aus. Hier konnten bei entspannter Atmosphäre Kontakte geknüpft werden.

Die Lokalrundfunktage wie auch die erstmals am zweiten Kongresstag parallel stattfindende Local Web Conference werden von dem BLM-Tochterunternehmen Medientage München GmbH organisiert.

#### ■ **BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise**

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage wurden zum 30. Mal die  **BLM-Hörfunkpreise** und zum 26. Mal die  **BLM-Lokalfernsehpreise** für bemerkenswerte Leistungen im lokalen Rundfunk vergeben. Im Hörfunk sowie im Lokalfernsehen wurden die

besten lokalen Beiträge aus den Kategorien „Aktuelle Berichterstattung und Information“, „Unterhaltung und Comedy“ sowie „Sparten- oder Sondersendungen“ mit dem „BLM-Radio“ oder dem „BLM-Telly“ und einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet. Mit 3.000 Euro dotiert war auch der beste Beitrag von bayerischen Volontärinnen und Volontären in der Kategorie „Nachwuchs“ im Hörfunk und Lokalfernsehen. In dieser Kategorie waren alle journalistischen Darstellungsformen zugelassen. In der Kategorie „Moderation“ wurde im Hörfunk eine herausragende Sendungsmoderation mit einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet. Sowohl im Hörfunk als auch im Fernsehen wurde die originellste lokale Fernseh-, Werbe- oder Promotionskampagne mit je 1.500 Euro prämiert. Der  **Galaxy Music Award**, der zum 17. Mal verliehen wurde, ging an die Band Lions Head.

### Rosenheimer Mediengespräch

Always on, häufig abgelenkt von Smartphone & Co: Kann das digitalen Dauerstress auslösen oder muss die Gesellschaft nur lernen, mit dem Smartphone richtig umzugehen? Diese Fragen diskutierten am 18. September in Rosenheim Experten aus der Suchthilfe, der Medienpädagogik sowie aus der Software- und Medienbranche. Zum  **1. Rosenheimer Mediengespräch** hatte die BLM in Kooperation mit dem Regionalfernsehen Oberbayern (rfo), dem Funkhaus Rosenheim, dem Rosenheimer blickpunkt und dem Bildungswerk Rosenheim interessierte Bürger ins Bildungszentrum eingeladen.

## MEDIENTAGE MÜNCHEN

Unter dem Motto „Media. Trust. Machines – Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft“ setzten sich mehr als 7.000 Kongress- und Messebesucher und rund 400 Experten drei Tage lang mit aktuellen Trends der Medienbranche auseinander. Auf der Agenda der  **31. MEDIENTAGE** ganz oben standen Themen wie Automatisierung und Algorithmen, Künstliche Intelligenz und lernende Maschinen, Aufmerksamkeitsökonomie und Vertrauenskrise. Sowohl die BLM als auch das Media Lab Bayern präsentierten sich auf der kongressbegleitenden Messe mit einem Messestand.

Die BLM, deren Tochtergesellschaft Medientage München GmbH den Kongress organisiert, hat insgesamt sechs eigene Panels zum Thema Zukunftsfragen des Radios angeboten. Zudem hat das Media Lab Bayern der BLM Thementage zu „Digital Media“ organisiert ( s. a. **Seite 112**). Parallel fand dazu zum dritten Mal der Europa-Tag statt, welchen die BLM in Kooperation mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) ins Leben gerufen hat. Auf der kongressbegleitenden Messe präsentierten rund 60 Aussteller die Zukunftstrends und Innovationen der Medien- und Kommunikationsbranche.

### Augsburger Mediengespräche

Auf einmal las der Gründer einer Willkommensinitiative für Flüchtlinge seine eigene Todesanzeige auf Facebook. Eine ziemlich makabre Form von „Hass im Netz“, die Buchautorin Ingrid Brodnig als Beispiel in ihrer Keynote auf den  **15. Augsburger Mediengesprächen**

schilderte. Es zeigt, welche Aggressionen sich bei gesellschaftlichen Streitthemen entladen können. Medienexperten, Politiker, Kriminologen, Lehrer und Betroffene diskutierten am 8. November auf Einladung der BLM, der Augsburger Radio- und TV-Sender und der Stadt Augsburg im Augsburger Rathaus darüber, was gegen Beleidigungen und Hetze im Netz unternommen werden kann.

### 23. Fachtagung des Forums Medienpädagogik

In der digitalen Welt ist der Zuschauer sein eigener Programmchef. Mediatheken oder Streaming-Portale werden über Smartphones, Tablets oder Smart-TVs aufgerufen und bieten eine nahezu unbegrenzte Menge an verschiedenen Formaten und Genres. Wie haben sich vor diesem Hintergrund die Nutzungssituationen und Sehgewohnheiten junger Menschen verändert? Welche Vorbilder finden sie im Fernsehen und im Netz? Welche neuen Herausforderungen ergeben sich hinsichtlich der Themen Jugendschutz, Datenschutz und Kommerzialisierung? Und welches Bildungspotenzial haben Bewegtbildformate im Fernsehen und Internet? Die  **23. Fachtagung des Forums Medienpädagogik** am 9. November 2017 bot einen Einblick in aktuelle Tendenzen bei der Nutzung audiovisueller Inhalte. Sie sprach medienpädagogische Herausforderungen an und gab konkrete Tipps und praktische Anregungen an die Hand. Zudem boten eine Ideenbörse und verschiedene Informationsstände die Möglichkeit zur Vertiefung und zum Austausch.

### **Lokale Medienarchive: Digitales Gedächtnis der Regionen?**

Digitale Speicher- und Redaktionssysteme ermöglichen eine einfache Aufbewahrung ausgestrahlter Beiträge und Sendungen. Besonderen Wert erlangt der abgespeicherte audiovisuelle Content dann, wenn er schnell durchsuchbar und leicht wiederverwertbar ist. Dies stellt jedoch gerade kleine Radio- und Fernsehsender vor eine besondere Herausforderung, bietet aber auch neue Chancen der Verwertung. Der Landeszentrale ist es ein Anliegen, lokale Medienarchive in ihrer Rolle als digitales Gedächtnis der Regionen zu unterstützen. In diesem Sinne wurden in der  **Veranstaltung** am 13. November 2017 in der BLM aktuelle Entwicklungen und Lösungsansätze aufgezeigt und Perspektiven gerade für kleinere Medienarchive diskutiert.

### **BLM-Symposium Medienrecht 2017**

Als wirkmächtiges Massenmedium bedarf der Rundfunk eines Ordnungsrahmens. Der parlamentarische Gesetzgeber wurde vom Bundesverfassungsgericht verpflichtet, diesen Rahmen vorzugeben und die Regelbildung nicht dem freien Spiel der Kräfte zu überlassen. In der digitalen Zeitenwende ist die Vergewisserung darüber, was die Verfassung fordert, die Feststellung, was die Entwicklung verlangt, und die Diskussion über die angemessenen gesetzlichen Rahmenvorgaben unerlässlich. Thema des  **BLM-Symposiums Medienrecht 2017** war deshalb „Der gesetzliche Ordnungsrahmen zur Gewährleistung privater Rundfunkfreiheit“.

### **Präsentation des Web-TV-Monitor**

„Ist YouTube in Bedrängnis?“, fragte man bei der  **Präsentation des Web-TV-Monitors** am 20. November 2017. Im Rahmen der Studie wurden erstmalig auch Daten zum Onlinevideo-Markt auf der Plattform Facebook erhoben. Darüber hinaus untersuchte der Web-TV-Monitor die aktuellen Trends im Onlinevideo-Markt.

### **Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF**

Im Fokus der  **Interdisziplinären Fachtagung** in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis stand am 1. Dezember 2017 die Frage, wie sich das Kinderspiel in digitalen Lebenswelten wandelt. Das „digitale“ Spielen ist längst aus dem Computer herausgetreten und verschränkt sich mit Spielformen in der realen Welt. Angesichts der zentralen Bedeutung des Kinderspiels für die kindliche Entwicklung stellen sich eine Reihe von Fragen: Welche Bildungspotenziale liegen in analogen und digitalen Spielräumen? Inwiefern ergeben sich für Kinder oder pädagogische Fachkräfte neue kreative Gestaltungsmöglichkeiten? Inwiefern ist die Sorge berechtigt, dass die digitalen Dinge Entwicklungsmöglichkeiten beeinträchtigen?

Mit Beiträgen aus Kulturwissenschaft, Soziologie, frühkindlicher Bildung, Medienpädagogik und Psychologie ermöglichte die Tagung einen umfassenden Blick darauf, wie heute Kinder spielend den

Alltag begreifen, wie sich Spielen im medialen Wandel verändert und welche Aufgaben daraus für Medienpädagogik, -aufsicht und -politik folgen.

## Archiv und Dokumentation

### **Pressedokumentation**

Die Pressedokumentation versorgt die Mitarbeiter der BLM sowie eine Reihe von anderen Landesmedienanstalten mit einem täglichen Pressespiegel. Ausgewertet werden circa 100 Print- und Onlinepublikationen, sowie mehrere Internetdatenbanken, die erschlossen und in die Pressedatenbank der BLM aufgenommen werden. Das Pressearchiv ermöglicht die gezielte Recherche zu Themen und Entwicklungen im Medienbereich.

### **Bibliothek**

Die BLM verfügt über eine Fachbibliothek mit circa 6.500 Medien. Der Bestand ist in einer Datenbank erfasst und kann auch über das Intranet der BLM recherchiert werden. Bibliografische Daten und Inhaltsbeschreibungen ermöglichen einen Überblick über Themen und Inhalte. Der Bestand der Präsenzbibliothek wird kontinuierlich aktualisiert.

### **Medienarchiv**

Im Hörfunk- und Videoarchiv der BLM werden alle Sendemitschnitte aufbewahrt, die der Landeszentrale im Rahmen ihrer Programmaufsicht überlassen oder von ihr aufgezeichnet wurden.

Ende 2017 enthielt das Medienarchiv der BLM 54.000 Hörfunk- und Fernsehmittschnitte mit einer Gesamtdauer von ca. 70.000 Programmstunden. Die BLM bewahrt damit zwar nur einen kleinen Teil der Programmleistungen der privaten Anbieter auf, dokumentiert aber die programminhaltlichen Entwicklungen der privaten Rundfunkangebote in Bayern seit 1985 mit Originalmitschnitten.

Zusätzlich werden seit 1995 auch Rundfunksendungen archiviert, die sich inhaltlich mit den Themen Rundfunk und Mediendienste befassen.

2017 wurde die 2012 begonnene Digitalisierung ausgewählter analoger Sendemitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks fortgesetzt. Insgesamt konnten bislang ca. 3.500 Sendemitschnitte des analogen Altbestands digitalisiert werden.

# Finanzielle Entwicklung

## **Jahresabschluss 2017**

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss entsprechend den handels- und aktienrechtlichen Bilanzierungsvorschriften für große Aktiengesellschaften (§§ 238, 264 ff. HGB) aufzustellen.

# Jahresabschluss 2017

Bilanz zum 31. Dezember 2017

AKTIVA	31. 12. 2017	31. 12. 2017	31. 12. 2016
	EUR	EUR	TEUR
<b>A. Anlagevermögen</b>			
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		377.633,00	258
		377.633,00	258
<b>II. Sachanlagen</b>			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	15.348.226,76		15.601
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	35.272,50		55
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.022.119,00		940
		16.405.618,26	16.596
<b>III. Finanzanlagen</b>			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	503.646,66		506
2. Beteiligungen	3.111.724,32		3.112
3. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00		0
		8.615.370,98	3.618
		<b>25.398.622,24</b>	<b>20.472</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			
<b>I. Vorräte</b>			
Betriebsstoffe		19.838,04	26
		19.838,04	26
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42.089,96		37
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	111.520,02		1
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.129.178,18		320
		1.282.788,16	358
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		9.510.714,39	14.088
		<b>10.813.340,59</b>	<b>14.472</b>
<b>C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>91.597,63</b>	<b>97</b>
<b>Summe Aktiva</b>		<b>36.303.560,46</b>	<b>35.041</b>

PASSIVA	31. 12. 2017	31. 12. 2017	31. 12. 2016
	EUR	EUR	TEUR
<b>A. Anstaltseigenes Kapital</b>			
1. Kapital		20.668.590,89	20.669
		20.668.590,89	20.669
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	704.000,00		777
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.804.115,70		3.683
		4.508.115,70	4.460
		<b>25.176.706,59</b>	<b>25.129</b>
<b>B. Rückstellungen</b>			
1. Rückstellungen für Pensionen	7.487.911,00		6.873
2. Sonstige Rückstellungen	1.571.742,82		1.532
		<b>9.059.653,82</b>	<b>8.405</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	521.919,28		159
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	521.919,28		159
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	981.996,78		882
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	981.996,78		882
3. Sonstige Verbindlichkeiten	563.283,99		453
– davon aus Förderprogrammen	305.776,28		209
– davon aus Steuern	147.786,03		140
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	14.510,69		14
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	563.283,99		453
		2.067.200,05	1.494
<b>D. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>0,00</b>	<b>13</b>
<b>Summe Passiva</b>		<b>36.303.560,46</b>	<b>35.041</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2017

	<b>2017</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>1. Erträge</b>			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	24.029.478,97		23.763
b) Gebühren	321.769,92		222
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	4.904.500,00		4.743
d) Sonstige Erträge	1.391.169,46		1.487
		30.646.918,35	30.215
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		10.588.554,04	9.000
		41.235.472,39	39.215
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>		86.987,81	84
		41.322.460,20	39.299
<b>3. Personalaufwand</b>			
a) Löhne und Gehälter	-7.082.905,93		-6.557
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-1.977.578,37		-1.400
<i>davon für Altersversorgung</i>	-877.251,95		-404
		-9.060.484,30	-7.957
<b>4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen</b>		-1.254.720,42	-1.247
<b>5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags</b>		-841.031,76	-784
<b>6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen</b>			
a) Programmförderung	-703.255,00		-705
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.500.000,00		-1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-4.904.500,00		-4.743
d) Förderung technische Infrastruktur	-1.450.000,00		-1.000
e) Kosten des technischen Betriebes	-554.114,29		-533
f) Medienforschung	-811.902,31		-805
g) Ausbildungsförderung	-1.133.838,92		-1.045
h) Medienpädagogik	-699.332,93		-701
i) Mitgliedsbeiträge	-85.872,47		-96
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	-1.164.209,56		-1.152
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.640.684,00		-1.639
l) Innovationsförderung	-333.655,34		-246
m) Mediennetzwerk	-224.132,02		-51
		-15.205.496,84	-14.216

	<b>2017</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>7. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	-10.588.554,04		-9.000
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	-1.416.434,95		-1.395
c) Übrige	-2.338.185,58		-2.343
		-14.343.174,57	-12.738
<b>8. Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens</b>		29.760,27	14
<b>9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</b>		592,94	3
<b>10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>		-598.387,61	-270
<b>11. Ergebnis nach Steuern</b>		<b>49.517,91</b>	<b>2.104</b>
<b>12. Sonstige Steuern</b>		-1.466,61	-1
<b>13. Jahresüberschuss</b>		<b>48.051,30</b>	<b>2.103</b>
<b>14. Entnahme aus der Investitionsrücklage (Vj. Einstellung)</b>		73.000,00	-340
<b>15. Einstellung in die allgemeine Haushaltsrücklage</b>		-121.051,30	-1.763
<b>16. Bilanzgewinn</b>		<b>0,00</b>	<b>0</b>

## Anhang für das Geschäftsjahr 2017

### **Jahresabschluss 2017**

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss entsprechend den handels- und aktienrechtlichen Bilanzierungsvorschriften für große Aktiengesellschaften (§§ 238, 264 ff. HGB) aufzustellen.

### **Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze**

Der Jahresabschluss der BLM wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des deutschen Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Der Abschluss umfasst die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie den Anhang.

Die BLM erstellt die Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren.

Die Gliederung sowie der Ausweis spezieller Posten in der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen den besonderen Erfordernissen der Landeszentrale.

### ■ **Aktiva**

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Sie werden über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung pro rata temporis.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Das Sachanlagevermögen wird linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

Abnutzbare Vermögensgegenstände des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten bis EUR 150 werden im Zugangsjahr direkt im Aufwand erfasst. Für Zugänge, deren Anschaffungskosten mehr als EUR 150 jedoch nicht mehr als EUR 410 betragen (Geringwertige Wirtschaftsgüter), erfolgt die Aktivierung und vollständige Abschreibung im Zugangsjahr. Ihr Abgang wird im Zugangsjahr unterstellt.

Das im Jahr 1996 erworbene Verwaltungsgebäude wurde nach Abschluss des Umbaus Ende September 1998 bezogen. Das Gebäude wird mit Wirkung ab 1. Oktober 1998 linear über einen Zeitraum von 50 Jahren abgeschrieben.

Finanzanlagen (Anteile an verbundenen Unternehmen, Beteiligungen, Wertpapiere und sonstige Ausleihungen) werden mit den Anschaffungskosten oder, soweit eine dauerhafte Wertminderung vorliegt, mit dem niedrigeren

beizulegenden Wert ausgewiesen. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung weggefallen sind.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagepiegel dargestellt.

Die Vorräte werden mit ihren Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet. Bestandsminderungen, die sich aus der Lagerdauer oder der verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden durch Abwertungen berücksichtigt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie flüssige Mittel werden mit dem Nennbetrag nach Abzug der erforderlichen Wertberichtigungen bilanziert.

Unter den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten werden Ausgaben vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwendungen für einen bestimmten Zeitraum danach darstellen.

#### ■ **Passiva**

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

durchschnittliche Restlaufzeit von 15 Jahren unterstellt und dafür der von der Deutschen Bundesbank auf den Bilanzstichtag ermittelte durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre von 3,68 % p.a. angesetzt (Vj: 4,01 % p.a.). Die Bewertung erfolgte unter Einbezug eines Gehaltstrends zwischen 0,00 % und 2,00 % p.a. sowie eines Rententrends von 1,00 % und 2,00 % p.a.

Aus der Abzinsung der Rückstellungen für Pensionen mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre ergibt sich im Vergleich zur Abzinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von TEUR 984,7.

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

Bei der Bemessung der übrigen Rückstellungen wird allen erkennbaren Risiken, ungewissen Verbindlichkeiten sowie drohenden Verlusten aus schwebenden Geschäften Rechnung getragen. Die Rückstellungen sind in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt.

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

## Erläuterungen zur Bilanz

### ■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden TEUR 415,9 investiert. Bei Restbuchwert-Abgängen von TEUR 0 und Abschreibungen von TEUR 296,5 ist der Restbuchwert um TEUR 119,4 auf TEUR 377,6 angestiegen.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 190,7 auf TEUR 16.405,6 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 769,3, Abgängen von TEUR 1,8 und Abschreibungen von TEUR 958,2. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen die Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 520,8), das Bürogebäude (TEUR 215,1) und eine Lärmschutzmaßnahme (TEUR 25,2) sowie rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 8,2).

Unter den Finanzanlagen (8.615,4 TEUR) sind die Anteile an verbundenen Unternehmen

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München (TEUR 17,7),
- Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München (TEUR 51,6),
- BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg (TEUR 57,8),
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (TEUR 376,5)

und die Beteiligungen an der

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

erfasst.

Daneben ist unter den sonstigen Ausleihungen ein am 31. 03. 2017 ausgezahltes Schuldscheindarlehen (TEUR 5.000,0) ausgewiesen. Darlehensnehmerin ist die DVB Bank SE. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 5 Jahren und wird mit 0,79 % p.a. verzinst.

## Entwicklung des Anlagevermögens 2017

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand 1. 1. 2017	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	Stand 31. 12. 2017	Stand 1. 1. 2017	Abschreibung 2017	Abgänge	Stand 31. 12. 2017	31. 12. 2017	31. 12. 2016
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>											
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.563.538,55	415.928,99	290.858,11	0,00	1.688.609,43	1.305.298,55	296.521,99	290.844,11	1.310.976,43	377.633,00	258.240,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.563.538,55	415.928,99	290.858,11	0,00	1.688.609,43	1.305.298,55	296.521,99	290.844,11	1.310.976,43	377.633,00	258.240,00
<b>II. Sachanlagen</b>											
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	23.786.513,33	240.261,82	0,00	0,00	24.026.775,15	8.185.805,57	492.742,82	0,00	8.678.548,39	15.348.226,76	15.600.707,76
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	214.265,51	8.218,60	7.146,82	0,00	215.337,29	159.260,01	27.838,10	7.033,32	180.064,79	35.272,50	55.005,50
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.942.543,84	520.833,51	68.942,70	0,00	4.394.434,65	3.001.997,47	437.617,51	67.299,33	3.372.315,65	1.022.119,00	940.546,37
Summe Sachanlagen	27.943.322,68	769.313,93	76.089,52	0,00	28.636.547,09	11.347.063,05	958.198,43	74.332,65	12.230.928,83	16.405.618,26	16.596.259,63
Zwischensumme I. und II.	29.506.861,23	1.185.242,92	366.947,63	0,00	30.325.156,52	12.652.361,60	1.254.720,42	365.176,76	13.541.905,26	16.783.251,26	16.854.499,63
<b>III. Finanzanlagen</b>											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	505.546,80	0,00	1.900,14	0,00	503.646,66	0,00	0,00	0,00	0,00	503.646,66	505.546,80
2. Beteiligungen	3.211.723,32	0,00	0,00	0,00	3.211.723,32	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	3.111.724,32	3.111.724,32
3. Sonstige Ausleihungen	0,00	5.000.000,00	0,00	0,00	5.000.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000.000,00	0,00
Summe Finanzanlagen	3.717.270,12	5.000.000,00	1.900,14	0,00	8.715.369,98	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	8.615.370,98	3.617.271,12
<b>Anlagevermögen gesamt</b>	<b>33.224.131,35</b>	<b>6.185.242,92</b>	<b>368.847,77</b>	<b>0,00</b>	<b>39.040.526,50</b>	<b>12.752.360,60</b>	<b>1.254.720,42</b>	<b>365.176,76</b>	<b>13.641.904,26</b>	<b>25.398.622,24</b>	<b>20.471.770,75</b>

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

Gesellschaft	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis	
	TEUR	%	JAHR	TEUR
<b>Anteile an verbundenen Unternehmen</b>				
AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München	1.582,5	56	2016	(-) 1.271,0
Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München	2.239,2	100	2016	(-) 148,6
BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg	629,4	100	2016	(-) 94,0
Bayerische Medien Technik GmbH, München	1.522,6	90	2016	(+) 21,2

Das Umlaufvermögen von TEUR 10.813,3 umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV- Material (TEUR 19,8), sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 1.282,8) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 9.510,7).

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 42,1) handelt es sich hauptsächlich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 41,1) wertmindernd berücksichtigt.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen (TEUR 111,5) betreffen mit TEUR 111,2 einen Rückzahlungsanspruch gegen die BMT aus einer Überzahlung der Förderung nach Art. 23 BayMG für technische Verbreitungskosten in 2017.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 1.129,2) werden im Wesentlichen eine Forderung gegen das Bayerische Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) aus dem Förderprogramm nach Art. 23 BayMG (TEUR 656,8) sowie die Gehaltsvorschüsse für Januar 2018 (TEUR 298,8) ausgewiesen.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände weisen eine Restlaufzeit von unter einem Jahr auf.

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten betragen zum Bilanzstichtag TEUR 9.510,7.

## ■ Passiva

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2017 in Höhe von TEUR 48,1 wird in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt. TEUR 73,0 werden aus der Investitionsrücklage entnommen und ebenfalls in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2017 insgesamt TEUR 25.176,7.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.571,7) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2017 (TEUR 918,3), Prozesskosten (TEUR 355,0), Überstundenansprüche (TEUR 101,3), Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 62,4) sowie für ausstehende Rechnungen (TEUR 40,3).

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

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag TEUR 521,9. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit

TEUR 122,7 auf den Bereich Rechtsberatung/Gutachten, mit TEUR 92,3 auf Lieferungen und Leistungen für die elektronische Datenverarbeitung und mit TEUR 55,5 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 982,0) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2018 gegenüber der AFK GmbH (TEUR 825,0) ausgewiesen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 563,3) enthalten im Wesentlichen für 2017 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 107,8) und zur Programmförderung (TEUR 69,8). Außerdem ist die Rückzahlungsverpflichtung (TEUR 111,2) gegenüber dem StMWi für in 2017 zu viel abgerufene Fördergelder für technische Verbreitungskosten nach Art. 23 BayMG erfasst.

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 147,8), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 83,8) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (TEUR 14,5) enthalten.

## Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2017 EUR	Einstellung aus dem Jahresüberschuss EUR	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr EUR	Stand 31. 12. 2017 EUR
<b>1. Kapital</b>	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
<b>2. Zweckgebundene Rücklagen</b>				
a) Investitionsrücklage	777.000,00	0,00	- 73.000,00	704.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.683.064,40	48.051,30	73.000,00	3.804.115,70
	4.460.064,40	48.051,30	0,00	4.508.115,70
<b>Anstaltseigenes Kapital</b>	<b>25.128.655,29</b>	<b>48.051,30</b>	<b>0,00</b>	<b>25.176.706,59</b>

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### ■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2017 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von EUR 24,0 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2017 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. Die Erträge gem. Art. 22 BayMG (TEUR 321,7) beinhalten Gebühren und Auslagen für Amtshandlungen der BLM im Vollzug des BayMG und des RStV.

Die von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Berichtsjahr erhobenen Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.904,5) gem. § 23 der Fernsehsetzung vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 7. Januar 2015) bzw. § 15 der ab 5. Oktober 2017 geltenden Rundfunksatzung wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Die sonstigen Erträge (TEUR 1.391,2) enthalten im Wesentlichen Fördermittel des StMWi zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern (TEUR 450), Erlöse im Zusammenhang mit dem Media Lab Bayern Vorgründerzentrum (TEUR 305,1), Fördergelder des StMWi für das MedienNetzwerk Bayern und die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen für das Jahr 2016.

Der Bayerische Landtag hat die Förderung der digitalen Hörfunkverbreitung in Bayern für die Jahre 2017 und 2018 zugesagt. Die Förderung beträgt TEUR 450 im Jahr 2017 und TEUR 900 im Jahr 2018. Die Mittel werden der Landeszentrale bewilligt, die diese an die Hörfunkanbieter weiterleitet. Mit den veranschlagten Mitteln wird eine Anschubfinanzierung gegeben, im Rahmen derer die digitale Empfangbarkeit privater Hörfunkanbieter in Bayern unterstützt wird.

Das Media Lab Bayern als Einrichtung der Landeszentrale fördert seit Juni 2015 als Vorgründerzentrum digitale Journalismus- und Medienprojekte von der ersten Idee bis zur Gründung eines Startups. Als Partner des WERK1.Bayern unterstützt das Media Lab Bayern die bayerische Startup-Szene. Das Media Lab Bayern hat in 2017 eine Projektförderung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) in Höhe von TEUR 190 erhalten. Neben den Fördermitteln des StMWi sind Sponsoren-Mittel in Höhe von TEUR 115,1 erfasst.

Seit 1. September 2016 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern bei der BLM angesiedelt. Die BLM leistet damit gemäß Art. 11 Abs. 2 Satz 4 BayMG einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat das StMWi in 2017 eine Förderung in Höhe von TEUR 248,0 gewährt.

Erträge	2017		2016	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 2 BayMG	24.029,5	78,1	23.763,3	78,4
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 3 BayMG	321,7	1,1	222,0	0,7
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.904,5	15,9	4.743,0	15,6
Sonstige Erträge	1.391,2	4,5	1.487,2	4,9
Sonstige betriebliche Erträge	87,0	0,3	83,7	0,3
Erträge aus Finanzanlagen	29,8	0,1	14,6	0,1
Zinsen und ähnliche Erträge	0,6	0,0	2,6	0,0
<b>Erträge Allgemeiner Haushalt</b>	<b>30.764,3</b>	<b>100,0</b>	<b>30.316,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gemäß Art. 23 BayMG</b>	<b>10.588,5</b>	<b>–</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>

Aufwendungen	2017		2016	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	9.060,5	29,5	7.956,9	28,2
Abschreibungen	1.254,7	4,1	1.247,5	4,4
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	841,0	2,7	784,2	2,8
Programmförderung	703,3	2,3	705,0	2,5
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,9	1.500,0	5,3
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.904,5	16,0	4.743,0	16,8
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	2.004,1	6,5	1.533,2	5,4
Medienforschung	811,9	2,6	804,9	2,9
Ausbildungsförderung	1.133,8	3,7	1.045,3	3,7
Medienpädagogik	699,3	2,3	701,0	2,5
Mitgliedsbeiträge	85,9	0,3	96,0	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.164,2	3,8	1.152,3	4,1
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	1.640,7	5,3	1.639,0	5,8
Innovationsförderung	333,7	1,1	245,4	0,9
Mediennetzwerk	224,1	0,7	51,1	0,2
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.416,4	4,6	1.394,8	4,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.338,2	7,6	2.343,1	8,3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	598,4	2,0	269,8	1,0
Sonstige Steuern	1,5	0,0	1,3	0,0
<b>Aufwendungen Allgemeiner Haushalt</b>	<b>30.716,2</b>	<b>100,0</b>	<b>28.213,8</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gemäß Art. 23 BayMG</b>	<b>10.588,5</b>	<b>–</b>	<b>9.000,0</b>	<b>–</b>

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 18,7.

Der Zinsertrag aus dem in 2017 ausgereichten Schuldscheindarlehen beläuft sich auf TEUR 29,8. Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von TEUR 0,3 und Verzugszinsen in Höhe von TEUR 0,3 vereinbart.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2017 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 10.588,5 (i.Vj. TEUR 9.000,0) als Zuwendung vom StMWi zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung der im Jahr 2017 insgesamt an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 12.229,2 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 10.588,5) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 1.640,7).

#### ■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 9.060,5) sind die laufenden Gehälter (TEUR 7.082,9) und Sozialabgaben (TEUR 1.100,3) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 877,3) enthalten.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 425,7), Sozialabgaben (TEUR 61,1) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 21,7).

Nach Art. 10 Abs. 4 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag in der ab 1. Januar 2013 geltenden Fassung haben die Landesmedienanstalten sowie ARD und ZDF die Kosten des Beitragseinzugs

entsprechend ihrem Anteil am Rundfunkbeitrag (vgl. Tabelle Erträge) zu tragen. Der Aufwand 2017 der BLM beträgt TEUR 841,0 und beruht auf einer Beitragsschätzung der ARD/GEZ.

Gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 9 und 10 BayMG hat die Landeszentrale auf der Grundlage der vom Medienrat beschlossenen Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz - BayMG (Programmförderungs-Richtlinie – PFR) vom 13. Oktober 2003 (St.Anz. Nr. 42), zuletzt geändert durch Richtlinie vom 8. Oktober 2015 (AMBl 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 703,3 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2017 hat die BLM gem. Art. 11 Abs. 2 Nr. 1 BayMG im Rahmen der bayerischen Film- und Fernsehförderung der FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München einen Betrag von TEUR 1.500,0 zur Verfügung gestellt.

Von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme wurden im Jahr 2017 Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.904,5) gemäß § 23 der Fernsehsatzung vom 18. Dezember 2003 (in der Fassung vom 7. Januar 2015) erhoben, welche in gleicher Höhe zur Ausreichung an die bayerischen Fernsehfensteranbieter gekommen sind.

Auf Grundlage von Art. 11 Satz 2 Nr. 7 und 10 BayMG sind im Berichtsjahr wieder umfangreiche Mittel (TEUR 1.450,0) zur Verbesserung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten eingesetzt worden. Gefördert wird insbesondere die digitale terrestrische Verbreitung der Programme. TEUR 450

des Förderbetrages stammen aus Staatsmitteln, TEUR 1.000 aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale.

Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 304,7 aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt TEUR 249,4.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2017 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2017) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 583,2) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 49,6) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 145,2) durchgeführt. Für Forschungskostenbeiträge an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V., Frankfurt a.M. (agma) bzw. ihre Tochtergesellschaft Media-Micro-Census GmbH (MMC) wurden insgesamt TEUR 33,9 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2017 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 130,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 139,3 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (AFK GmbH) wurde in 2017 für 2018 ein Betrag von TEUR 825,0 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 39,5 an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 699,2 unterstützt. Der

seit 1996 bestehende »Programmberatung für Eltern e.V., München« hat hiervon einen Betrag von TEUR 390,0 erhalten, insbesondere als Finanzierungsbeitrag für die medienpädagogische TV-Broschüre »Flimmo«. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern erhielt Fördergelder in Höhe von TEUR 126,5. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 182,7 aufgewendet.

Die im Jahr 2017 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 85,9.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.164,2. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 61,1) und weitere Publikationskosten (TEUR 194,9), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 202,2), die Lokalrundfunktage Nürnberg einschließlich BLM- Hörfunk/TV-Preis (TEUR 508,1) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 168,5) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 29,4 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2017 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 1.628,4 und zur Förderung von Verbreitungskosten TEUR 12,3.

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt TEUR 333,7 aufgewendet. Davon entfallen TEUR 310,0 auf Sachkosten für das Projekt Media Lab Bayern und TEUR 23,7 für sonstige Fördermaßnahmen.

Für das Projekt MedienNetzwerk Bayern wurden in 2017 TEUR 224,1 an Sachkosten aufgewendet.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2017 auf der Grundlage der Satzung über die Aufwandsentschädigungen der Mitglieder des Medienrats und des Verwaltungsrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien vom 28. Mai 1993 (StAnz. Nr. 25), in der derzeit gültigen Fassung vom 12. Dezember 2013 (AMBl. Nr. 3), Zahlungen in Höhe von TEUR 665,3 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 25,0. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2017 TEUR 726,1 aufgewendet.

Im Posten »Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen« (TEUR 2.338,2) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant (TEUR 713,1), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 440,8), EDV-Kosten (TEUR 353,2), Reisekosten (TEUR 170,4), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 139,0), Bürokosten (TEUR 138,7) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail (TEUR 127,1) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 44,9.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 598,4) betreffen fast ausschließlich den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (TEUR 596,6). Im Berichtsjahr wird der Aufwand durch Zinsänderung (TEUR 324,7; Vj: TEUR –113,0 = Ertrag) erstmals in den Zinsaufwendungen

ausgewiesen. In den Vorjahren wurde diese Komponente der Rückstellungsveränderung in Ausübung eines Ausweiswahlrechts in den Personalaufwendungen erfasst. Mit der geänderten Wahlrechtsausübung sind nun sämtliche Zinseffekte im Zusammenhang mit den Pensionsrückstellungen einheitlich im Finanzergebnis erfasst.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2017 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die so finanzierte Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 10.588,5 aufgewendet.

### Sonstige Angaben

Zum Abschlussstichtag bestehen folgende, nicht in der Bilanz ausgewiesene finanzielle Verpflichtungen:

1. Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen bei Infrastrukturbetreibern trägt die Landeszentrale bei vorzeitiger Kündigung eines Überlassungsverhältnisses oder der Aussetzung der Sendegenehmigung für den Anbieter das Mietausfallrisiko gegenüber der Bayerische Medien Technik GmbH (BMT), jedoch erst nach Ablauf von drei Monaten. Für dieses Mietausfallrisiko hat die BLM TEUR 50,0 zurückgestellt. Die Kosten der ersten drei Monate des Ausfallzeitraumes trägt die BMT als direkter Vertragspartner der Infrastrukturbetreiber.

Der Wert der Überlassungsverhältnisse als Berechnungsgrundlage beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2017 insgesamt EUR 23,95 Mio (Vj. EUR 23,83 Mio).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2017 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung TEUR 1.450 getragen.

**2.** Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der AFK GmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 56 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2017 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 825,0.

**3.** Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 141,3) aus Dauerschuldverhältnissen handelt es sich im Wesentlichen um Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen.

**4.** Angaben über das Abschlussprüferhonorar (§§ 285 Nr. 17 HGB)

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers, der Rödl & Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2017 TEUR 60,0. Davon entfallen TEUR 44,9 auf Abschlussprüfungsleistungen und TEUR 15,1 auf Steuerberatungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im genannten Betrag Umsatzsteuer in Höhe von TEUR 9,6 enthalten.

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

## Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	<b>BRUTTO EUR</b>
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	399.132,95
Fenster und Vollprogramme Fernsehen – lokal	1.125.675,92
Terrestrischer Hörfunk – lokal	3.740.006,17
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	2.687.333,85
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	267.541,81
Terrestrisches Fernsehen – lokal	0,00
Terrestrisches Fernsehen – national	810.356,68
	<hr/> 9.030.047,38
Digital Radio – landesweit	1.392.528,48
Digital Radio – lokal	1.427.935,45
DMB	0,00
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	132.973,69
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	8.336,38
DVB-S	11.957.408,23
<b>Gesamt</b>	<hr/> <b>23.949.229,61</b>

## Personalbericht

Mit dem Wirtschaftsplan für 2017 war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 87 Vollzeitstellen genehmigt worden.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31. 12. 2017	31. 12. 2016	31. 12. 2017	31. 12. 2016
Präsidium	11,5	4,0	13	4
Geschäftsleitung	2,0	11,5	2	13
Bereich Recht	11,0	10,5	13	13
Bereich Verwaltung	11,5	11,5	12	12
Bereich Technik	12,5	8,5	13	9
Bereich Programm	11,0	11,0	11	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	14,5	15,0	18	19
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	11,0	11,0	15	14
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
<b>Summe</b>	<b>86,0</b>	<b>84,0</b>	<b>98</b>	<b>96</b>

Von den per 31. Dezember 2017 angestellten 98 Bediensteten waren 57 weibliche und 41 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 25 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind zwei Mitarbeiterinnen mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit bzw. Mutterschutz).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 97 festangestellte Mitarbeiter beschäftigt (vgl. § 285 Nr. 7 HGB i. V. mit § 267 Abs. 5 HGB). Die Stellen für den Präsidenten und den Geschäftsführer sind bei der Ermittlung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen nicht eingerechnet.

Die Vergütungen und Sozialabgaben für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften zusätzlich zum Stellenplan

sind unter den Personalaufwendungen ausgewiesen.

Zum 1. Januar 2017 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 2,0 %.

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

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

Gemäß der ab 1. Januar 2017 geltenden Regelung in Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Tarifstrukturen und außertariflichen Vereinbarungen, die vom Verwaltungsrat beschlossen wurden.

## Gehaltsband 2017

	<b>Monatsgehalt ab 1. Januar 2017</b>	
<b>Vergütungsgruppen</b>	<b>von EUR</b>	<b>bis EUR</b>
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	5.590,00	8.221,50
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	4.596,00	7.363,00
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in	4.161,50	6.669,50
Vergütungsgruppe IV – Sachbearbeiter/-in 1	3.726,50	5.853,50
Vergütungsgruppe V – Sachbearbeiter/-in 2	3.354,50	5.204,50
Vergütungsgruppe VI – Sachbearbeiter/-in 3	2.981,00	4.775,50
Vergütungsgruppe VII – Allgemeine Dienste	2.486,00	3.906,50

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

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

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

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

## Bezüge 2017

	<b>Jahresbezüge Grundgehalt</b>	<b>Leistungsbezogene Zulagen</b>	<b>Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung</b>	<b>Gesamt</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>
Siegfried Schneider	262.400	0	8.490	270.890
Martin Gebrande	182.724	0	5.531	188.255
<b>Summe</b>	<b>445.124</b>	<b>0</b>	<b>14.021</b>	<b>459.145</b>

## Altersversorgung

	<b>Barwert der Pensions- verpflichtung 31. 12. 2017</b>	<b>Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2017</b>	<b>Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2017</b>	<b>Umlage/Versorgungs- rücklage an den Versorgungsverband für das Jahr 2017</b>
	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande	1.725.996	90.178	0	51.287
<b>Summe</b>	<b>1.725.996</b>	<b>90.178</b>	<b>0</b>	<b>51.287</b>

Entsprechend dem Beschluss des Verwaltungsrates vom 20. September 2010 erfolgt der Ausweis der Bezüge von Präsident und Geschäftsführer im Anhang des Geschäftsberichtes.

**PRÄSIDENT**

Siegfried Schneider

**GESCHÄFTSFÜHRER**

Martin Gebrande, Volljurist

Das künftige Ruhegehalt des Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, wird vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beiträge werden im Jahr der Zahlung als Aufwand (2017: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr TEUR 9,2 Versorgungszuschlag an den Freistaat Bayern abgeführt. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Das künftige Ruhegehalt des Geschäftsführers bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B8.

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Hr. Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum

31. Dezember 2017 auf EUR 1.290.433.  
Im Geschäftsjahr 2017 wurden für  
Hr. Prof. Dr. Ring EUR 59.069 an Umlage  
und Versorgungsrücklage an den Versor-  
gungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und  
Fahrtkostenerstattungen gemäß Auf-  
wandsentschädigungssatzung vom  
1. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2014 gelten-  
den Fassung wurden im Geschäftsjahr  
2017 vergütet an:

- a) Medienrat EUR 568.822
- b) Verwaltungsrat EUR 96.472

### **Nachtragsbericht**

Vorgänge von besonderer Bedeutung  
nach dem Abschlussstichtag haben nicht  
stattgefunden.

München, 19. Juni 2018

DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Martin Gebrande

## Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017

### Geschäftsverlauf

#### ■ Neukonstituierung Medienrat

Mit Gesetz zur Änderung des Bayerischen Rundfunkgesetzes und Bayerischen Mediengesetzes vom 20. 12. 2016 (GVBl S. 427, ber. GVBl 2017, S. 17), dass das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum ZDF-Staatsvertrag vom 25. 03. 2014 (1 BvF 1/11, 1 BvF 4/11) umsetzte, endete die Amtszeit der zum 01. 05. 2011 entsandten Mitglieder des Medienrats der Landeszentrale mit Ablauf des 30. 04. 2017, war damit um ein Jahr verlängert worden. Das Änderungsgesetz enthielt auch eine Neuregelung der Gremienbesetzung beim Bayerischen Rundfunk und bei der Landeszentrale und erweiterte den Medienrat um drei zusätzliche Sitze.

Durch die Erweiterung des Medienrats können nunmehr die Verbände im Bereich Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel, die Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe Bayern und die Arbeitsgemeinschaft der Ausländer, Migranten und Integrationsbeiräte jeweils ein Mitglied in den Medienrat entsenden.

Zur konstituierenden Sitzung am 11. 05. 2017 waren 48 von 50 Mitgliedern des Medienrats benannt.

Die Verfahren zur Benennung des Vertreters der Hochschulen und zur Benennung des Vertreters der Musikorganisationen waren vom Beschließenden Ausschuss am 27. 04. 2017 beanstandet worden. Der Beschließende Ausschuss hatte festgestellt, dass der Vertreter der Hochschulen und der Vertreter der Musik-

organisationen nicht wirksam in den Medienrat entsandt worden waren. Die beiden Sitze blieben bis zur Durchführung der Nachwahlen in den jeweiligen Organisationen frei. Der Präsident der Landeszentrale hatte nach Ablauf der gesetzlich vorgesehenen Frist von drei Monaten am 29. 06. 2017 bei der Staatskanzlei Antrag auf Interimsbenennung eines Vertreters der Musikorganisationen für den Medienrat gestellt. In der Staatskanzlei war gleichzeitig auch ein Antrag einer der im Bayerischen Musikrat vertretenen, benennungsberechtigten Organisationen eingegangen, mit dem ein Benennungsvorschlag für ein Mitglied des Medienrats gemacht worden war. Mit Schreiben vom 06. 07. 2017 hatte die Staatskanzlei diesen Vorschlag angenommen und den Vertreter der Musikorganisationen im Medienrat bestimmt. Die Hochschulen hatten eine weitere Wahl durchgeführt, über deren Ergebnis sie die Landeszentrale am 11. 07. 2017 informierten. Damit war die Benennung des Vertreters der Hochschulen in den Medienrat ordnungsgemäß erfolgt.

In der konstituierenden Sitzung des Medienrats am 11. 05. 2017 wurde Herr Walter Keilbart, Vertreter der Industrie- und Handelskammern, zum Vorsitzenden, Frau Katharina Geiger, Vertreterin der evangelisch kirchlichen Frauenorganisationen, zur stellvertretenden Vorsitzenden und Herr Thomas Rebensburg, Vertreter der Komponistenorganisationen, zum Schriftführer des Medienrats in geheimer Wahl bestimmt.

Die Amtszeit des Medienrats endet am 30. 04. 2022.

## ■ Rundfunkrecht

Der Rat der Europäischen Union, das Europäische Parlament und die Europäische Kommission haben sich auf eine umfassende Reform des europäischen Datenschutzrechts verständigt. Nach intensiven Verhandlungen ist am 25. 05. 2016 die Verordnung (EU) 2016/679 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung – DSGVO), (ABl. Nr. L 119 vom 4. Mai 2016, S. 1; L 314 vom 22. November 2016, S. 72) in Kraft getreten. Diese gilt gemäß Art. 99 Abs. 2 DSGVO ab 25. 05. 2018 unmittelbar europaweit und löst die geltende EG-Datenschutzrichtlinie (RL 95/46/EG) ab. Die Verabschiedung der DSGVO führt zu grundlegenden strukturellen Änderungen im nationalen Datenschutzrecht: Auf Grund des Rechtsformwechsels hin zu einer Verordnung bedürfen die Regelungen in der DSGVO keiner Umsetzung in das nationale Recht, sondern sind vielmehr ab 25. 05. 2018 europaweit unmittelbar anwendbar. Trotz ihres Charakters als Verordnung enthält die DSGVO eine Reihe obligatorischer Handlungsaufträge an die Mitgliedstaaten, die eine zwingende Ausgestaltung im nationalen Datenschutzrecht erforderlich machen, wie beispielsweise die Errichtung unabhängiger Aufsichtsbehörden. Darüber hinaus räumt die DSGVO dem nationalen Gesetzgeber insbesondere im öffentlichen Bereich im Rahmen sog. Öffnungsklauseln Regelungsspielräume ein. Diese lassen Raum für Konkretisierungen,

Ergänzungen oder Abweichungen von den Bestimmungen der DSGVO im nationalen Datenschutzrecht.

Zusammen mit der DSGVO haben das Europäische Parlament und der Rat als zweite Säule der EU-Datenschutzreform die Richtlinie (EU) 2016/680 vom 27. 04. 2016 verabschiedet. Als besonderer Rechtsakt neben der DSGVO enthält sie besondere Regelungen für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Zwecken der Strafverfolgung und der Gefahrenabwehr. Mit Gesetzentwurf vom 12. 12. 2017 für ein Bayerisches Datenschutzgesetz (Drucksache 17/19628) wird insbesondere der Umsetzung allgemeiner und organisationsrechtlicher Datenverarbeitungsanforderungen der Richtlinie, die in gesonderten Initiativen durch weitere Änderungen im Fachrecht ergänzt werden soll, erreicht.

Die DSGVO löst darüber hinaus auch in datenschutzrelevanten Regelungen des Fachrechts umfassenden Anpassungsbedarf aus. So müssen Rechtsvorschriften an die neuen Begriffsbestimmungen der DSGVO angepasst oder aufgehoben werden, sofern diese wegen des Geltungsvorrangs der DSGVO nicht mehr anzuwenden sind. Anpassungsbedarf ergibt sich u. a. auch im Hinblick auf das Bayerische Rundfunkgesetz und das Bayerische Mediengesetz.

Die wesentliche Auswirkung für das Bayerische Mediengesetz ist eine weitere Stärkung des bisher bereits autarken Datenschutzbeauftragten. Für die Landeszentrale, bestimmte Beteiligungsunternehmen der Landeszentrale und die Anbieter wird in Form des Mediendaten-

beauftragten eine eigenständige Aufsichtsbehörde im Sinne des Art. 51 DSGVO geschaffen. Nachdem das Medienprivileg im Rundfunkstaatsvertrag im Rahmen des Art. 85 Abs. 2 DSGVO auch für die Beteiligungsunternehmen der Landeszentrale, deren Geschäftszweck im Aufgabenbereich der Landeszentrale im Sinne von Art. 11 BayMG liegt, und für die Anbieter gilt, erstreckt sich auch die Zuständigkeit des Mediendatenbeauftragten auf diese. Die Ernennung des Mediendatenschutzbeauftragten erfolgt für die Dauer von vier Jahren durch den Medienrat mit Zustimmung des Verwaltungsrats. Eine dreimalige Wiederernennung ist zulässig. Das Amt des Mediendatenbeauftragten kann nicht neben anderen Aufgaben innerhalb der Landeszentrale, der Beteiligungsunternehmen der Landeszentrale oder den Anbietern ausgeübt werden.

Dem Mediendatenbeauftragten ist die für die Erfüllung seiner Aufgaben und Befugnisse notwendige Personal-, Finanz- und Sachausstattung zur Verfügung zu stellen. Die erforderlichen Mittel sind jährlich, öffentlich und gesondert im Haushaltsplan der Landeszentrale auszuweisen und dem Mediendatenbeauftragten im Haushaltsvollzug zuzuweisen. Er ist in der Wahl seiner Mitarbeiter frei. Sie unterstehen allein seiner Leitung. Ferner ist der Medienbeauftragte in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen. Er unterliegt keiner Rechts- oder Fachaufsicht. Der Dienstaufsicht des Verwaltungsrats sowie einer Finanzkontrolle untersteht er nur insoweit, als seine Unabhängigkeit

bei der Ausübung seines Amtes dadurch nicht beeinträchtigt wird.

Das Bayerische Datenschutzgesetz wurde vom Bayerischen Landtag am 26. 04. 2018 beschlossen und ist am 25. 05. 2018 in Kraft getreten (GVBl S. 230).

### ■ **Grundlegende Rechtsprechung zum Rundfunkrecht**

Die Zahl der gegen den Rundfunkbeitrag erhobenen Klagen hat auch im Jahr 2017 weiter abgenommen. Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat für den privaten Bereich (BVerwGE 6 C 7:16) entschieden, dass der Rundfunkbeitrag verfassungsgemäß ist.

Am 27. 09. 2017 hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwGE 6 C 32:16) entschieden, dass die Erhebung des zusätzlichen Rundfunkbeitrags für Hotel- und Gästezimmer sowie Ferienwohnungen (Beherbergungsbeitrag) nur in denjenigen Fällen mit dem Grundgesetz vereinbar ist, in denen der Betriebsstätteninhaber durch die Bereitstellung von Empfangsgeräten oder eines Internetzugangs die Möglichkeit eröffnet, das öffentlich-rechtliche Rundfunkangebot in den genannten Räumlichkeiten zu nutzen.

Nach dem seit dem 01. 01. 2013 geltenden Rundfunkbeitragsstaatsvertrags der Länder sind Inhaber von Betriebsstätten für die darin vorhandenen Hotel- und Gästezimmer sowie Ferienwohnungen zur Zahlung eines zusätzlichen Rundfunkbeitrags verpflichtet, der neben ihre allgemeine Beitragspflicht für die Betriebsstätte tritt. Für jedes Zimmer bzw. jede Ferienwohnung muss der

Inhaber ein Drittel des Rundfunkbeitrags entrichten, wobei die erste Raumeinheit beitragsfrei ist.

Die Anknüpfung der Beitragspflicht an das Innehaben von Raumeinheiten führt grundsätzlich dazu, dass auch diejenigen Inhaber, die auf jegliche Empfangsmöglichkeit verzichten, der Beitragspflicht unterfallen. Dies hat das Bundesverwaltungsgericht im Bereich des Wohnungs- und des Betriebsstättenbeitrags (s. Urteile vom 18. März 2016 - BVerwG 6 C 6.15 - BVerwGE 154, 275 und vom 7. Dezember 2016 - BVerwG 6 C 49.15 -) als gerechtfertigt erachtet. Diese Raumeinheiten sind nahezu lückenlos mit Empfangsgeräten oder einem Internetzugang ausgestattet und in diesen Bereichen war eine „Flucht aus der Rundfunkgebühr“ festzustellen, weshalb Zweifel an der Belastungsgleichheit der Erhebung der Rundfunkgebühr bestanden. Darüber hinaus waren der Nachweis der Verbreitung insbesondere von multifunktionalen Empfangsgeräten und die Zuordnung zum Rundfunkteilnehmer nicht mehr mit der gebotenen Sicherheit festzustellen. Aus den vorgenannten Gründen und zur Gewährleistung einer möglichst gleichmäßigen Erhebung war der Gesetzgeber nicht gehalten, im Bereich des Wohnungs- und Betriebsstättenbeitrags eine Befreiungsmöglichkeit bei Verzicht auf den Rundfunkempfang vorzusehen.

Bei der zusätzlichen Beitragspflicht des Betriebsstätteninhabers für seine Hotelzimmer etc. liegen diese Voraussetzungen für eine Inanspruchnahme von Inhabern, die ihren Gästen keine Rundfunkempfangsmöglichkeit in diesen

Räumen eröffnen, jedoch nicht vor. Das Bundesverwaltungsgericht kann nicht aufgrund statistischer Daten verlässlich feststellen, dass Hotelzimmer etc. nahezu lückenlos mit Empfangsgeräten oder einem geeigneten Internetzugang ausgestattet sind. Darüber hinaus bereitet es keine unüberwindbaren Schwierigkeiten, das Vorhandensein eines Empfangsgerätes oder eines Internetzugangs festzustellen. Die Ausstattung der Zimmer mit Empfangsgeräten oder Internetzugang gehört zu denjenigen Merkmalen, die das Geschäftsmodell des Inhabers prägen und daher z. B. Gegenstand von Internetauftritten, Werbeprospekten und Bewerbungen von Gästen im Internet sind. Aus diesen Gründen ist die Erhebung des zusätzlichen Beitrags vom Betriebsstätteninhaber verfassungsrechtlich nur gerechtfertigt, soweit dieser seinen Gästen eine Möglichkeit der Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in den Hotelzimmern etc. zur Verfügung stellt. Für die anderen erweist sich die Beitragsregelung als verfassungswidrig, weil der Gesetzgeber ihnen nicht den Nachweis ermöglicht hat, dass ihre Zimmer nicht mit Empfangsgeräten oder einem geeigneten Internetzugang ausgestattet sind. Die Verfassungswidrigkeit der Regelung des Beherbergungsbeitrags beschränkt sich hierauf. Sie erfasst nicht die Beitragspflicht derjenigen Betriebsstätteninhaber, die ihren Gästen eine Empfangsmöglichkeit in den Zimmern eröffnen.

Das Berufungsgericht hat nicht festgestellt, ob in den Zimmern der Klägerin eine von ihr eröffnete Rundfunkempfangsmöglichkeit besteht. Erst nach

Aufklärung dieser Tatsache kann beurteilt werden, ob die Klägerin zur Zahlung des Beitrags verpflichtet ist oder aber die Frage der Verfassungsmäßigkeit des Beherbergungsbeitrags dem Bundesverfassungsgericht vorzulegen ist (Pressemitteilung des Bundesverwaltungsgerichts Nr. 66/2017 vom 27. 09. 2017).

### ■ Digitalradio (DAB)

Auf Basis der Infrastrukturvereinbarungen zwischen BR, Landeszentrale und Bayern Digital Radio (BDR) wurde ab Mitte 2017 der Betrieb und die Nutzung der DAB-Netze in Bayern neu gestaltet. Die landesweiten privaten Hörfunkangebote werden im landesweiten Netz des BR (Antenne Bayern) oder in den sechs Regionalnetzen des BR verteilt. Für landesweite Angebote stehen bis zu fünf Programmplätze zur Verfügung.

Die bestehenden lokalen DAB-Netze der BDR in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg werden von ihr weiter betrieben und stehen für lokale Hörfunkangebote zur Verfügung. Diese Netze sind derzeit weitgehend belegt.

In den Regionalnetzen des BR stehen für lokale Hörfunkangebote des Weiteren 6-7 Programmplätze zur Verfügung. Die neu gestaltete Nutzung der DAB-Netze begann ab 01. 07. 2017 in Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken, in den bestehenden lokalen Netzen in München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg sowie in den landesweiten DAB-Netzen. Bis Ende 2018 sollen im gesamten Bayern alle DAB-Netze für lokale und landesweite Angebote in Betrieb sein. Wie in allen anderen Infrastrukturen (Kabel,

Satellit, UKW, etc.) werden die Anbieter entsprechende Verträge zur Nutzung dieser Netze mit der Bayerischen Medientechnik (BMT) abschließen. Die BMT ihrerseits mietet die notwendigen Kapazitäten bei der BDR, die hierfür eine Preisliste in ihren Gremien verabschiedet hat.

Um von Anfang an die gleichwertige Versorgung der bayerischen Bevölkerung durch private digitale Radioangebote zu ermöglichen, sind Fördermaßnahmen durch die Landeszentrale erforderlich. Für die Nutzung der DAB-Netze ist daher ein „Technischer Infrastrukturausgleich“ geplant. Mit dem „Technischen Infrastrukturausgleich“ soll durch die Vereinheitlichung der Nutzungspreise in diesen Netzen ein Ausgleich der unterschiedlichen Gestehungskosten erreicht werden. So wird auch in strukturschwachen Gebieten der Zugang zur DAB-Verbreitung grundsätzlich zu den gleichen Konditionen ermöglicht wie in strukturstarken Gebieten. Dazu ist es erforderlich, dass die für die einzelnen Netze entstehenden Kosten aggregiert werden und deren Nutzung durch private Hörfunkanbieter einheitlich bepreist wird. Dadurch werden infrastrukturelle, topografische und technische Vorteile einzelner Gebiete ausgeglichen und für alle Regionen Bayerns grundsätzlich gleiche Verbreitungsbedingungen hergestellt. Dieses Ziel wurde in den lokalen DAB-Netzen in Bayern in den letzten Jahren bereits ansatzweise dadurch erzielt, dass bspw. je Kapazitätseinheit (CU) und Monat weitgehend der gleiche Preis in den Netzen München, Augsburg, Ingolstadt

und Nürnberg (M.A.I.N.) erhoben wurde. Die Neustrukturierung der DAB-Netze in Bayern bietet nun die einmalige Chance, einen „Technischen Infrastrukturausgleich“ für die DAB-Netz-Nutzungen in ganz Bayern von Beginn an zu etablieren.

Der Medienrat hat in seiner Sitzung am 30.03.2017 mit dem Erlass der Richtlinien zur Förderung der Technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten nach dem BayMG (TIF) die Rechtsgrundlage geschaffen, um die digitale Verbreitung von Hörfunk (DAB+ und Internet) zu fördern und einen „Technischen Infrastrukturausgleich“ umzusetzen.

#### ■ **Forschung**

Die ersten Teilergebnisse des Webradiomonitors 2017, der von der Landeszentrale, dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) veröffentlicht wurde, zeigt, dass die Anbieter von Webradio und anderen Online-Audio-Angeboten 2017 erneut signifikantes Wachstum bei der Nutzung und den Werbeumsätzen verzeichnen. Für Werbekunden, Agenturen und Hörer werden die Webradio- und Online-Audio-Werbeumfelder immer relevanter. Die Anbieter rechnen auch in den kommenden Jahren mit einer hohen Wachstumsdynamik. Für 2017 erwarten sie einen Anstieg der Werbeumsätze um 40 Prozent auf 35 Millionen Euro. Besonders dynamisch wachsen dabei die mobilen Werbeumfelder. Der Anteil mobiler Online-Audioabrufe liegt bereits bei 34 Prozent.

Für den Webradiomonitor 2017 wurden sowohl Anbieter als auch Nutzer von Webradio- und Audio-Angeboten befragt und in der Auswertung berücksichtigt. Laut Nutzerbefragung findet bei den Online-Audio-Hörern (ab 14 Jahren) bereits 50 Prozent des gesamten Audio- und Musikkonsums, einschließlich Radio- und Webradio-Nutzung, 2017 online statt (2016: 48 Prozent). Besonders stark werden Live-Radio- und Musik-Streaming nachgefragt – allen voran die klassischen Radiomarken bei ihrer Eins-zu-eins-Übertragung im Internet. Sie werden von 71 Prozent der befragten Online-Audio-Nutzer mindestens gelegentlich genutzt, gefolgt von Video-Streaming-Diensten (56 Prozent), Musik-Streaming-Diensten (55 Prozent), Online-Submarken der Simulcast-Radios (29 Prozent), Online-Only-Radios (28 Prozent), Podcasts (17 Prozent), Radio-Aggregatoren (11 Prozent) und User-Generated Radios (3 Prozent).

Mit 76 Prozent geben besonders viele der Online-Audio-Nutzer an, ihre Webradio- und Audio-Angebote auch zu Hause zu hören. Die befragten Anbieter verzeichneten im zurückliegenden Jahr mehrheitlich steigende Abrufzahlen. Das gilt insbesondere für werbefinanzierte Online-Audio-Anbieter, von denen 71 Prozent gestiegene und 22 Prozent stabile Abrufe angeben. Der Anteil der mobilen Abrufe ist laut Anbieterbefragung 2017 auf 34 Prozent gestiegen (2016: 32 Prozent).

Auf Basis eines geschätzten Netto-Werbeolumens der Webradio- und Online-Audio-Anbieter von rund 25 Millio-

nen Euro (Audio- und Display-Werbung) im zurückliegenden Jahr wird für 2017 ein weiterer Anstieg der Netto-Werbeumsätze auf 35 Millionen Euro (+ 40 Prozent) erwartet. Bis 2019 sollen die Umsätze sogar auf 63 Millionen Euro ansteigen. Der Anteil der mobilen Umsätze soll dann erstmals bei über 50 Prozent liegen. Der Anteil von Programmatic Advertising liegt nach Einschätzung der befragten Online-Audio-Anbieter 2017 bei etwa 9 Prozent und soll bis 2019 auf rund 30 Prozent ansteigen.

Die Ergebnisse der Funkanalyse 2017 wurden auf den Lokalfunktagen in Nürnberg vorgestellt. Die Funkanalyse Bayern 2017 wurde im Auftrag der Landeszentrale und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS MediaResearch durchgeführt. Insgesamt wurden dabei rund 40.000 Personen ab 14 Jahren in Bayern befragt. Feldzeit der Erhebung war von Mitte Januar bis Ende März 2017. Besonders erfreulich war, dass 20,1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern in ihrem Haushalt mindestens ein DAB+-Empfangsgerät in Gebrauch haben. Damit hat sich die Ausstattung mit DAB+-Empfangsgeräten in Bayern in nur zwei Jahren beinahe verdoppelt. 2015 verfügten erst 10,2 Prozent der Bayern über mindestens ein Digitalradiogerät.

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2017 wurde erstmals auch die Nutzung von Musikstreaming-Diensten im Tagesablauf erhoben. Danach nutzen 8,5 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren an einem durchschnittlichen Werktag einen Musikstreaming-Dienst. Die Nutzungsdauer liegt im Schnitt bei

14 Minuten. Bei den 14- bis 29-Jährigen nutzt mit 25,6 Prozent gut ein Viertel der Befragten werktätlich Musikstreaming-Dienste. Die durchschnittliche Nutzungsdauer liegt in dieser Altersgruppe bei 44 Minuten. Die Hördauer von Radioprogrammen liegt aber auch bei den 14- bis 29-Jährigen mit 183 Minuten an einem durchschnittlichen Werktag deutlich darüber.

Zur Digitalisierung des Fernsehempfangs, Internet- und Smartphonennutzung wurde in der Funkanalyse 2017 festgestellt, dass fast 92 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren in Fernsehhaushalten über mindestens eine Möglichkeit verfügen, digitales Fernsehen zu empfangen. Die Verbreitungswege Satellit, DVB-T und IPTV sind vollständig digitalisiert. Beim Kabel liegt der Digitalisierungsgrad mittlerweile bei 77,4 Prozent.

Knapp 83 Prozent der Bevölkerung Bayerns ab 14 Jahren nutzt mindestens einmal pro Woche das Internet (Vorjahr: 82 Prozent). In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es fast 97 Prozent. Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer über alle Altersgruppen liegt aktuell bei 125 Minuten täglich, bei den 14- bis 19-Jährigen liegt sie mit 222 Minuten deutlich höher.

Ein Smartphone nutzen rund 64 Prozent der Bayern ab 14 Jahren täglich (Vorjahr: 57 Prozent). In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen sind es knapp 94 Prozent (Vorjahr: 91 Prozent).

Die Connected TV Ausstattung und Second Screen Nutzung nehmen nach den Ergebnissen der Funkanalyse 2017 zu.

Demnach verfügen 53,0 Prozent aller Befragten ab 14 Jahren bereits über die technische Ausstattung zur Nutzung von Connected TV, also über die Möglichkeit Internetinhalte auf ihrem Fernsehgerät abzurufen. Im Vorjahr waren es noch 46,3 Prozent. 37,4 Prozent der Personen ab 14 Jahren verfügen über ein Smart TV-Gerät, 25,8 Prozent über eine internetfähige TV-Spielekonsole und insgesamt 12,2 Prozent über Streaming-Sticks oder -Boxen.

39,4 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Bayern nutzen mehrmals pro Woche oder öfter ein mobiles Endgerät parallel zum Fernsehen. 14,8 Prozent rufen dabei im Internet Informationen zum TV-Programm ab. 4,9 Prozent tauschen sich online mit Freunden über das laufende TV-Programm aus.

#### ■ Internet und digitale Medien

Mit dem Media Lab Bayern fördert die Landeszentrale digitale Innovation in der Medienbranche. Als Inkubator hilft das Media Lab Bayern Talenten und Teams, ihre eigenen Journalismus- und Medienprojekte von der ersten Idee bis zur Gründung eines Startups aufzubauen. Ab September 2017 wurde es 25 Teilnehmern im Rahmen des Media Entrepreneurship Program des Media Lab Bayern ermöglicht in drei Monaten neben dem Job zu lernen, wie man die richtige Idee oder Teammitglieder für die Gründung ihres Medien-Startups findet.

Die Bewerbungsphase startete am 22. 05. 2017 und lief in zwei Etappen bis zum 30. 06. bzw. 15. 08. 2017.

Im Media Entrepreneurship Program vermitteln erfahrene Coaches den Teilnehmern Innovationsmethoden wie Design Thinking und Lean Startup. Die Teilnehmer setzen sie in vorläufigen Teams sofort im eigenen Projekt um, von der Trendanalyse über die Ideenfindung bis zur Validierung ihrer Idee am Markt.

Fünf Medien-Startups präsentierten beim Demo Day des Media Lab Bayern am 06. 07. 2017 ihre Lösungen für die Zukunft des Journalismus. Ein halbes Jahr lang hatten die Teams im Startup-Fellowship an ihren Produkten gearbeitet. Das Startup „The Buzzard“ konnte dabei einen großen Erfolg verkünden. Es wurde von der Google Digital News-Initiative (DNI) für eine Förderung in Höhe von 50.000 Euro ausgewählt.

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

#### Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage

Am 01. 01. 2013 ist der Fünfzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2011 S. 258) in Kraft getreten, der mit dem Rundfunkbeitrag eine neue Finanzierungsgrundlage für die Landeszentrale geschaffen hat. Der Rundfunkbeitrag muss vom Beitragsschuldner pro Wohnung oder Betriebsstätte bezahlt werden. Der neue Beitrag deckt alle Angebote auf allen Verbreitungswegen ab. Es wird nicht mehr zwischen Radio, Fernseher und Computer unterschieden. Der Rundfunkbeitrag ersetzt die geräteabhängige Rundfunkgebühr.

Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01. 01. 2013 auf 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens neu festgesetzt und damit leicht abgesenkt (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag). Aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben. Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) festgelegt und beträgt seit dem Inkrafttreten des Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2015 S. 26) am 01. 04. 2015 monatlich 17,50 € pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

§ 40 in Verbindung mit § 64 des Rundfunkstaatsvertrages und die §§ 10 und 11 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages in der Fassung des Rundfunkstaatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. 08. 1991 (GVBl S. 451), zuletzt geändert durch den Sechzehnten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 16. 03. 2015 (GVBl S. 26) sind Rechtsgrundlage für das anteilige Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale. Diese Regelung hat ihren Niederschlag auch in Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG gefunden. Daneben erzielt die Landeszentrale noch sonstige Einnahmen (Art. 21 Abs. 1 Nr. 3, 22 BayMG).

Die Landeszentrale stellt zur finanziellen Steuerung ihrer Aufgaben jährlich einen Wirtschaftsplan auf, der ein ausgeglichenes Ergebnis vorsieht. Über einen monatlichen Soll-/Ist-Vergleich können Abweichungen festgestellt und die erforderlichen Maßnahmen durchgeführt werden. Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Vollzugsbestimmungen regeln dabei nach festgelegten Betragsgrenzen das Verfahren für eine notwendige Anpassung des Wirtschaftsplans an die geänderten Rahmenbedingungen.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des Art. 23 BayMG errichtete Förderprogramm mit 10,588,5 T€ (Vorjahr 9.000,0 T€) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Auf Grundlage von Art. 23 Abs. 7 S. 4 BayMG in der ab 01. 01. 2017 geltenden Fassung leistete die BLM im Geschäftsjahr einen Förderbeitrag aus Eigenmitteln in Höhe von 1.640,7 € (Vorjahr 1.639,0 T€).

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

Im Geschäftsjahr 2017 weist die Landeszentrale einen Jahresüberschuss von 48,1 T€ (Vorjahr 2.102,6 T€) auf. Die deutliche Verminderung des Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr (–2.054,5 T€) hat im Wesentlichen folgende Gründe: Während der Personalaufwand um 1.103,6 T€

und der Zinsaufwand um T€ 328,6 über dem Vorjahreswert liegen, ist der Ertrag aus der Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2016 (195,8 T€; Vorjahr 996,0 T€) um 800,1 T€ zurückgegangen. Gegenläufig ausgewirkt haben sich um 266,1 T€ angestiegene Erträge aus dem laufenden Rundfunkbeitrag.

Der starke Anstieg des Personalaufwandes der Landeszentrale (1.103,6 T€) entfällt mit 526,3 T€ auf Gehälter, mit 103,7 T€ auf soziale Abgaben und mit 473,6 T€ auf Aufwendungen für Altersversorgung.

Der Anstieg bei den Gehältern ist im Wesentlichen durch folgende Effekte geprägt: Die Zuführung zur Urlaubs- und Überstundenrückstellung liegt um TEUR 141,7 über dem Vorjahreswert. Daneben finden Gehaltsanhebungen bei den Stammmitarbeitern/Teilzeitkräften, der Leitungsebene (inklusive AT-Mitarbeiter) sowie die Schaffung von drei neuen Stellen ihren Niederschlag.

Der Anstieg der Aufwendungen für Altersversorgung um 473,6 T€ entfällt mit 430,0 T€ auf die Zuführung zur Pensionsrückstellung.

Die Belegschaft der Landeszentrale erhielt in 2017 eine lineare Gehaltsanhebung um 2,0 %. Es wurden drei neue Stellen geschaffen.

Die Erträge der Landeszentrale sind im Geschäftsjahr um 2.020,0 T€ auf 41.235,5 T€ (Vorjahr 39.215,5 T€) gestiegen.

Der Erhöhungsbetrag entfällt im Wesentlichen mit 1.588,6 auf das Förderprogramm nach Art. 23 BayMG, mit 450 T€ auf die im Berichtsjahr erstmals gewährte Förderung der digitalen Hör-

funkverbreitung in Bayern, mit 266,2 T€ auf den Anstieg des anteiligen Rundfunkbeitrags und mit 143,0 T€ auf den Anstieg der Förderung des Projekts Medien-Netzwerk Bayern. Gegenläufig ausgewirkt hat sich insbesondere, dass die Nachzahlung des Rundfunkbeitrags 2017 (195,8 T€) um 800,1 T€ unter dem Vorjahreswert liegt.

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresüberschusses von 48,1 T€ auf 25.176,7 T€ (Vorjahr 25.128,6 T€) angestiegen.

Das Anlagevermögen hat sich infolge der Investitionen des Geschäftsjahres und unter Berücksichtigung von Abgängen sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31. 12. 2017 um 4.926,8 T€ auf 25.398,6 T€ erhöht. Der Anstieg betrifft im Wesentlichen das unter den sonstigen Ausleihungen ausgewiesene Schuldscheindarlehen über 5.000,0 T€. Es wurde am 31. 03. 2017 an die Darlehensnehmerin DVB Bank SE ausgezahlt. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 5 Jahren und wird mit 0,79 % p.a. verzinst.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 10.813,3 T€ und liegt damit um 3.658,3 T€ unter dem Vorjahreswert (14.471,6 T€). Der Rückgang liegt in den flüssigen Mitteln begründet, die insbesondere wegen des Liquiditätsabflusses für das Schuldscheindarlehen (5.000,0 T€) um 4.577,3 T€ unter dem Vorjahreswert liegen.

Gegenläufig ausgewirkt hat sich vor allem der Anstieg der sonstigen Vermögensgegenstände um 808,7 T€. Ursächlich ist hier im Wesentlichen eine Forderung gegen das StMWi aus der Förderung nach

Art. 23 BayMG in Höhe von 656,8 T€, die erst im Januar des Folgejahres ausgeglichen wurde.

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 1.262,9 T€ auf 36.303,6 T€ (Vorjahr 35.040,7 T€).

### **Nachträgliche Ereignisse, Zukunftsperspektiven und Risiken**

Die C.A.M.P. TV Fernsehgesellschaft mbH (C.A.M.P. TV) hatte die Landeszentrale im Dezember 2012 auf Schadensersatz verklagt und im Jahr 2013 ihre Klage begründet. Anspruchsgrundlage sollte ein angeblicher Amtshaftungsanspruch und ein Anspruch aus enteignungsgleichem Eingriff sein, der sich als Folge des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts zur Rechtswidrigkeit des Ausgangsbescheides (Widerruf der Anbietergenehmigung) ergeben soll. Das Landgericht München I hatte am 26. 02. 2014 durch Teil-Grund- und Teil-Endurteil entschieden, dass der Anspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit der Anspruch auf den Widerruf der laufenden Genehmigung für die Anbietertätigkeit mit einem landesweiten Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und SAT 1 befristet bis zum 30. 09. 2010 beruht, und im Übrigen die Klage abgewiesen.

Am 17. 09. 2015 hat das Oberlandesgericht München sein Berufungsurteil verkündet und die Berufungen beider Parteien „mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass der Klageanspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit die Klägerin unter dem Gesichtspunkt des enteignungsgleichen Eingriffs Entschädigung für den rechtswidrigen Widerruf der

Sendelizenz vom 27. 05. 2002 für die Anbietertätigkeit für ein landesweites Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und Sat.1 begehrt.“ Die Revision wurde nicht zugelassen.

C.A.M.P. TV hat am 19. 10. 2015 Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) erhoben und diese am 10. 02. 2016 begründet. C.A.M.P. TV vertrat die Auffassung, dass sie durch Versagung der Amtshaftungsansprüche durch das Urteil des Oberlandesgerichts München beschwert sei. Ferner habe sich das Gericht von einem Fehlverständnis der Kollegialgerichts-Richtlinie leiten lassen. Die Landeszentrale hat mit Schreiben vom 29. 02. 2016 beim BGH die Zurückweisung der Nichtzulassungsbeschwerde beantragt.

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

dabei erklärt, dass die Höhe des Klageanspruchs der C.A.M.P. TV bestritten wird.

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

Der Sachverständige hat am 20. 09. 2017 seine gutachterliche Stellungnahme zur Ermittlung des Wertes der Sendegenehmigung bzw. des Teilunternehmenswertes der Sendegenehmigung der C.A.M.P. TV abgegeben und festgestellt, dass sich bei unbeschränkt laufender Sendegenehmigung über den 30. 09. 2010 hinaus ein Schaden von 7,341 Mio. EURO ergeben würde.

Die Landeszentrale hat das Gutachten geprüft und festgestellt, dass die Grundlagen des Gutachtens grob fehlerhaft sind, da bspw. die Planzahlen des klägerischen Gutachtens von Ernst & Young übernommen werden, obwohl sie bestritten sind und dabei nur auf Plausibilität geprüft werden. Auch nimmt der Sachverständige keine Bewertung der Sendelizenz vor, sondern bewertet das Unternehmen als Ganzes, wobei er das Gesamtunternehmen mit Umsatzerlösen aus dem Immobilienbereich, dem Fernsehzentrum Leipzig und sonstiger Bereiche heranzieht. Außerdem beantwortet der Sachverständige die vom Landgericht München I maßgeblich gestellte Frage zur Berechnung des Schadens im Zeit-

raum vom 25. 09. 2009 bis 30. 09. 2010 nicht.

Die Landeszentrale hat daraufhin, die Wirtschaftsprüfungskanzlei Warth & Klein Grant Thornton AG beauftragt, eine Stellungnahme zum Sachverständigengutachten zu erarbeiten. Auch die Klägerseite hat Ernst & Young mandatiert, um das Sachverständigengutachten zu bewerten.

Das Landgericht München I wird sich mit dem Sachverständigengutachten in einer mündlichen Verhandlung am 20. 06. 2018 befassen.

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

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt.

Trotz Absenkung des Rundfunkbeitrags von 17,98 € pro Monat auf 17,50 € pro Monat ab 01. 04. 2015 durch den Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2015 S. 26) geht die Landeszentrale auf Grund der Berechnung des Norddeutschen Rundfunks zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesmedienanstalten von

einem im Wesentlichen stabilen Beitragsaufkommen aus, da in Bayern als sog. „Zuzugsland“ die Anzahl der Haushalte weiter steigen wird.

Die Höhe des Anteils der Landeszentrale beträgt seit Einführung des Rundfunkbeitrags zum 01. 01. 2013 zwar nur noch 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens, aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren im Wesentlichen konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben.

Insgesamt ist die Finanzierung der Landeszentrale gesichert.

In Anbetracht des vielfältigen gesetzlichen Aufgabenspektrums der Landeszentrale ist es erforderlich, weiterhin die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmittel gezielt einzusetzen und das konsequente Kostenmanagement fortzusetzen.

### **Risikomanagement**

Wöchentliche Besprechungen der Bereichsleiter mit der Geschäftsführung sichern organisatorisch eine frühzeitige Identifikation und Kommunikation wesentlicher Risiken sowie bestandsgefährdender Entwicklungen. Als Frühwarnsignal wird auch die monatliche Analyse von Abweichungen zum Wirtschaftsplan betrachtet.

### **Gesamtaussage zur Lage**

Wir sind mit dem Verlauf des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung des Wirtschaftsplans 2017 zufrieden. Nachdem von einem im Wesentlichen stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2017 als gesichert angesehen werden. Insoweit wird auch im Jahr 2018 und in den folgenden Jahren mit einem ausgeglichenen Jahresergebnis gerechnet.

München, 19. Juni 2018



DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Martin Gebrande

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, München, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Landeszentrale. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit

hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen

Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Landeszentrale und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 19. Juni 2018

Rödl & Partner GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft



gez. Hager  
WIRTSCHAFTSPRÜFER



gez. Mainka-Klein  
WIRTSCHAFTSPRÜFER

## Wirtschaftsplan 2017

Dem vom Verwaltungsrat am 21. November 2016 beschlossenen Wirtschaftsplan 2017 wurde in der 46. Sitzung des Medienrats am 15. Dezember 2016 die Zustimmung erteilt.

Mit Rücksicht auf die Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 6. März 2017 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2017, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 6. März 2017 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt. Danach konnten im Haushaltsjahr 2017 Erträge von EUR 30,8 Mio erzielt werden. Bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) ergaben sich Mehrerträge von TEUR 90,5. Die sonstigen Erträge unterschreiten die Planwerte um TEUR 368,0. Die Unterschreitung beruht im Wesentlichen darauf, dass von der geplanten Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2016 in Höhe von TEUR 450,0 nur TEUR 195,8 realisiert werden konnten. Die als Ertrag gebuchten Geldbußen (TEUR 1,2) werden nach den Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes bei Vereinnahmung zweckgebunden zur Förderung der Medienpädagogik eingesetzt. Die Finanzerträge enthalten TEUR 29,8 Zinserträge aus dem am 31.03.2017 ausgezahlten Schuldschein-darlehen in Höhe von TEUR 5.000,0.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von EUR 30,7 Mio angefallen. Sie lagen um TEUR 277,3 unter den Plandaten.

Die Überschreitung bei den Zinsaufwendungen (TEUR 315,5) steht im Zusammenhang mit den Pensionsrückstellungen. Für den Ausweis der Erfolgswirkung aus der Änderung des Abzinsungssatzes besteht ein Wahlrecht. Die Zinsänderungskomponente kann entweder (wie in Vorjahren) im Personalaufwand oder im Zinsaufwand/-ertrag ausgewiesen werden. Im Jahresabschluss 2017 wurde die Zinsänderungskomponente (2017: TEUR 324,7) erstmals in den Zinsaufwendungen erfasst. Der Planwert geht noch von der bisherigen Wahlrechtsausübung aus und enthält die Zinsänderungskomponente daher nicht in den Zinsaufwendungen, sondern im Personalaufwand (dort: Aufwendungen für Altersversorgung). Mit der geänderten Wahlrechtsausübung sind nun sämtliche Zinseffekte im Zusammenhang mit den Pensionsrückstellungen einheitlich im Finanzergebnis erfasst.

Der Jahresüberschuss 2017 (TEUR 48,1) wird zusammen mit der Entnahme aus der Investitionsrücklage (TEUR 73,0) der Allgemeinen Haushaltsrücklage zugeführt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 704,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2018 vorgetragen.

## A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	<b>Wirtschaftsplan 2017</b>	<b>Ist-Ergebnis 2017</b>	<b>Mehrerträge (+) Mindererträge (-)</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>Erträge</b>			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	24.060,5	24.029,5	-31,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	230,0	320,5	90,5
3. Sonstige Erträge	1.759,2	1.391,2	-368,0
4. Geldbußen gem. Art. 37 BayMG	0,0	1,2	1,2
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	4.904,5	4.904,5	0,0
6. Sonstige betriebliche Erträge	39,0	87,0	48,0
7. Finanzerträge	0,3	30,4	30,1
<b>Summe</b>	<b>30.993,5</b>	<b>30.764,3</b>	<b>-229,2</b>

	<b>Wirtschaftsplan 2017</b>	<b>Ist-Ergebnis 2017</b>	<b>Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-)</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
<b>Aufwendungen</b>			
1. Personalaufwendungen	9.089,9	9.060,5	-29,4
2. Abschreibungen	1.287,0	1.254,7	-32,3
3. Sonstige Steuern	1,8	1,5	-0,3
4. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.496,0	1.416,4	-79,6
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.522,8	2.293,3	-229,5
6. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	842,1	841,0	-1,1
7. Programmförderung	705,0	703,3	-1,7
8. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	2.050,0	2.004,1	-45,9
9. Medienforschung	865,0	811,9	-53,1
10. Ausbildungsförderung	1.085,5	1.133,8	48,3
11. Medienpädagogik	700,0	699,3	-0,7
12. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
13. Mitgliedschaften	97,0	85,9	-11,1
14. Öffentlichkeitsarbeit	1.147,5	1.164,2	16,7
15. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.904,5	4.904,5	0,0
16. Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.650,0	1.640,7	-9,3
17. Innovationsförderung	356,5	333,7	-22,8
18. Mediennetzwerk	330,0	224,1	-105,9
19. Zinsaufwendungen	282,9	598,4	315,5
20. A.o. und periodenfremder Aufwand	80,0	44,9	-35,1
<b>Summe</b>	<b>30.993,5</b>	<b>30.716,2</b>	<b>-277,3</b>
<b>Jahresüberschuss (+) / Jahresfehlbetrag (-)</b>	<b>0,0</b>	<b>48,1</b>	<b>48,1</b>
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	0,0	73,0	73,0
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	0,0	-121,1	-121,1
<b>Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

## B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2017 TEUR	Ist-Ergebnis 2017 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
<b>Mittelherkunft</b>			
1. Jahresüberschuss	0,0	48,1	48,1
2. Abschreibungen	1.287,0	1.254,7	-32,3
3. Entnahme aus Rücklagen	0,0	73,0	73,0
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	453,3	615,1	161,8
5. Übertrag aus Finanzplan Vj.	777,0	777,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>2.517,3</b>	<b>2.767,9</b>	<b>250,6</b>
<b>Mittelverwendung</b>			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	2.048,0	1.185,2	-862,8
2. Finanzanlagen	5.050,0	5.000,0	-50,0
3. Darlehenstilgung	0,0	0,0	0,0
4. Ausleihungen	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	0,0	121,1	121,1
6. Jahresfehlbetrag	0,0	0,0	0,0
7. Sonstige	-4.580,7	-3.538,4	1.042,3
<b>Summe</b>	<b>2.517,3</b>	<b>2.767,9</b>	<b>250,6</b>

## C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2017 TEUR	Ist-Ergebnis 2017 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
<b>Förderung nach Art. 23 BayMG</b>			
<b>1. Erträge</b>			
1.1 Förderung Staatshaushalt	11.250,0	10.588,5	-661,5
<b>Summe</b>	<b>11.250,0</b>	<b>10.588,5</b>	<b>-661,5</b>
<b>2. Aufwendungen</b>			
2.1 Technische Verbreitungskosten	11.250,0	10.588,5	-661,5
<b>Summe</b>	<b>11.250,0</b>	<b>10.588,5</b>	<b>-661,5</b>

## Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 24. September 2018 den Jahresabschluss 2017 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München vom 19. Juni 2018, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2017 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2017 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2017 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 24. September 2018



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS  
Manfred Nüssel

## Zustimmung des Medienrates

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2017 zu.

München, 4. Oktober 2018



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS  
Walter Keilbart