

B LM

Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

2019

Geschäftsbericht

ALOKY
BIOLOGICAL
CYTOLOGY



Geschäftsbericht 2019
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Der lokale Hörfunk- und TV-Markt befindet sich weiter in einer Übergangsphase. Grund dafür ist die digitale Transformation. Wesentliche Aufgabe der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist und bleibt es, bayerische Hörfunk- und TV-Unternehmen auf ihrem Weg in die digitale Multikanalwelt zu begleiten.

Der private Hörfunk in Bayern konnte sich vergangenes Jahr im zunehmenden Wettbewerb gut behaupten. Lokalradio ist, das belegte die Funkanalyse Bayern 2019, nach wie vor Garant für stabile, hohe Tagesreichweiten und damit auch in Zukunft unverzichtbarer Bestandteil im modernen Media-Mix. Gleichzeitig machten die Ergebnisse aber auch deutlich: Das lineare Radioprogramm darf nicht mehr allein im Zentrum der Bemühungen stehen. Es hat viele seiner Alleinstellungsmerkmale längst verloren.

Die Digitalisierung fordert neue Inhalte und neue Geschäftsmodelle – auch und gerade von Lokalradio und Lokal-TV. Wie bei jedem Evolutionsprozess gilt es, sich den veränderten Rahmenbedingungen einer digitalen Medienlandschaft aktiv zu stellen.

Inhaltlich sollten die lokalen Anbieter in der unübersichtlichen globalen Medienwelt ganz auf die unverwechsel-

bare lokale Marke, den direkten Draht zu den Menschen vor Ort setzen und die neuen technologischen Potenziale auch kreativ nutzen.

Damit diese guten Inhalte auch gehört und gesehen werden, müssen lokales Radio und Fernsehen selbstverständlich auf allen verfügbaren digitalen Kanälen und Plattformen vertreten sein.

Hörfunk heute muss also über UKW, DAB+ und IP zu empfangen sein. Darüber hinaus sollten die Sender Special Interests der Nutzer über Webchannels ansprechen, Smartspeaker für Reichweite nutzen und Podcasts anbieten.

Überzeugung der Landeszentrale ist: Auch für den lokalen Hörfunk bietet DAB+ große Chancen. Denn DAB+ bedeutet die Verlängerung des klassischen Geschäftsmodells der linearen Programmbreitung und Werbevermarktung in die digitale Welt – und kann durch Regulierung gestaltet werden.

Wer terrestrisch Digitalradio hören will, findet in Bayern die besten Voraussetzungen. Bis Ende 2020 werden alle lokalen privaten UKW-Programme im Freistaat über eine digitale Kapazität verfügen. Bayern ist damit das erste Flächenland, in dem alle lokalen UKW-Programme auch in DAB+ ausgestrahlt werden.

Grundlage dieses Erfolgs ist auch eine Vereinbarung zum Infrastruktur-Sharing zwischen BLM und Bayerischem Rundfunk.

Im Allgäu konnte im April 2019 eine der letzten verbliebenen DAB-Lücken geschlossen werden: Auf Sendung gingen sieben lokale/regionale private Digital-

radio-Programme sowie ein landesweites privates Digitalradio-Angebot.

Auch das Lokal-TV nimmt in Sachen Digitalisierung – etwa bei der Satellitenverbreitung in HD – eine Vorreiterrolle ein. Doch die Übergangsphase von SD auf HD gestaltete sich nicht ganz einfach. Deshalb starteten die 14 bayerischen Lokal-TV-Stationen im Herbst 2019 die bayernweite Kampagne „Mehr daheim geht nicht“ zur Steigerung von Reichweite und Bekanntheitsgrad.

Aber Anstrengungen auf den Feldern Marketing, Technik und Programm allein genügen nicht, um mit den Entwicklungen im Bewegtbildbereich Schritt zu halten. Die lokalen Sender müssen vor allem auch im Netz auffindbar sein. Darum initiierte die Landeszentrale die Bündelung der Angebote auf der Plattform waipu.tv. Seit Ende Oktober 2019 können die Zuschauer dort wann sie wollen und kostenlos ihr Lokal-TV-Programm anschauen.

Ein weiterer, wesentlicher Punkt ist: Die Sender müssen in dem ausdifferenzierten und heterogenen bayerischen Rundfunkmarkt im Freistaat mehr kooperieren und Synergien nutzen. Wie kann man Kooperationen intelligent gestalten, um möglichst vielen lokalen Anbietern ein gutes Überleben in der digitalen Welt zu sichern? Eine Frage, die die BLM 2019 beschäftigte und die auch 2020 noch aktuell sein wird.

Doch die Technisierung der Medien muss nicht nur im Sinne der lokalen Anbieter, sondern vor allem auch im Sinne der Menschen verantwortungsvoll gestaltet werden. Aus dieser Überzeu-

gung heraus sind in der Landeszentrale im 2019 „Leitlinien Digitale Ethik“ entstanden. Der BLM-Medienrat verabschiedete sie in seiner April-Sitzung.

Ein wichtiges Zeichen für Meinungsfreiheit und gegen Hass im Netz setzten Landeszentrale und Bayerisches Staatsministerium der Justiz im Oktober 2019 mit dem Startschuss für die gemeinsame Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“. Seitdem können Medienunternehmen in einem einfachen und effizienten Verfahren leichter Strafanzeige zum Beispiel wegen volksverhetzender Kommentare auf ihren Plattformen erstatten. Zentraler Ansprechpartner für die Redaktionen in Bayern ist die Staatsanwaltschaft München I. Anfang 2020 hatte die Initiative bereits mehr als 100 Unterstützer in Bayern.

Soweit nur ein kurzer Einblick in die Tätigkeiten der Landeszentrale im Jahr 2019. Ein umfassendes Bild können Sie sich bei der Lektüre des vorliegenden Geschäftsberichts machen.



SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

Rechtsgrundlagen und Organisation

- 8 **Rechtsgrundlagen**
- 8 Bayerisches Mediengesetz
- 8 Rundfunkstaatsvertrag
- 9 Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen
- 11 Organigramm der BLM
- 12 **Die Organe der Landeszentrale**
- 12 Der Medienrat
- 14 Der Verwaltungsrat
- 15 Der Präsident
- 16 ZAK
- 16 GVK
- 17 KEK
- 18 KJM
- 19 **Länderübergreifende Zusammenarbeit**
- 22 Struktur der Medienaufsicht
- 23 **Datenschutz**
- 25 **Beteiligungen und Mitgliedschaften**

Hörfunk

- 27 **Programmangebot Hörfunk**
- 27 Lokaler Hörfunk
- 27 Landesweiter Hörfunk
- 27 Bundesweiter Hörfunk
- 28 Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern
- 29 Spartenanbieter und Zulieferer
- 31 **Programmorganisation Hörfunk**
- 31 Genehmigungen
- 35 Technische Verbreitung
- 37 Technische Reichweite der DAB+-Netze
- 38 Reichweiten und Akzeptanz
- 42 Wirtschaftliche Lage
- 44 **Programmaufsicht Hörfunk**
- 44 Programmebeobachtung
- 45 Jugendschutz
- 45 Werbung

Fernsehen und Telemedien

- 47 **Programmangebot Fernsehen**
- 47 Lokales/Regionales Fernsehen
- 47 Landesweites Fernsehen
- 48 Lokale Fernsehangebote in Bayern
- 49 Bundesweites Fernsehen
- 50 **Bundesweites Fernsehen**
- 50 Genehmigungen
- 54 Technische Verbreitung Fernsehen
- 57 Fernsehnutzung
- 58 Entwicklung der Werbeumsätze
- 60 **Lokales und landesweites Fernsehen**
- 60 Genehmigungen
- 62 Technische Verbreitung
- 66 Fernsehnutzung
- 68 Wirtschaftliche Lage
- 71 **Programmaufsicht Fernsehen und Telemedien**
- 71 Programmebeobachtung
- 73 Jugendschutz
- 75 Werbung
- 77 Gewinnspiele

Fördermaßnahmen

- 79 **Überblick Fördermaßnahmen 2019**
- 80 **Technische Förderung**
- 80 Technische Infrastrukturförderung
- 81 Technischer Betrieb
- 82 **Film- und Fernsehförderung**
- 83 **Programmförderung**
- 84 **Medienforschung**
- 84 Media Analyse
- 85 Fernsehforschung
- 85 Digital Content Measurement
- 85 Funkanalyse Bayern 2019
- 88 Programm-Monitor Bayern
- 89 Musikstudie lokaler Hörfunk
- 89 Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks
- 89 Web-TV-Monitor 2019


90	Online-Audio-Monitor 2019
90	Digitalisierungsbericht Audio und Video
91	Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019
92	Medienvielfaltsmonitor und Vielfaltsbericht 2019
93	Microtargeting in Deutschland bei der Europawahl 2019
94	Regulierung Sozialer Medien
94	Ethics by Design
95	Aus- und Fortbildung
95	BLM Fortbildungsworkshops
96	Aus- und Fortbildungsprogramme
99	Medienpädagogik
100	Projekte und Initiativen
104	Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops
105	Innovationsförderung
105	Media Lab Bayern
107	MedienNetzwerk Bayern
110	XR Hub Munich

111	Finanzierungsbeitrag
112	Förderung nach Art. 23 BayMG
112	Programmausschuss
113	Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
115	Information
115	Publikationen
118	Internet
120	Social Media Aktivitäten
121	Veranstaltungen
128	Archiv und Dokumentation

Finanzielle Entwicklung

131	Jahresabschluss 2019
135	Anhang für das Geschäftsjahr 2019
155	Lagebericht für das Geschäftsjahr 2019
168	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
172	Wirtschaftsplan 2019
175	Beschluss des Verwaltungsrats
175	Zustimmung des Medienrats



Links mit weiterführenden Informationen sind mit einem  Pfeil gekennzeichnet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Die Angaben beziehen sich immer auf Angehörige aller Geschlechter.

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

Veit Olischläger, Nikolaus Lörz (Finanzbericht)

Redaktion

Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout
Mellon Design GmbH, Augsburg

Cover

ROSE PISTOLA unter Verwendung von
theromb/Shutterstock.com

Bildnachweis

BLM: Helmut Seisenberger, Seite 3

September 2020

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 finden Sie hier

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), zuletzt geändert durch § 1 Abs. 258 der Verordnung vom 26. März 2019 (GVBl. S. 98), die die Bezeichnung der Rechtsaufsichtsbehörde in Art. 19 BayMG an die Umbenennung des Wissenschaftsministeriums anpasste.

Rundfunkstaatsvertrag

Am 1. Januar 1992 ist der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland (RStV) 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.

Am 1. Mai 2019 ist der 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 15./26. Oktober 2018 (GVBl. 2019, S. 162), in Kraft getreten, der Neuregelungen zum Telemedienangebot der herkömmlichen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten enthielt.

Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Verwaltungsratswahlsatzung

Rechtzeitig vor dem Ende der 8. Amtsperiode des Verwaltungsrats hat der Medienrat am 20. Februar 2019 die notwendigen Anpassungen für das Wahlverfahren an die geänderten Vorgaben des BayMG beschlossen. Die erweiterten gesetzlichen Anforderungen an die Sachkunde der Mitglieder des Verwaltungsrats wurden durch Satzungsrecht in das Vorschlagsverfahren für die Wahl des Verwaltungsrats implementiert.

Geschäftsordnung des Verwaltungsrats

Der nach neuem Recht gewählte Verwaltungsrat hat sich in seiner konstituierenden Sitzung am 22. November 2019 eine Geschäftsordnung für die 9. Amtsperiode (1. November 2019 bis 31. Oktober 2024) gegeben (AMBI S. 32).

Finanzierungssatzung

Die übereinstimmend von allen Landesmedienanstalten erlassene „Satzung zur Änderung der Satzung zur Deckung der notwendigen Ausgaben/Aufwendungen der Organe nach § 35 Absatz 2 des Rundfunkstaatsvertrags und zur Erfüllung der Gemeinschaftsaufgaben“ wurde im Berichtszeitraum durch übereinstimmende Änderungssatzungen angepasst. Die Bedarfsanmeldungen der Kommissionen werden künftig nicht mehr in sog. Einzelwirtschaftsplänen, sondern in einem Gesamtwirtschaftsplan darge-

stellt. Die bürgerlichrechtliche Zusammenarbeitsgesellschaft der Landesmedienanstalten (ALM GbR), die die gemeinsame Geschäftsstelle in Berlin betreibt, stellt künftig ihren Jahresabschluss nach den Grundsätzen der Kameralistik gemäß Landeshaushaltsordnung auf. Die Änderungssatzung der Landeszentrale vom 11. April 2019 (AMBI S. 6) trat zusammen mit den Änderungssatzungen der übrigen Landesmedienanstalten am 1. August 2019 in Kraft (AMBI S. 16).

Gewinnspielsatzung

Nachdem die Landeszentrale aufgrund Gesetzesänderung seit dem 1. September 2016 zuständige Aufsichtsbehörde über Telemedien nach § 59 Abs. 2 RStV geworden ist (Art. 1 Nr. 1 Ausführungsgesetz Rundfunk), sind wesentliche Gründe entfallen, die der Bayerische Verwaltungsgerichtshof in seinem Normenkontrollurteil zu Gewinnspielsatzung vom 28. 10. 2009 – 7 N 09.1377 gegen die Satzungskompetenz der Landeszentrale ins Feld geführt hatte. Zur Wiederherstellung der Übereinstimmung der bayerischen Gewinnspielsatzung mit den Gewinnspielsatzungen aller übrigen Landesmedienanstalten hat der Medienrat durch Änderungssatzung vom 13. Dezember 2019 (AMBI S. 38) die Geltung der Satzung auf Telemedien erweitert.

Jugendschutzrichtlinie

Die von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) erarbeiteten und unter den Landesmedienanstalten abgestimmten gemeinsamen Richtlinien zur Gewährleistung des Schutzes der Menschenwürde und des Jugendschutzes hat der Medienrat am 14. Dezember 2018 beschlossen. Sie sind einheitlich in allen Ländern am 15. Oktober 2019 in Kraft getreten (AMBI S. 37).

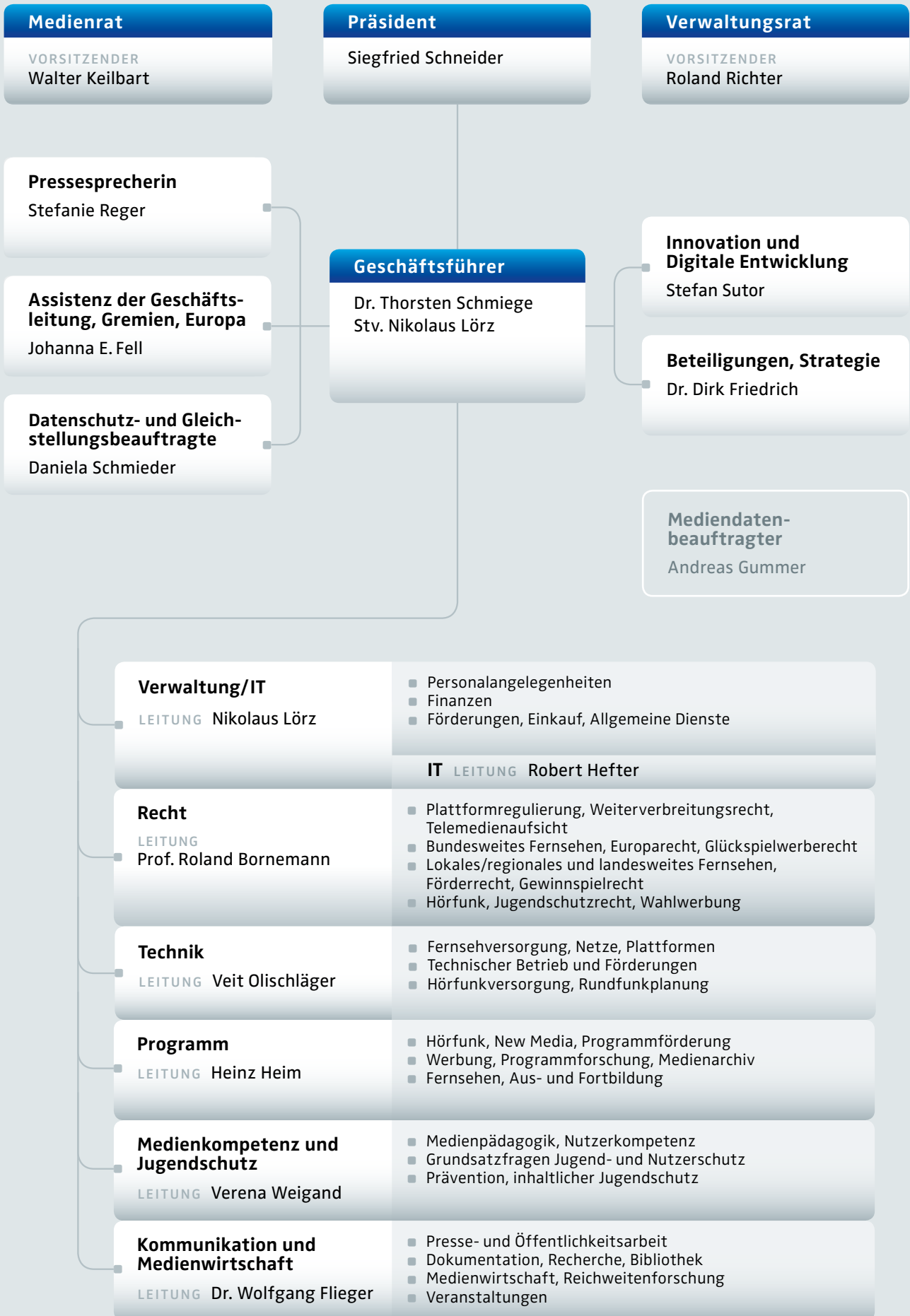
Finanzierungsbeitragsrichtlinie

§ 25 Abs. 4 Satz 6 RStV verpflichtet die Veranstalter der bundesweit verbreiteten Fernsehprogramme, die sog. Regionalfenster aufnehmen müssen, die Finanzierung der Fenster sicherzustellen. Diese in Art. 3 Abs. 3 Satz 1 BayMG mit der Befugnis der Landeszentrale zur Geltendmachung durch Leistungsbescheid aufgenommene Finanzierungsverpflichtung wird in § 15 der Rundfunksatzung näher ausgestaltet. Die Verteilung des erhobenen Finanzierungsbeitrags auf die einzelnen Fernsehfensteranbieter regelt die Finanzierungsbeitragsrichtlinie vom 15. Dezember 2017 (AMBI S. 65). Durch die Änderungsrichtlinie vom 25. Juli 2019 (AMBI S. 14) wurde die Aufteilung ab dem Jahr 2020 dahin präzisiert, dass 50 v. H. des Finanzierungsbeitrags anteilig gemäß der von ihnen jeweils selbst produzierten Sendezeit in Minuten auf die lokalen/ regionalen Fernsehfensteranbieter und 50 v. H. des Finanzierungsbeitrags nach anteiligen Reichweitenwerten gemäß einer Erhebung im Sinne des Art. 11 Abs. 2 Nr. 2 BayMG (Funkanalyse Bayern) verteilt werden.

Förderrichtlinie Funkanalyse

2019 hat die Landeszentrale ihre Beteiligung an der Funkanalyse Bayern umstrukturiert. Künftig unterstützt die Landeszentrale diese Reichweiten- und Qualitätsuntersuchung mit Fördergeldern. In der Vergangenheit war sie mit den Rundfunkanbietern zusammen als Auftraggeber der Studie aufgetreten. In Zukunft kommt sie ihrer Aufgabe, Untersuchungen und Erhebungen zu Fragen der Programminhalte, insbesondere der Qualität, der Wirtschaftlichkeit und der Akzeptanz von Rundfunkprogrammen durchzuführen (Art. 11 Abs. 2 Nr. 2 BayMG), durch eine gezielte Projektförderung der Funkanalyse Bayern nach. Die Förderrichtlinie vom 6. Juni 2019 (AMBI S. 10) trat am 1. Juli 2019 in Kraft.

Organigramm der BLM



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.

Der 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. Mit der Änderung des Bayerischen Mediengesetzes vom 20.12.2016 wurde der Medienrat auf 50 Mitglieder erweitert; seine Zusammensetzung ist 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 2019 insgesamt sieben Sitzungen ab.

Vorsitzender

- Walter Keilbart (Industrie- und Handelskammern)

Stellv. Vorsitzende

- Katharina Geiger (Evangelische kirchliche Frauenorganisationen)

Schriftführer

- Thomas Rebensburg (Komponistenorganisationen)

Bayer. Staatsregierung

- Prof. Dr. Michael Piazzolo, MdL, Staatsminister

Bayer. Landtag

- Max Deisenhofer, MdL (Bündnis 90/Die Grünen)
- Martina Fehlner, MdL (SPD)
- Michael Hofmann, MdL (CSU)
- Dr. Gerhard Hopp, MdL (CSU)
- Christian Klingen, MdL (AfD)
- Nikolaus Kraus, MdL (Freie Wähler)
- Rainer Ludwig, MdL (Freie Wähler)
- Berthold Rüth, MdL (CSU)
- Ulrike Scharf, MdL (CSU)
- Angelika Schorer, MdL (CSU)
- Stephanie Schuhknecht, MdL (Bündnis 90/Die Grünen)
- Christoph Skutella, MdL (FDP)

Katholische Kirche

- Dr. Florian Schuller

Evangelische Kirche

- Prof. Johanna Haberer

Israelitische Kultusgemeinden

- Dr. h.c. Charlotte Knobloch

Gewerkschaften

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

Bayer. Bauernverband

- Günther Felßner
- Anneliese Göller

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

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. Michael Braun

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 2019 zu insgesamt 31 Sitzungen zusammen.

Stand 31.12.2019

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 2019 zu insgesamt drei Sitzungen zusammen.

Der Verwaltungsrat (8. Amtsperiode)

Vorsitzender

- Manfred Nüssel

Stellv. Vorsitzender

- 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
- Manfred Nüssel
- Roland Richter
- Michael Sedlmair
- Achim Werner

Stand 31. 10. 2019

Der Medienrat wählte in seiner Sitzung am 23. Juli 2019 die Mitglieder für die 9. Amtsperiode des Verwaltungsrats (01. 11. 2019 – 31. 10. 2024). In der konstituierenden Sitzung am 22. November 2019 zur 9. Amtsperiode wählte der Verwaltungsrat den Vorstand neu.

Der Verwaltungsrat (9. Amtsperiode)

Vorsitzender

- Roland Richter

Stellv. Vorsitzende

- Stefanie Stalf

Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Gerd Penninger

Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

- Angela Haas
- Prof. Dr. Johannes Kreile
- Roland Richter
- Stefanie Stalf
- Susanne Wiegräfe

Stand 31. 12. 2019

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 und durch vorzeitiges Ausscheiden aus dem Amt mit Wirkung zum 30. September 2019 beendete.

Der Medienrat stimmte in seiner Sitzung am 6. Juni 2020 der Bestimmung von Dr. Thorsten Schmiege zum Geschäftsführer durch den Präsidenten für die Zeit ab 1. September 2019 für die Dauer von fünf Jahren zu.

Präsident

- Siegfried Schneider

Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Martin Gebrande (bis 30. 09. 2019)
- Dr. Thorsten Schmiege (ab 01. 09. 2019)

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 2019 insgesamt neun Sitzungen ab.



➔ Nähere Informationen über die ZAK und ihre Entscheidungen

➔ Nähere Informationen zur Arbeit der GVK

Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2019 zu drei regulären und einer Sondersitzung sowie einem Workshop zusammen.

Vorsitzende

- Cornelia Holsten (brema Bremen)

Mitglieder

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)
- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Joachim Becker (medienanstalt hessen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)
- Dr. Marc Jan Eumann (medienanstalt rlp)
- N.N. (LMS Saarland)
- Prof. Dr. Markus Heinker (SLM Sachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Stand 31. 12. 2019

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)
- Jörg Steinbach (medienanstalt hessen)
- Marleen Janew (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Elisabeth Harries (NLM Niedersachsen)
- Albrecht Bähr (medienanstalt rlp)
- Prof. Dr. Stephan Ory (LMS Saarland)
- Eva Brackelmann (SLM Sachsen)
- Markus Kurze (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Dr. Ute Zacharias (TLM Thüringen)

Stand 31. 12. 2019

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. RÄndStV 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 2019 acht Mal.

Vorsitzender

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Stellv. 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-Brandenburg)
- Joachim Becker (medienanstalt hessen)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- N.N. (LMS Saarland)
- N.N. (SLM Sachsen)

Ersatzmitglieder

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

Stand 31. 12. 2019

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 2019 zu insgesamt neun Sitzungen zusammen.

Direktoren der Landesmedienanstalten

Vorsitzende der KJM

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)
Stellvertreter: Siegfried Schneider (BLM Bayern)

1. stellvertretender Vorsitzender

- Dr. Marc Jan Eumann (medienanstalt rlp)
Stellvertreter: Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
Stellvertreterin: Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg-Schleswig-Holstein)
Stellvertreter: Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
Stellvertreter: N.N. (SLM Sachsen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
Stellvertreter: N.N. (LMS Saarland)

Vertreter der obersten Bundesbehörde

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

Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

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


Stand 31.12.2019

Die Landesmedienanstalten arbeiten zur Bewältigung grundsätzlicher und länderübergreifender Angelegenheiten in der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), der Gesamtkonferenz und der Gremienvorsitzendenkonferenz zusammen. Die Direktorenkonferenz zur Bearbeitung von Gemeinschaftsaufgaben außerhalb der Zulassungs- und Aufsichtsaufgaben im Bereich der audiovisuellen Medien besteht aus den gesetzlichen Vertretern oder Geschäftsführern der Landesmedienanstalten, an der Gremienvorsitzendenkonferenz zu grundsätzlichen Fragen nehmen die Vorsitzenden der Beschlussgremien der einzelnen Landesmedienanstalten teil. Die Gesamtkonferenz bilden die Vorsitzenden der Beschlussgremien und die gesetzlichen Vertreter oder Geschäftsführer der jeweiligen Landesmedienanstalten.

Insgesamt traten im Jahr 2019 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu drei und die DLM zu neun Arbeitssitzungen zusammen.

Den Vorsitz der DLM im Jahr 2019 hatte wie 2018 Cornelia Holsten, Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt, inne. Aus dem Kreis der Direktoren wurde je ein Beauftragter für Europaangelegenheiten (Dr. Tobias Schmid, Landesanstalt für Medien NRW) und für Haushalt (Martin Heine, Medienanstalt Sachsen-Anhalt) bestellt. Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz ist seit dem 1. Januar 2018 Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Medienkommission der Medienanstalt NRW.


Zentrales Organ aller Landesmedienanstalten zu Kernfragen der Zulassung und Kontrolle für bundesweite private Rundfunkveranstalter, der Regulierung von Plattformen sowie der Entwicklung des digitalen Rundfunks ist die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).

Die Entscheidungen der ZAK und der  DLM werden in drei Fachausschüssen vorbereitet. Es handelt sich um den Fachausschuss für Regulierung, Fachausschuss für Netze, Technik, Konvergenz sowie Fachausschuss für Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt.

Die Überprüfung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt obliegt der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK).

Zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten bundesweiten Fernsehen sowie im Internet ist die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), in der neben sechs Direktoren der Landesmedienanstalten auch sechs Vertreter von den für Jugendschutz zuständigen obersten Bundes- und Landesbehörden entsandt sind.

Der Präsident der BLM gehört als gesetzlicher Vertreter der Landeszentrale der ZAK an. Er übernahm 2019 den Vorsitz der TKLM und war Mitglied der KEK und stellvertretendes Mitglied der KJM.

Eine  **Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten** organisiert und koordiniert als zentrale Anlaufstelle die Zusammenarbeit der Landesmedien-



Eine Auflistung der Mitglieder der Organe finden Sie auf den Seiten 16–18.

Die Novellierung des Medienkonzentrationsrechts und die systematische Beobachtung der Meinungsmacht von Intermediären sind durch den Gesetzgeber dringlich zu lösende Aufgaben.

anstalten zu grundsätzlichen Fragen und bundesweit verbreiteten Angeboten, 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 Novellierung des Rechtsrahmens begleiteten die Medienanstalten das gesamte Jahr 2019 über mit Hinweisen und Stellungnahmen; die Verabschiedung des Entwurfs eines neuen Medienstaatsvertrags im November, der den geltenden Rundfunkstaatsvertrag ablösen soll, wurde von ihnen als guter Schritt in Richtung einer zukunftsgerichteten und modernen Regulierung in der konvergenten und digitalen Medienwelt begrüßt. Während die von den Landesmedienanstalten befürwortete Anzeigepflicht für neue Angebote anstelle des derzeitigen Zulassungsverfahrens noch nicht erreicht werden konnte, sind insbesondere die Vorgaben zur Regulierung von Medienplattformen und Intermediären, für die u. a. ein Diskriminierungsverbot und Transparenzvorschriften gelten werden, ein wichtiger erster Schritt zur Sicherstellung der Interessen von Anbietern und Nutzern gegenüber diesen Vermittlern. Die Novellierung des Medienkonzentration

onsrechts und die systematische Beobachtung der Meinungsmacht von Intermediären bleiben allerdings aus Sicht der Landesmedienanstalten weiterhin eine durch den Gesetzgeber dringlich zu lösende Aufgabe.

Zur Eindämmung von Hassrede, Mobbing und Extremismus im Netz, die immer stärker zunehmen, haben die Medienanstalten im Jugendschutz- und Medienkompetenzbericht aktuelle Fragestellungen und Maßnahmen erläutert. Daneben haben etliche Häuser Initiativen gestartet, in deren Rahmen in enger Zusammenarbeit unter den zuständigen Institutionen und Behörden Verstöße erfasst, bewertet und verfolgt werden, um so die Rechtsdurchsetzung im Internet, das keineswegs als rechtsfreier Raum zu sehen ist, zu forcieren. Dies dient vor allem auch Nutzern mit einem besonderen Schutzbedürfnis wie Kindern und Jugendlichen, für die aus Sicht der Medienanstalten moderne Technologien wie maschinelles Lernen eingesetzt und fortentwickelt werden müssen.

Grundsätzlich erscheint den Medienanstalten die Entwicklung einer eigenen Digitalkultur zwingend geboten, durch die medienethisches Handeln gefördert und Fehlentwicklungen im digitalen Raum begegnet werden kann. Die Medienanstalten haben hierzu vor allem die gesellschaftliche Debatte durch vielfältige Initiativen und Veranstaltungen angestoßen, da die verschiedenen technischen Mittel im Bereich des Jugendschutzes allein nicht ausreichen, sondern alle Seiten zu einem effektiven

Notwendig ist die Entwicklung einer eigenen Digitalkultur, durch die medienethisches Handeln gefördert und Fehlentwicklungen im digitalen Raum begegnet werden kann.

Die Landesmedienanstalten unterstützen das Inklusionsprojekt „TV für Alle“, das eine Übersicht über barrierefreie TV-Angebote bietet.

Schutz gefährdeter Nutzergruppen beitragen müssen. Insoweit verwiesen die Medienanstalten auch auf den Regulierungsrahmen für den Jugendmedienschutz, der wie der Rundfunkstaatsvertrag an die konvergente Medienwelt anzupassen ist.

Parallel zu diesen zukunftsorientierten Initiativen und Aktivitäten erfüllen die Medienanstalten weiter konsequent ihre Aufgaben zur Wahrung journalistischer Grundsätze und Einhaltung der Werbevorschriften des Rundfunkstaatsvertrags und genehmigten zahlreiche neue Angebote.

Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

Direktorenkonferenz (DLM)

Vorsitzende

- Cornelia Holsten
Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt (brema Bremen)

Stellvertretende Vorsitzende

- Joachim Becker (medienanstalt hessen)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)

Gremiovorsitzendenkonferenz

Vorsitzender

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

Koordinatoren der Fachausschüsse der ZAK

Fachausschuss 1 – Regulierung

- Joachim Becker (medienanstalt 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

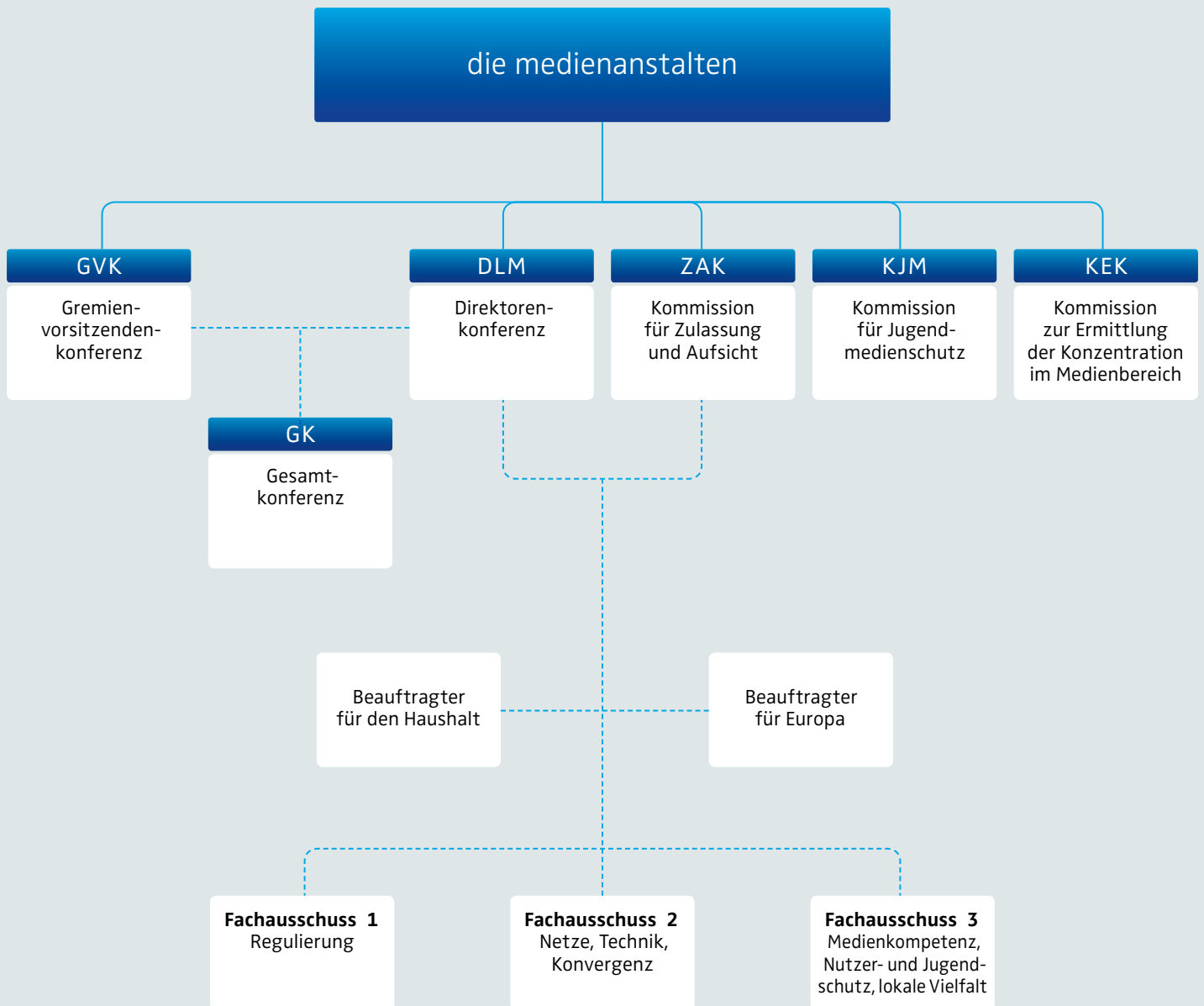
- Martin Heine
(Medienanstalt Sachsen-Anhalt)

Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

Vorsitzender

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)

Struktur der Medienaufsicht



Die Geltung der Datenschutzgrundverordnung  (DS-GVO) seit dem 25. Mai 2018 hatte maßgebliche Auswirkungen, da sich seither die meisten Rechtsfolgen im Bereich des Datenschutzes unmittelbar aus dem Europarecht ergeben. Auch wenn die DS-GVO erkennbar in weiten Teilen deutschen Datenschutztraditionen nachgebildet ist, folgt sie in vielen Feldern einer eigenen Systematik und machte schon wegen des Anwendungsvorranges des Europarechtes jedenfalls formale Änderungen in den allermeisten Rechtsbereichen notwendig, in denen bisher deutsche Datenschutzvorgaben bestanden.

Das Datenschutzrecht wurde auch für den Bereich des Rundfunks weitgehend überarbeitet. Im Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (RStV) wurde der, die grundlegenden Datenschutzvorgaben bisher enthaltende § 47 aufgehoben. Dafür wurde das Medienprivileg im neu eingefügten § 9c für den Bereich des einfachgesetzlichen Rundfunks bzw. durch eine Anpassung des § 57 für den Bereich der Telemedien neugefasst.

Der für den Datenschutz bezüglich des Rundfunks in Trägerschaft der Landeszentrale maßgebliche Artikel 20 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) wurde im Rahmen der Neufassung des Bayerischen Datenschutzgesetzes vom 22. Mai 2018 den nunmehr geltenden europarechtlichen Vorgaben angepasst.

Im Jahr 1993 war erstmals ein Beauftragter für den Datenschutz bei der Landeszentrale berufen worden, dessen Aufgabe es war, die Einhaltung der bestehenden datenschutzrechtlichen

Vorgaben hinsichtlich der BLM wie auch bei den von der Landeszentrale genehmigten Anbietern zu überwachen. Er war in der Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen (Art. 20 Abs. 3 Satz 6 BayMG a.F.) und besaß so auch bereits damals die heute europarechtlich geforderte völlige Unabhängigkeit.

Die bisherige Zuständigkeit des Datenschutzbeauftragten bei der BLM wurde aufgespalten in den Medienbeauftragten für den Datenschutz als unabhängige Datenschutzaufsicht und in einen behördlichen Datenschutzbeauftragten bei der BLM gemäß Artikel 37 DS-GVO.

Die Datenschutzbeauftragte der Landeszentrale

Seit 2018 besteht eine eigenständige behördliche Datenschutzbeauftragte bei der Landeszentrale. Sie wird nach Art. 20 Abs. 10 BayMG vom Präsidenten mit Zustimmung des Verwaltungsrats benannt.

Die behördliche Datenschutzbeauftragte der BLM hat im Jahr 2019 alle Mitarbeiter der Landeszentrale zur neuen Datenschutzgrundverordnung in Präsenzseminaren sensibilisiert. Zudem wurden die wesentlichen Prozesse an die neuen Anforderungen der DS-GVO angepasst.

Der Medienbeauftragte für den Datenschutz

Der Medienbeauftragte für den Datenschutz stellt nach dem ausdrücklichen Wortlaut des BayMG (Art. 20 Abs. 1 bis 9) die zuständige Aufsichtsbehörde im Sinn des Artikel 51 DS-GVO dar. Ihm werden

Die bisherige Zuständigkeit des Datenschutzbeauftragten bei der BLM wurde aufgespalten in den Medienbeauftragten für den Datenschutz als unabhängige Datenschutzaufsicht und in einen behördlichen Datenschutzbeauftragten bei der BLM.

die für solche Institutionen nach den Artikeln 57 und 58 DS-GVO vorgesehenen Aufgaben und Befugnisse zugewiesen.

Die Zuständigkeiten des Medienbeauftragten für den Datenschutz beziehen sich auf die BLM, ihre Beteiligungsunternehmen, an denen die Landeszentrale zu mindestens 50 Prozent beteiligt ist und deren Geschäftszweck im Aufgabenbereich der Landeszentrale nach Artikel 11 BayMG liegt, und auf die Anbieter. Der Medienbeauftragte für den Datenschutz überwacht bei diesen Stellen die Einhaltung der Vorgaben des Datenschutzrechts. Sein sektorspezifischer Zuständigkeits- und Aufsichtsbereich ist dort aber nicht auf die Überwachung der Einhaltung der speziell für den Medienbereich geltenden Datenschutzvorschriften beschränkt (vgl. hierzu insbesondere die Vorgaben zum sogenannten Medienprivileg des Artikel 85 DS-GVO). Er ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen. Er unterliegt keiner Rechts- oder Fachaufsicht. Näheres zu seiner Stellung ist in Absatz 1 bis 9 Art. 20 BayMG sowie in der von der Landeszentrale erlassenen „Satzung über den Medienbeauftragten für den Datenschutz nach dem Bayerischen Mediengesetz“ vom 23. November 2018 (AMBI 2018, S. 20) geregelt.

Um den veränderten gesetzlichen Anforderungen im Bereich des Rundfunkdatenschutzes gerecht werden zu können, wurde das Team des Mediendatenbeauftragten weiter ausgebaut und umfasst Ende 2019 5,5 Planstellen.

Für die Aufsichtstätigkeit des Medienbeauftragten für den Datenschutz waren vor allem die Urteile des EuGH und des BGH zu Fragen der gemeinsamen Verantwortlichkeit (Facebook Fanpages) sowie zur Einbindung sogenannter „Social Media Plugins“ (Fashion ID) und zur Einwilligung in Cookies auf Websites (Planet 49) relevant und sind es immer noch. Auch die von der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder (DSK) im März 2019 veröffentlichte [➔ Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden](#) für die Anbieter von Telemedien war im Berichtszeitraum zentral, da deren Inhalte die Grundlage für die für das Jahr 2020 geplante Workshopreihe für die Anbieter sind. Neben Anfragen zum Thema der konkreten Aufsichtszuständigkeit bei Anbietern mit inländischen Tochterunternehmen (One Stop Shop), zur Erstellung von Datenschutzerklärungen und zum Medienprivileg war vom Team des Medienbeauftragten für den Datenschutz eine bis dahin nicht gekannte Masse von Datenschutzbeschwerden und Kontrollanregungen zu bearbeiten, beispielsweise zu Auskunftsansprüchen, dem Recht auf Datenlöschung, Verschlüsselung und Tracking Tools. Daneben war eine Vielzahl gemeldeter Datenpannen zu verzeichnen. Diese bildeten den Hauptteil der Aufsichtstätigkeiten und bezogen sich u. a. auf die Themen Phishing, Abhandenkommen und Verfälschen von Bankdaten, Fehlversand, offene Emailverteiler sowie den neuen Emotet Trojaner.

I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM (Höhe der Beteiligung)

- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH (61%)
- Bayerische Medientechnik GmbH (90%)
- Medien.Bayern GmbH (100%)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8%)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9%)

II Mitgliedschaften der BLM

- Akademie der bayerischen Presse e.V., München
- Akademie für Neue Medien Kulmbach e.V.
- 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 e.V.
- 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 TV-Plattform e.V., Frankfurt
- DVB-Projekt, Genf
- Institut für Europäisches Medienrecht e.V., Saarbrücken
- World DAB-Forum
- EPRA european platform of regulatory authorities, Straßburg

IV Stiftungen

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

Hörfunk

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

Lokaler Hörfunk

64 Lokalradioprogramme konnten Ende 2019 aufgrund einer Genehmigung der Landeszentrale über UKW empfangen werden.

Darüber hinaus waren über die elf lokalen/regionalen DAB-Ensembles in Bayern insgesamt 67 (Vorjahr 61) private Programmangebote digital terrestrisch auf Sendung, zwei davon – Mega Radio und Mega 80's – in mehr als einer Region.

16 Programme wurden originär, also ausschließlich, über DAB+ verbreitet. 51 Programme waren simulcast über UKW empfangbar, wobei sich einige digitale Programme auch UKW-Frequenzen teilen: Radio Z sendet mit Star FM in Nürnberg im UKW und in München teilen sich Radio Lora, Radio Feuerwerk, CRM, Radio München und Radio Horeb die UKW-Frequenz 92,4 MHz.

Landesweiter Hörfunk

Das private Radioprogramm Antenne Bayern wird in Bayern landesweit über 43 UKW Frequenzen sowie über das DAB-Netz 11D verbreitet und zusätzlich in alle bayerischen Kabelnetze eingespeist.

Landesweit über DAB+ waren Ende 2019 neben Antenne Bayern mit Rock Antenne, Absolut HOT, ego FM, Radio Teddy und Arabella Kult fünf weitere private Radioprogramme empfangbar.

Bundesweiter Hörfunk

Satellit

Bundesweit über Satellit senden fünf von der Landeszentrale genehmigte Anbieter: absolut relax, Antenne Bayern, egoFM, Radio Horeb sowie Rock Antenne.

DAB

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

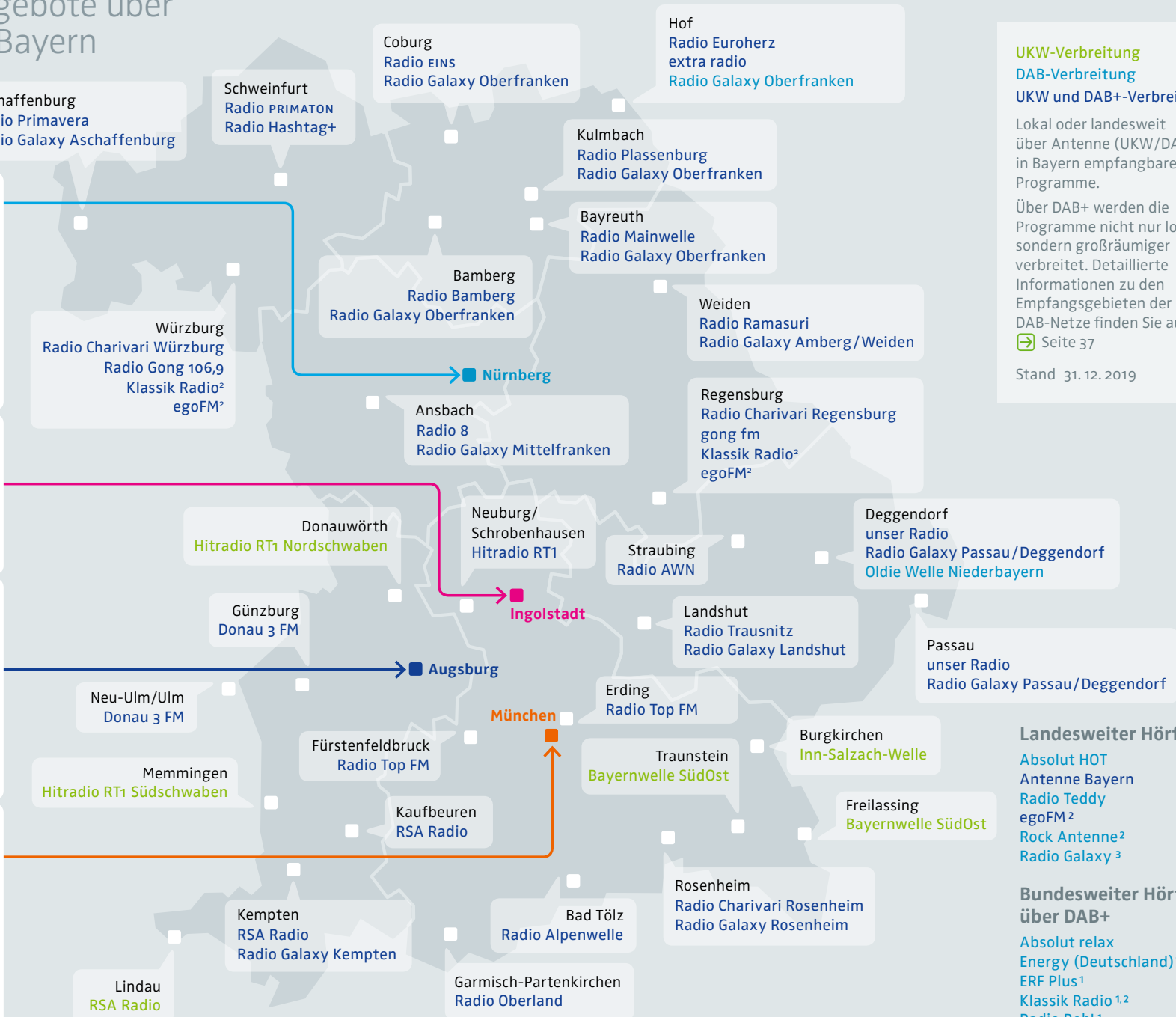
Internet

Hörfunkprogramme die im sogenannten Streamingverfahren verbreitet werden und 500 oder mehr Hörern technisch zugänglich sind, sind seit 2009 nicht mehr zulassungs-, sondern nur noch anzeigepflichtig, sofern sie ausschließlich im Internet verbreitet werden. Für diese verpflichtend anzuzeigenden Programme liegt die Programmaufsicht bei der Landeszentrale. Weitere Programme haben ihren Sendebetrieb freiwillig angezeigt.

Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern

Lokaler Hörfunk

Nürnberg Max Neo Charivari 98,6 egoFM ² Energy Nürnberg Hit Radio N1 Klassik Radio ²	MEGA Radio Mein Lieblingsradio Pirate Radio Radio F Radio Gong 97,1 Radio Z Star FM Ngo..4Beat
Ingolstadt MEGA Radio Mega Radio 80s Radio Galaxy Ingolstadt Radio IN	
Augsburg egoFM ² Fantasy lounge Hitradio RT1 Klassik Radio ² MEGA Radio Mega Radio 80s Radio Augsburg	Radio Fantasy Radio Fantasy Classix Radio Schwaben ⁴ Rock Antenne ² Smart Radio
München 95.5 Charivari M94.5 Digital Classix egoFM ² Energy München Klassik Radio ² LORA/Radio Feierwerk/CRM Rock Antenne ²	MEGA Radio Münchner Kirchenradio Radio 2Day Radio Arabella Radio Gong 96,3 Radio Horeb München Radio München Radio Top FM



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

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

Über DAB+ werden die Programme nicht nur lokal sondern großräumiger verbreitet. Detaillierte Informationen zu den Empfangsgebieten der DAB-Netze finden Sie auf [Seite 37](#)

Stand 31.12.2019

Landesweiter Hörfunk

Absolut HOT
 Antenne Bayern
 Radio Teddy
 egoFM²
 Rock Antenne²
 Radio Galaxy³

Bundesweiter Hörfunk über DAB+

Absolut relax
 Energy (Deutschland)¹
 ERF Plus¹
 Klassik Radio^{1,2}
 Radio Bob!¹
 Radio Horeb²
 Schlagerparadies¹
 Schwarzwaldradio¹
 sunshine live¹

1 Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt
 2 Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY (→ s.a. Seite 36)
 3 Wird nur in den DAB+-Netzen Augsburg und München verbreitet
 4 Verbreitung auch im DAB+-Netz Allgäu

**Spartenanbieter
und Zulieferer ⁽²⁾
bei folgenden Anbietern**

Bundesweiter Hörfunk

Antenne Bayern

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

egoFM

- Bayerischer Jugendring ⁽²⁾

Lokaler Hörfunk

Radio 8, Ansbach

- Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg ⁽²⁾
- Evangelisch-Lutherisches Dekanat Ansbach ⁽²⁾

Radio Galaxy Mittelfranken, Ansbach

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Primavera Aschaffenburg

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

Radio Galaxy Aschaffenburg

- Stadtjugendring Aschaffenburg
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Hitradio RT1, Augsburg

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

Radio Fantasy, Augsburg

- Kanal C

Radio Alpenwelle, Bad Tölz

- Sankt Michaelsbund e. V. ⁽²⁾
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Bamberg

- Erzbistum Bamberg Hörfunkredaktion
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Oberfranken

- Akademie für neue Medien Kulmbach ⁽²⁾
- Bezirksjugendring Oberfranken
- Universität Bayreuth ⁽²⁾

Radio Mainwelle, Bayreuth

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Galaxy Ingolstadt

- Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Radio Pegasus) ⁽²⁾

Radio Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen

- Radio Regenbogen
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾
- Kath. Radiobüro des Bistums Passau ⁽²⁾

Radio Eins, Coburg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

unser Radio, Deggendorf/Passau

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Hitradio RT1 Nordschwaben, Donauwörth

- Sankt Ulrich Verlag GmbH ⁽²⁾

Bayernwelle Südost, Freilassing/Traunstein

- Ensemble am Chiemsee GmbH ⁽²⁾
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V.
- Watzmann-Saalach-Welle ⁽²⁾

Radio TopFM, Fürstenfeldbruck

- Sankt Michaelsbund e.V.

Radio Oberland, Garmisch-Partenkirchen

- Sankt Michaelsbund e. V. ⁽²⁾
- Sankt Ulrich Verlag GmbH ⁽²⁾

Donau 3 FM, Günzburg

- Christlicher Rundfunk Günzburg e. V.

Radio Euroherz

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

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.

RSA Radio, Kempten

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Plassenburg, Kulmbach

- Akademie für Neue Medien e. V. ⁽²⁾
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾

Radio Trausnitz, Landshut

- Sankt Michaelsbund e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ⁽²⁾





Hitradio RT1, Memmingen

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

95,5 Charivari, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Radio Arabella, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Charivari 98,6, Nürnberg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

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) ^(Z)

Radio F

- Jazzstudio Nürnberg e. V.
- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)
- Kath. Radioredaktion der Diözese Regensburg ^(Z)

gong fm, Regensburg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari Rosenheim

- Ensemble am Chiemsee GmbH
- Radio Regenbogen
- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Radio Galaxy Rosenheim

- Radio Regenbogen
- Bezirksjugendring Oberbayern ^(Z)
- Kreisjugendring Mühldorf am Inn ^(Z)
- Q3 – Quartier für Medien.Bildung. Abenteuer ^(Z)

Radio PRIMATON, Schweinfurt

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

Radio AWN, Straubing

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)
- Hochschule Deggendorf ^(Z)
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg ^(Z)

Radio Ramasuri, Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)
- Kath. Rundfunkredaktion der Diözese Regensburg ^(Z)

Radio Galaxy Amberg/Weiden

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Radio Charivari Würzburg

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

Radio Gong, Würzburg

- Evang. Presseverband für Bayern e. V. ^(Z)

Genehmigungen

Neuorganisationen/ Neugenehmigungen

■ Digitaler Hörfunk Regional

□ Augsburg: rt1 relax

Auf die im November 2018 erfolgte Ausschreibung einer Kapazität mit 54 Capacity Units (CU) in dem DAB+-Versorgungsgebiet Augsburg (Block 9C), gingen vier Bewerbungen ein. Befristet bis zum 1. Februar 2029 zugewiesen wurden die Übertragungskapazitäten dem Angebot rt1 relax. Der Medienrat genehmigte damit ein weiteres Programmangebot der rt1 Digital Broadcast GmbH. Das Programm rt1 relax, das auch als Webstream auf www.rt1.de verbreitet wird, richtet sich als 24-Stunden-Vollprogramm im Soft-AC-Musikformat an eine erwachsene Zielgruppe zwischen 25 und 59 Jahren im Großraum Augsburg und Bayerisch-Schwaben. Das Musikprogramm ist nahtlos gemixt und sendet Balladen und Soft-Pop-Titeln der 70er Jahre bis heute.

□ Nürnberg: N90...4beat/Pirate Radio

Im Februar 2019 schrieb die Landeszentrale zwei Kapazitäten mit jeweils 66 CU in dem DAB-Versorgungsgebiet Nürnberg (Block 10C) aus. Auf die Ausschreibung gingen drei Bewerbungen ein, wobei schließlich der Funkhaus Nürnberg Studiobetriebs-GmbH die Verbreitung der Hörfunkangebote N90...4 beat und Pirate Radio in dem Versorgungsgebiet genehmigt und die Kapazitäten bis zum 6. Juni 2029 zur Nutzung zugewiesen wurden.

Insbesondere „N90...4 beat“ unterscheidet sich dabei mit seinem internationalen Hip-Hop-Programm von den vorhandenen Hörfunkangeboten und erhöht die Programmvierfalt im Versorgungsgebiet. Zudem stellt das Angebot durch die Ausstrahlung themenbezogener Lokal-News mit Veranstaltungstipps aus der Region und durch die Präsentation fränkischer Künstler einen besonderen Bezug zum Versorgungsgebiet Nürnberg her.

Bei Pirate Radio handelt es sich um ein bereits bekanntes und bewährtes Hörfunkangebot, das durch sein 24-Stunden-Nonstop-Musikprogramm mit Spezialisierung auf Indie, Grunge und Alternative Rock das musikalische Programmangebot erweitert.

□ Ingolstadt:

Hoamatwelle/Radio IN Oldiewelle

Nach der Insolvenz der Funkhaus Pfaffenhofen GmbH schrieb die Landeszentrale am 16. August 2019 die Nutzung zweier Kapazitäten im Versorgungsgebiet Ingolstadt (Block 11A) aus. Um zur Verbesserung der Versorgungsquoten für das lokale DAB- Versorgungsgebiet Ingolstadt einen erhöhten Fehlerschutz (EEP 2A) einsetzen zu können, wurden nur zwei der ursprünglich sechs Kapazitäten neu belegt. Von den drei Bewerbern setzten sich die Angebote Hoamatwelle der Schwany Media sowie Radio IN Oldiewelle der Funkhaus Ingolstadt GmbH & Co. KG durch.

Beiden wurde eine Datenkapazität von 72 CU befristet bis zum 13. Dezember 2029 zur Nutzung zugewiesen.

Das Programm Hoamatwelle bietet einen Musikmix aus 40 Prozent Blasmusik, 30 Prozent echter Volksmusik, 25 Prozent volkstümlicher Musik und 5 Prozent Schlager und wird durch aktuelle Nachrichten und Informationen aus der Region ergänzt.

Die in der Anbietergemeinschaft Funkhaus Ingolstadt GmbH & Co. KG zusammengeschlossenen Anbieter verbreiten bereits die Hörfunkangebote Radio IN und Radio Galaxy Ingolstadt lokal über UKW sowie im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Ingolstadt. Das nun zusätzlich über DAB+ verbreitete Programm Radio IN Oldiewelle richtet sich mit seinem Programm an die ältere Zielgruppe der Hörer ab 50 und bietet ein oldie-orientiertes Musikformat mit internationalen und deutschen Pop- und Schlager-Titeln aus der Zeitspanne von den 60er bis Ende der 80er Jahren. Die Musik wird über die Funkhaus-Passau GmbH & Co.KG bezogen, die schon das Programm Oldiewelle Niederbayern ausstrahlt.

□ Voralpen: Radio BUH | Alpin FM

Auf die Ausschreibung der Landeszentrale vom März 2019 von zwei Kapazitäten in dem DAB-Versorgungsgebiet Voralpen (Block 7A) gingen fünf Bewerbungen ein. Der Medienrat wies dem Programmangebot Radio BUH der Radio Buh GmbH eine Datenkapazität von 80 CU und dem Programmangebot Alpin FM der Alpin FM GbR eine Datenkapazität von 96 CU jeweils befristet bis zum 6. Juni 2029 zur Nutzung zu.

Radio BUH ist ein nichtkommerzielles Bürgerradio mit einer gemeinnützigen Ausrichtung, dessen Ziel nicht die Errei-

chung von Gewinnen, sondern lediglich ein kostendeckender Sendebetrieb ist. Radio BUH gibt vor allem jungen, noch unbekanntem Künstlern eine Plattform und bildet die bayerische Musikszene im Programm ab. Ein wichtiger Bestandteil im Programm von Radio BUH sind zudem medienpädagogische Sendungen mit Kindern und Jugendlichen.

Bei Alpin FM handelt es sich um ein musikorientiertes 24-Stunden-Vollprogramm für die Voralpenregion, das sich an Hörer im Alter zwischen 29 und 59 Jahren richtet. Musikalisch liegt der Schwerpunkt auf aktueller Musik aus Bayern (Neue Volksmusik/Alpenpop), ergänzt durch Austropop-Titel und bayerische Klassiker von den 70er Jahren bis heute. Das regionale Wortprogramm orientiert sich am aktuellen Geschehen im Voralpenland und wird in Zusammenarbeit durch Lokalredaktionen in Garmisch-Partenkirchen, Bad Tölz, Rosenheim sowie Freilassing erstellt.

□ Allgäu: Radio Schwaben

Mit Bescheid vom 6. Juli 2018 wurde der WarenZeichen Medien UG die Verbreitung des Programmangebots Radio Schwaben im DAB-Versorgungsgebiet Augsburg 9C genehmigt und eine Datenkapazität von 60 CU befristet bis zum 1. August 2028 zur Nutzung zugewiesen.

Im DAB-Netz Augsburg 9C bestanden für die Region Schwabmünchen technische Defizite, wodurch das Angebot in der Stadt Schwabmünchen nur mobil und nicht flächig in den Gebäuden empfangen werden konnte. Auf einen entsprechenden Antrag hin wurde für die zusätzliche

zeitgleiche Verbreitung des unveränderten Hörfunkangebots Radio Schwaben eine Datenkapazität von 60 CU im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Allgäu 8B bis zur Inbetriebnahme des DAB+-Füllsenders Markt Wald im Versorgungsgebiet Augsburg 9C zur Nutzung zugewiesen.

Verlängerung von Kapazitätszuweisungen

Nach Art. 26 Abs. 2 Satz 2 BayMG werden Genehmigungen unbefristet erteilt. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten erfolgt jedoch befristet. Verlängert wurden die folgenden Zuweisungen:

■ Digitaler Hörfunk regional

□ Augsburg

Kapazitätszuweisung bis 28. Februar 2030

- ➔ Hitradio RT1
- ➔ rt1 in the mix
- ➔ Mega Radio
- ➔ Mega 80s
- ➔ Smart Radio
- ➔ Radio Augsburg
- ➔ Radio Fantasy Lounge
- ➔ Radio Fantasy

□ Schweinfurt

Kapazitätszuweisung bis 31. Juli 2029

- ➔ Radio Primaton

□ Memmingen

Kapazitätszuweisung bis 31. September 2029

- ➔ Hitradio RT1 Südschwaben

■ Digitaler Hörfunk landesweit

Kapazitätszuweisungen bis 30. April 2020 (übergangsweise)

- ➔ Antenne Bayern
- ➔ Rock Antenne

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2029

- ➔ Absolut HOT

■ Bundesweiter Hörfunk

- UKW-Stützfrequenzen (München 107,2 MHz, Augsburg 92,2 MHz, Regensburg 91,1 MHz, Würzburg 92,1 MHz und Nürnberg 105,1 MHz)

Kapazitätszuweisungen bis 30. Juni 2025

- ➔ Klassik Radio

Erlöschen der Rechte aus Genehmigungen / Kapazitätszuweisung

■ Funkhaus Pfaffenhofen

Der Landeszentrale wurde im Juli 2019 mitgeteilt, dass die Funkhaus Pfaffenhofen GmbH Insolvenz angemeldet hatte. Den Sendebetrieb ihrer sechs über DAB+ verbreiteten Programme Radio Ilmwelle, PN Eins Dance, Ilmwelle Schlager, Ilmwelle 90s, Ilmwelle Event und PN Eins Urban im DAB-Netz Ingolstadt (11A) stellte die Funkhaus Pfaffenhofen GmbH am 13. August 2019 aus wirtschaftlichen Gründen ein.

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

■ **Antenne Bayern**

Seit August 2019 ist Helmut Markwort nicht mehr geschäftsführender Alleingesellschafter der Medienpool GmbH, die als Anbieterin an der Anbietergesellschaft Antenne Bayern GmbH & Co. KG mit 7 Prozent beteiligt ist. Herr Markwort hat Anteile an seinen Sohn Moritz Markwort (2 Prozent) und Dr. Christoph Freiherr von Hutten zum Stolzenberg (3 Prozent) überschrieben. Während der Mitgliedschaft von Herrn Markwort im Bayerischen Landtag und im Rundfunkrat des BR wird ausschließlich der Gesellschafter und Mitgeschäftsführer Dr. Freiherr von Hutten zum Stolzenberg den Geschäftsbereich Antenne Bayern übernehmen.

■ **Radio Arabella**

Die Landeszentrale genehmigte der HeronMedia Werbegesellschaft mbH die Fortführung der Anbietertätigkeit der HeronMedia Werbegesellschaft mbH / Hermann Mayer GbR nach dem Tod des Gesellschafters Professor Hermann Mayer.

Technische Verbreitung


9,74 Mio.

Lokale DAB-Programme konnten 2019 von insgesamt 9,74 Mio. Einwohnern – und damit rd. 1,5 Mio. mehr als im Vorjahr – in Bayern empfangen werden.

Digitaler Hörfunk (DAB)

Auf Basis der Kooperationsvereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) aus dem Jahr 2016 werden in den Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken sowie Oberpfalz und Niederbayern 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 die freien Kapazitäten in den regionalen Netzen des BR für private Hörfunkanbieter angemietet.

Die BDR betreibt sechs lokale bzw. regionale DAB-Netze in Bayern. In den Regionen München, Nürnberg, Augsburg und Ingolstadt stellt die BDR den Betrieb der DAB-Netze schon seit über 10 Jahre für die Verbreitung von privaten Hörfunkprogrammen sicher.

Im April 2019 nahm die BDR den Regelbetrieb im DAB-Netz Allgäu 8B mit zunächst zwei Sendern (Grünten und Memmingen) auf. Bis Ende 2019 wurden für dieses DAB-Netz zwei weitere Sendeanlagen (Markt Wald und Pfronten) in Betrieb genommen.

Der Start im DAB-Netz Voralpen erfolgte Anfang Juli 2019. Das DAB-Netz bestand Ende 2019 aus den Sendeanlagen Wendelstein, Herzogstand, Oberammergau und Hohenpeißenberg.

■ Lokales Digitalradio

Über die neun lokalen/regionalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Unterfranken, Mittelfranken, Oberfranken, Oberpfalz und Niederbayern wurden Ende 2019 insgesamt 67 lokale Programme verbreitet, zwei davon – Mega Radio und Mega 80's – in mehr als einer Region. Insgesamt konnten ca. 9,74 Mio. Hörer (Vorjahr 8,25 Mio.) in Bayern lokale Digitalradioprogramme in Indoor-Qualität empfangen. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum Stand 31. Dezember 2019 können den Tabellen auf Seite 37 entnommen werden.

■ Landesweites Digitalradio

Landesweite Digitalradioprogramme konnten Ende 2019 von 12,01 Mio. Einwohnern in Bayern (Vorjahr 11,65 Mio.) in Indoor-Qualität empfangen werden. Das entspricht ca. 92 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. Die vier weiteren landesweit ausgestrahlten privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Absolut HOT, egoFM und Radio Teddy werden über die Sendernetze Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern 7D, Oberpfalz 6C und Oberbayern/Schwaben 10A verbreitet.

■ Bundesweites Digitalradio

Am 1. August 2011 startete der bundesweite DAB+ Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2019 waren 139 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 95 Prozent der Fläche Deutschlands, 92 Prozent der Bevölkerung können dieses Netz zuhause empfangen.

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2019 von ca. 9,91 Mio. Einwohnern (Vorjahr 9,35 Mio.) zuhause bzw. von 12,31 Mio. Einwohnern (11,89 Mio.) 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

Am 4. November 2019 wurde die UKW-Sendeanlage Schweinfurt 87,7 MHz für Radio Hashtag+ in Betrieb genommen. Damit waren für Lokalradio in Bayern Ende 2019 insgesamt 193 terrestrische UKW-Frequenzen in Betrieb.

Damit war es unverändert 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 über UKW 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 in der Regel die Lokalradios in ihrem Sendegebiet auch über Kabel digital zu empfangen.

Ende 2019 wurden fast alle lokalen UKW-Programme simulcast auch über DAB verbreitet. Für die lokalen Hörfunkprogramme Bayernwelle Südost und Radio ISW erfolgt die zusätzliche Verbreitung über DAB bis Ende 2020.

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 fast allen bayerischen Kabelnetzen digital eingespeist und über das DAB-Netz Bayern 11D landesweit digital terrestrisch verbreitet (siehe oben Seite 35).

Technische UKW-Stützfrequenzen

Die bundesweiten Hörfunkprogramme egoFM, Klassik Radio und Rock Antenne können über den Satelliten ASTRA (19,20 Ost) sowie landesweit über DAB und digital über viele bayerische Kabelnetze empfangen werden. Darüber hinaus werden sie in Bayern auch über UKW terrestrisch ausgestrahlt: ego FM über 7, Klassik Radio über 5 und Rock Antenne über 2 UKW-Frequenzen.

Technische Reichweite der DAB+-Netze

DAB+ Nürnberg, Kanal 10C

Bezug: Planungsregion Nürnberg	
Indoor	ca. 80% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 94% Straßenabdeckung

DAB+ Ingolstadt, Kanal 11A

Bezug: Planungsregion Ingolstadt	
Indoor	ca. 73% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 95% Straßenabdeckung

DAB+ Augsburg, Kanal 9C

Bezug: Planungsregion Augsburg	
Indoor	ca. 71% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99% der Bevölkerung
Mobil	ca. 99% Straßenabdeckung

DAB+ München, Kanal 11C

Bezug: Planungsregion München	
Indoor	ca. 74% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 92% der Bevölkerung
Mobil	ca. 85% Straßenabdeckung

DAB+ Unterfranken, Kanal 10A

Bezug: Regierungsbezirk Unterfranken	
Indoor	ca. 81% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 95% der Bevölkerung
Mobil	ca. 92% Straßenabdeckung

DAB+ Oberfranken, Kanal 10B

Bezug: Regierungsbezirk Oberfranken	
Indoor	ca. 83% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung

DAB+ Mittelfranken, Kanal 8C

Bezug: Regierungsbezirk Mittelfranken	
Indoor	ca. 97% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99% der Bevölkerung
Mobil	ca. 98% Straßenabdeckung

DAB+ Oberpfalz, Kanal 6C

Bezug: Regierungsbezirk Oberpfalz	
Indoor	ca. 80% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 96% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung

DAB+ Niederbayern, Kanal 7D

Bezug: Regierungsbezirk Niederbayern	
Indoor	ca. 75% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 93% der Bevölkerung
Mobil	ca. 93% Straßenabdeckung

DAB+ Allgäu, Kanal 8B

Bezug: Region Allgäu + Region Donau Iller	
Indoor	ca. 56% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 84% der Bevölkerung
Mobil	ca. 89% Straßenabdeckung

DAB+ Voralpen, Kanal 7A

Bezug: Region 17 und Region 18	
Indoor	ca. 53% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 71% der Bevölkerung
Mobil	ca. 71% Straßenabdeckung

Lokale/regionale DAB+-Netze in Bayern



Stand 31.12.2019

DAB+ Bayern, Kanal 11D

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 92% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung

DAB+ Bayern, aggregierte Kanäle UFr. 10A, OFr. 10B, MFr. 8C, OBay.-Schw. 10A, NBay. 7D, OPf. 6C

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 91% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung


DAB+ Deutschland, Kanal 5C

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 76% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 95% der Bevölkerung
Mobil	ca. 92% Straßenabdeckung

Reichweiten und Akzeptanz

Funkanalyse Bayern

- **Hörfunknutzung**

Nach den Ergebnissen der  **Funkanalyse Bayern 2019** erreichen die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 26,7 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich knapp 3 Mio. Hörer. Der lokale Hörfunk hat damit etwas weniger tägliche Hörer als Antenne Bayern mit 28,9 Prozent (3,21 Mio.). Das landesweite private Radioprogramm erzielt damit die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme im Jahr 2019 knapp vor Bayern 1 mit 28,5 Prozent (3,16 Mio. Hörer).

Insgesamt hören 85,5 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren im Jahr 2019 an einem durchschnittlichen Werktag Radio. Die durchschnittliche Hördauer bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren in Bayern liegt bei 238 Minuten.

Mit 31,1 Prozent hat laut Funkanalyse Bayern 2019 beinahe jeder dritte ab 14-Jährige in Bayern mittlerweile Zugang zu mindestens einem DAB+-Empfangsgerät. 18,6 Prozent der bayerischen Bevölkerung geben an, an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche Digitalradio über DAB+ zu hören. Die Tagesreichweite für Webradio liegt bei 13,3 Prozent.



3 Mio.

Die bayerischen Lokalradios erreichen 2019 an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 2,96 Millionen Hörer.



Beinahe jeder dritte ab 14-Jährige in Bayern hat Zugang zu DAB+



Die Privatradios in Bayern erreichen täglich mehr als die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern.

Tagesreichweite Hörfunk 2012–2019 in Bayern

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Radiohören gesamt	89,3	87,5	88,7	86,2	87,8	86,8	86,3	85,5
Bayerische Lokalsender gesamt	29,6	29,5	28,8	28,4	30,5	29,0	29,2	26,7
Antenne Bayern	34,2	35,2	35,3	33,1	31,0	30,0	28,4	28,9
Rock Antenne gesamt	1,4	1,3	1,7	2,2	2,0	3,4	3,6	3,9
Radio Galaxy gesamt	3,1	2,9	3,1	3,0	3,0	3,2	2,6	2,5
Klassik Radio	1,8	2,0	1,8	1,4	1,6	2,2	2,0	1,9
egoFM	1,1	1,1	1,7	1,5	1,3	1,4	1,2	1,4
Bayerische Privatsender gesamt	55,4	56,0	56,2	54,4	54,8	53,2	52,4	51,1
Bayern 1	29,9	27,1	27,6	27,5	29,1	29,1	29,5	28,5
Bayern 2	4,0	4,7	4,6	5,2	4,9	5,2	5,3	5,1
Bayern 3	22,8	21,7	23,5	21,8	23,0	21,7	22,4	22,1
BR Klassik	1,9	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	2,1	2,2
B 5 aktuell	5,9	5,5	6,5	6,7	6,2	6,4	6,1	6,8
Bayerischer Rundfunk gesamt	52,6	49,8	52,1	50,3	52,6	51,6	53,2	51,8

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
Quelle: Funkanalyse Bayern 2012–2019

An den Großstadtstandorten (Städte über 100.000 Einwohnern ohne die Ballungsräume München und Nürnberg) belegt Radio Gong Würzburg mit 23,2 Prozent den Spitzenplatz vor Hitradio RT1 in Augsburg mit 18,5 Prozent. Im Ballungsraum Nürnberg erreicht Hit Radio N1 mit 14,0 Prozent die meisten Hörer, gefolgt von Radio F/Radio Franken mit einer Tagesreichweite von 13,7 Prozent.

Im Stereoempfangsgebiet München belegt Radio Gong 96.3 mit einer Tagesreichweite von 15,5 Prozent vor Radio Arabella mit 14,0 Prozent den Spitzenplatz. Das auf die junge und junggebliebene, urbane Bevölkerung ausgerichtete Programm egoFM, das in München, Nürnberg, Augsburg, Regensburg und Würzburg auch über UKW empfangen werden kann, erreicht dort durchschnittlich 4,7 Prozent der 14- bis 39-Jährigen.

Unter den Lokalradios an Einfrequenzstandorten erzielt Radio Oberland in Garmisch-Partenkirchen/Weilheim mit 20,5 Prozent die anteilig höchste Tagesreichweite, gefolgt von Hitradio RT1 Nordschwaben mit 18,6 Prozent. An den Standorten mit einer Radio Galaxy-Zweitfrequenz ist Radio Plassenburg in Kulmbach mit 29,6 Prozent Spitzenreiter.

In seinen Verbreitungsgebieten erreicht das Jugendprogramm Radio Galaxy täglich 21,5 Prozent der 14- bis 29-Jährigen. Bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren erzielt Radio Galaxy Ansbach mit 18,5 Prozent die höchste Reichweite aller Radio Galaxy-Stationen vor Radio Galaxy Ingolstadt mit 13,9 Prozent und Radio Galaxy Bamberg mit 13,7 Prozent.

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2019 nach Altersgruppen

	gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	85,5	75,9	87,9	88,3
Bayerische Lokalsender gesamt	26,7	29,3	31,8	22,4
Antenne Bayern	28,9	32,8	38,7	21,0
Rock Antenne gesamt	3,9	5,0	6,2	2,0
Radio Galaxy gesamt	2,5	5,4	3,1	0,8
Klassik Radio	1,9	1,5	1,6	2,3
egoFM	1,4	1,9	3,1	0,2
Bayerische Privatsender gesamt	51,1	55,2	62,7	41,8
Bayern 1	28,5	12,9	19,4	41,3
Bayern 2	5,1	2,3	5,3	6,2
Bayern 3	22,1	27,7	27,6	16,2
BR Klassik	2,2	1,2	1,1	3,3
B 5 aktuell	6,8	3,5	7,5	7,9
Bayerischer Rundfunk gesamt	51,8	39,0	46,6	60,8

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2019

■ 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 2018 wiederum, dass den bayerischen Privatprogrammen nach wie vor eine führende Kompetenz in zahlreichen wichtigen Bereichen zuerkannt wird:

So geben z. B. 36,2 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 (35,6 Prozent), Professionalität (33,6 Prozent), Gewinn- und Mitmachaktionen (28,4 Prozent) und Nachrichten aus Deutschland und der Welt (28,3 Prozent) sowie den Wetterbericht (24,3 Prozent). Die Ergebnisse der Funkanalyse Hörfunk erbrachten aber auch, dass Antenne Bayern von seinen Hörern wie bereits 2016 und auch wie bereits 2017 bei fast allen Programmitems weniger gut als im Vorjahr bewertet wurde. Lediglich das Item „sind oft bei Aktionen/Veranstaltungen in der Gegend mit dabei“ hat einen Anstieg von 1,5 Prozentpunkten erreicht (2017: 17,0 Prozent; 2018: 18,5 Prozent). Allerdings befinden sich 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 (45,8 Prozent der Bevölkerung), interessanten Veranstaltungshinweisen (33,8 Prozent) und nützlichen Verkehrsmeldungen (29,6 Prozent). Darüber hinaus gelten die Lokalprogramme als besonders präsent bei Aktionen und Veranstaltungen in der Region (39,0 Prozent der Bevölkerung). 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 2019 Audio II

In der bundesweiten Media Analyse  **ma 2019** Audio II (vormals ma Radio) erzielen die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokalradios eine Rekordreichweite von durchschnittlich 1,1 Mio. Hörern ab 14 Jahren pro Stunde – und teilen sich damit den ersten Platz mit Bayern 1. Antenne Bayern folgt auf dem zweiten Platz in

Bayern mit im Durchschnitt über 1,0 Mio. Hörern pro Stunde. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt das Bayern Funkpaket unangefochten auf Platz 1 mit 652.000 Hörern in der Durchschnittsstunde, dahinter reihen sich Antenne Bayern mit 573.000 Hörern und Bayern 3 mit 493.000 Hörern ein. Mit Abstand folgt Bayern 1 mit durchschnittlich 296.000 Hörern pro Stunde.

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2014–2019

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	918.000	934.000	1.015.000	838.000	874.000	1.103.000
Antenne Bayern	1.351.000	1.220.000	1.203.000	1.044.000	947.000	1.035.000
Bayern 1	976.000	1.011.000	985.000	1.106.000	1.017.000	1.103.000
Bayern 2	160.000	114.000	145.000	148.000	142.000	178.000
Bayern 3	815.000	827.000	777.000	727.000	815.000	868.000
BR Klassik	65.000	91.000	73.000	107.000	64.000	104.000
B 5 aktuell	158.000	131.000	182.000	157.000	146.000	183.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; bis 2016 Bevölkerung ab 10 Jahre, ab 2017 Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: ma 2014–2017 Radio II, ma 2018–2019 Audio II

Wirtschaftliche Lage

Die Ausgaben in Deutschland für Werbung blieben 2019 stabil. Nach Angaben des Zentralverbands der Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeerlöse der Medien im vergangenen Jahr um 0,2 Prozent auf 25,02 Mrd. € gestiegen. Diese Zahlen basieren auf einer neuen Nettosystematik, die der ZAW für 2019 und rückwirkend für 2018 verwendet und die aufgrund der Einbeziehung der Netto-Searchzahl deutlich höher ausfallen (s. dazu ZAW „Werbung 2020“).

Einbußen bei der klassischen Werbung – Radiowerbung Minus 0,7 Prozent auf 784 Mio. € (2018: 789,2 Mio. €) und lineares Fernsehen Minus 3 Prozent auf 4,40 Mrd. € (2018: 4,54 Mrd. €) – stehen 2019 zusätzliche Einnahmen durch das Digitalgeschäft gegenüber. In-Stream-Video steigt um 30 Prozent auf 780 Mio. € (2018: 600 Mio. €). Auch In-Stream-Audio legt um 33 Prozent zu auf 60 Mio. € (2018: 45 Mio. €).

Lokaler Hörfunk

Die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern erwarten der Erhebung  **Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/19** zufolge, die Goldmedia im Auftrag der Landeszentrale Mitte 2019 durchgeführt hat, für das Jahr 2019 Gesamterträge in Höhe von 104,5 Mio. €. Die Aufwendungen sollen insgesamt 93,2 Mio. € betragen. Die Anbieter rechnen mit einem schlechter werdenden Kostendeckungsgrad von 112 Prozent. In 2018 standen Gesamterlösen von 106,3 Mio. € Aufwendungen in Höhe von

92,4 Mio. € gegenüber, was in einem Kostendeckungsgrad von 115 Prozent resultierte.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfunk liegt Mitte 2019 bei insgesamt 1.582 Mitarbeitern. Während die Mitarbeiterzahl damit weitgehend unverändert zum Vorjahr (2018: 1.579) blieb, waren 2017 im Rahmen der Erhebung zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern mit insgesamt 1.529 Beschäftigten noch deutlich weniger Beschäftigte gezählt worden.

Bundes- und landesweiter Hörfunk

Im bundesweiten Hörfunk erwarten die Anbieter für das Geschäftsjahr 2019 Erträge in Höhe von insgesamt 13,8 Mio. € bei einem Gesamtaufwand von rund 13,1 Mio. €. Sie rechnen folglich mit einer sich verschlechternden Wirtschaftlichkeit und einem Kostendeckungsgrad von 106 Prozent (ein Minus von fünf Prozentpunkten zum Vorjahr).

Eine deutlich höhere Rentabilität weisen die landesweiten Anbieter auf. Diese erwarten für 2019 einen Gesamtertrag von 45,5 Mio. € bei einem Gesamtaufwand von 37,2 Mio. €. Aufgrund deutlich gestiegener Kosten verschlechtert sich nach Ansicht der Anbieter der Kostendeckungsgrad weiter von 123 Prozent in 2018 auf 122 Prozent in 2019 (2017: noch 130 Prozent).

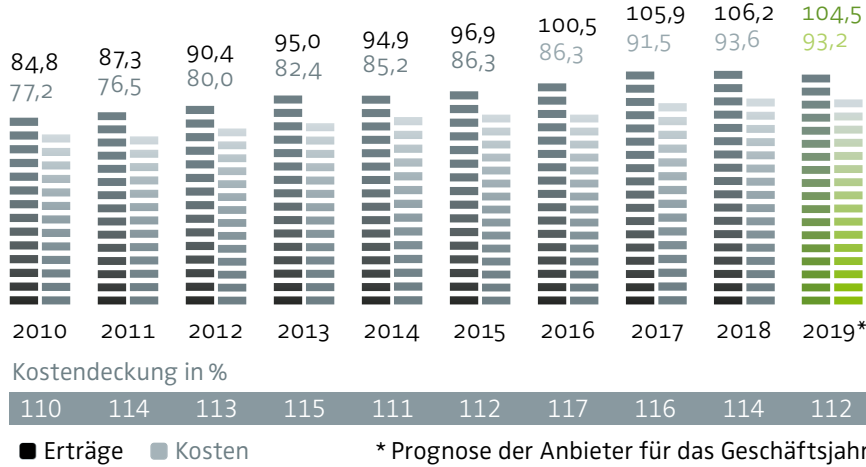
Beim bundesweiten Hörfunk sind Mitte 2019 107 Mitarbeiter beschäftigt, beim landesweiten Hörfunk 240 Mitarbeiter.



104,5

Die Lokalfunkanbieter in Bayern rechnen für 2019 mit einem leichten Umsatzrückgang.

Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2010–2019 (in Mio. €)

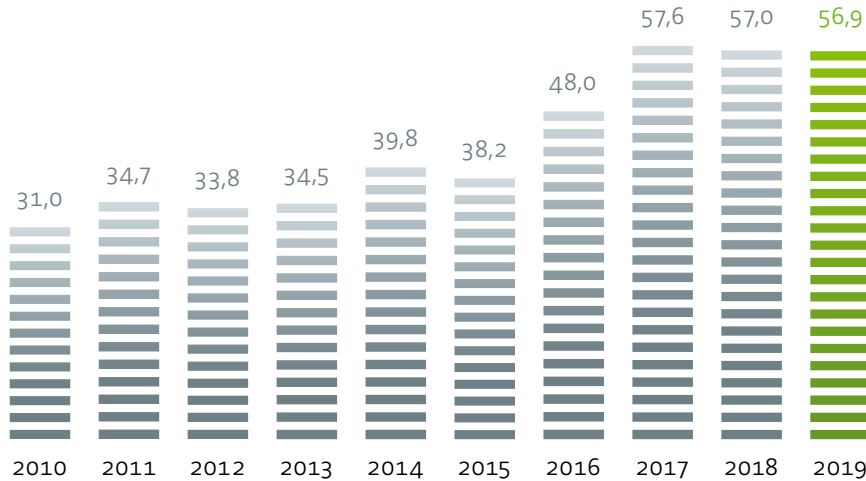


Quelle: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019, Lokale Hörfunkanbieter ohne Spartenprogramme

56,9

Mit 56,9 Mio. € im Jahr 2019 bleiben die überregionalen Brutto-Werbeumsätze auf hohem Niveau stabil.

Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2010–2019 (in Mio. €)

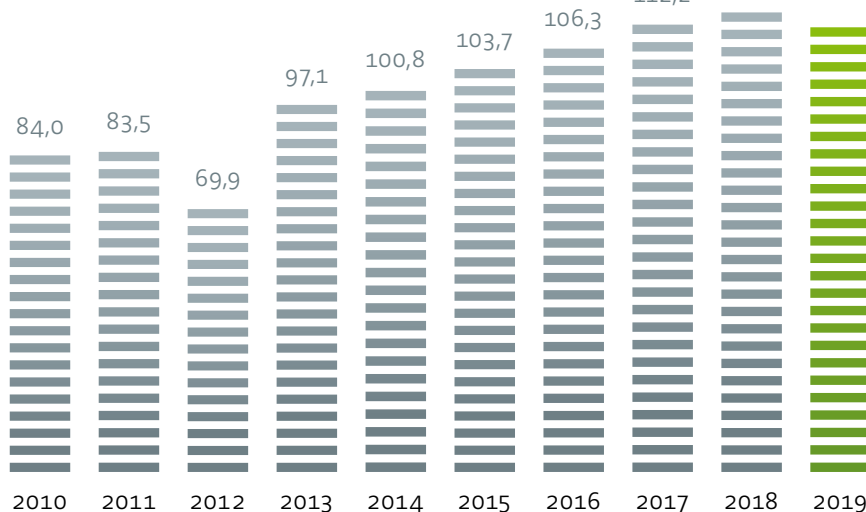


Quelle: RMS, Antenne Bayern, BLW (Agentur brutto)

111,6

Laut Nielsen liegen die Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern im Jahr 2019 bei 111,6 Mio. € – ein Minus von 3,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2010–2019 (in Mio. €)



Quelle: Nielsen Media Research, RMS

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

Programmebeobachtung

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.

Ergänzend zur qualitativen und quantitativen Programmebeobachtung wird seit 2015 auch das Innovationspotenzial 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.

In der Hörfunk-Programmebeobachtung wurden im Jahr 2019 insgesamt 887 Programmstunden untersucht: Den größten Anteil in der Programmebeobachtung machten turnusmäßige Stichproben von Programmen mit insgesamt 441 Sendestunden sowie die Beobachtung von Audio-Beiträgen im BLM-Projekt „Mach Dein Radio“ mit 156 Stunden aus. Hinzu kamen anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu speziellen Fragestellungen mit 290 Stunden.

Bei den turnusmäßigen Stichproben wurden 45 Programme im Umfang von 441 Stunden untersucht. 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 sowie die Online-Aktivitäten der Programme.

Im Umfang von 290 Stunden wurden anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu verschiedenen Fragestellungen und Recherchen bei lokalen Anbietern, einzelnen Spartenanbietern und dem Angebot

Im BayMG gibt es die Forderung nach

- qualitativere Programmgestaltung (Art. 2)
- Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt (Art. 4)
- Einhaltung der journalistischen Programmgrundsätze (Art. 5)
- Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen (Art. 6)
- sowie Einhaltung von Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen (Art. 8 und 9)



887

2019 wurden insgesamt 887 Programmstunden untersucht.

der BLR durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden teilweise nach quantitativen und teilweise qualitativen Kriterien untersucht.

Schwerpunkte im Jahr 2019 waren der Anteil von lokalen Inhalten bei Anbietern sowie Bürgerbeschwerden zu Programmaktionen und Gewinnspielen und die Prüfung von Webradiostreams. Weitere Programme wurden anlässlich von speziellen Fragestellungen (z.B. Programmgestaltung, Werberichtlinien) qualitativ untersucht.

Auf der BLM Plattform „Mach Dein Radio“ haben interessierte Schulradiogruppen, Podcaster und Bürgergruppen aus Bayern die Möglichkeit eigene Sendungen und Beiträge im Internet zu veröffentlichen. Hier wurden anlässlich des Relaunchs der Plattform Stichproben der Inhalte im Umfang von 156 Stunden durchgeführt.


Jugendschutz

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen auch im Hörfunk. Hauptsächlich geht sie Beschwerden von Hörern nach. Im Jahr 2019 wurden mehrere Programminhalte geprüft. Verstöße gegen den JMStV ergaben sich dabei wie schon im Vorjahr auch 2019 nicht.

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

Dabei hat die Landeszentrale bei insgesamt 28 im Jahr 2019 ausgestrahlten Sendungen/Programmtteilen einen Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. In zehn Fällen wurde ein Verstoß gegen das Schleichwerbeverbot festgestellt, weitere vier Fälle betrafen die Sponsoringvorgaben.

Nähere Informationen bietet der jährliche  **Werbebericht der Landeszentrale.**

28

Die Landeszentrale hat bei 28 im Jahr 2019 ausgestrahlten Sendungen/Programmtteilen aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Nähere Informationen finden Sie im Jugendschutzbericht 2019 der Landeszentrale



Fernsehen und Telemedien

Die Zuständigkeit der Landeszentrale erstreckt sich über alle von ihr zugelassenen Programme. Dazu zählt 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.

14 lokale TV-Programme waren Ende 2019 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 diverse IPTV-Angebote. Der Sendebetrieb des Programms münchen2 wurde zum 30. Juni 2019 eingestellt.

Weitere sieben Programme wurden 2019 ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. Sieben 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, digital via Satellit und im Kabel sowie über DVB-T2 HD 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
- iTV Coburg
- Rhön-Grabfeld TV
- muehldorf-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

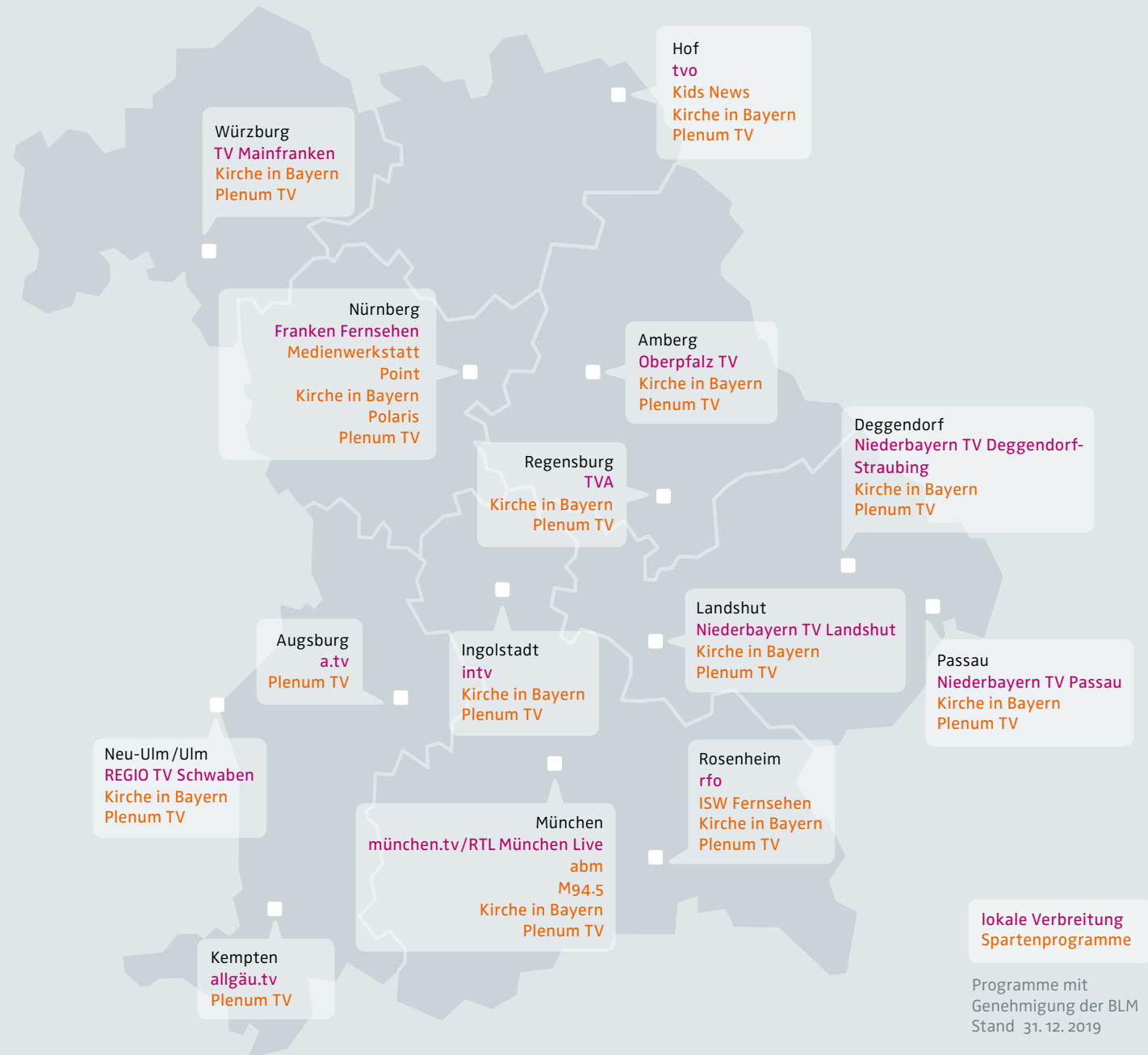
- Airport TV

Neustadt b. Coburg/Rödental

- nec tv

Tregast

- Antenne Tregast



Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2019 60 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
- ➔ BadmintonSport Television
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Boomerang
- ➔ Cartoon Network
 - Classica (bis 2. 4. 2020)
- ➔ Der Aktionär TV
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Discovery Channel
- ➔ Donnerstag Abend
(Verbreitung über Internet)
- ➔ eSPORTS1 (ehemals Sport1 US)
- ➔ Eurosport1
- ➔ Eurosport2
- ➔ Eurosport 2 HD Xtra
- ➔ FCB.TV
- ➔ GoldStar TV
- ➔ HGTV
- ➔ History
- ➔ Hyperraum.TV
(Verbreitung über Internet)
- ➔ isarrunde / spreerunde
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Joyn Prime Time
- ➔ Junior TV
- ➔ Kabel Eins
- ➔ Latizón TV (Verbreitung über Internet)
- ➔ M94.5
- ➔ Motorvision TV
- ➔ My Team TV Basketball
- ➔ My Team TV Eishockey
- ➔ MyTeam TV Fußball

- ➔ N24 Doku
- ➔ Quipp (Verbreitung über Internet)
- ➔ Romance TV
- ➔ sissorstream (Verbreitung über Internet)
- ➔ Sky.de
- ➔ Sky 1
- ➔ Sky 1+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 Sport News HD
- ➔ Sport1
- ➔ Sport1+
- ➔ Sport1 Livestream
- ➔ SPOX.com (Verbreitung über Internet)
- ➔ Tele 5
- ➔ TLC
- ➔ TNT Comedy
- ➔ TNT Film
- ➔ TNT Serie
- ➔ WELT
- ➔ Welt der Wunder
- ➔ WRC + (Verbreitung über Internet)
 - Zee.One (bis 31.5. 2020)

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. 2019

Genehmigungen

Neugenehmigungen

■ Genehmigungen infolge des Brexit

Da Lizenzen der britischen Medienaufsichtsbehörde Ofcom mit dem Brexit nicht mehr als Rechtsgrundlage für eine europäische Verbreitung dienen können, hatten die AETN UK Germany GmbH, die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG, die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH sowie die Turner Broadcasting System Deutschland GmbH bei der Landeszentrale Zulassungen für die Verbreitung einer Vielzahl ihrer Programme beantragt. Auch wenn diese Programme (mit Ausnahme des Discovery-Programms „Golf TV“) nicht in Deutschland, sondern in anderen EU-Mitgliedsstaaten verbreitet werden, unterliegen die Anbieter deutscher Rechtshoheit, da sie in Deutschland niedergelassen sind.

Ansichts der unklaren Brexit-Situation wurden die Genehmigungen u. a. unter der Bedingung erteilt, dass die Anbieter bis zum Jahresende 2019 mitteilen, ob sie die deutsche Genehmigung nutzen wollen.

Nach Rückgabe der bisherigen Ofcom-Lizenz werden die folgenden Programme der AETN UK Germany GmbH seit dem 1. Januar 2020 unter deutscher Rechts- hoheit verbreitet.

AETN UK Germany GmbH

- Crime & Investigation EU
- CI Netherlands
- CI Polsat
- History Belgium
- History Croatia
- History EU
- History Hungary
- History Netherlands
- History Poland
- History Romania
- History Sweden
- History2 EU
- History2 Poland
- Lifetime Poland

NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH hat auf die Wahrnehmung der Rechte aus der erteilten Genehmigung verzichtet. Damit ist die Genehmigung für die folgenden Programme zum 31. Dezember 2019 wieder erloschen.

NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH

- 13 Ulica
- DIVA
- E! Entertainment (EURA Feed)
- E! Entertainment (franz. Feed)
- SCIFI
- Syfy

Discovery und Turner wurde die Frist bis zur möglichen Aufnahme der deutschen Genehmigung für die folgenden Programme bis zum 31. Dezember 2020 verlängert.

Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG

- Kanal 4 HD (Dänemark)
- Kanal 5 (Dänemark)
- 6'eren (Dänemark)
- Canal 9 (Dänemark)
- Eurosport 2 (Dänemark)
- Discovery Channel HD (Dänemark)
- TLC (Dänemark)
- Kanal 5 (Schweden)
- Kanal 9 (Schweden)
- Kanal 11 (Schweden)
- Discovery Channel (Schweden)
- TLD HD (Schweden)
- MAX (Norwegen)
- FEM (Norwegen)
- VOX (Norwegen)
- Eurosport Norge (Norwegen)
- Discovery Channel HD (Norwegen)
- TLC (Norwegen)
- Discovery Channel (Finnland)
- Golf TV (paneuropäisch)

Turner Broadcasting System Deutschland GmbH

- TCM (Frankreich)
- TCM (Griechenland)
- TCM (Irland/Malta)
- TNT (Polen)
- TNT (Rumänien)
- WBTV (Frankreich)

■ M94.5

Dem MEDIASCHOOL BAYERN Anbieterverein e.V. wurde die unbefristete Zulassung für das Livestreaming-Angebot M94.5 erteilt. Bei M94.5 handelt es sich um einen Aus- und Fortbildungssender, für den bislang in DAB+ und auf münchen.tv Sende- und Übertragungskapazitäten genutzt wurden. Da die Programminhalte (Streaming-Angebote von Messveranstaltungen) auch als Livestream über Social-Media-Plattformen verbreitet werden sollen, war eine bundesweite Zulassung beantragt worden.

Die Mitglieder des Anbietervereins kommen u. a. aus den Bereichen Aus- und Weiterbildung im Rundfunk- und Medienwesen, Kultur, Bildung, Wissenschaft und Kirchen. Organisation und Management von M94.5 werden gemäß den Vorgaben der Satzung für Aus- und Fortbildungskanäle nach dem Bayerischen Mediengesetz von der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH wahrgenommen, an der die Landeszentrale die Anteilmehrheit hält.

■ HGTV

Der Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG wurde die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Spartenprogramms HGTV (Home & Garden TV) erteilt. Das neue Free-TV-Angebot umfasst Genres wie Lifestyle, Wohnen, Essen, Renovieren, Garten und Hausumbau. Die meist in HD produzierten Reality- und Dokutainment-Sendungen werden zum Großteil synchronisiert und stammen aus dem US-Angebot von HGTV. In den USA hat

der Lifestyle- und Dokusender seit 25 Jahren Themen rund ums tägliche Leben, Wohnen und Einrichten im Fokus. Daneben sind ab 2020 auch Eigenproduktionen geplant. Das Programm ist am 6. Juni 2019 auf Sendung gegangen.

■ **ProSieben**

Das Programm ProSieben wurde bis zum 31. Dezember 2019 auf der Grundlage einer Genehmigung der mabb verbreitet. Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH hat für den weiteren Sendezeitraum eine Zulassung bei der Landeszentrale beantragt, die unbefristet erteilt wurde. ProSieben wird wie bisher als bundesweites Vollprogramm verbreitet. Die Genehmigung schließt weiter die Berechtigung zur Verbreitung des Programms über Satellit zum Zweck der Einfügung von Fernsehwerbung ein, die sich an die Zuschauer in der Schweiz und Österreich richtet.

■ **Joyn Prime TV**

Die Betreiberin der Plattform Joyn bietet seit Dezember 2019 ein eigenes lineares Fernsehspartenprogramm an: Joyn Prime TV ist frei empfangbar und konzentriert sich auf fiktionale Unterhaltung aus den USA. Die Antragstellerin ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Medienkonzerne ProSiebenSat.1 Media SE und Discovery, Inc. Unmittelbar beteiligt ist die ProSiebenSat.1 Digital GmbH.

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

■ **History Channel**

Die The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG war bislang über ihre Muttergesellschaft – die A&E Television Networks LLC (AETN) – ein mittelbares Gemeinschaftsunternehmen der The Walt Disney Company, Inc. und der The Hearst Corporation.

Im Zusammenhang mit der Übernahme der Twenty-First Century Fox, Inc. durch die The Walt Disney Company, Inc. hat sich The Walt Disney Company, Inc. dazu verpflichtet, ihre (mittelbaren) Beteiligungen an AETN-Aktivitäten in Europa zu veräußern. Diese Anteile wurden von der The Hearst Corporation vollständig übernommen.

Durch diese Transaktion gehört die The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG vollständig der The Hearst Corporation. Die The Hearst Corporation wird ihrerseits von der The Hearst Family Trust beherrscht.

■ **Tele 5**

Der Finanzinvestor KKR hat die gesamte Tele München Gruppe – unter anderem die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft – von Dr. Herbert G. Kloiber übernommen. Die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft hält ihrerseits sämtliche Anteile an der TM-TV GmbH. Die unmittelbare Erwerberin ist die Show Jupiter Beteiligungs AG; diese wird mittelbar von der KKR & Co. Inc. kontrolliert.

■ **Sport1, Sport1+, eSPORTS1, Sport1 Livestream,**

Sämtliche Anteile an der Sport1 GmbH hält mittelbar die Sport1 Medien AG (ehemals: Constantin Medien AG) über ihr 100%iges Tochterunternehmen die Sport1 Holding GmbH (ehemals: Constantin Sport Holding GmbH). Im Berichtszeitraum wurden Beteiligungsveränderungen bei der Sport1 Medien AG angezeigt: Demnach hat die Highlight Communications AG ihre Beteiligung an der Sport1 Medien AG im Rahmen eines öffentlichen Erwerbsangebots von 78,38 Prozent auf 93,68 Prozent erhöht. Die restlichen Anteile befinden sich im Streubesitz.

■ **Kabel Eins, QUIPP, Joyn Prime**

Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Media SE. Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland veranstaltet bundesweit zahlreiche Fernsehprogramme. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist zudem an dem Joint-Venture Joyn GmbH mit 50 Prozent beteiligt, die restlichen 50 Prozent werden von Discovery Communications Europe Ltd. kontrolliert.

An der ProSiebenSat.1 Media SE hat sich der von der Familie Berlusconi kontrollierte italienische Medienkonzern Mediaset S.p.A. mit 7,4 Prozent beteiligt. Der Hauptteil der Aktien befindet sich im Streubesitz.

■ **WELT, N24 Doku**

Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH werden von der Axel Springer SE gehalten. Bei der Axel Springer SE ist der Finanzinvestor KKR – nach Abschluss eines öffentlichen Übernahmeangebots an die Aktionäre von Axel Springer SE – mittelbar mit 44,28 Prozent eingestiegen. Hierdurch wurde KKR zum größten Axel Springer-Aktionär; Dr. h. c. Friede Springer hält weiterhin – mittelbar und unmittelbar – 42,64 Prozent der Aktien, Dr. Mathias Döpfner verfügt – mittelbar und unmittelbar – über 2,81 Prozent der Aktien. Die unmittelbare Erwerberin der Anteile ist die Traviata B.V., eine mittelbare Tochtergesellschaft der Traviata I S.à.r.l., welche wiederum mittelbar von der KKR & Co. Inc. kontrolliert wird.

Im Berichtszeitraum hat zudem der Kanadische Pensionsfonds CPPIB 20,59 Prozent der Anteile an der Traviata I S.à.r.l. erworben; die restlichen Anteile verblieben bei KKR-Gesellschaften. Hierbei handelt es sich um eine lediglich passive Beteiligung. Durch diese Transaktion ist die CPPIB mittelbar an der WeltN24 GmbH beteiligt.

■ **Junior**

Im Berichtszeitraum wurde festgestellt, dass der Fortsetzung der Anbieter-tätigkeit der Studio 100 Media AG – nunmehr firmierend als Studio 100 Media GmbH – medienrechtlich keine Gründe entgegenstehen. Auch nach Umwandlung der AG in eine GmbH ist die Studio 100 N.V. alleiniger Gesellschafter.

Technische Verbreitung Fernsehen

Mit der Analog-Abschaltung im Kabel ist der TV-Empfang in Bayern nun vollständig digitalisiert.

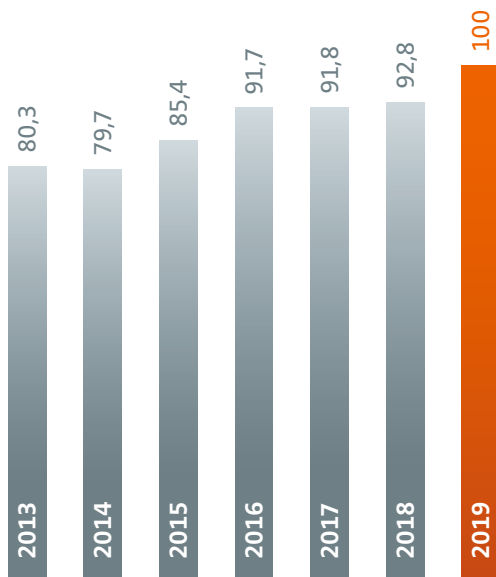
Seit dem 1. Januar 2019 werden Rundfunkprogramme und Telemedien in Bayern nun auch in Kabelanlagen ausschließlich in digitaler Technik verbreitet. Mit der Abschaltung der analogen Übertragung von Programmen im Kabel ist der TV-Empfang nun vollständig digitalisiert.

Die von der Landeszentrale genehmigten bundesweiten Fernsehprogramme können über Kabel, Satellit, IPTV/Web-TV oder Streaming-Plattformen sowie teilweise auch über DVB-T2 HD empfangen werden.

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, Vodafone Kabel Deutschland, wurden Ende 2019 über die eigenen Plattformen Kabel Digital bzw. Giga TV sowie über Sky über 300 Fernseh- und ca. 100 Hörfunkprogramme (öffentlich-rechtliche, private und fremdsprachige Programme) verbreitet. Die Zahl der HD-Programme nahm weiter zu, auch erste UHD-Kanäle wurden angeboten. Andere Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden ein zum Teil sehr unterschiedliches Angebot. Einige bedienen sich der Plattform M7, über die etwa 150 Programme (deutsch- und fremdsprachig) – viele davon in HD – verfügbar sind.

Über Satellit und Internet-Plattformen ist die Anzahl der empfangbaren Programme deutlich höher. Es bietet sich ein nahezu unbegrenztes Spektrum.

Digitalisierungsgrad gesamt in %



Quelle: Funkanalyse Bayern 2019

In der terrestrischen Fernsehnorm DVB-T2 HD sind in den Empfangsgebieten München/Oberbayern, Nürnberg und Augsburg insgesamt 38 Programme hochauflösend in Full-HD mittels Antenne 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.



Eine Übersicht über alle genehmigten TV-Angebote finden Sie auf Seite 48 f.

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
- RTLZWEI HD
- Super RTL HD
- ntv HD
- sixx HD
- 7maxx HD
- SAT.1 Gold HD
- RTL NITRO HD
- Kabel Eins HD
- DMAX HD
- Eurosport1 HD
- Sport1 HD
- Tele5 HD
- WELT HD
- Disney Channel HD
- nick HD
- MTV HD

Über freenet TV zusätzlich frei empfangbar:

- 1.2.3 tv HD
- bibel.TV HD
- freenet Shopping
- HSE24 HD
- QVC HD
- QVC Zwei 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 alpha
- SWR HD
- rbb HD

Stand 31.12.2019



55%

Satellit bleibt mit 55,0% in Bayern der am häufigsten genutzte TV-Übertragungsweg

Verteilung der Verbreitungswege

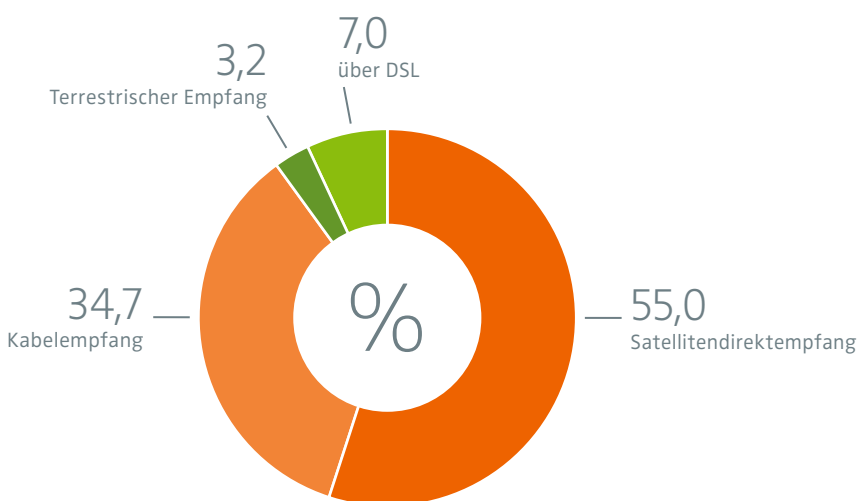
Der Fernsehempfang über Breitbandkabel ist, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2019 erneut zurückgegangen, um 2,2 Prozentpunkte auf 34,7 Prozent (Vorjahr minus 2,0 Prozent). Auch der Anteil der Bevölkerung, der Satellitendirektempfang nutzt, ist leicht zurückgegangen und zwar um 0,4 Prozentpunkte auf 55,0 Prozent. Mit einem Plus von 1,6 Prozent von 5,4 auf 7,0 Prozent deutlich angestiegen ist dagegen der Anteil der Zuschauer, die ihre Programme mittels eines Internet-Anschlusses über IPTV empfangen. Der Anteil der Fernsehzuschauer, die ausschließlich den digital terrestrischen Empfang nutzen, stieg bezogen auf ganz Bayern im Jahr 2019 weiter an, von 2,3 auf 3,2 Prozent.

Belegung der Kabelnetze

Zur Sicherung eines ausgewogenen und vielfältigen Programmangebots werden ab dem 1. Januar 2019 Rundfunkprogramme und Telemedien in Kabelanlagen ausschließlich in digitaler Technik verbreitet (Art. 34 BayMG).

Im Regelfall ist der in digitaler Technik genutzte Teil von Kabelnetzen eine Plattform im rundfunkrechtlichen Sinne und unterliegt damit den für Plattformen geltenden Vorschriften der §§ 50 bis 53b RStV. Die nach den Plattformvorschriften zu beachtenden Belegungsregeln sind in § 52b RStV enthalten. Demnach hat der Kabelnetzbetreiber folgende Vorgaben zu beachten: Ein Drittel der eingesetzten Kapazität muss für die Verbreitung von öffentlich-rechtlichen Programmen einschließlich der Dritten Programme, der privaten bundesweiten Programme mit regionalen Fensterprogrammen und der regionalen und lokalen Fernsehprogramme zur Verfügung stehen. Innerhalb eines weiteren Drittels der Kapazität hat der Plattformanbieter über die Belegung unter Beachtung von Vielfalts Gesichtspunkten zu entscheiden. Hinsichtlich der darüber hinaus gehenden Kapazitäten ist der Kabelnetzbetreiber in seiner Belegungsentscheidung frei; zu beachten sind hierbei jedoch die allgemeinen Gesetze.

Fernsehempfang in Bayern 2019



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten,
priorisierte Darstellung: Satellit, DSL, Kabel, Terrestrik
Quelle: Funkanalyse Bayern 2019

Fernsehnutzung

2019 wurden an einem durchschnittlichen Wochentag 65,0 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in bayerischen TV-Haushalten durch das Fernsehen erreicht und damit etwas mehr als im Vorjahr (Plus 0,2 Prozentpunkte). Die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern ist im Jahr 2019 im Vergleich zum Vorjahr um zwei Minuten auf 185 Minuten pro Tag zurückgegangen. Insgesamt wird in Bayern nach wie vor deutlich weniger

ferngesehen als im Bundesdurchschnitt mit einer täglichen Fernsehreichweite von 67,2 Prozent und einer durchschnittlichen Sehdauer von 211 Minuten.

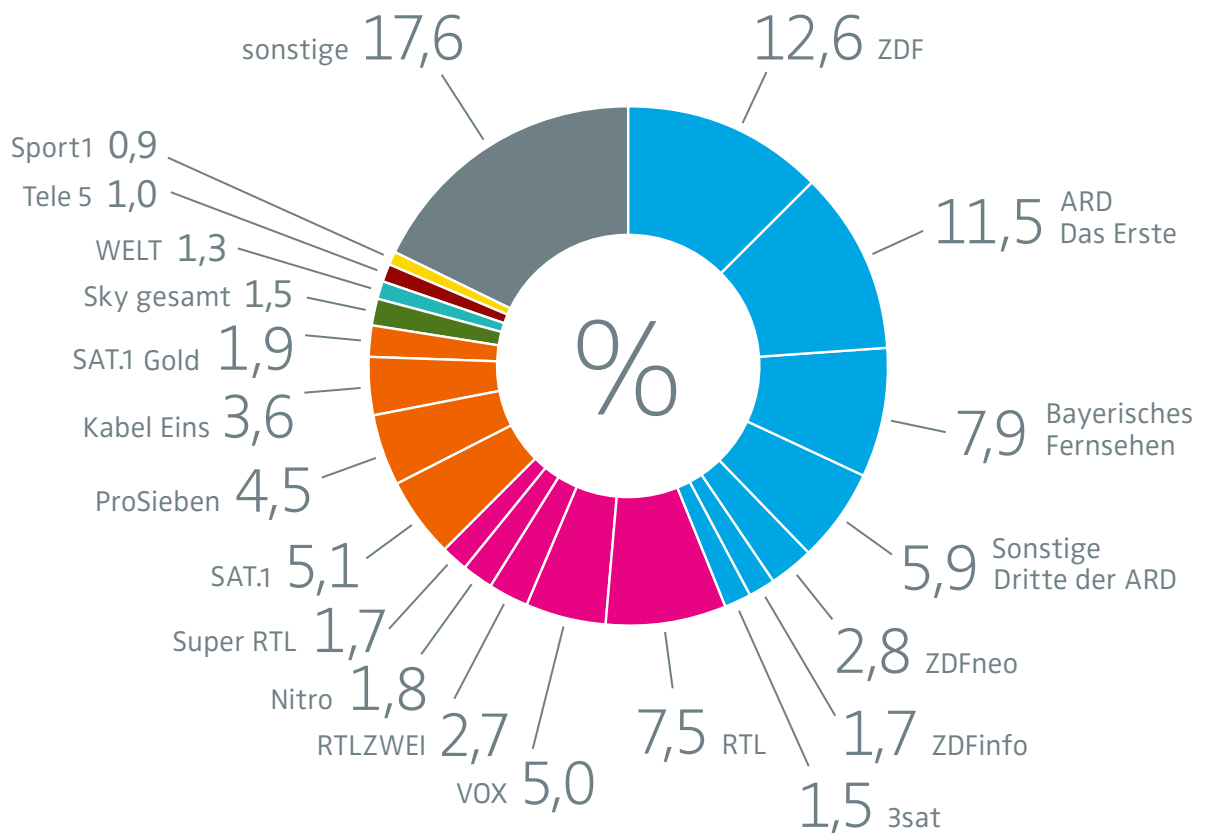
2019 führen das Bayerische Fernsehen (7,9%) und die sonstigen Dritten Programme der ARD (5,9%) mit zusammen 13,8 Prozent Marktanteil die Rangreihe in Bayern vor dem ZDF mit einem Marktanteil von 12,6 Prozent an. „Das Erste“ erreichte einen Marktanteil von 11,5 Prozent. Platz vier und fünf im Marktanteils-Ranking gingen 2019 in Bayern an RTL (7,5%) und SAT.1 (5,1%). Dahinter folgen



185 Min.

Sehdauer 2019 bei Zuschauern ab 3 Jahre

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2019



Basis: Personen ab 3 Jahre in Bayern, Montag bis Sonntag, Marktanteile in Prozent
 Programmdarstellung: > 1,5 % Marktanteil oder BLM-Zulassung
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, videoSCOPE 1.3, Marktstandard: TV

Entwicklung der Werbeumsätze


4,40 Mrd. €


-3,0 %

Mit 4,40 Mrd. Euro sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2019 um 3 Prozent gesunken.

VOX (5,0 %) und ProSieben (4,5 %). Auf Platz acht liegt das mit Genehmigung der BLM sendende Programm Kabel Eins (3,6 %). Dahinter folgen ZDFneo (2,8 %) und RTLZWEI (2,7 %) vor SAT.1 Gold (1,9 %), Nitro (1,8 %) sowie ZDFinfo und Super RTL mit einem Marktanteil von jeweils 1,7 Prozent.

Die weiteren von der BLM lizenzierten Programme Tele 5, WELT und Sky (gesamt) konnten ihre Marktanteile um jeweils 0,1 Prozentpunkte leicht auf 1,0, 1,3 und 1,5 Prozent verbessern. Das Spartenprogramm Sport1 bleibt zur Vorperiode mit 0,9 Prozent Marktanteil stabil.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen platziert sich RTL 2019 mit einem Marktanteil von 10,9 Prozent vor ProSieben mit 10,0 Prozent. Es folgen VOX (8,4 %) und „Das Erste“ (7,5 %) vor SAT.1 mit 7,3 Prozent.

Die  **Nettowerbeeinnahmen** des werbefinanzierten Fernsehens belaufen sich laut aktueller Zahlen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für das Jahr 2019 auf insgesamt 5,18 Milliarden Euro. Einbußen bei der klassischen Werbung, ein Minus von 3 Prozent auf 4,40 Mrd. Euro (2018: 4,54 Mrd.), stehen 2019 zusätzliche Einnahmen durch das Digitalgeschäft gegenüber. In-Stream-Video steigt um 30 Prozent auf 780 Mio. Euro (2018: 600 Mio. Euro). Fernsehen und Bewegtbild entwickelt sich damit über dem Durchschnitt des Werbemarktes der Medien gesamt, der um 0,2 Prozent im Vergleich zu 2018 gewachsen ist. Die Zahlen basieren auf einer neuen Nettosystematik, die der ZAW erstmals für 2019 und rückwirkend für 2018 anwandte (s. dazu ZAW „Werbung 2020“).

Nachdem vom ZAW für 2019 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 TLC auf der Grundlage der Bruttowerbeeinnahmen mit einer Steigerung von 21,2 Prozent (bei 27,2 Mio. Euro) den größten Zuwachs verbuchen. Das Fernsehprogramm SAT.1 Gold konnte das Jahr 2019 ebenfalls mit einem satten Plus von 29,6 Mio. Euro (plus 20,1 Prozent) abschließen.

Positiv entwickelten sich ferner Kabel Eins mit einer Umsatzsteigerung um 40,1 Mio. Euro (plus 3,6 Prozent), Tele5 mit 22,9 Mio. Euro (8,0 Prozent), Disney Channel mit 20,7 Mio. Euro (10,4 Prozent) und Sky Sport News mit 4,3 Mio. Euro (13,5 Prozent).

Brutto-Umsätze des Werbefernsehens 2018–2019

Werbeträger	2019 in Mio. €	2018 in Mio. €	Veränderung in %
RTL Television	3.061,2	3.025,0	1,2
ProSieben	2.403,8	2.427,0	- 1,0
SAT.1	2.052,4	2.179,3	- 5,8
VOX	1.487,8	1.442,8	3,1
Kabel Eins	1.167,1	1.127,0	3,6
RTLZWEI	1.101,8	1.151,9	- 4,4
DMAX	418,5	420,8	- 0,6
Sport1	360,3	365,9	- 1,5
Super RTL	355,0	320,2	10,9
Tele5	310,1	287,2	8,0
ARD Das Erste	298,6	323,9	- 7,8
SIXX	285,8	284,9	0,3
ZDF	281,3	293,6	- 4,2
WELT	232,1	249,0	- 6,8
ProSieben MAXX	225,1	230,2	- 2,2
Disney Channel	220,6	199,9	10,4
Nitro	213,4	190,6	12,0
Comedy Central	190,4	179,8	5,8
SAT.1 Gold	176,9	147,3	20,1
TLC	155,6	128,4	21,2
N-TV	148,4	149,8	- 0,9
Eurosport National	58,6	66,1	- 11,6
Nickelodeon	50,4	69,4	- 27,4
Sky Sport News	36,0	31,7	13,5
Viva	0,0	38,0	- 100,0
TV Gesamt	15.616,6	15.329,7	0,6

Quellen: Nielsen (bereinigter Werbetrend; Stand: Januar 2020), Media Perspektiven 3/2020

Genehmigungen

■ **Niederbayern TV Deggendorf-Straubing/Landshut/Passau**

Im Zuge der Neuorganisation der niederbayerischen Versorgungsgebiete Landshut, Deggendorf-Straubing und Passau wurden die bisherigen Anbietergesellschaften in Landshut und Deggendorf sowie für Passau die neugegründete Gesellschaft Niederbayern-TV Passau GmbH ab 1. April 2019 als neue Anbieter genehmigt und entsprechende Übertragungskapazitäten zugewiesen. Alle drei Anbieter in Niederbayern weisen identische Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse auf:

- Niederbayern TV Programm- und Werbe GmbH & Co. KG 35%
- Heribert Wühr 30%
- Marco Wühr 5%
- Christian Repa 10%
- Andreas Werner 10%
- Michael Imhoff 7%
- Eishockey News Verlag- und Verwaltungs GmbH 3%

Damit ist die programmliche Zusammenarbeit der Anbieter unter der neuen gemeinsamen Marke „Niederbayern TV“ auch gesellschaftsrechtlich abgesichert. Die aktuelle, lokale Berichterstattung wird weiterhin in den jeweiligen Sendege-bieten geleistet. Ein niederbayernweiter Programmteil sowie die Special-Interest-Formate werden zu gleichen Anteilen aus allen drei Sendege-bieten produziert. Eine gemeinsame, optimierte Vermarktung soll die Möglichkeit eröffnen, den Markt besser zu durchdringen.

■ **Ingolstadt: tv.ingolstadt**

Der München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG wurde auf der Grundlage eines Ausschreibungsverfahrens die Genehmigung erteilt, im Versorgungsgebiet Ingolstadt ab 1. Juli 2019 ein lokales/regionales Kabelfernsehprogramm und Fernsehfenster im Programm RTL zu verbreiten. Die Genehmigung und die bis 30. Juni 2029 befristete Kapazitätszuweisung wurden mit Bescheid vom 24. 07. 2019 auf die zwischenzeitlich ge-gründete Tochtergesellschaft der München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG, die tv.ingolstadt GmbH & Co. KG, übertragen. Die Redaktion wird vor Ort von einem eigenständigen Chefredakteur in Ingolstadt geführt. Redakteure des bisherigen Genehmigungsinhabers werden größtenteils weiter beschäftigt, im Bereich Sendungsabwicklung und Verwaltung sollen aber auch Synergien mit münchen.tv genutzt werden. Der bisherige Anbieter des regionalen Fernsehangebots intv hatte sich nicht mehr um die Verlängerung der Übertragungskapazitäten beworben und angekündigt, seinen Sendebetrieb zum 30. Juni 2019 einzustellen

■ **Unterfranken: TV Mainfranken**

Im Regierungsbezirk Unterfranken waren die Planungsregionen Untermain, Würzburg und Main-Rhön bisher jeweils als eigenständige Versorgungsgebiete für lokale/regionale Kabelfernsehprogramme und Fernsehfenster im Programm RTL (Montag bis Freitag) organisiert. Anbieter des lokalen/regionalen Fernsehens in den Versorgungsgebieten Würzburg und

Main-Rhön war die TV Mainfranken GmbH & Co. KG, Anbieter des lokalen/regionalen Fernsehens im Versorgungsgebiet Untermain die Neue Welle Antenne Aschaffenburg Hörfunk- und Fernsehprogrammanbieter GmbH.

Die Landeszentrale schrieb nach entsprechendem Beschluss des Medienrats im Oktober 2018 die Nutzung der Übertragungskapazitäten aus. Die ursprünglich bis zum 31. Dezember 2018 befristeten Kapazitätszuweisungen wurden übergangsweise bis 30. Juni 2019 verlängert.

Als Ergebnis dieser Ausschreibung wurden die Fernseh-Versorgungsgebiete Untermain, Würzburg und Main-Rhön zu einem einheitlichen Versorgungsgebiet Unterfranken zusammengefasst. Der TV Mainfranken GmbH & Co. KG wurden die Übertragungskapazitäten zur Verbreitung eines lokalen/regionalen Kabelfernsehprogramms einschließlich des Spartenangebots Kirche in Bayern und Plenum TV und eines Fernsehfensters im Programm RTL Montag bis Freitag im Versorgungsgebiet Unterfranken im Kabel und über Satellit ab dem 1. Juli 2019 für die Dauer von 10 Jahren zugewiesen. Zur Sicherstellung von Programminhalten mit Informationen aus der Region Untermain wird TV Mainfranken eng mit dem Funkhaus Aschaffenburg kooperieren.

Verlängerung von Kapazitätszuweisungen

Nach Art. 26 Abs. 2 Satz 2 BayMG werden Genehmigungen unbefristet erteilt. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten erfolgt jedoch befristet. Verlängert wurden die folgenden Zuweisungen:

- **Allgäu: allgäu.tv**

Kapazitätszuweisung für ein Kabelfernsehprogramm bis 31. Oktober 2029

Kapazitätszuweisung für das RTL-Fensterprogramm bis 31. Oktober 2025

- **Augsburg: a.tv**

Kapazitätszuweisung für ein Kabelfernsehprogramm bis 31. Dezember 2029

Kapazitätszuweisung für das RTL-Fensterprogramm bis 31. Oktober 2025

Technische Verbreitung

Lokale Fernsehangebote

Die lokalen und regionalen bayerischen Fernsehprogramme werden in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet über Kabel (digital in SD und HD), Satellit (DVB-S in HD) und IPTV (z. B. Magenta TV, 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, Mnet und Deutsche Telekom übergeben und für die Verteilung über Satellit und Terrestrik vorbereitet werden. Durch das von der BLM konzipierte und von der Bayerischen Medientechnik GmbH im Auftrag der Anbieter betriebene Playout-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 2019 das Breitbandkabel. Alle bayerischen Kabelhaushalte von Vodafone Kabel Deutschland sind in der Lage, ein lokales Fernsehprogramm digital in SD und HD zu empfangen. Auch bei den anderen Kabelnetzbetreibern werden lokale/regionale Programme digital verbreitet. Ebenso werden die lokalen RTL-Fenster digital in die Kabelnetze von Vodafone Kabel Deutschland und PÿUR eingespeist.

■ DVB-S

Die 14 lokalen TV-Angebote werden über zwei Astra-Transponder auf 11 Programmplätzen in HD verbreitet. Die Programme sind unverschlüsselt und können mit jedem Sat-HD-Empfänger empfangen werden.

Die SD-Verbreitung über Satellit wurde aus Kostengründen Ende März 2018 eingestellt. Diese SD-Abschaltung wurde von mehreren Informationskampagnen in den bayerischen Regionen begleitet. Unter dem Titel „Mehr daheim geht nicht“ lief von September bis Dezember 2019 eine bayernweite Kampagne, die die Präsenz und Relevanz der 14 Lokal-TV-Angebote in den Mittelpunkt stellte. Insbesondere Satelliten-Haushalte sollten Informationen, Einstellhilfen und allgemeine technische Unterstützung beim Auffinden und Speichern der Lokal-TV-HD-Programmsignale erhalten.

■ IPTV

Alle bayerischen Lokal-TV-Programme können über das IPTV-Angebot Magenta TV der Deutschen Telekom empfangen werden. 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. Im Jahr 2019 konnte durch eine hochwertigere SD-Programmanlieferung eine Verbesserung der SD-Qualität ermöglicht werden.

Auch bei einer Vielzahl weiterer, regionaler IPTV-Anbieter sind die lokalen TV-Programme empfangbar.

Die bayernweite Kampagne „Mehr daheim geht nicht“ stellte die Präsenz und Relevanz der 14 Lokal-TV-Angebote in Bayern in den Mittelpunkt.

■ DVB-T2HD

In der terrestrischen Fernsehnorm DVB-T2 HD sind in den Empfangsgebieten München/Oberbayern, Nürnberg in den Programmen RTL und SAT.1 die jeweiligen bayerischen Fensterprogramme enthalten. Im Empfangsgebiet Augsburg wird nur im Programm von SAT.1 das bayerische Fensterprogramm ausgestrahlt.

■ Hybrides Fernsehen

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, der die klassische Rundfunkwelt mit neuen Internet-Applikationen verbindet und damit einen deutlichen Mehrwert für den Nutzer schafft. Auch für bayerische Lokalfernsehangebote wurde die Red-Button-Funktion (HbbTV) eingerichtet und ermöglicht den einfachen Abruf von Mediathek-Inhalten bei ans Internet angeschlossenen TV-Geräten. Die dafür entwickelte Benutzeroberfläche und Bedienfunktionen wurden 2019 einem Relaunch unterzogen und sind technisch und optisch auf dem üblichen Stand der bundesweiten TV-Angebote.

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 Videostreams 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 und ermöglicht den Zugriff auf Mediatheken der Lokalfernsehangebote.

Auch in vielen DVB-T2-Verbreitungsgebieten 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, Rheinland-Pfalz und Berlin und Brandenburg aufgerufen werden.

■ Fernsehen für alle

Das Projekt „Fernsehen für alle – voll inklusiv mit HbbTV“ ermöglicht einen barrierefreien Zugang zu bayerischen Fernsehinhalten für Menschen mit Seh- oder Hörbeeinträchtigung. Eine HbbTV-

Das Projekt „Fernsehen für alle – voll inklusiv mit HbbTV“ ermöglicht einen barrierefreien Zugang zu bayerischen Fernsehinhalten für Menschen mit Seh- oder Hörbeeinträchtigung.

Mediathek bietet Inhalte mit Gebärdendolmetscher (VR-Brille), Audiodeskription und Untertitelung (inkl. „leichter Sprache“). Das von der BLM aus Mitteln des Art. 23 BayMG geförderte Projekt wurde auf dem internationalen HbbTV-Symposium Ende November 2019 in Athen ausgezeichnet.

■ **Digitale Plattformen und Streaming**

Die Streaming-Angebote aller bayerischer Lokal-TV- und Lokal-Hörfunk-Angebote 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.

Seit Anfang 2019 unterstützt die Landeszentrale auch das Internet-Streaming der lokalen TV-Anbieter finanziell und konzeptionell, also sowohl die Live-Verbreitung der Programme als auch Mediatheken-Abrufe über das Internet. Dazu werden leistungsfähigere und modular skalierbare Module entwickelt, die eine effizientere und effektivere Internetverbreitung für die Programme ermöglichen.

Im Rahmen der Medientage München 2019 startete TV Bayern Regional auf waipu.tv, einer internetbasierten digitalen Plattform. Dieses Programm steht dort als quasi-linearer Stream geolokalisiert je nach Standort des Zuschauers mit der aus der Region verfügbaren lokalen Nachrichtensendung zur Verfügung. Die Landeszentrale fördert dieses Projekt im Rahmen von Art. 23 BayMG sowohl in der Entwicklung wie auch im fortlaufenden Betrieb.

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) digital im Kabelangebot von Vodafone verbreitet.

Die Fernsehfenster in RTL werden über DVB-T2 in München/Südbayern und Nürnberg verbreitet. Das bayernweite SAT.1-Fenster („17:30 SAT.1 Bayern“) ist via DVB-T2 in München/Südbayern, Augsburg und Nürnberg und digital via Satellit verfügbar und ist zudem bei allen anderen bayerischen Kabelnetzbetreibern und vielen regionalen und bundesweiten IPTV-Angeboten verfügbar.

Lokal-TV-Programme in Bayern

Satellitenverbreitung

Die 14 bayerischen Lokal-TV-Programme werden über elf 24-Stunden-Satellitenkanäle in HD verbreitet.

Wichtige Transponderdaten:

DVB-S2 8-PSK; horizontal; 22 MSym/s; FEC 2/3

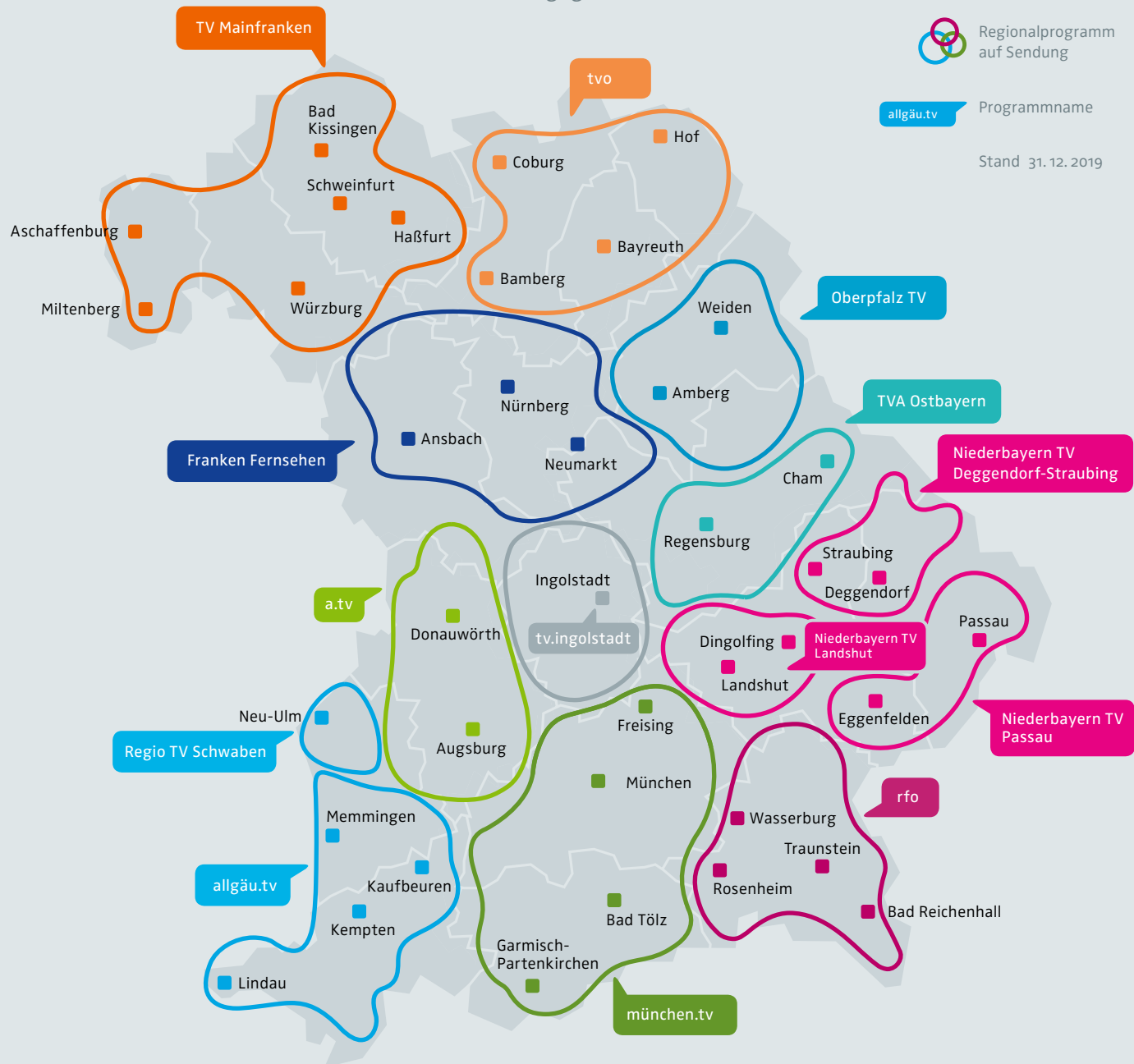
Transponder 1.049 | Astra 1KR 10.714 MHz

- TV Mainfranken
Unterfranken
- tvo
Oberfranken
- Franken Fernsehen
Mittelfranken
- Oberpfalz TV
Oberpfalz
- TVA Ostbayern
Oberpfalz
- Niederbayern TV Landshut
- Niederbayern TV Deggendf.-Straubing
- Niederbayern TV Passau
Niederbayern

Transponder 1.023 | Astra 1L 11.552 MHz

- münchen.tv
Oberbayern
- rfo
Oberbayern
- tv.ingolstadt
Oberbayern
- a.tv
Schwaben
- allgäu.tv
- Regio TV Schwaben
Schwaben

Kabelverbreitungsgebiete




Fernsehnutzung



6,9%

Die Tagesreichweite der lokalen Fernsehprogramme in Bayern ist im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte auf 6,9 % angestiegen.

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2019** wurden im Auftrag der BLM und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS 14.769 Befragungen zur Empfangbarkeit und Nutzung der Fernsehprogramme in Bayern durchgeführt. Neben den Reichweitendaten wurden auch Daten zur Programmkompetenz und zum Image der bayerischen Lokalprogramme und von SAT.1 Bayern erhoben.

Die lokalen Fernsehprogramme erreichen 2019 an einem durchschnittlichen Werktag 762.000 Personen ab 14 Jahre und damit 31.000 mehr als im Vorjahr (2018: 731.000). Ihre Tagesreichweite ist im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte auf 6,9 Prozent gestiegen. In Kabelhaushalten liegt die Reichweite der lokalen TV-Stationen bei 11,2 Prozent (427.000 Zuschauer Mo–Fr).

Tagesreichweite 2018–2019 gesamt

	2018	2019
1. Das Erste	41,5	38,2
2. ZDF	35,1	32,0
3. RTL	22,6	21,7
4. BR Fernsehen	21,7	21,3
5. ProSieben	16,6	17,3
6. SAT.1	14,2	16,6
7. VOX	11,1	12,4
8. Kabel Eins	7,4	9,4
9. RTLZWEI	7,4	8,8
10. n-tv	7,0	7,3
11. Bayerische Lokalprogramme	6,6	6,9
12. Sky	5,7	6,7
13. SUPER RTL	3,8	5,7
14. Sport1	3,2	3,9
15. WELT	5,6	3,5
16. 17:30 SAT.1 Bayern	2,0	3,1
17. Tele 5	2,0	3,1
Fernsehen gesamt	79,2	77,9

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2019

16,3 %

Spitzenreiter 2019 war tv.ingolstadt mit einer Tagesreichweite von 16,3 Prozent.

Betrachtet man nur die Empfangshaushalte in den jeweiligen Versorgungsgebieten, so erzielen die lokalen Fernsehangebote an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 8,8 Prozent. Anteilig überproportional viele Zuschauer hat dabei der Spitzenreiter tv.ingolstadt mit einer Tagesreichweite von 16,3 Prozent, gefolgt von Franken Fernsehen mit 12,1 und Oberpfalz TV mit 11,8 Prozent.

Das landesweite Fensterprogramm 17:30 SAT.1 Bayern erzielt in seiner Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr (Mo – Fr) einen Marktanteil von 10,9 Prozent und verzeichnet damit einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (11,2 Prozent). Bei der Tagesreichweite hingegen gewinnt SAT.1 Bayern deutlich hinzu: Von Montag bis Freitag schalten im Durchschnitt 348.000 Personen ab 14 Jahre (3,1 Prozent) pro Tag ein. Im Jahr zuvor lag die Tagesreichweite noch bei 219.000 Zuschauern (2,0 Prozent).

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.

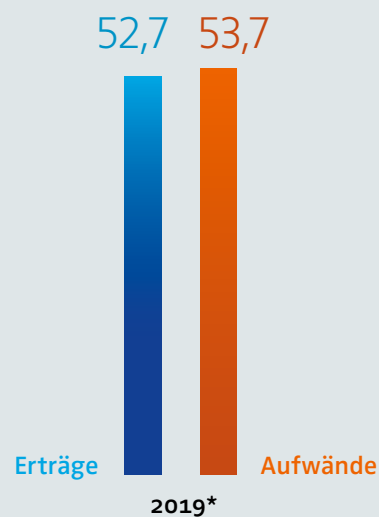
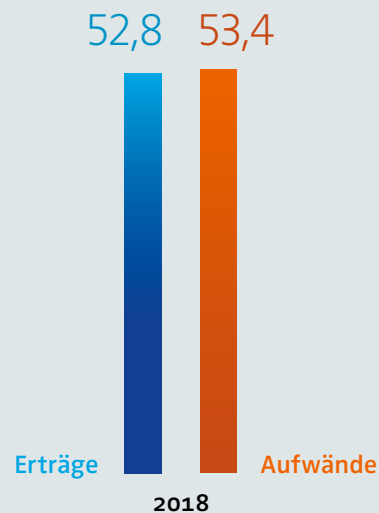
Festgestellt werden kann auf Basis der Ergebnisse der Funkanalyse Fernsehen 2019, dass sich Lokalfernsehen im Markt eindeutig durch seine „Informationen aus der Region“ positioniert. 62,5 Prozent des Weitesten Seherkreises von Lokalfernsehen (mindestens innerhalb der letzten zwei Wochen Lokalfernsehen gesehen) sagen, die entsprechenden Programmteile gefallen „sehr gut“ oder „gut“. Dieser Wert hat sich gegenüber der Funkanalyse 2018 sogar nochmals deutlich verbessert (Zunahme von 56,7 auf 62,5 Prozent). Über 50 Prozent des Weitesten Seherkreises (WSK) finden auch die Informationen aus Bayern „sehr gut“ oder „gut“ (54 Prozent) und die Beiträge zu Heimatgeschichte, Brauchtum oder Tradition mindestens gut (52,2 Prozent).

Die besten Imagewerte erzielt Lokalfernsehen in Bayern bezüglich der Items „sympathisch“ (83,2 Prozent des WSK sagen „trifft voll und ganz zu“ oder „trifft zu“), „glaubwürdig“ (82,5 Prozent) und „aktuell“. (81,8 Prozent). Alle abgefragten Imagewerte haben sich gegenüber dem Erhebungszeitraum der letzten Funkanalyse verbessert. Hervorzuheben ist insbesondere, dass sehr viel mehr Lokalfernsehzuschauer ihr Programm „professionell“ finden: Der Imagewert ist von 60,8 auf 72,2 Prozent gestiegen.

Wirtschaftliche Lage

Zum dreizehnten Mal führte Goldmedia im Auftrag der BLM und sieben weiteren Landesmedienanstalten Mitte 2019 die Studie „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“ durch, um aktuelle Daten der bayerischen Anbieter zur Beschäftigungs- und Wirtschaftssituation zu erfassen. Die Befragung ergab, dass die Anbieter der insgesamt 31 lokalen und landesweiten Fernsehprogramme in Bayern (inkl. Spartenanbieter) für das Geschäftsjahr 2019 Erträge in Höhe von 52,7 Mio. € erwarten und damit ähnlich hohe Einnahmen wie im Vorjahr (52,8 Mio. €). Die prognostizierten Gesamtaufwendungen von 53,7 Mio. € gegenübergestellt (2018: 53,4 Mio. €), ergibt sich ein Kostendeckungsgrad von rund 98 Prozent. Seit 2014 arbeiten die Anbieter lokaler und landesweiter Fernseh- und Spartenprogramme in Bayern in der Summe kostendeckend.

Erträge und Aufwände im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen



in Bayern, inkl. Spartenanbieter

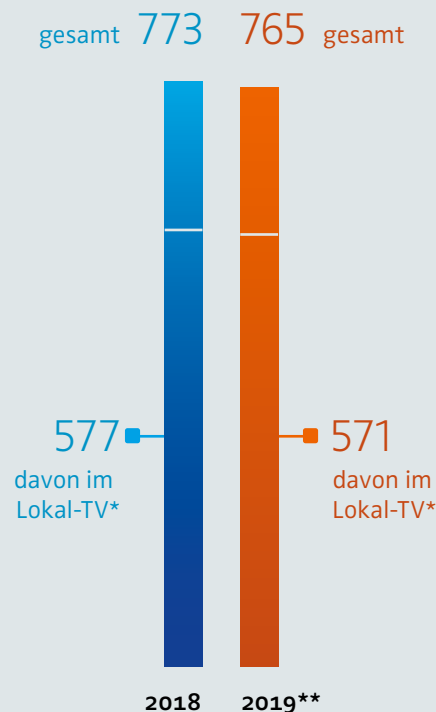
* gemäß Anbieter-Einschätzung für das laufende Geschäftsjahr (in Mio. Euro)

Mitte 2019 weisen die bayerischen TV-Anbieter 765 Beschäftigte aus. Damit setzt sich der Abwärtstrend, der seit 2017 bei den Beschäftigtenzahlen zu beobachten ist, weiter fort.

Die 16 Anbieter des lokalen Fernsehens geben im Rahmen der Goldmedia-Erhebung Mitte 2019 an, im laufenden Geschäftsjahr Gesamterträge in Höhe von 39,4 Mio. € zu erwarten. Ihre Aufwandsprognose beläuft sich auf 40,3 Mio. €. Die Anbieter gehen damit von einer leicht rückläufigen Entwicklung ihrer Wirtschaftlichkeit im Vergleich zum Vorjahr aus. 2018 standen den etwas höheren Erlösen von 39,7 Mio. € etwas geringere Kosten von insgesamt 40,1 Mio. € gegenüber. Für das Geschäftsjahr 2019 erwarten die bayerischen Lokal-TV-Anbieter also eine leichte Verschlechterung des Kostendeckungsgrades von 99 Prozent in 2018 auf 98 Prozent.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfernsehen lag Mitte 2019 bei 571 Mitarbeitern und damit auf dem niedrigsten Niveau im Vergleich der letzten zehn Jahre.

Beschäftigte im privaten lokalen und landesweiten Fernsehen

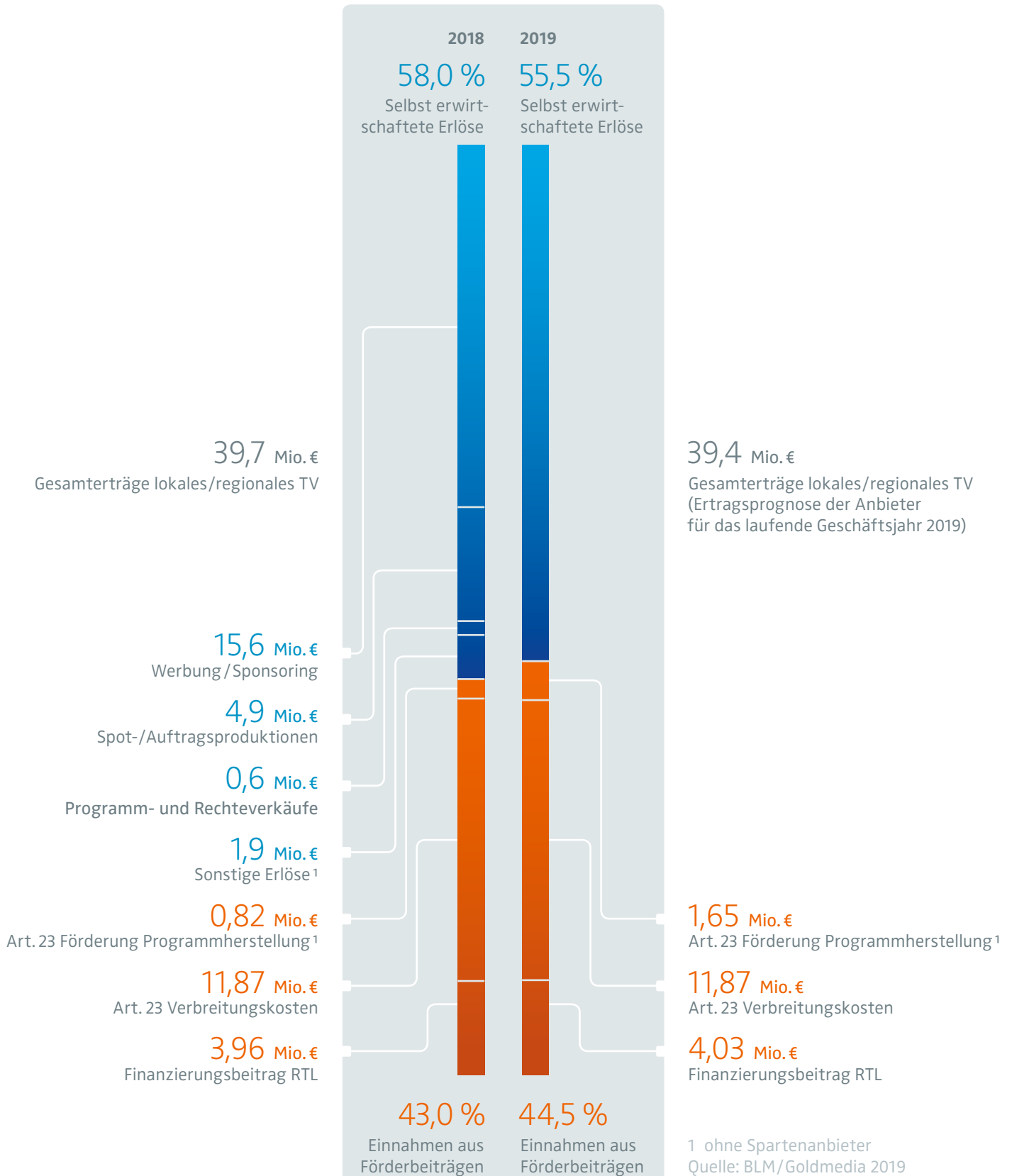


in Bayern, inkl. Spartenanbieter

* bei 16 Hauptanbietern

** gemäß Angaben der Anbieter für Mitte 2019

Finanzierungsstruktur des lokalen Fernsehens¹ in Bayern 2018 und 2019 im Vergleich



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

Programmbeobachtung

Standardbeobachtung: Betrachte 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 bis Juni 2019 16 und ab Juli insgesamt 14 genehmigten lokalen Programmen bedeutete das

einen Beobachtungsumfang von insgesamt 70 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine (2.100 Minuten) sowie weitere rund 150 Special-Interest-Sendungen (ca. 3.000 Minuten). Der Stichprobenzeitraum liegt immer im Erhebungszeitraum der Funkanalyse Fernsehen in Bayern. Da dieser in 2019 auf den Herbst verlegt wurde, wurde die Stichprobe ebenfalls in den Herbst verlegt, sodass die Auswertungen bis ins Jahr 2020 andauern.

Vom landesweiten Fenster auf RTL am Wochenende werden jedes Jahr mindestens vier Ausgaben beobachtet. Im Jahr 2019 wurden zusätzliche Stichproben von weiteren vier Sendungen gesichtet und ausgewertet (zusammen 480 Minuten). Außerdem werden von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mehrere Sendungen qualitativ beobachtet (ca. 900 Minuten).

Besondere Veranlassung und qualitative Beobachtung

Für sechs Lokal-TV-Anbieter wurden zusätzliche Stichprobenwochen im Stil oben beschriebener Standardbeobachtung untersucht. Anlass waren Verlängerungen der Kapazitätszuweisungen, Neugenehmigungen und Beobachtungsaufträge aus den Ausschüssen der Landeszentrale (900 Minuten Nachrichtenmagazine, ca. 1.050 Minuten Special-Interest-Formate).

Bei der rein qualitativen Beobachtung der genehmigten Fernsehprogramme werden Formate analysiert und ihre handwerkliche sowie inhaltliche Qualität beurteilt. Dazu zählten im Jahr 2019 fünf neue Special-Interest-Formate bei den bestehenden Lokal-TV-Programmen, drei Sondersendungen sowie einige möglicherweise problematische Formate (ca. 660 Minuten).

Überdies wurden zur Überprüfung der genehmigten Programmschemata alle ausgestrahlten freikirchlichen Programmangebote der bei der Landeszentrale lizenzierten bundesweiten Anbieter systematisch erfasst und insgesamt elf eingegangenen Programmbeschwerden nachgegangen.

Sonderbeobachtung: Livestreaming, Überprüfung Sendeprotokolle

Zunehmend mehr Aufwand bedeutet die Überprüfung von Livestreaming-Formaten. Geprüft wird, ob es sich bei den Angeboten um genehmigungspflichtigen Rundfunk handelt. Hierfür müssen teilweise aufwändige Transkriptionen vorgenommen werden, was zu einer Bearbeitungsdauer von 5–8 Arbeitsstunden je 60 Minuten Streamingdauer führt. Diese Überprüfungen finden vor einer möglichen Genehmigung als Rundfunkangebot statt bzw. als Beleg für die Veranstaltung von nichtgenehmigtem Rundfunk. Die Überprüfungen erfolgen derzeit ausschließlich nach Eingang von Beschwerden/Hinweisen. Eine systematische Beobachtung von Plattformen wie bspw. Twitch, YouTube oder Younow gibt es nicht. Im Jahr 2019 wurden dennoch über 3.000 Minuten Livestreaming-Angebote durch die Programmebeobachtung der Landeszentrale gesichtet.

Darüber hinaus wurde anhand einer Stichprobenwoche die von den Anbietern der 16 Lokal-TV-Programme selbst vorgenommenen Codierungen in den sog. Sendeprotokollen überprüft. Die Sendeprotokolle dienen als Nachweis für die Erfüllung der Betrauungsvorgaben gem. Art. 23 BayMG und müssen sowohl vollständig wie inhaltlich richtig die tatsächlich ausgestrahlten Sendeeinhalte wiedergeben.

Die Landeszentrale überprüft die handwerkliche und inhaltliche Qualität der genehmigten Fernsehprogramme.

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 2019 der Landeszentrale



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).

Aktivitäten gegen Hass und Hetze im Netz

Seit einiger Zeit nehmen im Internet Kommentare zu, die von Hass geprägt sind oder Symbole enthalten, deren Verwendung strafrechtliche Relevanz hat.

In der Folge ist auch bei der Landeszentrale die Zahl der Beschwerden sowie der Prüf-, Aufsichts- und Gerichtsverfahren im Bereich des politischen Extremismus in den letzten Jahren gestiegen. Der Landeszentrale war und ist ein Vorgehen gegen Hass im Netz wichtig. Aus diesem Grund wurde die Vernetzung mit Vertretern verschiedener Stellen aus München und Umgebung, die mit dem Thema „Politischer Extremismus in den Medien“ befasst sind, bei der Landeszentrale ausgebaut. Hier sind die „Expertenrunde politischer Extremismus in den Medien“, die Mitgliedschaft im Landesweiten Beratungsgremium Bayern gegen Rechtsextremismus sowie die Verstärkung der Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Bündnis für Toleranz zu nennen.

Die am 21. Oktober 2019 gestartete gemeinsame Initiative von Landeszentrale und Bayerischem Staatsministerium der Justiz „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ ist ein weiterer

wichtiger Schritt gegen Hass und Hetze im Netz: Mit der Initiative soll ein Zeichen für die Meinungsfreiheit und gegen Hass, Antisemitismus und Volksverhetzung im Netz gesetzt werden. Redaktionen von Medienunternehmen in Bayern soll es durch die gemeinsame Initiative ermöglicht werden, potenzielle Straftaten in diesem Bereich auf einem einfachen Weg bei der Staatsanwaltschaft München I zu melden. Ziel der Initiative ist es, den Verfassern von Hate Speech ihre Grenzen aufzuzeigen und klarzumachen, dass das Internet kein rechtsfreier Raum ist.

Aufsicht Fernsehangebote

Die Landeszentrale nimmt im Zuge ihrer Programmbeobachtung unter Jugendschutzgesichtspunkten hauptsächlich Spielfilme und Serien in den Blick, aber auch alle anderen Programmelemente wie etwa Magazinbeiträge, Werbespots, Trailer, sowie jugendschutzrelevante Sportsendungen. Sie überprüft die von ihr zugelassenen bundesweiten sowie lokalen Anbieter, vornehmlich Kabel Eins, TLC, münchen.tv, Sport1, Tele 5, WELT und ANIXE, die digitalen Programme von Sky, TNT FILM, TNT Serie, TNT Comedy, 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 Programmbeobachtung 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 aufwendiger Abgleich der Schnittaufgaben 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.

Im Falle der digitalen Anbieter Sky, TNT FILM, TNT Serie, TNT Comedy, 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 2019 wurden insgesamt 28 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.

28

Die Landeszentrale hat bei 28 ursprünglich indizierten Filmen überprüft, ob die für eine Ausnahmegenehmigung erteilten Schnittaufgaben erfüllt und die Filme zeitlich korrekt platziert wurden.

■ Prüfwahlen Fernsehen

Im Jahr 2019 wurden die Verfahren zu zwei bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale nach vorangegangener Entscheidung durch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) abgeschlossen. Im Fall der Episode einer Historienserie, stellte die BLM das Verfahren ein, im anderen Fall, der Episode eines Reality-TV-Formats, lag ein Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV vor. Dieser Fall wurde von der Landeszentrale beanstandet.

Aufsicht Telemedien

Die BLM ist im Jugendschutz zuständig für alle Inhalte von Internetanbietern mit Sitz in Bayern. Dazu zählen Angebote großer Anbieter, wie die Online-Mediatheken bundesweiter Fernsehsender oder Video-on-Demand-Angebote wie Maxdome oder verschiedene Angebote von Sky. Dazu gehören aber auch sämtliche Internetseiten von kleinen Unternehmen oder Einzelpersonen aus Bayern.


■ Prüfwahlen Telemedien

Im Bereich Telemedien kontaktierte die BLM 2019 in rund 40 Fällen Telemedienanbieter mit Sitz in Bayern und wies sie auf problematische Inhalte hin, mit dem Ziel, dass auf freiwilliger Basis Jugendschutzmaßnahmen ergriffen werden. So konnten etliche Verstöße durch präventive Maßnahmen der Landeszentrale von vornherein vermieden und im Vorfeld von aufsichtsrechtlichen Verfahren schnelle und praxisnahe Lösungen im Sinne des Jugendmedienschutzes gefunden werden.

Sechs Aufsichtsverfahren aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale wurden neu ins Verfahren eingespeist und zwei nach vorangegangener Entscheidung durch die KJM weitgehend abgeschlossen. Die Landeszentrale setzte hier die von der KJM beschlossenen medienrechtlichen Maßnahmen – Beanstandungen, Untersagungen – gegen den betreffenden Anbieter um. Ob weitere Maßnahmen im Verwaltungsverfahren sowie ggf. die Durchführung eines Bußgeldverfahrens nötig sind, wird derzeit noch geprüft.

Aufsicht neue Angebotsformen und hybride Plattformen

Im Zuge der fortschreitenden Medienkonvergenz ist die Landeszentrale nicht mehr nur für Medien, die sich in die klassischen Kategorien „Rundfunk“ oder „Telemedien“ einteilen lassen, zuständig. Zunehmend kommen andere Angebotsarten hinzu. Darunter fallen internetbasierte Fernsehangebote bzw. rundfunkähnliche Telemedienangebote sowie hybride Formate, teils in Form „rundfunkrechtlicher Plattformen“. Im Berichtszeitraum hat die Kommission für Zulassung und Aufsicht (Entscheidung vom September 2019) die Streaming-Angebote „Joyn“ und „Amazon Prime Video“ als rundfunkrechtliche Plattformen nach dem Rundfunkstaatsvertrag klassifiziert.

Nähere Informationen bietet der  **Werbebericht 2018/2019** der Landeszentrale

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 2019 hat die Landeszentrale bei insgesamt 43 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und jeweils aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 23 Fälle betrafen das nationale und 20 Fälle das lokale Fernsehen. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problematik lag mit insgesamt 15 Fällen bei möglichen Verstößen gegen die Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben der verschiedenen Werbeformen.

144

Die Landeszentrale hat 2019 144 Beschwerdefälle zu Telemedienangeboten bearbeitet.

Telemedien

Nach § 58 Abs. 3 Rundfunkstaatsvertrag gelten für sogenannte „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“, also fernsehähnliche Bewegtbildangebote im Internet, die Werbe- und Sponsoringbestimmungen für Rundfunkangebote „entsprechend“. 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.

Die Landesmedienanstalten bieten mit dem Leitfaden  **Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten** grundlegende Hilfestellungen und Regelungen zu den Kennzeichnungs- und Trennungspflichten bei Werbung in Social-Media-Angeboten wie Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, TikTok, Twitch etc. und sonstigen Internetseiten wie zum Beispiel Blogs.

Auch 2019 wurde in Köln die Veranstaltung #watchdog durchgeführt, bei der die Medienanstalten mit Influencern Fragen der Rechtssicherheit in diesem immer mehr an Bedeutung gewinnenden Betätigungsfeld diskutiert haben. Schwerpunktthema in diesem Jahr war dabei das Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und politischer Werbung.

Die Landeszentrale hat im Jahr 2019 144 Beschwerdefälle zu Telemedienangeboten bearbeitet. Mit 69 Fällen am stärksten betroffen war die Plattform Instagram, gefolgt von YouTube (53 Fälle). In über 90 Prozent der Fälle war die fehlende oder unzureichende Kennzeichnung werblicher Inhalte festzustellen.

Glückspielwerbung

Die Landeszentrale steht kontinuierlich in regem Austausch und Dialog mit den Glücksspielaufsichtsbehörden. So soll 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 gewährleistet werden. Sobald die Glücksspielaufsicht eine Maßnahme gegen einen Glücksspielanbieter erläßt, überprüft die Landeszentrale, ob Werbung für das Glücksspiel trotzdem weiterhin in den Fernseh- und Hörfunkprogrammen der Anbieter der Landeszentrale verbreitet wird. Bei entsprechendem Handlungsbedarf werden aufsichtliche Verfahren eingeleitet.


In besonderem Maße beschäftigten die Landeszentrale auch 2019 die unterschiedlichen Verfahren wegen Werbung für Lottoland.Gratis. Da nach Ansicht der Glücksspielaufsichtsbehörden und der Landesmedienanstalten mit Werbung für

das unentgeltliche Angebot Lottoland. Gratis zugleich unerlaubtes Glücksspiel beworben wird, waren alle Landesmedienanstalten gegen entsprechende Werbung vorgegangen. Die Landeszentrale war mit Aufsichtsverfahren gegen sechs ihrer bundesweiten Fernsehanbieter, die Werbung für Lottoland.Gratis in neun unterschiedlichen Fernsehprogrammen verbreitet hatten, in besonderem Maße betroffen.

Alle betroffenen Anbieter sind mit Rechtsbehelfen gegen die Maßnahmen vorgegangen; hieraus resultierten zehn Gerichtsverfahren. Von den zehn Gerichtsverfahren sind inzwischen sieben beendet – drei aufgrund von Entscheidungen der Gerichte, vier infolge der Rücknahme der Rechtsbehelfe durch die Anbieter selbst und allesamt zugunsten der Landeszentrale. Drei Gerichtsverfahren sind noch nicht abgeschlossen.

Soweit sich Fernsehanbieter auch nach dem Abschluss eines Gerichtsverfahrens nicht an die Untersagungsanordnungen hielten, sah sich die Landeszentrale veranlasst, Zwangsgelder anzudrohen.

Gewinnspiele

Gewinnspielsendungen unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. Seit Inkrafttreten der  **Gewinnspielsatzung** am 23. Februar 2009 können die Medienanstalten Verstöße gegen die Gewinnspielregeln mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro ahnden.

Im Jahr 2019 gingen drei Beschwerden zu Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen in von der Landeszentrale genehmigten Fernsehprogrammen ein. Die Überprüfung ergab, dass in keinem Fall ein Verstoß gegen die Gewinnspielsatzung vorlag.

Förder- maßnahmen

Die Fördermaßnahmen der Landeszentrale für private Hörfunk- und Fernsehangebote sowie auch 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 31,1 Mio. € wurden 2019 48,7 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Technische Verbreitungskosten lokaler TV-Veranstalter wurden zusätzlich mit 10,33 Mio. Euro gemäß Art. 23 BayMG aus dem Bayerischen Staatshaushalt gefördert.

Fördermaßnahmen 2019	T€	%-Anteil
Programmförderung	597,4	1,9
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,8
Finanzierung TV-Fensterprogramme	5.032,0	16,2
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	2.238,1	7,2
Medienforschung	758,8	2,4
Ausbildungsförderung	1.048,3	3,4
Medienpädagogik	660,3	2,1
Mitgliedsbeiträge	77,2	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.087,2	3,5
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	1.648,6	5,3
Innovationsförderung	207,9	0,7
Mediennetzwerk	285,5	0,9
Summe	15.141,3	48,7

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen sowie des technischen Betriebs der privaten Rundfunkanbieter wurden 2019 insgesamt rd. 2.238 T€ von der BLM aufgewendet.

Die Förderung der technischen Infrastruktur und technischer Innovationen hat die Schaffung von stabilen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern zum Ziel. Dafür wurden im Jahr 2019 rd. 1.732,3 T€ aufgewendet. Kosten für den technischen Betrieb wurden in Höhe von 508,8 T€ von der Landeszentrale übernommen. Durch diese Unterstützung soll eine nachhaltige Entwicklung für den Rundfunk in Bayern gesichert werden.

Im Jahr 2019 erhielt die Landeszentrale zweckgebunden für die Förderung des terrestrischen, digitalen Hörfunksystems eine zeitlich begrenzte Zuwendung aus dem Bayerischen Staatshaushalt in Höhe von 900 T€. Für das Jahr 2020 wurden ebenfalls 900 T€ in Aussicht gestellt.

Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 10,33 Mio.€ für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote (➔ s. Seite 113 f.).

Technische Infrastrukturförderung

Gemeinnützige Anbieter (UKW/DAB+-Hörfunk)

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

Im Jahr 2019 erhielt dementsprechend afk max als Aus- und Fortbildungsradio 9,6 T€ für die analoge terrestrische Verbreitung. Die Aus- und Fortbildungsradios in Nürnberg (afk max) und München (afk M94.5) haben für die digitale terrestrische Verbreitung Fördermittel in Höhe von 71,5 T€ erhalten.

Die Verbreitungskosten der gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feierwerk e.V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München, Radio München und Radio BUH wurden 2019 mit 30,9 T€ (UKW) und 156,9 T€ (DAB) gefördert. Radio BUH hat für einmalige Kosten im Rahmen des Sendestarts am 15. Oktober 2019 eine einmalige Sonderförderung von rd. 8,6 T€ erhalten.

Digitalradio

Für die Förderung der DAB-Netze (ohne gemeinnützige Programme, s. o.) standen 2019 Mittel in Höhe 1.446,4 T€ zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 3.972,2 T€ ergibt sich eine Gesamtförderquote von 36,4 Prozent (Vorjahr 45 Prozent).

Für die landesweiten DAB-Programme fielen im Jahr 2019 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.365,7 T€ an. Dafür wurden Fördermittel in Höhe von 264,0 T€ ausgereicht. Das entspricht einer Förderquote von 19,3 Prozent (Vorjahr 32 Prozent).

Im Bereich der regionalen DAB-Netze beliefen sich die Fördermittel (inkl. Sonderförderung) auf insgesamt 1.182,4 T€. Damit lag die Förderquote für regionale DAB-Anbieter im Jahr 2019 bei ca. 45,4 Prozent (Vorjahr 54 Prozent) der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 2.606,5 T€. Dabei können regionale DAB-Anbieter 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 12 Prozent erhöhen.

Zudem wurde für den Abschluss der Technischen Infrastrukturförderung 2018 ein Betrag in Höhe von 2,8 T€ nachgezahlt und durch den Förderabschluss 2019 ein Guthaben in Höhe von 3,2 T€ auf 2020 übertragen.

Förderquote in Prozent



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 2019 insgesamt 505,8 T€ angewendet.

Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb

	T€
afk-Radios	81,0
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	196,4
DAB+-Sendernetz (auch Nachzahlung 2018 und Übertrag 2020)	1.454,9
Standortoptimierung	160,1
Versorgungsanalyse und -messung	77,4
Medien-Informationssystem (MEDIS)	30,7
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen / Bürgerradio/Schulradio	107,1
Sende-Betrieb-Service (SBS)	19,7
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	97,0
Zentralserver für Streaming und Mediatheken /Projekt Smart TV	13,8
Gesamt	2.238,1

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2019 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt.

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Der FFF fördert die Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen sowie die Entwicklung qualitativ hochwertiger, pädagogisch und kulturell wertvoller digitaler Spiele. Zu den Gesellschaftern des FFF gehören der Freistaat Bayern, die BLM, der BR, das ZDF und die privaten Fernsehanbieter ProSiebenSat.1 und RTL.

Die Landeszentrale hat 2019 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 FFF vergeben.

Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender des FFF Bayern war bis September 2019 der Präsident der BLM Siegfried Schneider; am 1. Oktober 2019 hat diese Funktion der neue Geschäftsführer der Landeszentrale Dr. Thorsten Schmiege übernommen. Der Präsident ist seitdem Mitglied im Vergabeausschuss, der über die Auswahl der geförderten Projekte in jährlich fünf Sitzungen entscheidet. Er ist in dieser Funktion Nachfolger von Martin Gebrande, der bis September 2019 Geschäftsführer der Landeszentrale war. Als Stellvertreterin ist Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, benannt. Im Vergabeausschuss Games, der dreimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielebereich entscheidet, ist Verena Weigand für die BLM vertreten.

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 2019 rd. 600 T€ aufgewendet.

Im Jahr 2019 konnten besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 600.088 € gefördert werden. Davon entfielen 410.088 € auf Hörfunkbeiträge und 190.000 € auf Fernsehbeiträge. Insgesamt beteiligten sich 28 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer an der Ausschreibung und reichten 61 Anträge ein (56 Hörfunk, 5 Fernsehen). Für 38 Sendungen von 24 Antragstellern genehmigten der Hörfunkausschuss und der Fernsehausschuss des Medienrats eine Förderung. Aufgrund der sehr begrenzt zur Verfügung stehenden Fördermittel wurden fast ausschließlich gemeinnützige Anbieter gefördert.

Im Hörfunk wurden 34 Sendungen von 20 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Großteil dieser Projekte wurde auch schon in den Vorjahren gefördert. Bei 13 der geförderten Sendungen handelte es sich um neue Projekte. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden gut 56 Prozent des Gesamtfördervolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studenten oder behinderten Menschen ausgereicht (229 T€).

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 erhalten. Der Zuschuss für die einzelnen Anbieter fiel sehr unterschiedlich aus und lag zwischen 10.617 € (Sankt Michaelsbund) und 133.200 € (abm).

Acht Hörfunkprojekte befassten sich ausschließlich mit dem Schwerpunktthema 2019 „Zeugnisse Europäischen Kulturschaffens in der Region“. In 16 weiteren Hörfunkprojekten wurde das Schwerpunktthema zumindest zum Teil behandelt, z. B. innerhalb einer Schwerpunktsendung oder in Form einer Beitragsreihe in einer Magazinsendung. Im Gesamtblick kamen diese Schwerpunktbeiträge aber nur hin und wieder vor. Im Fernsehen wurde das Schwerpunktthema nur vom Spartenanbieter Evangelisches Fernsehen im Evangelischen Presseverband für Bayern e. V. (efs) in einigen Sendungen umgesetzt. Insgesamt wurde das Schwerpunktthema in gut 60 Prozent aller genehmigten Projekte aufgegriffen.




Zu den Aufgaben der BLM gehört die Durchführung medien- und kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten dienen als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in Bayern angebotenen Rundfunkprogramme in Trägerschaft der BLM. Weitere Projekte der BLM-Medienforschung befassen sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Mediennutzung und -vielfalt. Im Jahr 2019 wurden insgesamt rund 760 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.


Media Analyse

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e. V. (agma) die Interessen der bayerischen Privatradioanbieter. Die agma ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 Unternehmen der deutschen Werbewirtschaft und versteht sich als offene Dachorganisation für alle Medien. Ihr Ziel ist die wissenschaftlich fundierte Erhebung aller messbaren Werbeträger im Konsens aller beteiligten Medienanbieter und Vermarkter, Werbeagenturen und Werbungtreibenden. Die BLM ist in der Arbeitsgruppe Radio/Audio vertreten und bereitet mit weiteren Mitgliedern die Sitzungen der Technischen Kommission vor, die den Vorstand und Arbeitsausschuss fachlich-methodisch berät.



Ergebnisse der ma 2019
Audio II s. Seite 41

In einem wiederkehrenden Rhythmus veröffentlicht die agma ihre Forschungsergebnisse, die Media-Analysen. Von besonderer Bedeutung ist die zweimal pro Jahr veröffentlichte ma Audio, die die Nutzung von Radio und anderen Audioangeboten auf Basis von rund 66.200 computergestützten Telefoninterviews pro Jahr ermittelt und als Werbewährung von allen Unternehmen der Branche akzeptiert ist. Die Daten der Media Analyse (ma) ermöglichen einen Vergleich der Werbeträgerleistung der Senderkombinationen der bayerischen Lokalstationen (Zusammenschluss der bayerischen Lokalprogramme im Bayern Funkpaket u. a.) mit den landesweiten und überregionalen Hörfunkprogrammen und somit die Berücksichtigung des Lokalfunks in den Streuplänen der national tätigen Werbungtreibenden und Werbeagenturen. Die  **Ergebnisse** stellen die Grundlage für die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar.


Die BLM vertritt zudem gemeinsam mit der mabb die Gemeinschaft der Medienanstalten in der „Forschungsgruppe DAB+“ (ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast und private DAB+ Anbieter), die die agma/mmc mit der Durchführung der  **DAB+-Reichweitenstudie** beauftragt. Nach einer Pilotierung in 2016 und methodischen Optimierung in 2017 wurde die Studie 2018 erstmals im „Testbetrieb“ in die ma Audio fusioniert und im Jahr 2019 schließlich in den agma Regelbetrieb überführt. Mit der ma 2019 Audio II erfolgte erstmals die vollständige Integration und Ausweisung von DAB+ und Online-Audio-Reichweiten.

Die Ausweisung von DAB+- und Online-Audio-Reichweiten in der ma Audio stellt eine wesentliche Ergänzung zum Radio-Digitalisierungsbericht (s. u.) dar, weil sie über die im Digitalisierungsbericht erhobene Ausstattung der Haushalte mit Radioempfangsmöglichkeiten hinaus Daten zur tatsächlichen Nutzung von DAB+ und IP liefert. Nutzungsdaten bezüglich DAB+ und IP im Vergleich zu UKW sind unerlässlich, um valide und allgemein akzeptierte Reichweiten für einzelne Sender und für die Radionutzung gesamt zu erhalten sowie die Entwicklung der anteilig digitalen Nutzung zu dokumentieren. In Kombination mit den Erkenntnissen aus dem Radio-Digitalisierungsbericht bieten die Nutzungsdaten der ma Audio eine fundierte Basis für aktuelle und künftige regulative Aufgaben und Entscheidungen der Landesmedienanstalten.

Fernsehforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Videoforschung (AGF) stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK zur Verfügung, die vor allem im Hinblick auf Konzentrationsrechtliche Fragen herangezogen werden. 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. Einmal pro Jahr erstellt die BLM auf Basis der Daten zudem einen Jahresbericht zur Fernsehnutzung in Deutschland für die DLM.

Digital Content Measurement (DCM)/ DCM Mobile

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. Seit 2018 bezieht die BLM zusätzlich zu den stationären Internetnutzungsdaten auch die Daten zur mobilen Nutzung. Auf der Grundlage dieser Daten erstellt die BLM einen halbjährlichen  **Bericht zur Internetnutzung** in Deutschland. Die Nielsen-Daten liefern zudem die erforderlichen Reichweitendaten zur Berechnung des Meinungsmarktes Internet im Rahmen des Medienvielfaltsmonitors der Landesmedienanstalten.

Funkanalyse Bayern

Neuorganisation

Die Funkanalyse Bayern leistet einen essentiellen Beitrag für die Landeszentrale bei der Erfüllung ihrer primären Aufgaben. Sie stellt relevante Informationen zur Akzeptanz und Qualität der Programme für die Gremienarbeit bereit, liefert Belege für die Förderwürdigkeit der Inhalte, bietet eine Basis für weitergehende Analysen zur Programmoptimierung und stellt eine unverzichtbare Datengrundlage für die Fortschreibung der Rundfunkkonzepte „Audio 2025“ bzw. „Zukunft Lokal-TV“ der BLM dar.

In Wahrnehmung der öffentlichen Verantwortung und Ihrer Trägerschaft für die privaten Rundfunkangebote in Bayern hat die Landeszentrale zudem die gesetzliche Aufgabe, auf positive wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Programmanbieter hinzuwirken. Da die wirtschaftliche Situation der privaten Anbieter ganz wesentlich durch Einnahmen aus Werbeeinschaltungen bestimmt wird, werden zur Unterstützung des Marketings aktuelle Untersuchungsergebnisse benötigt, die die Leistungsfähigkeit der bayerischen Programme als Werbeträger belegen. Eine besondere Rolle spielt hier die Funkanalyse Bayern im Bereich Hörfunk. In Ergänzung zur ma Audio, in der die meisten lokalen Hörfunkanbieter zusammengeschlossen im Bayern Funkpaket ausgewiesen werden, stellt sie nicht nur für jedes einzelne Programm aktuelle Reichweiten-ergebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz zur Verfügung, ihre Ergebnisse bilden darüber hinaus die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse.

Bereits Anfang 2018 hatte die BLM dem Wunsch der Anbieter nach einer Neuorganisation der Funkanalyse und damit mehr Transparenz, Mitsprache und Verantwortung der Anbieter bzw. Auftraggeber auch im Sinne einer konsensorientierten Weiterentwicklung des Projektes entsprochen. Beginnend mit dem Bereich Hörfunk, wird das Projekt seit Anfang 2019 durch die sogenannte „Steuerungsgruppe“ begleitet, die sich aus Vertretern der Verbände VBRA,

VBL und VuLB, von RADIO ENERGY und STUDIO GONG sowie der BLM zusammensetzt. Zu einer ihrer ersten Aufgaben machte es sich die Steuerungsgruppe, das aktuelle Studiendesign der Hörfunk-erhebung im Rahmen einer Ausschreibung zu prüfen. Insgesamt sechsmal tagte die Steuerungsgruppe in 2019, um die Unterlagen für die Angebotseinholung abzustimmen und die eingegangenen Angebote zu bewerten. Schließlich sprach sich die Steuerungsgruppe für die Funkanalyse 2020 für das – methodisch wie forschungsökonomisch optimierte – Angebot des Etathalters Kantar aus.

Die Neuorganisation umfasst dabei auch eine Änderung der Rolle der Landeszentrale. Seit der Funkanalyse Bayern 2020 Hörfunk tritt die BLM nicht mehr als unmittelbare Auftraggeberin, sondern als Fördergeberin auf. Auftraggeber sind weiterhin die bayerischen Lokalradios sowie weitere Beteiligte.

Ende 2019 wurde schließlich analog zum Bereich Hörfunk die Neuorganisation der Funkanalyse Bayern Fernsehen in die Wege geleitet. Das Projekt wird seither ebenfalls durch eine Steuerungsgruppe begleitet, die sich aus Vertretern der Verbände VBRA und VBL, der TV Bayern GmbH und 17:30 SAT.1 Bayern sowie der BLM zusammensetzt.


Die BLM übernimmt im Rahmen der Aufgaben der Steuerungsgruppe die Koordination des Projektes.

Neben der umfassenden Vorbereitung und Organisation der Treffen der Steuerungsgruppen gehören dazu weiterhin insbesondere die Konzeption, Ausarbeitung und Kommunikation des Beteili-

Die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern bilden die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse.

gungs- und Finanzierungsmodells für die mehr als 50 Auftraggeber der Studie sowie die Vorbereitung und Organisation der vier Arbeitskreise. In den jeweils zwei von der BLM im Auftrag der Steuerungsgruppe veranstalteten Arbeitskreisen Hörfunk bzw. Fernsehen haben alle beteiligten Hörfunk- und Fernsehanbieter die Möglichkeit, die Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern zu diskutieren. Für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2019 Hörfunk erbrachten Basisleistungen wurden insgesamt knapp 1,0 Mio. € (netto) aufgewendet. Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2019 auf rund 23 Prozent zzgl. 80 T€, die für zusätzliche Leistungen, in erster Linie Sekundärauswertungen, aufgewendet wurden. Die Ausgaben der BLM für die Funkanalyse 2019 Fernsehen beliefen sich insgesamt auf ca. 350 T€, wobei ein Teil der Kosten erst in 2020 angefallen ist.

Funkanalyse Bayern 2019 Hörfunk

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2019 Hörfunk** wurden von Anfang Januar bis Ende März 2019 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 24.555 Personen ab 14 Jahren erhoben. Die Erhebung erfolgte größtenteils über computergestützte Festnetz- und Mobil-Telefoninterviews. Wie im Vorjahr wurde ein Teil der Befragungen als Online-Interviews in einem Online-Access-Panel realisiert.

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden repräsentative Daten zur Hörfunk- und Fernsehnutzung erhoben.

Sekundärauswertungen

Funkanalyse Hörfunk


Aus den im Rahmen der Funkanalyse erhobenen Daten erstellt die Landeszentrale für alle lokalen Hörfunksendegebiete in Bayern Grafikreports, in denen Reichweiten und Programmimages in ihrer Entwicklung dargestellt sind. Darüber hinaus förderte die BLM wie in den Vorjahren einzelne Anbieter, die individuelle Programmreports zur detaillierten Analyse der aktuellen Ergebnisse im Wettbewerbsfeld und Trend direkt bei Kantar in Auftrag gegeben haben. 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.

Funkanalyse Bayern 2019

Fernsehen

Die üblicherweise parallel zur Hörfunk-erhebung stattfindende Fernseherhebung wurde in Abstimmung mit den Anbietern der bayerischen Lokal-TV-Programme und 17:30 SAT1 BAYERN auf das vierte Quartal (14.10.–15.12.2019) verschoben. Grund der Verschiebung waren laufende und vorausgegangene Änderungen hinsichtlich der Verbreitung der bayerischen Lokal-TV-Programme, nämlich die Vollendung des analogen Switch-Offs der Kabelverbreitung bis Ende des Jahres und die Einstellung der SD-Ausstrahlung der bayerischen Lokal-TV-Programme über Satellit zum 1. April 2018. Es stand zu befürchten, dass sich insbesondere

die Umstellung beim Satellitenempfang negativ auf die (technische) Reichweite auswirken könnte. Daher wurde von den Lokal-TV-Anbietern, der BLM und der bmt im September 2019 die Kampagne „Technische Reichweitenmaßnahmen – Satellit (TMR-S): Bayerisches Lokal TV über Satellit“ initiiert mit dem Ziel, die Bekanntheit und Verfügbarkeit der Lokal-TV-Anbieter über Satellit zu erhöhen und damit die Zahl der Zuschauer, die die lokalen Angebote aktiv nutzen.

Die Erhebung zur Fernsehnutzung wurde also im Herbst 2019 ebenfalls hauptsächlich basierend auf computergestützten Telefoninterviews durchgeführt. Es wurden mehr als 15.000 Personen ab 14 Jahren befragt. Mittlerweile bestätigen die  **Ergebnisse**, die seit März 2020 bekannt sind, den essentiellen Beitrag der Satellitenverbreitung von Lokal-TV: Der Rückgang der Tagesreichweite konnte gestoppt werden, die anteilige Reichweite, die über Satellit generiert wird, ist im Vergleich zum Vorjahr angestiegen.

Sekundärauswertungen

Funkanalyse Fernsehen

Für die lokalen Fernsehveranstalter gibt es seit 2015 Workshops, in denen Kantar im Auftrag der Landeszentrale jedem Lokalfernsehanbieter individuell die wichtigsten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern präsentiert und erläutert. Auch auf Basis der Funkanalyse 2019 Fernsehen wurde die Workshop-Reihe beauftragt, in denen wie in den Vorjahren programmnahe Auswertungen vorgenommen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr

gezogen werden sollen. Mit den Workshops, die aufgrund der Verschiebung der Studie erst im Mai 2020 stattfinden können, stellt die Landeszentrale den lokalen Fernseh Anbietern fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz zur Verfügung.

Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2019 wurden insgesamt 28 lokale und drei landesweite Hörfunkprogramme (Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3) sowie neun regionale Radio-Galaxy-Programme 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 Einbezug der quantitativen und qualitativen Ergebnisse der Funkanalyse wurden in Workshops mit den Programmverantwortlichen Empfehlungen für Veränderungen im Programm erarbeitet.

Musikstudie lokaler Hörfunk

Da die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern nahelegten, dass die Akzeptanz der Musik bei vielen bayerischen Lokalradiostationen verbesserungsfähig ist, unterstützt die BLM seit 2015 die Musikforschung der BLR und einiger lokaler Hörfunkstationen. Durch die regelmäßige Überprüfung von Musiktiteln hinsichtlich ihrer Stimmigkeit für das gewählte Musikformat gelingt es der BLR, die strategische Ausrichtung der Musik im BLR-Zulieferprogramm zu optimieren und zu verfestigen. Die BLM unterstützte diese Maßnahme auch 2019. Auftragnehmer war „Radio Research Europe“.

Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks

Im Rahmen eines vom Medienrat initiierten Forschungsprojektes soll die Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern erstmals wissenschaftlich aufgearbeitet und begründet werden. Mit der Studie, die über drei Jahre läuft und 2021 veröffentlicht werden soll, wurde das Forschungsteam um Prof. Dr. Markus Behmer von der Universität Bamberg beauftragt. Prof. Behmer berichtete in der Sitzung des Medienrats im Oktober 2019 über den aktuellen

➔ **Stand des Projekts.**

Web-TV-Monitor 2019

Gemeinsam mit der Medienanstalt für Baden-Württemberg (LFK) hat die BLM die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia und den Webvideo-Experten Bertram Gugel mit der Erstellung des ➔ **Web-TV-Monitors 2019** beauftragt. Ziel des Web-TV-Monitors ist es, die Angebote im deutschen Markt für Onlinevideo systematisch zu erfassen und zu typologisieren sowie Entwicklungslinien, Trends und Markttreiber zu identifizieren und aus Sicht der Content-Anbieter einzuschätzen. Neben Onlinevideo-Angeboten mit eigener Web-Präsenz werden alle relevanten deutschen YouTube-Kanäle (mit mindestens 500 Abonnenten) und die Top 5.000 Facebook- und Instagram-Profile mit Video-Angebot in die Analyse einbezogen. Erstmals wurden 2019 auch die Aktivitäten von Video-Influencern auf Instagram untersucht.

Die Studie belegt die dynamische Entwicklung und Zunahme der wirtschaftlichen Bedeutung des Online-Video-Markts und unterstreicht die Forderungen der Landesmedienanstalten nach einer Anpassung seiner Regulierung, z. B. die qualifizierte Anzeigepflicht für journalistisch-redaktionelle Online-Video-Angebote. Die Ergebnisse des Web-TV-Monitors 2019 wurden im Juni 2019 im Rahmen des Stuttgarter Innovationskongresses „Media Tasting“ vorgestellt und sind seither auf der Internetseite des Web-TV-Monitors und über

➔ **blm.de** abrufbar.

Web-TV-Monitor

30.000

Web-Videoangebote in Deutschland: YouTube dominiert, Facebook verliert, Instagram gewinnt an Relevanz

28%

bieten mittlerweile lineare Livestreams an

57%

der Anbieter nennen unklare rechtliche Rahmenbedingungen als größtes Hemmnis für weiteres Wachstum

Online-Audio-Monitor 2019

Online-Audio-Monitor

63%

der Personen ab
14 Jahre in Bayern
nutzen Online-Audio-
Angebote – das sind
rd. 500.000 mehr als
im Vorjahr

41,3%

hören Radio über das
Internet (Vorjahr 38,9%)

55,9%


nutzen Audio-
Inhalte auf Abruf
(Vorjahr 53,3%)


Digitalisierungsbericht Audio

31,2%

der Bevölkerung ab
14 Jahren in Bayern hat
Zugang zu mindestens
einem DAB+-Empfangs-
gerät. Im bundesweiten
Durchschnitt sind es
23,9 %.



Der Online-Audio-Monitor (OAM) dokumentiert die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen. Wie bereits in 2018 wurde der OAM als eigenständige Studie beauftragt, die inhaltlich den Digitalisierungsbericht Radio ergänzt und Synergieeffekte in der Erhebung nutzt, die sich aus der Anlage der beiden Studien ergeben. Auftraggeber waren wiederum neben der BLM die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Medienanstalt für Baden-Württemberg (LFK), die Landesanstalt für Medien NRW sowie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und der Verband Privater Medien (VAUNET).


Der  **Online-Audio-Monitor** untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung. Insgesamt wurden vom beauftragten Institut Kantar rund 7.550 CATI-Interviews durchgeführt. Die Studie liefert Daten zur Nutzung von Webradio, Streamingplattformen und Podcasts, zum Audio-Nutzungsverhalten im Auto, zur Zahlungsbereitschaft sowie zur Verbreitung und Verwendung sogenannter Smart Speaker. Die Ergebnisse 2019 wurden im Rahmen des Digitalradiotags in Berlin und eines BVDW-Seminars bei der dmexco präsentiert.

Die Daten für Bayern werden von der BLM analysiert und die Ergebnisse im Vergleich in einem gesonderten  **Bayern-Bericht** zusammengestellt.

Digitalisierungsbericht Audio und Video

Die Medienanstalten begleiten den Prozess der Digitalisierung des Rundfunks nun schon seit vielen Jahren. Dabei dient der jährlich erscheinende Digitalisierungsbericht als kontinuierliche und zuverlässige Informationsquelle für alle Beteiligten. Die BLM ist neben Vertretern der GGS und mabb Mitglied der „Expertengruppe Digitalisierungsberichte“, die die beiden Studien methodisch und inhaltlich begleitet.

In diesem Jahr wurden die Daten für den Radio- und Video-Bereich zum zweiten Mal gesondert erhoben und berichtet. Die Ergebnisse zum  **Digitalisierungsbericht Audio** belegen, dass der Digitalradiostandard DAB+ deutlich höhere Zuwächse verzeichnet als in den Vorjahren. Zugleich gewinnt die Übertragung von Hörfunkprogrammen über das Internet weiter an Bedeutung. Für die lineare Verbreitung von Radioprogrammen bleibt UKW nach wie vor der dominierende Übertragungsweg. Wie bereits in den Vorjahren zeigt sich im Trend jedoch eine rückläufige UKW-Nutzung zugunsten digitaler Übertragungswege. Fast schon traditionell bestätigt sich auf Basis der Analyse der Daten nach Bundesländern die Führungsrolle Bayerns bei  **DAB+ im Ländervergleich**.

Der  **Digitalisierungsbericht Video** feierte im letzten Jahr sein 15-jähriges Jubiläum. Schon lange nicht mehr vermeldet er nur den Digitalisierungsgrad

der klassischen TV-Übertragungswege, sondern dokumentiert und begleitet umfassend die Entwicklung der digitalen Bewegtbildübertragung und -nutzung in Deutschland.

Die Ergebnisse der Studie, die im Auftrag der Medienanstalten unter Beteiligung von Media Broadcast, SES/Astra Deutschland und Vodafone von Kantar durchgeführt wurde, basieren auf 7.083 computergestützten Telefoninterviews. Rund 750 dieser Interviews entfielen auf Bayern und ermöglichen somit eine separate Betrachtung. Die Ergebnisse finden vielfach Verwendung, zuletzt lieferten sie u. a. eine wichtige Grundlage für die Expertise der BLM zu den Fragen der Staatskanzlei zur Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens nach Art. 23 Bayerisches Mediengesetz (BayMG). So konnte z. B. auf Basis von Trenddaten belegt werden, dass der Anteil der nicht-linearen Bewegtbildnutzung zulasten des linearen Fernsehens zwar stetig zunimmt, der Anstieg aber nach wie vor durch die unter 30-Jährigen getrieben wird.

Die Studie zur Wirtschaftlichen Lage des Rundfunks in Deutschland liefert ein Gesamtbild der deutschen Rundfunkwirtschaft.



Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019

Die Erhebung von Basisdaten zur Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungsstruktur der Rundfunkunternehmen in Deutschland mittels standardisierter Befragung wurde im Jahr 2019 im Auftrag der BLM und sieben weiteren Landesmedienanstalten von der Goldmedia GmbH durchgeführt. Die dabei erhobenen Informationen zur wirtschaftlichen Lage insbesondere der privaten Rundfunkanbieter in Bayern sind für die Landeszentrale von großer Bedeutung. Sie dienen der Weiterentwicklung und Anpassung der regionalen und lokalen Hörfunk- und Fernsehkonzepte und ermöglichen eine Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Programmerstellung durch die von der BLM verantworteten Rundfunkprogramme.

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 2017 oder 2018 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

Mediengewichtungsstudie

35,1%

Erstmals wird das Internet mit 35,1 Prozent der Antworten aktuell von mehr Personen ab 14 Jahren in Deutschland als wichtigste Informationsquelle vor dem Fernsehen (34,0 Prozent) genannt.

Nähere Informationen bietet der Vielfaltsbericht der Medienanstalten 2019



in den unterschiedlichen Spielarten von Rundfunk von bundesweitem Fernsehen bis zum lokalen Hörfunk erkennbar. Weitere Schwerpunkte der Untersuchung waren 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 (s.a. Seite 42f. und 68f.) Alle Ergebnisse der Studie sind unter www.wila-rundfunk.de abrufbar.

Medienvielfaltsmonitor und Vielfaltsbericht 2019

Der Medienvielfaltsmonitor der Medienanstalten, den die BLM im Jahr 2012 zum ersten Mal vorlegte, basiert auf einem empirisch fundierten Ansatz, der – losgelöst vom noch geltenden Rundfunkbegriff – die Medienvielfalt in der konvergenten Medienwelt und die mögliche Gefahr vorherrschender Meinungsmacht gattungsübergreifend misst. In halbjährlichem Rhythmus gibt er seither Aufschluss über die vorherrschenden Machtverhältnisse im Medienmarkt. Das Modell umfasst Angebote aus den Mediengattungen TV, Radio, Internet und Print. Seit 2015 ist der Medienvielfaltsmonitor fester Bestandteil des Angebots der Medienanstalten zur Schaffung von Transparenz am Meinungsmarkt (www.medienvielfaltsmonitor.de). Die Berechnung des Medienvielfaltsmonitors sowie die Erstellung der halbjährlichen Berichte erfolgen federführend durch die BLM.

Ein wesentlicher Bestandteil des Medienvielfaltsmonitors ist die im Auftrag der Medienanstalten durchgeführte [Mediengewichtungsstudie](#). Sie erhebt kontinuierlich die Relevanz der Mediengattungen TV, Radio, Online, Tageszeitungen und Zeitschriften für die Meinungsbildung. Ihre Ergebnisse werden halbjährlich veröffentlicht und sind repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland. Die Studie liefert die empirische Basis für die Gewichtung der Nutzeranteile in verschiedenen Mediengattungen. Seit 2016 wird im Rahmen der Gewichtungsstudie die Nutzung und [Bedeutung der Intermediäre für die Meinungsbildung](#) umfassend und differenziert ermittelt. Seit 2018 ermittelt die Gewichtungsstudie zudem die Meinungsbildungsgewichte der verschiedenen Gattungen für die [Information zu lokalen und regionalen Themen](#), in 2019 erfolgte eine zusätzliche Erweiterung des Fragenprogramms zum Thema Wahrnehmung politischer Botschaften und Werbung in sozialen Netzwerken.

Die [zentralen Ergebnisse](#) des Medienvielfaltsmonitors und der Mediengewichtungsstudie präsentierte BLM-Präsident Siegfried Schneider im Rahmen der Medientage München 2019. Eine umfassende Berichterstattung der Ergebnisse inklusive ihrer Kontextualisierung erfolgte im Vielfaltsbericht 2019 der Medienanstalten.

Messung von Meinungsmacht und Vielfalt im Internet

Die in der Ausschreibung des neu gegründeten Bayerischen Forschungsinstituts für Digitale Transformation (bidt) aufgeworfene Frage „Wie kann eine medienspezifische Konzentrationskontrolle zukünftig aussehen?“ nahm die BLM bereits Anfang 2019 als Anlass, um Kontakt zum bidt aufzunehmen und die Möglichkeiten einer Kooperation zu diskutieren.


Der schließlich gemeinsam mit Prof. Dr. Christoph Neuberger (damals am Institut für Kommunikationswissenschaft, LMU München), Prof. Dr. Simon Hegelich (TU München) und Prof. Dr. Birgit Stark (Johannes Gutenberg-Universität Mainz) eingereichte Forschungsantrag für eine Studie mit dem Ziel, eine wissenschaftlich fundierte Grundlage für eine Änderung des Medienkonzentrationsrechts herbeizuführen, wurde vom bidt bewilligt.

Das Drei-Jahres-Projekt beschäftigt sich in diversen Teilprojekten mit der erforderlichen Weiterentwicklung und Ergänzung der Kriterien der Medienkonzentrationskontrolle. Es werden nicht nur Medienunternehmen, sondern auch Intermediäre sowie politisch relevante Anbieter in den Blick genommen. Darüber hinaus sollen die Messkriterien von Meinungsmacht (insbesondere) im Fall des Internets ergänzt und in Pilotprojekten angewendet werden. Ziel sind letztendlich ausgearbeitete und geprüfte Instrumente zur Messung von Meinungsmacht, die künftig in den Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten integriert und dadurch verstetigt werden können.

Microtargeting in Deutschland bei der Europawahl 2019

Dass politischer Wahlkampf auch in Deutschland digital stattfindet, ist spätestens seit der Bundestagswahl 2017 bekannt. Wenig Kenntnisse gibt es bislang aber darüber, ob und ggf. in welchem Ausmaß detaillierte Datenprofile, die Nutzer auf sozialen Medien hinterlassen, für gezielte Werbung eingesetzt werden. An dieser Forschungslücke ansetzend haben die Landesmedienanstalten aus Bayern (BLM), Nordrhein-Westfalen (LFM), Berlin/Brandenburg (mabb) und Rheinland-Pfalz (LMK) anlässlich der Europawahl ein Forschungsprojekt bei Prof. Dr. Simon Hegelich von der TU München in Auftrag gegeben.

So konnte nachgewiesen werden, dass die politischen Parteien in Deutschland begonnen haben, mit Microtargeting zu experimentieren. Die Forderung nach mehr Transparenz bezahlter politischer Werbung in sozialen Netzwerken hat also durchaus ihre Berechtigung.

Die  **Ergebnisse** wurden auf den Medientagen München 2019 im Rahmen des Panels „Politische Werbung in sozialen Medien – wie viel digitalen Wahlkampf verträgt die Demokratie?“ präsentiert und diskutiert.

Regulierung Sozialer Medien

In Vorbereitung auf die Aufgabe der Intermediärsregulierung, die voraussichtlich ab 2021 auf die Landesmedienanstalten zukommt, übernahm die BLM die Organisation und inhaltliche Ausgestaltung eines DLM-Workshops, der Ende November 2019 in den Räumen der BLM stattfand. Vertreter der Landesmedienanstalten diskutierten mit Experten die Möglichkeiten und Grenzen eines „Diskriminierungs-Monitorings“. Der Workshop wurde per Livestream übertragen.

Ethics by Design

Anfang des Jahres 2019 wurde das Institut für digitale Ethik der Hochschule der Medien Stuttgart beauftragt, ein Qualifizierungskonzept für Ethics by Design für Start-up-Unternehmen zu entwickeln. Ethics by Design bedeutet, dass ethische Überlegungen und Wertmaßstäbe bereits in das Geschäftsmodell und die vielschichtigen Prozesse der Technikgestaltung einfließen: von der ersten Produktidee bis hin zum verkaufsfertigen Endprodukt. Werte sollen als Grundlage in Gestaltungs- und Designprozessen gelten. In mehreren Workshops des Instituts für Digitale Ethik erörterten Start-up-Unternehmen aus Bayern, Berlin und Baden-Württemberg, wie Ethics by Design in der praktischen Anwendung aussehen könnte und welche Prozesse im Gründungsprozess hierfür eine Rolle spielen. Organisiert und durchgeführt wurden die Workshops in enger Zusammenarbeit mit der Landeszentrale. Auf Basis der ermittelten Analyseergebnisse werden 2020 die Grundlagen für das Qualifizierungsprojekt entwickelt. Die Ergebnisse der Studie sollen 2020 im Rahmen der  **BLM Schriftenreihe** veröffentlicht werden.

Nach Art. 11 Satz 2 Nr. 4 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 2019 finanzielle Mittel in Höhe von 1.050 T€ aufgewendet.

BLM Fortbildungsworkshops

Journalistische Kompetenz ist entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg im Wettbewerb der Medien. Das journalistische Handwerkszeug muss deshalb von jedem redaktionellen Mitarbeiter der Lokalprogramme in Bayern erlernt und sicher beherrscht werden. Aus diesem Grund bietet die BLM Fortbildungsworkshops an, in denen Basisfertigkeiten zu täglichen Redaktionsabläufen vermittelt und intensiv geübt werden. Probleme aus der Redaktionsarbeit, die auf Grund des Zeitdrucks im Berufsalltag nicht gründlich besprochen werden können, werden aufgearbeitet. Die Dozenten sind in der Regel langjährige Praktiker aus den Bereichen Hörfunk oder Fernsehen.

Im Jahr 2019 fanden drei Blockkurse (2 × 1 Woche) für TV-Volontäre und vier Blockkurse für Hörfunk-Volontäre sowie neun 1- bzw. 2-tägige Workshops statt. Durchgeführt wurden zudem drei Workshops zu Marketing- und Verkaufsthemen.

102

Die BLM hat im Jahr 2019 an 102 Tagen Fortbildungsworkshops veranstaltet.

Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind:

- Veranstaltung eigener Fortbildungsworkshops
- Organisation und Weiterentwicklung der Aus- und Fortbildungskanäle M94.5 und MAX NEO in der MEDIASCHOOL BAYERN
- Finanzielle Förderung bestehender Ausbildungsinstitutionen

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

- Akademie für neue Medien Kulmbach
- Bayerische Akademie für Fernsehen und digitale Medien (BAF)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- MedienCampus Bayern (München), der die Aus- und Fortbildung im Medienbereich koordiniert
- Radio Siegel – eine Initiative, bei der jedes Jahr private Radiostationen ausgezeichnet werden, die eine fundierte Ausbildung bieten.

Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2019 folgende im Aus- und Fortbildungsbereich tätige Organisationen:

- Bayerische Akademie für Fernsehen und digitale Medien (BAF)
- Akademie für neue Medien Kulmbach


Insgesamt nutzten das Angebot 177 Teilnehmer. Davon kamen 57 Teilnehmer von 20 verschiedenen Fernseh-anbietern und 120 Teilnehmer von 40 verschiedenen Hörfunkanbietern.

Das Fortbildungsangebot der Landeszentrale wurde seit 2014 annähernd verdreifacht, von insgesamt 36 Workshop-Tagen in 2014 auf 102 Tage in 2019.

Aus- und Fortbildungsprogramme

Audio- und Video-Content im Web gewinnt weiter an Bedeutung, genauso wie die Verbreitung über Social-Media-Plattformen zunimmt. Außerdem stellen gestiegene Anforderungen im Training wie auch im Coaching digitaler Medienmacher höhere Anforderungen an Aus- und Fortbildungsinstitute. Mit der Weiterentwicklung zur MEDIASCHOOL BAYERN im Jahr 2018 sind nun die Weichen für ein zukunftsfähiges Aus- und Fortbildungskonzept gestellt.

Die MEDIASCHOOL BAYERN bündelt die verschiedenen Aus- und Fortbildungsangebote von Radio/Audio, TV/Video und Web in einem praxisorientierten, modularen Kursangebot. In der MEDIASCHOOL BAYERN werden neben journalistischen und medienethischen Grundkenntnissen auch regelmäßig Kurse zu Themen wie Podcast, Radio-to-Video und Mobile-Reporting angeboten. Gearbeitet wird crossmedial, die strikte Trennung zwischen Hörfunk, Fernsehen und Online

ist aufgehoben. Neben den klassischen Ausspielwegen Radio und TV sind auch eigene Social-Media-Kanäle strategisch in Ausbildung und Verbreitung integriert. Die verschiedenen Mediengattungen werden auch zentral auf der neuen Website  www.mediaschool.bayern dargestellt.

Seit Sendestart 1996 sind die Angebote M94.5 in München und MAX NEO in Nürnberg ein wesentlicher Bestandteil der bayerischen Medienausbildung. In eigenen volldigitalen Sende- und Produktionsstudios kann der junge Medienmacher erste Erfahrungen in Audio- und Video-Journalismus und Produktion von Medieninhalten machen. Daneben ist die aktive Förderung der Medienpädagogik eine zentrale Funktion der MEDIASCHOOL BAYERN. Kinder und Jugendliche werden in eigenen Jugendredaktionen an die journalistische Arbeit herangeführt, um so den kompetenten Umgang mit klassischen und digitalen Medien zu erlernen.

Die gemeinnützige MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, an der die BLM mit 61 Prozent beteiligt ist, entwickelt die strategischen Aus- und Fortbildungskonzepte, schafft die technische Infrastruktur und stellt die Finanzmittel der Programme bereit. Organisiert werden die journalistisch unabhängigen Programme der MEDIASCHOOL BAYERN von gemeinnützigen Anbietervereinen. Dort kooperieren Ausbildungsinstitutionen, Medienunternehmen und medienpädagogische Institutionen aus dem bayerischen Raum. Zurzeit werden Anbietervereine in München und Nürnberg unterstützt.

Die MEDIASCHOOL BAYERN bündelt die verschiedenen Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten von Radio/Audio, TV/Video und Web in einem praxisorientierten, modularen Kursangebot.

M94.5 produziert neben einem 24/7-Digitalradio regelmäßig Video-Formate, die in eigenen volldigitalen Studios stattfinden.

M94.5 (München)

M94.5 – das Angebot der MEDIASCHOOL BAYERN in München – produziert neben einem 24/7-Digitalradio regelmäßig Video- und Web-Formate in eigenen volldigitalen und 4K-fähigen Studios. Ergänzt wird das Programm durch externe Produktionen aus der Medienausbildung an Hochschulen, Akademien und Betrieben. So entsteht ein Mix aus Kurzfilmen, Magazinen, Reportagen, Konzertschnitten, Videoclips, Podcasts, Interviews, Talk und Comedy. Unter dem Titel „Young Stars“ sendet M94.5 zudem einmal pro Woche zwei Stunden lang auf der Rock Antenne.

Es gibt verschiedene Wege, sich bei M94.5 fortzubilden und die eigenen Fähigkeiten zu trainieren: M94.5 bietet im Bereich „Radio/Audio/Podcast“ neben studienbegleitenden Teilzeitmodellen auch redaktionelle Vollzeit-Praktika an. Für den Bereich „TV/Video/Clipping“ stehen drei- bis sechsmonatige Praktikumsplätze in Redaktion und Technik wie auch ein- bis zweiwöchige Schüler- und Schnupperpraktika zur Verfügung. In Kooperation mit dem MedienCampus Bayern und der Hochschule Ansbach veranstaltet M94.5 ein sechsmonatiges Video-Stipendium. Daneben bildet M94.5 drei Crossmedia-Volontäre aus und bietet vier Ausbildungsplätze für den IHK-Ausbildungsberuf „Mediengestaltung Bild und Ton“ an.

Highlights bei M94.5 im Jahr 2019 waren u.a.:

- Internationaler Eyes & Ears Award: 3. Platz für Website und Markenauftritt von M94.5 und MEDIASCHOOL BAYERN in der Kategorie „Beste Online Präsenz 2019“
- Medientage München: Drei Tage Live-Radio zusammen mit dem Nürnberger Aus- und Fortbildungsradio MAX NEO, Produktion der Video-Inhalte zusammen mit Partnerfirmen mit insgesamt 21 Stunden Live-Stream und 40 Interviews, in Kooperation mit der BLM-Aktion „Mach Dein Radio“ ein Moderationscoaching für Messebesucher im mobilen Radiostudio
- LMU München: Produktion von Live-Streams, u. a. mit Anne Will, Oliver Welke und Claus Kleber, technische Umsetzung der ersten klimaneutralen Konferenz „CARE-Conference“ für Biomedizin
- Bayerische Landeszentrale für politische Bildung: Produktion von Videos zu politisch und gesellschaftlich relevanten Themen, die im Schulunterricht eingesetzt werden
- Crossmediale Reportage zur Europawahl mit YouTube-Videos, Audiocontent und eine einstündige Sondersendung auf münchen.tv
- Verschiedene Podcast-Produktionen, u. a. das Talkformat „Die Sebastians“, das Digitalmagazin „Hashtag rewind“ oder das Thema des Tages unter dem Titel „M94.5 to go“

MAX produziert in eigenen volldigitalen Studios ein überwiegend live erstelltes 24-Stunden-Radioprogramm, das ergänzt wird durch Sendungen der Campus-Radios und von medienpädagogisch betreuten Jugendmagazinen.

MAX (Nürnberg)

MAX NEO – ein Angebot der MEDIA-SCHOOL BAYERN in Nürnberg – produziert in modernen digitalen Studios ein größtenteils live erstelltes 24/7-Radioprogramm. Ergänzt wird das Programm durch Produktionen aus der Hochschulbildung, so etwa die wöchentlichen Sendungen der Campus-Radios aus Erlangen, Bamberg und Ansbach. Außerdem gibt es mit „Funkenflug“ und „Free Spirit“ zwei medienpädagogisch betreute, vorproduzierte Jugendmagazine mit jeweils vier Stunden Sendezeit in der Woche. Das Programm bietet ein buntes Spektrum an Magazinen, Reportagen und Spartensendungen, einen vielfältigen Musikmix und eigene redaktionelle Wortbeiträge.


Die Medienmacher von morgen können bei MAX NEO die Grundlagen des Audio- und Social-Media-Journalismus erlernen und erste Ergebnisse auf eigenen Radio-Frequenzen und Online-Angeboten präsentieren. Theorie und Praxis werden von echten Medienprofis vermittelt. Das „learning by doing“ wird durch wöchentliche Kurse und Workshops ergänzt. MAX NEO bietet ein dreimonatiges redaktionelles Vollzeitpraktikum in der Redaktion, aber auch ein- bis zweiwöchige Schüler- und Schnupperpraktika an.

Highlights bei MAX NEO im Jahr 2019 waren u.a.:

- Lokalfunktag Nürnberg: BLM-Hörfunkpreis für Rabbit Radio bei MAX NEO in der Kategorie „Nachwuchs“ für das Feature „Das Todesgeschäft“
- Fränkischer Hörwettbewerb „Hört Hört!“: Auszeichnung von Vertretern der Jugendredaktion Funkenflug sowie der Lehrredaktion von MAX NEO
- Medientage München: Erstmals zwei gemeinsame Live-Sendungen mit dem Münchner Aus- und Fortbildungsradio M94.5
- „Stadtradio Nürnberg“: Eine Woche Live-Programm gestaltet von Volontären der ARD-Rundfunkanstalten im Rahmen einer Kooperation mit der Ausbildungsredaktion des Bayerischen Rundfunks
- Besondere medienpädagogische Projekte waren die „Lange Funkenflug-Nacht“, der Fränkische Hörwettbewerb „Hört Hört!“ und das „BLM-Schulradio“
- Verschiedene Schulradioaktionen, u. a. das Projekt „Aktiv gegen Vorurteile“ mit Audioproduktionen zum Thema „Fake News“

Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medien-erziehung und Medienpädagogik, wurden 2019 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von rund 660 T€ aufgewendet.



Weiterführende Informationen bieten die  Jahresberichte Medienkompetenz der BLM

Medienkompetenz zu vermitteln und medienpädagogische Projekte zu fördern, gehört zu den Kernaufgaben der BLM. Die Landeszentrale begleitet aktuelle mediale Entwicklungen und hat bei der Medienkompetenzförderung die Bedürfnisse der Mediennutzer im Blick. Im Verständnis der BLM umfasst die Stärkung von Medienkompetenz neben der Vermittlung von Wissen über Medien auch die Förderung der Fähigkeit, Medien und mediale Angebote zu reflektieren, zu beurteilen und verantwortungsvoll zu nutzen. Die medienpädagogischen Maßnahmen der BLM richten sich an

Kinder und Jugendliche, Erwachsene, Senioren sowie an pädagogisch Tätige und Multiplikatoren. Im Jahr 2019 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 660 T€ aufgewendet.

Eine weitere gesetzlich festgelegte Aufgabe der BLM ist die Förderung der Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich. Die MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, an der die BLM Anteile hält, trägt dem Rechnung. Sie unterstützt Jugendliche und junge Erwachsene dabei, journalistische und technische Fertigkeiten insbesondere im Bereich der Online-Medien zu entwickeln und Praxiserfahrung zu sammeln (siehe S. 96 ff.).

Seit 1994 begleitet das Forum Medienpädagogik die Aktivitäten der BLM zur Medienkompetenzvermittlung. Dieses Gremium dient dem Austausch und der Vernetzung der in Bayern relevanten Akteure im Bereich Medienpädagogik.

Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2019

23 Medienräte der BLM
5 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunk

22 Vertreter folgender Institutionen:

- Aktion Jugendschutz
- Bayerisches Landesjugendamt
- Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit
- Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales
- Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus
- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
- Deutsches Jugendinstitut e.V. (DJI)
- Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern
- Evangelische Medienzentrale
- Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU)
- Hochschule München
- 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 München (ISB)
- Zentrum für Medienkompetenz in der Frühpädagogik in Amberg (ZMF)

Projekte und Initiativen

FLIMMO Programmberatung für Eltern e. V.

➔ FLIMMO ist ein Projekt des gemeinnützigen Vereins Programmberatung für Eltern e. V. Mitglieder sind zwölf Landesmedienanstalten und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Anfang 2019 trat die Stiftung Medienpädagogik Bayern dem Verein bei und engagiert sich seit Juni im Vorstand. Der in der Stiftung für FLIMMO zuständige Projektleiter übernahm das Amt des Schatzmeisters. Das medienpädagogische Beratungsangebot FLIMMO unterstützt Eltern und Erziehende seit mehr als 20 Jahren bei der Auswahl geeigneter Sendungen sowohl im Fernsehen als auch im Netz und gibt Tipps zur Medienerziehung. Mit der Durchführung ist das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis beauftragt.

FLIMMO berücksichtigt verstärkt nicht-linear verbreitete Bewegtbild-Inhalte und berät bei einem sicheren Umgang mit Streaming-Angeboten.

In den letzten Jahren veränderte sich das Mediennutzungsverhalten stark: Filme und Serien werden nicht mehr nur linear auf dem Fernsehgerät gesehen, sondern auch über alternative Verbreitungswege und auf mobilen Endgeräten. Bereits seit 2018 berücksichtigt FLIMMO daher verstärkt nicht-linear verbreitete Bewegtbild-Inhalte und berät bei einem sicheren Umgang mit Streaming-Angeboten. Die geänderten Sehgewohnheiten machen jedoch eine grundlegende Anpassung des Beratungsangebots FLIMMO notwendig. In 2019 wurde die bereits begonnene Neuausrichtung weiter vorangetrieben. Broschüre, App und Online-Angebot müssen überarbeitet und an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst werden. Zu diesem Zweck wurde Ende 2019 ein Marktforschungsinstitut damit beauftragt, eine Befragung von Eltern durchzuführen, um ihren Beratungsbedarf in Sachen Medienerziehung zu erfassen und die Erkenntnisse im Rahmen der Neukonzeption zu berücksichtigen.

Die FLIMMO-Broschüren waren 2019 weiterhin stark nachgefragt. Es erschienen drei Ausgaben mit einer Druckauflage von insgesamt 780.000 Exemplaren, die in vielen Bundesländern an 13.000 Multiplikatoren versandt wurden. In Bayern gab es rund 3.400 Multiplikatoren, die mit 122.700 Broschüren beliefert wurden. Die Ausgaben griffen die Themen „Liebe auf dem Schirm – (K)ein Thema für Kinder?“, „Grenzenloser Spaß? – Was Kinder lustig finden“ und „Schreckmomente auf dem Bildschirm“ auf.

Dein FLIMMO

„Dein FLIMMO“ ist eine Beilage für Kinder zum Programmratgeber für Eltern FLIMMO und orientiert sich inhaltlich an den Themen des Elternratgebers. Ziel des Angebots ist es, jüngeren Kindern spielerisch Wissen über Medien zu vermitteln und Familien zum Austausch über Medienthemen anzuregen. In verschiedenen Rubriken werden Inhalte aufgegriffen, die Kindern in ihrer Medienwelt begegnen und sie interessieren. Die Kinderbeilage ist ein Projekt der BLM und kann kostenlos auch über die Website bestellt werden. Je nach Ausgabe erscheint die Kinderbeilage auch in anderen Ländern unter Beteiligung der jeweiligen Landesmedienanstalt.

Im Januar 2019 wurde eine Ausgabe zum Thema „Grusel und Spannung“ mit einer Auflage von 44.000 Exemplaren herausgegeben. Anfang Mai erschien die Ausgabe „Lachen und Humor“ mit einer Auflagenhöhe von 42.700 Stück, an deren Erstellung sich die Medienanstalt Hessen beteiligte. Das Thema „Digitale Spiele“ wurde in der Kinderbeilage 3/2019, die im September mit einer Auflage von 43.000 Exemplaren erschien, aufgegriffen. Ende des Jahres 2019 war eine Ausgabe zum Thema Filmarbeit mit dem Titel „Hinter den Kulissen“ in Vorbereitung, die Anfang Januar 2020 erschienen ist.


Internet-ABC



Das Projekt Internet-ABC ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten mit dem Ziel, einen verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit Medien bei Kindern im Grundschulalter zu fördern. Dazu bietet die Website www.internet-abc.de Kindern, Eltern, Lehrkräften und pädagogisch Tätigen speziell zugeschnittene Angebote und Informationen zur Medienerziehung von Kindern zwischen fünf und zwölf Jahren. Die BLM unterstützte die Initiative im Jahr 2019 und ist sowohl Vereins- als auch Vorstandsmitglied.

Seit September 2019 ist der Flyer „Wissen, wie’s geht! – Hinweise und Materialien für den Einsatz im Unterricht“ für Lehrkräfte im Material-Bestellsystem des Internet-ABC verfügbar. 2019 wurden außerdem Unterrichtsmaterialien überarbeitet: Insgesamt aktualisierte und ergänzte der Verein vier Arbeitshefte zu Themen wie „Surfen und Internet – so funktioniert das Internet“ und ein Lehrhandbuch. Anlässlich des 30-jährigen Jubiläums der Verabschiedung der Kinderrechtskonvention wurde online eine Themenseite und ein Quiz für Kinder veröffentlicht.


Ziel der Kinderbeilage „Dein FLIMMO“ ist es, jüngeren Kindern spielerisch Wissen über Medien zu vermitteln.

Stiftung Zuhören

Das Hauptanliegen der  **Stiftung Zuhören** ist, das Zuhören als kulturelle Grundkompetenz zu etablieren und die Zuhörbildung insbesondere bei Kindern und Jugendlichen institutionell zu verankern. Die BLM ist seit der Gründung der Stiftung im Jahr 2002 in der Stifterversammlung und im Vorstand vertreten.

Hauptanliegen der Stiftung ist der Ausbau und die Verbreitung des  **Hörclub**-Projekts. 2019 wurden 200 neue Hörclubs initiiert und damit rund 4.000 Kinder erreicht. Seit 2012 fördert das Projekt „Lilo Lausch – Zuhören verbindet“ Kinder und Familien unterschiedlicher sozialer und kultureller Herkunft in ihrer Zuhör- und Sprachbildung. Im Berichtszeitraum führten 94 Kindertagesstätten  **„Lilo Lausch“** durch. Rund 460 pädagogische Fachkräfte nahmen an der Basisfortbildung teil. In der Sekundarstufe an weiterführenden Schulen führte die Stiftung Zuhören im Berichtszeitraum verschiedene akustische Projekte wie „Ganz Ohr für Deinen Ort“ oder „Grenzgeschichten“ durch, mit denen bundesweit über 1.000 Jugendliche erreicht wurden. 2019 wurden insgesamt acht Ausgaben des „Hörmediums des Monats“ auf der Website der Stiftung Zuhören veröffentlicht.

Mach Dein Radio

Mit dem Projekt  **„Mach Dein Radio“** unterstützt die BLM nichtkommerzielle Radioprojekte von Schulen, Jugendarbeit, Studenten und privaten Radiobegeisterten in Bayern. Die Teilnehmenden erlernen die Grundlagen des Radiojournalismus und den Umgang mit dem Medium Radio, indem sie eigene Beiträge und Sendungen produzieren und auf www.machdeinradio.de veröffentlichen.

Die BLM konnte im Schuljahr 2018/19 insgesamt 43 Schulradioprojekte an bayerischen Schulen bei der Produktion von Radiobeiträgen unterstützen. Im Mai und Oktober 2019 fanden mehrere Lehrerfortbildungen zum Thema „Schulradio“ in der Musikakademie Schloss Alteglofsheim bei Regensburg statt. Die BLM veranstaltete 2019 drei „Mach Dein Radio“-Tage für Schüler: am 11. April in Traunstein im Campus Sankt Michael und am 19. Juli im Rundfunkmuseum Fürth mit jeweils über 70 Teilnehmenden. Ein weiterer „Mach Dein Radio“-Tag fand am 25. Oktober 2019 auf den Medientagen München statt. 300 Teilnehmende nutzten die Aktionen, die in Kooperation mit der MEDIASCHOOL BAYERN auf dem Areal des MedienCampus Bayern e.V. angeboten wurden. Erstmals fand dabei auch die Preisverleihung des „Mach Dein Radio“-Stars in den Kategorien „Youngsters“, „Teens“, „P-Seminar“ und „Bestes Campusradio“ statt.

Weitere Projekte

- ➔ „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich“, pädagogisch wertvolle Filme für Kinder im Vor- und Grundschulalter
- ➔ „Prix Jeunesse International“, ein internationales Fernsehfestival für Kinder und Jugendprogramme
- ➔ „Silver Surfer – Sicher online im Alter“, eine Seminarreihe für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung von Senioren

Beteiligung an Arbeitsgruppen und Initiativen

- ➔ „Lenkungsgruppe Medienkompetenz“, eine interministerielle Lenkungsgruppe zur Förderung von Medienkompetenz in Bayern
- ➔ „Arbeitsgruppe Modellversuch Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“, eine Arbeitsgruppe für einen Modellversuch zur Verankerung von Medienpädagogik in Kitas
- ➔ „Stiftung Wertebündnis Bayern“, eine gemeinnützige Stiftung zur Stärkung des Wertebewusstseins in Bayern
 - Expertenforum „Werte machen Schule“, Expertenrunde zur Wertebildung an Schulen
- ➔ „Netzwerk Medienethik“, eine Initiative zur Förderung des medienethischen Diskurses im deutschsprachigen Raum
- ➔ „ELTERN TALK“, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt des 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

- ➔ Alltag im Grenzgebiet – ein grenzüberschreitendes, medienpädagogisches Filmprojekt zu historischen Ereignissen an der innerdeutschen Grenze
- ➔ „Wir sind Vielfalt“, ein Schülerwettbewerb zur Förderung von Gemeinsamkeiten innerhalb der Gesellschaft auf Basis eines pluralistischen Verständnisses
 - VHS-Beirat „Souverän digital“, Beirat begleitend zur Entwicklung einer Seminarreihe zur Kompetenzförderung von Erwachsenen für das Leben und Arbeiten in einer digitalisierten Welt

Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops

Fortbildung Medienkompetenz

Mit der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher zeigt die BLM Wege auf, wie Medienarbeit mit Kindern in Kitas, Kindergärten, Horten und Heimen gestaltet werden kann. Die Fortbildung fand 2019 am 10. und 11. Oktober in der Fachakademie für Sozialpädagogik der Christlichen Jugendhilfe in Kempten statt. Rund 110 Studierende bekamen in zehn verschiedenen Workshops praktische Anregungen und Hilfestellung für eine kritische Medienarbeit mit Kindern.

Bestandteil des Fortbildungsprogramms war außerdem der Workshop „Grundlagen der Medienpädagogik“, an dem rund 30 Lehrerinnen und Lehrer teilnahmen. Dank des Engagements des Rundfunkhauses Allgäu konnten alle Studierenden nach der Abschlussveranstaltung die Studios von Radio Galaxy und RSA Radio sowie von allgäu TV besichtigen. Bei der Vorbereitung und Durchführung der Fortbildung arbeitete die BLM mit dem Medienzentrum München (MZM) des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, dem Medienzentrum PARABOL e.V., der Medienfachberatung Schwaben und der Stiftung Zuhören zusammen. Unterstützt wurde die Veranstaltung vom Rundfunkhaus Allgäu.

Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen

Bayernweit wurden zum Safer Internet Day 20 Elternabende angeboten, die Referenten des Medienpädagogischen Referentennetzwerks der Stiftung Medienpädagogik Bayern durchführten.

Außerdem fand am 29. November 2019 die 15. Interdisziplinäre Tagung mit dem Titel „Meinung Netz Diskurs – Meinungsbildung im Netz“ in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis statt. Die Veranstaltung wurde im Jahr 2019 durch das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales gefördert.

Informationsmaterialien

Die Nachfrage nach Informationsmaterialien zu aktuellen Themen aus der Medienpädagogik, die von der Landeszentrale kostenlos zur Verfügung gestellt werden, stieg im Jahr 2019 erneut. Über 55.000 Broschüren wurden an Eltern, pädagogisch Tätige und Interessenten in ganz Bayern verschickt. Alle medienpädagogischen Materialien können auf der BLM-Website heruntergeladen oder bayernweit kostenlos bestellt werden.

Im letzten Jahr wurde das Angebot durch den Ratgeber „Wie erkläre ich das meinem Kind? Darstellungen von Sexualität in den Medien“ ergänzt. Es werden praxisorientierte und alltagstaugliche Hilfestellungen im Umgang mit Sexualität in den Medien gegeben. Der Ratgeber richtet sich an Eltern und Erziehende von Kindern bis etwa zwölf Jahren und wird von der BLM und der Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Bayern e.V. (aj) herausgegeben.



Nähere Informationen zu den medienpädagogischen Veranstaltungen s. Seite 122 ff.

Für die Förderung von innovativen Medienprojekten durch die Medien.Bayern GmbH hat die Landeszentrale im Jahr 2019 rd. 208 T€ sowie weitere rd. 286 T€ für das MedienNetzwerk Bayern aufgewendet.

Das MedienNetzwerk Bayern, das Media Lab Bayern und die Medientage München wurden in einer Gesellschaft gebündelt, die seit 10. September 2019 als Medien.Bayern GmbH firmiert.

Im Jahr 2019 wurden die Aufgaben des MedienNetzwerk Bayern, des Media Lab Bayern und der Medientage München in einer GmbH, der Medientage München GmbH, gebündelt. Zusätzlich übernimmt diese hundertprozentige Tochtergesellschaft der BLM die Aufgabe des Medienstandort-Marketings. Die Gesellschaft firmiert seit 10. September 2019 als Medien.Bayern GmbH. Die Medien.Bayern GmbH hat einen Beirat, der unter dem Vorsitz des Medienministers Dr. Florian Herrmann aus Vertretern folgender Einrichtungen besteht: Bayerische Industrie und Handelskammer, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Bayerischer Rundfunk, Film Fernseh Fonds Bayern, Freistaat Bayern, MedienCampus Bayern, Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft.

Media Lab Bayern

Das  **Media Lab Bayern** ist ein Innovation Hub für digitale Medien und digitalen Journalismus. Das Media Lab unterstützt durch verschiedene Förderprogramme Talente, Startups und Medienhäuser dabei, innovative Ideen zu finden und umzusetzen. Darüber hinaus veranstaltet das Media Lab Bayern zahlreiche thematische Veranstaltungen, die dem Vernetzen, Trendscouting und Recruiting von Talenten dienen. Mit dem Media Startup Fellowship und dem Open Space bot das Lab ganzjährig Förderung für Startups und Gründungsinteressierte an. Durch das neue R&D Fellowship Programm erhielten Medienschaffende die Möglichkeit 2 bis 3 Monate lang ein Projekt anzustoßen und erste Prototypen dafür umzusetzen. Im Rahmen der 2-wöchigen Summerschool konnten interdisziplinäre Talente Ideen zu Medienprojekten weiterentwickeln, indem sie einen Teamfindungsprozess durchliefen, Innovationsmethoden erlernten und Prototypen entwickelten. Auf diversen Veranstaltungsformaten konnten sich die Teams des Media Labs außerdem mit Medienunternehmen vernetzen, Medien-

schaffende konnten sich zu Trends der Branche austauschen und neue Talente wurden rekrutiert. Doch das Media Lab Bayern hat 2019 nicht nur Talente und Gründer gefördert, sondern im Rahmen des Membership Programms auch Medienhäuser unterstützt, durch Intrapreneurship Programme (Prototyping Lab), Intensiv-Workshops zu Zukunftsthemen (Think Tanks) und Ideathons.


Am 1. April 2019 eröffnete mit dem Media Lab Ansbach der zweite Standort in Bayern. Das Media Lab Ansbach ist Ideen-Inkubator und Coworking-Space für digitalen Journalismus und Medieninnovation in Nordbayern. Hier erhalten Studierende und Medienpioniere das Werkzeug für innovative Lösungsansätze zu aktuellen Herausforderungen der Medienbranche. Im Rahmen von Workshops und Seminarreihen, wie den „Media Innovation Skills“ und dem „Media Lab Ansbach Hackathon“, wurden hier im vergangenen Jahr Innovationsmethoden und Gründergeist an den Nachwuchs der Medienbranche vermittelt. Zudem unterstützt das Media Lab Ansbach Studierende im Rahmen von Stipendien dabei, sich in ihrer Abschlussarbeit vertieft mit einem Innovationsthema zu beschäftigen und eigene erste Medienprojekte voranzutreiben. In regelmäßigen kleineren Abend-Events, wie der „Innovation-Meetup-Reihe“ und den „New Professions“, können sich Studierende und Medienenthusiasten darüber hinaus regelmäßig zu neuen Trends aus der Branche informieren und gegenseitig in lockerer Atmosphäre austauschen.

Das Media Lab Ansbach ist ein Ideen-Inkubator und Coworking-Space für digitalen Journalismus und Medieninnovation und nach München der 2. Standort des Media Lab Bayern.

Die Förderprogramme

■ Media Startup Fellowship


Das  Media Startup Fellowship ist eines der Förderprogramme des Media Labs. Es richtet sich an Medien Startups, die ihre Idee in sechs Monaten zum fertigen Marktprodukt entwickeln möchten. In drei Phasen (Produkt, Sales, Invest) gegliedert, unterstützt das Media Lab die Teams mit wöchentlichen Coachings, Workshops, kostenlosem Arbeitsplatz, sowie bis zu 40.000 Euro Funding.

2019 zogen  Batch #5 und #6 ins Media Lab Bayern ein: Aufgenommen ins Media Startup Fellowship wurden insgesamt 16 Teams, wovon 11 das Media Startup Fellowship erfolgreich abgeschlossen haben.

■ Das R&D Fellowship

2019 wurde das  R&D Fellowship als neues Instrument entwickelt und getestet, um auch einzelnen Talenten die Möglichkeit zu geben, an innovativen Ideen zu arbeiten. Das R&D Fellowship ermöglicht die Entwicklung einer Idee und die anschließende Umsetzung in einem Medienhaus oder einem Startup. Beim R&D Fellowship werden Challenges/ Probleme der Branche ausgeschrieben, auf die sich Interessierte bewerben können, die dann in zwei Monaten erste Prototypen erarbeiten.

MedienNetzwerk Bayern

Bis Juli 2019 war das  **MedienNetzwerk Bayern** bei der BLM angesiedelt. Seit Juli 2019 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern Teil der Medien.Bayern GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der BLM.


Die Hauptaufgaben des MedienNetzwerk sind die Vernetzung der Medien-Teilbereiche untereinander und mit angrenzenden Branchen sowie die Information über die wichtigen Entwicklungen in der bayerischen Medienbranche. Das MedienNetzwerk deckt alle Medienbereiche ab: Audio, Design, Bewegtbild, Games, Print & Publishing sowie Werbung & PR und Immersive Media. Die Vernetzungsaktivitäten des MedienNetzwerk Bayern konzentrieren sich auf verschiedene Veranstaltungsformate, aber auch auf Projekte, die den Austausch und die Zusammenarbeit von Medien-Teilbereichen untereinander sowie von Medien und Industrie zu zukunftsrelevanten Themen der Digitalisierung fördern.

Projekte

■ **Mediendemonstrator**

2019 entwickelte und konzipierte das MedienNetzwerk den Mediendemonstrator, der seit seiner Umsetzung stetig weiterentwickelt wird, um ein virtuelles Testumfeld für die Mediennutzung im Auto der Zukunft zu schaffen. Unter anderem Antenne Bayern und der Bayerische Rundfunk testen ihre Formate mit dem Mediendemonstrator. Neben den Lokalrundfunktagen in Nürnberg präsentierte das MedienNetzwerk den Mediendemonstrator auf der Frankfurter Buchmesse, bei der All about Voice Conference und bei den Medientagen München mit einem Stand.

■ **Studie „Medienstandort Bayern 2019“**

Im Januar 2019 veröffentlichte das MedienNetzwerk die Studie  **Medienstandort Bayern 2019**, die einen Überblick über den Status Quo der Medien-Teilbereiche in Bayern gibt: Rundfunk, Filmwirtschaft, Musikwirtschaft, Pressemarkt, Buchmarkt, Software- und Gamesmarkt, Designwirtschaft, Werbewirtschaft sowie Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. Die Studie erfasst die wirtschaftliche Bedeutung des Medienstandorts Bayern und zeigt, wo die Entwicklungspotenziale liegen.

Veranstaltungen

Mit eigenen Netzwerkveranstaltungen konnte das MedienNetzwerk Bayern 2019 wichtige Felder und Themen für die branchenübergreifende Zusammenarbeit besetzen.

■ MEDIA meets

Die „MEDIA meets“ Reihe, brachte 2019 in zwei Veranstaltungen einen Industriezweig mit der Medienbranche in Kontakt. Im Mai setzten sich Experten bei MEDIA meets SCIENCE in der eintägigen Fachkonferenz mit der Bedeutung der digitalisierten Medienwelt für die Wissenschaftskommunikation, die Berichterstattung und das Erzählen über Wissenschaft auseinander. MEDIA meets SMART CITY stellte die Frage in den Fokus, welche Rolle Medienunternehmen in der Stadt der Zukunft spielen, wo sie ihre Angebote platzieren und welche Technologien sie für ihre Arbeit nutzen können. Für Medienunternehmen und -schaffende konnten zahlreiche Anknüpfungspunkte und Möglichkeiten identifiziert werden.

■ Media Date

Das „Media Date“, ein regelmäßiges Morgen- oder Abendformat des MedienNetzwerk Bayern, ließ in mehreren Ausgaben Vertreter unterschiedlicher (Medien-)Branchen aufeinandertreffen um Impulse zu geben und Erfahrungen zu aktuellen Trends und Herausforderungen auszutauschen. Der Fokus des Media Date liegt auf dem direkten, intensiven Austausch zwischen Speakern und Publikum.

2019 fanden Media Dates zu folgenden Themen statt:

- Cinema goes VR – was ist das Filmerlebnis der Zukunft?
- Pure Immersion: Die Zukunft des Storytelling?
- Think global – produce local. Eigenproduktionen im deutschen TV- und Streamingmarkt
- Künstliche Stimmen, Roboter-Reporter: AI hält Einzug in die Audiowelt (als re:publica Special)

■ Audio Hack Days

Zum ersten Mal führte das MedienNetzwerk im September 2019 die Audio Hack Days durch. Vom 13. bis 15. September entwickelten die Hacker aus verschiedenen Medienteilbereichen und der Techbranche innovative Audio-Projekte, um die Herausforderungen zu lösen, vor die neue Audiotrends wie Sprachsteuerung, Streaming, Podcasting und personalisiertes Radio klassische Sender stellen.

■ Immersive Media

Mit der „Immersive Media Area“ und der eintägigen Konferenz „Immersive Media Day“ im Rahmen der Medientage München 2019 zeigte das MedienNetzwerk Bayern erneut aktuelle Entwicklungen und Innovationen des Bereichs XR (VR, AR, Mixed Reality und 360°) für die bayerische Medienbranche. In der „Immersive Media Area“ hatten die Besucher der Medientage München die Möglichkeit, zukunftsweisende und VR/AR-Anwendungen wie Hologate oder Icaros live

auszuprobieren. Beim „Immersive Media Day“ zeigten Experten ihre Best Cases und informierten in Fachvorträgen zu Chancen und Entwicklungen von VR/AR in der Medienbranche.

■ **Media Projects**

Seit 2015 fördert die BLM innovative Ideen für lokale Radio- und Fernsehstationen, die zusammen mit Hochschulen umgesetzt werden. Die media.projects füllen eine Lücke: Sie bringen bayerische Lokalsender mit Hochschulen zusammen, um digitale Innovationen zu fördern. Der Sender formuliert die Herausforderung – die Studierenden entwickeln Lösungen. Im Jahr 2019 konnte ein Projekt bei Allgäu TV in Kooperation mit der Hochschule Kempten unterstützt werden, bei dem es darum geht, die Planung der Drehaufträge digital zu organisieren. Auch wurde ein Gemeinschaftsprojekt der TH Nürnberg, der Mediadesign Hochschule mit dem Funkhaus Nürnberg und Energy Nürnberg unterstützt, bei dem es darum ging, neue Ideen für Medienformate im Auto der Zukunft zu entwickeln.

■ **Media.innovations**

Machine Learning, Massenphänomene e-Sports oder Medienerlebnisse im Auto – das waren einige Themen der digitalen Zukunft, die im Rahmen des 6. Medieninnovationstags diskutiert wurden. Vor rund 200 Besucherinnen und Besuchern präsentierten innovative Unternehmen und spannende Start-ups im Google-Entwicklungszentrum, wie sich Medien neu erfinden können.

■ **Präsentation auf Messen und Festivals**

Beim Festival „We make the City“ in Amsterdam stellte das MedienNetzwerk Bayern das Projekt „VR in Architecture“ vor, das aus der erfolgreichen Vernetzung eines Architekturbüros mit einem Game-developer entstanden ist. Die Besucher konnten die VR-Umsetzung einer echten Wohnung begehen und testen, wie die neue Technologie die Architekturbranche nachhaltig bei der Gebäudeplanung unterstützt.

Auch bei der re:publica war das MedienNetzwerk gemeinsam mit dem Media Lab Bayern mit einem Stand vertreten. Das vom MedienNetzwerk konzipierte und umgesetzte „Media Innovation Land“ gab unter anderem in Meetups, Workshops und Talks Einblicke in Medientrends, vielversprechende Startups und Innovationsprojekte aus Bayern. Gleichzeitig berichtete das MedienNetzwerk über die bayerischen Speaker vor Ort und machte die Innovationskraft des Standorts mit Videointerviews sichtbar.

Bei der Frankfurter Buchmesse präsentierte das MedienNetzwerk Bayern 2019 erstmals den Medienstandort Bayern. Unter dem Motto „Zukunft des Lesens“ konzipierte und organisierte das MedienNetzwerk einen Stand, der digitale Innovationsprojekte bayerischer Verlage und Medienhäuser zeigte. Gleichzeitig konnten sich die Besucher der Fachmesse am Stand über den Medienstandort Bayern und über die Chancen, die er Verlagen und Kreativen bietet, informieren.

Der neu geschaffene XR Hub Munich fördert Themen wie Virtuelle Realität (VR) sowie Extended Reality (XR) und deren Einsatz für Unternehmen.


■ Unterstützung von Partnerveranstaltungen

Neben eigenen Veranstaltungen und Projekten ist die Zusammenarbeit mit Verbänden und Partnern aus der bayerischen Medienbranche ein wichtiger Teil der Arbeit des MedienNetzwerk Bayern. So unterstützte das MedienNetzwerk Bayern zahlreiche Partnerveranstaltungen darunter etwa das „eBook Camp“, das „DOKfest München“, die „Druck & Design-Konferenz“, die „Chiemauer Medientage“, „PLOT“ oder „Book meets Film“. Je nach Bedarf des Partners beteiligte sich das MedienNetzwerk Bayern mit finanzieller Unterstützung, Vorträgen, Veranstaltungsräumen oder Berichterstattung.

Information

Auf seiner Website und in einem regelmäßigen Newsletter informiert das MedienNetzwerk über seine Aktivitäten, die Projekte seiner Partner sowie wichtige Entwicklungen und Trends in der bayerischen Medienlandschaft. Auch für Instagram, Facebook und Twitter kommuniziert das MedienNetzwerk die eigenen Tätigkeiten sowie die der Partner in Text, Bild und Bewegtbild. Der Medienkalender des MedienNetzwerk Bayern ist eine Plattform für Medienevents in Bayern und hilft Medienunternehmen und Medienschaffenden dabei, ihre vielfältigen Angebote sichtbar zu machen.

XR Hub Munich

Seit Oktober 2019 ist auch der  XR Hub Munich unterstützt von der BLM und gefördert durch das Bayerische Digitalministerium bei der Medien.Bayern GmbH angesiedelt. Der neu geschaffene XR Hub Munich ist angetreten, um Themen wie Virtuelle Realität (VR) sowie Extended Reality (XR) und deren Einsatz für Unternehmen zu fördern. Der Hub hilft Unternehmen dabei, die praktischen Einsatzmöglichkeiten von VR besser zu verstehen: Von der Visualisierung neuer Produkte über realitätsnahe Aus- und Weiterbildungsformen bis hin zur Fernwartung von Maschinen und Anlagen. Bereits kurz nach dem Start war der XR Hub bei zwei Messeauftritten präsent: Bei der AWE Europe am 17. und 18. Oktober 2019 in München und den 33. Medientage München vom 23.–25. Oktober 2019.

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.

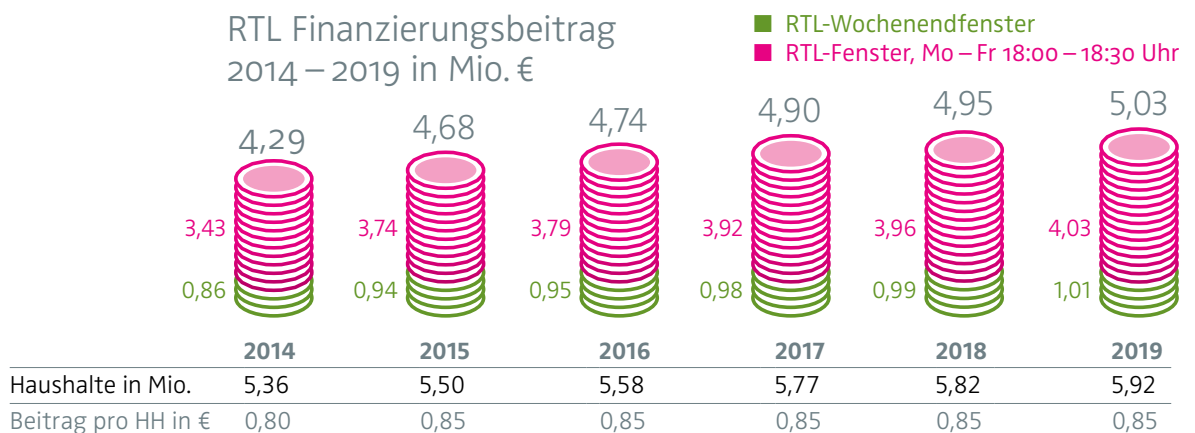
Der Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der Fernsehgesetzgebung sowie in der Finanzierungsbeitragsrichtlinie geregelt.

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 2019 5.032 T€ zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 4.025,6 T€ auf die lokalen Fensterangebote (Vorjahr 3.957,6 T€).

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 wurden 2019 staatliche Mittel in Höhe von rd. 10,33 Mio. € für die Förderung der technischen Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten ausgereicht. Die Förderung der Programmherstellung erfolgte mit 1,65 Mio. € aus dem Haushalt der Landeszentrale.

Die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 BayMG ist nach gegenwärtiger Rechtslage bis Ende 2020 befristet. Für die Förderung stehen wie bisher staatliche Mittel für die technische Verbreitung und Mittel aus dem Haushalt der Landeszentrale für die Förderung der Programmherstellung zur Verfügung.

Die Fördermittel werden für die von der BLM genehmigten 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.

Fördervoraussetzung ist für von der BLM betraute Anbieter u. a. Finanzpläne und Programmschemata bei der BLM einzureichen. Die Zuwendungen für die Programmverbreitung je Sender werden auf Grundlage der Programmschemata, in Abhängigkeit der betraungsfähigen zu den gesamten Sendezeiten und den angefallenen Verbreitungskosten ermittelt. Die Förderung der Programmherstellung erfolgt auf Basis der errechneten Förderbedarfe je Anbieter, welche gegen-

seitig in Relation gebracht und auf die zur Verfügung stehenden Mittel bezogen werden. 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 von lokalen/regionalen Fernsehangeboten gefördert werden.

Sämtliche Betrauungen sind aktuell bis 31. Dezember 2020 befristet. Die Betrauungen für die Anbieter in Niederbayern wurden aufgrund einer verstärkten programmlichen Zusammenarbeit angepasst. Die Betrauung für den Anbieter des neu organisierten Versorgungsgebiets Unterfranken wurde ebenfalls entsprechend angepasst. Der Anbieter des Versorgungsgebiets Ingolstadt wurde neu betraut.


Programmausschuss

Die Zuständigkeit des im Jahr 2008 parallel zur Förderung von lokalen und regionalen Programmen nach Art. 23 BayMG eingerichteten Programmausschusses des Medienrats hat sich im Jahr 2019 um die Anbieter aus den Versorgungsgebiet Untermain/Aschaffenburg und Passau reduziert, da zum einen in Unterfranken ein einheitliches Versorgungsgebiet mit nur noch einem Anbieter organisiert wurde und zum anderen durch eine Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse in Passau eine

vielfältige Anbieterstruktur erreicht werden konnte. Dagegen blieb es bei der Zuständigkeit für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Unterfranken sowie Südostoberbayern und Neu-Ulm. Satzungsgemäß tagte der Programmausschuss im Jahr 2019 viermal.

Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

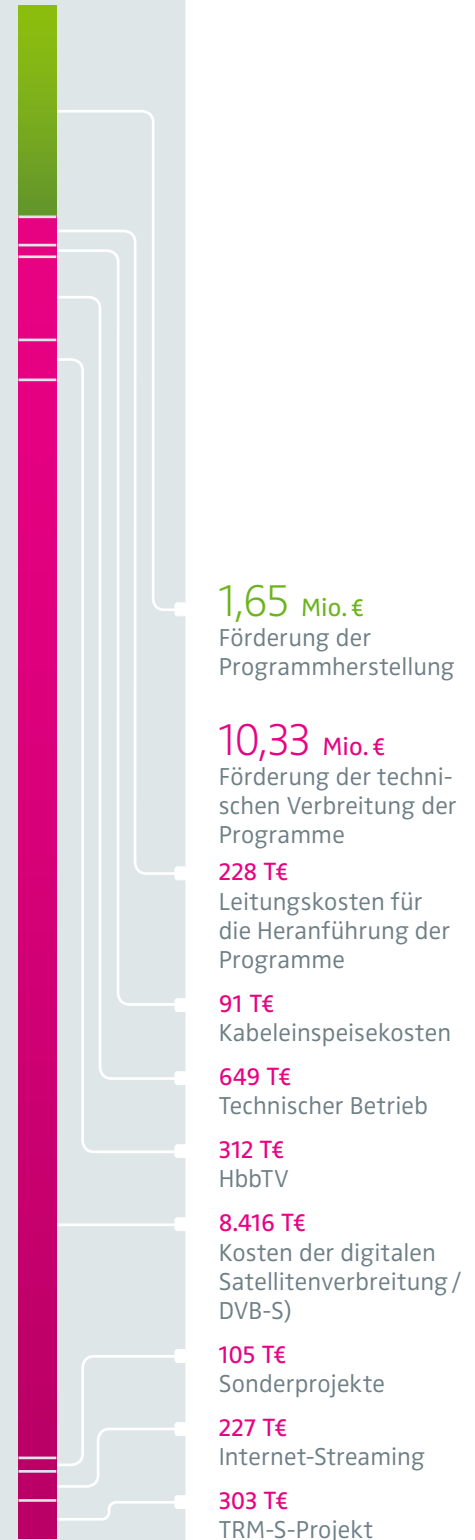
2019 wurden 19 Haupt- und 9 Spartenanbieter durch die BLM mit Fördermitteln gem. Art. 23 BayMG i. H. v. insgesamt ca. 11,98 Mio. € gefördert (s. Grafik). Die eingesetzten Fördermittel setzten sich dabei aus dem bayerischen Staatshaushalt (10,33 €) und dem Stammhaushalt der BLM (1,65 Mio. €) zusammen.

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

Förderung der Technischen Programmverbreitung

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2019 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden gemäß Art. 23 BayMG dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betrachtungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

11,98 Mio. €
Gesamtbetrag
der Förderung
2019



2019 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/ regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 11.236 T€ (Vorjahr 12.235 T€), die mit 10.328 T€ (Vorjahr 11.869 T€) gefördert wurden. Gegenüber dem Vorjahr gab es größere Veränderungen: Absenkungen durch Wegfall der SD-Simulcastphase bei der Satellitenverbreitung (ab April 2018) und Reduzierung der Kabeleinspeise- und Leitungskosten; Mehrungen durch Sonderprojekte, Technische Reichweitenmaßnahmen Satellit (TRM-S) und Internet-Streaming.

Förderung der Programmherstellung

Der Umfang der Förderung wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betraufungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 28.820 T€ und Ausgaben in Höhe von 31.466 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 4.646 T€, der mit 817 T€ (Vorjahr 820 T€) gefördert wurde (Förderquote 17,6 Prozent). Bei den Spartenanbietern ergab sich durch Einnahmen in Höhe von ca. 341 T€ und Ausgaben in Höhe von ca. 1.299 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 958 T€, der mit 825 T€ (Vorjahr 830 T€) gefördert wurde (Förderquote 86,1 Prozent).

Gestalten – fördern – forschen – informieren, das sind die Kernaufgaben der BLM. Das Informieren und Kommunizieren erfolgt über verschiedene Kanäle. Außer den Pressemitteilungen veröffentlicht die Landeszentrale eine Reihe von Printpublikationen, darunter das Medienmagazin *tendenz* und Ratgeber zu medienpädagogischen Themen. Online stehen die Homepage www.blm.de, das BLM-Blog www.blmplus.de, die Radioplattform www.machdeinradio.de und Social Media-Profile auf Facebook, Twitter und Instagram zur Verfügung. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Für die Öffentlichkeitsarbeit wurden 2019 insgesamt 1.087 T€ aufgewendet.

Publikationen

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



Die BLM hat 2019 insgesamt 71

➔ **Pressemitteilungen** veröffentlicht.

Die Ergebnisse der Ausschuss-Sitzungen des Medienrats und der Medienrats-Sitzungen einschließlich der Berichte des Präsidenten und des Vorsitzenden sind

➔ **online abzurufen**. Informationen aus den Pressemitteilungen werden auch über das Twitter- und Facebook-Profil der BLM verbreitet.

Newsletter

Der ➔ **BLM-Newsletter** ist 2019 dreimal erschienen. Darin werden die wichtigsten aktuellen Nachrichten und Ereignisse rund um die Bayerische Landeszentrale für neue Medien und den Medienstandort Bayern veröffentlicht. Neben einer aktuellen Zahl aus der Medienforschung zum Auftakt umfasst der BLM-Newsletter Nachrichten aus den Rubriken Medienpolitik, Radio, Fernsehen, Digitale Trends, Medienkompetenz, Jugendschutz, For-

schung und Netzwerk. Genannt sind auch die jeweils aktuellen Event-Termine.

Ihre Veranstaltungen kündigt die Landeszentrale außerdem in einem eigenen Event-Newsletter an, der Themen, Referenten und Informationen zur Anmelde-möglichkeit enthält. Die Ausgaben des BLM-Magazins „*tendenz*“ werden jeweils in einem *tendenz*-Newsletter angekündigt.

tendenz

Im Jahr 2019 sind zwei Ausgaben des ➔ **tendenz**-Magazins erschienen, das sich in einer Auflage von 5.500 Heften an Zielgruppen aus Medienpolitik, Medienunternehmen, Internet- und Telekommunikationsbranche, Wissenschaft, Jugendschutz und Medienpädagogik wendet.

Die erste Ausgabe 2019 thematisierte die Evolution im Audiomarkt und beantwortete die Frage, wie sich der Hörfunk im Online-Zeitalter behauptet. Vom Titelthema zum „Radio-logischen Evolutionsprozess“ über Artikel zu Hörfunkformat-Trends, der Radiovermarktung, Digitalradio-Entwicklung, Webradio, Smartspeaker und Podcasts bis hin zum Blick in die USA zeigte die *tendenz* 1.2019: Das Online-Zeitalter bedeutet eine Chance für den Hörfunk und die Wege zum Hörer sind vielfältig.

In der zweiten Ausgabe 2019 ging es unter dem Motto „Tele-Visionen: Was bleibt, was kommt?“ um die Zukunft der bewegten Bilder, mit dem Fokus auf dem Fernseh- und Streaming-Markt. Ob Smart-TV, die neue Fernseh-technik UHD, TV-Programmtrends, Social Media-Strategien im Lokal-TV oder Satelliten-

fernsehen – die Themenpalette war breit. Was künftig nach dem neuen Medienstaatsvertrag überhaupt noch Rundfunk ist, fragte tendenz den bayerischen Medienminister Dr. Florian Herrmann. Ein Resümee von BLM-Präsident Siegfried Schneider zum häufig postulierten Abgesang auf das klassische Fernsehen: „Der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit und das Zeitbudget der Medienkonsumenten ist hart, aber keineswegs aussichtslos.“


Zusätzlich zu den Print-Ausgaben werden auf der Website der BLM kurze Filmclips angeboten, um das jeweilige Schwerpunktthema visuell zu illustrieren.


Medienpädagogische Service-Ratgeber

Die Nachfrage nach Service-Publikationen der Landeszentrale nach Ratgebern zu Themen aus dem Jugend- und Nutzer-schutz steigt ständig. Aus medienpädagogischer Sicht sollen sie die Nutzerkompetenz stärken und richten sich insbesondere an alle Erziehungsverantwortlichen.

Anfang 2019 veröffentlichte die Landeszentrale die Broschüre  **Recht am eigenen Bild – Tipps, Tricks und Klicks**, um Mediennutzern, insbesondere Erziehungsverantwortlichen, praxistaugliche und alltagsnahe Tipps im Umgang mit dem Recht am eigenen Bild zu geben. Aufnahmen zu erstellen, Fotos hochzuladen und Videos zu teilen, gehört heute zur Alltagskommunikation dazu. Was also sollte bei der Nutzung von Kommunikations-Apps und Social-Media-Angeboten beachtet werden? Diese Frage

beantwortet die Broschüre, in der den Aufnahmen in der Schule ein eigenes Kapitel gewidmet ist.

Auf dem Schulhof machen teilweise auch Sexfotos und -videos die Runde. Da fragen sich viele Eltern, deren Nachwuchs entsprechende Fragen stellt: „Wie erkläre ich das meinem Kind?“ Der Ratgeber zur  **„Darstellung von Sexualität in den Medien“**, der im September 2019 erstmals erschienen ist, wurde wegen der hohen Nachfrage bereits nachgedruckt. Müssen Kinder im Grundschulalter schon wissen, was ein Orgasmus ist? Was tun, wenn die Familie beim Fernsehen mitten am Tag auf Werbung für Sexspielzeug stößt? Für diese und andere Fragen gibt es praktische Tipps zum Umgang mit Sexualität im Medienalltag für Eltern und Erziehende mit Kindern bis zu 12 Jahren. Die BLM hat den Ratgeber gemeinsam mit der Aktion Jugendschutz Bayern herausgegeben.

Dreimal im Jahr erscheint außerdem  **Dein Flimmo**, die von der BLM herausgegebene Kinderbeilage zum Fernseh-Ratgeber für Eltern: „FLIMMO“. 2019 gab es kindgerechte Wissensvermittlung rund um die Themen „Grusel und Spannung“, „Lachen und Humor“ sowie digitale Spiele.

Alle Broschüren können entweder als Printausgabe bestellt oder kostenlos auf der Website heruntergeladen werden.

Auch die Stiftung Medienpädagogik Bayern der BLM veröffentlicht Informationsmaterialien und koordiniert u. a. das Projekt Medienführerschein Bayern, der Unterrichtseinheiten mit Anregungen für eine altersgerechte Vermittlung von Medienkompetenz in der Schule zur Verfügung stellt.

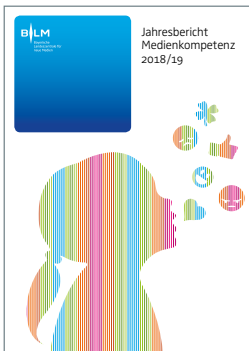
Der Ratgeber zum Umgang mit Sexualität im Medienalltag wendet sich an Eltern und Erziehende.



Die Broschüre gibt Mediennutzern Tipps im Umgang mit dem Recht am eigenen Bild.



Einmal jährlich erscheinen der Jugendschutz- und der Medienkompetenzbericht der Landeszentrale.



Jahresberichte und Schriftenreihe

Ihre Jugendschutz- und Medienkompetenz-Aktivitäten dokumentiert die Landeszentrale einmal jährlich im Jugendschutzbericht und im Medienkompetenzbericht der BLM. Im Jugendschutzbericht 2019 sind nicht nur Prüffälle und Aufsichtsverfahren dokumentiert. Er zeigt, dass sich das Beschwerdeaufkommen insbesondere im Bereich Telemedien (Internet) 2019 erheblich erhöht hat und es zunehmend anonyme Beschwerden sowie Wut- und Hasskommentare gibt.

Im Medienkompetenzbericht wird einmal im Jahr 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 2018/2019 zum Beispiel verstärkt um Workshops, Veranstaltungen und Ratgeber, in denen Themen wie Datenschutz, Urheberrecht oder Cybermobbing aufgegriffen wurden.

Gutachten, Forschungsergebnisse oder auch Veranstaltungsdokumentationen werden in der BLM-Schriftenreihe als Buch oder ebook veröffentlicht. 2019 ist in der [Schriftenreihe](#) der Band 108 erschienen, der das BLM-Symposium Medienrecht 2018: „200 Jahre Verfassungsstaat und 100 Jahre Freistaat Bayern“ dokumentiert.

Infolyer, Wellenspiegel und Geschäftsbericht

Zu den regelmäßig erscheinenden Publikationen der Landeszentrale gehört der jährliche Geschäftsbericht, der Aktivitäten, Aufgaben und den Finanzbericht der Landeszentrale enthält. Die Geschäftsberichte stehen auf der BLM Website zum Download als pdf-Dokument zur Verfügung.

Wer sich für den Empfang der Radio- und Fernsehprogramme und neue technische Projekte der BLM interessiert, kann den [Wellenspiegel](#) 2019 als pdf-Dokument herunterladen.

Die BLM veröffentlicht neben ihrem Imageflyer auch Infolyer wie den [DAB+-Flyer](#) mit regelmäßig aktualisierten Informationen über die Digitalradioprogramme in Bayern und Deutschland.

Mit der Publikation der Datenschutzberichte erfüllt die BLM eine Vorgabe im Bayerischen Mediengesetz, wonach der/die Datenschutzbeauftragte der BLM alle zwei Jahre über seine/ihre Tätigkeit berichten muss.

Ein Überblick über alle Publikationen der BLM ist [hier](#) zu finden.


Das Jahrbuch dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten in Deutschland.




Unter Federführung der BLM veröffentlichten die Medienanstalten den Vielfaltsbericht 2019



Gemeinsame Projekte mit anderen Medienanstalten

Unter der Federführung der BLM 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. Das Jahrbuch 2019 dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten sowie deren länderübergreifende Zusammenarbeit in den gemeinsamen Gremien und Kommissionen. Zu den Themenschwerpunkten gehört der neue Medienstaatsvertrag, der im Herbst 2020 den Rundfunkstaatsvertrag ersetzen soll.

Um das Thema Medienkonzentration und Medienvielfalt, dem sich das Jahrbuch der Medienanstalten in einem Kapitel widmet, geht es im  **Vielfaltsbericht** 2019 der Medienanstalten, der zu den Medientagen München im Oktober 2019 erschienen ist.

Darin sind unter anderem die aktuellen Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie und des Medienvielfaltsmonitors der Medienanstalten enthalten sowie weitere Forschungsergebnisse rund um die Sicherung von Meinungsvielfalt.

Internet

Die Website der BLM  www.blm.de informiert Nutzer aus Fachkreisen, Medienschaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürger über die Arbeit der BLM, die Entscheidungen der Gremien sowie neueste Entwicklungen im Medienbereich. Fakten zu den privaten Hörfunk- und Fernseh Anbietern in Bayern, die Organisationsstruktur der BLM sowie aktuelle Meldungen gehören zu den meist frequentierten Seiten im Rahmen des Webangebots, dessen mobile Nutzung im Jahr 2019 merklich zugenommen hat. Anhand einer komfortablen 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 passwortgeschützter Bereich, das sogenannte „Gremien-Intranet“, zur Verfügung, um Sitzungsunterlagen und Protokolle abzurufen.

Zudem ist die Website für Menschen mit Beeinträchtigung gut zugänglich und wird in der „Liste 90 plus“ vorbildlicher Webangebote geführt.

Konsequent gegen Hass

Im Oktober 2019 wurden im Rahmen der BLM-Website Internetseiten für die Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ integriert. Das gemeinsame Projekt des Bayerischen Justizministeriums und der BLM gegen Hass im Netz ist über die Adresse www.konsequent-gegen-hass.de erreichbar und flankiert das Projekt. Auch hier haben Medienunternehmen, die die Initiative aktiv unterstützen, Zugang zu Download- und Schulungsunterlagen im Rahmen eines geschützten Bereichs.

Mach Dein Radio – Die Radioplattformen der BLM

Die Radioplattform www.machdeinradio.de der BLM steht allen bayerischen, nicht-kommerziellen Radio-Interessierten zur Verfügung. Ob Schüler, Studenten, Radio-Enthusiasten, Vereine oder Bürgergruppen – jeder ist eingeladen die Radioplattform zu nutzen.

Hier können Hörer nicht nur aus einer Vielfalt von unterschiedlichen Radiokanälen wählen und Beiträge, Hörspiele oder Interviews zu zahlreichen Themen anhören – sondern auch selbst zum Radiomacher werden. Einfach einen eigenen Radiokanal anlegen und dort die selbstproduzierten Beiträge veröffentlichen.

Alle 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.

Weitere Internetangebote der BLM

Unter der URL www.funkanalyse-bayern.de werden jährlich detaillierte Ergebnisse der Funkanalyse Bayern angeboten.

Die Webseiten www.medien-netzwerk-bayern.de sowie www.medialab-bayern.de flankieren die Öffentlichkeitsarbeit der jeweiligen Einrichtungen. Neu dazu gekommen ist im Oktober 2019 die Webseite des [XR Hub Bayern](http://www.xr-hub-bayern.de).

Die Webpräsenzen der von mehreren Landesmedienanstalten getragenen Forschungsprojekte „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“, www.wila-rundfunk.de, und des „Online-Audio-Monitor“, www.online-audio-monitor.de, werden von der BLM redaktionell betreut.

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



Social Media Aktivitäten

Reichweite

Die Bedeutung der Online-Kommunikation über die Social Media-Profile der BLM nimmt kontinuierlich zu, da damit alle Zielgruppen über adäquate Kanäle erreicht werden. Die Landeszentrale pflegt Profile auf  Twitter und  Facebook, ist seit Herbst 2019 auf  Instagram präsent und hat auch einen YouTube-Kanal, auf dem unter anderem Videomitschnitte aus Veranstaltungen und Videointerviews für unser Blog  www.blmplus.de eingestellt werden.

Die Reichweiten der Social Media-Profile sind 2019 erneut gestiegen. So erreichte die BLM auf Twitter mit Stand Ende 2019 mehr als 3.300 Follower, was einem Zuwachs von 29 Prozent gegenüber 2018 entspricht. Bemerkenswert ist vor allem, dass sich die Anzahl der Impressions um 42 Prozent erhöhte, obwohl die Zahl der abgesetzten Tweets ähnlich blieb. Dieses Reichweitenwachstum ist sicher auch durch den Shitstorm zu den Aktivitäten des so genannten „Drachenlord“ zurückzuführen, der 2019 für Aufsehen in den klassischen und sozialen Medien sorgte. Abseits von Trollen und Hatern gab es auch viele seriöse Anfragen zum Thema „Wann ist eine Rundfunklizenz für (Live)streams notwendig?“. Deshalb hat die BLM mit FAQs auf ihrer Website reagiert und außerdem strafrechtlich relevante Tweets und Posts auf Facebook bei der Staatsanwaltschaft zur Anzeige gebracht.

Auf ihrem Facebook-Profil musste die BLM ebenfalls auf viele Hass-Postings reagieren, deren Anzeige jedoch häufig wegen der Nicht-Ermittelbarkeit der Absender erfolglos blieb. Hass und Hetze in den sozialen Medien konsequent zu verfolgen statt zu löschen, ist das Ziel der im Herbst 2019 gestarteten Initiative  **Justiz und Medien – konsequent gegen Hass**, mit der sich das Bayerische Justizministerium und die Landeszentrale explizit an die Medienhäuser und Redaktionen wenden (vgl. S. 73).

Die Bedeutung von Facebook hat im Laufe der Jahre in der Online-Kommunikation der BLM etwas abgenommen. Trotzdem war 2019 noch eine Steigerung der Reichweite um ca. zehn Prozent zu verzeichnen, auf ca. 2.200 Abonnenten. Das Instagram-Profil ergänzt die Social Media-Aktivitäten der BLM und eignet sich insbesondere zur Ankündigung und Begleitung von Veranstaltungen.

Interaktion und Vernetzung

Der Dialog mit den Social Media-Nutzern war angesichts des Hasses auf den Drachenlord einerseits und seiner Verteidiger andererseits dieses Jahr schwierig zu führen. Doch abseits dieses Themas regten wie jedes Jahr Veranstaltungen wie der Medieninnovationstag (#mi19) oder der Social TV Summit (#stvs19) die Diskussion an. Genutzt werden die Social Media-Kanäle der BLM außerdem für Beschwerden im Rahmen der Werbe- und Jugendschutzaufsicht sowie generell für Regulierungsfragen (z.B. Rundfunkgenehmigung von Livestreams).

+29%

Die Reichweite der BLM auf Twitter ist 2019 um 29 % gestiegen.

Die Social Media-Vernetzung mit den Profilen der [➔ Medientage München](#), des [➔ Media Lab Bayern](#), des [➔ Mediennetzwerkes Bayern](#) und der neu geschaffenen Medienstandort-Marke [➔ Xplr:Media](#) in Bavaria bringt Synergien für alle Beteiligten, da in diesem digitalaffinen Umfeld Tweets und Posts aus den Themenbereichen Innovation, digitaler Journalismus und Startups gut angenommen werden.

Beliebte Themen auf www.blmplus.de

Zur Platzierung und Diskussion von Fachthemen sowie zur Vernetzung mit der Medienbranche eignet sich unser Blog [➔ www.blmplus.de](#), auf dem einmal wöchentlich Beiträge von Mitarbeitern sowie externer Gastautoren zu finden sind. In den fünf Rubriken Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz werden Videointerviews, Gastkommentare, Berichte im Vorfeld von Events, die Diskussion aktuell relevanter Themen sowie Beiträge über Forschungsergebnisse der BLM und anderer Medienanstalten veröffentlicht. Die jährliche Auswertung zeigt, dass Trendthemen ebenso nachgefragt sind wie Beiträge mit Servicecharakter oder diskussionsintensive Themen wie die Nachwuchssorgen in der Film- und Fernsehbranche.

Wichtig für die Wahrnehmung des Blogs ist die Vernetzung mit der BLM-Homepage und den Social Media-Kanälen. Die meisten Zugriffe erfolgten laut Jahresauswertung 2019 über die Suchmaschinen und den Direkteinstieg.

Empfehlungen der blmplus-Beiträge durch bekannte Medien-Blogs (z. B. Bildblog) lassen die Besucherzahlen und Seitenabrufe steigen.

Mit all diesen Aktivitäten ist die Landeszentrale auf den Social Media-Plattformen präsent, die im Social Hub auf der Website [➔ www.blm.de](#) abgebildet werden.

Veranstaltungen

Im Jahr 2019 setzte die BLM ihre erfolgreich eingeführten Veranstaltungsreihen wie die Augsburger Mediengespräche, den Medieninnovationstag der BLM [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 und das regionale Mediengespräch zu einem aktuellen Thema – dieses Mal in Bayreuth zum Thema Smartphonennutzung.


Darüber hinaus organisierte und betreute die BLM eine Vielzahl von Einzelevents aus aktuellem Anlass und teilweise in Kooperation mit externen Partnern.

Die Tochtergesellschaft der Landeszentrale, die Medien.Bayern GmbH (bis September 2019 Medientage München GmbH) organisierte eine Reihe weiterer Veranstaltungen (s. Überblick).


Veranstaltungen 2019

- **29. Januar**
BLM
Bayreuther Mediengespräch
Digitaler Dauerstress?
Smartphone zwischen Helfer
und Suchtfaktor
Bayreuth
- **5. Februar**
BLM/Stiftung Medienpädagogik
Safer Internet Day
Together for a better Internet
Vorträge an Schulen
- **5. Februar**
BLM
Pressegespräch
DAB im Kabel
Bayreuth
- **26. März**
BLM/Medien.Bayern GmbH
media.innovations –
Der Medieninnovationstag
der BLM
München
- **11. April**
Medien.Bayern GmbH
Medientage Special
Connect! The future of TV
hbw, München
- **16. April**
BLM
DAB+-Stabübergabe
Bayerns Hörfunk wird digital
Kempten
- **8. bis 19. Mai**
DOK.fest/BLM
Internationales Dokumentar-
filmfestival München
München
- **15. Mai**
BLM
5. Fachtagung Jugendschutz
und Nutzerkompetenz
Verroht, verkürzt, verbuggt:
Beiträge zum Thema Sprache
und Medien
BLM, München
- **4. Juni**
Medien.Bayern GmbH
Transforming Media Day
Nürnberg
- **26. Juni**
BLM/Medien.Bayern GmbH
8. Deutscher Social TV Summit
Social Media in der Verantwortung
BLM, München
- **2. bis 3. Juli**
Medien.Bayern GmbH/BLM
Lokalrundfunktage 2019
BLM-Messestand
Nürnberg
- **19. Juli**
BLM
Verabschiedung des Geschäfts-
führers Martin Gebrande
BLM, München
- **13. bis 15. September**
Medien.Bayern GmbH/BLM
Audio Hack Days
München
- **23. bis 25. Oktober**
BLM
Radio-/Audio-Panels auf den
Medientagen München
München
- **25. Oktober**
BLM/EMR
Europatag auf den
Medientagen München
München
- **7. November**
BLM
25. Fachtagung des
Forums Medienpädagogik
#followme – Bedeutung von
Influencern und anderen Vorbil-
dern für Kinder und Jugendliche
BLM, München
- **11. November**
BLM
Augsburger Mediengespräche
Mensch und Maschine:
Wie Künstliche Intelligenz
unser Leben beeinflusst
Augsburg
- **18. November**
Medien.Bayern GmbH
Mobile Media Day
Würzburg
- **29. November**
BLM/JFF
Interdisziplinäre Fachtagung
Meinung Netz Diskurs.
Meinungsbildung im Netz
BLM, München


Bayreuther Mediengespräch

Vor über zehn Jahren kamen die ersten Smartphones auf den Markt. Heute ist ein Leben ohne sie unvorstellbar. Das Smartphone ist zu unserem festen Wegbegleiter geworden: Smartphones sind persönliche Assistenten, Fotoapparat, Videokamera und Kompass. Sie sind ungemein praktisch und fördern die Flexibilität im Beruf und in der Freizeit, können aber auch zum Stressfaktor werden und unsere Gesundheit gefährden. Was ist zu tun, um hier das Gleichgewicht wiederherzustellen bzw. zu wahren? Darüber diskutierten beim ersten  **Bayreuther Mediengespräch** ein Suchtmediziner, Medienwissenschaftler, Lehrervertreter, eine Medienpädagogin und eine Bloggerin. Die BLM hatte zusammen mit tvo – Fernsehen für Oberfranken – und Radio Mainwelle am 29. Januar 2019 in Veranstaltungsräume des Restaurants Liebesbier eingeladen.

Safer Internet Day

Anlässlich des  **Safer Internet Day** am 5. Februar 2019 finanzierte die Landeszentrale zehn der insgesamt 18 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.

Fachgespräch DAB im Kabel


Die fortgeschrittene Digitalisierung im Breitbandkabel zieht für Kabelkunden Veränderungen beim Empfang von Radioprogrammen nach sich. Radio kann in vielen Kabelanlagen nur noch über einen DVB-C-Receiver empfangen werden, zumeist über die Bedienung am Fernseher. Eine nutzerfreundliche Alternative, die den Radionutzungsgewohnheiten besser entspricht und insbesondere für kleinere und mittelgroße Kabelanlagen geeignet ist, kann DAB+ im Kabel sein. Das  **Fachgespräch der BLM** am 5. Februar in Bayreuth sollte zeigen, wie eine einfache Lösung aussehen kann, die es ermöglicht, Radioprogramme aus verschiedenen Quellen im DAB+-Standard ins Kabel einzuspeisen.

media.innovations – Der


Medieninnovationstag der BLM

Der seit 2014 jährlich stattfindende Medieninnovationstag der BLM  **media.innovations** war 2019 zu Gast bei Google Deutschland. Gezeigt wurden aktuelle und künftige Trends, Produkte und Anwendungen. Es wurde darüber diskutiert, wie Innovationen und neue technische Möglichkeiten die Medienbranche und den Journalismus verändern. Außerdem stellten sich eine Reihe von Medien-Startups den Teilnehmern vor.


DAB+-Stabübergabe: Bayerns Hörfunk wird digital

Wer terrestrisch Digitalradio hören will, findet in Bayern beste Voraussetzungen dafür. Der Freistaat gehört nicht nur zu den ersten Bundesländern, die die Digitalisierung des Hörfunks angestoßen hat. Er ist auch das erste Flächenland, in dem fast alle lokalen Sender simulcast im UKW- und DAB+-Standard ausgestrahlt werden. In der vorletzten Region im Allgäu startete der DAB-Regelbetrieb am 16. April 2019. An der  **Veranstaltung** unter dem Motto „Ebbes Nuis em Allgai“ nahmen neben den DAB-Anbietern auch Staatsminister Dr. Florian Herrmann und die Landtagsabgeordnete und Medienrätin Angelika Schorer teil. Dabei wurde der „Stab“ symbolisch an die letzte Region, das Voralpenland übergeben, bei dem der DAB+-Regelbetrieb im Sommer 2019 im westlichen Teil und im Sommer 2020 im östlichen Teil erfolgten.

Internationales Dokumentarfilm- festival München – VR POP UP Kino

Die BLM unterstützte auch 2019 das  **DOK.fest** München, das vom 8. bis zum 19. Mai in München stattfand, und förderte die Ausstellung im VR POP UP Kino unter dem Motto „Mittendrin statt nur dabei“. Im Space-Age Kunststoffhaus Futuro bei der Pinakothek der Moderne wurden sieben aktuelle dokumentarische VR/360° Experiences aus Québec und Bayern präsentiert.

Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz

Die  **5. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** fand am 15. Mai 2019 zum Thema „Verroht, verkürzt, verbüggt: Beiträge zum Thema Sprache und Medien“ statt. Sprache unterliegt vielen Einflüssen, wandelt sich ständig und entwickelt sich von Generation zu Generation. So gehörte beispielsweise das Wort „verbüggt“ im Sinne von „fehlerhaft, falsch gestrickt“ 2018 zu den Top 10 bei der Wahl zum Jugendwort des Jahres. Schwerpunkte der Veranstaltung waren die Fragen, wie sich Internet und soziale Medien auf den Sprachgebrauch auswirken und wie Sprache die Wahrnehmung bestimmter Themen beeinflusst. Beleuchtet wurden verschiedene Aspekte des Sprachwandels im digitalen Zeitalter.

Deutscher Social TV Summit: Social Media in der Verantwortung

Social-Media-Plattformen – von Messenger über Networks bis hin zu Videoplattformen – sind ein essenzieller Teil des Netzes geworden. Skandale, Fake News, Verfehlungen und Kartellverfahren haben jedoch so manche Plattform entzaubert und zeigen, wie wichtig ein reflektierter Umgang mit den großen US-Playern ist, der auch ethische Überlegungen miteinbezieht. Social Media ist zunehmend verantwortlich für den Erfolg von Inhalten genauso wie für den Diskurs und die Interaktion auf den Plattformen mit ihren gesellschaftlichen Auswirkungen. Diese Verantwortung gilt es anzunehmen. Wie ist zum Beispiel der direkte Austausch mit den Nutzern möglich, um

sich von den dominierenden Plattformen unabhängig zu machen? Inwieweit können die eigenen digitalen Angebote und Produkte stärker in den Fokus gestellt werden? In Vorträgen, Demos und Diskussionsrunden mit insgesamt 20 Referenten drehte sich beim **8. Social TV Summit** am 26. Juni 2019 alles um diese Themen.

Lokalrundfunktage

Die **Lokalrundfunktage** (LRFT) sind ein Fachkongress für den lokalen und regionalen Rundfunk mit ausführlichem Workshop-Angebot, Seminaren und der Präsentation neuester Broadcast-Produkte. Sie werden von der Medien.Bayern GmbH mit Unterstützung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) veranstaltet. Im Rahmen der LRFT werden die Hörfunk- und Lokalfernsehpreise der BLM vergeben.

Rund 1.100 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informierten sich am 2. und 3. Juli 2019 über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt.

Auf der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage wurden die BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen und die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2019 Hörfunk präsentiert. Der Abend begann mit dem Medienfest im Alten Rathaus und klang mit einer Party im Club „Mach 1“ in der Innenstadt aus.

Preisverleihungen

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage in Nürnberg wurden am 02. Juli 2019 zum 32. Mal die **BLM-Hörfunkpreise** und zum 28. Mal die **BLM-Lokalfernsehpreise** für bemerkenswerte Leistungen im lokalen Rundfunk vergeben. Ein „BLM-Radio“ oder den „BLM-Telly“ verbunden mit einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro erhielten jeweils die besten lokalen Beiträge aus den Kategorien „Aktuelle Berichterstattung und Information“, „Unterhaltung und Comedy“ sowie „Sparten- oder Sondersendungen“.

Mit 3.000 Euro dotiert war auch der beste Beitrag von bayerischen Volontären in der Kategorie „Nachwuchs“ im Hörfunk und Lokalfernsehen. In dieser Kategorie waren alle journalistischen Darstellungsformen zugelassen. In der Kategorie „Moderation“ wurden im Hörfunk sowie im Lokalfernsehen herausragende Sendungsmoderationen mit einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet.

Verliehen wurde auch 2019 wieder der vom Evangelischen Presseverband für Bayern e.V. (EPV) und dem katholischen Medienhaus Sankt Michaelsbund in der Kategorie „Kultur, Medien und Kirchen“ ausgeschriebene Preis zum Thema „Freiwilliges Engagement und Ehrenamt – Die oft versteckten Säulen der Gesellschaft“. Den Preis, der mit 3.000 Euro dotiert war, vergab eine eigene Jury.

Der Galaxy Music Award, der zum 19. Mal verliehen wurde, ging an den Künstler Matt Simons.


1100

Rund 1100 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informierten sich bei den Lokalrundfunktagen über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt.

Verabschiedung des BLM-Geschäftsführers

Am 19. Juli 2019 wurde Martin Gebrande, der langjährige Geschäftsführer der BLM verabschiedet. Er arbeitete fast 30 Jahre für die BLM. Die Laudatio hielt Dr. Thomas Gruber, Ministerialdirektor in der Bayerischen Staatskanzlei für Europa, Internationale Beziehungen, Medien und Sonderaufgaben bei Standortfragen. Gewürdigt wurde die Arbeit von Martin Gebrande auch vom Vorsitzenden des Medienrats, Walter Keilbart, vom Vorsitzenden des Verwaltungsrats der BLM, Manfred Nüssel, sowie vom Vorsitzenden des Personalrats der BLM, Gerhard Kriner. Siegfried Schneider, der Präsident der BLM, stellte den neuen Geschäftsführer, Dr. Thorsten Schmiege, vor.

Audio Hack Days


Das neue „Hören“ braucht neue Ideen. Bei den ersten  **Audio Hack Days** bastelten vom 13. bis 15. September 2019 in München kreative Köpfe an einer innovativen Audiowelt. Die Audio Hack Days sind ein Event des MedienNetzwerk Bayern in der Medien.Bayern GmbH, der von der BLM unterstützt wird.

Voice Assistance, Sprachsteuerung, Streaming, Podcasting, personalisiertes Radio, mobil immer und überall ... – all diese Faktoren haben in der Gewohnheit der Audiokonsumenten vieles grundlegend verändert. Während bis vor wenigen Jahren Radiostationen alleine den Audiomarkt bestreiten konnten, spielen jetzt neue Player mit, die sich innerhalb kürzester Zeit auf dem Markt etablieren und eine enorme Marktmacht entwickeln

konnten. Auch Verlage, Werbetreibende und Brands setzen immer mehr auf Audio. Hier stoßen zwei Welten aufeinander, die jedoch mit den gleichen Problemstellungen zu kämpfen haben. Wer reagiert am besten auf veränderte Formen der Mobilität und neue Möglichkeiten im Automobil? Wer schafft es, die Podcast-Welt zu erobern – mit welchen Mitteln und Methoden? Wer erhält das Zepter, wenn es um Sprachassistenten geht?

Um die Fragestellungen und Probleme der Audiowelt lösen zu können, hieß es, gemeinsam anzupacken. Wenn Welten aufeinanderprallen, entsteht etwas Neues. Neu gedacht, innovativ umgesetzt. Das war das Ziel der ersten Audio Hack Days 2019.

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Medienmacher und -nutzer, Medienpolitik und -wirtschaft, Individuen und Öffentlichkeit stehen in der digitalen Gesellschaft vor einer Zeitenwende: Wenn Künstliche Intelligenz Medieninhalte erstellt oder empfiehlt, wenn Software Nutzerdaten analysiert oder Werbeflächen verkauft und wenn Informationsintermediäre wie Google oder Facebook bestimmen, wer wann welche Informationen erhält, prägen Algorithmen menschliches Verhalten. Das bedeutet für die vernetzte Gesellschaft Chancen und auch Risiken. Im Rahmen der  **33. MEDIENTAGE MÜNCHEN** wurde drei Tage lang darüber diskutiert, wie das von digitaler Technologie geprägte Mediensystem der Zukunft aussehen soll. Über 7.000 Besucher loteten bei Konferenz-Debatten und an Expo-Ständen aus, wie die nächste


Die Fachtagung des Forums Medienpädagogik befasste sich mit der Bedeutung von Influencern und anderen Vorbildern für Kinder und Jugendliche.

Transformationsstufe der digitalen Evolution unser Leben verändert – ganz nach dem Konferenz-Motto „Next Digital Level – Let’s build the Media we want“. Bei mehr als hundert Einzelveranstaltungen kamen etwa 500 Experten zu Wort.

Zu den Events der 33. Medientage München zählten die Nacht der Medien im Haus der Kunst, die Expo-Party auf dem Messe-Areal sowie die Siegerehrung des dreitägigen R U Ready Hackathons. Bei der kongressbegleitenden Expo der Medientage München präsentierten außer der BLM fast achtzig Aussteller auf mehr als 6.000 Quadratmetern Software und Services aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Print, Online, Content Management, Social Media, Virtual Reality, Start-ups und Recruiting. Auf dem MedienCampus Bayern informierten sich während der drei Kongresstage Nachwuchsjournalisten, Schüler und Studierende bei Workshops, Vorträgen sowie an Info-Ständen über Branchentrends, Startup-Firmen, Ausbildungswege und praktische Themen aus der beruflichen Praxis.

Die BLM hat eigene Sessions zum Thema Zukunftsfragen des Radios angeboten. Zudem fand im Rahmen der Medientage zum vierten Mal der Europa-Tag statt, welchen die BLM in Kooperation mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) ins Leben gerufen hat. Auch wurden auf den Medientagen München 2019 zentrale Ergebnisse der Studie „Microtargeting in Deutschland bei der Europawahl 2019“ von Simon Hegelich und seinem Team an der TU München (s. a. Seite 93) sowie der Vielfaltsbericht der Medienanstalten präsentiert.

Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Die  25. Fachtagung des Forums Medienpädagogik am 7. November 2019 in der BLM war überschrieben mit „#followme – Bedeutung von Influencern und anderen Vorbildern für Kinder und Jugendliche.“ Hollywood-Sternchen, Sport-Ikonen oder Comic-Helden waren schon immer beliebte Vorbilder von Kindern und Jugendlichen. Während Idole früher vor allem aus Kino, Fernsehen oder Büchern bekannt waren, sind sie heute auch auf YouTube, Instagram oder TikTok zu finden. Dort sorgen sie etwa als YouTube-Stars oder Influencer für Unterhaltung, informieren zu bestimmten Themen und gewähren Einblicke in ihre persönlichen, aber oft inszenierten Lebenswelten. Damit bieten sie Kindern und Jugendlichen verschiedene Handlungsorientierungen und Identifikationsmöglichkeiten. Bei der Auseinandersetzung mit ihren medialen Vorbildern begegnen den jungen Nutzern auch stereotype Geschlechterrollen, idealisierte Körperbilder oder kommerzialisierte Lebenswelten. Eltern und pädagogisch Tätige sind gefragt, Kinder und Jugendliche bei einem reflektierten Umgang mit ihren Vorbildern zu unterstützen.


Die Fachtagung setzte sich mit aktuellen Entwicklungen auseinander und beleuchtete Chancen und Herausforderungen in Bezug auf Influencer und andere Vorbilder von Kindern und Jugendlichen. Experten gaben Tipps und Anregungen für die pädagogische Praxis. Gelegenheit zum Austausch und zur Vertiefung boten in den Pausen verschiedene Informationsstände und eine Ideenbörse.

Bei den Augsburger Mediengesprächen wurde 2019 darüber diskutiert, wie Künstliche Intelligenz unser Leben beeinflusst.

Augsburger Mediengespräche

„Mensch oder Maschine: Wie beeinflusst Künstliche Intelligenz unser Leben?“ stand als Motto über den  **Augsburger Mediengesprächen 2019**, die von der BLM in Zusammenarbeit mit den Augsburger Hörfunk- und Fernsehsendern und der Stadt Augsburg zum 17. Mal veranstaltet wurden. Bringt uns die Künstliche Intelligenz den erhofften Fortschritt schlechthin oder ist sie „gefährlicher als Atomwaffen“, wie Tesla-Gründer Elon Musk einst sagte? Darüber diskutierten am 11. November Wissenschaftler, Zukunftsforscher, ein Journalist und ein Philosoph im Augsburger Hotel Steigenberger Drei Mohren.

Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF

Die  **Interdisziplinäre Fachtagung** fand am 29. November 2019 in der BLM statt und befasste sich unter dem Motto „Meinung-Netzwerk-Diskurs. Meinungsbildung im Netz“ mit der Frage, ob Meinungen im Netz nur proklamiert oder auch fundiert gebildet werden und welche Bedeutung dabei netztypische Diskursformen haben?

Veranstaltet wird die jährliche Fachtagung von der BLM in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik. Die interdisziplinäre Tagung zielt darauf ab, mit empirischen und konzeptionellen Beiträgen weiterführende Einblicke in Meinungsbildungsprozesse im Internet zu ermöglichen, Ansprüche an die politische Meinungsbildung zu reflektieren sowie Formen und Bedingungen aktueller Diskurse im Internet differenziert zu beleuchten.

Archiv und Dokumentation

Die Pressedokumentation versorgt die Mitarbeiter der BLM sowie eine Reihe von anderen Landesmedienanstalten mit einem täglichen Pressespiegel.

Der elektronische Pressespiegel der BLM gibt täglich einen Überblick über Presseartikel zu Medienthemen, so dass wichtige Themen frühzeitig erkannt und die Entwicklungen von Märkten, Institutionen und Personen verfolgt werden können. Der Pressespiegel dokumentiert zudem das Presseecho auf die eigenen Aktivitäten. Ergänzend dazu ermöglicht das Pressearchiv die gezielte Recherche zu Themen und Entwicklungen im Medienbereich.

Ausgewertet werden circa 100 Print- und Onlinepublikationen, sowie mehrere Internetdatenbanken und -quellen. Die gewonnenen Inhalte werden anschließend mittels Stich- und Schlagworten erschlossen und in die Pressedatenbank der BLM aufgenommen.

Bibliothek

Die Fachbibliothek der BLM umfasst derzeit circa 6.500 Medien und wird kontinuierlich erweitert. Der Bestand ist in einer Datenbank erfasst und kann so schnell und unkompliziert auch über das Intranet der BLM recherchiert werden. Bibliografische Daten und Inhaltsbeschreibungen ermöglichen einen Überblick über Themen und Inhalte.

Social Media Monitoring

Im Zusammenarbeit mit der Social-Media-Beauftragten beobachtet und analysiert das Presseteam der BLM Social-Media-Beiträge in Diskussionsforen, Social Communitys wie Facebook und Twitter und wertet diese inhaltlich und quantitativ aus.

Audio-Video-Newsletter

Kuratierte Links zu relevanten multimedialen Inhalten werden im Rahmen eines Newsletters mit einer Inhaltsbeschreibung zusammengestellt und den Mitarbeitern via E-Mail zugänglich gemacht.

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 2019 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM rund 57.000 Hörfunk- und Fernsehmitschnitte mit einer Gesamtdauer von über 71.000 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.

Die 2012 begonnene Digitalisierung von etwas mehr als 3.500 Sendestunden ausgewählter analoger Fernsehmitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks war 2018 abgeschlossen worden. Im Geschäftsjahr 2019 wurde mit der Digitalisierung ausgewählter Hörfunkmitschnitte begonnen. Hierbei wurden zunächst die ältesten Sendemitschnitte recherchiert, geprüft und anschließend von einem externen Dienstleister digitalisiert.

Finanzielle Entwicklung

Jahresabschluss 2019

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 2019

Bilanz zum 31. Dezember 2019

AKTIVA	31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2018 TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		317.603,00	390
		317.603,00	390
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	14.496.610,76		14.890
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	12.662,50		20
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.203.029,00		926
		15.712.302,26	15.836
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	532.215,55		504
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3.681.127,47		4.000
3. Beteiligungen	3.111.724,32		3.112
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00		5.000
		12.325.067,34	12.616
		28.354.972,60	28.842
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Betriebsstoffe		17.436,98	17
		17.436,98	17
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	102.461,72		25
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	67.341,16		24
3. Sonstige Vermögensgegenstände	415.029,80		482
		584.832,68	531
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		7.871.964,81	6.511
		8.474.234,47	7.059
C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten		105.667,59	110
Summe Aktiva		36.934.874,66	36.011

PASSIVA	31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2018 TEUR
A. Anstaltseigenes Kapital			
1. Kapital		20.668.590,89	20.669
		20.668.590,89	20.669
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	570.000,00		704
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.146.814,04		3.576
		3.716.814,04	4.280
		24.385.404,93	24.949
B. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen	9.285.020,00		8.013
2. Sonstige Rückstellungen	1.662.256,64		1.319
		10.947.276,64	9.332
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	211.077,14		431
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	211.077,14		431
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	810.325,58		841
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	810.325,58		841
3. Sonstige Verbindlichkeiten	575.792,43		457
– davon aus Förderprogrammen	256.669,96		66
– davon aus Steuern	151.780,39		266
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	23.199,25		21
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	575.792,43		456
		1.597.195,15	1.729
D. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten		4.997,94	1
Summe Passiva		36.934.874,66	36.011

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2019

	2019	2019	2018
	EUR	EUR	TEUR
1. Erträge			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	23.697.010,84		23.992
b) Gebühren	350.557,80		177
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	5.032.000,00		4.947
d) Sonstige Erträge	1.094.922,74		1.608
		30.174.491,38	30.724
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		10.331.303,30	11.868
		40.505.794,68	42.592
2. Sonstige betriebliche Erträge		273.533,36	58
		40.779.328,04	42.650
3. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-7.313.323,39		-7.025
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-2.464.582,47		-1.672
<i>davon für Altersversorgung</i>	-1.324.446,95		-634
		-9.777.905,86	-8.697
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-1.044.595,45	-1.129
5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags		-745.457,36	-769
6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen			
a) Programmförderung	-597.388,00		-700
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.500.000,00		-1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-5.032.000,00		-4.947
d) Förderung technische Infrastruktur	-1.732.304,11		-1.741
e) Kosten des technischen Betriebes	-505.834,92		-519
f) Medienforschung	-758.768,88		-867
g) Ausbildungsförderung	-1.048.287,15		-1.183
h) Medienpädagogik	-660.286,36		-701
i) Mitgliedsbeiträge	-77.170,94		-85
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	-1.087.217,06		-1.189
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.648.612,00		-1.650
l) Innovationsförderung	-207.873,15		-384
m) Mediennetzwerk	-285.488,16		-312
		-15.141.230,73	-15.778

	2019 EUR	2019 EUR	2018 TEUR
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	-10.331.303,30		-11.869
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	-1.318.785,44		-1.445
c) Übrige	-2.224.255,75		-2.615
		-13.874.344,49	-15.929
8. Erträge aus Beteiligungen		0,00	138
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		0	138
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		102.438,73	71
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		62.938,73	32
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		249,68	5
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-860.852,78	-767
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		0,00	-22
13. Ergebnis nach Steuern		-562.370,22	-227
14. Sonstige Steuern		-1.288,37	-1
15. Jahresfehlbetrag		-563.658,59	-228
16. Entnahme aus der Investitionsrücklage		134.000,00	0
17. Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage		429.658,59	228
18. Bilanzgewinn		0,00	0

Anhang für das Geschäftsjahr 2019

Jahresabschluss 2019

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss und Lagebericht 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, vermin-

dert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Das Sachanlagevermögen wird linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

Abnutzbare Vermögensgegenstände des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten bis EUR 250 werden im Zugangsjahr direkt im Aufwand erfasst. Für Zugänge, deren Anschaffungskosten mehr als EUR 250 jedoch nicht mehr als EUR 800 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, Ausleihungen an verbundene 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 Anlagespiegel 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 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt. Für die Abzinsung der Pensionsverpflichtungen 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 2,71 % p.a. angesetzt (Vj: 3,21 % p.a.). Die Bewertung erfolgte unter Einbezug eines Gehaltstrends von 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 Ab-

zinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von TEUR 1.020,9.

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 244,8 investiert. Bei Restbuchwert-Abgängen von TEUR 0,2 und Abschreibungen von TEUR 317,2 ist der Restbuchwert um TEUR 72,6 auf TEUR 317,6 gesunken.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 123,5 auf TEUR 15.712,3 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 641,2, Abgängen von TEUR 37,3 und Abschreibungen von TEUR 724,4. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen die Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 626,2),

das Bürogebäude (TEUR 9,4) sowie rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 5,6).

Unter den Finanzanlagen (TEUR 12.325,1) sind Anteile an verbundenen Unternehmen, Ausleihungen an verbundene Unternehmen, Beteiligungen und sonstige Ausleihungen erfasst.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen enthalten Anteile an folgenden Unternehmen:

- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München (TEUR 17,4),
- Medien.Bayern GmbH, München (vor Umfirmierung: Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München) (TEUR 138,3)
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (TEUR 376,5)

Die Gesellschafterversammlung der Medientage München GmbH vom 28. Juni 2019 hat u.a. eine von der Landeszentrale zu leistende Erhöhung des Stammkapitals um TEUR 28,9 auf TEUR 80,0 und die Umfirmierung der Gesellschaft in Medien.Bayern GmbH beschlossen. Die Eintragung im Handelsregister datiert vom 10. September 2019.

Anschließend wurde die BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mbH, Nürnberg, auf Grund des Verschmelzungsvertrages vom 8. August 2019 und der Beschlüsse der Gesellschafterversammlungen vom selben Tag mit der Medien.Bayern GmbH verschmolzen. Die Eintragung im Handelsregister datiert vom 19. September 2019.

Die Beteiligungen bestehen an folgenden Unternehmen:

- 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)

Unter den Ausleihungen an verbundene Unternehmen ist ein in 2018 an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichtes Darlehen von ursprünglich TEUR 4.000,0 erfasst. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren und war im ersten Jahr (bis 30. Juni 2019) tilgungsfrei. Der Zinssatz beträgt 1,6 % p.a. Im Geschäftsjahr 2019 wurden TEUR 318,9 getilgt.

Die sonstigen Ausleihungen betreffen ein am 31. März 2017 ausgezahltes Schuld-scheindarlehen (TEUR 5.000,0). 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 2019

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN				ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand 1. 1. 2019 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2019 EUR	Stand 1. 1. 2019 EUR	Abschreibung 2019 EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2019 EUR	31. 12. 2018 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.811.008,07	244.788,75	64.799,87	1.990.996,95	1.420.762,57	317.180,75	64.549,37	1.673.393,95	317.603,00	390.245,50
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.811.008,07	244.788,75	64.799,87	1.990.996,95	1.420.762,57	317.180,75	64.549,37	1.673.393,95	317.603,00	390.245,50
II. Sachanlagen										
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	24.026.775,15	9.451,74	0,00	24.036.226,89	9.137.209,89	402.406,24	0,00	9.539.616,13	14.496.610,76	14.889.565,26
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	191.721,41	5.588,73	18.977,70	178.332,44	171.961,41	12.464,73	18.756,20	165.669,94	12.662,50	19.760,00
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.544.838,75	626.214,23	602.727,08	4.568.325,90	3.618.407,75	312.543,73	565.654,58	3.365.296,90	1.203.029,00	926.431,00
Summe Sachanlagen	28.763.335,31	641.254,70	621.704,78	28.782.885,23	12.927.579,05	727.414,70	584.410,78	13.070.582,97	15.712.302,26	15.835.756,26
Zwischensumme I. und II.	30.574.343,38	886.043,45	686.504,65	30.773.882,18	14.348.341,62	1.044.595,45	648.960,15	14.743.976,92	16.029.905,26	16.226.001,76
III. Finanzanlagen										
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	503.630,52	28.870,81	285,78	532.215,55	0,00	0,00	0,00	0,00	532.215,55	503.630,52
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	4.000.000,00	0,00	318.872,53	3.681.127,47	0,00	0,00	0,00	0,00	3.681.127,47	4.000.000,00
3. Beteiligungen	3.211.723,32	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
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00	0,00	0,00	5.000.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000.000,00	5.000.000,00
Summe Finanzanlagen	12.715.353,84	28.870,81	319.158,31	12.425.066,34	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	12.325.067,34	12.615.354,84
Anlagevermögen gesamt	43.289.697,22	914.914,26	1.005.662,96	43.198.948,52	14.448.340,62	1.044.595,45	648.960,15	14.843.975,92	28.354.972,60	28.841.356,60

Anteile an anderen Gesellschaften gem. § 285 Nr. 11 HGB

Gesellschaft	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis	
	TEUR	%	JAHR	TEUR
Anteile an verbundenen Unternehmen				
MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München	1.935,1	61	2019	(-) 1.200,4
Medien.Bayern GmbH, München (Vor Umfirmierung: Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München)	883,4	100	2018	(-) 373,4
Bayerische Medien Technik GmbH, München	2.088,6	90	2019	(+) 329,1

Das Umlaufvermögen von TEUR 8.474,2 umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV-Material (TEUR 17,4), sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 584,8) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 7.872,0).

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 102,5) handelt es sich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 63,1) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 415,0) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2020 (TEUR 329,6) 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 7.872,0.

■ Passiva

Zur Deckung des Jahresfehlbetrages lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2019 in Höhe von TEUR 563,7 wird ein Betrag in gleicher Höhe aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage entnommen. Gleichzeitig werden TEUR 134,0 aus der Investitionsrücklage entnommen und in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt. Per Saldo vermindert sich die Allgemeine Haushaltsrücklage damit um TEUR 429,7.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2019 insgesamt TEUR 24.385,4.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.662,3) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2019 (TEUR 658,2), Prozesskosten (TEUR 380,0), eine eventuelle Rückzahlungsverpflichtung von Rundfunkbeiträgen 2019 im Zusammenhang mit der Befreiung der Beitragspflicht von Zweitwohnungen (TEUR 350,0), Überstundenansprüche (TEUR 83,1) sowie Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 62,9).

Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2019 EUR	Entnahme wegen des Jahresfehlbetrages EUR	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr EUR	Stand 31. 12. 2019 EUR
1. Kapital	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
2. Zweckgebundene Rücklagen				
a) Investitionsrücklage	704.000,00	0,00	- 134.000,00	570.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.576.472,63	- 563.658,59	134.000,00	3.146.814,04
	4.280.472,63	- 563.658,59	0,00	3.716.814,04
Anstaltseigenes Kapital	24.949.063,52	- 563.658,59	0,00	24.385.404,93

Außerdem sind zur Deckung latenter Risiken aus einer Inanspruchnahme der BLM aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen von Infrastrukturbetreibern TEUR 46,0 zurückgestellt.

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag TEUR 211,1. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit TEUR 74,1 auf den Bereich elektronische Datenverarbeitung und mit TEUR 66,4 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 810,3) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2019 gegenüber der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH in Höhe von TEUR 775,0 ausgewiesen. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind in Höhe von TEUR 33,5 enthalten.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 575,8) enthalten im Wesentlichen für 2019 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 154,5), zur Programmförderung (TEUR 25,9) und Verbindlichkeiten aus der Förderung nach Art. 23 BayMG (TEUR 76,3).

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 151,8), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 86,0) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (TEUR 23,2) enthalten.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2019 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von EUR 23,7 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2019 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. In Abzug gebracht ist die Rückstellungsdotierung (TEUR 350,0) für zu erwartende Ertragsminderungen aus der Befreiung von Zweitwohnungen von der Beitragspflicht. Der Befreiung liegt eine entsprechende Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018 zugrunde.

Die Erträge gem. Art. 22 BayMG (TEUR 350,6) 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 5.032,0) gem. § 15 der Rundfunkgesetz wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Die sonstigen Erträge (TEUR 1.094,9) enthalten im Wesentlichen Fördermittel des StMWi zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern (TEUR 900,0) und Mieterträge aus Untervermietung von Büroflächen in der Rosenheimer Straße (TEUR 62,7).

Die Bayerische Staatskanzlei hat der Landeszentrale mit Bescheid vom 23. Juli 2019 Fördermittel für das Projekt „Technische Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ bis zur Höhe von TEUR 900,0 im Kalenderjahr 2019 bewilligt. Die Projektförderung geschieht im Wege der Anteilsfinanzierung. Die Landeszentrale leitet die Fördermittel an die zuwendungsberechtigten Hörfunkanbieter weiter. Die Förderung stellt eine Anschubfinanzierung dar, die die digitale Empfangbarkeit privater Hörfunkanbieter in Bayern unterstützen soll.

Das seit 1. September 2016 bei der BLM angesiedelte und vom Freistaat geförderte Projekt MedienNetzwerk Bayern ging im Berichtsjahr auf die Medien.Bayern GmbH über. Letztere dient im Rahmen der neuen Medienstandort-Initiative der Bayerischen Staatsregierung ab 2019 als zentrale Plattform für den Medienstandort Bayern.

Die staatliche Förderung für das MedienNetzwerk Bayern ging rückwirkend zum 1. Januar 2019 auf die Medientage München GmbH (nach Umfirmierung: Medien.Bayern GmbH) über. Damit verbunden war ein Betriebsübergang des bei der BLM für die Durchführung des Projektes angestellten Personals auf die Medientage München GmbH (MTM). Der Betriebsübergang erfolgte zum 1. Juli 2019. Der vom 1. Januar bis 30. Juni 2019 von der BLM getragene Personal- und Sachaufwand (TEUR 184,7) wurde von der MTM erstattet und ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 25,9.

Die Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens belaufen sich auf TEUR 102,4. Davon entfallen TEUR 39,5 auf das in 2017 ausgereichte Schuldschein-darlehen. Aus dem in 2018 an die BMT gewährten Darlehen konnten Zinsen in Höhe von TEUR 62,9 erwirtschaftet werden.

Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von TEUR 0,3 vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2019 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 10.331,3 (i.Vj. TEUR 11.868,5) als Zuwendung von der Bayerischen Staatskanzlei zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung der im Jahr 2019 an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 11.979,9 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 10.331,3) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 1.648,6).

■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 9.777,9) sind die laufenden Gehälter (TEUR 7.313,3) und Sozialabgaben (TEUR 1.140,1) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 1.324,5) enthalten. TEUR 97,2 betreffen Personalaufwendungen für das Projekt MedienNetzwerk Bayern, die von der Medien.Bayern GmbH auszugleichen waren und in korrespondierender Höhe in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten sind.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 338,2), Sozialabgaben (TEUR 44,7) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 16,9).

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 2019 der BLM beträgt TEUR 745,4 und beruht auf einer Beitragsschätzung der ARD/GEZ.

Erträge	2019		2018	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 2 BayMG	23.697,0	77,6	23.992,4	77,4
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 3 BayMG	350,6	1,1	176,3	0,5
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.032,0	16,5	4.947,0	16,0
Sonstige Erträge	1.094,9	3,6	1.607,9	5,2
Sonstige betriebliche Erträge	273,5	0,9	57,6	0,2
Erträge aus Finanzanlagen	102,4	0,3	209,5	0,7
Zinsen und ähnliche Erträge	0,3	0,0	5,0	0,0
Erträge Allgemeiner Haushalt	30.550,7	100,0	30.995,7	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	10.331,3	–	11.868,5	–

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 (AMBI 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 597,4 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2019 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 2019 Finanzierungsbeiträge (TEUR 5.032,0) gemäß § 15 der Rundfunksatzung vom 5. Oktober 2017 erhoben, welche in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht wurden.

Auf Grundlage von Art. 11 Satz 2 Nr. 7 und 10 BayMG sind im Berichtsjahr wieder umfangreiche Mittel (TEUR 1.732,3) zur Verbesserung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten eingesetzt worden. Gefördert wird insbesondere die digitale terrestrische Verbreitung der Programme. TEUR 900 des Förderbetrages stammen aus Staatsmitteln, TEUR 832,3 aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale.

Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 237,5

aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt TEUR 268,3.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2019 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2019) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 457,5) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 50,1) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 184,3) 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 66,8 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2019 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 46,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 106,3 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH) wurde in 2019 für 2020 ein Betrag von TEUR 775,0 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 121,0 an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 660,3 unterstützt. Der seit 1996 bestehende Verein Programmberatung für Eltern e.V., München, hat hiervon einen Betrag von TEUR 113,5 erhalten. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmrategebers für Eltern „FLIMMO“. Die Stiftung

Medienpädagogik Bayern, die im Rahmen ihrer Mitgliedschaft im Verein Programmberatung für Eltern die administrative Abwicklung des Projekts FLIMMO übernimmt, hat dafür Fördergelder in Höhe von TEUR 290,0 erhalten. Daneben wurden weitere Fördergelder in Höhe von TEUR 93,1 an die Stiftung Medienpädagogik Bayern ausgereicht. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 163,7 aufgewendet.

Die im Jahr 2019 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 77,2.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.087,2. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 65,2) und weitere Publikationskosten (TEUR 144,7), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 326,0), die Lokalrundfunktage Nürnberg einschließlich BLM- Hörfunk/TV-Preis (TEUR 366,4) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 147,8) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 37,1 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2019 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 1.648,6.

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt TEUR 207,9 aufgewendet. Davon entfallen TEUR 150,0 auf die Förderung für das bei der Medien.Bayern GmbH angesiedelte Projekt Media Lab Bayern.

Für das Projekt MedienNetzwerk Bayern wurden in 2019 TEUR 285,5 aufge-

wendet. Da das MedienNetzwerk Bayern rückwirkend zum 1. Januar 2019 auf die Medientage München GmbH (nach Umfirmierung: Medien.Bayern GmbH) übergang, waren von der Medientage München GmbH bei der BLM aufgelaufene Sachkosten in Höhe von TEUR 86,1 auszugleichen. Die daraus resultierende Ertragsposition (TEUR 86,1) ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten.

Per Saldo verbleibt danach im Berichtsjahr ein Förderbetrag in Höhe von TEUR 199,4 für das Projekt MedienNetzwerk Bayern. Dieser entfällt auf einen Zuschuss an die Medien.Bayern GmbH von TEUR 100,0 in Form einer Festbetragsfinanzierung und die Übernahme von Kosten für die Standfläche der Immersive Media Area auf der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN 2019 (TEUR 99,4).

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2019 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 658,0 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 30,3. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2019 TEUR 630,5 aufgewendet.

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (TEUR 2.224,2) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inkludiert.

sive Betriebsrestaurant und Mieten für Büroflächen in der Rosenheimer Straße (TEUR 782,8), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 274,3), EDV-Kosten (TEUR 337,7), Reisekosten (TEUR 142,0), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 102,6), Bürokosten (TEUR 151,0) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail (TEUR 146,4) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 54,7.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 860,9) betreffen fast ausschließlich den Zinsanteil (Verzinsung als auch Zinsänderung) aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (TEUR 858,5), im Vorjahr TEUR 764,8.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2019 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die so finanzierte Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 10.331,3 aufgewendet.

Aufwendungen

	2019		2018	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	9.777,9	31,4	8.696,5	27,9
Abschreibungen	1.044,6	3,4	1.128,6	3,6
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	745,4	2,4	769,4	2,5
Programmförderung	597,4	1,9	700,0	2,2
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,8	1.500,0	4,8
Finanzierung TV-Fensterprogramme	5.032,0	16,2	4.947,0	15,8
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	2.238,1	7,2	2.260,8	7,2
Medienforschung	758,8	2,4	866,6	2,8
Ausbildungsförderung	1.048,3	3,4	1.183,0	3,8
Medienpädagogik	660,3	2,1	700,7	2,2
Mitgliedsbeiträge	77,2	0,3	85,4	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.087,2	3,5	1.188,8	3,8
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	1.648,6	5,3	1.650,0	5,3
Innovationsförderung	207,9	0,7	384,3	1,2
Mediennetzwerk	285,5	0,9	311,8	1,0
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.318,8	4,2	1.445,3	4,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.224,2	7,1	2.615,0	8,4
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	860,9	2,8	766,9	2,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	21,8	0,1
Sonstige Steuern	1,3	0,0	1,4	0,0
Aufwendungen Allgemeiner Haushalt	31.114,4	100,0	31.223,3	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	10.331,3	–	11.868,5	–

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 46,0 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 2019 insgesamt EUR 21,82 Mio (Vj. EUR 20,07 Mio).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2019 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung TEUR 1.732,3 getragen.

2. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 61%) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2020 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 775,0.

Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	BRUTTO EUR
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	45.497,87
Fenster und Vollprogramme Fernsehen – lokal	647.821,89
Terrestrischer Hörfunk – lokal	6.334.204,45
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	0,00
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	0,00
Terrestrisches Fernsehen – lokal	0,00
Terrestrisches Fernsehen – national	0,00
	<u>7.027.524,21</u>
Digital Radio – landesweit	1.601.342,06
Digital Radio – lokal	2.505.318,61
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	8.498,24
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	0,00
DVB-S	10.675.398,56
Gesamt	<u>21.818.081,68</u>

3. Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 141,5) 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 Steuerberatungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2019 TEUR 50,1. Das Honorar betrifft mit TEUR 44,9 Abschlussprüfungsleistungen und mit TEUR 5,2 Steuerberatungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im Gesamthonorar Umsatzsteuer in Höhe von TEUR 8,0 enthalten.

Die Landeszentrale erstellt seit dem Abschluss 31. Dezember 2012 freiwillig einen Konzernabschluss.

Personalbericht

Mit dem Nachtrag zum Wirtschaftsplan für 2019 war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 86,0 Vollzeitstellen genehmigt worden, davon 5,5 Stellen für den Mediendatenschutz.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31. 12. 2019	31. 12. 2018	31. 12. 2019	31. 12. 2018
Präsidium	7,0	9,5	8	10
Geschäftsleitung	2,5	2,5	3	3
Bereich Recht	10,0	10,5	11	11
Bereich Verwaltung	12,5	11,5	14	12
Bereich Technik	12,5	12,5	14	13
Bereich Programm	10,5	10,0	11	10
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	15,0	14,5	20	18
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	9,5	9,5	12	12
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
Mediendatenschutz	5,0	4,0	6	5
Summe	85,5	85,5	100	95

Von den per 31. Dezember 2019 angestellten 100 Bediensteten waren 59 weibliche und 41 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 26 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst ist eine Mitarbeiterin mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 95 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 2019 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 2,50 %.

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. Januar 2018 in Kraft getreten und gilt bis zum 31. Dezember 2020. Das Gehaltsmodell gilt für alle unbefristet und befristet angestellten Arbeitnehmer/-innen der BLM, die eine Stelle im Stellenplan einnehmen. Auf die Geschäftsleitung (Präsident, Geschäftsführer), die Bereichsleiter/-innen und AT-Mitarbeiter/-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.

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.

Gehaltsband 2019

Monatsgehalt ab 1. Januar 2019

Vergütungsgruppen	von EUR	bis EUR
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	5.864,40	8.625,08
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	4.821,61	7.724,43
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in 1	4.365,78	6.996,89
Vergütungsgruppe IV – Fachreferent/-in 2 / Sachbearbeiter/-in 1	3.909,42	6.140,84
Vergütungsgruppe V – Assistenz 1 / Sachbearbeiter/-in 2	3.519,16	5.459,98
Vergütungsgruppe VI – Assistenz 2 / Sachbearbeiter/-in 3	3.127,33	5.009,91
Vergütungsgruppe VII – Allgemeine Dienste	2.608,03	4.098,26

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. November 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.

AT-Verträge		
Grundvergütung 2019		
Stufe	EUR p. M.	EUR p. a.
1	9.022,15	108.265,83
2	9.441,79	113.301,45
3	9.966,33	119.595,98
4	10.700,69	128.408,31
5	11.330,15	135.961,74
6	12.064,51	144.774,12
Als stv. Geschäftsführer (Zulage TEUR 1,0 p.M.)		156.774,12

Nach Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Bezüge aus der außertariflichen Vereinbarung mit dem Mediendatenbeauftragten, Herrn Andreas Gummer. Die Jahresbezüge von Herrn Gummer betragen EUR 158.724,00. Das künftige Ruhegehalt von Herrn Gummer bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe A 16. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf EUR 1.083.959. Im Geschäftsjahr 2019 wurden für Herrn Gummer EUR 37.603 an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

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

Dr. Thorsten Schmiede, Volljurist

Herr Dr. Thorsten Schmiede hat sein Amt als Nachfolger des langjährigen BLM-Geschäftsführers Herr Martin Gebrande am 1. September 2019 angetreten.

Bezüge 2019

	Jahresbezüge Grundgehalt EUR	Leistungsbezogene Zulagen EUR	Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung EUR	Gesamt EUR
Siegfried Schneider	297.400	0	6.356	303.756
Martin Gebrande (bis 30.09.2019)	137.043	0	5.575	142.618
Dr. Thorsten Schmiege (ab 01.09.2019)	54.881	0	1.510	56.391
Summe	489.324	0	13.441	502.765

Altersversorgung

	Barwert der Pensionsverpflichtung 31. 12. 2019 EUR	Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2019 EUR	Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2019 EUR	Umlage an den Versorgungsverband für das Jahr 2019 EUR
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande (bis 30.09.2019)	2.029.919	253.287	24.201	52.247
Dr. Thorsten Schmiege (ab 01.09.2019)	0	0	0	0
Summe	2.029.919	253.287	24.201	52.247

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 (2019: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurde im Berichtsjahr ein Versorgungszuschlag von TEUR 9,2 an den Freistaat Bayern abgeführt. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Das künftige Ruhegehalt des zum 30. September 2019 ausgeschiedenen Geschäftsführers, Herr Gebrande, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B8.

Der ab 1. September 2019 amtierende Geschäftsführer, Herr Thorsten Schmiege, ist beurlaubter Beamter des Freistaats Bayern. Die BLM leistet für die Aufrechterhaltung seiner Pensionsansprüche

einen Versorgungszuschlag an den Freistaat Bayern (2019: TEUR 10,8).

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Herrn Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf EUR 1.400.217. Im Geschäftsjahr 2019 wurden für Herrn Prof. Dr. Ring EUR 57.166 an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und Fahrtkostenerstattungen gemäß Aufwandsentschädigungssatzung vom 1. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2014 geltenden Fassung wurden im Geschäftsjahr 2018 vergütet an:

- a) Medienrat EUR 564.068
- b) Verwaltungsrat EUR 93.904

Nachtragsbericht

■ Pensionsrückstellungen

Der von der Landeszentrale beauftragte Aktuar hat die Pensionsrückstellungen zum Jahresabschluss zum 31.12.2019 mit Gutachten vom 05.02.2020 berechnet. Er kommt zu dem Ergebnis, dass der handelsrechtliche Erfüllungsbetrag zum 31.12.2019 voraussichtlich einen Wert von 9,285 Mio. € haben wird und somit 0,674 Mio. € über dem prognostizierten Wert von 8,611 Mio. € liegt. Damit resultiert insgesamt ein Zuführungsbetrag im Wirtschaftsjahr 2019 von rund 1,3 Mio. €.

Diese wesentliche Erhöhung des Zuführungsbetrags für das Jahr 2019 gegenüber der Prognose aus 2018 ergibt sich aus folgenden Gründen:

- a) Rund 120 T€ entfallen auf die Reduktion des tatsächlichen Rechnungszinses zum 31.12.2019 von 2,71% gegenüber dem prognostizierten Zinssatz von 2,78%.
- b) Rund 127 T€ entfallen auf erhöhte Rentenleistungen bei Neurentnern und einem Rentner im Vergleich zur erwarteten, prognostizierten Rentenhöhe (ohne Berücksichtigung von c).

c) Rund 427 T€ entfallen auf die nunmehr beschlossene Anpassung der Bayerische Beamtenbesoldung-/versorgung von jeweils 3,20 % zum 01.01.2019 (rückwirkend) sowie 01.01.2020 gemäß „Gesetz zur Anpassung der Bezüge 2019/2020/2021 (BayBesG)“ vom 24.07.2019. Damit sind die Beamtenbezüge und -versorgungen zum 01.01.2020 um rund 4,4 % höher als erwartet (unterstellte Anpassung: 2,00 % p.a.).

Diese Erhöhung des Zahlungsbetrags hat Einfluss auf die wirtschaftliche Situation der Landeszentrale, da ein Ausgleich in erster Linie durch die Inanspruchnahme von Rücklagen erfolgt. Die zur Verfügung stehenden Rücklagen sind jedoch am Ende eines Rundfunkbeitragszeitsraums erheblich abgesunken, so dass die Geschäftsleitung in der Sitzung des Verwaltungsrates am 09.03.2020 angekündigt hat, im Wirtschaftsjahr 2020 zusätzliche Einsparungen von 600,0 T€ vorzunehmen. Ein entsprechender Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 soll in der Sitzung des Verwaltungsrates am 22.06.2020 vorgelegt werden.

■ COVID-19-Pandemie

Die Ausbreitung des neuartigen Coronavirus (COVID-19) hat sich ab Januar 2020 ausgehend von China sehr dynamisch und weltweit entwickelt. Angesichts der Ausbreitungsdynamik, der Schwierigkeit, Menschen vor einer Übertragung zu schützen und der Gefährlichkeit des Virus ergriff die Bayerische Staatsregierung weitreichende Maßnahmen. Die COVID-19-Pandemie führte zur Ausrufung des Katastrophenfalls am 16.03.2020, ab dem 21.03.2020 zu weitreichenden Ausgangsbeschränkungen und zu einem „shut down“ des öffentlichen Lebens einschließlich weltweiter Reiseverbote. Eine Vielzahl von Unternehmen, gerade im Einzelhandel oder der Hotel- und Gastronomiebranche, mussten auf behördliche Anordnung ihre Geschäfte schließen, andere schickten ihre Mitarbeiter ins Homeoffice. So arbeiteten die Beschäftigten der Landeszentrale vom 23.03.2020 bis 24.04.2020 im Homeoffice.

Den lokalen und regionalen Hörfunk- und Fernsehanbietern, die in dieser Krise durch ihren lokalen Informationsauftrag besonders gefordert sind und systemrelevant sind, brachen auf der Ertragsseite die Werbeeinnahmen im erheblichen Umfang weg. Auch Eventveranstaltungen als weitere Finanzierungsquelle konnten coronabedingt nicht mehr durchgeführt werden. Die weiterlaufenden Kosten, insbesondere für die technische Verbreitung, führten zu einer finanziellen Belastung, die z. T. existenzbedrohend zu werden drohte.

Die Landeszentrale hat vielfältige Initiativen ergriffen, um die lokalen und regionalen Hörfunk- und Fernsehanbieter zu unterstützen. So hat sie nach Abfrage der finanziellen Rahmenbedingungen bei den Anbietern und Analyse der eingehenden Daten erreichen können, dass der Freistaat Bayern seine bisherige Förderung der digitalen Verbreitungskosten für Hörfunkanbieter als Sonderförderung um 500,0 T€ aufstockt. Auch im Bereich der Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens werden die Fördermittel als Sonderförderung um 500,0 T€ im Rahmen der Art. 23 BayMG-Förderung aufgestockt. Die Landeszentrale wird ihre Fördermittel für die Hörfunkanbieter für die Funkanalyse Bayern auf 450,0 T€ verdoppeln. Dies soll mit dem Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 in der Sitzung des Verwaltungsrates am 22.06.2020 umgesetzt werden.

■ Rundfunkbeitragserhöhung

Die KEF stellte in ihrem am 20.02.2020 veröffentlichten Bericht für 2021 bis 2024 einen ungedeckten Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von 1.525,4 Mio. € fest. Sie empfahl ab Januar 2021 eine Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags um 86 Cent auf 18,36 €. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder haben sich in einer Konferenz am 12.03.2020 einstimmig auf eine Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags in Deutschland geeinigt. Der Staatsvertrag soll im Juni 2020 durch die Regierungschefs unterschrieben werden. Er muss dann noch durch alle

Länderparlamente beschlossen und teilweise gesetzlich umgesetzt werden. Erst danach tritt die Erhöhung in Kraft.

Die beabsichtigte Erhöhung hat unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie lebhaft Diskussionen um deren Notwendigkeit ausgelöst. Im besonderen Maße wird dies im Landtag in Sachsen-Anhalt erörtert. Im Mai 2020 erscheint eine Mehrheit für eine Erhöhung im Landtag von Sachsen-Anhalt fraglich. Sollte es zu keiner Mehrheit kommen, kann die Erhöhung des Rundfunkbeitrags zum 01.01.2021 nicht in Kraft treten.

Es sind keine überzeugenden Gründe, die gegen eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags sprechen, ersichtlich, so dass ein entsprechender Antrag der öffentlichen Rundfunkanstalten beim Bundesverfassungsgericht Aussicht auf Erfolg haben wird. Insoweit wird eine fehlende Zustimmung durch ein Landesparlament den Prozess der Erhöhung des Rundfunkbeitrags nur verzögern.

München, 22. Mai 2020

DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Dr. Thorsten Schmiege

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2019

Grundlagen der BLM

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Landeszentrale) genehmigt und beaufsichtigt auf Grundlage des Gesetzes 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), zuletzt geändert durch § 1 Abs. 258 der Verordnung vom 26. März 2019 (GVBl. S. 98), als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland die privaten Hörfunk- und Fernsehangebote in Bayern. Die Aufgaben der Landeszentrale sind in Art. 11 BayMG geregelt.

Geschäftsverlauf

■ Bestimmung des Geschäftsführers

Herr Martin Gebrande teilte mit Schreiben vom 07.01.2019 an den Präsidenten der Landeszentrale, Herrn Siegfried Schneider, mit, dass er seinen Dienstvertrag vom 12.05.2016 als Geschäftsführer der Landeszentrale zum 30.09.2019 kündigt und mit Wirkung vom 01.10.2019 in den Ruhestand geht. Nach Art. 15 Abs. 4 Satz 2 BayMG bestimmt der Präsident den Geschäftsführer mit Zustimmung des Medienrats. Die Zustimmung wird auf schriftlichen Vorschlag des Präsidenten durch den

Vorsitzenden des Medienrats herbeigeführt. Über den Vorschlag wird gemäß § 22 der Geschäftsordnung des Medienrats schriftlich und geheim abgestimmt. Herr Präsident Schneider teilte dem Vorsitzenden des Medienrats mit Schreiben vom 23.05.2019 mit, dass er auf Grund des Ausscheidens des derzeitigen Geschäftsführers, Herrn Martin Gebrande, zum 30.09.2019 beabsichtige, Herrn Dr. Thorsten Schmiege zum Geschäftsführer zu bestimmen.

In der 16. Sitzung des Medienrats am 06.06.2019 erteilte der Medienrat mit großer Mehrheit die Zustimmung zur Bestimmung von Herrn Dr. Thorsten Schmiege als Geschäftsführer für die Amtsperiode vom 01.09.2019 bis 31.08.2024.

■ Neuwahl des Verwaltungsrats

Die 8. Amtsperiode des Verwaltungsrats endete am 31.10.2019.

Durch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum ZDF-Staatsvertrag vom 25.03.2014 (1 BvF 1/11, 1 BvF 4/11) wurden allgemeine Regeln zur Organisation der Rundfunkanstalten aufgestellt, die unter den Gesichtspunkten der Staatsferne, des Vielfaltgebots, der Aktualität sowie der Gleichstellung neue Grundsätze zur Besetzung der Gremien erfordern.

Danach müssen Personen mit möglichst unterschiedlichen Perspektiven und Erfahrungshorizonten aus allen Bereichen des Gemeinwesens Zugang zu den Gremien erhalten. Der Einfluss der staatlichen und staatsnahen Mitglieder muss auf maximal ein Drittel begrenzt werden.

Durch das Gesetz zur Änderung des Bayerische Rundfunkgesetzes und des Bayerischen Mediengesetzes vom 20.12.2016 (GVBl S. 427) wurden insbesondere die Vorschriften über die Struktur der Gremien der Landeszentrale geändert, so auch für den Verwaltungsrat. Der Verwaltungsrat besteht weiterhin aus neun Mitgliedern, wobei die Anbietervertreter und die Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände jeweils zwei Mitglieder stellen. Fünf Vertreter, die nicht den beiden vorgenannten Personenkreisen angehören, werden vom Medienrat gewählt. Das Änderungs-gesetz vom 20.12.2016 stellt nunmehr für die Auswahl der fünf weiteren Mitglieder besondere Sachkundevoraussetzungen auf, um die Kompetenz der Mitglieder des Verwaltungsrats zu stärken. Danach sollen von ihnen jeweils mindestens ein Mitglied über ein Wirtschaftsprüfer-examen, über einen Abschluss oder über Kenntnisse und berufliche Erfahrungen auf dem Gebiet der Medienwirtschaft und über die Befähigung zum Richteramt verfügen.

Mit Schreiben vom 17.05.2019 forderte der Vorsitzende des Medienrats, Herr Walter Keilbart, die Mitglieder des Medienrats sowie die für die Anbietervertreter vorschlagsberechtigten Anbieter und die für die Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände die vorschlagsberechtigten kommunalen Spitzenverbände zur Einreichung von Wahlvorschlägen auf. Fristende für die Einreichung von Wahlvorschlägen war der 01.07.2019.

Für die Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände gingen drei Vor-

schläge (Art. 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 BayMG), für die Anbietervertreter drei Vorschläge (Art. 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 BayMG) und für Personen, die nicht den vorgenannten Personenkreisen angehören (Art. 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 BayMG) neun Vorschläge ein. Der Beschließende Ausschuss der Landeszentrale stellte in seiner Sitzung vom 23.07.2019 fest, dass die eingegangenen Wahlvorschläge form- und fristgerecht eingegangen waren. Auch die Wählbarkeitsvoraussetzungen lagen bei allen Bewerbern vor.

In der Sitzung des Medienrats am 25.07.2019 wurden als Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände Herr Henry Schramm und Herr Martin Bayers-torfer, für die Anbietervertreter Frau Alexandra Holland und Herr Willi Schreiner sowie für die fünf weiteren Vertreter Frau Angela Haas, Frau Susanne Wiegräfe, Frau Stefanie Stalf, Herr Roland Richter und Herr Prof. Dr. Johannes Kreile gewählt. Die gesetzlich erforderlichen Sachkunde-voraussetzungen für die Mitglieder des Verwaltungsrates wurden erfüllt.

Der Verwaltungsrat trat am 22.11.2019 zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen.

■ Rundfunkrecht

Am 05.12.2019 haben die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder den Medienstaatsvertrag (MStV) verabschiedet, der an die Stelle des bisherigen Rundfunkstaatsvertrags treten soll. Der MStV soll voraussichtlich ab September 2020 nach Ratifizierung durch alle Länderparlamente bindendes Landesrecht werden.

Der MStV setzt die in 2018 novellierte EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste um. Die Frist für die Umsetzung endet im September 2020. Die EU-Kommission machte laut Mitteilung vom 27.04.2020 keine grundsätzlichen Bedenken gegen den Medienstaatsvertrag geltend.

Der MStV enthält erstmals Regelungen zu den Sozialen Medien und überträgt die wichtigsten Regelungsziele des Rundfunkrechts, wie Vielfaltssicherung, Qualitätssicherung oder Missbrauchsprävention, in die neue Medienwelt.

Der MStV richtet sich an Rundfunkveranstalter und Anbieter von Telemedien. Neue Adressaten sind „Medienintermediäre“, „Medienplattformen“, „Benutzeroberflächen“ sowie „Video-Sharing-Dienste“. Der MStV soll auch für im Ausland niedergelassene Medienintermediäre, Medienplattformen und Benutzeroberflächen gelten, wenn diese ihr Angebot auf Deutschland ausrichten (sog. Marktortprinzip). Insoweit kommt es in diesen Fällen nicht darauf an, wo der Anbieter niedergelassen ist.

Der MStV unterscheidet künftig zwischen zulassungspflichtigem und zulassungsfreiem Rundfunk. Künftig braucht ein Rundfunkanbieter eine Zulassung, wenn das von ihm veranstaltete Programm eine gewisse Reichweite oder Bedeutung erzielt. Dies ist z.B. dann der Fall, wenn im sechsmonatigen Durchschnitt mehr als 20.000 zeitgleiche Nutzer gezählt werden.

Für Medienintermediäre werden umfangreiche Vorgaben zur Transparenz und Diskriminierungsfreiheit eingeführt,

was die Vermittlung von Zugang zu Medieninhalten angeht. Anbieter von Suchmaschinen, App Stores und Sozialen Medien müssen also zukünftig darüber aufklären, nach welchen Kriterien sie Medienangebote (automatisiert) auswählen und anzeigen. Bei Fällen von vermuteter Diskriminierung können sich Medienanbieter bei einer Landesmedienanstalt beschweren. Diese wird in einem förmlichen Verfahren dann nachprüfen, ob der Medienintermediär gegen sein Diskriminierungsverbot verstoßen hat.

Für Benutzeroberflächen gibt es eine Vielzahl von neuen Pflichten, wie bspw. die leichtere Auffindbarkeit für Angebote des öffentlichen Rundfunks, der größten privaten Programme sowie für besondere „Qualitätsprogramme“, die von den Landesmedienanstalten ausgewählt werden. Im Übrigen gilt auch für die Anbieter von Benutzeroberflächen ein auf Meinungsvielfalt ausgerichtetes Diskriminierungsverbot und eine Transparenzpflicht.

Der MStV enthält für Video-Sharing-Dienste Regelungen in Bezug auf Werbung und einen inländischen Zustellungsbevollmächtigten. Außerdem werden neue Regelungen zur Content-Moderation eingeführt, jedoch nicht im MStV, sondern über eine gleichzeitig stattfindende Novelle des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV).

Einige Neuregelungen kommen außerdem in Bezug auf Social Bots hinzu, d.h. auf von Computerprogrammen gesteuerte Accounts in Social Networks. Außerdem werden die Transparenzpflichten bei politischer Werbung im Internet erhöht. Neu geschaffen wird ferner die Möglich-

keit, dass sich Anbieter von journalistisch-redaktionellen Telemedien einer Selbstregulierungseinrichtung vergleichbar dem deutschen Presserat anschließen können.

Noch ist schwer abzusehen, in welchem Umfang die neu eingeführten Regeln zu tatsächlichen Aufsichtsfällen führen werden. Die Landeszentrale hat jedenfalls im Vorfeld begonnen, spezielles Wissen aufzubauen. So hat sie Workshops für alle Medienanstalten veranstaltet. Ferner baut sie einen Pool von Experten auf, die im wissenschaftlichen Umfeld wie Data Science forschend tätig sind, um Tools zu entwickeln und über Schnittstellen Informationen zu gewinnen.

Hörfunk

■ Digitalradio (DAB)

Die seit Ende 2016 zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) bestehende Kooperation zur Verbreitung von DAB+ wird fortgesetzt. Nicht zuletzt aufgrund des mit dem BR vereinbarten Infrastruktur-Sharings kann Bayern Ende 2020 die ganze UKW-Bandbreite und weitere neue Programme auch über DAB+ anbieten. Die bestehende Kooperation im DAB-Sendernetzbetrieb wurde unter Einbeziehung der Bayern Digital Radio GmbH (BDR) um ergänzende Regelungen erweitert. Es wurden nicht nur Regelungen für den weiteren regionalen DAB-Netzausbau, den die BDR für die privaten Anbieter gestaltet, getroffen, sondern auch für ggf. vom BR zurückgegebene UKW-Frequenzen.

Bayern bietet als erstes Land im Bundesgebiet die ganze UKW-Bandbreite und weitere neue Programme auch über DAB+ an.

Der Bundestag hat am 17. 10. 2019 eine Änderung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) beschlossen, wonach ab dem 21.12. 2020 Radios in Neuwagen grundsätzlich den Empfang und die Wiedergabe von digital-terrestrischem Radio, also DAB+, ermöglichen müssen (§ 48 Abs. 4 TKG). Auch für stationäre Radiogeräte mit Display gilt gemäß § 48 Abs. 5 TKG künftig die Digitalradiopflicht. Die Verbreitung von DAB+ wird dadurch deutlich gefördert. Bayern gehört diesbezüglich bereits zu den Spitzenreitern.

Fernsehen

■ Lokalfernsehen

Seit dem 23.10. 2019 sind die bayerischen lokalen und regionalen Fernsehsender auf der IPTV-Plattform waipu.tv empfangbar. waipu.tv ist eine Internetfernsehen- und Video-on-Demand-Plattform. Sie kann auf Smart-TVs, auf mobilen Endgeräten (Smartphone und Tablets), auf PCs und per Streaming-Media-Adaptoren (Chromecast, Amazon Fire TV) genutzt werden. Damit ist jedes der 16 Lokal-TV-Programme geolokalisiert je nach Standort des Zuschauers per linearem Stream empfangbar.

Forschung

■ Funkanalyse Hörfunk

Die Funkanalyse Bayern 2019 wurde im Auftrag der Landeszentrale und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS Media Research durchgeführt und bei den Lokalfunktagen in Nürnberg am 02./03.07.2019 (korrigierte Version vom 22.08.2019) veröffentlicht. Insgesamt wurden dabei rund 24.500 Personen ab 14 Jahren in Bayern befragt.

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2019 erreichen die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Werktag 26,7 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich mehr als 2,9 Mio. Hörer. ANTENNE BAYERN ist mit 28,9 Prozent das reichweitenstärkste Programm in Bayern gefolgt von Bayern 1, das 28,5 Prozent erreicht.

Radio erreicht montags bis freitags insgesamt 85,5 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren – und damit fast sieben Mal mehr Menschen als Musikstreaming-Dienste (12,9 Prozent, Tendenz steigend). Noch größer ist die Differenz in Bezug auf die Hördauer: Während auf Musikstreaming werktags durchschnittlich 21 Minuten entfallen, verbringt jeder ab 14-Jährige in Bayern 238 Minuten mit Radiohören.

Zunehmend mehr Menschen nutzen auch das terrestrische Digitalradio DAB+: Fast jeder Dritte ab 14 Jahren in Bayern (31,1 Prozent) hat mittlerweile Zugang zu mindestens einem DAB+-Empfangsgerät, fast jeder Fünfte (18,6 Prozent) schaltet es an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche auch ein.

Web-TV-Monitor

Der im Juni 2019 veröffentlichte Web-TV-Monitor, der von der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia und Bertram Gugel im Auftrag der Landeszentrale und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) erstellt wird, zeigt, dass sozialen Medien eine zentrale Rolle bei der Vermarktung von Onlinevideo-Inhalten zukommt. Während YouTube von 90 % der Video-Anbieter genutzt wird, gefolgt von Facebook (71 %) und Instagram (59 %), hat sich die Anzahl der Video-Angebote mit einer eigenen Web-Präsenz seit 2014 halbiert. Konsequenterweise stellt für 51 % der Anbieter die Youtube-Monetarisierung auch die wichtigste Erlösquelle dar. Daneben bieten vor allem die großen Reichweiten auf Instagram ein hohes Monetarisierungspotenzial. Die insgesamt 1.900 untersuchten Video-Influencer haben eine Brutto-Reichweite von rund 175 Millionen Followern. Etwa 12 % der Video-Uploads auf Instagram enthalten bereits Werbeplacements. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich der Online-Video-Markt dynamisch weiterentwickelt und seine wirtschaftliche Bedeutung beständig zunimmt. Gleichzeitig sehen die Anbieter vor allem in den unklaren rechtlichen Rahmenbedingungen das größte Hemmnis für die weitere Entwicklung dieses Marktes. Der kommende MStV führt hier zu mehr Rechtssicherheit.

Digitale Entwicklung

Mit der Änderung des BayMG 2016 vom 12. 07. 2016 (GVBl S. 159) wurde der Landeszentrale die Aufgabe zugewiesen, einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern zu leisten. Für eine moderne Medienwirtschaft ist die Vernetzung innerhalb der Branche (z. B. Buch mit Film) sowie außerhalb der Branche (z. B. Games mit Medizintechnik) von größter Bedeutung, um bestehende Geschäftsmodelle von Medienunternehmen weiter zu entwickeln und neue Geschäftsbereiche zu erschließen. Ab dem 01. 09. 2016 hatte die Landeszentrale die Organisation der Geschäftsstelle für das MedienNetzwerk Bayern vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie übernommen. Am 22. 02. 2019 wurde die neue Medienstandort-Initiative der Staatsregierung durch den Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Dr. Florian Herrmann, in München vorgestellt. In Bayern wird eine zentrale Plattform für den Medienstandort – die Medien.Bayern GmbH – gegründet. In dieser Gesellschaft, die aus der Medientage München GmbH, einem 100 %-igen Tochterunternehmen der Landeszentrale, hervorgeht, werden die bestehenden Aktivitäten gebündelt und neue Schwerpunkte bei der digitalen Transformation und dem Standortmarketing gesetzt. Gemeinsam mit den Unternehmen und Medienschaffenden soll Bayern als Top-Medienstandort noch erfolgreicher gemacht werden. Unter dem Dach der Medien.Bayern GmbH sind

mit Wirkung ab dem 01. 01. 2019 die Veranstaltungen wie die MEDIENTAGE MÜNCHEN, das Media Lab Bayern und das MedienNetzwerk Bayern vereint. Die Medienstandort-Initiative der Staatsregierung hatte zur Folge, dass das Personal, das bei der Landeszentrale mit Aufgaben des MedienNetzwerks beschäftigt war, in die neue Medien.Bayern GmbH eingegliedert werden musste. Auch die für das MedienNetzwerk Bayern von der Bayerischen Staatskanzlei zugewiesenen Fördermittel fielen rückwirkend zum 01. 01. 2019 weg.

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 (RÄStV) wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01. 01. 2013 auf 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens neu fest gesetzt 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) ermittelt und beträgt seit dem Inkrafttreten des 16. RÄStV (GVBl 2015 S. 26) am 01.04.2015 monatlich 17,50 € pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

Die KEF stellte in ihrem am 20.02.2020 veröffentlichten Bericht für 2021 bis 2024 einen ungedeckten Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von 1.525,4 Mio. € fest. Sie empfahl ab Januar 2021 eine Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags um 86 Cent auf 18,36 €. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder haben sich in einer Konferenz am 12.03.2020 einstimmig auf eine Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags in Deutschland geeinigt. § 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 16. RÄStV 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 finanzi-

ellen 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.

Der Wirtschaftsplan 2019 wurde durch den Verwaltungsrat gemäß Art. 14 Abs. 1 Satz 1 BayMG in seiner Sitzung am 23.11.2018 genehmigt und die erforderliche Zustimmung des Medienrats gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG erfolgte in dessen Sitzung am 14.12.2018. Auf Grund der Verlagerung der Aufgaben des MedienNetzwerks Bayern von der Landeszentrale auf die Medien.Bayern GmbH und dem damit verbundenen Wegfall der Fördermittel war ein Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2019 erforderlich, der vom Verwaltungsrat in seiner Sitzung am 22.03.2019 genehmigt wurde. Die Zustimmung des Medienrats erfolgte am 11.04.2019.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des Art. 23 BayMG errichtete Förderprogramm mit 10.331,3 T€ (Vorjahr 11.868,5 T€) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Auf Grundlage von Art. 23 Abs. 7 Satz 4 BayMG in der ab 01.01.2017 geltenden Fassung leistete die Landeszentrale im Geschäftsjahr einen Förderbeitrag aus Eigenmitteln in Höhe von 1.648,6 T€ (Vorjahr 1.650,0 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.

Die Landeszentrale schließt das Geschäftsjahr 2019 mit einem Jahresfehlbetrag von 563,6 T€ (Vorjahr: Jahresfehlbetrag von 227,6 T€) ab. Das Ergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr um 336,0 T€ verschlechtert. Dies ist im Wesentlichen auf einen starken Anstieg der Personalaufwendungen um 1.081,4 T€ und auf einen Rückgang der Erträge um 549,2 T€ zurückzuführen. Gegenläufig ausgewirkt haben sich im Wesentlichen die im Vergleich zum Vorjahr um 637,2 T€ geringeren Aufwendungen für Fördermaßnahmen und Einsparungen bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 517,3 T€.

Der Anstieg des Personalaufwandes der Landeszentrale (1.081,4 T€) entfällt mit 288,4 T€ auf Gehälter, mit 102,7 T€ auf soziale Abgaben und mit 690,3 T€ auf Aufwendungen für Altersversorgung.

Der Personalaufwand enthält einen Betrag von 97,2 T€ (davon 76,9 T€ Gehälter, 15,4 T€ soziale Abgaben und 4,9 T€ Aufwendungen für Altersversorgung), der im Rahmen des Übergangs des Projekts MedienNetzwerk Bayern in die Medien.Bayern GmbH (vor Umfirmierung: Medientage München GmbH) von letzterer erstattet wurde. Der korrespondierende Erstattungsbeitrag ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen ent-

halten. Mit der Ausgliederung des Projekts MedienNetzwerk Bayern wurden 3,0 Stellen eingezogen.

Der Anstieg bei den Gehältern ist hauptsächlich dem Umstand geschuldet, dass die Zuführung zur Urlaubsrückstellung um 328,2 T€ über dem Vorjahreswert liegt. Im Vorjahr war die Urlaubsrückstellung (Gehaltsanteil) wegen der Abgeltung von Urlaubsansprüchen um 274,2 T€ aufzulösen. Im Berichtsjahr ergibt sich ein Zuführungsbetrag von 54,0 T€.

Korrespondierend zur Entwicklung bei den Gehältern erhöhten sich die sozialen Abgaben hauptsächlich wegen der Zuführung zur Urlaubsrückstellung (Sozialversicherungs-Anteil), die um 64,4 T€ über dem Vorjahreswert lag.

Beim Anstieg der Aufwendungen für Altersversorgung um 690,3 T€ hat sich im Wesentlichen die im Vergleich zum Vorjahr um 653,0 T€ höhere Zuführung zur Pensionsrückstellung (Anteil Personalaufwand) niedergeschlagen.

Die Belegschaft der Landeszentrale erhielt in 2019 eine lineare Gehaltsanhebung von 2,5 %. Der Stellenplan umfasste 1,5 Stellen mehr als im Vorjahr bei nun insgesamt 86 Planstellen.

Die Erträge der Landeszentrale (inkl. der Förderung gem. Art. 23 BayMG) sind im Geschäftsjahr um 2.086,3 T€ auf 40.505,8 T€ (Vorjahr 42.592,1 T€) zurückgegangen. Der Rückgang betrifft mit 1.537,2 T€ das Förderprogramm nach Art. 23 BayMG. Diese Position ist sowohl als Ertrag als auch als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung enthalten und wirkt sich daher nicht auf das Ergebnis aus.

Ertragsmindernd ausgewirkt hat sich insbesondere der Wegfall von Erlösen aus dem MedienNetzwerk Bayern (./ 282,0 T€), das seit 01.01.2019 bei der Medien.Bayern GmbH (vormals Medientage München GmbH) angesiedelt ist.

Außerdem liegt der anteilige Rundfunkbeitrag um 295,4 T€ unter dem Vorjahreswert. In Abzug gebracht wurde hier die Rückstellungsdotierung (350 T€) für zu erwartende Ertragsminderungen infolge der Befreiung von Zweitwohnungen von der Beitragspflicht. Der Befreiung liegt eine entsprechende Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018 zugrunde.

Der Anstieg der Zinsaufwendungen um 93,9 T€ entfällt mit 93,8 T€ auf den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung.

Die Finanzerträge sind um 111,8 T€ gesunken. Dies liegt vor allem daran, dass im Vorjahreswert eine Ausschüttung der BayMS (138,0 T€) enthalten war, der im Berichtsjahr kein entsprechendes Pendant gegenübersteht.

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 924,3 T€ auf 36.934,9 T€ (Vorjahr 36.010,6 T€).

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresfehlbetrages von 563,6 T€ auf 24.385,4 T€ (Vorjahr 24.949,0 T€) zurückgegangen.

Die Pensionsrückstellungen sind um 1.271,9 T€ angestiegen. Ursächlich hierfür ist neben dem weiteren Absinken des Abzinsungssatzes auf 2,71 % (Vj: 3,21 %) hauptsächlich die nunmehr beschlossene Anpassung der Bayerische Beamtenbe-soldung/-versorgung von jeweils 3,20 %

zum 01.01.2019 (rückwirkend) sowie zum 01.01.2020.

Die sonstigen Rückstellungen liegen um 343,1 T€ über dem Vorjahreswert. Der Anstieg entfällt mit 300,0 T€ auf die Rückstellung für eine zu erwartende Rückzahlungsverpflichtung von Rundfunkbeiträgen infolge der Befreiung von Zweitwohnungen vom Rundfunkbeitrag.

Die Risikovorsorge zum Bilanzstichtag 31.12.2019 beträgt hier 350,0 T€ gegenüber 50,0 T€ (zeitanteilig) im Vorjahr.

Trotz Investitionen des Geschäftsjahrs in Finanzanlagen, EDV-Software und Sachanlagen (914,9 T€, wovon 626,2 T€ auf Betriebs- und Geschäftsausstattung entfallen), hat sich das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von Abgängen sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31.12.2019 um 486,4 T€ auf 28.355,0 T€ verringert. Der Rückgang entfällt mit TEUR 318,9 T€ auf die Tilgung des unter den „Ausleihungen an verbundene Unternehmen“ ausgewiesenen Darlehens an die BMT über ursprünglich 4.000,0 T€. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren (Laufzeitbeginn 01.07.2018), war im ersten Jahr tilgungsfrei und wird mit 1,6 % p.a. verzinst.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 8.474,2 T€ und liegt damit um 1.415,4 T€ über dem Vorjahreswert (7.058,8 T€). Der Erhöhungsbetrag entfällt mit 1.361,4 T€ auf die flüssigen Mittel. Ursache ist hier unter anderem der Liquiditätszufluss (318,9 T€) aus der Tilgung des an die BMT ausgereichten Darlehens. Die Landeszentrale war und ist zu jeder Zeit in der Lage, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

Nachträgliche Ereignisse, Zukunftsperspektiven und Risiken

■ Rechtsstreit C.A.M.P. TV vs. BLM

Die C.A.M.P. TV Fernsehgesellschaft mbH (C.A.M.P. TV) hatte die Landeszentrale im Dezember 2012 auf 25,2 Mio. € 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. 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. Die C.A.M.P. TV hat daraufhin die Beschwerde zurückgenommen. Als Ergebnis der Zurücknahme der Beschwerde 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 am 26. 04. 2017 einen Beweisbeschluss erlassen, wonach Beweis über die Behauptung der klagenden C.A.M.P. TV durch Einholung eines schriftlichen Sachverständigenutachtens 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. € ergeben würde.

Mit Endurteil vom 26. 09. 2018 hat das LG München I der C.A.M.P. TV 201,0 T€ zugesprochen. C.A.M.P. TV hat die Kosten des Rechtsstreits erster Instanz zu tragen, die Kosten des Berufungsverfahrens vor dem OLG München wurden der Landeszentrale auferlegt.

Gegen das Endurteil des Landgerichts München I vom 26. 09. 2018 haben beide Seiten Berufung eingelegt. Mit Verfügung vom 04. 04. 2019 teilte das OLG München den Parteien mit, dass der Senat wohl daran festhalten wird, dass die Zeit nach 30. 09. 2010 bei der Bemessung der Entschädigung außer Betracht bleibt.

Mit Hinweis- und Beweisbeschluss des OLG Münchens vom 15. 01. 2020 schließt sich der Senat für die Berechnung des entgangenen Gewinns der Auffassung der beklagten Landeszentrale an, dass isoliert auf die Ergebnisse des Teilbetriebs Fernsehfenster abzustellen ist. Die behaupteten Synergie-Effekte aus dem Betrieb des Fernsehfensters, von denen das Gesamtunternehmen profitiert haben soll, vermag die klägerische C.A.M.P. TV nicht transparent darzustellen. Aber selbst wenn positive Synergien aus dem Betrieb des Fernsehfensters für das Gesamtunternehmen unterstellt würden, wären diese entschädigungsrechtlich nicht zwingend zu berücksichtigen; auch insoweit folgt der Senat der Argumentation der beklagten Landeszentrale.

In einem weiteren Beschluss vom 09. 03. 2020 teilt der Senat mit, dass er für die weitere Beweisaufnahme und Schadensschätzung ausschließlich auf die bekannten Daten der Jahre 2004 – 2009 abstellen wird. Der Senat wird dazu also nicht mehr die für 2009 und 2010 erstellten hypothetischen Gewinn- und Verlustrechnungen (Planzahlen) für den Teilbetrieb Fernsehfenster einbeziehen. Dies gilt auch für die von dem Sachverständigen „plausibilisierten“ Kennzahlen. Danach ergibt sich für den relevanten Zeitraum kein Gewinn, sondern ein Verlust. Gleichzeitig fordert es die Klägerin auf, darzulegen, welche Sonderfaktoren in den Jahren 2004 ff. zu Verlusten in Teilbereich Fernsehfenster geführt haben und welche Gewinne ggf. erzielt worden wären, wenn man diese Sonderfaktoren nicht berücksichtigt.

Wir sind nunmehr der Auffassung, dass wir einen Zahlungsanspruch abwenden können, da die Klägerin seit dem Entfallen des Teilnehmerentgelts 2003 nach den vorgelegten Bilanzen nur mehr Verluste erwirtschaftet hatte und der Senat nur noch den Teilbereich Fernsehfenster betrachtet. Aus diesem Grund geht die Landeszentrale davon aus, dass sie lediglich einen „Abwicklungsschaden“ von bis zu 100 T€ zu leisten hat.

■ Finanzierung der BLM

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt. Die Höhe des Rundfunkbeitrags liegt seit 01. 04. 2015 bei 17,50 € pro Monat (Sechzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 01. 04. 2015, GVBl 2015 S. 26), und der ihr seit 01. 01. 2013 zustehende Anteil am Rundfunkbeitrag beträgt 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens.

Die Berechnungen des Norddeutschen Rundfunks zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesmedienanstalten gehen von einem im Wesentlichen stabilen Beitragsaufkommen aus. Diese Prognosen für das Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale gehen von einem durchschnittlichen Wert bis 2022 von rund 24 Mio. € p. a. aus. Bedingt durch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 18. 07. 2018, nach dem Zweitwohnungen von der Beitragspflicht befreit werden müssen, wird dies zu Rückgängen bei den Beitragserträgen führen, deren Höhe noch nicht festliegt. Die Landeszentrale geht in ihren Planungen von einem Rückgang von rund 1 % des Rundfunkbeitragsaufkommens aus. Durch die Erhöhung des Rundfunkbeitrags ab dem Jahr 2021 um 0,86 € auf 18,36 €/Monat werden der Landeszentrale ab 2021 zusätzlich Erträge von rund 1,0 Mio. € p. a. zufließen. 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.

Nachtragsbericht

Wir verweisen an dieser Stelle auf die Erläuterungen im Anhang, wobei es sich im Wesentlichen um nachträgliche Ereignisse bzgl. Pensionsrückstellungen, der COVID-19-Pandemie und Rundfunkbeitragserhöhung handelt.

Gesamtaussage zur Lage

Wir sind mit dem Verlauf des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung des Wirtschaftsplans 2019 zufrieden. Nachdem von einem im Wesentlichen stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2019 als gesichert angesehen werden. Der Jahresfehlbetrag in 2019 wird durch die Ent-

nahme aus zweckgebundenen Rücklagen ausgeglichen. Der für 2020 mäßig steigende Jahresfehlbetrag kann durch weiteres konsequentes Kostenmanagement minimiert und durch die Inanspruchnahme zweckgebundener Rücklagen ausgeglichen werden. Darüber hinaus führen Erhöhungen des Rundfunkbeitrags, wie sie die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) für 2021 vorgeschlagen hat, in den Folgejahren zu Ergebnisverbesserungen.

München, 22. Mai 2020

DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Dr. Thorsten Schmiege

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 und

- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise aus-

reichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Verwaltungsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf

der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insge-

samt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken

durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit

der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnach-

weise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

München, den 24. Juni 2020

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Hager

WIRTSCHAFTSPRÜFER

Mainka-Klein

WIRTSCHAFTSPRÜFER

Wirtschaftsplan 2019

Dem vom Verwaltungsrat am 23. November 2018 beschlossene Wirtschaftsplan 2019 wurde in der 13. Sitzung des Medienrats am 14. Dezember 2018 die Zustimmung erteilt.

Mit Rücksicht auf die Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 22. März 2019 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2019, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 26. März 2019 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt.

Danach konnten im Haushaltsjahr 2019 Erträge von EUR 30,6 Mio erzielt werden. Bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) ergaben sich Mindererträge von TEUR 79,8. Die sonstigen Erträge unterschreiten die Planwerte um TEUR 188,8. Die Unterschreitung beruht im Wesentlichen darauf, dass die geplante Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2018 in Höhe von TEUR 90,0 nicht realisiert werden konnte.

Die als Ertrag gebuchten Geldbußen (TEUR 1,1) werden nach den Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes bei Vereinnahmung zweckgebunden zur Förderung der Medienpädagogik eingesetzt.

Das Mehrergebnis bei den sonstigen betrieblichen Erträgen (TEUR 234,5) entfällt mit TEUR 184,7 auf die Weiterberechnung von Sach- und Personalaufwendungen an die Medien.Bayern GmbH.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von EUR 31,1 Mio angefallen. Sie lagen um TEUR 401,8 unter den Plandaten. Wesentliche Einsparungen betreffen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die Aufwendungen für Gemeinschaftsaufgaben, die Förderung von technischer Infrastruktur/technischem Betrieb, die Medienforschung und die Abschreibungen.

Überschreitungen der Planansätze ergaben sich insbesondere beim Personalaufwand (+ TEUR 489,9) und bei den Zinsaufwendungen (+ TEUR 126,9). Beide Überschreitungen resultieren im Wesentlichen aus den Pensionsrückstellungen.

Zur Deckung des Jahresfehlbetrages 2019 (TEUR 563,7) wird ein Betrag in gleicher Höhe aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage entnommen.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 570,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2020 vorgetragen.

A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2019	Ist-Ergebnis 2019	Mehrerträge (+) Mindererträge (-)
	TEUR	TEUR	TEUR
Erträge			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	23.697,0	23.697,0	0,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	269,7	349,5	79,8
3. Sonstige Erträge	1.283,7	1.094,9	-188,8
4. Geldbußen gem. Art. 37 BayMG	0,0	1,1	1,1
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	5.032,0	5.032,0	0,0
6. Sonstige betriebliche Erträge	39,0	273,5	234,5
7. Finanzerträge	102,8	102,7	-0,1
Summe	30.424,2	30.550,7	126,5

	Wirtschaftsplan 2019	Ist-Ergebnis 2019	Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-)
	TEUR	TEUR	TEUR
Aufwendungen			
1. Personalaufwendungen	9.288,0	9.777,9	489,9
2. Abschreibungen	1.154,0	1.044,6	-109,4
3. Sonstige Steuern	1,4	1,3	-0,1
4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0
5. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.490,0	1.318,8	-171,2
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.690,3	2.169,6	-520,7
7. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	745,5	745,4	-0,1
8. Programmförderung	600,0	597,4	-2,6
9. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	2.395,0	2.238,1	-156,9
10. Medienforschung	877,0	758,8	-118,2
11. Ausbildungsförderung	1.050,0	1.048,3	-1,7
12. Medienpädagogik	660,0	660,3	0,3
13. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
14. Mitgliedschaften	75,0	77,2	2,2
15. Öffentlichkeitsarbeit	1.100,0	1.087,2	-12,8
16. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.032,0	5.032,0	0,0
17. Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.650,0	1.648,6	-1,4
18. Innovationsförderung	200,0	207,9	7,9
19. Mediennetzwerk	200,0	285,5	85,5
20. Zinsaufwendungen	734,0	860,9	126,9
21. A. o. und periodenfremder Aufwand	74,0	54,6	-19,4
Summe	31.516,2	31.114,4	-401,8
Jahresüberschuss (+) / Jahresfehlbetrag (-)	-1.092,0	-563,7	528,3
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	1.092,0	563,7	-528,3
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	0,0	0,0	0,0
Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)	0,0	0,0	0,0

B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2019 TEUR	Ist-Ergebnis 2019 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
Mittelherkunft			
1. Jahresüberschuss	0,0	0,0	0,0
2. Abschreibungen	1.154,0	1.044,6	- 109,4
3. Entnahme aus Rücklagen	1.092,0	563,7	- 528,3
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	586,0	1.271,9	685,9
5. Mittelrückfluss aus Finanzanlagen	0,0	318,9	318,9
6. Übertrag aus Finanzplan Vj.	704,0	704,0	0,0
Summe	3.536,0	3.903,1	367,1
Mittelverwendung			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.962,5	886,1	- 1.076,4
2. Finanzanlagen	50,0	86,7	36,7
3. Tilgung aufgenommener Darlehen	0,0	0,0	0,0
4. Gewährte kurzfristige Kredite	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	0,0	0,0	0,0
6. Jahresfehlbetrag	1.092,0	563,7	- 528,3
7. Sonstige	431,5	2.366,6	1.935,1
Summe	3.536,0	3.903,1	367,1

C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2019 TEUR	Ist-Ergebnis 2019 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Förderung nach Art. 23 BayMG			
1. Erträge			
1.1 Förderung Staatshaushalt	11.040,0	10.331,3	- 708,7
Summe	11.040,0	10.331,3	- 708,7
2. Aufwendungen			
2.1 Technische Verbreitungskosten	11.040,0	10.331,3	- 708,7
Summe	11.040,0	10.331,3	- 708,7

Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. September 2020 den Jahresabschluss 2019 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München vom 24. Juni 2020, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2019 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2019 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München, die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2019 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 21. September 2020



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS
Roland Richter

Zustimmung des Medienrats

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2019 zu.

München, 15. Oktober 2020



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS
Walter Keilbart