

BLM

Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

is now future the

2018
Geschäftsbericht |



Geschäftsbericht 2018
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Eine Renaissance der Heimat im Zeitalter der Digitalisierung hat Ministerpräsident Dr. Markus Söder dieses Jahr bei der Eröffnung der Lokalrundfunktage in Nürnberg prognostiziert und daraus gefolgert: „Lokalradio und Lokalfernsehen sind Zukunftsformate für Medien“. Die Anbieter im Freistaat in eine gute Zukunft zu führen und sie beim digitalen Wandel bestmöglich zu unterstützen, war auch

2018 das große Anliegen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Voraussetzung dafür ist, dass die Lokalen die Digitalisierung als Chance sehen. Ihr Alleinstellungsmerkmal, als Sprachrohr ihrer Region den Draht zu den Menschen vor Ort und deren Vertrauen zu haben, dürfen sie dabei aber nicht aus dem Auge verlieren.

Bei der Digitalisierung des Hörfunks und des Fernsehens konnten 2018 weitere Meilensteine erreicht werden. Die Zahlen der Funkanalyse Bayern 2018 bestätigten: Mehr als 31 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern können in ihrem Haushalt oder Auto mindestens ein DAB+-Empfangsgerät nutzen. Und 92,8 Prozent der bayerischen Bevölkerung in TV-Haushalten nutzen digitales Fernsehen. Die Digitalisierung des TV-Empfangs ist damit so gut wie abgeschlossen, das digital terrestrische Radio DAB+ ist auf Wachstumskurs.

Um hier weiter Rückenwind zu geben, wurden 2018 viele weitere wichtige Schritte bei der Umsetzung des DAB+-Konzepts der BLM gegangen: Seit Mitte des Jahres sind die Lokalradios in Niederbayern, in der Oberpfalz und im Allgäu simulcast auch digitalterrestrisch über DAB+ zu empfangen. Zudem gibt es mit Radio Teddy und Radio Arabella PLUS seit Oktober zwei neue landesweite DAB+-Sender in Bayern.

Dennoch bildet UKW in den kommenden Jahren weiter die entscheidende wirtschaftliche Basis für die privaten Anbieter. Deshalb hat die Landeszentrale über ihre Tochter Bayerische Medientechnik (bmt) – und in enger Abstimmung mit den Anbietern – im Juni 2018 alle UKW-Sender und -Antennen für den privaten Rundfunk in Bayern von der Media Broadcast erworben. Dieses Engagement der Landeszentrale stellt die UKW-Versorgung im Freistaat sicher und gewährleistet die Gleichbehandlung aller UKW-Sendegebiete.

Im Bereich des Fernsehens war 2018 das Jahr des Digitalumstiegs in allen bayerischen Kabelnetzen. Der Startschuss für die 3,9 Millionen Kabelnutzer in Bayern fiel im Januar in der Pilotregion Landshut und Dingolfing. Im Frühjahr folgten die Ballungsräume Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg, sowie ab September die Kabelhaushalte in München. Der Digitalumstieg im Kabel, der laut Bayerischem Mediengesetz (BayMG) im Freistaat bis Ende des Jahres umgesetzt sein musste, bedeutet mehr Programme und eine bessere Bildqualität.

Ab April 2018 wurden außerdem die



Links mit weiterführenden Informationen sind mit einem  Pfeil gekennzeichnet.

SD-Satelliten-Signale der bayerischen Regionalsender abgeschaltet. Mit der Umstellung auf HD haben die Sender nicht nur nachvollzogen, was im TV-Bereich mittlerweile technischer Standard ist. Sie nehmen sogar eine Vorreiterrolle bei der Satellitenverbreitung in HD ein.

Beide Umstellungen begleitete die BLM das Jahr über mit Informationsmaßnahmen.

Dass die Landeszentrale im Dezember erste Brexit-Lizenzen für TV-Spartenprogramme von Turner und NBC vergeben konnte, bedeutet für die Unternehmen Rechtssicherheit beim zu erwartenden Brexit – und für uns eine weitere Stärkung des Medienstandorts Bayern.

Auch das Media Lab Bayern trug 2018 seinen Teil zur Standort-Stärkung bei: Nach dem großen Erfolg des Media Lab Bayern in München fand im Oktober der Kick Off des neuen Media Labs Ansbach statt. Auch in Nordbayern wird nun – in Kooperation mit der Hochschule Ansbach – Medieninnovation gefördert. International kooperiert das Media Lab jetzt ebenfalls: Mit dem New York City Media Lab und der City University of New York (CUNY) wurde ein Start-Up-Austausch vereinbart.

Mit Blick auf die zahlreichen Medienkompetenz-Aktivitäten der BLM sei exemplarisch ein Projekt hervorgehoben, das einmal nicht Kinder und Jugendliche oder Erziehende als Zielgruppe hat: Die neue Seminarreihe  „Silver Surfer – Sicher online im Alter“, die das Bayerische Staatsministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz in Kooperation mit der BLM, der Verbraucherzentrale Bayern

und dem Verbraucher-Service Bayern seit Mai anbietet, vermittelt älteren Menschen Sicherheit im Umgang mit neuen Medien und gibt Hilfestellung für eine kompetente Internetnutzung.

Hilfestellung für einen kompetenten Umgang mit Daten leistet – entsprechend den geänderten Bestimmungen des BayMG – seit Ende 2018 der neue Medien-datenbeauftragte. Unter dem Dach der BLM ist er die zuständige Datenschutzaufsicht im Sinne der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) für die Landeszentrale, für Tochterunternehmen mit Aufgaben im Medienbereich, an denen die BLM zu mindestens 50 Prozent beteiligt ist, und für die von der BLM genehmigten privaten Rundfunkanbieter.

Für alle, die über diese Themen und Entwicklungen nicht nur einmal pro Jahr im Geschäftsbericht der Landeszentrale, sondern regelmäßig und umfassend informiert werden wollen, gibt es seit Herbst den neuen BLM-Newsletter, den Sie online unter  www.blm.de abonnieren können.



SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

Rechtsgrundlagen und Organisation

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

Hörfunk

- 28 **Programmangebot Hörfunk**
- 28 Lokaler Hörfunk
- 28 Landesweiter Hörfunk
- 28 Bundesweiter Hörfunk
- 29 Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern
- 30 Spartenanbieter und Zulieferer
- 32 **Programmorganisation Hörfunk**
- 32 Genehmigungen
- 38 Technische Verbreitung
- 40 Technische Reichweite der DAB+-Netze
- 41 Reichweiten und Akzeptanz
- 45 Wirtschaftliche Lage
- 47 **Programmaufsicht Hörfunk**
- 47 Programmbeobachtung
- 48 Jugendschutz
- 48 Werbung

Fernsehen und Telemedien

- 50 **Programmangebot Fernsehen**
- 50 Lokales/Regionales Fernsehen
- 50 Landesweites Fernsehen
- 51 Lokale Fernsehangebote in Bayern
- 52 Bundesweites Fernsehen
- 53 **Bundesweites Fernsehen**
- 53 Genehmigungen
- 56 Technische Verbreitung Fernsehen
- 61 Programmentwicklung
- 63 Fernsehnutzung
- 64 Entwicklung der Werbeumsätze
- 66 **Lokales und landesweites Fernsehen**
- 66 Genehmigungen
- 67 Technische Verbreitung
- 71 Fernsehnutzung
- 73 Wirtschaftliche Lage
- 76 **Programmaufsicht Fernsehen und Telemedien**
- 76 Programmbeobachtung
- 78 Jugendschutz
- 80 Werbung
- 82 Gewinnspiele

Fördermaßnahmen

- 84 **Überblick Fördermaßnahmen 2018**
- 85 **Technische Förderung**
- 85 Technische Infrastrukturförderung
- 86 Technischer Betrieb
- 87 **Film- und Fernsehförderung**
- 88 **Programmförderung**
- 89 **Medienforschung**
- 89 Media Analyse
- 90 Fernsehforschung
- 90 Digital Content Measurement (DCM)/ DCM Mobile
- 90 Funkanalyse Bayern 2018
- 92 Online-Audio-Monitor
- 93 Digitalisierungsbericht Radio (Audio) Bayern
- 93 Digitalisierungsbericht Video Bayern

Impressum

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

Verantwortlich
Dr. Wolfgang Flieger,
Nikolaus Lörz
(Finanzbericht)

Redaktion
Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout
Mellon Design GmbH
Augsburg

Cover
ROSE PISTOLA
unter Verwendung
von Nina_Lisitsyna/
Shutterstock.com

Bildnachweis
BLM: Helmut Seisenberger,
Seite 3

September 2019

94	Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/18
95	Musikstudie lokaler Hörfunk
95	Programm-Monitor Bayern
95	MedienVielfaltsMonitor und Vielfaltsbericht 2018
96	Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern
97	Aus- und Fortbildung
97	BLM Fortbildungsworkshops
98	Aus- und Fortbildungsprogramme
101	Medienpädagogik
102	Projekte und Initiativen
106	Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops
106	Medienpädagogische Forschung
107	Innovationsförderung
107	Media Lab Bayern
113	MedienNetzwerk Bayern
116	Finanzierungsbeitrag
117	Förderung nach Art. 23 BayMG
117	Programmausschuss
118	Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
119	Information
119	Publikationen
122	Internet
124	Social Media Aktivitäten
125	Veranstaltungen
133	Archiv und Dokumentation

Finanzielle Entwicklung

135	Jahresabschluss 2018
140	Anhang für das Geschäftsjahr 2018
157	Lagebericht für das Geschäftsjahr 2018
169	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
173	Wirtschaftsplan 2018
176	Beschluss des Verwaltungsrats
176	Zustimmung des Medienrates

Rechtsgrundlagen und Organisation



Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem:

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

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 Art. 39b Abs. 18 Bayerisches Datenschutzgesetz (BayDSG) vom 15. Mai 2018 (GVBl. S. 230).

Rundfunkstaatsvertrag

Am 1. Januar 1992 ist der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in Kraft getreten (GVBl. 1991 S. 451, BayRS 2251-6-S). Er umfasst die zwischen allen Bundesländern abgeschlossenen Staatsverträge für Rundfunk und Telemedien (Art. 1: RStV; Art. 2: ARD-Staatsvertrag; Art. 3: ZDF-Staatsvertrag; Art. 4: RGebStV, 2013 abgelöst durch den RBeitrStV; Art. 5: RFinStV). Der **➔ RStV** enthält grundlegende Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in Deutschland.

Im Berichtszeitraum ist der 21. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 10. April 2018 in Kraft getreten, der im Wesentlichen der Anpassung der rundfunkrechtlichen Vorschriften an die EU-Datenschutzgrundverordnung dient, die am 25. Mai 2018 wirksam geworden ist.

Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Geschäftsordnung des Medienrats

Das Bayerische Datenschutzgesetz vom 15. Mai 2018 (GVBl. S. 230) führte zur Neufassung des Art. 20 BayMG. Der neue Mediendatenbeauftragte wird durch den Medienrat mit Zustimmung des Verwaltungsrats ernannt; die Grundzüge seines Dienstverhältnisses sind durch Satzung zu regeln. Das Verfahren der Ernennung war in der  **Geschäftsordnung** zu regeln (§ 23a); als vorberatender Ausschuss für die neue Satzung wurde der Grundsatzausschuss bestimmt.

Satzung über den Medienbeauftragten für den Datenschutz

Die gesetzlichen Spielräume zur Regelung der Einzelheiten des Dienstverhältnisses des Mediendatenbeauftragten, insbesondere die Grundsätze der Vergütung, hat der Medienrat durch Erlass einer  **Satzung** mit Zustimmung des Verwaltungsrats genutzt. Dabei war die notwendige Unabhängigkeit des Mediendatenbeauftragten zu wahren. Nach § 3 der Satzung legt der Verwaltungsrat die Vergütung für die Dauer der vierjährigen Amtszeit unter Berücksichtigung der beruflichen Erfahrung des Amtsinhabers im Rahmen der Gehaltsstruktur der außertariflich vergüteten Mitarbeiter der Landeszentrale fest und schließt den Dienstvertrag mit dem Mediendatenbeauftragten. Für den Fall, dass ein Mediendatenbeauf-

tragter ernannt wird, der bisher in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis mit der Landeszentrale stand, erlischt dieses Verhältnis nicht, die Rechte und Pflichten daraus ruhen jedoch während der Amtszeit des Mediendatenbeauftragten. Die Satzung verpflichtet den Mediendatenbeauftragten, der einen gesetzlichen Anspruch auf angemessene Personal-, Finanz- und Sachausstattung hat, eine jährlich fortzuschreibende Aufgabenplanung für einen Zweijahreszeitraum aufzustellen. Einsparmöglichkeiten, die sich aus der Zusammenarbeit mit anderen für den Datenschutz zuständigen unabhängigen Stellen ergeben, sind auszuschöpfen.

Der Präsident hat die Satzung am 23. November 2018 ausgefertigt und im Amtlichen Mitteilungsblatt der Landeszentrale (elektronisch) bekanntgemacht (AMBI S. 20).

AFK-Satzung

Die  **Satzung** über die Nutzung von Sende- und Übertragungskapazitäten für Zwecke der Aus- und Fortbildung wurde im Interesse der Auffindbarkeit und Lesbarkeit in einer überarbeiteten Fassung am 19. Juli 2018 (AMBI S. 8) neu erlassen. Die Vorgängersatzung vom 9. Oktober 1998 sowie die erste Änderungssatzung vom 31. März 2011 waren noch im Staatsanzeiger, die Änderungssatzung vom 15. Dezember 2017 bereits im Amtlichen Mitteilungsblatt der Landeszentrale veröffentlicht worden.

Fernsehfensterwerbesatzung

Die  **Satzung** über die Besonderheiten bei der Werbung in den lokalen, regionalen und landesweiten Fernsehfenstern in den Programmen Sat.1 und RTL wurde klarstellend geändert. Zum einen waren Vorschriftenzitate durch Erlass der Rundfunksatzung unrichtig geworden und mussten aktualisiert werden. Zum anderen wurde in § 3 Satz 2 klargestellt, dass die Werbeerleichterungen für Lokalfernsehen bei der Satellitenverbreitung der Fernsehfenster keine Anwendung finden.

Kostensatzung

Die in allen Ländern übereinstimmende  **Satzung** zur Erhebung von Kosten im Bereich des bundesweiten privaten Rundfunks wurde durch die Zweite Änderungssatzung vom 19. Juli 2018 geändert. Der Gebührenrahmen für die Zulassung von Internetfernsehen wurde nach unten geöffnet, um Privatinitiativen ohne besonderes wirtschaftliches Interesse zu entlasten. Ferner wurde ein neuer Gebührentatbestand für die Erweiterung bereits erteilter Zulassungen um die Verbreitung ausländischer Werbefenster eingefügt, die nach den Zuständigkeitsregelungen des Europarechts von der Zulassungsanstalt des Sendestaats zu genehmigen sind. Die Änderungen sind am 1. Oktober 2018 in Kraft getreten.

Kanalbelegungssatzung

Die Aufnahme des Programms ARD-Alpha (vormals: BR-Alpha) in den Kanon der von Gesetzes wegen vorrangig einzuspeisenden Programme wurde in der Anlage zur Kanalbelegungssatzung nachgezeichnet. Ferner wurde mit Blick auf die Beendigung der analogen Kanalbelegung in Bayern ab dem 1. Januar 2019 (Art. 34 BayMG) in § 10 Abs. 3 eine Außerkrafttrittsvorschrift aufgenommen: Die Kanalbelegungssatzung ist mit Ablauf des 31. Dezember 2018 außer Kraft getreten.

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 wurden am 14. Dezember 2018 vom Medienrat beschlossen und im Amtlichen Mitteilungsblatt bekanntgemacht. Die Richtlinien konkretisieren die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags in seiner aktuellen Fassung. Sie treten am Ersten des Folgemonats in Kraft, in dem alle Landesmedienanstalten diesen zugestimmt haben und die Richtlinien in den Ländern veröffentlicht sind.

Technische Infrastrukturrichtlinie

Am 30. März 2017 beschloss der Medienrat eine neue  **Richtlinie** zur Förderung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten (TIF). Die Neuordnung der TIF legte den Schwerpunkt der technischen Infrastrukturförderung auf die Unterstützung der digitalen Hörfunkverbreitung. Durch Änderungssatzung vom 14. Dezember 2018 wurden einige Förderbedingungen aufgrund praktischer Erfahrungen bzw. zur angemessenen Steuerung von Entwicklungen nachjustiert. So wurde z. B. die Basisförderung im ersten Jahr der Förderung ab Inkrafttreten der Richtlinie in den terrestrischen Netzen der Versorgungsgebiete für den digital verbreiteten Hörfunk München, Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg um den Faktor 2,5 erhöht (Nr. 4.2 Satz 4). In den weiteren Netzen beträgt dieser Faktor 3,0. Der Faktor reduziert sich zu Beginn der folgenden Förderzeiträume um jeweils 0,5.

Richtlinie über die Anzeigepflicht von Änderungen der Beteiligungsverhältnisse bei Anbietern

Vergleichbar der Richtlinie der Kommission für die Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) nach § 29 Satz 5 RStV hatte der Medienrat im Jahr 2000 eine Lockerung bei der Anzeigepflicht für Anbieter in Form einer Aktiengesellschaft beschlossen. Diese Richtlinie war für eine Genehmigungspflicht von Beteiligungsveränderungen formuliert worden und entsprach nach Änderungen des BayMG und dem Erlass der Rundfunksatzung, die nur mehr eine Anzeige mit Interventionsmöglichkeit vorsehen, nicht mehr den geltenden Bestimmungen; sie war daher anzupassen. Am 8. Februar 2018 hat der Medienrat die Vorgängerfassung aufgehoben und durch eine aktualisierte  **Neufassung** ersetzt.



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

Medienrat



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

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

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

Die 7. Amtsperiode des Medienrats endete am 30. April 2017. Der Medienrat konstituierte sich zu seiner 8. Amtsperiode am 11. Mai 2017. Der Medienrat hielt im Jahr 2018 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

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

Katholische Kirche

- Dr. Florian Schuller

Evangelische Kirche

- Prof. Johanna Haberer

Israelitische Kultusgemeinden

- Dr. h. c. Charlotte Knobloch

Gewerkschaften

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

Bayer. Bauernverband

- Anneliese Göller
- Franz Kustner

Handwerkskammern

- Hans-Peter Rauch

Bayer. Städtetag

- Dr. Thomas Jung

Bayer. Landkreistag

- Dr. Oliver Bär

Bayer. Gemeindetag

- Josef Mend

Verbände der Heimatvertriebenen

- Paul Hansel

Verbandsvertreter Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel

- Frank-Ulrich John

Katholische kirchliche Frauenorganisationen

- Ulla Kriebel

Bayer. Jugendring

- Michael Voss

Bayer. Landessportverband

- Lydia Sigl
- Harald Stempfer

Schriftstellerorganisationen

- Arwed Vogel

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 2018 zu insgesamt 32 Sitzungen zusammen.

Stand 31.12.2018

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 2018 zu insgesamt drei Sitzungen zusammen.

Vorsitzender

(vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

- Manfred Nüssel

Stellv. Vorsitzender

(vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

- Achim Werner

Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Gerd Penninger

Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

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

Stand 31.12.2018

Der Präsident

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

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

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

Präsident

- Siegfried Schneider

Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Martin Gebrande

Stand 31.12.2018

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 2018 insgesamt zehn Sitzungen ab.



➔ Nähere Informationen über die ZAK und ihre Entscheidungen

➔ Nähere Informationen zur Arbeit der GVK

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 (LPR Hessen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Andreas Fischer (NLM Niedersachsen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)
- Dr. Marc Jan Eumann (medienanstalt rlp)
- Uwe Conradt (LMS Saarland)
- Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Stand 31.12.2018

Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2018 zu drei regulären und einer Sondersitzung zusammen.

Vorsitzender

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

Mitglieder

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

Stand 31.12.2018

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 2018 neun Mal.

Vorsitzender

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis

stellvertretende Vorsitzende

- Prof. Dr. Insa Sjurts

Mitglieder

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

Ersatzmitglieder

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

Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

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

Ersatzmitglieder

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

Stand 31.12.2018

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 2018 zu insgesamt acht Sitzungen zusammen.

Direktoren der Landesmedienanstalten

Vorsitzender 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 (MSA Sachsen-Anhalt)
Stellvertreter: Michael Sagurna (SLM Sachsen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
Stellvertreter: Uwe Conradt (LMS Saarland)

Vertreter der obersten Bundesbehörde

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

Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

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

Stand 31.12.2018

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



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

Insgesamt traten im Jahr 2018 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu drei und die DLM zu zehn Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzende der DLM ist seit 1. Januar 2018 Cornelia Holsten, Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt.

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

Im Übrigen erfolgt die Zusammenarbeit im Rahmen der Kommissionen, die als Organe der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt tätig werden. Seit In-Kraft-Treten des Dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrages zum 1. Januar 1997 obliegt die Überprüfung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt der  **Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)**. Auf der Grundlage des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages wurde am 1. April 2003 die  **Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)** gebildet.

Schließlich kamen mit dem 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄndStV), der zum 1. September 2008 in Kraft getreten ist, die  **Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)** und die  **Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)**, die für Auswahlentscheidungen bei den Zuweisungen von Übertragungskapazitäten und die Entscheidung über die Belegung von Plattformen zuständig ist, hinzu.

Der Präsident der BLM gehört als gesetzlicher Vertreter der Landeszentrale der ZAK an und war im Jahr 2018 Mitglied der KEK und stellvertretendes Mitglied der KJM.

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

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

Die Landesmedienanstalten befassten sich im Jahr 2018 wiederholt mit Fragen der Anpassung der Medienregulierung an die moderne Medienlandschaft. Im Mai formulierten sie vier Mindeststandards für die Regulierung von Informationsintermediären: Transparenz im Hinblick auf die Selektion der Inhalte, keine Diskriminierung in der Auswahl meinungsrelevanter Inhalte, gesetzlich verpflichtendes Reporting von bevorzugter Behandlung und Vergütung für die Präsentation von Inhalten sowie

die verpflichtende Angabe eines inländischen Zustellungsbevollmächtigten.

Am 10. Oktober 2018 verabschiedeten die Landesmedienanstalten ihre  **Stellungnahme** zum Entwurf eines neuen Medienstaatsvertrags. Darin fordern sie insbesondere zügige Rundfunkzulassungen durch eine qualifizierte Anzeigepflicht und begrüßen die geplanten Regelungen zur Regulierung von Medienplattformen, Medienintermediären und Benutzeroberflächen.

Am 26. Oktober 2018 veröffentlichten die Landesmedienanstalten ihren ersten  **Vielfaltsbericht**, der die verschiedenen Aspekte der Medienvielfalt anhand aktueller Forschungsergebnisse darstellt. Er enthält u. a. die aktuellen Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie und des Medienvielfaltsmonitors der Landesmedienanstalten.

Im Frühjahr veröffentlichten die Landesmedienanstalten eine überarbeitete Version der  **Checkliste** für Veranstalter von Web-TV, die darlegt, wann Anbieter von Live-Streams eine Rundfunklizenz benötigen. Am 15. November 2018 veröffentlichten die Landesmedienanstalten den neuen  **Leitfaden** „Werbekennzeichnungen bei Social-Media-Angeboten“ mit einer neuen Werbekennzeichnungs-Matrix mit Erläuterungen.

Zusammen mit der ARD, ZDF und dem VAUNET unterstützen die Landesmedienanstalten das Inklusionsprojekt „TV für Alle“ des gemeinnützigen Berliner Vereins Sozialhelden, das auf der Website  www.tvfueralle.de eine Übersicht der barrierefreien TV-Angebote in Deutschland bereithält und am 3. Dezember 2018 startete.

In Ihrer Stellungnahme zum neuen Medienstaatsvertrag fordern die Landesmedienanstalten zügige Rundfunkzulassungen durch eine qualifizierte Anzeigepflicht.

Der neue Leitfaden „Werbekennzeichnungen bei Social-Media-Angeboten“ enthält eine Werbekennzeichnungs-Matrix mit Erläuterungen.

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

Im Rahmen des Verkaufs der UKW-Antennen durch den bisherigen Sendernetzbetreiber Media Broadcast konnten die Landesmedienanstalten bei einem Runden Tisch im März 2018 eine Fortführung des Sendebetriebs bis zu einem erfolgreichen Abschluss der Verhandlungen erreichen. Die Vereinbarung über die vertragliche Regelung des UKW-Antennenzugangs wurde bis Ende Juni 2018 erzielt.

Nachdem der Kabelnetzbetreiber Unity Media bereits im Juni 2017 die analoge Ausstrahlung der Fernsehprogramme in seinen Kabelnetzen in Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen beendet hatte, lief unter Moderation der Landesmedienanstalten seit Sommer 2018 in vielen weiteren Regionen Deutschlands der Kabelumstieg. In Bayern, Bremen und Sachsen wurde die Umstellung Ende 2018 abgeschlossen, in einigen anderen Bundesländern dauerten die Umstellungen noch bis Mitte 2019 an.

Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

Direktorenkonferenz (DLM)

Vorsitzende

- Cornelia Holsten
Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt (brema), Bremen

stellvertretende Vorsitzende

- Joachim Becker (LPR 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 (LPR Hessen)

Fachausschuss 2 – Netze, Technik, Konvergenz

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

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

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Beauftragte der DLM

Beauftragter für Europa

- Dr. Tobias Schmid
(Landesanstalt für Medien NRW)

Beauftragter für Haushalt

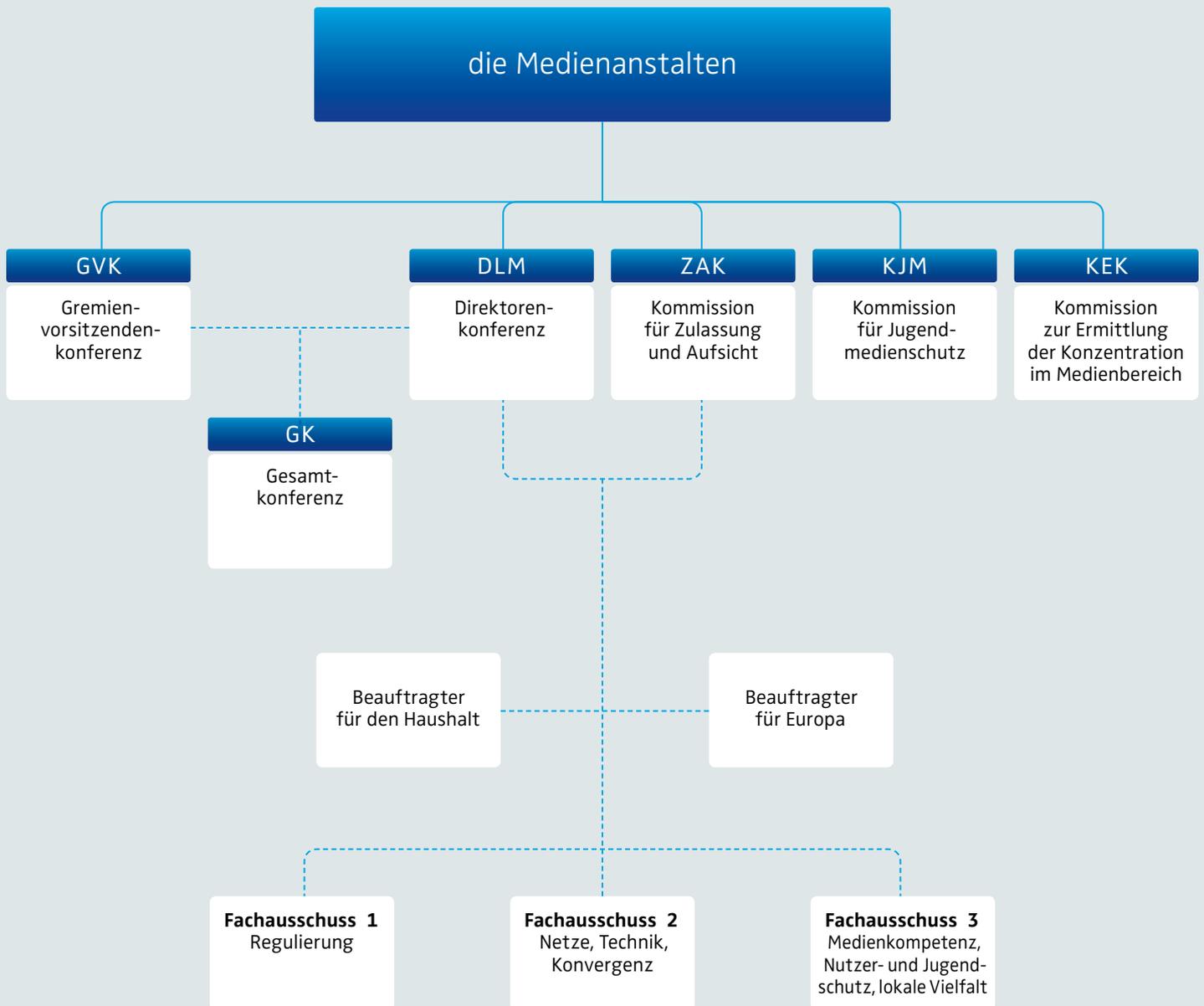
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)

Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

Vorsitzender

- Martin Deitenbeck (SLM Sachsen)

Struktur der Medienaufsicht



Mit Art. 20 BayMG hatte der Gesetzgeber die bestehenden und insbesondere sich aus der Rundfunkfreiheit ergebenden verfassungsrechtlichen Anforderungen insbesondere der Staatsferne auch hinsichtlich des Datenschutzes für den Bereich des von der Landeszentrale getragenen Rundfunks bereits seit Jahren zutreffend verwirklicht. Zu diesem Zweck war erstmals 1993 ein Beauftragter für den Datenschutz bei der Landeszentrale berufen worden, dessen Aufgabe es war, die Einhaltung der bestehenden datenschutzrechtlichen Vorgaben hinsichtlich der Landeszentrale 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 die europarechtlich geforderte völlige Unabhängigkeit.

Die Rechtsentwicklung des Jahres 2018 im Bereich des Datenschutzes war weitestgehend geprägt durch die zwar bereits im Jahr 2016 beschlossene, aber erst nach einer zweijährigen Vorbereitungsphase ab dem 25. Mai 2018 verbindlich anzuwendende  **Datenschutzgrundverordnung** (DS-GVO). Seither ergeben sich die meisten Rechtsfolgen im Bereich des Datenschutzes unmittelbar aus dem Europarecht, was für sich genommen bereits nicht unerhebliche Veränderungen mit sich bringt. Die Gesetzgeber in Bund und Ländern hatten demzufolge zahlreiche bestehende gesetzliche Vorgaben diesen neuen Gegebenheiten anzupassen. Auch wenn die DS-GVO erkennbar

in weiten Teilen deutschen Datenschutztraditionen nachgebildet ist, folgt sie in vielen Feldern einer eigenen Systematik und macht schon wegen des Anwendungsvorranges des Europarechtes jedenfalls formale Änderungen in den allermeisten Rechtsbereichen notwendig, in denen bisher deutsche Datenschutzvorgaben bestanden.

Soweit in der DS-GVO Öffnungsklauseln für mitgliedstaatliche Normen bestehen, und die Mitgliedstaaten daher nach wie vor eigene Rechtsetzungskompetenzen besitzen, waren bestehende Normen dennoch in das neue europarechtliche Grundsystem einpassen. Dementsprechend wurde das Datenschutzrecht auch für den Bereich des Rundfunks weitgehend überarbeitet. Im RStV wurde der die grundlegenden Datenschutzvorgaben bisher enthaltende § 47 aufgehoben und 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 Art. 20 BayMG wurde im Rahmen der Neufassung des Bayerischen Datenschutzgesetzes vom 22. Mai 2018 den nunmehr geltenden europarechtlichen Vorgaben angepasst. Anstelle des bisherigen Beauftragten für den Datenschutz bei der Landeszentrale wird die datenschutzrechtliche Aufsicht nunmehr einem Medienbeauftragten für den Datenschutz übertragen, der nach dem ausdrücklichen Wortlaut des

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

Gesetzes die zuständige Aufsichtsbehörde im Sinn des Art. 51 DS-GVO darstellt, und dem die für solche Institutionen nach den Art. 57 und 58 DS-GVO vorgesehenen Aufgaben und Befugnisse zugewiesen werden.

Seine Zuständigkeiten beziehen sich auf die Landeszentrale, die Beteiligungsunternehmen der Landeszentrale und die Anbieter. Den europarechtlichen Vorgaben für Aufsichtsbehörden im Sinn der DS-GVO folgend wurde mit der Neufassung des Art. 20 BayMG die Rechtsstellung des Mediendatenbeauftragten in entsprechender Weise ausgestaltet; zudem wurden die durch die DS-GVO notwendig gewordenen Umsetzungsmaßnahmen vorgenommen. Zu diesen Wertungen gehört auch die Entscheidung des Gesetzgebers, dass die Landeszentrale künftig zusätzlich über einen behördlichen Datenschutzbeauftragten verfügen muss.

Für das Jahr 2018 waren daher Anpassungsprozesse prägend, die sich einerseits auf die durch diese Rechtsänderung notwendig gewordenen organisatorischen Veränderungen bezogen, andererseits aber auch die materiell-rechtlichen Veränderungen in den Blicken nahmen, denn die Landeszentrale wie auch die Anbieter mussten sich und ihre Geschäftsprozesse auf die veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen einstellen, die ab dem 25. Mai 2018 zu beachten waren.

Da am Anfang eines jeden solchen Prozesses die Kenntnis der zu beachtenden Rechtslage und ein entsprechend vertieftes Verständnis derselben steht,

war das Interesse im Hinblick auf die Frage, welche grundlegenden und vor allem im Hinblick auf die bisherige Rechtslage veränderten Anforderungen sich aus der DS-GVO ergeben, entsprechend hoch. Dies galt umso mehr, als der grundlegende Ansatz der DS-GVO, mit dieser eine für alle Mitgliedstaaten der EU, alle Bürger, alle Unternehmen, alle Lebenslagen und die meisten Rechtsgebiete einheitliche datenschutzrechtliche Rechtsgrundlage zu schaffen, ein sehr hohes Abstraktionsniveau erfordert, das in der Regel ausschließt, dass dieser Rechtsgrundlage ins Detail gehende Aussagen zu konkreten Fragestellungen ohne weiteres entnommen werden können.

Entsprechend intensiv war das Bedürfnis nach Aufklärung und Information zu den sich aus der DS-GVO ergebenden und künftig zu beachtenden Anforderungen, dem alle Aufsichtsinstitutionen versuchten im Rahmen ihrer Möglichkeiten so gut wie möglich nachzukommen. Dies betraf interne Anfragen und solche der Anbieter gleichermaßen, so dass das Informationsangebot für beide Bereiche in entsprechender Weise ausgeweitet wurde. Nach In-Kraft-Treten der DS-GVO am 25. Mai 2018 stieg auch das Interesse der Bevölkerung an datenschutzrechtlichen Fragestellungen wie auch die Erwartung, dass die Regelungen der neuen Rechtslage nunmehr strikt eingehalten würden, erheblich an, was in einer Vervielfachung der Anfragen und Beschwerden seine Entsprechung fand.

Inhaltlich betraf dies neben den aus der Vergangenheit bekannten Themengebieten insbesondere die Bereiche, die im Rahmen der DS-GVO eine tatsächlich oder jedenfalls vermeintlich schärfere Regelung erfahren haben; zusätzlich hat die neue Rechtslage aber auch zu einer deutlichen Belebung im Bereich des Medienprivilegs geführt, das mit der Neuregelung im nationalen Recht offenbar sehr viel stärker ins Bewusstsein gerückt zu sein scheint. Nachdem zunächst der bayerische Gesetzgeber wie oben geschildert die gesetzlichen Rahmenbedingungen an die mit der DS-GVO geschaffene Rechtslage angepasst hatte, hat auch die Landeszentrale auf dieser Grundlage entsprechende organisatorische und insbesondere personelle Anpassungen vorgenommen, die den veränderten gesetzlichen Vorgaben Rechnung tragen und es ermöglichen, den nachhaltig gestiegenen Anforderungen im Bereich des Rundfunkdatenschutzes auch künftig gerecht werden zu können.

I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM

(Höhe der Beteiligung)

- AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien (62 %)
- Bayerische Medientechnik GmbH (90 %)
- BayMS Bayerische Medien-Service-gesellschaft mbH (100 %)
- Medientage München GmbH (100 %)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8 %)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9 %)

II Mitgliedschaften der BLM

- Akademie der bayerischen Presse e.V.
- Akademie für neue Medien e.V., Kulmbach
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma), Frankfurt
- Bayerische Akademie für Fernsehen e.V. (BAF), München
- Deutsche Journalistenschule e.V., München
- Digitalradio Deutschland e.V., Hamburg
- Erfurter Netcode e.V.
- Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., Bonn
- Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V. (GfK), Nürnberg
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München
- Internet-ABC e.V., Düsseldorf
- Landesmediendienste Bayern e.V.
- Marketing Club München 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
- Europäisches DVB-Projekt
- 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

Stand 31.12.2018

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.

Landesweit über DAB+ waren Ende 2018 neben Antenne Bayern mit Rock Antenne, Absolut HOT, ego FM und Radio Teddy vier weitere private Radioprogramme empfangbar. Das landesweite Programm Kultradio war Ende November 2018 durch das Programm Radio Teddy ersetzt worden.

Lokaler Hörfunk

Über UKW konnten aufgrund einer Genehmigung der Landeszentrale Ende 2018 in 33 unterschiedlichen Sendegebieten 63 Lokalradioprogramme empfangen werden.

Darüber hinaus waren über die neun lokalen/regionalen DAB-Ensembles in Bayern insgesamt 61 (Vorjahr 54) private Programmangebote digital terrestrisch auf Sendung, zwei davon – Mega Radio und Mega 80's – in mehr als einer Region.

19 Programme wurden originär, also ausschließlich, über DAB+ verbreitet. 42 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.

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

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

Folgende Internet-radios wurden 2018 bei der Landeszentrale angezeigt:

Verpflichtend

- ➔ Radio Bayrisch
- ➔ CoffeeMusic
 - Hip Hop
- ➔ Gong 96.3
 - Akustik Covers
- ➔ Gong 96.3 Kids
- ➔ Gong 96.3 München
 - grooved
- ➔ FCK.FM

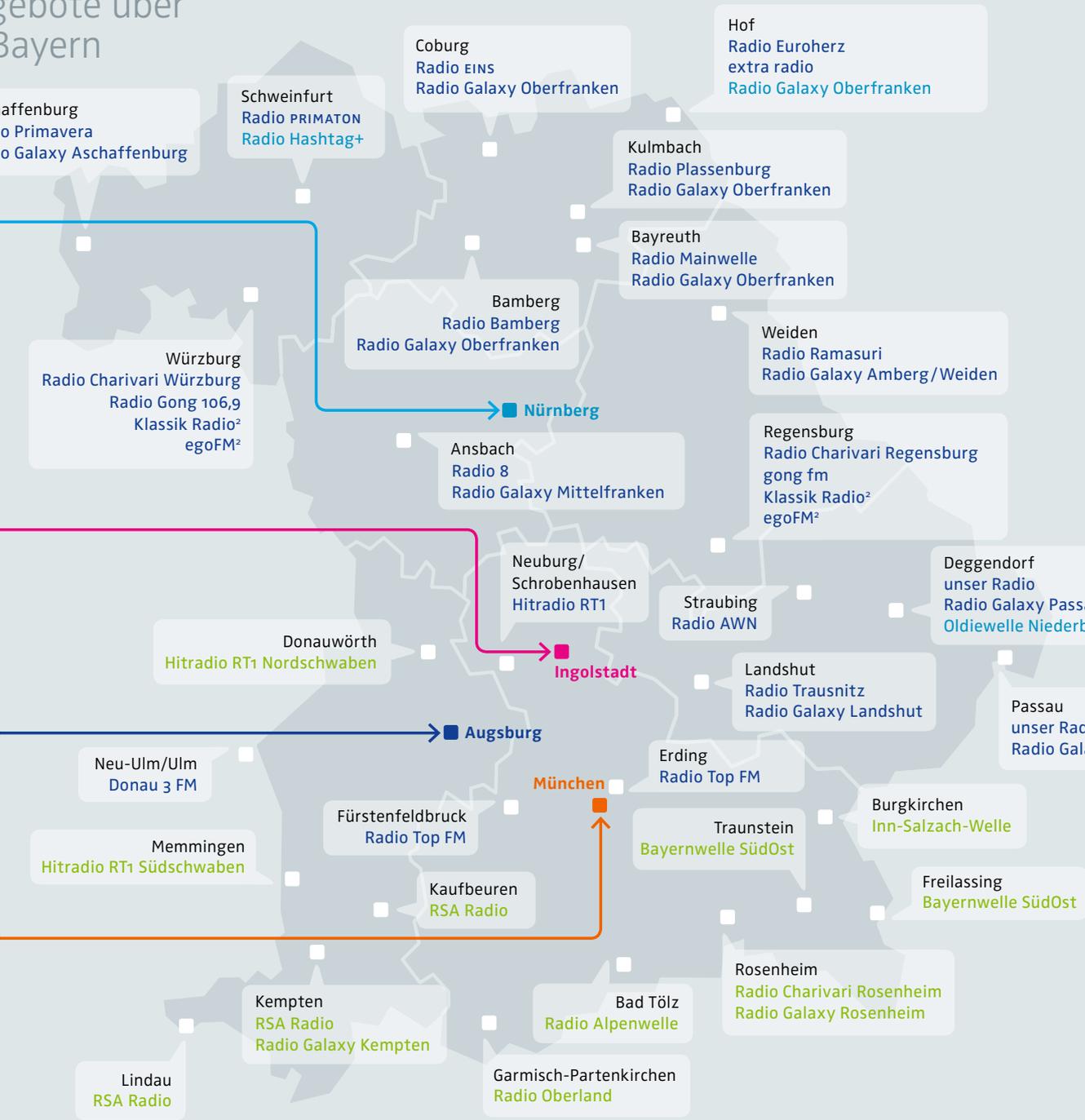
freiwillig

- ➔ Café Zimmermann
- ➔ TONEART Radio

Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern

Lokaler Hörfunk

<p>Nürnberg</p> <p>afk max Das neue Charivari 98,6 egoFM² Energy Nürnberg Hit Radio N1 Klassik Radio²</p>	<p>MEGA Radio Mein Lieblingsradio Radio F Radio Gong 97,1 Radio Z Star FM</p>
<p>Ingolstadt</p> <p>Ilmwelle Event Ilmwelle 90s Ilmwelle Schlager MEGA Radio Mega Radio 80s PN Eins Dance PN Eins Urban</p>	<p>Radio Galaxy Ingolstadt Radio Ilmwelle Radio IN</p>
<p>Augsburg</p> <p>egoFM² Fantasy lounge Hitradio RT1 Klassik Radio² MEGA Radio Mega Radio 80s Radio Augsburg</p>	<p>Radio Fantasy Radio Fantasy Classix Radio Schwabmünchen Rock Antenne² Smart Radio</p>
<p>München</p> <p>95.5 Charivari afk M94.5 Digital Classix egoFM² Energy München Klassik Radio² LORA/Radio Feierwerk/CRM Rock Antenne²</p>	<p>MEGA Radio Münchner Kirchenradio Radio 2Day Radio Arabella Radio Gong 96,3 Radio Horeb München Radio München</p>



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

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

In Unter-, Ober- und Mittelfranken sowie in Niederbayern werden die Programme über DAB+ im gesamten Regierungsbezirk verbreitet. Detaillierte Informationen zu den Empfangsgebieten der DAB-Netze finden Sie auf Seite 40

Stand 31.12.2018

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 39)
3 Wird nur in den DAB+-Netzen Augsburg und München verbreitet

**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⁾
- Lutherisches Dekanat Ansbach ⁽²⁾

Radio Galaxy 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 rt.1, 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⁾
- Hochschule Deggendorf ⁽²⁾

**hitradio rt.1 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.
- Musikbund Ober- und Niederbayern ⁽²⁾
- Radio Pegasus e. V. ⁽²⁾

RSA Radio, Kempten

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

Radio Plassenburg, Kulmbach

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

Radio Trausnitz, Landshut

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





hitradio rt.1, 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)

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**

- **Radio Charivari Regensburg, Oberpfalz**

Auf die Ausschreibung der Landeszentrale vom 22. Februar 2018 von zwei regionalen Kapazitäten mit je 54 CU im DAB Versorgungsgebiet Oberpfalz gingen zwei Bewerbungen ein. Nachdem das Funkhaus Regensburg bereits in der Medienratssitzung vom 15. Dezember 2017 eine DAB+-Kapazität für die zeitgleiche und unveränderte Ausstrahlung des Programms Radio Charivari Regensburg über UKW und DAB erhalten hatte, beschloss der Medienrat auch die Zuweisung der zwei weiteren DAB+-Kapazitäten an die Funkhaus Regensburg GmbH & Co. KG, zunächst im Rahmen eines befristeten Testbetriebs bis 31. Dezember 2021. Damit wurde ermöglicht, fünf zeitweise regionalisierte Varianten des Programms Charivari, die sich zu bestimmten Sendezeiten bei redaktionellen Programmelementen und Werbung unterscheiden, in Regensburg, Cham, Kelheim, Neumarkt i.d. Oberpfalz und Schwandorf auszustrahlen. Die DAB+-Ausstrahlung startete am 3. Juli 2018 im Versorgungsgebiet Oberpfalz (Block 12 D). Mit Ende des Testbetriebs wird das Modell von Radio Charivari Regensburg evaluiert und entschieden, ob die Programmdiversifizierung gelungen ist oder ob die Kapazitäten nochmals ganz oder teilweise neu ausgeschrieben werden.

- **Oldie Welle Niederbayern, Niederbayern**

Mit Oldie Radio Niederbayern genehmigte der Medienrat im lokalen DAB+-Versorgungsgebiet Niederbayern (Block 7D) ein weiteres Angebot der Unser Radio Deggendorf Programmanbieter GmbH & Co. KG. Eine Auswahlentscheidung war nicht notwendig, da auf die Ausschreibung nur eine Bewerbung eingegangen war. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten ist bis 1. Juli 2028 befristet.

Oldie Radio Niederbayern ging am 3. Juli 2018 mit einem oldie-orientierten AC-Musikformat an die Zielgruppe „50 Plus“ auf Sendung. Im Musikprogramm werden internationale und deutsche Titel von den 60er Jahren bis Ende der 80er Jahre gespielt. Darüber hinaus soll das Programm einen großen Anteil an regionaler Information bieten.

- **Radio Schwabmünchen/
Radio Fantasy Classix, Augsburg**

Auf die Ausschreibung einer Kapazität im DAB+-Versorgungsgebiet Augsburg gingen drei Bewerbungen ein. Nachdem die PN Medien GmbH zeitnah die Verbreitung der Programme Radio Ilmwelle Augsburg und PN Eins Urban einstellte wurden zwei weitere Übertragungskapazitäten frei, sodass eine Auswahlentscheidung nicht mehr notwendig war.

Genehmigt wurde der WarenZeichen UG die Verbreitung des Programmangebots Radio Schwabmünchen, das sich mit einem regionalen 24-Stunden Vollprogramm an die Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen richtet. Das AC-Musikformat

mit Pop- und Rocktiteln der letzten 40 Jahre wird vom Anbieter selbst gestaltet.

Ebenfalls genehmigt wurde der Radio Fantasy GmbH die Verbreitung des Programms Radio Fantasy Classix, das sich insbesondere an eine Zielgruppe ab 30 Jahren richtet und auch die sogenannten „Best Ager“ ansprechen soll. Im Musikprogramm werden Titel ab den 80ern bis in die Neuzeit gespielt, wobei die Songs der letzten 15–25 Jahre einen Schwerpunkt bilden.

Die Zuweisung der Versorgungskapazitäten wurde jeweils bis 1. August 2028 befristet. Der dritte Interessent zog seine Bewerbung zurück.

■ Digitaler Hörfunk landesweit

Im Juli 2018 wurde die Nutzung von jeweils einer DAB+-Kapazität als sog. Senderkette für ein Angebot mit landesweiter Ausrichtung in den lokalen DAB-Netzen München (11C), Nürnberg (10C), Augsburg (9C) und Ingolstadt (11A) sowie in den DAB-Netzen Allgäu und Voralpenland ausgeschrieben. In der Ausschreibung formulierte die Landeszentrale die Erwartung an die jeweiligen Bewerber, dass das Programm bei frei werdenden Kapazitäten auch in weiteren bayerischen DAB-Lokal-/Regionalnetzen verbreitet wird bzw. dass ein Wechsel auf die landesweite Kapazität erfolgt, sobald diese zur Nutzung zur Verfügung steht. Während des Verfahrens wurde eine landesweite Kapazität im landesweiten DAB-Netz Bayern frei, so dass diese ebenfalls vergeben werden konnte. Auf die Ausschreibung gingen fünf form- und fristgerechte Bewerbungen ein.

Genehmigt wurde der Radio Teddy GmbH & Co. KG die landesweite Verbreitung des Programmangebots Radio Teddy. Radio Teddy ist ein modernes Informations- und Unterhaltungsprogramm für Kinder aber auch Eltern und Familienangehörige und stellt mit seiner besonderen Musikauswahl und den kind- bzw. familiengerechten Inhalten eine Neuheit und damit eine besondere Bereicherung für die bayerische Radiolandschaft dar. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten in dem landesweiten Sendernetz (aggregierte Regionalnetze Unterfranken 10A, Oberfranken 10B, Mittelfranken 8C, Niederbayern 7D, Oberpfalz 12D sowie Oberbayern-Schwaben 10A) wurde befristet bis 31. Dezember 2028.

Des Weiteren wurde der Radio Arabella Studiobetriebsgesellschaft mbH die Verbreitung des Programmangebots „Radio Arabella Kult“ für ein landesweites Hörfunkangebot in Bayern genehmigt und eine DAB-Kapazität in den DAB-Netzen München (11C), Nürnberg (10C), Augsburg (9C) und Ingolstadt (11A) sowie in den DAB-Netzen Allgäu (8B) und Voralpenland (10B) befristet bis zum 31. Dezember 2028 zur Nutzung zugewiesen. Das Programm Radio Arabella Kult ist ein neues Programmangebot, das sich thematisch auf Bayern ausrichtet und sich musikalisch an das Münchner Programm von Radio Arabella anlehnt. Das melodiose Musikprogramm besteht aus AC-Songs der 80er, 90er und 2000er, aber auch aus romantischen Titeln und Deutschen Schlager. Das Programm ist für Hörer ab 35 Jahren konzipiert und stellt „Entschleunigungs“- und Heimatthemen in den Mittelpunkt.

Verlängerung von Genehmigungen / Zuweisung von Kapazitäten

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

■ **Lokaler UKW Hörfunk**

Ausgangspunkt für eine einheitliche Verlängerung der bestehenden UKW-Zuweisungen war die von der Landeszentrale nicht veranlasste und nicht vorhersehbare Entscheidung der Media Broadcast als bisheriger Quasi-Monopolist, sich von allen ihren UKW-Sendeanlagen in Deutschland zu trennen, diese zu veräußern und damit den UKW-Sendebetrieb zum 30. Juni 2018 aufzugeben. Die Landeszentrale steht aufgrund ihrer Rolle als öffentlich-rechtlicher Trägerin der Rundfunkangebote nach dem BayMG gegenüber der Öffentlichkeit und den von ihr genehmigten Anbietern in der besonderen Verantwortung, für eine ausgewogene Rundfunkstruktur auf lokaler, regionaler und landesweiter Ebene zu sorgen. Dies umfasst auch die Aufgabe, auf wirtschaftlich tragfähige Rahmenbedingungen für die von ihr genehmigten und unter ihrer Trägerschaftsverantwortung stehenden Anbieter zu achten. Dazu gehört vor allem eine finanziell tragbare Verbreitung der Programme über UKW, um die Anbieter in die Lage zu versetzen, ihr Programm über die heutigen Sender-

standorte weiterhin auszustrahlen. Um diesen Versorgungsauftrag zu erfüllen, hat die bmt als Tochtergesellschaft der Landeszentrale auf ausdrücklichen Wunsch der betroffenen UKW-Anbieter alle UKW-Sendeanlagen in Bayern von der Media Broadcast in einem Los-Verfahren gekauft. Gleichzeitig sollte das wirtschaftliche Risiko, das die bmt mit dem Kauf eingegangen ist, auf die Gesamtheit der genehmigten bayerischen UKW-Anbieter solidarisch umgelegt und gerecht verteilt werden. Die Preisveränderungen, die sich durch die von der Landeszentrale nicht veranlasste Änderung im UKW-Sendernetzbetrieb in Bayern ergeben haben, wurden daher von der Landeszentrale bzw. der bmt so gesteuert und gestaltet, dass sie sich auf alle UKW-Anbieter in Bayern verträglich auswirken. Dies konnte auf den vorgesehenen Zeitraum bis 2025 nur dann gewährleistet werden, wenn analog zur erklärten Kostenübernahme auch die UKW-Zuweisungsdauer auf diesen Zeitraum angeglichen und damit sowohl für die Landeszentrale/bmt als auch für die Anbieter Planungssicherheit hergestellt wurde.

Der Medienrat hat im Dezember 2018 die Kapazitätszuweisungen für die folgenden Programmen einheitlich bis 30. Juni 2025 verlängert:

Region	Programm
Landesweite Hörfunksenderkette	Antenne Bayern
Ansbach	Radio 8
Ansbach	Radio Galaxy Mittelfranken
Aschaffenburg	Radio Galaxy Aschaffenburg
Aschaffenburg	Radio Primavera
Augsburg	Hit Radio RT.1
Augsburg	Radio Fantasy
Bamberg	Radio Bamberg
Bayreuth	Radio Mainwelle
Burgkirchen	Inn-Salzach-Welle
Coburg	Radio EINS
Deggendorf	Unser Radio Passau/Deggendorf
Donauwörth	Hitradio RT1. Nordschwaben
Garmisch-Partenkirchen	Radio Oberland
Hof	Extra Radio
Hof	Radio Euroherz
Ingolstadt	Radio Galaxy Ingolstadt
Ingolstadt	Radio IN
Kempten	Radio Galaxy Allgäu
Kempten	Radio RSA (Fenster in Ostallgäu und am Bodensee)
Kulmbach	Radio Plassenburg
Landshut	Radio Galaxy Landshut
Landshut	Radio Trausnitz
Memmingen	Hitradio RT1. Südschwaben
Miesbach	Radio Alpenwelle
Neu-Ulm/Günzburg	Donau 3 FM /Günzburg 90,3
Passau	Radio Galaxy Passau /Deggendorf
Passau	Unser Radio Passau /Deggendorf
Regensburg	gong fm
Regensburg	Radio Charivari Regensburg
Schweinfurt	Radio PrimaTon
Straubing	Radio AWN
Traunstein	Bayernwelle Süd-Ost
Würzburg	Radio Charivari Würzburg
Würzburg	Radio Gong Würzburg

■ **Lokaler Digitaler Hörfunk**

Auf Basis der Infrastrukturvereinbarung, die 2017 zwischen dem Bayerischen Rundfunk (BR), der Landeszentrale und dem Bayern Digital Radio (BDR) abgeschlossen worden war, wurden im Jahr 2018 die DAB-Netze Niederbayern, Oberpfalz und Allgäu neu gestaltet. Nach einer Netztrennung des bestehenden DAB-Netzes Niederbayern-Oberpfalz 12D in die DAB-Netze Niederbayern (7D) und Oberpfalz (12D) stehen für die lokalen Hörfunkangebote in der Oberpfalz und Niederbayern seit 3. Juli 2018 DAB-Kapazitäten zur Verfügung. Die Zuweisung der Übertragungskapazitäten in den jeweiligen DAB-Netzen an die genehmigten UKW-Lokalprogramme in Niederbayern und der Oberpfalz erfolgte bereits im Dezember 2017. Die Dauer der Simulcast-Zuweisung richtet sich nach dem Ablauf der jeweiligen UKW-Kapazitätszuweisungen.

Die lokalen von der Landeszentrale genehmigten UKW- und Kabel-Hörfunkprogramme im Allgäu werden ebenfalls über ein regionales DAB-Netz Allgäu simulcast verbreitet. Die Zuweisungsentscheidungen für das DAB-Netz wurden im Mai 2018 getroffen, wobei die Dauer an die jeweils bestehende UKW-Zuweisungs-dauer gekoppelt wurde. Die Aufschaltung der Programme erfolgte stufenweise. Die Programme Hitradio RT1 Südschwaben, RSA – Radio Session Allgäu (RSA Radio),

Radio Galaxy Kempten, Allgäuer Heimatmelodie (ehem. Radio Session Allgäu 2), Griaß di Allgäu (ehem. Radio Session Allgäu 3) und AllgäuHit wurden seit Dezember 2018 im Rahmen eines Testbetriebs ausgestrahlt. Der Regelbetrieb über DAB+ startete im Allgäu am 16. April 2019. Das Ostallgäufenster wird voraussichtlich im Herbst 2019 aufgeschaltet, das Bodenseefenster vermutlich im Jahr 2021.

□ **Allgäu**

- ➔ Hitradio RT1 Südschwaben
- ➔ RSA – Radio Session Allgäu (RSA Radio)
- ➔ RSA – mit Ostallgäufenster
- ➔ RSA – mit Bodenseefenster
- ➔ Radio Galaxy Kempten
- ➔ Allgäuer Heimatmelodie (ehem. Radio Session Allgäu 2)
- ➔ Griaß di Allgäu (ehem. Radio Session Allgäu 3)
- ➔ AllgäuHit

□ **München und Augsburg**

Kapazitätszuweisung in München bis 15. April 2025, in Augsburg bis 1. August 2028

- ➔ Radio Galaxy (Bayern)

Änderung der Inhaber und Beteiligungsverhältnisse/Nachfolge in Senderechten

■ M94.5

Nach der im Sommer 2018 erfolgten Umfirmierung der gemeinnützigen afk GmbH zur MediaSchool Bayern gGmbH stellte der MediaSchool Bayern Anbieterverein München e.V. einen Antrag auf Nachfolge in den Senderechten des bisher genehmigten Anbieters AFK Hörfunk München Verein für die Nutzung von Hörfunkkanälen zu Aus- und Fortbildungszwecken in der Region 14 e.V. zur Verbreitung des Programms afk M94.5 und Zuweisung der DAB+-Kapazität im lokalen DAB-Versorgungsgebiet München (Block 11C). Gleichzeitig wurde ein Antrag auf Änderung des Programmnamens von afk M94.5 in den Namen M94.5 gestellt. Beide Anträge wurden im Dezember 2018 genehmigt.

■ Radio Ilmwelle, Ilmwelle Schlager, Ilmwelle 90s, Ilmwelle Event, PN eins Dance, PN eins Urban

Ebenfalls im Dezember 2018 wurde die Fortführung der Anbietertätigkeit der PN Medien GmbH durch die Funkhaus Pfaffenhofen GmbH zur Verbreitung der Programme Radio Ilmwelle, Ilmwelle Schlager, Ilmwelle 90s, Ilmwelle Event, PN Eins Dance und PN Eins Urban genehmigt.

■ ego FM

Der Medienrat erteilte im Dezember 2018 die medienrechtliche Unbedenklichkeit bzgl. der Übernahme der Gesellschaftsanteile der Studio Gong GmbH & Co.

Studiobetriebs KG in Höhe von 90,87 Prozent an der Radioblut GmbH & Co. Studiobetriebs KG durch Herrn Schwingenstein. Die Radioblut GmbH & Co. Studiobetriebs KG hält 50,75 Prozent an der Radio Next Generation GmbH & Co. KG, dem Anbieter des Hörfunkprogramms egoFM. Herr Schwingenstein ist zudem direkt Gesellschafter bei ego FM mit einem Anteil in Höhe von 31,02 Prozent.

Erlöschen der Rechte aus Genehmigungen / Kapazitätszuweisung

■ Pure FM

Das Programm pure fm wurde am 21. März 2018 in den DAB-Netzen Augsburg und München abgeschaltet.

■ Ilmwelle, PN Eins Urban

Da die Anbieterin PN Medien GmbH ihren Verzicht auf die Kapazitäten in den DAB-Netzen Nürnberg und Augsburg erklärte, wurden die Programme Ilmwelle Augsburg und PN Eins Urban Ende Juli 2018 in den beiden DAB-Netzen abgeschaltet.

■ Kultradio

Nachdem die Anbieterin Kultradio.fm UG auf die weitere Nutzung der Kapazitäten für ihr landesweites Programm Kultradio verzichtet hatte, wurde das Programm am 26. November 2018 in den DAB-Netzen Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern 7D, Oberpfalz 12D, Oberbayern-Schwaben 10A abgeschaltet.

Technische Verbreitung

Digitaler Hörfunk (DAB)

Auf Basis der Kooperationsvereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) werden in den Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken seit Juli 2017 in den DAB+-Netzen des BR je nach Region zwischen vier und elf private Hörfunkprogramme neben den Programmen des BR ausgestrahlt.

Seit 3. Juli 2018 sind die DAB-Netze Oberpfalz 12D und Niederbayern 7D in Betrieb gegangen. Ende 2018 waren für das DAB-Netz Oberpfalz 12D sieben private Hörfunkprogramme aufgeschaltet, wobei Charivari Regensburg mit vier weiteren Regionalvarianten über dieses DAB-Netz verbreitet wird. Im DAB-Netz Niederbayern wurden bis Ende 2018 zehn private Hörfunkprogramme aufgeschaltet.

Die Bayern Digital Radio (BDR), hat – neben den von ihr betriebenen eigenen vier lokalen DAB+-Netzen in München, Nürnberg, Augsburg und Ingolstadt – die freien Kapazitäten in den regionalen Netzen des BR angemietet. Das DAB-Netz Allgäu 8B ist mit dem Sender Grünten am 15. Dezember 2018 durch die BDR in den Testbetrieb gestartet. Der Start für das DAB-Netz Voralpenland ist für Mitte 2019 geplant. Im Rahmen der Organisation „Voralpenland“ haben die letzten noch fehlenden lokalen UKW-Hörfunkanbieter eine Zuweisung für eine regionale DAB-Verbreitung von der Landeszentrale erhalten. Voraussichtlich bis Mitte 2020

werden dann alle heutigen UKW-Programme auch über DAB+ verbreitet. Neben den bestehenden Radioangeboten wurde durch die Kooperation aber auch die Organisation neuer lokaler/regionaler und landesweiter Programme durch Landeszentrale möglich.

■ Lokales Digitalradio

Über die neun lokalen/regionalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Unterfranken, Mittelfranken, Oberfranken, Oberpfalz und Niederbayern wurden Ende 2018 insgesamt 61 lokale Programme verbreitet, zwei davon – Mega Radio und Mega 80's – in mehr als einer Region. Insgesamt konnten ca. 8,25 Mio. Hörer in Bayern lokale Digitalradioprogramme in Indoor-Qualität empfangen. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum Stand 31. Dezember 2018 können den Tabellen auf  Seite 40 entnommen werden.

■ Landesweites Digitalradio

Landesweite Digitalradioprogramme konnten Ende 2018 von 11,65 Mio. Einwohnern in Bayern in Indoor-Qualität empfangen werden. Das entspricht ca. 91 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

UKW-Frequenzen

192

Die privaten Lokalradios werden in Bayern über 192 UKW-Frequenzen ausgestrahlt und können von ca. 93 Prozent der Bevölkerung empfangen werden.

UKW-Frequenzen

43

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

Radio Teddy werden über die Sendernetze Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern/Oberpfalz 12D und Oberbayern/Schwaben 10A verbreitet.

■ **Bundesweites Digitalradio**

Am 1. August 2011 startete der bundesweite DAB+-Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2018 waren 124 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 94,3 Prozent der Fläche Deutschlands, 80,9 Prozent der Bevölkerung können dieses Netz zuhause empfangen.

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme Ende 2018 von ca. 9,35 Mio. Einwohnern zuhause bzw. von 11,89 Mio. Einwohnern mobil empfangen werden.

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

Lokaler UKW-Hörfunk

Für Lokalradio waren 2018 insgesamt 192 terrestrische UKW-Frequenzen in 33 unterschiedlichen Sendegebietern in Betrieb. Damit war es für rund 11,6 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm stationär, portabel und mobil zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage mindestens zwei Lokalradioprogramme zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit zwischen

mindestens sechs unterschiedlichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können. Darüber hinaus sind in der Regel die Lokalradios in ihrem Sendebereich auch über Kabel digital zu empfangen. Ab Mitte 2019 werden fast alle lokalen UKW-Programme auch simulcast über DAB verbreitet. Für die lokalen Hörfunkprogramme Bayernwelle Südost und Radio ISW erfolgt die zusätzliche Verbreitung über DAB ab Mitte 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.

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 terrestrisch ausgestrahlt: ego FM über 6 UKW-Frequenzen, 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. 72% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97% der Bevölkerung
Mobil	ca. 95% Straßenabdeckung

DAB+ Augsburg, Kanal 9C

Bezug:	Planungsregion Augsburg
Indoor	ca. 70% 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. 77% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 94% der Bevölkerung
Mobil	ca. 92% Straßenabdeckung

DAB+ Oberfranken, Kanal 10B

Bezug:	Regierungsbezirk Oberfranken
Indoor	ca. 77% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 96% der Bevölkerung
Mobil	ca. 96% Straßenabdeckung

DAB+ Mittelfranken, Kanal 8C

Bezug:	Regierungsbezirk Mittelfranken
Indoor	ca. 96% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99% der Bevölkerung
Mobil	ca. 98% Straßenabdeckung

DAB+ Oberpfalz, Kanal 12D

Bezug:	Regierungsbezirk Oberpfalz
Indoor	ca. 74% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 95% der Bevölkerung
Mobil	ca. 94% Straßenabdeckung

DAB+ Niederbayern, Kanal 7D

Bezug:	Regierungsbezirk Niederbayern
Indoor	ca. 75% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 94% der Bevölkerung
Mobil	ca. 94% Straßenabdeckung

Lokale/regionale DAB+-Netze in Bayern



Stand 31.12.2018

DAB+ Bayern, Kanal 11D

Bezug:	Bayern
Indoor	ca. 91% 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. 12D

Bezug:	Bayern
Indoor	ca. 90% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98% der Bevölkerung
Mobil	ca. 97% Straßenabdeckung

DAB+ Deutschland, Kanal 5C

Bezug:	Bayern
Indoor	ca. 73% der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 93% der Bevölkerung
Mobil	ca. 90% Straßenabdeckung

Reichweiten und Akzeptanz

Funkanalyse Bayern

- **Hörfunknutzung**

Nach den Ergebnissen der  **Funkanalyse Bayern 2018** erreichen die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 29,2 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich 3,2 Mio. Hörer. Der lokale Hörfunk hat damit etwas mehr tägliche Hörer als Antenne Bayern mit 28,4 Prozent (3,1 Mio.). Die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme erzielt im Jahr 2018 Bayern 1 mit 30,0 Prozent (3,3 Mio. Hörer).

Insgesamt hören 86,3 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren im Jahr 2018 an einem durchschnittlichen Werktag Radio. Die durchschnittliche Hördauer bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren in Bayern liegt bei 238 Minuten.

Mit 26,1 Prozent hat laut Funkanalyse Bayern 2018 mehr als jeder vierte ab 14-Jährige in Bayern mittlerweile Zugang zu mindestens einem DAB+-Empfangsgerät. 15,0 Prozent der bayerischen Bevölkerung geben an, an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche Digitalradio über DAB+ zu hören. Die Tagesreichweite für Webradio liegt bei 13,4 Prozent.



3,2 Mio

Die bayerischen Lokalradios erreichten 2018 an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 3,2 Millionen Hörer.



Mehr als jeder vierte 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 2011–2018 in Bayern

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Radiohören gesamt	86,6	89,3	87,5	88,7	86,2	87,8	86,8	86,3
Bayerische Lokalsender gesamt	27,9	29,6	29,5	28,8	28,4	30,5	29,0	29,2
Antenne Bayern	29,9	34,2	35,2	35,3	33,1	31,0	30,0	28,4
Rock Antenne gesamt	1,5	1,4	1,3	1,7	2,2	2,0	3,4	3,6
Radio Galaxy gesamt	2,7	3,1	2,9	3,1	3,0	3,0	3,2	2,6
Klassik Radio	1,7	1,8	2,0	1,8	1,4	1,6	2,2	2,0
egoFM	0,6	1,1	1,1	1,7	1,5	1,3	1,4	1,2
Radio Horeb						0,2	0,1	0,2
Bayerische Privatsender gesamt	50,1	55,4	56,0	56,2	54,4	54,8	53,2	52,4
Bayern 1	31,0	29,9	27,1	27,6	27,5	29,1	29,1	29,5
Bayern 2	4,4	4,0	4,7	4,6	5,2	4,9	5,2	5,3
Bayern 3	23,3	22,8	21,7	23,5	21,8	23,0	21,7	22,4
BR Klassik	1,7	1,9	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	2,1
B 5 aktuell	6,0	5,9	5,5	6,5	6,7	6,2	6,4	6,1
Bayerischer Rundfunk gesamt	54,8	52,6	49,8	52,1	50,3	52,6	51,6	53,2

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2011–2018



Radio Eins Coburg ist 2018 der reichweitenstärkste Lokalsender in Bayern.

An den Großstadtstandorten (Städte über 100.000 Einwohnern ohne die Ballungsräume München und Nürnberg) belegt Radio Gong Würzburg mit 26,4 Prozent den Spitzenplatz vor Hitradio RT1 in Augsburg mit 25,1 Prozent. Im Ballungsraum Nürnberg erreicht Hit Radio N1 mit 12,4 Prozent die meisten Hörer, gefolgt von Radio F /Radio Franken mit einer Tagesreichweite von 11,2 Prozent.

Im Stereoempfangsgebiet München behauptet sich Radio Arabella mit einer Tagesreichweite von 16,3 Prozent vor Radio Gong 96.3 mit 14,9 Prozent. 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 5,3 Prozent der 14- bis 39-Jährigen.

Unter den Lokalradios an Einfrequenzstandorten erzielt Primaton in Schweinfurt mit 20,7 Prozent die anteilig höchste Tagesreichweite, gefolgt von Hitradio RT1 Nordschwaben mit 19,6 Prozent.

An den Standorten mit einer Radio Galaxy-Zweitfrequenz ist Radio Eins in Coburg Spitzenreiter. Mit 28,3 Prozent hat Radio Eins gleichzeitig das beste Ergebnis aller bayerischen Lokalradios erzielt.

In seinen Verbreitungsgebieten erreicht das Jugendprogramm Radio Galaxy täglich 22,8 Prozent der 14- bis 29-Jährigen. Bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren erzielt Radio Galaxy Ansbach mit 18,0 Prozent die höchste Reichweite aller Radio Galaxy-Stationen vor Radio Galaxy Rosenheim mit 15,4 Prozent und Radio Galaxy Kempten mit 13,2 Prozent.

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2018 nach Altersgruppen

	gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	86,3	79,3	88,0	88,4
Bayerische Lokalsender gesamt	29,2	33,5	33,5	24,4
Antenne Bayern	28,4	34,4	35,6	20,8
Rock Antenne gesamt	3,6	4,3	6,0	1,6
Radio Galaxy gesamt	2,6	5,7	3,0	0,9
Klassik Radio	2,0	0,9	1,8	2,6
egoFM	1,2	2,5	2,0	0,1
Radio Horeb	0,2	0,1	0,1	0,3
Bayerische Privatsender gesamt	52,4	59,3	63,1	42,1
Bayern 1	29,5	13,3	19,9	43,4
Bayern 2	5,3	2,8	4,2	7,1
Bayern 3	22,4	27,6	29,2	15,3
BR Klassik	2,1	1,2	0,9	3,3
B 5 aktuell	6,1	2,8	7,4	6,6
Bayerischer Rundfunk gesamt	53,2	39,9	48,0	62,9

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2018

■ 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 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, bei Veranstaltungshinweisen und Verkehrsmeldungen.

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 2018 Radio II

In der bundesweiten Media Analyse ma 2018 Audio II (vormals ma Radio) erzielen die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokalradios eine durchschnittliche Reichweite von 874.000 Hörern ab 14 Jahren pro Stunde. Nur Antenne Bayern und Bayern 1 schalten im Durchschnitt pro Stunde noch mehr Personen ab 14 Jahren ein. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt das Bayern Funkpaket mit 512.000 Hörer in der Durchschnittsstunde sogar auf Platz 2 hinter Antenne Bayern mit 591.000 Hörern und vor Bayern 3 mit 490.000 Hörern. Mit Abstand folgt Bayern 1 mit durchschnittlich 275.000 Hörern ab 14 Jahren pro Stunde.

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2013–2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	899.000	918.000	934.000	1.015.000	838.000	874.000
Antenne Bayern	1.288.000	1.351.000	1.220.000	1.203.000	1.044.000	947.000
Bayern 1	976.000	976.000	1.011.000	985.000	1.106.000	1.017.000
Bayern 2 Radio	160.000	160.000	114.000	145.000	148.000	142.000
Bayern 3	815.000	815.000	827.000	777.000	727.000	815.000
BR Klassik	65.000	65.000	91.000	73.000	107.000	64.000
B 5 aktuell	158.000	158.000	131.000	182.000	157.000	146.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; bis 2016 Bevölkerung ab 10 Jahre, ab 2017 Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: ma 2013–2017 Radio II, ma 2018 Audio II

Wirtschaftliche Lage

Die werbetreibenden Unternehmen in Deutschland haben 2018 deutlich weniger Geld für klassische Werbung ausgegeben als in den Jahren zuvor. Nach Angaben des Zentralverbands der Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeerlöse der Medien im vergangenen Jahr um 2,4 Prozent auf 15,818 Mrd. Euro gesunken. Dies ist das größte Minus seit sechs Jahren. Deutschlands Radiosender zählen dabei zu den wenigen Gewinnern im enger werdenden Werbemarkt. Während TV-Sender und Verlage im Wettstreit mit den globalen Internet-Riesen verlieren, legt der Hörfunk gegen den Trend um immerhin knapp 1 Prozent zu.

Lokaler Hörfunk

Die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern erwarten der Erhebung  „Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/18“ zufolge, die Goldmedia im Auftrag der Landeszentrale 2018 durchgeführt hat, für das Jahr 2018 Gesamterträge in Höhe von 106,2 Mio. €. Gleichzeitig rechnen sie mit Aufwendungen von insgesamt 93,6 Mio. €. Die Anbieter gehen demnach für das Geschäftsjahr 2018 von einem Kostendeckungsgrad von 114 Prozent aus und erwarten damit einen leichten Rückgang der Rentabilität im Vergleich zum Vorjahr. In 2017 standen Gesamterlösen von 105,9 Mio. € Aufwendungen in Höhe von 91,5 Mio. € gegenüber, was in einem Kostendeckungsgrad von 116 Prozent resultierte. Den höchsten Kostendeckungsgrad erreichten mit 120 Prozent wieder die Hörfunkanbieter an den wettbewerbsstarken Mehrfrequenz-

standorten München und Nürnberg/Fürth/Erlangen. Bei den Hörfunkunternehmen an Zweifrequenzstandorten lag der Kostendeckungsgrad bei 113 Prozent und bei den Lokalradios an den Einfrequenzstandorten bei 106 Prozent.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfunk liegt Mitte 2018 bei insgesamt 1.233 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Damit sind bei den bayerischen Lokalradios 37 Personen weniger beschäftigt als im Vorjahr. 2017 waren im Rahmen der Erhebung zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern noch insgesamt 1.265 Beschäftigte gezählt worden.

Bundes- und landesweiter Hörfunk

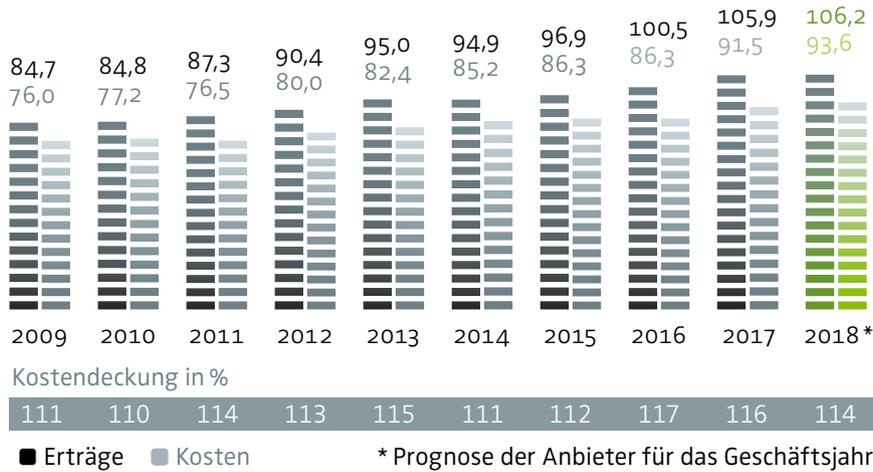
Im bundes- und landesweiten Hörfunk erwarten die Anbieter für das Geschäftsjahr 2018 Erträge in Höhe von insgesamt rund 58,5 Mio. € bei gleichzeitiger Aufwandsänderung von rund 45,7 Mio. €. Die Erwartungen entsprechen damit den tatsächlichen Erlösen und Aufwendungen des Vorjahres, woraus sich ein konstanter Kostendeckungsgrad von 128 Prozent errechnet.

Bei differenzierter Betrachtung zeigt sich – trotz leicht steigender Erlöse beim bundesweiten Hörfunk – eine deutlich höhere Rentabilität der landesweiten Anbieter: Während die bayerischen Anbieter bundesweiter Hörfunkprogramme für 2018 einen Kostendeckungsgrad von 108 Prozent erwarten (Vorjahr 105 Prozent), rechnen die landesweiten Anbieter weiterhin mit 138 Prozent. Mitte 2018 waren bei den bundesweiten Hörfunkanbietern insgesamt 93 Mitarbeiter beschäftigt, beim landesweiten Radio arbeiteten 218 Personen.

106,2

Die Lokalfunkanbieter in Bayern erwarteten für 2018 mit 106,2 Mio. € eine leicht positive Umsatzentwicklung, aber auch einen vergleichsweise stärkeren Anstieg der Kosten.

Wirtschaftliche Entwicklung des lokalen Hörfunks in Bayern 2009–2018 (in Mio. €)

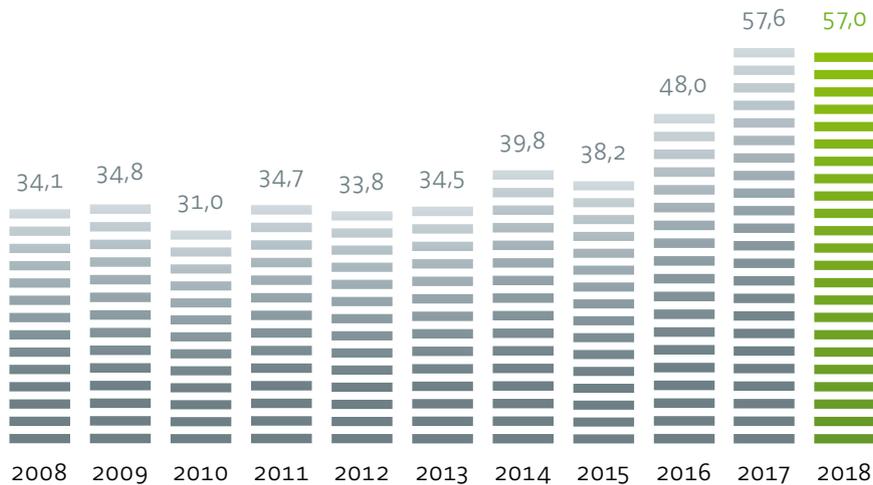


Quelle: Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/18, Lokale Hörfunkanbieter ohne Spartenprogramme

57,0

Mit 57,0 Mio. € im Jahr 2018 bleiben die überregionalen Brutto-Werbeumsätze auf hohem Niveau nahezu stabil.

Überregionale Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2008–2018 (in Mio. €)

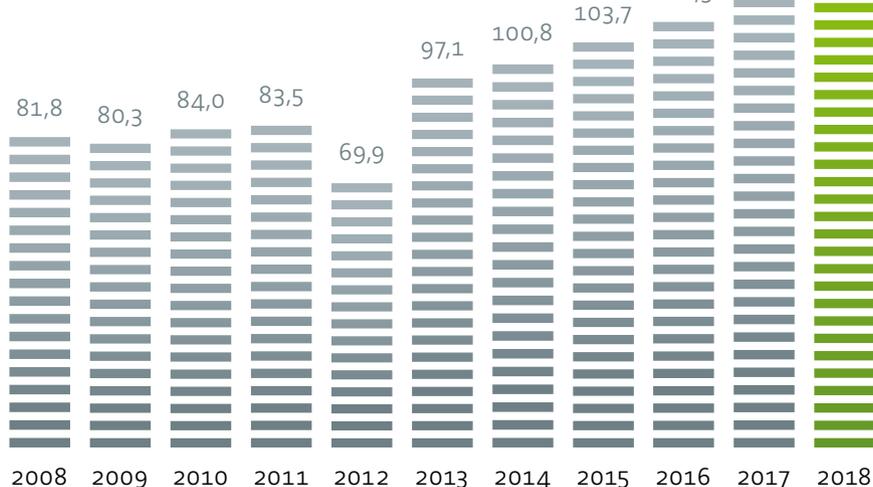


Quelle: RMS, Antenne Bayern, BLW (Agentur brutto)

115,3

Laut Nielsen liegen die Werbeumsätze von Antenne Bayern im Jahr 2018 bei 115,3 Mio. € – ein Plus von 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2008–2018 (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 BayMG gibt es die Forderung nach qualitativoller 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)

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 Innovationspotential der Anbieter untersucht. Hierzu gehört die Prüfung der Anbieter-Webseiten. 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 2018 insgesamt 826 Programmstunden untersucht: Den größten Anteil in der Programmebeobachtung machten anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu speziellen Fragestellungen mit 404 Sendestunden aus, gefolgt von turnusmäßigen Stichproben von Programmen mit insgesamt 338 Sendestunden sowie die Beobachtung von Audio-Beiträgen im BLM-Projekt „Mach Dein Radio“ mit 84 Stunden.

Im Umfang von 404 Sendestunden wurden anlassbezogene Sonderbeobachtungen und Recherchen zu verschiedenen Fragestellungen bei zahlreichen lokalen Anbietern, einzelnen Spartenanbietern und dem Angebot der BLR durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden nach quantitativen und qualitativen Kriterien untersucht. Schwerpunkte im Jahr 2018 waren der Anteil von lokalen Inhalten bei Anbietern sowie Bürgerbeschwerden zu Programmaktionen und Gewinnspielen. Dazu kamen qualitative Untersuchungen unter



826

2018 wurden insgesamt 826 Programmstunden untersucht.

53

Die Landeszentrale hat bei 53 im Jahr 2018 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

anderem zur Programmgestaltung oder zur Einhaltung der Jugendschutz- bzw. Werberichtlinien.

Bei den turnusmäßigen Stichproben wurden 50 Programme im Umfang von 338 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.

Im BLM Projekt „Mach Dein Radio“ fand 2018 ein Relaunch der Online-Audioplattform „machdeinradio.de“ statt. Auf der Plattform haben interessierte Schulradiogruppen, Podcaster und Bürgergruppen aus Bayern die Möglichkeit eigene Sendungen und Beiträge im Internet zu veröffentlichen. Hier wurden anlässlich des Relaunchs Stichproben der Inhalte im Umfang von 84 Stunden durchgeführt.

Jugendschutz

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen auch im Hörfunk. Hauptsächlich geht sie Beschwerden von Hörern nach. Im Jahr 2018 wurden mehrere Sendungen mit sexualisierten Programminhalten geprüft. Dabei ergab sich jedoch in keinem Fall ein Anfangsverdacht auf einen Verstoß gegen den JMStV.

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 53 im Jahr 2018 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. In 27 Fällen wurden mögliche Verstöße gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot problematisiert. In 14 Fällen wurde ein Anfangsverdacht eines Verstoßes gegen das Schleichwerbeverbot festgestellt, weitere fünf Fälle betrafen die Sponsoringvorgaben.

Nähere Informationen finden Sie im  [Jugendschutzbericht 2018 der Landeszentrale](#)



Fernsehen und Telemedien

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

Lokales/Regionales Fernsehen

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

18 lokale TV-Programme waren Ende 2018 in Bayern auf Sendung. Das vielfältige Programmangebot des lokalen Fernsehens wird erweitert durch neun TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme sind analog und digital im Kabel und über digitalen Satelliten zu empfangen sowie über das IPTV-Angebot Magenta TV der Deutschen Telekom. Das Programm münchen2 wird nur im Kabelnetz München verbreitet.

Weitere sieben Programme wurden 2018 ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. Acht lokale Fernsehprogramme sind nur über das Internet empfangbar.

Landesweites Fernsehen

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

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
- KÖN.info/Rhön-Grabfeld TV
- muehldorf-tv
- pafnet.tv
- SW-N.TV Schweinfurt
- tvschool21

Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

Bad Steben

- Frankenwald TV

Coburg

- Infokanal Coburg/tvo

Herzogenaurach

- Herzo TV

Ludwigstadt

- Infokanal Ludwigstadt

München

- Airport TV

Neustadt b. Coburg/Rödental

- nec tv

Tregast

- Antenne Tregast

Lokale Fernsehangebote in Bayern



Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2018 57 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
- ➔ Der Aktionär TV
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Discovery Channel
- ➔ Donnerstag Abend
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Eurosport1
- ➔ Eurosport2
- ➔ Eurosport 2 HD Xtra
- ➔ FCB.TV
- ➔ GoldStar TV
- ➔ History
- ➔ Hyperraum.TV
(Verbreitung über Internet)
- ➔ isarrunde /spreerunde
(Verbreitung über Internet)
- ➔ Junior TV
- ➔ Kabel Eins
- ➔ Latizón TV (Verbreitung über Internet)
- ➔ Motorvision TV
- ➔ My Team TV Basketball
- ➔ My Team TV Eishockey
- ➔ MyTeam TV Fußball
- ➔ N24 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
- ➔ Sport1 US
- ➔ SPOX.com (Verbreitung über Internet)
- ➔ Tele 5
- ➔ TLC
- ➔ TNT Comedy
- ➔ TNT Film
- ➔ TNT Serie
- ➔ Welt
- ➔ Welt der Wunder
- ➔ WRC + (Verbreitung über Internet)
- ➔ Zee.One

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 31.12.2018

Genehmigungen

Neugenehmigungen

■ Zee.One

Der Asia TV GmbH wurde die unbefristete Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehpartenangebots Zee.One erteilt. Zee.One wurde bisher auf Grundlage einer britischen OFCOM-Lizenz im deutschsprachigen Markt verbreitet. Der Betrieb des werbefinanzierten Free-TV-Senders wird nun von Deutschland aus durch eine Tochtergesellschaft der Asia TV Ltd. koordiniert. Die Asia TV GmbH ist mittelbar eine 100%ige Tochtergesellschaft der Zee Entertainment Enterprises Limited, einem der führenden TV- und Entertainment-Unternehmen in Indien.

Das 24stündige Unterhaltungsprogramm mit Bollywood-Filmen und Bollywood-Serien (Produktionen der indischen Filmindustrie) wird bundesweit z. B. über Satellit, in Kabelnetzen sowie als IPTV im Internet verbreitet.

■ Sissorstream

Für die bundesweite Verbreitung des Fernsehpartenangebots Sissorstream im Internet wurde Frau Theres Modl im August 2018 die unbefristete Genehmigung erteilt. Das Streaming-Angebot wird z. B. über die Plattform twitch.tv verbreitet und umfasst sog. Let's Play-Angebote, d.h. es werden Computer- oder Konsolenspiele gespielt und kommentiert. Dies ist nach gegenwärtiger Gesetzeslage als Rundfunk einzustufen.

■ Badminton-sport Television

Der Badminton Fördergemeinschaft Oberbayern e.V wurde die unbefristete Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehpartenangebots Badminton-sport Television im Internet erteilt. Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, mit seinem Livestreaming-Angebot dem Badminton-sport zu mehr Öffentlichkeit zu verhelfen. Das Programm mit Live-Übertragungen und Berichten über den bayernweiten und nationalen Badminton-sport wird über die Vereins-Website (www.badminton-sport.tv) und YouTube verbreitet.

■ Quipp

Für die bundesweite Verbreitung des Fernsehpartenangebots Quipp im Internet wurde der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH im Oktober 2018 die unbefristete Genehmigung erteilt. Bei Quipp handelt es sich um ein Live-Quizz, bei dem ein Tagesgewinn ausgelobt wird. Das Angebot wird über eine App verbreitet.

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

■ Der Aktionär TV

Im Berichtszeitraum wurde festgestellt, dass der Fortsetzung der Anbieter-tätigkeit der Aktionär TV AG – nunmehr firmierend als Aktionär TV GmbH – medienrechtlich keine Gründe entgegenstehen. Auch nach Umwandlung der AG in eine GmbH ist Herr Bernd Förtsch alleiniger unmittelbarer Beteiligter.

■ Sport1, Sport1+, Sport1 Livestream, Sport1 US

Sämtliche Anteile an der Sport1 GmbH hält die Constantin Sport Holding GmbH, eine 100 prozentige Tochtergesellschaft der Constantin Medien AG. Im Berichtszeitraum wurden Beteiligungsveränderungen bei der Constantin Medien AG und der Constantin-Aktionärin Highlight Event & Entertainment AG (HLEE) angezeigt.

Nach dem Rückzug von Dr. Dieter Hahn haben nun Bernhard Burgener und ihm nahe stehende Unternehmen die Kontrolle über die Constantin Medien AG übernommen. Die Highlight Communications AG und die Studhalter Investment AG des Investors Alexander Studhalter hatten ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot an die Aktionäre der Constantin Medien AG abgegeben. Nach Beendigung des Übernahmeangebots hat die HLEE ihre bisherige unmittelbare Beteiligung an der Constantin Medien AG an die Highlight Communications AG veräußert, an der sie ebenfalls beteiligt

ist. Die Highlight Communications AG verfügt somit über einen Anteil von 78,38 Prozent an der Constantin Medien AG – die restlichen Anteile befinden sich im Streubesitz.

Highlight Communications AG, HLEE sowie Bernhard Burgener und Rosemarie Burgener haben eine Vereinbarung geschlossen, wonach sie sich über die Ausübung ihrer Stimmrechte bei der Constantin Medien AG abstimmen. Mit einem gebundenen Stimmrechtsanteil von insgesamt 78,38 Prozent beherrschen sie demzufolge die Constantin Medien AG gemeinsam. Diese Vereinbarung kann auf die Studhalter Investment AG und ihren alleinigen Aktionär Alexander Studhalter ausgedehnt werden.

■ Sky

Der britische Konzern Sky plc. ist die Muttergesellschaft der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG. Diese verbreitet mehrere Fernsehspartenprogramme, die durch die Landeszentrale genehmigt sind. Größter Aktionär der Sky plc. ist die Twenty-First Century Fox, Inc. (39,14 Prozent). Diese hatte bereits 2017 ihre Absicht angezeigt, die übrigen 60,86 Prozent der Sky plc.-Aktien im Wege eines öffentlichen Übernahmeangebots zu erwerben und die Sky plc. von der Börse zurückziehen. Im Berichtszeitraum hat darüber hinaus die Comcast Corporation ihre konkurrierende Absicht angezeigt, 100 Prozent der Sky plc. Aktien zu erwerben. Auch diese beabsichtigte Beteiligungsveränderung wurde von der Landeszentrale – unter Berücksichtigung

der positiven Entscheidung der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) – genehmigt. Der Erwerb durch Comcast wurde zwischenzeitlich vollzogen.

■ **Kabel Eins**

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist unmittelbare Gesellschafterin der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, welche das Vollprogramm Kabel Eins verbreitet. Die Mehrheit der Anteile befindet sich im Streubesitz. Der Anteil der Capital Group Companies Inc. hat sich im Berichtszeitraum von 15,87 Prozent auf 9,98 Prozent reduziert. Geringfügig reduziert hat sich ebenfalls der Anteil der BlackRock Inc. (von 6,3 Prozent auf 5,72 Prozent).

■ **Junior**

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

■ **Welt, N24 Doku**

Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH hält die Axel Springer SE. An dieser hielt die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG zuletzt eine Beteiligung von 47,3 Prozent. Ariane Springer und Axel Sven Springer haben ihre Beteiligungen an der AS Gesellschaft für Publizistik aufgegeben. Diese Anteile wachsen Frau Friede Springer zu, die in

der Folge 100 Prozent der Kapital- und Stimmrechte der AS Gesellschaft für Publizistik hält. Im Gegenzug erhalten Ariane Springer 2,36 Prozent und Axel Sven Springer 7,36 Prozent der Aktien der Axel Springer SE aus dem Aktienbestand der AS Gesellschaft für Publizistik. Damit reduziert sich der Aktienanteil der AS Gesellschaft für Publizistik an der Axel Springer SE auf 37,6 Prozent. In der Folge hält Friede Springer insgesamt noch 42,7 Prozent der Kapitalanteile der Axel Springer SE.

Technische Verbreitung

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

In der terrestrischen Fernsehnorm DVB-T2 HD sind in den Empfangsgebieten München/Oberbayern, Nürnberg und seit 25. April 2018 auch in 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.

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, Vodafone Kabel Deutschland, wurden Ende 2018 über die eigenen Plattformen Kabel Digital bzw. Giga TV sowie über Sky ca. 320 Fernseh- und 100 Hörfunkprogramme (öffentlich-rechtliche, private und fremdsprachige Programme) verbreitet. Die Zahl der HD-Programme nahm weiter zu. 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.



Eine Übersicht über alle genehmigten TV-Angebote finden Sie auf Seite 50–52.

Programmebelegung DVB-T2 HD

seit 29. März 2017

in München/Südbayern und Nürnberg

Über freenet TV kostenpflichtig empfangbar:

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

über freenet TV zusätzlich frei empfangbar:

- bibel.TV HD
- QVC HD
- HSE24 HD

Frei empfangbare öffentlich-rechtliche Programme

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

Stand 31.12.2018

Verteilung der Verbreitungswege

Der Fernsehempfang über Breitbandkabel ist, bezogen auf die Bevölkerung ab 14 Jahre in Fernsehhaushalten in Bayern, im Jahr 2018 um 2,0 Prozentpunkte auf 36,9 Prozent zurückgegangen. Dagegen ist der Anteil der Bevölkerung, der Satellitendirektempfang nutzt, leicht angestiegen und zwar um 0,1 Prozentpunkte auf 55,4 Prozent. Mit einem Plus von 1,0 Prozent von 4,4 auf 5,4 Prozent weiter angestiegen ist der Anteil der Zuschauer, die ihre Programme mittels eines DSL-Anschlusses über IPTV empfangen. Der Anteil der Fernsehzuschauer, die ausschließlich den digital terrestrischen Empfang nutzen, stieg bezogen auf ganz Bayern im Jahr 2018 von 1,4 auf 2,3 Prozent. In den Verbreitungsgebieten Nürnberg und München/Wendelstein wird neben den öffentlich-rechtlichen Programmen auch das verschlüsselte Privat-TV-Angebot „freenet TV“ im DVB-T2-Standard (Full HD) ausgestrahlt. Dabei sind in den Programmen Sat.1 und RTL auch die landesweiten und lokalen Fensterprogramme in HD enthalten. Der Plattformbetreiber meldete Ende 2018 ca. 900.000 freenet TV-Abonnenten.

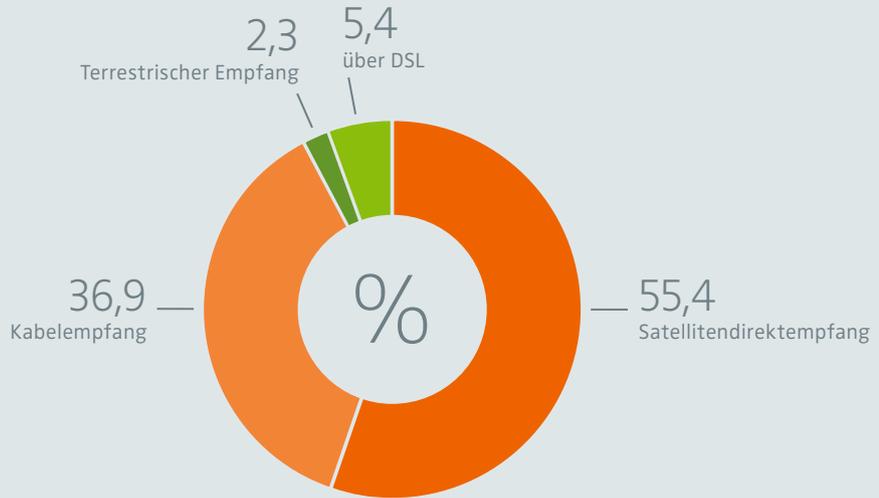
92,8 Prozent der Haushalte in Bayern verfügen laut Funkanalyse Bayern 2018 über mindestens eine digitale TV-Empfangsmöglichkeit (Vorjahr 91,8 Prozent). Die Übertragung über Satellit, Terrestrik (DVB-T) und DSL erfolgt vollständig digital. Der digitale Kabelempfang lag im Frühsommer 2018, dem Zeitpunkt der Erhebung der Funkanalyse Bayern bei 80 Prozent gegenüber 75,3 Prozent im Vorjahr. Gemäß den gesetzlichen Vorgaben wurde die analoge TV-Verbreitung im Kabel im Laufe des Jahres 2018 sukzessive abgeschaltet (s. Seite 59).



55,4%

Satellit bleibt mit 55,4% in Bayern der am häufigsten genutzte TV-Übertragungsweg

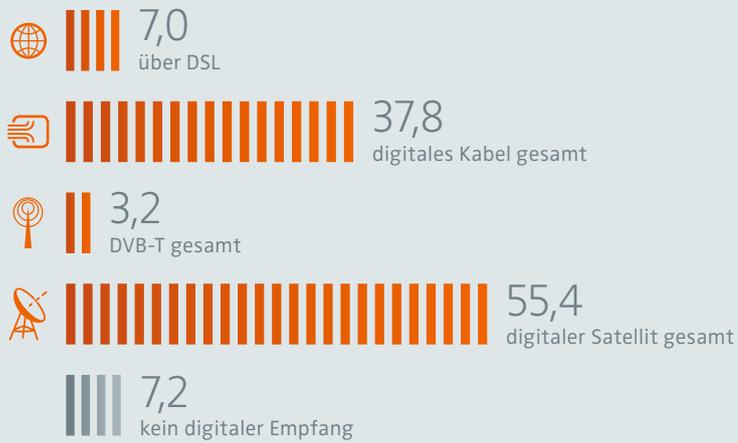
Fernsehempfang in Bayern 2018



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten, priorisierte Darstellung: Satellit, DSL, Kabel, Terrestrik, Summe 100 %
Quelle: Funkanalyse Bayern 2018

92,8 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren verfügen über mindestens eine digitale Empfangsmöglichkeit.

Digitale Fernsehnutzung in Bayern 2018



Bevölkerung ab 14 Jahre in TV-Haushalten; in Prozent, insg. über 100 %, da z. T. mehrere Empfangsmöglichkeiten pro HH
Quelle: Funkanalyse Bayern 2018

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

Analog/Digital-Umstieg im Kabel

Die zunehmende Akzeptanz und die verstärkte digitale Nutzung des Breitbandkabels sowie zahlreiche Forderungen nach einem gesetzlich festgelegten Abschaltdatum für die analoge Verbreitung waren in Bayern Anlass für eine gesetzliche Änderung. So schreibt Art. 34 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) vor: „Zur Sicherung eines ausgewogenen und vielfältigen Programmangebots werden ab dem 1. Januar 2019 Rundfunkprogramme und Telemedien in Kabelanlagen ausschließlich in digitaler Technik verbreitet“. Am 31. Dezember 2018 traten Art. 36 BayMG, der die Kanalbelegung in Breitbandkabelnetzen für die Verbreitung in analoger Technik regelt, sowie die Kanalbelegungssatzung der BLM außer Kraft.

Der Startschuss der Umstellung für die 3,9 Millionen Kabelnutzer in Bayern fiel im Januar 2018 in der Pilotregion Landshut und Dingolfing. Im Frühjahr folgten die Ballungsräume Augsburg, Ingolstadt und Nürnberg, sowie ab September die Kabelhaushalte in München. Bis Dezember 2018 waren alle bayerischen Kabelhaushalte auf Digitalempfang umgestellt. Der Digitalumstieg bedeutet mehr Programme und eine bessere Bildqualität sowie in vielen Fällen die Schaffung breitbandiger Internetanschlüsse.

Die BLM begleitete die Umstellung sowohl zentral als auch in den Regionen das Jahr über mit zahlreichen Informationsmaßnahmen (Homepage, Flyer, Veranstaltungen, Pressemitteilungen). Um deutschlandweit für die Verbraucher

einen reibungslosen Umstellungsprozess auf digitalen Kabelempfang sicherzustellen, hatte sich 2017 die Initiative Digitales Kabel gegründet. Ihr gehörten die Medienanstalten, ANGA Verband deutscher Kabelnetzbetreiber, Telekom Deutschland, PÿUR, Vodafone, VAUNET – Verband Privater Medien sowie die Programmanbieter ARD, Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 Media SE an. Ein gemeinsames Projektbüro wurde im November 2017 eingerichtet und bis 31. März 2019 fortgeführt. Das Projektbüro war für die Umsetzung der regionalen Abstimmungs- und Kommunikationsmaßnahmen zuständig und informierte die Öffentlichkeit über die Website www.digitales-kabel.de, über Newsletter, Pressemitteilungen und Laufbänder im Programm.

Belegung der Kabelnetze

■ Verbreitung in analoger Technik

Sofern ein Kabelnetzbetreiber Programme in analoger Technik weiterverbreitete, hatte er nach den Vorgaben der Kanalbelegungssatzung der BLM neben acht öffentlich-rechtlichen Programmen auch acht Programme privater Anbieter/Veranstalter einzuspeisen. Dazu gehörten die Lokalfernsehangebote im jeweiligen Kabelgebiet sowie die beiden bundesweit verbreiteten Vollprogramme mit bayerischen Fensterprogrammen (derzeit RTL und Sat.1) und vier weitere Fernsehprogramme nach den Vorgaben der Kanalbelegungssatzung (KBS) der Landeszentrale. Hinzu kam wahlweise ein Tele-shoppingprogramm oder ein Telemedium.



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

Zum 31. Dezember 2018 endete die analoge Verbreitung von Programmen in Bayern. Zu diesem Zeitpunkt traten Art. 36 BayMG, der die Kanalbelegung in Breitbandkabelnetzen für die Verbreitung in analoger Technik regelt, sowie die Kanalbelegungssatzung der BLM außer Kraft.

In analoge Kabelnetze verpflichtend einzuspeisende Programme

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

■ Verbreitung in digitaler Technik

Seit dem 1. Januar 2019 dürfen Programme im Kabel nur noch in digitaler Technik verbreitet werden.

Im Regelfall bildet der in digitaler Technik genutzte Teil von Kabelnetzen eine Plattform im rundfunkrechtlichen Sinne und unterliegt damit den Vorschriften der §§ 50 bis 53b RStV. Die nach den Plattformregeln zu beachtenden Belegungsregeln sind in § 52b RStV enthalten. Diese sehen eine Einspeisungsverpflichtung für öffentlich-rechtliche und lokale Programme vor sowie für die privaten Programme, die Regionalfenster enthalten. Des Weiteren sind in besonderer Weise vielfältig zu belegende Kapazitäten und darüber hinausgehende Kapazitäten vorgesehen, für welche der Kabelnetzbetreiber bei der Belegung an die allgemeinen Gesetze gebunden, im Übrigen jedoch frei ist.

Programmentwicklung

Sport1

2018 feierte Sport1, das bis 2010 Deutsches SportFernsehen (DSF) hieß, sein 25-jähriges Bestehen.

Sportliche Highlights, über die der Sender 2018 ausführlich berichtete, waren die Fußball-WM in Russland, die Eishockey-WM in Dänemark, die Europameisterschaften im Hockey und Volleyball sowie der in Frankfurt ausgetragene World Cup of Darts. Im Motorsport standen die ADAC GT Masters und die ADAC Formel 4 auf dem Programm.

Fußball blieb auch 2018 ein Quoten Garant. Mit den Live-Übertragungen der UEFA Europa League sowie dem Fußball-Talk „Doppelpass“ erzielte der Sender bei den Marktanteilen teilweise Spitzenwerte um die 10 Prozent. 2018 sicherte sich der Sender bis 2022 die DFB-Pokal-Übertragungsrechte für vier Spiele pro Saison.

Neben den Kernsportarten versucht der Sender auch mit Randsportarten zu punkten. So weitete Sport1 sein bisheriges Engagement im eSports-Bereich weiter aus. Erklärtes Ziel ist es, den eSport – wie schon Darts und Poker – mit Live-Übertragungen (z. B. FIFA e-World Cup) im Free-TV einem noch breiteren Publikum näher zu bringen. Für 2019 plant Sport1 einen eigenen eSports-Sender.

Nachdem Sport1 am 14. Oktober 2017 zum ersten Mal ein Drohnenrennen live im deutschen Fernsehen übertragen hatte, wurde die Drone Champions League (DCL) 2018 fester Bestandteil im Programm des Senders.

Kabel Eins

Der Programmschwerpunkt des Senders Kabel Eins liegt auf Spielfilmen und Serien. Der Sender versucht sich aber darüber hinaus auch an Eigenproduktionen, insbesondere Wissensmagazinen und Doku-Soaps.

Bei der fiktionalen Unterhaltung konnte der Sender 2018 noch mit altbewährtem Spielfilmen und Serien punkten. So schafften Serien wie „Navy CIS“, „Forever“ und „Castel“ an manchen Tagen bei den Marktanteilen den Sprung über die 10-Prozent-Hürde. Bei den Spielfilmen findet man auf den Spitzenplätzen Altbewährtes, wie die „Bud Spencer“- oder „Crocodile Dundee“-Verfilmungen.

Weil die Marktanteile 2018 insbesondere um 19:00 Uhr spürbar sanken, wurde von Senderchef Marc Rasmus eine „Vorabend-Offensive“ ausgerufen. Bereits 2017 war mit wenig Erfolg versucht worden, mit neuen Eigenproduktionen frischen Wind in das Programm zu bekommen. Auch 2018 fand man kein erfolgsversprechendes Rezept. Die 2. Staffel der „Trucker Babes – 400 PS in Frauenhand“, „Koch die Box!“ und „Die Klinik-Ärzte, Helfer, Diagnosen“ kamen über die 4 Prozent Marktanteile nicht hinaus. Auch der Rückgriff auf altbewährte Formate – „Spektakulärste Kriminalfälle“ und „Achtung Kontrolle“ – brachte nicht den gewünschten Erfolg.

Tele 5

Mit den „Schlechtesten Filmen aller Zeiten“, „D-Movies“ und „BrainFAQ“ hat es Tele 5 auch 2018 wieder geschafft Spielfilm-Inhalte kreativ zu vermarkten. Neben einer neuen Staffel SchleFaZ führte Tele 5 2018 auch das Label „D-Movies – die besten deutschen Filme aller Zeiten“ ein. Unter diesem Titel wurden Filme wie „Rossini“, „Shtonk“, „Late Show“ oder „Es geschah am helllichten Tag“ gezeigt.

Hinter dem Label „BrainFAQ“ verbirgt sich eine 6-monatige Kooperation mit dem Filmmagazin „Deadline“. Passend zum Sendeplatz für Horror- und Suspense-Filme am späten Mittwochabend hat Tele 5 das „BrainFAQ“-Gewinnspiel des Hefts präsentiert, das sich ebenfalls schwerpunktmäßig in diesem Genre bewegt. Im Gegenzug rezensierte „Deadline“ die Mittwochsfilme von Tele 5 in seiner Print-Ausgabe.

Seit 2018 ist der Münchener Fernsehsender Tele 5 für drei Jahre Sponsor des Filmfests München. Im Rahmen der strategischen Zusammenarbeit finden Veranstaltungen mit Co-Branding statt. Zudem werden ausgewählte Festivalfilme im Programm von Tele 5 ausgestrahlt.

2018 hat der Sender aus Protest gegen die dort geltenden Community-Richtlinien seinen kompletten Content von der Videoplattform YouTube genommen. Tele 5 hatte von YouTube einen „Strike“ erhalten, weil in einem Filmtrailer eine nackte weibliche Brust zu sehen gewesen sei. Bei drei Strikes wird ein Kanal seitens YouTube gesperrt. Aus Protest gegen den „nicht gerechtfertig-

ten“ Strike hat Tele 5 seinen YouTube-Kanal von der Plattform genommen und wird seinen Content zukünftig auf seiner eigenen Homepage zugänglich machen. Zudem hat Tele 5 2018 eine App mit einer eigenen Tele-5-Mediathek an den Start gebracht.

Welt

2018 vollzog der frühere Nachrichtensender N24 endgültig die Verschmelzung mit der Springer-Marke „Welt“. Die inhaltliche Ausrichtung und der Charakter der Beiträge haben sich jedoch nicht geändert. Das Programmangebot besteht auch weiterhin aus den beiden Hauptsäulen Nachrichten und Dokumentationen.

Mit Neueinkäufen wie z. B. „Mars“ (Doku-Fiction über die Kolonisierung des Mars) oder der 2. Staffel der Dokureihe „Lost Places“ (Doku-Reihe über verlassene und vergessene Orte) frischte der Sender 2018 sein Portfolio an Dokumentationen auf.

Mit „Vision Gold Runners“ startete Welt am 17. Mai 2018 ein Laufmagazin. Monatlich wird in dem Magazin Aktuelles und Wissenswertes rund um das Laufen präsentiert – vom Alltag ambitionierter Leistungssportler bis hin zu Trainings- und Regenerationstipps. Anlässlich der Leichtathletik EM in Berlin ergänzte Welt das Magazin um zwei Talks. Neben den aktuellen EM-Ereignissen beleuchtete Moderator Christian Beilfuß auch interessante Themen rund um Sport und Integration.

2018 strahlte der Sender weitere Ausgaben der eigenproduzierten Dokureihe „Die Foodtruckerin“ aus.

Fernsehnutzung

2018 wurden an einem durchschnittlichen Wochentag 64,8 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in bayerischen TV-Haushalten durch das Fernsehen erreicht und damit erneut etwas weniger als im Vorjahr. Die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern ist im Jahr 2018 im Vergleich zum Vorjahr um eine Minute auf 187 Minuten pro Tag zurückgegangen. In Bayern wird damit nach wie vor deutlich weniger ferngesehen als im Bundesdurchschnitt mit einer täglichen

Fernsehreichweite von 67,7 Prozent und einer durchschnittlichen Sehdauer von 217 Minuten.

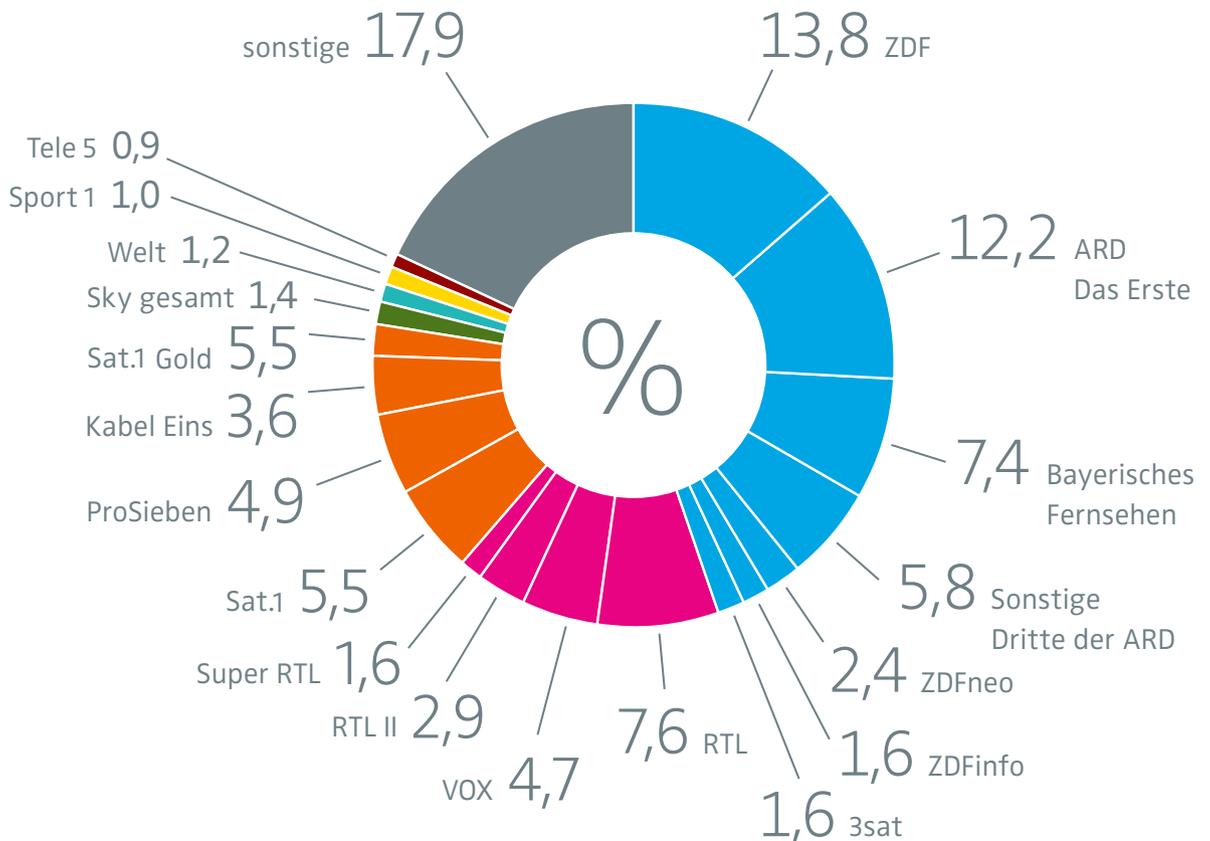
Wie im Jahr 2017 führt das ZDF mit einem Marktanteil von 13,8 Prozent auch 2018 bei den Zuschauern ab 3 Jahren in Bayern die Rangreihe an, vor den dritten Fernsehprogrammen der ARD mit zusammen 13,2 Prozent. Auf das Bayerische Fernsehen entfielen davon wie im Vorjahr 7,4 Prozent. „Das Erste“ erreichte einen Marktanteil von 12,2 Prozent. Platz vier und fünf im Marktanteils-Ranking gingen 2018 in Bayern an RTL (7,6 Prozent) und Sat.1 (5,5 Prozent). Dahinter folgen



187 Min.

Sehdauer 2018 bei Zuschauern ab 3 Jahre

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2018



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

10,7 %

ProSieben war 2018 mit 10,7% Spitzenreiter in der Altersgruppe 14–49 Jahre.

ProSieben (4,9 Prozent) und VOX (4,7 Prozent). Auf Platz acht und neun findet sich mit Kabel Eins (3,6 Prozent) und RTL II (2,9 Prozent) wiederum jeweils ein Programm der ProSiebenSat.1- bzw. RTL-Gruppe. ZDFneo folgt mit 2,4 Prozent Marktanteil vor Sat.1 Gold (1,9 Prozent) sowie ZDFinfo und Super RTL mit einem Marktanteil von jeweils 1,6 Prozent.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen platziert sich 2018 ProSieben mit einem Marktanteil von 10,7 Prozent vor RTL mit 10,0 Prozent. Es folgen – gepusht durch die Fußball-Weltmeisterschaft – Das Erste (8,3 Prozent) und das ZDF (7,6 Prozent) vor Sat.1 mit 7,4 Prozent.

Entwicklung der Werbeumsätze

Die Nettowerbeeinnahmen des werbefinanzierten Fernsehens belaufen sich laut aktueller Zahlen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für das Jahr 2018 auf insgesamt 4,537 Milliarden Euro. Das ist ein Minus von 1,2 Prozent, was vor allem der abgeflauten Konjunkturlage zum Ende des vergangenen Jahres geschuldet ist. Immerhin, TV entwickelt sich damit noch über dem Durchschnitt des Werbemarktes der Medien gesamt, der um 2,4 Prozent im Vergleich zu 2017 zurückgegangen ist.

Nachdem vom ZAW für 2018 keine Daten zu den Nettowerbeeinnahmen der einzelnen bundesweiten Fernseh-anbieter 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 Sky Sport News auf der Grundlage der Bruttowerbeeinnahmen mit einer Steigerung von 42,6 Prozent (bei 9,5 Mio. Euro) den größten Zuwachs verbuchen. Das Fernsehprogramm Sixx konnte das Jahr 2018 mit einem satten Plus von 54,2 Mio. Euro (plus 23,5 Prozent) abschließen.

Positiv entwickelten sich ferner Kabel Eins mit einer Umsatzsteigerung um 48,7 Mio. Euro (plus von 4,5 Prozent), DMAX mit 20,1 Mio. Euro (5,0 Prozent),



4,54 Mrd. €



-1,2 %

Mit 4,54 Mrd. Euro sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2018 um 1,2 Prozent gesunken.

TLC mit 16 Mio. Euro (14,2 Prozent), ProSieben Maxx mit 6,9 Mio. Euro (3,0 Prozent) und Tele 5 mit 5,8 Mio. Euro (2,1 Prozent).

Sport1 konnte sein Ergebnis aus dem Jahr 2017 bestätigen und verbessert sein Ergebnis um 0,2 Mio. Euro auf 365,9 Mio. Euro.

Einen Umsatzrückgang hinnehmen mussten Sat.1 mit 66,7 Mio. Euro (minus 3,0 Prozent), Disney Channel mit 29,5 Mio. Euro (minus 12,9 Prozent), ProSieben mit

19,7 Mio. Euro (minus 0,8 Prozent) und Sat.1 Gold mit 8,7 Mio. Euro (minus 5,6 Prozent)

Insgesamt verzeichneten die nationalen Fernsehanbieter mit Sitz in Bayern mit einem Wachstum der Bruttowerbeeinnahmen um 0,7 Prozent eine etwas günstigere Entwicklung als der TV-Gesamtmarkt, dessen Brutto-Umsätze im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert blieben.

Brutto-Umsätze des Werbefernsehens 2017–2018

Werbeträger	2018 in Mio. €	2017 in Mio. €	Veränderung in %	Veränderung in Mio. €
RTL Television	3.025,0	3.134,0	- 3,5	- 109,0
ProSieben	2.427,0	2.446,7	- 0,8	- 19,7
Sat.1	2.179,3	2.246,0	- 3,0	- 66,7
Vox	1.442,8	1.432,3	0,7	10,5
RTL II	1.151,9	1.124,5	2,4	27,4
Kabel Eins	1.127,0	1.078,3	4,5	48,7
DMAX	420,8	400,7	5,0	20,1
Sport1	365,9	365,7	0,0	0,2
ARD Das Erste	323,9	321,3	0,8	2,6
Super RTL	320,2	318,5	0,5	1,7
ZDF	293,6	266,6	10,1	27,0
Tele5	287,2	281,4	2,1	5,8
Sixx	284,9	230,7	23,5	54,2
Welt	249,0	256,4	- 2,9	- 7,4
ProSieben Maxx	230,2	223,3	3,0	6,9
Disney Channel	199,9	229,4	- 12,9	- 29,5
RTL Nitro	190,6	166,9	14,2	23,7
Comedy Central	179,8	167,3	7,5	12,5
n-tv	149,8	145,0	3,4	4,8
Sat.1 Gold	147,3	156,0	- 5,6	- 8,7
TLC	128,4	112,4	14,2	16,0
Nickelodeon	69,4	92,4	- 24,9	- 23,0
Eurosport National	66,1	68,4	- 3,3	- 2,3
VIVA	38,0	44,6	- 14,7	- 6,6
Sky Sport News	31,7	22,2	42,6	9,5
TV Gesamt	15.329,7	15.331,0	0,0	- 1,3



0,7 %

Die nationalen TV-Anbieter mit Sitz in Bayern liegen mit einem Wachstum von 0,7 Prozent knapp über dem Gesamtmarkt-Niveau (Bruttowerbeumsätze).

Genehmigungen

Verlängerung von Genehmigungen / Zuweisung von Kapazitäten

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

TVA Ostbayern

Der TVA Ostbayern Fernsehprogrammgesellschaft mbH & Co. Studiobetriebs KG wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet Regensburg sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots TVA Ostbayern bis zum 31. Mai 2028 verlängert. Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten für die Verbreitung des lokalen/regionalen Fernsehfensters im Programm RTL wurde bis zum 31. Oktober 2025 befristet.

TV Oberfranken

Der TV Oberfranken GmbH & Co. KG wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet bestehend aus den Planungsregionen Oberfranken-West und Oberfranken-Ost sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots TVO bis zum 31. Juli 2028 verlängert. Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten für die Verbreitung des lokalen/regionalen Fernsehfensters im Programm RTL wurde bis zum 31. Oktober 2025 befristet.

rfo Regionalfernsehen Oberbayern

Der Regionalfernsehen Oberbayern GmbH wurde die Zuweisung von Übertragungskapazitäten in den Kabelanlagen im Versorgungsgebiet Südostoberbayern sowie eine Satellitenkapazität zur Verbreitung des Programmangebots rfo bis zum 31. Dezember 2027 verlängert.

Verlängerung von Kapazitäts- zuweisungen im Rahmen von Neuorganisationsverfahren

main.tv / TV Mainfranken

Für die Neuorganisation der Versorgungsgebiete in Unterfranken wurden die entsprechenden Übertragungskapazitäten zur Verbreitung eines lokalen/regionalen Kabelfernsehprogramms und eines Fernsehfensters im Programm RTL in den bisherigen Versorgungsgebieten Untermain, Würzburg und Main-Rhön mit Veröffentlichung vom 11. Oktober 2018 neu ausgeschrieben. Das Neuorganisationsverfahren konnte im Jahr 2018 nicht abgeschlossen werden. Die bis zum 31. Dezember 2018 laufenden Zuweisungen für die Anbieter Neue Welle „Antenne Aschaffenburg“ Hörfunk- und Fernsehprogrammanbieter GmbH (Untermain) sowie TV Mainfranken GmbH & Co. KG (Würzburg und Main-Rhön) wurden bis zum 30. Juni 2019 verlängert.



Für die Neuorganisation des lokalen/regionalen Fernsehens wurden die Übertragungskapazitäten zur Verbreitung eines lokalen/regionalen Kabelfernsehprogramms und eines Fernsehfensters im Programm RTL im Versorgungsgebiet Ingolstadt mit Veröffentlichung vom 14. Dezember 2018 neu ausgeschrieben. Das Neuorganisationsverfahren konnte im Jahr 2018 nicht abgeschlossen werden. Die bis zum 31. Dezember 2018 befristete Zuweisung an die bisherigen Anbieter wurde bis zum 30. Juni 2019 verlängert.

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 (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 die Netzbetreiber Vodafone Kabel Deutschland, M-net 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

Die Verbreitung der lokalen TV-Angebote über Satellit erfolgt seit Ende März 2018 nur noch in HD.

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 2018 das Breitbandkabel. Alle bayerischen Kabelhaushalte von Vodafone Kabel Deutschland sind in der Lage, mindestens ein originäres 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 TeleColumbus/KMS (PÿUR) eingespeist.

■ DVB-S

Die 16 lokalen TV-Angebote werden über zwei Astra-Transponder auf elf 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.

■ IPTV

Seit 2015 werden im IPTV-Angebot Magenta TV (bis 23. 10. 2018 Entertain) der Deutschen Telekom alle bayerischen Lokal-TV-Programme (Ausnahme: Regio TV Schwaben) verbreitet. Gut auffindbar sind die Programme durch ein lokales TV-Portal auf dem EPG-Platz 20, von wo aus zu den einzelnen Programmen navigiert werden kann. Die Ausstrahlung erfolgt bislang nur in SD-Qualität. Im Jahr 2018 konnte durch eine hochwertigere SD-Programmanlieferung eine Verbesserung der SD-Qualität ermöglicht werden. Die Umsetzung ist für Anfang 2019 geplant.

■ DVB-T2 HD

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 und Lokal-TV

Im Zuge der Digitalisierung der Fernsehsignale ist nach Markteinführung von hochauflösenden TV-Bildern (HDTV) auf großflächigen Flachbildschirmen die Verknüpfung von Rundfunk und Internet ein folgerichtiger neuer Schwerpunkt der Fernsehwelt. Unter dem Titel Smart-TV oder Connected-TV wandeln sich TV-Geräte zu multifunktionalen, ans Internet angeschlossenen Empfängern. Mit dem Standard HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) wurde eine geräteunab-

hängige Basis für den Zuschauer entwickelt, der die klassische Rundfunkwelt mit neuen Internet-Applikationen verbindet und damit einen deutlichen Mehrwert für den Nutzer schafft.

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

Auch in vielen DVB-T2-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/Brandenburg aufgerufen werden.

Mit der kostenlosen Lokal-TV-App (bzw. auch der Lokal-Hörfunk-App) der BLM können die Streaming- und Media-

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

thek-Angebote der lokalen bayerischen Rundfunkangebote auf mobilen Endgeräten (iOS und Android) empfangen werden. Die Streaming-Angebote aller bayerischen 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.

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 Kabel 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 im IPTV-Angebot Magenta TV und bei M-net enthalten.

Lokal-TV-Programme über Kabelnetze in Bayern

Lokal-TV-Programme über Satellit

Die 16 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

main.tv TV Mainfranken (Sw) TV Mainfranken (Wü)

Unterfranken

tvo

Oberfranken

Franken Fernsehen

Mittelfranken

Oberpfalz TV

Oberpfalz

TVA Ostbayern

Oberpfalz

Donau TV TRP1 ISAR TV

Niederbayern

Transponder 1.023 | Astra 1L 11.552 MHz

münchen.tv

Oberbayern

rfo

Oberbayern

intv

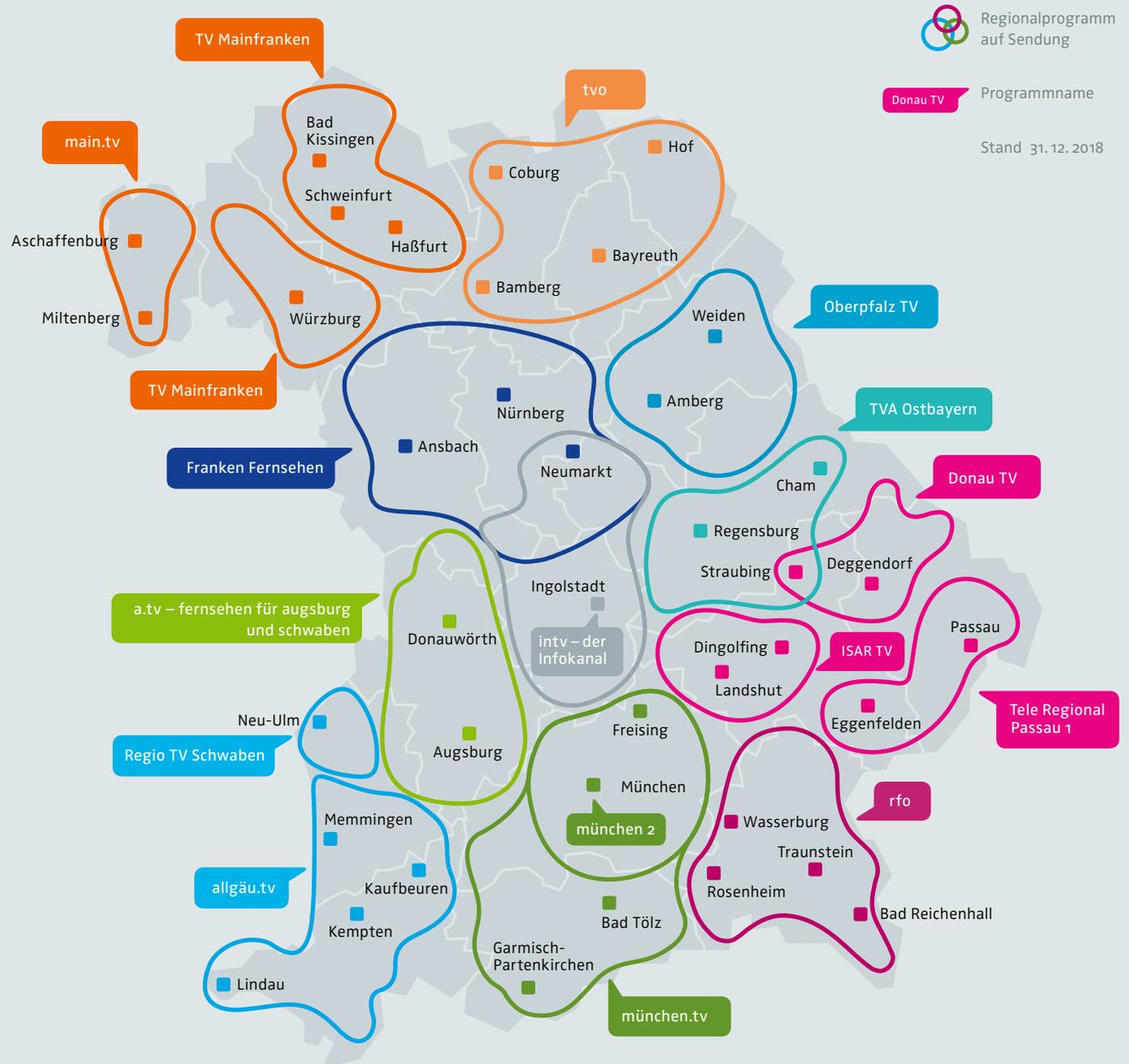
Oberbayern

a.tv

Schwaben

allgäu.tv RegioTV

Schwaben



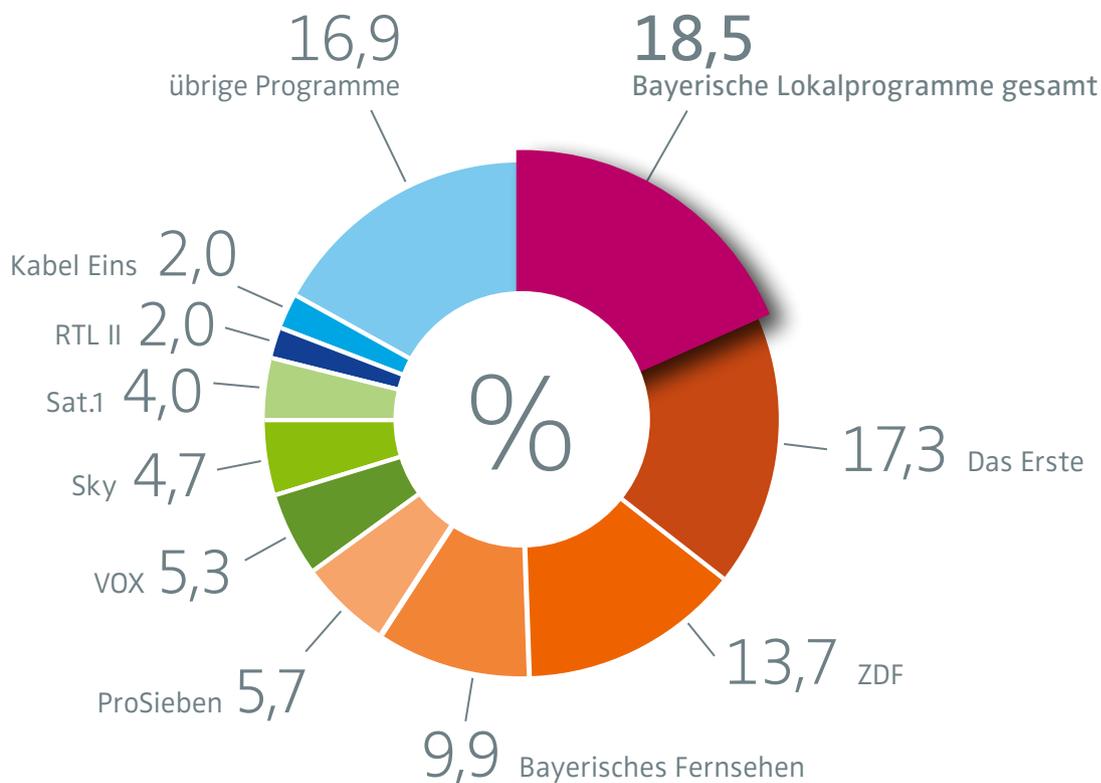
Fernsehnutzung

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2018 wurden im Auftrag der BLM und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS 16.406 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.

Im RTL-Fenster in der Sendezeit zwischen 18:00 und 18:30 Uhr ist der Marktanteil der lokalen Fernsehprogramme (Montag – Freitag) mit 18,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2017: 17,1 Prozent) um 1,4 Prozentpunkte angestiegen.

Trotz der positiven Entwicklung des Marktanteils erreichen die lokalen Fernsehprogramme an einem durchschnittlichen Werktag nur noch 731.000 Personen ab 14 Jahre und damit 139.000 weniger als im Vorjahr (2017: 870.000). In Kabelhaushalten liegt die Reichweite der lokalen TV-Stationen bei 11,3 Prozent (455.000 Zuschauer Mo – Fr).

Marktanteil 2018 Lokalprogramme im RTL-Fenster



Basis: Montag bis Freitag, 18:00 bis 18:30 Uhr; Bevölkerung ab 14 Jahre in RTL-Fensterhaushalten
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2018

In den Empfangshaushalten in ihren Versorgungsgebieten erzielen die lokalen Fernsehangebote an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 8,4 Prozent. Anteilig überproportional viele Zuschauer hat dabei der Spitzenreiter OTV/Oberpfalz TV mit einer Tagesreichweite von 15,0 Prozent, gefolgt von a.tv – Fernsehen für Augsburg und Schwaben und allgäu.tv mit jeweils 13,1 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 11,2 Prozent und verzeichnet damit einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (11,7 Prozent). Auch bei der Tagesreichweite muss Sat.1 Bayern einen Verlust hinnehmen: Von Montag bis Freitag schalten im Durchschnitt 219.000 Personen ab 14 Jahre pro Tag ein. Im Jahr zuvor lag die Tagesreichweite noch bei 274.000 Zuschauern.

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 2018, dass sich Lokalfernsehen im Markt eindeutig durch seine „Informationen aus der Region“ positioniert. 56,7 Prozent sagen, diese gefallen „sehr gut“ oder „gut“. Verbesserungspotenzial gibt

es aus Sicht der Zuschauer weiterhin in Bezug auf die „Informationen aus dem Wohnort“ – hier hat sich der Wert gegenüber dem Vorjahr von 35,2 Prozent auf 29,0 Prozent (gefällt „sehr gut“ oder „gut“) deutlich verschlechtert.

Die besten Imagewerte erzielt Lokalfernsehen in Bayern bezüglich der Items „sympathisch“, „glaubwürdig“ und „aktuell“. „Trifft (voll und ganz) zu“ sagen hierzu 79,6 Prozent, 79,5 Prozent und 75,1 Prozent der „Seher der letzten zwei Wochen“. Alle abgefragten Imagewerte haben sich gegenüber dem Vorjahr verschlechtert.

Hervorzuheben ist der hohe Wert für „stellt die relevanten Themen aus der Region dar“ (73,4 Prozent). Statt der Frage, ob die Lokalprogramme „zuverlässig“ sind, wird nun gefragt nach „berichtet unabhängig“: Dabei wurde im ersten Jahr der Abfrage ein Wert von 64,8 Prozent erreicht.

Ein verbesserungsfähiges Image hat Lokalfernsehen weiterhin bei „professionell“ (60,8 Prozent). Hinsichtlich der Professionalität hat Sat.1 Bayern ein vergleichsweise deutlich besseres Image. Auch sagen nur 43,2 Prozent der „Seher in den letzten zwei Wochen“, dass sich Lokalfernsehen von der Machart her nicht von nationalen Fernsehsendern unterscheidet.

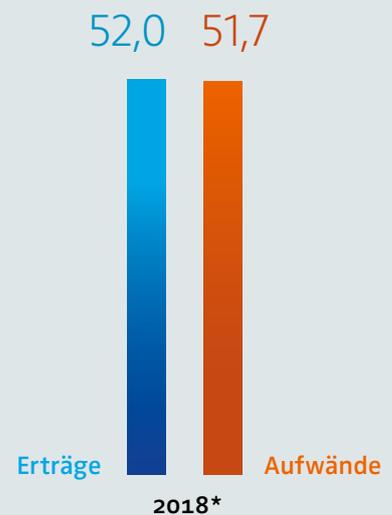
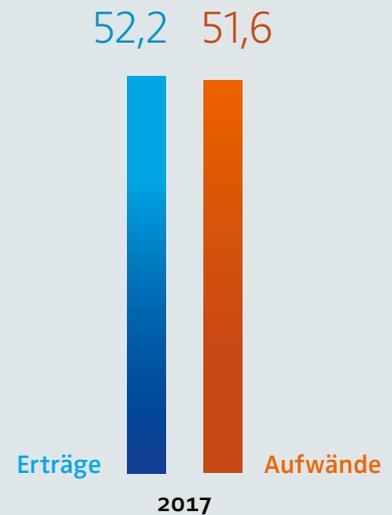


Spitzenreiter 2018 ist OTV/Oberpfalz TV Tagesreichweite von 15,0 Prozent.

Wirtschaftliche Lage

Zum sechsten Mal führte Goldmedia im Auftrag der Landeszentrale Mitte 2018 die Studie „Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern“ durch, um Daten der bayerischen Anbieter zur Beschäftigungs- und Wirtschaftssituation zu erfassen. Die Befragung ergab, dass die insgesamt 26 privaten Anbieter landesweiter und lokaler Fernsehprogramme in Bayern (inklusive Spartenanbieter) für das laufende Geschäftsjahr 2018 mit Erträgen in Höhe von 52,0 Mio. € rechnen und damit mit ähnlich hohen Einnahmen wie im Vorjahr (52,2 Mio. €). Die erwarteten Gesamtaufwendungen von 51,7 Mio. € gegenübergestellt (2017: 51,6 Mio.), ergäbe sich wie im Jahr 2017 ein Kostendeckungsgrad von rund 101 Prozent. Die Anbieter gehen demnach weiterhin von einer nahezu konstanten Geschäftsentwicklung aus. Bereits seit 2014 arbeiten die Anbieter lokaler und landesweiter Fernseh- und Spartenprogramme in Bayern in der Summe kostendeckend.

Erträge und Aufwände im privaten landesweiten und lokalen Fernsehen



in Bayern, inkl. Spartenanbieter

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

Mitte 2018 weisen die bayerischen TV-Anbieter 817 Beschäftigte aus. Der Abwärtstrend, der sich von 2016 mit 826 Beschäftigten auf 2017 abzeichnete (792), hat sich wieder umgekehrt. Mit 817 Beschäftigten liegt die Anzahl Mitte 2018 über dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (796).

Die 16 Anbieter des lokalen Fernsehens geben im Rahmen der Goldmedia-Erhebung Mitte 2018 an, im laufenden Geschäftsjahr Gesamterträge in Höhe von 38,7 Mio. € zu erwarten. Ihre Aufwandsprognose beläuft sich auf 38,6 Mio. €. Die Anbieter gehen damit von einer leicht rückläufigen Entwicklung ihrer Wirtschaftlichkeit im Vergleich zum Vorjahr aus. 2017 standen den etwas höheren Erlösen 38,9 Mio. € etwas geringere Kosten von insgesamt 38,5 Mio. € gegenüber. Für das laufende Geschäftsjahr 2018 erwarten die Lokal-TV-Anbieter also eine leichte Verschlechterung des Kostendeckungsgrades von 101 Prozent in 2017 auf 100 Prozent in 2018. Dabei gilt es jedoch zu berücksichtigen, dass die technischen Verbreitungskosten im Jahr 2018 mit 11,87 Mio. € deutlich höher als im Jahr 2017 (10,71 Mio. €) gefördert worden sind.

Die Zahl der Beschäftigten im bayerischen Lokalfernsehen lag Mitte 2018 bei 589 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und damit auf ähnlichem Niveau wie 2017 (584) und nur leicht unter dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre (595).

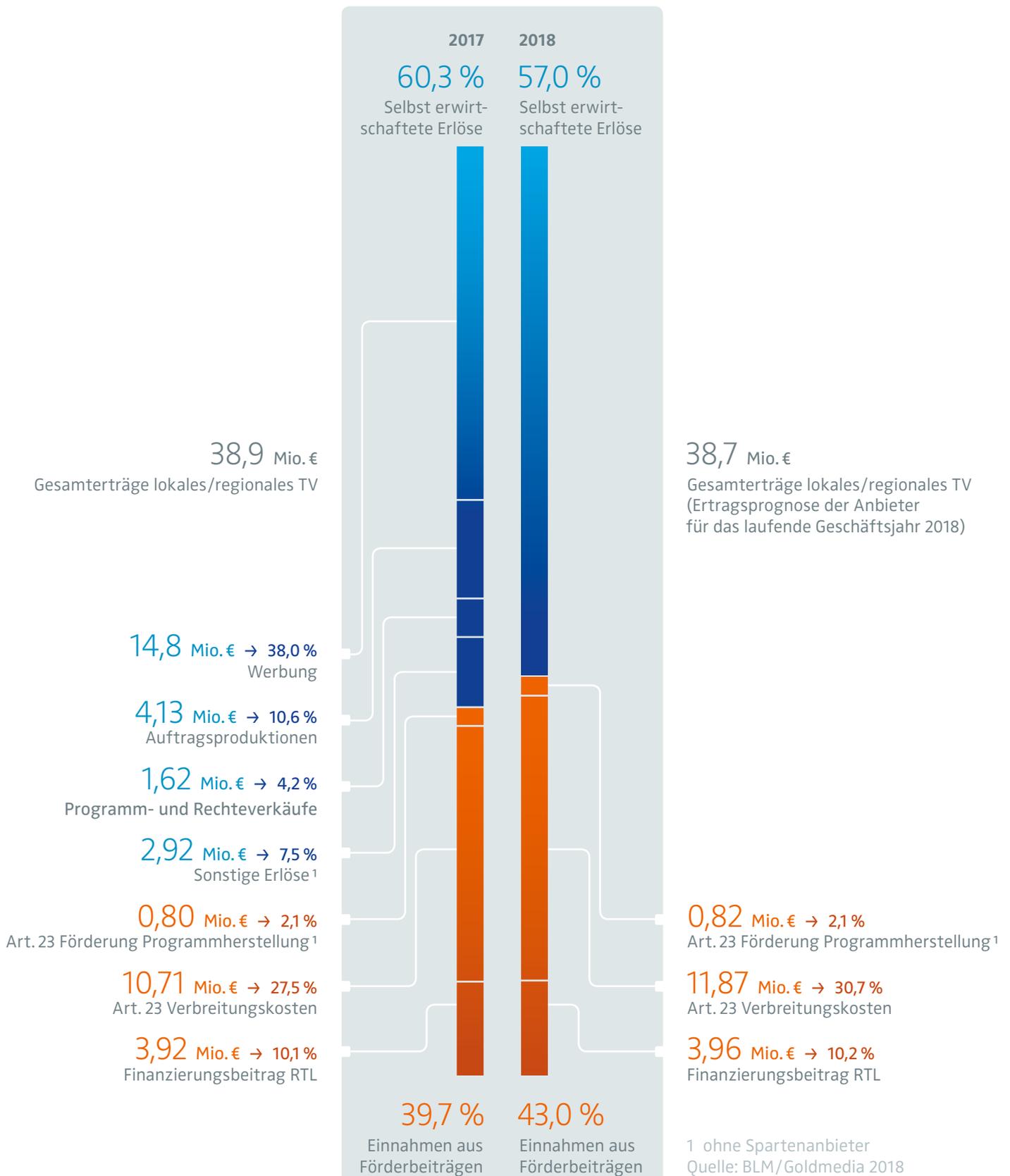
Beschäftigte im privaten landesweiten und lokalen Fernsehen inkl. Spartenanbieter



* bei 18 Hauptanbietern

** gemäß Angaben der Anbieter für Mitte 2018

Finanzierungsstruktur des lokalen Fernsehens¹ in Bayern 2017 und 2018 im Vergleich



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

Programmbeobachtung

Standardbeobachtung: Betraute Programme und landesweite Fenster

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

Es wurden für die Beobachtung Stichproben des Lokalprogramms im Umfang von meist einer Woche untersucht und auf Basis des BLM-TV-Codebuchs analysiert. Bei 16 lokalen Programmen bedeutete das einen Beobachtungsumfang von insgesamt 80 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine (2.400 Minuten) sowie weitere rund 175 Special-

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

Von den beiden landesweiten Fenstern auf RTL und Sat.1 am Wochenende werden jedes Jahr mindestens vier Ausgaben beobachtet (480 Minuten). Im Jahr 2018 wurden darüber hinaus zwei Stichprobenwochen der werktäglichen Ausgaben von „17:30 Sat.1 Bayern“ inhaltlich analytisch beobachtet.

Qualitative Beobachtung: Neue Formate, Problematische Inhalte

Bei der qualitativen Beobachtung der genehmigten Fernsehprogramme werden Formate analysiert und ihre handwerkliche sowie inhaltliche Qualität beurteilt, darunter im Berichtsjahr 23 neue Formate im lokalen Fernsehen sowie fünf Sonder-sendungen. Die verstärkte programmliche Zusammenarbeit der Lokalfernsehanbieter in Unterfranken und Niederbayern war Anlass für zusätzliche Beobachtungen (zusammen 1.530 Minuten).

Überdies wurden insgesamt sieben Wochen lang die Nachrichtenmagazine der Lokalfernsehanbieter gesichtet, um die Gestaltung verschiedener Rubriken zu analysieren, sowie weitere zwei Monate eines einzelnen Lokalfernsehanbieters, um Mehrfachverwertungen im Programm zu identifizieren (zusammen ca. 3.000 Minuten).

Darüber hinaus wurden im Jahr 2018 13 eingegangene Programmbeschwerden bearbeitet.



453

2018 wurden insgesamt mehr als 453 Sendestunden untersucht:

Sonderbeobachtung: Berichterstattung Landtagswahl in Bayern

Als Sonderprojekt wurde die Berichterstattung über die Landtagswahl bei den 16 Lokalfernsehanbietern untersucht. Der Beobachtungszeitraum erstreckte sich über fünf Wochen und unterteilte sich in die vier Wochen vor der Wahl, die sogenannte Vorberichterstattung (17. 09.–13. 10. 2018), den Wahltag selbst (14. 10. 2018) sowie die Woche unmittelbar nach der Wahl, die sog. Nachberichterstattung (15.–21. 10. 2018).

Für die Untersuchung wurden insgesamt 460 Sendungen, darunter 400 Nachrichtensendungen, 44 Sondersendungen und alle Live-Sendungen am Wahlabend überprüft. Insgesamt wurden damit ca. 250 Programmstunden auf Beiträge mit Wahlbezug gesichtet.

Wer berichtete in welchem Umfang? Wie wurde in den Sondersendungen am Wahlabend informiert? Welche Anbieter hatten eigene Rubriken im Vorfeld der Wahl im Programm? Für die Beobachtung der Vor- und Nachberichterstattung wurde ein speziell auf Wahlberichterstattung angepasster Codeplan entworfen.

Es gelang, ein umfassendes Bild über die Informationsleistung der bayerischen Anbieter vor, während und nach der Landtagswahl zu zeichnen. Fast 98 Stunden lang wurde in den Beobachtungswochen über politische Sachthemen, Wahlkampfthemen, die zur Wahl stehenden Kandidaten und das Wahlprogramm der Parteien und schließlich die Wahlergebnisse berichtet. In den relevanten 352 Nachrichtenbeiträgen, 44 Sondersendungen und zehn Live-Sendungen am Wahlabend kamen 1.469 O-Töne von Politikern und politischen Vertretern von 13 zur Wahl angetretenen Parteien vor. Diese O-Töne von Politikern summierten sich auf eine Gesamtrededzeit von über 6 Stunden in den aktuellen Beiträgen.

Jugendschutz

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

Prävention und Beratung

Die Landeszentrale hat im Jahr 2018 ihr Präventions- und Beratungsangebot für Anbieter fortgesetzt. Erneut fanden zahlreiche Gespräche mit den Jugendschutzbeauftragten der Fernsehsender und Telemedienanbieter im Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale statt.

Neben der bereits zum 17. Mal stattfindenden Münchner Jugendschutzrunde, einem offenen Expertenaustausch mit Jugendschutzbeauftragten privater TV- und Internet-Anbieter aus München und Umgebung sowie Jugendschutzsachverständigen des Bayerischen Landesjugendamtes, des Stadtjugendamtes München sowie des Sozialministeriums, gab es einen regen Austausch mit Experten zu verschiedenen Themen, z.B. zum Thema „politischer Extremismus im Netz“ sowie Schulungen von Multiplikatoren.

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

Aufsicht über Fernsehangebote

Die Landeszentrale nimmt im Zuge ihrer Programmbeobachtung unter Jugendschutz Gesichtspunkten 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, aber auch die lokalen Anbieter, vornehmlich Kabel Eins, münchen.tv, münchen.2, Sport1, Tele 5, N24 und Anixe, die digitalen Programme von Sky, TNT Film, TNT Serie, Discovery Channel sowie History.

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

Das Hauptaugenmerk in der 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 aufwändiger Abgleich der Schnittauf lagen vorzunehmen. Diese sind meist Voraussetzung für eine herabgestufte FSK-Kennzeichnung bzw. für eine Ausnahmegenehmigung und bieten den Anbietern die Möglichkeit, Filme bzw. Serien-

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 2018 der Landeszentrale



29

Die Landeszentrale hat bei 29 ursprünglich indizierten Filmen überprüft, ob die für eine Ausnahme-genehmigung erteilten Schnittaufgaben erfüllt und die Filme zeitlich korrekt platziert wurden.

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

Im Jahr 2018 wurden insgesamt 29 Filme (Vorjahr: 18 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.

■ Prüfwahlen Fernsehen

Insgesamt wurden im Jahr 2018 die Verfahren zu neun bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen. In allen neun Fällen stellte die KJM Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV fest. Dabei handelte es sich um einen Werbespot, fünf Episoden einer Krimiserie, zwei Episoden eines Crime-Formates sowie einen Spielfilm. Die Landeszentrale beanstandete sämtliche Fälle und verhängte in fünf Fällen zusätzlich ein Bußgeld gegen den Anbieter.

Aufsicht über Telemedien

Die Landeszentrale ist für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen der in Bayern ansässigen Telemedienanbieter zuständig. Dazu zählen Angebote großer Anbieter, wie die Online-Mediatheken bundesweiter Fernsehsender oder Video-on-Demand-Angebote wie Amazon Prime Video, Maxdome oder verschiedene Angebote von Sky. Dazu gehören aber auch sämtliche Internetseiten von kleinen Unternehmen oder Einzelpersonen aus Bayern.

■ Prüfwahlen Telemedien

Im Bereich Telemedien wurden 2018 insgesamt zwölf Aufsichtsverfahren aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale abgeschlossen. Die Landeszentrale setzte die von der KJM beschlossenen Maßnahmen – Beanstandungen, Untersagungen und Bußgelder – um.

In mehreren Verfahren hatten die jeweiligen Anbieter bereits im Rahmen der Anhörung der Landeszentrale die erforderlichen Jugendschutzmaßnahmen umgesetzt oder die jugendschutzrelevanten Inhalte entfernt. In diesen Fällen wurden die entsprechenden Aufsichtsverfahren eingestellt.

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 2018 hat die Landeszentrale bei insgesamt 235 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 27 Verdachtsfälle betreffen das nationale Fernsehen, 208 Fälle das lokale Fernsehen. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle lag mit insgesamt 90 Fällen bei möglichen Verstößen gegen die Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben der verschiedenen Werbeformen.

Telemedien

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

Die Landesmedienanstalten haben, wie auch in den Vorjahren schon, der schnellen Weiterentwicklung von technischen Möglichkeiten und inhaltlichen Phänomenen im Bereich der sozialen Netzwerke durch eine Anpassung ihres Informationspapiers Rechnung getragen. 2018 wurde das Papier  „**Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten**“ von Grund auf überarbeitet. Die Darstellung der verschiedenen Fallkonstellationen in den verschiedenen Netzwerken erfolgt nun mit Hilfe einer Matrix. Einmal mehr wurde auch die Veranstaltung #watchdog durchgeführt, bei der die Medienanstalten mit Influencerinnen und Influencern Fragen der Rechtssicherheit in diesem immer mehr an Bedeutung gewinnenden Betätigungsfeld diskutiert haben.

235

Aufsichtsrechtliche Maßnahmen wurden 2018 in 235 Fällen wegen eines Anfangsverdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Die Landeszentrale hat im Jahr 2018 50 Beschwerdefälle zu Telemedienangeboten bearbeitet.

In besonderem Maße beschäftigte die Landeszentrale der Fall Pastewka, der auch auf großes mediales Interesse stieß. So untersagte die Landeszentrale wegen Schleichwerbung die Abrufbarkeit einer Folge der deutschen Comedy-Serie Pastewka bei Prime Video. Prime Video ist ein Video-on-Demand-Angebot (Telemedium) des Onlineversandhandels „Amazon.de“ und im kostenpflichtigen Abonnement „Amazon Prime“ enthalten. Da auch für Telemedien das Verbot der Schleichwerbung gilt, war die Landeszentrale entsprechenden Hinweisen nachgegangen. Zuvor hatte sie ermittelt, für die Aufsicht über das Angebot „Prime Video“ zuständig zu sein. Da die Landeszentrale zu dem Schluss kam, dass eine Folge der Serie Pastewka von Schleichwerbung durchdrungen sei, war die weitere Abrufbarkeit der Folge zu untersagen.

Glücksspielwerbung

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

die Glücksspielaufsicht eine Maßnahme gegen einen Glücksspielanbieter erlassen hatte, überprüfte die Landeszentrale, ob Werbung für das Glücksspiel trotzdem weiterhin in den Fernseh- und Hörfunkprogrammen der Anbieter der Landeszentrale verbreitet wurde. Bei entsprechendem Handlungsbedarf wurden aufsichtliche Verfahren eingeleitet.

Weiterhin in besonderem Maße beschäftigten die Landeszentrale die Aufsichtsverfahren 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, die entsprechende Werbung in den Programmangeboten ihrer Veranstalter beobachtet hatten, gegen diese 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. Nachdem alle Fernsehanbieter gerichtlich gegen die Maßnahmen der Landeszentrale vorgegangen sind, liegen inzwischen die ersten Gerichtsentscheidungen vor. Alle bisher von den bayerischen Gerichten entschiedenen Verfahren gingen zugunsten der Landeszentrale aus, jedoch wurde noch nicht in allen Gerichtsverfahren eine Entscheidung getroffen.

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 2018 gingen drei Beschwerden zu Gewinnspielsendungen bei der Landeszentrale 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 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 31.223,3 T€ wurden 2018 50,4 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Technische Verbreitungskosten lokaler TV-Veranstalter wurden zusätzlich mit 11,87 Mio. Euro gemäß Art. 23 BayMG aus dem Bayerischen Staatshaushalt gefördert.

Fördermaßnahmen 2018	T€	%-Anteil
Programmförderung	700,0	2,2
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,8
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.947,0	15,8
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	2.260,8	7,2
Medienforschung	866,6	2,8
Ausbildungsförderung	1.183,0	3,8
Medienpädagogik	700,7	2,2
Mitgliedsbeiträge	85,4	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.188,8	3,8
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	1.650,0	5,3
Innovationsförderung	384,3	1,2
Mediennetzwerk	311,8	1,0
Summe	15.778,4	50,4

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen sowie des technischen Betriebs der privaten Rundfunkanbieter wurden 2018 insgesamt rd. 2.261 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 2018 rd. 1.741,3 T€ aufgewendet. Kosten für den technischen Betrieb wurden in Höhe von 519,5 T€ von der Landeszentrale übernommen. Durch diese Unterstützung soll eine nachhaltige Entwicklung für den Rundfunk in Bayern gesichert werden.

Im Jahr 2018 erhielt die Landeszentrale zweckgebunden für die Förderung des terrestrischen, digitalen Hörfunksystems eine zeitlich begrenzte Zuwendung aus dem Bayerischen Staatshaushalt in Höhe von 900 T€ (Vorjahr 433 T€). Für das Jahr 2019 wurden ebenfalls 900 T€ in Aussicht gestellt.

Dazu kamen aus der Förderung nach Art. 23 BayMG 11.869 T€ für Verbreitungskosten lokaler/regionaler TV-Angebote (→ s. Seite 117 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 2018 erhielt dementsprechend afk max als Aus- und Fortbildungsradios 8,8 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 64,5 T€ erhalten.

Die Verbreitungskosten der gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feierwerk e.V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München und Radio München wurden 2018 mit 28,9 T€ (UKW) und 144,3 T€ (DAB) gefördert.

Digitalradio

Für die Förderung der DAB-Netze (ohne gemeinnützige Programme, s. o.) standen 2018 Mittel in Höhe 1.494,8 T€ zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 3.293 T€ ergibt sich eine Gesamtförderquote von 45 Prozent (Vorjahr 47 Prozent).

Für die landesweiten DAB-Programme fielen im Jahr 2018 Infrastrukturkosten in Höhe von 1.339 T€ an. Dafür wurden Fördermittel in Höhe von 431,3 T€ ausgereicht. Das entspricht einer Förderquote von 32 Prozent (Vorjahr 30 Prozent).

Im Bereich der regionalen DAB-Netze beliefen sich die Fördermittel (inkl. Sonderförderung) auf insgesamt 1.063,5 T€. Damit lag die Förderquote für regionale DAB-Anbieter im Jahr 2018 bei ca. 54 Prozent (Vorjahr 62 Prozent) der Infrastrukturkosten in Höhe von insgesamt 1.954 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.

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 2018 insgesamt 519,5 T€ aufgewendet.

Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb

	T€
afk-Radios	73,3
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	173,2
DAB+-Sendernetz	1.494,8
Standortoptimierung	120,9
Versorgungsanalyse und -messung	134,9
Medien-Informationssystem (MEDIS)	30,6
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	117,2
Sende-Betrieb-Service (SBS)	16,2
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	83,2
Zentralserver für Streaming und Mediatheken	16,5
Gesamt	2.260,8

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2018 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. € für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt.

Der FilmFernsehFonds Bayern (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 2018 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.

Der Präsident der Landeszentrale Siegfried Schneider ist stellvertretender FFF-Aufsichtsratsvorsitzender. Mitglied im Vergabeausschuss, der über die Auswahl der geförderten Projekte in jährlich fünf Sitzungen entscheidet, ist als Vertreter der BLM der Geschäftsführer Martin Gebrande. Als Stellvertreterin ist Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, benannt. Im Vergabeausschuss Games, der dreimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielbereich 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 2018 rd. 700 T€ aufgewendet.

Im Jahr 2018 konnten besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 700.000 € gefördert werden. Davon entfielen 476.435 € auf Hörfunkbeiträge und 223.565 € auf Fernsehbeiträge. Insgesamt beteiligten sich 30 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer an der Ausschreibung und reichten 67 Anträge ein (62 Hörfunk, 5 Fernsehen). Für 50 Sendungen von 25 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 46 Sendungen von 21 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Großteil dieser Projekte wurde auch schon in den Vorjahren gefördert. Bei elf der geförderten Sendungen handelte es sich um neue Projekte. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden ca. 49 Prozent des Gesamtfördervolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studenten oder behinderten Menschen ausgereicht (232 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 14.125 € (Sankt Michaelsbund) und 148.000 € (abm).

Sechs Hörfunkprojekte befassten sich ausschließlich mit dem Schwerpunktthema 2018 „100 Jahre Freistaat Bayern“ und „200 Jahre Bayerische Verfassung“. In 19 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 der Hälfte 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. Weitere regelmäßige Projekte der BLM-Medienforschung befassen sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Mediennutzung und -vielfalt. Im Jahr 2018 wurden insgesamt rund 867 T€ für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten dienen der BLM insbesondere als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in Bayern angebotenen Rundfunkprogramme in der Trägerschaft der BLM.

Media Analyse

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e.V. (agma) die Interessen des bayerischen Lokalfunks. 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 hierbei 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.

In einem wiederkehrenden Rhythmus veröffentlicht die agma ihre Forschungsergebnisse, die Media-Analysen. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die zweimal pro Jahr veröffentlichte ma Audio, die die Nutzung von Radio und anderen Audioangeboten auf Basis von rund 70.000 computergestützten Telefoninterviews 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 mit den landesweiten und überregionalen Hörfunkprogrammen und somit die Berücksichtigung des Lokalfunks in den Streuplänen der national tätigen Werbungtreibenden und Werbeagenturen. Zudem stellen die  **Ergebnisse** 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**“ beauftragen. Nach einer Pilotierung in 2016 und methodischen Optimierung in 2017 wurde die Studie 2018 erstmals im „Testbetrieb“ in die ma Audio fusioniert mit dem Ziel, die Studie ab 2019 in den Regelbetrieb der ma Audio zu überführen. Eine Ausweisung von



Ergebnisse der ma 2018
Radio II s. Seite 46

DAB+ im Rahmen der ma Audio ermöglicht es, valide und allgemein akzeptierte Reichweiten für die Sender auf dem Bundesmux zu liefern, die anteilige digitale Nutzung von Radio über DAB+ (und IP) im Vergleich zu UKW zu ermitteln und zu monitoren sowie eine evtl. stattfindende „UKW-Abschaltdiskussion“ auf einer fundierten Basis von Nutzungsdaten vergleichbar mit Großbritannien und Norwegen führen zu können.

Fernsehforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK Fernsehforschung zur Verfügung, die v. a. im Hinblick auf programminhaltliche und konzentrationsrechtliche Fragen, aber auch zur Analyse der Angebotsstruktur im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen sowie zur Bewertung von Programmkonzepten, genutzt 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.

Funkanalyse Bayern 2018

Die Landeszentrale hat in Wahrnehmung der öffentlichen Verantwortung und ihrer Trägerschaft für die privaten Rundfunkangebote in Bayern die gesetzliche Aufgabe, auf positive wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Programmanbieter hinzuwirken. Da die wirtschaftliche Situation der privaten Anbieter ganz wesentlich durch Einnahmen aus Werbeschaltungen bestimmt wird, werden zur Unterstützung des Marketings aktuelle Untersuchungsergebnisse benötigt, die die Leistungsfähigkeit der bayerischen Programme als Werbeträger belegen. Die Funkanalyse Bayern stellt den lokalen Hörfunkanbietern als Ergänzung zur ma Radio / Audio aktuelle Reichweitenergebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz in

ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet zur Verfügung. Darüber hinaus bilden die Ergebnisse der Funkanalyse die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse beim lokalen Hörfunk.

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2018** wurden von Januar bis März 2018 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 24.699 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.

In einer zweiten Stichprobe wurden 16.706 Befragungen zur Bekanntheit, Nutzung und Bewertung der lokalen und landesweiten Fernsehprogramme durchgeführt. Die Datenerhebung der Fernsehstudie erfolgte ebenfalls mittels computergestützter Telefoninterviews. Die Befragung basierte wie in den Vorjahren auf einer Festnetzstichprobe und der Grundgesamtheit der ab 14-Jährigen.

Wie in den Vorjahren wurde die Konzeption des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die rund 90 Auftraggeber der Studie von der BLM ausgearbeitet. Die beteiligten Hörfunk- und Fernsehanbieter haben im Rahmen der von der Landeszentrale veranstalteten Arbeitskreise Zuschauer- bzw. Hörerforschung die Möglichkeit, ihre Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern einzubringen. Für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2018 erbrachten Basisleistungen wurden

1,36 Mio. € aufgewendet. Der Anteil der BLM an diesen Kosten belief sich im Jahr 2018 wie im Vorjahr auf rund 33 Prozent. Für zusätzliche Leistungen, in erster Linie Sekundärauswertungen, wurden von der BLM weitere rund 35 T€ aufgewendet.

Sekundärauswertungen Hörfunk

Aus den im Rahmen der Funkanalyse erhobenen Daten erstellte die Landeszentrale für alle lokalen Hörfunksendgebiete in Bayern Grafikreports, in denen Reichweiten und Programmimages in ihrer Entwicklung dargestellt sind. Darüber hinaus förderte die BLM wie in den Vorjahren einzelne Anbieter mit jeweils 200 Euro, 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.

Sekundärauswertungen 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. In den insgesamt 13 Workshops im Jahr 2018 konnten wiederum programmnahe Auswertungen vorgenommen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr gezogen werden. Damit konnte die

24.699

Im Rahmen der Funkanalyse wurden repräsentative Daten zur Hörfunknutzung aus 24.699 Befragungen erhoben.

16.706

Zum Zuschauerverhalten und zur Empfangbarkeit der TV-Programme wurden Daten aus 16.706 Befragungen erhoben.

Landeszentrale den lokalen Fernsehanbietern Bayerns fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz zur Verfügung stellen. Gleichzeitig unterstützen diese Standortauswertungen die BLM und ihre Gremien bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen und regionalen Fernsehkonzepts in Bayern.

Gutachten im Vorfeld der Ausschreibung der Funkanalyse Bayern 2020

Anfang 2018 hat die BLM gemeinsam mit den Rundfunkanbietern in Bayern beschlossen, die Funkanalyse Bayern 2020, zunächst für den Bereich Hörfunk, auszuschreiben (die Ausschreibung erfolgte im März 2019). Im Vorfeld wurde das aktuelle Studiendesign der Funkanalyse mittels eines Gutachtens zu möglichen Ansätzen der Hörerforschung, ergänzt durch eine in der BLM entstandene Masterarbeit zur Audience Measurement im internationalen Vergleich, in methodischer Hinsicht auf den Prüfstand gestellt. Die Ergebnisse wurden allen lokalen Hörfunkanbietern im Rahmen eines Arbeitskreises zur laufenden Funkanalyse präsentiert.

Parallel zu den Vorarbeiten der Ausschreibung wurde eine Neuorganisation der Funkanalyse in die Wege geleitet. Das Projekt wird nun 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. Die Steuerungsgruppe tagte zum ersten Mal im Dezember 2018, um die ersten Details der Ausschreibung festzulegen.

Online-Audio-Monitor

Erstmals wurde in 2018 der Online-Audio-Monitor (OAM) durchgeführt, der den bisherigen Webradio-Monitor ablöste. Der Webradio-Monitor untersuchte von 2009 bis 2017 die Entwicklung von Webradio in Deutschland – zunächst mit einer Anbieterstudie, später ergänzt um eine Nutzerbefragung. Der Webradio-Monitor wurde von der BLM entwickelt und in den letzten Jahren in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und dem Verband Privater Medien (VAUNET) veröffentlicht. Die Auftraggeber haben sich Anfang 2018 entschieden, das Projekt weiterzuentwickeln und sich auf die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen zu konzentrieren.

Der Online-Audio-Monitor ist eine eigenständige Studie, die jedoch inhaltlich den Digitalisierungsbericht Radio ergänzt. Zudem werden Synergieeffekte in der Erhebung genutzt, die sich aus der Anlage der beiden Studien ergeben. Mit der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landesanstalt für Medien NRW sind zudem weitere Partner aus dem Kreis der Landesmedienanstalten als Auftraggeber hinzugekommen.

Der  **Online-Audio-Monitor** untersucht bevölkerungsrepräsentativ die Online-Audio-Nutzung. Insgesamt wurden vom beauftragten Institut Kantar 7.850 CATI-Interviews durchgeführt. Die Studie liefert u. a. Daten zur Nutzung von Webradio, Streamingplattformen und

Online-Audio-Monitor
Bayern

59,1%

Knapp sechs von zehn
Personen ab 14 Jahre
in Bayern nutzen
Online-Audio-Angebote

38,9%

hören Radio über das
Internet

53,3%

Weit mehr als jeder
Zweite nutzt Audio-
Inhalte auf Abruf

15,5%

hören Podcasts, Radio-
sendungen oder andere
Beiträge auf Abruf

Podcasts, zum Audio-Nutzungsverhalten im Auto, der Zahlungsbereitschaft und dem Einfluss von Zero-Rating-Tarifen auf das Nutzungsverhalten sowie der Verbreitung und Verwendung sogenannter Smart Speaker, wie Amazons sprachgesteuerten Echo-Geräten.

Im Anschluss an die Veröffentlichung der bundesweiten Ergebnisse analysierte die BLM die Daten des Online-Audio-Monitors für  **Bayern**, um die Online-Audio-Nutzung in ihrem Bundesland im Vergleich berichten zu können.

Digitalisierungsbericht Video

54,6%

Spitzenwert in Bayern: Mehr als jeder zweite TV-Haushalt in Bayern verbindet mindestens ein TV-Gerät zumindest zeitweise mit dem Internet (Deutschland gesamt: 49 Prozent)

25,0%

Jeder vierte ab 14-Jährige in Bayern hat Netflix, Amazon Prime oder einen anderen Streaming-Dienst abonniert

Digitalisierungsbericht Radio (Audio) Bayern

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. In diesem Jahr wurden die Daten für den Radio- und Video-Bereich erstmalig gesondert erhoben und berichtet. Die Erhebung zum Radio zeigt, dass sich auch in diesem Jahr ein beträchtliches Wachstum beim Digitalradiostandard DAB+ verzeichnen lässt. Zugleich gewinnt die Übertragung von Hörfunkprogrammen über das Internet weiter an Bedeutung. Für die lineare Verbreitung von Radioprogrammen bleibt UKW nach wie vor dominierender Übertragungsweg. Wie bereits in den Vorjahren zeigt sich im Trend jedoch eine rückläufige UKW-Nutzung zugunsten digitaler Übertragungswege.

Die von der BLM erstellte Analyse der Daten und ihre grafische Aufbereitung bestätigen die Führungsrolle Bayerns bei DAB+ im  **Ländervergleich**.

Digitalisierungsbericht Video Bayern

Der Digitalisierungsbericht ging 2018 in sein 14. Erscheinungsjahr. 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, Sky, Unitymedia und Vodafone von Kantar durchgeführt wurde, basiert auf 7.501 computergestützten Telefoninterviews. 750 dieser Interviews entfielen auf Bayern und erlaubten eine separate  **Analyse** und Berichterstattung.

Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/18

Die Erhebung von Basisdaten zur Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungsstruktur der lokalen Rundfunkunternehmen in Bayern wurde im Jahr 2018 im Auftrag der BLM von der Goldmedia GmbH durchgeführt. Die dabei erhobenen Informationen zur wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern sind für die Landeszentrale von großer Bedeutung. Sie dienen der Weiterentwicklung und Anpassung der lokalen Hörfunk- und Fernsehkonzepte und ermöglichen eine Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Programmerstellung durch die von der BLM verantworteten Rundfunkprogramme.

Die Studie basiert auf einer Vollerhebung der Aufwands-, Ertrags- und Beschäftigungszahlen aller in Trägerschaft der BLM angebotenen landesweiten und lokalen Radio- und Fernsehprogramme mittels Befragung. Im Bereich des Hörfunks zählten zur Grundgesamtheit der Untersuchung zudem auch in Bayern ansässige Anbieter, die ihre Programme 2017 bundesweit oder in mehreren Bundesländern verbreiteten.

84 Prozent der befragten Hörfunk-Anbieter stellten Goldmedia die benötigten Daten zur Verfügung. Im Bereich des Fernsehens konnte mit einer Rücklaufquote von 92 Prozent sogar eine noch bessere Ausschöpfung erzielt werden.

Falls Anbieter nicht an der Befragung teilnehmen wollten oder ihren Sendebetrieb im Laufe des aktuellen Geschäftsjahres 2018 einstellten, wurden deren Senderdaten für 2017 anhand vergleichbarer Sender bzw. vorliegender Daten der vergangenen Jahre von Goldmedia in Kooperation mit der BLM geschätzt. So konnte das vollständige Marktvolumen in Bayern abgebildet werden. Die Aufstellung des Fördermitteleinsatzes 2017 für die landesweiten und lokalen Fernsehsender wurde von der BLM zugeliefert.

Zusätzlich wurde die Erhebung 2018 um Fragen zu Bayern als Medienstandort und zur Vernetzung der Rundfunkbranche ergänzt. Dieser Teil der Befragung fand in Abstimmung mit dem Medien-Netzwerk Bayern statt, um die gleichen Fragestellungen künftig auch in andere Studien zu integrieren und damit einen Überblick über die Einschätzung von Standortfaktoren durch Medienschaffende unterschiedlicher Teilbranchen zu gewinnen.



➔ Ergebnisse der Studie zur Wirtschaftlichen Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2017/18



➔ Studie „Bayern als Medienstandort für private Rundfunkanbieter“

Musikstudie lokaler Hörfunk

Da die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern nahe legen, dass die Akzeptanz der Musik vieler 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 2018. Auftragnehmer war „Radio Research Europe“.

Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag der BLM jährlich einen »Programm-Monitor Bayern«. 2018 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.

MedienVielfaltsMonitor und Vielfaltsbericht 2018

Der  **MedienVielfaltsMonitor** der Medienanstalten, den die BLM im Jahr 2012 zum ersten Mal vorgelegt hat, basiert auf einem empirisch fundierten Ansatz, der – losgelöst vom noch geltenden Rundfunkbegriff – die Medienvielfalt in der konvergenten Welt 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 unter der Federführung der BLM fester Bestandteil des Angebots der Medienanstalten zur Schaffung von Transparenz am Meinungsmarkt.

Nähere Informationen
finden Sie im
➔ **Vielfaltsbericht 2018
der Medienanstalten**



Ein wesentlicher Bestandteil des MedienVielfaltsMonitors ist die im Auftrag der Medienanstalten durchgeführte Mediengewichtungsstudie. Die Gewichtungsstudie 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 deutschsprachende 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. Eine umfassende Berichterstattung der Ergebnisse inklusive ihrer Kontextualisierung erfolgte 2018 im erstmals veröffentlichten Vielfaltsbericht der Medienanstalten.

Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern

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 2020 veröffentlicht werden soll, wurde das Forschungsteam um Prof. Dr. Markus Behmer von der Universität Bamberg beauftragt. Bei der ➔ **Infositzung** des Medienrats im November 2018 wurden Forschungsziel und -ansatz einem breiten Publikum vorgestellt.

Nach Art. 11 Satz 2 Nr. 3 des BayMG hat die BLM „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Für den Bereich Aus- und Fortbildung wurden 2018 finanzielle Mittel in Höhe von 1.183 T€ aufgewendet.

BLM Fortbildungsworkshops

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

Aufgrund steigender Nachfrage und der Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 12 Teilnehmer fanden 2018 drei Blockkurse für TV-Volontäre und vier Blockkurse für Hörfunk-Volontäre statt. Diese Fortbildungen finden in jeweils 2-wöchigen Blockkursen statt (2 x 1 Woche).

2018 wurden außerdem noch neun 1- bzw. 2-tägige Workshops durchgeführt. Zudem gab es vier Workshops zu Marketing- und Verkaufsthemen, für die sich insgesamt 38 Mediaberater oder Verkaufsleiter angemeldet haben.

Insgesamt haben an dem Angebot 186 Teilnehmer von 60 verschiedenen bayerischen Anbietern teilgenommen. Davon kamen 54 Teilnehmer von 20 verschiedenen Fernsehanbietern und 94 Teilnehmer von 44 verschiedenen Hörfunkanbietern.

Das Angebot wurde mit 117 Tagen gegenüber dem Vorjahr nochmal um zehn Tage ausgeweitet und im Vergleich zu 2014 mehr als verdreifacht.

Die BLM hat 2018 ihr Angebot an Workshop-Tagen aufgrund der hohen Nachfrage erneut ausgeweitet

Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind:

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

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

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

Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2018, die im Aus- und Fortbildungsbereich tätigen Organisationen:

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

Aus- und Fortbildungsprogramme

Die Bedeutung von Audio und Video im Web wächst weiter, genauso wie die Verbreitung über Social Media oder andere Plattformen zunimmt. Außerdem stellen gestiegene Anforderungen im Training digitaler Medienmacher höhere Anforderungen an Aus- und Fortbildungsinstitute. Die bisherigen Aus- und Fortbildungsprogramme haben sich daher 2018 zur  **MediaSchool Bayern** weiterentwickelt.

Die MediaSchool Bayern bündelt die verschiedenen Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten von Radio/Audio, TV/Video und Web in einem neuen, modularen Kursangebot. Unter dem Motto „Mehr Social Media! Mehr On-Demand! Mehr Online!“ werden in der MediaSchool Bayern neben den klassischen journalistischen Grundkenntnissen auch regelmäßig Kurse zu Themen wie Photoshop, Mobile Reporting oder Social-Media-Kampagnen angeboten. Gearbeitet wird crossmedial, die strikte Trennung zwischen Hörfunk, Fernsehen und Online ist aufgehoben. Neben den klassischen Ausspielwegen Radio und TV werden auch Social-Media-Kanäle strategisch in Ausbildung und Verbreitung integriert.

Die beiden Münchner Angebote afk M94.5 und afk tv wurden zu M94.5, afk max in Nürnberg soll in 2019 zu Max Neo werden. Im Zuge der Markenkonsolidierung erhielten Programm und Ausbildungseinheit neue Designs und Logos. Die verschiedenen Mediengattungen werden nun zentral auf einer neuen Website  www.mediaschool.bayern dargestellt.

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

Die gemeinnützige MediaSchool Bayern gGmbH, an der die BLM mit 62 Prozent beteiligt ist, entwickelt die strategischen Aus- und Fortbildungskonzepte, schafft die technischen Voraussetzungen und stellt die Finanzmittel der Programme der MediaSchool Bayern bereit. Organisiert werden die journalistisch unabhängigen Programme der MediaSchool Bayern von gemeinnützigen Anbietervereinen. Dort kooperieren maßgebende Ausbildungsinstitutionen und Medienunternehmen sowie namhafte medienpädagogische Institutionen aus dem bayerischen Raum.

Die MediaSchool Bayern bündelt die verschiedenen Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten von Radio/Audio, TV/Video und Web in einem neuen, modularen Kursangebot.



M94.5 (München)

M94.5 – das Angebot der MediaSchool Bayern in München – produziert neben einem 24/7-Digitalradio regelmäßig Video-Formate in eigenen volldigitalen Studios. Ergänzt wird das Programm durch Produktionen aus der Radio- und Fernsehausbildung an Hochschulen, Akademien und Betrieben. So entsteht ein Mix aus Kurzfilmen, Magazinen, Reportagen, Konzertmitschnitten, Video-clips, Interviews, Talkshows 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 VJ-Stipendium. Außerdem bildet M94.5 drei Crossmedia- bzw. Social-Media-Volontäre aus und hat inzwischen vier Plätze für den dreijährigen IHK-Ausbildungsberuf „Mediengestalter/in Bild und Ton“.

M 94.5 produziert neben einem 24/7-Digitalradio regelmäßig Video-Formate in eigenen volldigitalen Studios.

Programmliche Highlights bei M94.5 im Jahr 2018 waren u. a.:

- vier Stunden Echtzeitberichterstattung durch bis zu 30 Redaktionsmitglieder von der Landtagswahl in München
- drei Tage live Radio von den Medientagen München, an einem Tag in Kooperation mit dem BLM-Schulradiotag mit rund 300 teilnehmenden Schülern und Lehrkräften
- die Gestaltung einer gemeinsamen Sendung in Kooperation mit dem Campus-Radio-Tag durch etwa 60 Radiomacher von unterschiedlichen bayerischen Universitäten
- die Produktion eines Online-Kurses zum Thema „Start-Up“ für das Entrepreneurship-Center der LMU München
- die Produktion der Video-Inhalte zusammen mit Partnerfirmen für die Medientage München

afk max (Nürnberg)

afk max – ein Angebot der MediaSchool Bayern in Nürnberg – produziert in eigenen volldigitalen Studios ein überwiegend live erstelltes 24-Stunden-Radioprogramm. Ergänzt wird das Programm durch Produktionen aus der Ausbildung, so z. B. die wöchentlichen Sendungen der Campus-Radios der Universitäten in Erlangen, Bamberg und Ansbach. Daneben gibt es mit „Funkenflug“ und „Free Spirit“ zwei medienpädagogisch betreute, vorproduzierte Jugendmagazine mit jeweils vier Stunden Sendezeit in der Woche. Das Programm bietet ein breites Spektrum an Magazinen, Reportagen und Spartensendungen, einen vielfältigen Musikmix und eigene redaktionelle Wortbeiträge.

Der Mediennachwuchs kann bei afk max die Grundlagen des Audio- und Social-Media-Journalismus erlernen und seine Ergebnisse auf eigenen Radio-Frequenzen und Online-Angeboten präsentieren. Theorie und Praxis werden von echten Medienprofis vermittelt. afk max bietet ein dreimonatiges redaktionelles Vollzeitpraktikum in der Redaktion, aber auch ein- bis zweiwöchige Schüler- und Schnupperpraktika an.

afk 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.

Highlights bei afk max im Jahr 2018 waren u. a.:

- „Stadtradio Nürnberg“: Eine Woche Live-Programm gestaltet von Volontären der ARD-Rundfunkanstalten im Rahmen einer Kooperation mit der Ausbildungsredaktion des Bayerischen Rundfunks.
- Messe „Berufsbildung 2018“: Moderation des Bildungsforums des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales und des Forums „Marktplatz der Kulturen“ der IHK Nürnberg.
- Fränkischer Hörwettbewerb „Hört Hört!“: Auszeichnung von Vertreterinnen und Vertretern der beiden Jugendredaktionen sowie der Lehrredaktion von MAX.
- Seminar für Jugendliche aus verschiedenen Jugendradios Nordbayerns im Medienzentrum Parabol mit interaktiven Übungen zur Moderation und Storytelling sowie zur Verknüpfung von Sendungen mit Podcast- und Social-Media-Angeboten.
- Besondere medienpädagogische Projekte waren der „Maus-Türöffner-Tag“, die „Lange Funkenflug-Nacht“ und das „BLM-Schulradio“.

Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medien-erziehung und Medienpädagogik, wurden 2018 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von rund 701 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 Mediennutzerinnen und -nutzer 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, Seniorinnen und Senioren sowie an pädagogisch Tätige und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren. Im Jahr 2018 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 701 T€ aufgewendet.

Zusätzlich gab die BLM über die MediaSchool Bayern zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Chance, erste Erfahrungen in Journalismus und Produktion wie auch im Umgang mit Online-Medien und Social-Media-Plattformen zu machen  s. Seite 98 ff.)

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

Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2018

22 Medienräte der BLM

5 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunk

22 Vertreter folgender Institutionen:

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

Projekte und Initiativen

FLIMMO Programmberatung für Eltern e. V.

Mitglieder des gemeinnützigen Vereins Programmberatung für Eltern e. V. sind 13 Landesmedienanstalten und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmratgebers  **FLIMMO**, der sich an Eltern und Erziehende richtet. FLIMMO hilft bei der Auswahl geeigneter Sendungen sowohl im Fernsehen als auch im Netz, etwa in Mediatheken oder in Streaming-Angeboten, und gibt Tipps zur Medienerziehung. Besprochen werden nicht nur das Kinderprogramm, sondern auch Sendungen, die sich zwar an Erwachsene richten, mit denen aber Kinder zwischen drei und 13 Jahren als Mitseher in Berührung kommen können.

2018 wurde eine umfangreiche Neuausrichtung des Beratungsangebots in die Wege geleitet, die sowohl die Inhalte als auch die Verbreitungswege betrifft. Kernpunkte des neuen Konzepts sind eine Vereinfachung und bessere Verständlichkeit, eine Fokussierung auf die Besprechung von Bewegtbildinhalten und eine verstärkte Berücksichtigung nichtlinearer Verbreitungswege.

Die Broschüren sind weiterhin stark nachgefragt. 2018 erschienen drei Ausgaben mit einer Druckauflage von insgesamt rund 960.000 Exemplaren, die bundesweit an knapp 18.000 Besteller versandt wurden. Allein in Bayern gibt es rund 3.500 Bezugsstellen, die mit 120.000 Broschüren beliefert wurden. Die Ausga-

ben griffen die Themen „Kinder & YouTube – Zwischen Faszination und Vermarktung“, „Erste Medienhelden – Was kleine Kinder sehen“ und „Schau dich schlau! – Kinder informieren sich“ auf.

Dein FLIMMO

„Dein FLIMMO“ ist die Kinderbeilage zum Programmratgeber für Eltern FLIMMO und ein niedrighschwelliges Angebot zur Medienerziehung in der Familie. Ob unterwegs oder zuhause, „Dein FLIMMO“ hilft, Wartezeiten zu überbrücken oder Medienerfahrungen gezielt mit Kindern zu besprechen. Es werden Themen aufgegriffen, die Kindern in ihrem Alltag begegnen und ihnen Spaß machen. „Dein FLIMMO“ ist ein Projekt der BLM und erscheint dreimal im Jahr zusammen mit dem Elternratgeber.

Anfang Januar 2018 gab die BLM die Ausgabe zum Thema „YouTube & Co.“ mit einer Gesamtauflage von 46.500 Exemplaren heraus. Im Mai 2018 erschien die Ausgabe zum Thema „Fernsehhelden“ mit einer Gesamtauflage von 41.500 Exemplaren. An der Erstellung der Ausgabe 2/2018 beteiligte sich die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen). „Mach dich schlau!“ war Thema der Ausgabe, die im September 2018 veröffentlicht wurde und mit einer Gesamtauflage von 158.000 Exemplaren erschien. An der Erstellung der Ausgabe 3/2018 beteiligten sich die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) und die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM). Ende 2018 erfolgte die Umsetzung und Drucklegung der Ausgabe 1/2019 zum Thema „Grusel und Spannung“.

Rd.

960.000

Der Programmratgeber FLIMMO erschien 2018 mit einer Druckauflage von insgesamt rd. 960.000 Exemplaren.

Internet-ABC

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

Die Broschüre „Wissen wie’s geht! – Internet gemeinsam entdecken“ wurde 2018 aktualisiert und inhaltlich überarbeitet. Sie informiert Eltern, wie sie Kinder bei den ersten Schritten im Netz begleiten können, und beantwortet allgemeine Fragen rund um die Mediennutzung. Als Ergänzung zu den bisherigen Lernmodulen für Kinder zwischen fünf und zwölf Jahren wurden 2018 Materialien für die 1. und 2. Klassenstufe entwickelt. Sie ermöglichen einen spielerischen Einstieg in das Thema Internetnutzung. Im Rahmen des Pädagogischen Medienpreises 2018 wurden die Lernmodule des Internet-ABC mit einem Sonderpreis prämiert. Die Jury lobte die interaktiv gestalteten Materialien, die Kinder zeitgemäß, altersbezogen und spielerisch darüber informieren, wie das Internet funktioniert und worauf sie bei der Mediennutzung achten sollten.

Im Rahmen des Projekts Internet-ABC wurden 2018 Lernmaterialien für die 1. und 2. Klassenstufe entwickelt, die einen spielerischen Einstieg in das Thema Internetnutzung ermöglichen.

Stiftung Zuhören

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

Hauptanliegen der Stiftung ist der Ausbau und die Verbreitung des Hörclub-Projekts. Mit den  **Hörclubs** hat die Stiftung Zuhören 2018 knapp 25.000 Kinder erreicht und so wieder einen großen Beitrag zur kindlichen Zuhörbildung geleistet. Seit Start des Projekts 2002 wurden bundesweit über 2.900 Hörclubs initiiert. Mehr als 100 Schülerinnen und Schüler nahmen an der 2. Konferenz der Hörclubkinder teil, die am 15. November 2018 in München stattfand. Ziel der Veranstaltung war, das Projekt bei Grundschulen noch bekannter zu machen und neue Hörclubs zu initiieren.

Kinder und Familien unterschiedlicher sozialer und kultureller Herkunft in ihrer Zuhör- und Sprachbildung zu unterstützen ist Ziel des Projekts  **Lilo Lausch**. Über 70 neue Kindertagesstätten führten 2018 „Lilo Lausch“ durch. 2018 wurden mit dem Projekt 300 Fachkräfte in 69 Kindertagesstätten erreicht.

13 Radiosendungen haben Schülerinnen und Schüler der gymnasialen Oberstufe im Rahmen des Projekts  **tat:funk** produziert. Bei der Konzeption und Produktion der Beiträge wurden sie durch Radiojournalisten unterstützt, die ihnen die Grundlagen des Radiohandwerks beibrachten. Die besten drei Sendungen des tat:funk-Wettbewerbs 2017/18 wurden am 26. Oktober 2018 bei der Preisverleihung auf dem MedienCampus der Medientage München von einer Fachjury prämiert.

Im Rahmen von Projekten wie „Grenzgeschichten“, „Here’s my story“ und „Klang.Forscher“ haben Kinder und Jugendliche bayernweit Hörstücke produziert und sich mit unterschiedlichen Themen auseinandergesetzt. Mit ihren Projekten hat die Stiftung Zuhören im Berichtszeitraum bundesweit ca. 1.000 Kinder und Jugendliche erreicht. Mit dem Angebot  **Hörmedium des Monats** erhalten pädagogisch Tätige in Kindertagesstätten und Schulen didaktische Hinweise und Anregungen zu aktuell veröffentlichten Kinder- und Jugendmedien. 2018 wurden insgesamt 10 Ausgaben des „Hörmediums des Monats“ veröffentlicht.



Schulradio Bayern/Mach Dein Radio

Schulradio Bayern ist ein Projekt der BLM, das es Schülerinnen und Schülern sowie ihren Lehrkräften seit 2002 ermöglicht, Hörspiele, Interviews, Sendungen oder einzelne Radiobeiträge aus Schulradioprojekten zu veröffentlichen. Hörerinnen und Hörer von Schulradio Bayern können die Radiobeiträge der einzelnen Schulradios bewerten, kommentieren oder eigene Audiobeiträge erstellen.

Das Projekt wurde zum Schuljahr 2018/2019 in das Gesamtkonzept und die Audioplattform von  **Mach Dein Radio** integriert. Auf der Plattform können alle nichtkommerziellen Radiomacher wie zum Beispiel Studenten, Jugendgruppen oder Vereine einen Kanal anlegen und Podcasts veröffentlichen.

2018 veranstaltete die BLM drei Schulradiotage: am 20. März in Traunstein im Rahmen der Chiemgauer Medienwochen, am 20. Juli im Rundfunkmuseum der Stadt Fürth und am 26. Oktober 2018 auf den Medientagen München. Die von den Schülerinnen und Schülern produzierten Sendungen wurden über verschiedene Kanäle live ausgestrahlt.

Neben den Aktivitäten für Schülerinnen und Schüler organisierte die BLM auf den Medientagen München die Campus Radio Tage, ein Angebot für Studierende. Sechs bayerische Campus Radio-Redaktionen arbeiteten in Kooperation mit der

MediaSchool Bayern und dem Nachrichtendienst BLR an einer gemeinsamen Livesendung, die am 25. Oktober 2018 im Programm von M94.5 zu hören war.

Aufgrund der hohen Nachfrage bot die BLM 2018 mehrere Lehrerfortbildungen rund um das Thema Radio wie zum Beispiel journalistische Darstellungsformen, die Arbeit mit Aufnahmegegeräten oder Audioschnitt an.

Weitere Projekte

- ➔ „Silver Surfer – Sicher online im Alter“, eine Seminarreihe für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung von Seniorinnen und Senioren
- ➔ „JUFINALE“, ein bayerisches Jugendfilmfestival für junge Filmschaffende aus ganz Bayern
- ➔ „Prix Jeunesse International“, ein internationales Fernsehfestival für Kinder und Jugendprogramme
- ➔ „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich“, eine Auswahl pädagogisch wertvoller Filme für Kinder im Vor- und Grundschulalter

Beteiligung an Arbeitsgruppen und Initiativen

- ➔ „Lenkungsgruppe Medienkompetenz“, eine interministerielle Lenkungsgruppe zur Förderung von Medienkompetenz in Bayern
- ➔ „Arbeitsgruppe Modellversuch Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“ mit dem Ziel einer 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
- ➔ „ELTERNTALK“, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.
- ➔ „Erfurter Netcode“, eine Auszeichnung für kindgerechte Internetseiten
- ➔ „Stiftung Bildungspakt Bayern“, eine Initiative für Kooperationsprojekte von Wirtschaft und Schulen zur Verbesserung der Bildungsqualität
- ➔ „Technik-Scouts“, ein Wettbewerb zur Unterstützung von Jugendlichen in der Phase der Berufsorientierung
- ➔ „KABU-App“, eine App mit kindgerechten Informationen zu verschiedenen (Medien-)Themen

Medienpädagogische Fachtagungen und Workshops

Fortbildung Medienkompetenz

Mit der Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher zeigt die BLM Wege auf, wie Medienarbeit mit Kindern in Kindertageseinrichtungen, Kindergärten, Horten und Heimen gestaltet werden kann. Die Fortbildung findet einmal jährlich an wechselnden bayerischen Fachakademien für Sozialpädagogik und Heilpädagogik statt.

Am 24. und 25. Juli 2018 hatten rund 160 Studierende der Fachakademie für Sozialpädagogik der Schulstiftung Seligenthal in Landshut die Gelegenheit, in 16 Workshops theoretische und praktische Grundlagen der Medienarbeit mit Kindern kennenzulernen. Zur Einführung in die Fortbildung wurden die Materialien des Medienführerscheins Bayern für den Elementarbereich vorgestellt. In 16 Workshops wie „Filmreportage mit Kindern“, „Makerspace und Coding mit Kindern“ und „Musik mit dem Tablet“ lernten die Teilnehmenden anschließend beispielsweise, wie mit Kindern kleine Filme produziert, Roboter programmiert und Hörstücke angefertigt werden können. Für die Lehrkräfte der Fachakademie wurde der Workshop „Grundlagen der Medienpädagogik“ angeboten.

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. und der Medien-

fachberatung Niederbayern zusammen. Unterstützt wurde die Veranstaltung von der Stadt Landshut, dem Funkhaus Landshut (Radio Trausnitz und Radio Galaxy) und Isar TV Regionalfernsehen.

Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen

Anlässlich des Safer Internet Day wurden 2018 bayernweit 30 Elternabende angeboten sowie mit der 24. Fachtagung des Forums Medienpädagogik und der 14. Interdisziplinären Tagung in Kooperation mit dem JFF öffentliche Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen durchgeführt. Zudem fand 2018 zum 4. Mal die Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz der Landeszentrale statt (➔ s. a. Seite 127 ff.).

Medienpädagogische Forschung

Monetarisierungsformen in digitalen Spielen

2018 gab die BLM bei Prof. Dr. Jochen Koubek, Professor für Angewandte Medienwissenschaft an der Universität Bayreuth, eine wissenschaftliche Expertise zu Monetarisierungsformen in digitalen Spielen in Auftrag. Der Fokus der Untersuchung liegt auf neuen Geschäftsmodellen, die von jungen Menschen meist nicht erkannt bzw. durchschaut werden. Neben der umfassenden Beschreibung und Analyse der Geschäftsmodelle befasst sich die Expertise mit Lösungsvorschlägen zum Umgang mit den Monetarisierungsformen.



Nähere Informationen zu diesen Veranstaltungen s. Seite 127 ff.

Für die Förderung von innovativen Medienprojekten hat die Landeszentrale im Jahr 2018 rd. 384 T€ für das Media Lab Bayern und rd. 312 T€ für das MedienNetzwerk Bayern aufgewendet, dessen Geschäftsstelle an die BLM angebunden ist.

Media Lab Bayern

Media Lab Bayern ist ein Innovation Hub für digitale Medien und digitalen Journalismus. Das  **Media Lab Bayern** unterstützt Startups mit diversen Förderprogrammen und bringt als Innovationsplattform Talente und Teams zusammen. Darüber hinaus bietet Media Lab Bayern zahlreiche thematische Veranstaltungen, die dem Vernetzen, Scouting und Recruiting von Talenten dienen. Mit dem Media Startup Fellowship und dem Open Space bot das Lab ganzjährig Förderung für Startups und Gründungsinteressierte an. Das Media Entrepreneurship Program wurde 2018 in Form von zwei je 3-tägigen Idea Sprints durchgeführt und thematisch fokussiert: In Kooperation mit der Robert Bosch Stiftung bot das Media Lab Bayern ein Entrepreneurship Programm für Wissenschaftsjournalismus mit dem Titel „Rocking Science Journalism“ an. Auf diversen Veranstaltungsformaten konnten sich die Teams des Media Labs außerdem mit Medienunternehmen vernetzen, Medienschaffende konnten sich austauschen und neue Talente wurden rekrui-

tiert. Am 1. Januar 2018 übernahm die Medientage München GmbH das Projekt Media Lab Bayern. Seither ist sie als 100%ige Tochtergesellschaft der BLM für die Durchführung des Projektes zuständig. Dadurch wurde unter anderem die Media Lab Membership ermöglicht, ein Innovationsprogramm für Medienhäuser. Die Membership beinhaltet ein Intrapreneurship-Programm für Mitarbeiter im Medienunternehmen. Außerdem können Media Lab Members an „Think Tanks“, intensiven Workshops zu Zukunftsthemen, teilnehmen. Darüber hinaus begannen 2018 erste Planungen für das Media Lab Ansbach.

Die Förderprogramme

■ Media Startup Fellowship Batch

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

2018 zog das Batch #4 ins Media Lab Bayern ein: Aufgenommen ins Media Startup Fellowship wurden insgesamt fünf Teams, davon zwei mit einem themengebundenen Partner-Fellowship vom Red Bull Media House und der Südwestdeutschen Medienholding GmbH (SWMH).

■ Rocking Science Journalism

In Kooperation mit der Robert Bosch Stiftung wurde 2018 ein Förderprogramm für neue Projekte auf dem Gebiet des Wissenschaftsjournalismus durchgeführt. Sechs Monate lang erhielten insgesamt acht Teams aus ganz Deutschland regelmäßig Workshops, Coaching und Mentoring, um ihre Ideen in digitale Produkte umzusetzen.

Auftakt des Programms bildete am 16. Februar 2018 das Rocking Science Journalism Camp, ein Barcamp bei dem die Bedürfnisse der Teilnehmer erforscht und deren Ideen für ein Programm gesammelt wurden. Darauf aufbauend wurde das Programm als sechsmonatiges Teilzeitprogramm entwickelt. Teams aus

Stipendiaten Media Startup Fellowship Batch #4

■ Plantura

Plantura ist ein digitales Gartenmagazin, das mittels eines datengetriebenen Tech-Frameworks Trendthemen identifiziert und für die Themenplanung nutzt.

■ Upspeak (vormals Voctag)

Upspeak ist eine Plattform für Podcast- und Radiocommunities, auf der ausschließlich über die Stimme kommuniziert wird. Nutzer tauschen Sprachnachrichten innerhalb ihrer Community aus und kommen so miteinander aber auch direkt mit ihrem Lieblingspodcaster oder Radiosender ins Gespräch. Upspeak wurde vom Red Bull Media House im Partner-Fellowship gefördert.

■ Shelfd

Shelfd ist eine Streaming-Plattform mit dem Fokus auf Kuration. Durch kanalübergreifenden Medienkonsum und das Überangebot an Video-Inhalten im Netz gibt es einen Bedarf an Kuration von Filmen und Serien, die sowohl gängige Streaming-

Plattformen als auch lineares Fernsehen und Mediatheken einschließt. Diese Empfehlungen erfolgen sowohl redaktionell als auch durch Favoritenlisten der Community. Shelfd wurde von der SWMH und der Süddeutsche Zeitung für das Partner-Fellowship ausgewählt.

■ FactFox

Factfox unterstützt Social Media Manager bei der Beantwortung von Kommentaren im Netz. Das SaaS-Tool erkennt, welche Nutzer auf der eigenen Seite relevant sind und schlägt dem Redakteur passgenau ermittelte Antwortmöglichkeiten auf Nutzerkommentare vor. Durch die automatische Erfassung händisch eingegebener Antworten im Redaktionsalltag wächst die Antwortdatenbank im Laufe der Nutzung.

■ Sprudel.live (vormals EventSpace)

Entwickelt wird ein Baukasten zum Organisieren und Durchführen von digitalen Events, die mit Hilfe von Echtzeit-Video und Web-Technologien eine Online-Alternative zu Offline-Veranstaltungen und die damit verbundenen Geschäftsreisen sind.

ganz Deutschland konnten sich anmelden. Von März bis November wurden je ein monatliches Workshop-Wochenende sowie regelmäßige Webinare und Remote-Sprechstunden angeboten. Themen waren dabei: Design Thinking, Customer Development, Lean Startup Methods, Marketing, Growth Hacking, Finanzierung. Darüber hinaus stellte das Media Lab Bayern den Teilnehmern erfahrene Gründer und Wissenschaftsjournalisten als Mentoren zur Seite. Die Teams pitchten ihre Projekte abschließend auf der Rockets & Unicorns Bühne bei den Medientagen München.

■ **mikrobiomik.org**

mikroBIOMIK.org ist eine partizipative und interaktive Lernplattform, für jeden, der mehr über das mikrobielle Leben erfahren möchte. In Artikeln soll Wissen vermittelt und in Workshops sollen interdisziplinär Projekte erarbeitet werden.

■ **Nackt & Neugierig**

Nackt & Neugierig ist ein Wissenschaftspodcast von Frauen für Frauen. Nele Rössler und Sophia Wagner haben Themen im Blick, die gesellschaftlich und politisch relevant sind und einen naturwissenschaftlichen Hintergrund haben. Die ersten beiden Folgen sollen sich mit Social Freezing (dem Einfrieren von Eizellen) und intermittierendem Fasten befassen.

■ **Der Kopf isst mit**

Im Rahmen einer Kochshow mit Wissenschaftlern aus den Bereichen Physik, Biotechnik und Life-Science soll nebenbei aktuelle Forschung vorgestellt werden. Cooking with Scientists ist als unterhaltsames Format konzipiert, bei dem komplexe Themen locker dargestellt werden.

■ **Rheuma App**

Die Rheuma App soll Patienten mit rheumatoider Arthritis die drängendsten Fragen nach der Diagnose beantworten, beim Management ihres Alltags begleiten und mit aktuellen, wissenschaftsjournalistisch eingeordneten Forschungsergebnissen versorgen. Durch Sprachsteuerung soll die App an die speziellen Anforderungen der Zielgruppe – also an steife Gelenke und Bewegungseinschränkungen – angepasst sein.

■ **The Art of Science**

Geplant ist ein Digitalmagazin, das wissenschaftliche Fachartikel mit Hilfe von Illustrationen, Infografiken oder Story Sketches einem breiteren Publikum verständlich machen will. Gemeinsam sollen Wissenschaftler und Künstler einen Zugang zu hochkomplexen Inhalten finden und diese einem Laienpublikum verständlich machen.

■ **Eco-Labs**

Nicola Wettmarshausen will mit Eco Labs community-basierten Wissenschaftsjournalismus ermöglichen. In einem öffentlichen Hands-on Lab sollen ökologisch sinnvolle Projekte praktisch entwickelt werden. Aus der Themen- und Hintergrund-Recherche und dem Fortgang der einzelnen Projekte entstehen Geschichten, die als Artikel, Podcast, Grafik oder Video durch die Gründer, das Team und die Community erzählt werden.

■ **Cat Medic**

Mit hochwertigen 3D Visualisierungen und Animationen sollen User hier allgemeinverständliche Informationen zu ihrem Körper bekommen. Ausgangspunkt ist eine weiterentwickelte 3D-Anatomie, die überaus genau und detailreich ist.

■ **Wunderding.org**

Das Team Wunderding hat es sich zum Ziel gesetzt, eine Online-Lern-Plattform für Schülerinnen und Schüler zu entwickeln, die diese dazu motivieren soll, wissenschaftliche Forschung zu betreiben und wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen.

■ Open Space

Der  Open Space ist der Co-Working Space des Media Labs, der Projekten und Talenten offen steht, die noch sehr früh in der Findungsphase sind. Das Angebot umfasst kostenlose Arbeitsplätze, Vernetzungsmöglichkeiten sowie teilweise auch Coaching-Sessions. 2018 wurden zahlreiche neue Teams in den Media Lab Open Space integriert. Darunter die Teams Contenno, Jalu.TV, Singles Diaries, Tech-Genossen, KontextR, The Muslim Story, Co-exist Collective, Channels, oBitSystem und Varia.

■ Idea Sprints

Das jüngste Angebot des Media Lab Bayerns sind die Idea Sprints, dreitägige Design Thinking Workshops, die aus den Erfahrungen des Media Entrepreneurship Programms heraus konzipiert wurden. Ziel ist es hierbei, innerhalb von drei Tagen eine neue Idee zu entwickeln und diese anhand erster Userinterviews am Markt zu validieren. Die Teilnehmer finden sich hier in Ad-hoc Teams zusammen und werden anhand der Betreuung von Design Thinking Coaches durch Userinterviews zu einer validierten Idee geführt.

Das Format wurde zweimal durchgeführt, vom 4. bis 6. Oktober sowie vom 22. bis 24. November 2018 und dabei von Teams aus dem Open Space sowie von interessierten externen Talenten gut angenommen.

■ Kooperation mit der Landesanstalt für Medien NRW

Seit Januar 2018 unterstützte das Media Lab Bayern die Konzeption und Implementierung eines Inkubators für Startups im Lokaljournalismus, getragen von Vor Ort NRW, der Stiftung für Lokaljournalismus der Landesmedienanstalt NRW.

Das Programm heißt Reinvent Local Media und ist ein mehrmonatiges Förderprogramm, das sich an Startups richtet, die im Lokaljournalismus angesiedelt sind. Es fördert Teams, die noch im Ideenstadium sind, dabei, einen ersten Prototypen zu erstellen und diesen am Markt zu validieren.

■ Field Trip nach New York City

Im Zuge der Bestrebungen das Angebot des Media Lab Bayern zu internationalisieren, wurde in Kooperation mit CUNY, City University of New York, vom 16. bis 22. September 2018 ein Field Trip mit drei Media Lab Bayern Alumni Teams durchgeführt. Die Teams Plantura, Kontextlab und Upspeak hatten dabei die Gelegenheit sich innerhalb von Meetings mit US-Journalisten und Entrepreneuren aus digitalen Medien auszutauschen.

Veranstaltungen

■ Digital Media Camp

Mit dem Digital Media Camp veranstaltete das Media Lab Bayern vom 17. bis 18. Februar 2018 ein BarCamp rund um digitale Medien, aktuelle Trends und Herausforderungen im Journalismus in den Räumlichkeiten des Süddeutschen Verlags. Während am ersten Tag Inhalte aus dem Pool der 300 Teilnehmer gesammelt wurden, stand der zweite Tag ganz im Zeichen der Umsetzung: Professionelle Coaches boten Workshops an, in denen die Inspiration des ersten Tages in konkrete Innovationsprojekte des eigenen Arbeitsalltags überführt wurde. Die Konferenz diente der Vernetzung und Inspiration der Teilnehmer und wurde zu 100 Prozent durch Sponsoreneinnahmen finanziert.

■ Innovation Meetup @ Re:publica

Statt mit einem Messestand auf der re:publica vertreten zu sein, entschied sich das Media Lab Bayern 2018 für ein geschlossenes Side-Event, das der Vernetzung und dem Austausch von Innovation Managern der Medien Branche diente. In den Räumlichkeiten von Edenspiekermann trafen sich am 2. Mai 2018 insgesamt 40 Innovation Manager und Innovationsbeauftragte aus dem deutschsprachigen Raum, um sich über Lösungen für die oftmals fehlende Innovationskultur großer Medienhäuser auszutauschen.

■ Media Startup Night @ Bits & Pretzels

Zum dritten Mal in Folge veranstaltete das Media Lab Bayern am 26. September 2018 die Media Startup Night gemeinsam mit Mediaplus als Side-Event der Bits & Pretzels. Aufgrund des positiven Feedbacks gab es neben den Stationen mit Showcases zum zweiten Mal einen Pitch-Wettbewerb von 10 Medien-Startups und ein Thesenbattle mit Sonja Schwetje (n-tv) und Jesper Doub (SPIEGEL ONLINE) zu Thesen zur Zukunft. Insgesamt kamen 180 Medienmanager, Medien-Startups und Investoren, um sich zu vernetzen und über Innovation in den digitalen Medien zu sprechen.

■ Medientage München – Rocket & Unicorns

Auch 2018 hat das Media Lab Bayern die Organisation der Startup-Area der Medientage München übernommen. Unter dem Label Rockets & Unicorns gab es eine Messebühne, einen Expo-Bereich und eine Networking-Lounge.

Insgesamt 34 internationale Referenten und 25 Startups aus dem Bereich der Medieninnovation füllten das dreitägige Programm der Innovation Stage. Jeder der drei Messtage bot einen eigenen Schwerpunkt und wurde dementsprechend mit Vorträgen von externen Speakern und passenden Vorträgen der ausstellenden Startups gefüllt.

Mehr zu den Veranstaltungen im Media Lab Bayern finden Sie [hier](#)

Auf der Expo Area präsentierten 25 Medien Startups ihre Produkte und Dienstleistungen rund 7.000 Besuchern. Um die Expo Area noch spannender zu machen, wurde in die Veranstaltungs-App der Medientage München ein Spiel integriert, welches den Besuchern ermöglichte, virtuelle Unicoin in die Startups zu investieren. Insgesamt investierten 246 Besucher 7.050.000 Unicoin. Gesponsert wurde die Aktion von der SWMH, die am letzten Tag durch den Vertreter Tobias Köhler den drei erfolgreichsten Startups Geldpreise in Höhe von insgesamt 3.000 € verlieh.

Die Networking-Lounge diente neben der positiven Atmosphäre auch der Präsentation des Media Lab Bayerns und war Standort der Programmpunkte "Meet the Managers", "Mentor Hours" und dreier Meetups. Laut Rückmeldung der Startups konnten hier viele erfolgreiche Gespräche geführt, Kontakte geknüpft und noch vor Ort erste Deals abgeschlossen werden. Zudem gab es in der Lounge jeden Messetag ein Meetup – gesponsert vom European Journalism Center – um Interessensgemeinschaften zusammen zu bringen.

Media Lab Ansbach

2018 eröffnete das Media Lab Bayern in Ansbach einen zweiten Standort. Gemeinsam mit der Hochschule Ansbach und weiteren nordbayerischen Hochschulen sollen hier insbesondere Studierende an die Themen Entrepreneurship und Medien-Innovation herangeführt werden. Der Standort mitten in der Ansbacher Altstadt in einem Ladengeschäft eignet sich ideal Innovationen zu zeigen und das Media Lab als neuen Coworking-Space und Anlaufpunkt für Innovation im Medienbereich in Ansbach und Nordbayern zu etablieren.

MedienNetzwerk Bayern

Nach dem BayMG soll die BLM einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern leisten. Seit 2016 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern, dem neben dem Freistaat Bayern und der BLM fünf weitere Partner angehören, bei der Landeszentrale angesiedelt.

Das MedienNetzwerk Bayern vernetzt die Medienbranchen in Bayern untereinander und mit angrenzenden Branchen. Dazu zählen sowohl die klassischen Medien als auch neue mediale Bereiche und Möglichkeiten, die immer mehr an Bedeutung gewinnen: etwa XR oder AI. Verschwimmende Mediengrenzen und die fortschreitende Digitalisierung sowie ihre Auswirkungen auf die Medienbranche stehen ebenfalls im Fokus der Aktivitäten des MedienNetzwerk. Zudem bildet das MedienNetzwerk die wichtigsten Entwicklungen am Medienstandort Bayern ab. Mit der Organisation und Durchführung von Vernetzungs-Veranstaltungen und -Projekten setzte das MedienNetzwerk Bayern 2018 Impulse für branchenübergreifende Zusammenarbeit.

Veranstaltungen

■ media meets

Die Konferenz-Reihe „media meets“ befasste sich 2018 in drei Veranstaltungen gezielt mit zukunftsweisenden, branchenübergreifenden Schwerpunktthemen:

„media meets SMART HOME“ untersuchte aus verschiedenen Blickwinkeln, wie die Zukunft des Wohnens und vor allem die Mediennutzung im Haus der Zukunft aussehen kann.

„media meets FINANCE“ in Kooperation mit der Akademie der deutschen Medien zeigte, wo die Schnittpunkte zwischen Medienbranche und Finanzmarkt liegen.

„media meets ARCHITECTURE“ brachte gezielt die Architektur- und die Immobilienbranche mit der Gamesbranche zusammen. Die gemeinsame Entwicklung eines VR-Modells zeigte, wie sich die Expertise der Gamesbranche einsetzen lässt, um den hohen Ansprüchen der Architekturbranche gerecht zu werden und die Bauplanung der Zukunft zu revolutionieren.

■ Media Date

Im Rahmen des Networking-Formats „Media Date“ treffen zu unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten jeweils zwei Vertreter verschiedener Branchen aufeinander. Der „Media Date“ fand 2018 – teils in Kooperation mit Partnern wie den Unicorns in Tech oder Transmedia Bayern – insgesamt fünf Mal statt: „Datingbranche trifft auf Medienbranche“, „Media loves Tech loves Media – Voice Assistants in der Mediennutzung“, „Blockchain – Hype or Hope?“, „Chatbots und Kundennähe“ und „Mehr als live: Neue Strategien und Modelle für Live Entertainment“. Dazu kam ein Media Date Special in Kooperation mit dem VR Business Club auf den Medientagen München.

■ Immersive Media

Mit der eintägigen Konferenz „Immersive Media Day“ im Rahmen der Medientage München 2018 präsentierte das MedienNetzwerk Bayern aktuelle Entwicklungen im Bereich der Schlüsseltechnologien VR/AR und Mixed Reality für die bayerische Medienbranche. In der dreitägigen Ausstellung „Immersive Media

Area“ konnten Besucher verschiedene VR/AR-Anwendungen selbst ausprobieren und sich mit den neuesten Trends vertraut machen. Mit der Beteiligung an „Immersive Bavaria“, einem Projekt aller bayerischen Akteure, die sich mit dem Thema Immersive Media auseinandersetzen, setzte das MedienNetzwerk einen weiteren Schwerpunkt. Der erste gemeinsame Auftritt erfolgte durch einen Stand auf der Augmented World Expo.

■ Präsenz auf den Medientagen München

Das MedienNetzwerk war zudem mit einem Stand auf den Medientagen 2018 präsent. Unter dem Motto „Eine Reise durch das Medienland Bayern“ zeigte das MedienNetzwerk die eigenen Tätigkeiten und Projekte am Medienstandort Bayern auf und präsentierte Kernzahlen aus der bayerischen Medienwirtschaft. Diese Zahlen waren erste Veröffentlichungen aus der vom MedienNetzwerk Bayern im Sommer 2018 in Auftrag gegebenen Studie „Medienstandort Bayern 2019“, welche einen Überblick über aktuelle Zahlen aus den Medien-Teilbereichen gibt und Anfang 2019 veröffentlicht wurde. Sie erfasst die wirtschaftliche Bedeutung des Medienstandorts Bayern und zeigt auf, wo die Entwicklungspotenziale liegen.

Weitere Präsenzen mit einem Stand hatte das MedienNetzwerk Bayern beim Mobile Media Day sowie beim Digital Media Camp mit einer Retro Gaming Ecke.

■ Local Web Conference

Auf den Lokalrundfunktagen war das MedienNetzwerk Bayern mit der „Local Web Conference“ vertreten, die den Fokus auf die Frage legt, mit welchen Strategien und Innovationen Medienhäuser zukünftig im Lokalen erfolgreich sind. Außerdem unterstützte das MedienNetzwerk bei der Berichterstattung von den Lokalrundfunktagen.

■ Unterstützung von Partnerveranstaltungen

Neben eigenen Veranstaltungen ist die Zusammenarbeit mit Verbänden und Partnern aus der bayerischen Medienbranche ein wichtiger Aufgabenbereich des MedienNetzwerk Bayern, um Netzwerke zu stärken und zukunftssträchtige Themen im Rahmen der Digitalisierung aufzuspüren. So unterstützte das MedienNetzwerk 16 Partnerveranstaltungen. Die Beteiligung erfolgte über finanzielle Unterstützung, Unterstützung bei der Programmkonzeption, zur Verfügung stellen von Veranstaltungsräume, Moderationsleistungen und Vorträge oder Unterstützung bei der Kommunikation und ausführliche Berichterstattung. Finanziell unterstützte das MedienNetzwerk das „Digital Media Camp“, das „ebook Camp“, den Bloggermarket, „Book meets Film“, den Hackathon „Voice meets IoT“, das Coding Bootcamp des ifp durch ein Stipendium und den Vision Award. Unterstützung durch eigene Vorträge oder die Konzeption von Programmschwerpunkten erfolgte bei den Chiemgauer Medienwochen, dem Digital

Media Camp, bei der MCBW, dem Kooperationsforum: Ecosystem HochAutomatisiertes Fahren – dies als Folge der Konferenz media meets AUTOMOTIVE im Dezember 2017 – und beim Festival „Silicon Vilstal“.

Information

Auf der Website und in einem regelmäßigen Newsletter informiert das MedienNetzwerk umfassend über eigene Veranstaltungen und Projekte sowie die Aktivitäten seiner Partner. Zudem berichtet es über innovative Projekte und Unternehmen mit Sitz in Bayern sowie wichtige Entwicklungen in der bayerischen Medienlandschaft. Für die Social Media Kanäle Instagram, Facebook, Twitter und YouTube bereitet das MedienNetzwerk die eigenen Tätigkeiten sowie die der Partner in Text, Bild, Illustration und Bewegtbild auf.

Sowohl auf der Website als auch in den sozialen Medien begleitet und dokumentiert das MedienNetzwerk wichtige Branchen-Veranstaltungen in Bayern oder Veranstaltungen mit starker Präsenz der bayerischen Medienbranche – etwa auf der gamescom oder der re:publica.

Der Veranstaltungskalender „Medienpuls Bayern“ der BLM und der Medienkalender des MedienNetzwerk Bayern wurden Anfang 2018 zusammengelegt um eine zentrale Plattform für Medien-events in Bayern zu schaffen, die als Anlaufstelle für Medienschaffende und -interessierte dient. Im Sommer 2018 wurde der Medienkalender um einen eigenen Alexa Skill erweitert.

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.

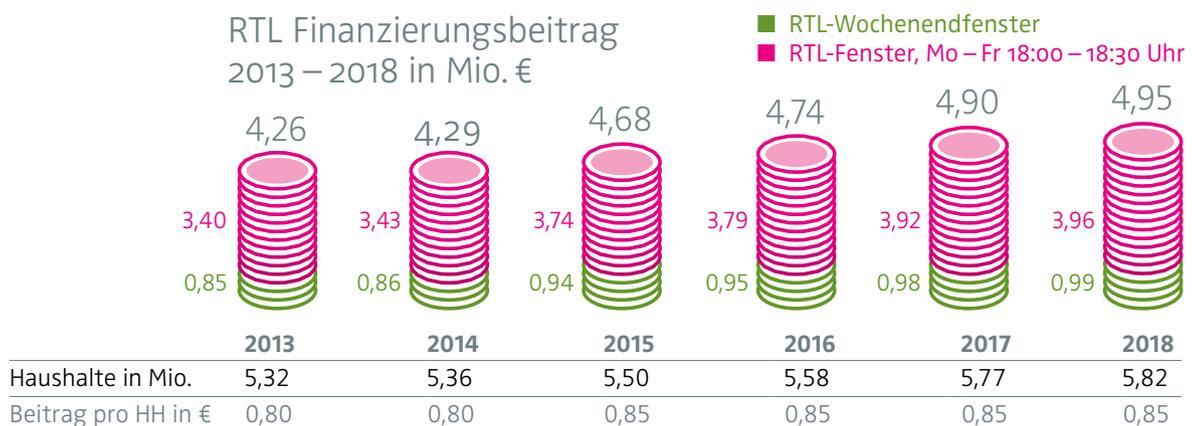
Der Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der Fernsehgesetzgebung sowie in der Finanzierungsbeitragsrichtlinie geregelt.

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 2018 4.947 T€ zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen 3.957,6 T€ auf die lokalen Fensterangebote (Vorjahr 3.923,6 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 standen 2018 staatliche Mittel in Höhe von rd. 11,87 Mio. € für die Förderung der technischen Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten zur Verfügung. 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 betrauungsfähigen zu den gesamten Sendezeiten und den angefallenen Verbreitungskosten ermittelt. Die Förderung der Programmherstellung erfolgt auf Basis der errechneten Förderbedarfe je Anbieter, welche gegenseitig 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 und für den Anbieter in Würzburg und Schweinfurt wurden jeweils aufgrund einer verstärkten programmlichen Zusammenarbeit angepasst und die verpflichtend auszustrahlenden selbst produzierten Sendeminuten reduziert.

Programmausschuss

Die Zuständigkeit des im Jahr 2008 parallel zur Förderung von lokalen und regionalen Programmen nach Art. 23 BayMG eingerichteten Programmausschusses des Medienrats wurde im Jahr 2018 um den Anbieter aus dem Versorgungsgebiet Neu-Ulm erweitert, da durch eine Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse ein Gesellschafter nunmehr einen beherrschenden Einfluss auf den Anbieter hat. Darüber hinaus blieb es bei der Zuständigkeit für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Aschaffenburg, Würzburg und Schweinfurt sowie Passau und Südostoberbayern. Sitzungsgemäß tagte der Programmausschuss 2018 viermal.

Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2018 wurden 16 Haupt- und 9 Spartenanbieter durch die BLM mit Fördermitteln gem. Art.23 BayMG i.H.v. insgesamt ca. 13,52 Mio. € gefördert (s. Grafik). Die eingesetzten Fördermittel setzten sich dabei aus dem bayerischen Staatshaushalt (11,87 €) 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 (Förderung – FöS) vom 17. Dezember 2007.

Förderung der Technischen Programmverbreitung

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/ regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2018 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden gemäß Art. 23 BayMG dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betreuungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

2018 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 12.235 T€ (Vorjahr 10.974 T€), die mit 11.869 T€ (Vorjahr 10.600 T€) gefördert wurden. Die Erhöhung gegenüber dem Vorjahr resultiert größtenteils aus der Aufnahme der HD-Verbreitung über Satellit und der SD-Simulcastphase bis Ende März 2018 (Zusatzkosten ca. 1,6 Mio. €). Durch die

13,52 Mio. €
Gesamtbetrag
der Förderung
2018



Fertigstellung des TV-Playout bei der BMT wurden die Kosten für den technischen Betrieb zusammengefasst.

Förderung der Programmherstellung

Der Umfang der Förderung wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betreuungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 28.278 T€ und Ausgaben in Höhe von 31.198 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 2.920 T€, der mit 820 T€ (Vorjahr 798 T€) gefördert wurde (Förderquote 28,1 Prozent). Bei den Spartenanbietern ergab sich durch Einnahmen in Höhe von ca. 304 T€ und Ausgaben in Höhe von ca. 1.222 T€ ein Förderbedarf in Höhe von 981 T€, der mit 830 T€ (Vorjahr 889 T€) gefördert wurde (Förderquote 90,4 Prozent).

1,65 Mio. €
Förderung der
Programmherstellung

11,87 Mio. €
Förderung der technischen
Verbreitung der Programme

454 T€
Leitungskosten für die
Heranführung der Programme

272 T€
Kabeleinspeisekosten

669 T€
Technischer Betrieb

253 T€
HbbTV

10.220 T€
Kosten der digitalen
Satellitenverbreitung / DVB-S)

Gestalten – fördern – forschen – informieren, das sind die Kernaufgaben der BLM. Das Informieren und Kommunizieren erfolgt offline und online über verschiedene Kanäle. Außer den Pressemitteilungen veröffentlicht die Landeszentrale eine Reihe von Publikationen, darunter das Medienmagazin *tendenz*. Online stehen die Homepage www.blm.de, das BLM-Blog www.blmplus.de, die Radioplattform www.machdeinradio.de und Social Media-Profile auf Facebook und Twitter zur Verfügung. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Für die Öffentlichkeitsarbeit wurden 2018 insgesamt 1.189 T€ aufgewendet.

Publikationen

Die BLM hat 2018 insgesamt  **88 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 die  **Social Media-Kanäle** der BLM verbreitet.

BLM-Newsletter

2018 hat die Landeszentrale ihr Informationsangebot durch einen BLM-Newsletter erweitert. Außer dem Event-Newsletter mit Ankündigungen von Veranstaltungen und der Vorschau auf die Ausgaben der *tendenz* (zweimal im Jahr) werden nun auch alle zwei Monate die wichtigsten aktuellen Nachrichten und Ereignisse rund um die BLM in einem Newsletter zusammengefasst.

Die Themen sind nach folgenden Kategorien geordnet: Medienpolitik, Radio, Fernsehen, Digitale Trends, Medienkompetenz, Jugendschutz, Forschung, Netzwerk und Termine. Der Newsletter wird nach Anmeldung über die BLM Homepage per E-Mail zugestellt.

Mit der Oktober- und Dezemberausgabe sind 2018 bereits zwei BLM-Newsletter erschienen.

Tendenz

Im Jahr 2018 sind zwei Ausgaben des  **tendenz**-Magazins erschienen, das sich in einer Auflage von 5.500 Stück an Zielgruppen aus Medienpolitik, Medienunternehmen, Internet- und Telekommunikationsbranche, Wissenschaft, Jugendschutz und Medienpädagogik wendet.

Die erste Ausgabe 2018 thematisierte anlässlich des Jubiläums „100 Jahre Freistaat und 200 Jahre Verfassung“ die Verbindung von Tradition und digitaler Transformation am Medienstandort Bayern. Während vor zweihundert Jahren, als in der bayerischen Verfassung die Pressefreiheit verankert wurde, noch niemand daran dachte, dass sich Nachrichten und mehr auch ohne Druckerpresse verbreiten lassen, reichen heute ein paar Berührungen auf einem Display und schon kann die ganze Welt lesen, was uns bewegt. Die Digitalisierung zwingt zur Transformation. Wie diese am Medienstandort Bayern – mit einem gesunden Branchenmix und hoher Dynamik – gelungen ist, zeigen Bestandsaufnahmen und Prognosen in der *tendenz* 1.2018.



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

Praxisorientierte und alltagstaugliche Tipps bietet die Broschüre zum Urheberrecht.



Der Transformationsprozess wird vor allem durch die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz beschleunigt. Wie Algorithmen unsere Gesellschaft verändern und welche moralischen Fragen das Zusammenspiel von Mensch und Maschine aufwirft, war Thema der Tendenz 2.18. Die gesellschaftlichen Auswirkungen dieses Zusammenspiels rücken erst langsam ins Bewusstsein der Öffentlichkeit. Die Verantwortung, wie mit ethisch fragwürdigen Innovationen umzugehen ist, liegt bei uns, so das Fazit in der zweiten Ausgabe.

Zusätzlich zu den Print-Ausgaben werden auf der Website der BLM nicht nur die tendenz-Artikel angeboten, sondern auch kurze Filmclips, um das jeweilige Schwerpunktthema auch visuell zu illustrieren.

Die Broschüre „Apps sicher nutzen“ ist ein Ratgeber für Eltern von 2 bis 10-jährigen Kindern.



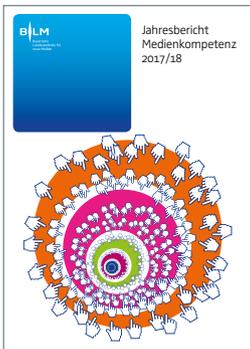
Service-Ratgeber

Die Nachfrage nach Service-Publikationen der Landeszentrale steigt kontinuierlich. Beliebt sind insbesondere Ratgeber zu Themen aus dem Jugend- und Nutzerschutz, die die Nutzerkompetenz stärken sollen. Alle Service-Ratgeber können entweder als Printausgabe bestellt oder kostenlos auf der Website heruntergeladen werden.

Besonders stark nachgefragt wurde 2018 die Broschüre  „Urheberrecht – Tipps, Tricks und Klicks“ Leicht verständlich aufbereitet, werden praxisorientierte und alltagstaugliche Tipps im Umgang mit dem Urheberrecht aufgezeigt: „Was geht?“ und „Was geht nicht?“. Die Broschüre richtet sich an Mediennutzer aller Altersgruppen, im Speziellen an Eltern, Erziehende und Pädagogen. Auf die gesetzlichen Änderungen ab März 2018 durch das Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetz (UrhWissG) wird bereits hingewiesen.

Die Stiftung Medienpädagogik Bayern veröffentlichte 2018 einen Ratgeber für Eltern zum Thema  „Apps sicher nutzen“. In der Broschüre erfahren Eltern von Zwei- bis Zehnjährigen, wie Kinder Apps nutzen und welche Apps sie faszinieren. Es werden Gefahren bei der Nutzung von Apps wie z.B. Kostenfallen aufgezeigt und konkrete Empfehlungen zur Vermeidung solcher Risiken gegeben.

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 bzw. im Medienkompetenzbericht der BLM. Im [➔](#) **Jugendschutzbericht 2018** lag ein Fokus auf rechtsextremistischen und vom Rechtsextremismus beeinflussten Inhalten, was sich in Prüffällen, Aufsichts- und Gerichtsverfahren, aber auch in der wachsenden Vernetzung mit relevanten Institutionen niederschlug.

Im [➔](#) **Medienkompetenzbericht** wird 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 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. 2018 sind in der Schriftenreihe die Bände 106 und 107 erschienen. Die beiden Bände dokumentieren die Rechtssymposien der BLM aus den Jahren 2015 (Thema: Vielfaltssicherung) und 2017 (Thema: Rolle des Medienrats).

Infolyer, Wellenspiegel und Geschäftsbericht

Zu den regelmäßig erscheinenden Publikationen der Landeszentrale gehört der jährliche Geschäftsbericht, der Aktivitäten, Aufgaben und den Finanzbericht der Landeszentrale enthält. Der Geschäftsbericht steht 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** als Printpublikation bestellen oder das 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. 2018 gab es außerdem einen [➔](#) **Informationsflyer** zur Umstellung im digitalen Kabel, um dem Beratungsbedarf von Mediennutzern nachzukommen.

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.

Gemeinsame Projekte mit anderen Medienanstalten

Unter der Federführung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien werden auch Gemeinschaftspublikationen der Medienanstalten erstellt. So erscheint jährlich das  **Jahrbuch** der Medienanstalten, ein Kompendium zum privaten Rundfunk in Deutschland und den Aktivitäten der Medienanstalten. Das Jahrbuch 2017, das 2018 erschienen ist, dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten sowie deren länderübergreifende Zusammenarbeit in den gemeinsamen Gremien und Kommissionen.

Erstmals veröffentlicht haben die Landesmedienanstalten den  **Vielfaltsbericht** 2018, der u. a. die aktuellen Ergebnisse der Mediengewichtungsstudie und des MedienVielfaltsMonitors der Medienanstalten enthält. Beide Studien erfassen die Machtverhältnisse auf dem Meinungsmarkt gattungsübergreifend und sorgen auf diese Weise für Transparenz. In der Gewichtungsstudie wird auch die Nutzung und Bedeutung von Informationsintermediären wie z. B. Google, YouTube und Facebook für die Meinungsbildung untersucht.

Das Jahrbuch dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten in Deutschland.



Unter Federführung der BLM haben die Medienanstalten 2018 erstmals einen Vielfaltsbericht veröffentlicht.



Internet

Die BLM Website www.blm.de

Die Website der BLM  www.blm.de informiert Nutzer aus Fachkreisen, Medienschaaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürgerinnen und Bürger über die Arbeit der BLM, die Entscheidungen der Gremien sowie neueste Entwicklungen im Medienbereich. Fakten zu den privaten Hörfunk- und Fernsehangebietern in Bayern, die Organisationsstruktur der BLM sowie aktuelle Meldungen gehören zu den meist frequentierten Seiten im Rahmen des Webangebots. Anhand einer 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 Passwort geschützter Bereich, das sogenannte „Gremien-Intranet“, zur Verfügung, um Sitzungsunterlagen und Protokolle abzurufen.

Dank des responsiven Webdesigns profitieren Nutzer auf allen Geräten – vom Desktop über das Tablet bis hin zum Smartphone – von einer optimalen Bedienbarkeit. Seit Dezember 2018 ist die Website zudem offiziell für Menschen mit Beeinträchtigung gut zugänglich und wird in der  **Liste** der barrierefreien Websites geführt.

TENDENZ Online

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

Mach Dein Radio –

Die Radioplattformen der BLM

Die Radioplattform ➔ **Mach Dein Radio** 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. Zur Präsentation der Ergebnisse 2018 anlässlich der Lokalrundfunktag wurde die Website dem neuen Look & Feel der BLM-Website angepasst.

Die Webseiten ➔ www.mediennetzwerk-bayern.de sowie ➔ www.media-lab-bayern.de flankieren die Öffentlichkeitsarbeit der jeweiligen Einrichtungen (➔ s.a. Seite 111 ff.).

Die Webpräsenzen der von mehreren Landesmedienanstalten getragenen Forschungsprojekte „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“ und seit 2018 auch des „Online-Audio-Monitor“, zu erreichen unter www.wila-rundfunk.de bzw. 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

Reichweitensteigerung

Die Online-Kommunikation über die Social Media-Profilen der BLM hat sich zu einem wichtigen Bestandteil der Pressearbeit entwickelt, um alle Zielgruppen über adäquate Kanäle erreichen zu können. Die Landeszentrale pflegt Profile auf  **Twitter** und  **Facebook**. Bis zur Einstellung von Google+ im Jahr 2018 war die BLM auch auf Google+ präsent.

Die Reichweiten der Social Media-Profilen steigen kontinuierlich. So erreichte die BLM auf Twitter mit Stand Ende 2018 rund 2500 Follower, was einem Zuwachs von 12 Prozent gegenüber 2017 entspricht. Bemerkenswert ist vor allem, dass sich die Anzahl der Impressions mehr als verdreifachte, obwohl die Zahl der abgesetzten Tweets ähnlich blieb.

Auf ihrem Facebook-Profil verzeichnete die BLM ebenfalls eine Steigerung der Reichweite um 14 Prozent auf rund 1.900 „Gefällt mir“-Angaben. U. a. aufgrund des veränderten Algorithmus bei Facebook ging die Anzahl der Impressions allerdings zurück. Die höchsten Reichweiten erzielen Beiträge über Workshops und Fortbildungsaktivitäten sowie Verbrauchertipps zu aktuellen Themen (z. B. zur Kabelumstellung). Die Begleitung der Lokalradio- und Fernsehpreisverleihung während der Lokalrundfunktage (Kurzclips der Beiträge auf Facebook) ist im breiten Themenspektrum auf Facebook am stärksten nachgefragt.

Interaktion und Vernetzung

Der Dialog mit den Social Media-Nutzern nimmt jedes Jahr zu. Insbesondere die Twitter-Begleitung der Veranstaltungen, die wie der Medieninnovationstag (#mi18), der Social TV Summit (#sts18) oder die Medientage München (#mtm18) eine Social Media affine Zielgruppe ansprechen, regt zur Diskussion an. Diese Hashtags tauchten auch 2018 in den „trending topics“ auf. Genutzt werden die Social Media-Kanäle der BLM außerdem zunehmend für Beschwerden im Rahmen der Werbe- und Jugendschutzaufsicht sowie generell für Regulierungsfragen (z. B. Rundfunkgenehmigung von Live-streams).

Die Social Media-Vernetzung mit den Profilen der Medientage München, des  **Media Lab Bayern** und des  **MedienNetzwerk Bayern** bringt Synergien für alle Beteiligten, da in diesem digitalaffinen Umfeld Tweets und Posts aus den Themenbereichen Innovation, digitaler Journalismus und Startups gut angenommen werden.

Beliebte Themen auf www.blmplus.de

Zur Platzierung und Diskussion von Fachthemen aus der Medienbranche eignet sich das Blog  www.blmplus.de, auf dem einmal wöchentlich Beiträge von externen Gastautorinnen und Gastautoren sowie von Mitarbeitern/innen zu finden sind. In den fünf Rubriken Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz sind Videointerviews, Gastkommentare, Berichte im Vorfeld von Events, die Diskussion aktuell relevanter Themen sowie Beiträge über

Die Reichweiten der BLM-Angebote auf Twitter und Facebook sind 2018 um 12 % bzw. 14 % gestiegen

Forschungsergebnisse der BLM und anderer Medienanstalten zu finden. Die jährliche Auswertung zeigt, dass Trendthemen wie digitale Sprachassistenten oder Blockchain ebenso nachgefragt sind wie Beiträge mit Servicecharakter (Was Werbung im Fernsehen darf) oder meinungsstarke Kommentare von Medienexperten.

Wichtig für die Wahrnehmung des Blogs ist die Vernetzung mit der BLM-Homepage und den Social Media-Kanälen. Die meisten Zugriffe erfolgten laut Jahresauswertung 2018 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 ihren Social Media-Plattformen präsent, die seit 2017 im Social Hub auf der Website www.blm.de abgebildet werden. Intensives Social Media-Monitoring, das von der Dokumentation im Hause geleistet wird, sowie regelmäßige Redaktionskonferenzen mit den internen Blogautoren zur Themenfindung tragen zur Optimierung der Social Media-Kommunikation bei. Zeitintensiv war 2018 insbesondere die Umsetzung von Anforderungen aus der Datenschutzgrundverordnung.

Die Online- und Social Media-Kommunikation spielt mittlerweile eine unverzichtbare Rolle für die BLM, da sie die Möglichkeit zur zielgerichteten Interaktion bietet.

Veranstaltungen

Im Jahr 2018 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 Regensburg 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 Medientage München GmbH organisierte eine Reihe weiterer Veranstaltungen (s. Überblick [➔ Seite 126](#)).

Mediengespräch Regensburg

Ein Leben ohne Smartphones ist heute nicht mehr vorstellbar. Sie sind ungemein praktisch, fördern die Flexibilität im Beruf und in der Freizeit, können aber auch zum Stressfaktor werden und unsere Gesundheit gefährden. Wie können wir lernen, mit dem Smartphone richtig umzugehen? Darüber diskutierten am 30. Januar 2018 in Regensburg Experten aus der Psychotherapie, der Medienpädagogik sowie Vertreter der Lehrerschaft und der Medienbranche. Zum

Veranstaltungen 2018

- **30. Januar**
BLM/TVA – Fernsehen für Ostbayern/Charivari/Gong fm
Mediengespräch Regensburg: Smartphone: Zwischen Helfer und Stressfaktor
Regensburg
- **6. Februar**
BLM/Stiftung Medienpädagogik
Safer Internet Day – Vorträge an verschiedenen Schulen in Bayern
- **28. Februar**
BLM/mabb/LPR Hessen/LMK/LMS/SLM:
Algorithmen transparent machen. Google und die Bundestagswahl – Lehren aus dem Projekt Datenspende
Berlin
- **7. März**
BLM/MedienNetzwerk Bayern/Media Lab Bayern
media.innovations – der Medieninnovationstag der BLM
BLM, München
- **16. bis 18. März**
BLM/Medialab Bayern/Lokalrundfunktage
Radio Hack Europe
Wien
- **20. April**
Studio im Netz/Landeshauptstadt München/BLM/GMK
Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft: PaperlapApp – Spracherwerb und Frühförderung mit Tablets
BLM, München
- **2. bis 13. Mai**
DOK.fest/BLM
Internationales Dokumentarfilmfestival München
München
- **16. Mai**
BLM
4. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz: Politische Meinungsbildung im Netz – Mediendemokratie, Politainment, mediale Inszenierung
BLM, München
- **21. Juni**
BLM/Medientage München GmbH/MedienNetzwerk Bayern
7. Deutscher Social TV Summit: Social Reboot: Von Pay-to-play bis Originals
München
- **3. bis 4. Juli**
Medientage München GmbH/BLM
Lokalrundfunktage 2018 mit Verleihung der BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise
Nürnberg
- **19. Oktober**
BLM
BLM-Symposium Medienrecht: 200 Jahre Verfassungsstaat – 100 Jahre Freistaat Bayern
BLM, München
- **24. bis 26. Oktober**
BLM
Radio-Panels auf den Medientagen München
- **24. bis 26. Oktober**
Media Lab Bayern/BLM
Rockets & Unicorns: Startup-Area mit Innovation Stage, Expo Area und Networking Lounge auf den Medientagen
München
- **26. Oktober**
BLM/EMR
Europatag auf den Medientagen München
- **8. November**
BLM
24. Fachtagung des Forums Medienpädagogik: Digitalisierte Bildung – Automatisierte Kinder? Neue Medien in Bildungsprozessen
BLM, München
- **15. November**
BLM-Forum
Die Entwicklung des Lokalrundfunks in Bayern
BLM, München
- **19. November**
BLM/Augsburger Hörfunk und Fernsehsender/Stadt Augsburg
Augsburger Mediengespräche: Schöne neue Werbewelt. Wie uns digitale Werbung beeinflusst
Augsburg
- **22. November**
BLM/StMUV/StMASFI
Damit das Spielen Spaß bleibt... Aktuelle Herausforderungen für Jugendschutz, Verbraucherschutz und Medienpädagogik
BLM, München
- **30. November**
BLM/JFF
Interdisziplinäre Fachtagung: Kinder, Rechte, Medien. Neue Perspektiven auf Schutz, Befähigung und Partizipation in medialen Lebenswelten
BLM, München

➔ 1. Mediengespräch Regensburg hatte die BLM in Kooperation mit TVA – Fernsehen für Ostbayern, Charivari und Gong fm interessierte Bürger und Bürgerinnen ins Degginger eingeladen.

Safer Internet Day

Anlässlich des ➔ Safer Internet Day am 6. Februar 2018 finanzierte die Landeszentrale zehn der insgesamt 30 Elternabende an verschiedenen Orten in Bayern, bei denen unter anderem Tipps für den verantwortungsvollen Umgang mit Medien und Daten gegeben wurden. Durchgeführt wurden die Elternabende durch das Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern, einem Projekt der Stiftung Medienpädagogik Bayern, das im Berichtszeitraum vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie und nach der Kabinettsumbildung im Frühjahr 2018 von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert wurde. Das Referentennetzwerk wurde ins Leben gerufen, um bayernweit ein flächendeckendes Angebot an medienpädagogischen Elternabenden anbieten zu können und Eltern für die Medienerziehung ihrer Kinder fit zu machen.

Algorithmen transparent machen: Google und die Bundestagswahl – Lehren aus dem Projekt #Datenspende

Automatisierte Entscheidungsprozesse werden in unserem Alltag immer wichtiger. Algorithmen sortieren die Informationen vor und analysieren gleichzeitig unser Nutzerverhalten. Dies ist einerseits hilfreich, andererseits sind damit aber auch Gefahren verbunden, weil dabei vor allem Inhalte angeboten werden, die unsere vorhandenen Einstellungen bestätigen und keine anderen Sichtweisen zugelassen werden. Man lebt gleichsam in einer Filterblase. Die Diskussion, was diese Entwicklung für die Demokratie bedeutet, wird längst in vielen Expertengruppen ausgetragen und inzwischen auch von einer breiten Öffentlichkeit alarmierend wahrgenommen.

Wie also können wir Inhalte, mit denen Meinung gezielt beeinflusst werden soll, erkennen lernen? Muss darüber nachgedacht werden, ob und wie wir Einsicht in die gesellschaftlich relevanten Algorithmen nehmen können? Das Projekt ➔ #Datenspende hat sich diesen Fragen angenommen und zur Bundestagswahl 2017 am Beispiel der Google Suche einen Weg aufgezeigt, wie das in der Praxis aussehen kann. Die Ergebnisse wurden am 28. Februar in der Bayerischen Vertretung in Berlin präsentiert und diskutiert.

„#Datenspende: Google und die Bundestagswahl 2017“ war eine Kooperation der BLM mit AlgorithmWatch, der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen),

der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), der Landesmedienanstalt Saarland (LMS) und der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM).

media.innovations – der Medieninnovationstag der BLM

Spannende Präsentationen von Startups und interessante Vorträge erwarteten knapp 200 Besucher beim  **5. media.innovations**, dem Medieninnovationstag der am 7. März in der BLM stattfand. media.innovations stellte neue Produkte und Anwendungen vor und zeigte zudem auf, wie sich Journalismus, Contentverbreitung und Geschäftsmodelle entwickeln. Außerdem präsentierten Startups und die neuen Media Lab Bayern-Fellows in der Hands-On-Ausstellung ihre neuen Anwendungen und Ideen im Foyer der BLM. Partner des BLM-Medieninnovationstages sind das MedienNetzwerk Bayern und das Media Lab Bayern.

Radio Hack Europe

Nach der erfolgreichen Premiere 2017 ging der  **Radio Hack Europe** vom 16.–18. März 2018 in Wien in die zweite Runde. Von Freitagabend bis Sonntag entstanden im einzigen Co-Working-Hotel Wiens jede Menge neue Ideen und Projekte, um die Audiobranche in der digitalen Welt voranzubringen. Der Hackathon fand im Vorfeld von Europas größter Radiokonferenz, den Radiodays Europe, statt. Die BLM organisierte damit gemeinsam mit dem Media Lab Bayern und den Lokalrundfunktagen den einzigen europaweiten Radio Hack.

Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft

Die  **Fachtagung Kinder in der Wissensgesellschaft**, die SIN – Studio im Netz – alljährlich in Kooperation mit der Landeshauptstadt München, der BLM und der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), durchführt, rückte am 20. April 2018 das Thema „Sprachförderung – eine Aufgabe der Medienbildung“ in den Mittelpunkt.

Internationales Dokumentarfilmfestival München

Die BLM unterstützte auch 2018 das  **DOK.fest** München, das vom 2. bis zum 13. Mai in München an verschiedenen Spielorten stattfand, darunter auch die Konferenz „Ganz Grosses Kino?“ am 3. Mai. Vor 160 Gästen diskutierten Branchenexperten über die aktuelle Situation des Kino-Dokumentarfilms.

Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz

Die  **4. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** behandelte am 16. Mai das Thema „#Politainment – Wie bilden sich Jugendliche eine Meinung?“.

Meinungsbildung ist heute eine Herausforderung: Neben den klassischen Medien bietet das Internet eine Vielzahl an Informationen. Da ist es nicht immer leicht das richtige Angebot herauszufiltern, Wahrheit von Unwahrheit zu unterscheiden und sich mit extremen Standpunkten auseinanderzusetzen.

Die Veranstaltung ermöglichte einen Einblick, wie Prozesse der politischen Meinungsbildung in den neuen Medien

bei Jugendlichen ablaufen und wie Parteien durch gezielte Inszenierung versuchen, das junge Publikum anzusprechen. Hierzu wurden medienpädagogische, kommunikationswissenschaftliche, politologische und didaktische Perspektiven aufgegriffen, aber auch Jugendschutzaspekte bezüglich politischem Extremismus im Netz betrachtet. Eine Diskussion, wie Kinder und Jugendliche bei der Mediennutzung und Meinungsbildung begleitet und unterstützt werden können, rundete die Informationsveranstaltung ab.

Deutscher Social TV Summit

Am 21. Juni waren im Literaturhaus München 23 Influencer, Medienmacher, Gründer und Entscheider und circa 160 Besucher zu Gast beim  **7. Deutschen Social TV Summit**, der in diesem Jahr mit Unterstützung der Medientage München GmbH und dem MedienNetzwerk Bayern durchgeführt wurde. Zum Thema „Social Reboot: Neue Ansätze von Pay-to-play bis Originals“ ging es in Vorträgen, Panel-Diskussionen und Demo-Sessions um die aktuellen Fragen des Social Webs: Wie wirkt sich der Reboot von Facebook und YouTube auf Sender und Produzenten aus? Was ist nötig, um erfolgreiche Formate zu entwickeln? Welchen Regeln folgen die Algorithmen? Und wie generiert man noch organische Reichweite?

Lokalrundfunktage

Die  **Lokalrundfunktage** in Nürnberg sind deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk: Rund 1100 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informierten sich am 3. und 4. Juli über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt. Das Programm der Lokalrundfunktage umfasste Workshops, Diskussionsrunden und Vorträge von rund 80 nationalen und internationalen Referenten. Die BLM präsentierte sich auf der begleitenden Ausstellung mit einem eigenen Messestand. Am zweiten Tag fand parallel zum Kongressprogramm die Local Web Conference statt.

Auf der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage wurden die BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen und die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2018 präsentiert. Der Abend begann mit dem Medienfest im Alten Rathaus und klang mit einer Party im Club „Mach 1“ in der Innenstadt aus. Hier konnten bei entspannter Atmosphäre Kontakte geknüpft werden.

Die Lokalrundfunktage werden von dem BLM-Tochterunternehmen Medientage München GmbH organisiert.

■ BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage in Nürnberg wurden zum 31. Mal die  **BLM-Hörfunkpreise** und zum 27. Mal die  **BLM-Lokalfernsehpreise** für bemerkenswerte Leistungen im lokalen Rundfunk vergeben. Im Hörfunk sowie im Lokalfernsehen

wurden die besten lokalen Beiträge aus den Kategorien „Aktuelle Berichterstattung und Information“, „Unterhaltung und Comedy“ sowie „Sparten- oder Sondersendungen“ mit dem „BLM-Radio“ oder dem „BLM-Telly“ und einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet. Mit 3.000 Euro dotiert war auch der beste Beitrag von bayerischen Volontärinnen und Volontären in der Kategorie „Nachwuchs“ im Hörfunk und Lokalfernsehen. In dieser Kategorie waren alle journalistischen Darstellungsformen zugelassen. In der Kategorie „Moderation“ wurden im Hörfunk sowie im Lokalfernsehen herausragende Sendungsmoderationen mit einem Geldpreis in Höhe von 3.000 Euro ausgezeichnet.

Neu war 2018 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 „500 Jahre Reformation – auf ökumenischer Spurensuche in Bayern“. Der Preis wurde von einer eigenen Jury vergeben und war mit 3.000 Euro dotiert.

Der  **Galaxy Music Award**, der zum 18. Mal verliehen wurde, ging an den Künstler Nico Santos.

BLM-Symposion Medienrecht

Im Jubiläumsjahr „200 Jahre Verfassungsstaat – 100 Jahre Freistaat Bayern“ blickte auch die Landeszentrale im Rahmen ihres  **Symposions Medienrecht** in die Geschichte zurück. Die Beleuchtung der Entwicklung der Pressefreiheit legt eine wechselvolle Geschichte offen. Der

im deutschen Recht gesicherte Platz der Pressefreiheit ist, wie ein internationaler Vergleich zeigt, auch im 21. Jahrhundert alles andere als eine Selbstverständlichkeit. Sie muss auch weiterhin verteidigt werden. Denn Presse- und Rundfunkfreiheit sind das Lebenselixier einer lebendigen Demokratie.

Der Blick in die Geschichte diene zugleich der Standortvergewisserung in der Gegenwart. Nach den Referaten ausgewiesener Fachleute bot die Plenumsdiskussion Gelegenheit zu erörtern, was wir aus der Geschichte lernen können und sollten.

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Die Medien-Gesellschaft der Zukunft wird geprägt von digitalen Innovationen, Künstlicher Intelligenz, automatisierten Entscheidungssystemen, Big Data und Globalisierung, aber auch von aktiven Rezipienten, Social Media, fragmentierten Publika und der Personalisierung von Medienangeboten. Das alles diskutierten während der  **32. Medientage München** etwa 400 Expertinnen und Experten vor über 7.000 Teilnehmern. Drei Tage lang bot Europas größter Medienkongress unter dem Motto „Engage! Shaping Media Tech Society“ insgesamt mehr als hundert Panel-Diskussionen, Keynotes und weitere Gesprächsrunden. Hinzu kamen Präsentationen und Talk-Formate im Expo-Programm und auf dem Medien-Campus Bayern.

Die BLM, deren Tochtergesellschaft Medientage München GmbH den Kongress organisiert, hat insgesamt neun eigene Sessions zum Thema Zukunfts-

fragen des Radios angeboten. Zudem unterstütze die BLM die Veranstaltungen des Media Lab Bayern auf der „Rockets & Unicorns“-Bühne. Am dritten Kongresstag fand zum vierten Mal der Europa-Tag statt, welchen die BLM in Kooperation mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) ins Leben gerufen hat. Bei der kongressbegleitenden Expo der Medientage München präsentierten neben der BLM über achtzig Aussteller Software und Services aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Print, Online, Social Media, Netze, Micropayment, Robotik und Bildung.

Fachtagung des Forums Medienpädagogik

Die  24. Fachtagung des Forums Medienpädagogik in der BLM stand am 8. November unter dem Motto „Digitalisierte Bildung – Automatisierte Kinder? Neue Medien in Bildungsprozessen“. Smartphones im Unterricht, Tablets in der Kita-Gruppe oder Making-Aktivitäten in der Jugendarbeit: Zum Medieneinsatz in Einrichtungen gibt es eine breite öffentliche Diskussion über Bildung und Digitalisierung, die teils sehr kontrovers geführt wird. Einerseits liegen die Hoffnungen auf motivierten Kindern und Jugendlichen, die individuell und interaktiv lernen können. Andererseits wird befürchtet, dass digitale Medien die Konzentrationsfähigkeit beeinträchtigen oder vom eigentlichen Lerninhalt ablenken können. Pädagogisch Tätige bewegen sich in diesem Spannungsfeld: Welche Chancen und Möglichkeiten eröffnen sich beim Einsatz digitaler Medien? Wo liegen Herausforderungen und wie können sie ihnen begegnen?

Die Fachtagung zeigte, wie digitale Medien Lernprozesse verändern können und welche altersbezogenen Kompetenzen junge Menschen aus entwicklungspsychologischer Sicht mitbringen. Expertinnen und Experten gaben konkrete Tipps und praktische Anregungen für den reflektierten Einsatz von Medien im pädagogischen Alltag. Abschließend wurde darüber diskutiert, wie Digitalisierung in der Bildung verantwortungsbewusst gestaltet werden kann. In den Pausen bot eine Ideenbörse mit verschiedenen Informationsständen die Möglichkeit zur Vertiefung und zum Austausch.

BLM-Forum: Die Entwicklung des lokalen Rundfunks in Bayern

Erstmals soll die  Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern im Rahmen eines vom Medienrat initiierten Forschungsprojektes wissenschaftlich aufgearbeitet werden. Die Anlage der Studie wurde am 15. November 2018 erstmals vorgestellt.

Davon, dass die Entwicklung des lokalen Rundfunks in Bayern ein spannendes und erfolgreiches Stück Zeitgeschichte ist, konnten sich im Rahmen einer Informationssitzung des Medienrates der BLM rund 120 geladene Gäste überzeugen. Bekannte Zeitzeugen diskutierten mit viel Leidenschaft über die politischen, strukturellen und programmlichen Anfänge der privaten Lokalradios und TV-Sender in Bayern.

Podiumsteilnehmer waren in der ersten Runde: Dr. Edmund Stoiber, Ministerpräsident a. D., Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, ehemaliger Präsident der BLM,

Gunther Oschmann, Gesellschafter Müller Medien, Klaus Warnecke, ehemaliger Medienrat und Landtagsabgeordneter der SPD, Helmut Haunreiter, u.a. ehemaliger Bereichsleiter Frequenz-Technik, BLM und in der zweiten Diskussionsrunde Helmut Markwort, Journalist und Medienunternehmer, Maria-Theresia von Seidlein, Journalistin und Medienunternehmerin, Elke Schneiderbanger, in den Anfängen Neue Welle Bamberg und Neue Welle Franken „Charivari Nürnberg“, nun Geschäftsführerin ARD-Werbung Sales & Services GmbH, Norbert Haimerl, Geschäftsführer rfo, Rosenheim, Fred Kogel, Gründer Radio 44 / Radio Xanadu (später Radio Energy), u.a. Vorstandsvorsitzender der Constantin Medien AG, nun Fred Kogel GmbH, Franz Georg Strauß, Medienunternehmer, Mitgründer TV Weiß-Blau (später TV München), Gesellschafter bei HeronMedia Werbegesellschaft mbH. Moderiert wurden die Diskussionen von Inge Seibel.

Zu der ansonsten nicht öffentlichen Sitzung waren frühere Medien- und Verwaltungsräte sowie Vertreter der Anbieter als Gäste geladen.

Augsburger Mediengespräche

„Schöne neue Werbewelt? Wie uns digitale Werbung beeinflusst“ lautete 2018 das Motto der  **Augsburger Mediengespräche**, die von der BLM in Zusammenarbeit mit den Augsburger Hörfunk- und Fernsehsendern und der Stadt Augsburg zum 16. Mal veranstaltet wurden.

Wissen Algorithmen bald besser als wir selbst, was wir kaufen möchten? Wie erreicht die Werbewirtschaft heute Jugendliche über Influencer auf Youtube

oder Instagram? Was ist die Zukunft der Werbung und wie verändert die technologische Entwicklung die Gesellschaft? Über diese und ähnliche Fragen diskutierten am 19. November Werbeexperten, -kritiker, Sendervertreter und Influencer im Augsburger Hotel Steigenberger Drei Mohren.

Damit das Spielen Spaß bleibt ... Aktuelle Herausforderungen für Jugendschutz, Verbraucherschutz und Medienpädagogik

Games auf dem heimischen PC, der (mobilen) Konsole, dem Tablet oder unterwegs auf dem Smartphone gehören mittlerweile zu unserem Medienalltag. Sie sind in vielerlei Hinsicht innovativ, Motor der Tech-Branche und werden als Bildungsmedium eingesetzt. Gerade für Kinder und Jugendliche stellen sie aber auch eine Herausforderung dar. Darauf müssen Jugendschutz, Verbraucherschutz und Medienpädagogik reagieren.

In der öffentlichen Diskussion über digitale Spiele geht es nicht mehr ausschließlich um die Spielinhalte. Neben Gewalt im Spiel rücken zunehmend weitere Aspekte in den Fokus. In-Game-Käufe, intensive Werbung, Glückspielemente (Lootboxen), Spielerbindung über Gruppendynamiken und Belohnungssysteme, Weitergabe persönlicher Daten und zunehmende Kommunikationsmöglichkeiten sind aktuelle Entwicklungen, die für Spielerinnen und Spieler auch Gefahren mit sich bringen können.

Diese Themen wurden am 22. November auf der gemeinsamen  **Fachtagung** der BLM, des Bayerischen Staatsministeri-

ums für Familie, Arbeit und Soziales und des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz von Expertinnen und Experten aufgegriffen und diskutiert. Alltagsnahe Tipps und praxisorientierte Anregungen ergänzten das Programm. Schließlich ging es um die Frage, wie den Problemen rechtlich begegnet werden kann und wie pädagogisch Tätige, Eltern, aber vor allem junge Gamerinnen und Gamer unterstützt werden können, damit beim Spielen der Spaß nicht verloren geht.

Interdisziplinäre Fachtagung in Kooperation mit dem JFF

Im Fokus der  **Interdisziplinären Fachtagung** in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis stand am 30. November in der BLM das Thema „Kinder – Rechte – Medien. Neue Perspektiven auf Schutz, Befähigung und Partizipation in medialen Lebenswelten“.

Kinderrechte müssen auch in mediatisierten Lebenswelten respektiert werden – doch welche Konsequenzen folgen aus dieser Forderung? Gerade in digitalen Medienangeboten können sich Rechte auf Schutz und Teilhabe scheinbar unauflöslich gegenüberstehen. Lösungen derartiger Widersprüche sollen sich am Wohlergehen von Kindern und ihren wohlverstandenen Interessen orientieren und ebenso das Alter der Heranwachsenden und die sich entwickelnden Fähigkeiten berücksichtigen.

Mit Beiträgen aus der Medienethik, Rechtswissenschaft, Erziehungswissenschaft, Sozialen Arbeit und Medien-

pädagogik ermöglichte die Tagung einen umfassenden Blick darauf, welche Perspektiven sich aus einem kinderrechtlichen Ansatz für Medienpädagogik, -aufsicht und -politik ergeben.

Archiv und Dokumentation

Pressedokumentation

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

Seit Herbst 2018 stellt das BLM-Pressteam, im Rahmen eines vierzehntägig erscheinenden Newsletters, kuratierte Links zu relevanten multimedialen Inhalten zusammen.

Bibliothek

Die BLM verfügt über eine Fachbibliothek mit circa 6.500 Medien. 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. Der Bestand der Präsenzbibliothek wird kontinuierlich aktualisiert.

Social Media Monitoring

In 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.

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 2018 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM rund 55.000 Hörfunk- und Fernsehmittschnitte mit einer Gesamtdauer von über 70.000 Programmstunden. Die BLM bewahrt damit zwar nur einen kleinen Teil der Programmleistungen der privaten Anbieter auf, dokumentiert aber die programm-inhaltlichen Entwicklungen der privaten Rundfunkangebote in Bayern seit 1985 mit Originalmitschnitten.

Zusätzlich werden im Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM seit 1995 auch Rundfunksendungen archiviert, die sich inhaltlich mit den Themen Rundfunk und Mediendienste befassen.

Im Geschäftsjahr 2018 wurde die 2012 begonnene Digitalisierung ausgewählter analoger Sendemitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks abgeschlossen. Insgesamt konnten etwas über 3.500 Sendemitschnitte des analogen Altbestands digitalisiert werden.

Finanzielle Entwicklung

Jahresabschluss 2018

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 2018

Bilanz zum 31. Dezember 2018

AKTIVA	31. 12. 2018	31. 12. 2018	31. 12. 2017
	EUR	EUR	EUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		390.245,50	378
		390.245,50	378
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	14.889.565,26		15.348
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	19.760,00		35
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	926.431,00		1.022
		15.835.756,26	16.405
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	503.630,52		504
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	4.000.000,00		0
3. Beteiligungen	3.111.724,32		3.112
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00		5.000
		12.615.354,84	8.616
		28.841.356,60	25.399
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Betriebsstoffe		17.239,29	20
		17.239,29	20
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	25.439,45		42
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	23.749,27		111
3. Sonstige Vermögensgegenstände	481.813,87		1.129
		531.002,59	1.282
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		6.510.555,62	9.511
		7.058.797,50	10.813
C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten		110.436,98	92
Summe Aktiva		36.010.591,08	36.304

PASSIVA	31. 12. 2018 EUR	31. 12. 2018 EUR	31. 12. 2017 TEUR
A. Anstaltseigenes Kapital			
1. Kapital		20.668.590,89	20.669
		20.668.590,89	20.669
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	704.000,00		704
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.576.472,63		3.804
		4.280.472,63	4.508
		24.949.063,52	25.177
B. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen	8.013.094,00		7.488
2. Sonstige Rückstellungen	1.319.177,35		1.572
		9.332.271,35	9.060
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	431.157,56		522
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	431.157,56		522
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	841.251,81		982
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	841.251,81		982
3. Sonstige Verbindlichkeiten	456.196,84		563
– davon aus Förderprogrammen	66.091,36		306
– davon aus Steuern	266.359,27		148
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	20.562,88		15
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	456.196,84		563
		1.728.606,21	2.067
D. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten		650,00	0
Summe Passiva		36.010.591,08	36.304

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2018

	2018	2018	2017
	EUR	EUR	TEUR
1. Erträge			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	23.992.387,32		24.029
b) Gebühren	176.346,90		322
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	4.947.000,00		4.905
d) Sonstige Erträge	1.607.913,26		1.391
		30.723.647,48	30.647
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		11.868.466,75	10.588
		42.592.114,23	41.235
2. Sonstige betriebliche Erträge		57.589,64	87
		42.649.703,87	41.322
3. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-7.024.885,03		-7.083
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-1.671.570,57		-1.977
<i>davon für Altersversorgung</i>	-634.181,29		-877
		-8.696.455,60	-9.060
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-1.128.613,35	-1.255
5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags		-769.356,40	-841
6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen			
a) Programmförderung	-700.000,00		-703
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.500.000,00		-1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-4.947.000,00		-4.905
d) Förderung technische Infrastruktur	-1.741.256,69		-1.450
e) Kosten des technischen Betriebes	-519.579,83		-554
f) Medienforschung	-866.627,96		-812
g) Ausbildungsförderung	-1.182.989,26		-1.134
h) Medienpädagogik	-700.704,90		-699
i) Mitgliedsbeiträge	-85.378,99		-86
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	-1.188.848,57		-1.164
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.650.000,00		-1.641
l) Innovationsförderung	-384.271,48		-333
m) Mediennetzwerk	-311.817,15		-224
		-15.778.474,83	-15.205

	2018	2018	2017
	EUR	EUR	TEUR
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	-11.868.466,75		-10.589
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	-1.445.332,06		-1.416
c) Übrige	-2.615.047,08		-2.338
		-15.928.845,89	-14.343
8. Erträge aus Beteiligungen		138.000,00	0
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		138.000,00	0
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		71.499,98	30
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		31.999,98	0
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		5.015,14	1
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-766.909,55	-599
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-21.838,50	0
13. Ergebnis nach Steuern		-226.275,13	50
14. Sonstige Steuern		-1.367,94	-2
15. Jahresfehlbetrag (Vj. Jahresüberschuss)		-227.643,07	48
16. Entnahme aus der Investitionsrücklage		0,00	73
17. Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage (Vj. Einstellung)		227.643,07	-121
18. Bilanzgewinn		0,00	0

Anhang für das Geschäftsjahr 2018

Jahresabschluss 2018

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

Abnutzbare Vermögensgegenstände des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten bis EUR 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 Wertaufho-

lungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung weggefallen sind.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagepiegel dargestellt.

Die Vorräte werden mit ihren Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet. Bestandsminderungen, die sich aus der Lagerdauer oder der verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden durch Abwertungen berücksichtigt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie flüssige Mittel werden mit dem Nennbetrag nach Abzug der erforderlichen Wertberichtigungen bilanziert.

Unter den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten werden Ausgaben vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwendungen für einen bestimmten Zeitraum danach darstellen.

■ Passiva

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach anerkannten versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Anwendung des Anwartschaftsbarwertverfahrens (Projected-Unit-Credit-Methode) ermittelt. Als biometrische Rechnungsgrundlagen wurden im Berichtsjahr erstmals die aktualisierten Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt. Die Aktualisierung spiegelt die jüngsten Entwicklungen bei Sterblichkeits-, Invalidisierungs-, Verheiratur- und Fluktuationswahrscheinlichkeiten

wider und berücksichtigt dabei erstmals auch sozioökonomische Aspekte der Sterblichkeit. 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 3,21 % p.a. angesetzt (Vj: 3,68 % 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 Abzinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von TEUR 1.078,7.

Vom Wahlrecht, die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen auf bis zu 15 Jahre zu verteilen, wurde kein Gebrauch gemacht.

Bei der Bemessung der übrigen Rückstellungen wird allen erkennbaren Risiken, ungewissen Verbindlichkeiten sowie drohenden Verlusten aus schwebenden Geschäften Rechnung getragen. Die Rückstellungen sind in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt.

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Erläuterungen zur Bilanz

■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden TEUR 326,5 investiert. Bei Restbuchwert-Abgängen von TEUR 0 und Abschreibungen von TEUR 313,9 ist der Restbuchwert um TEUR 12,6 auf TEUR 390,2 angestiegen.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um TEUR 569,9 auf TEUR 15.835,8 verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von TEUR 299,2, Abgängen von TEUR 54,4 und Abschreibungen von TEUR 814,7. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen die Betriebs- und Geschäftsausstattung (TEUR 293,1) und rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (TEUR 6,1).

Unter den Finanzanlagen (TEUR 12.615,4) 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 (vor Umfirmierung: AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München) (TEUR 17,7),
- Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München (TEUR 51,6),
- BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg (TEUR 57,8),
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (TEUR 376,5)

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 im Berichtsjahr an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichtes Darlehen in Höhe von TEUR 4.000,0 erfasst. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren und ist im ersten Jahr (bis 30.06.2019) tilgungsfrei. Der Zinssatz beträgt 1,6% p.a.

Die sonstigen Ausleihungen betreffen ein am 31.03.2017 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 2018

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand 1. 1. 2018 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Um- buchungen EUR	Stand 31. 12. 2018 EUR	Stand 1. 1. 2018 EUR	Abschreibung 2018 EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2018 EUR	31. 12. 2018 EUR	31. 12. 2017 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.688.609,43	326.565,46	204.166,82	0,00	1.811.008,07	1.310.976,43	313.944,96	204.158,82	1.420.762,57	390.245,50	377.633,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.688.609,43	326.565,46	204.166,82	0,00	1.811.008,07	1.310.976,43	313.944,96	204.158,82	1.420.762,57	390.245,50	377.633,00
II. Sachanlagen											
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	24.026.775,15	0,00	0,00	0,00	24.026.775,15	8.678.548,39	458.661,50	0,00	9.137.209,89	14.889.565,26	15.348.226,76
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	215.337,29	6.064,18	29.680,06	0,00	191.721,41	180.064,79	17.358,18	25.461,56	171.961,41	19.760,00	35.272,50
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.394.434,65	293.119,71	142.715,61	0,00	4.544.838,75	3.372.315,65	338.648,71	92.556,61	3.618.407,75	926.431,00	1.022.119,00
Summe Sachanlagen	28.636.547,09	299.183,89	172.395,67	0,00	28.763.335,31	12.230.928,83	814.668,39	118.018,17	12.927.579,05	15.835.756,26	16.405.618,26
Zwischensumme I. und II.	30.325.156,52	625.749,35	376.562,49	0,00	30.574.343,38	13.541.905,26	1.128.613,35	322.176,99	14.348.341,62	16.226.001,76	16.783.251,26
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	503.646,66	1.126,98	1.143,12	0,00	503.630,52	0,00	0,00	0,00	0,00	503.630,52	503.646,66
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	4.000.000,00	0,00	0,00	4.000.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.000.000,00	0,00
3. Beteiligungen	3.211.723,32	0,00	0,00	0,00	3.211.723,32	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	3.111.724,32	3.111.724,32
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00	0,00	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	8.715.369,98	4.001.126,98	1.143,12	0,00	12.715.353,84	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	12.615.354,84	8.615.370,98
Anlagevermögen gesamt	39.040.526,50	4.626.876,33	377.705,61	0,00	43.289.697,22	13.641.904,26	1.128.613,35	322.176,99	14.448.340,62	28.841.356,60	25.398.622,24

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

Gesellschaft	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis	
	TEUR	%	JAHR	TEUR
Anteile an verbundenen Unternehmen				
MediaSchool Bayern gGmbH (Vor Umfirmierung: AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien, München)	1.652,4	62	2017	(-) 1.180,1
Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München	1.256,8	100	2017	(-) 982,4
BayMS Bayerische Medien-Servicegesellschaft mit beschränkter Haftung, Nürnberg	612,9	100	2017	(-) 16,6
Bayerische Medien Technik GmbH, München	1.718,4	90	2017	(+) 195,8

Das Umlaufvermögen von TEUR 7.058,8 umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV-Material (TEUR 17,2), sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 531,0) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (TEUR 6.510,6).

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (TEUR 25,4) handelt es sich hauptsächlich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (TEUR 50,3) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (TEUR 481,8) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2019 (TEUR 313,6) 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 6.510,6.

■ Passiva

Zur Deckung des Jahresfehlbetrages lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2018 in Höhe von TEUR 227,6 wird ein Betrag in gleicher Höhe aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage entnommen. Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2018 insgesamt TEUR 24.949,1.

Die sonstigen Rückstellungen (TEUR 1.319,2) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2018 (TEUR 592,0), Prozesskosten (TEUR 411,0), Überstundenansprüche (TEUR 92,1), Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (TEUR 62,5) sowie für eine eventuelle Rückzahlungsverpflichtung von Rundfunkbeiträgen 2018 im Zusammenhang mit der Befreiung der Beitragspflicht von Zweitwohnungen (TEUR 50,0).

Außerdem sind zur Deckung latenter Risiken aus einer Inanspruchnahme der BLM aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen von Infrastrukturbetreibern TEUR 50,0 zurückgestellt.

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag TEUR 431,2. Der wesentliche Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit TEUR 190,0 auf den Bereich elektronische Datenverarbeitung, mit TEUR 52,9 auf Rechtsberatung/Gutachten und mit TEUR 39,3 auf Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (TEUR 841,3) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2019 gegenüber der MediaSchool Bayern gGmbH (vor Umfirmierung: AFK GmbH) in Höhe von TEUR 775,0 ausgewiesen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (TEUR 456,2) enthalten im Wesentlichen für 2018 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (TEUR 35,1) und zur Programmförderung (TEUR 22,1).

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (TEUR 266,4), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (TEUR 82,4) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (TEUR 20,6) enthalten.

Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2018 EUR	Entnahme wegen des Jahresfehlbetrages EUR	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr EUR	Stand 31. 12. 2018 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	0,00	704.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.804.115,70	- 227.643,07	0,00	3.576.472,63
	4.508.115,70	- 227.643,07	0,00	4.280.472,63
Anstaltseigenes Kapital	25.176.706,59	-227.643,07	0,00	24.949.063,52

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2018 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von EUR 24,0 Mio. zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2018 durch ARD/GEZ sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. In Abzug gebracht ist die Rückstellungsdotierung (TEUR 50) 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 176,3) beinhalten Gebühren und Auslagen für Amtshandlungen der BLM im Vollzug des BayMG und des RStV.

Die von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Berichtsjahr erhobenen Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.947,0) gem. § 15 der Rundfunkgesetz wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Die sonstigen Erträge (TEUR 1.607,9) enthalten im Wesentlichen Fördermittel des StMWi zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern (TEUR 900,0), Fördergelder des StMWi für das MedienNetzwerk Bayern (TEUR 282,0), Mieterträge aus Untervermietung (TEUR 124,3) und die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen für das Jahr 2017 (TEUR 89,0).

Die Bayerische Staatskanzlei hat der Landeszentrale mit Bescheid vom 7. August 2018 Fördermittel für das Projekt „Technische Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ bis zur Höhe von TEUR 900,0 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 grundsätzlich auf die Jahre 2017 und 2018 begrenzt ist und die die digitale Empfangbarkeit privater Hörfunkanbieter in Bayern unterstützen soll.

Seit 1. September 2016 ist die Geschäftsstelle des MedienNetzwerk Bayern bei der BLM angesiedelt. Die BLM leistet damit gemäß Art. 11 Abs. 2 Satz 4 BayMG einen Beitrag zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat das StMWi in 2018 eine Förderung in Höhe von TEUR 282,0 gewährt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 23,5.

In der Gesellschafterversammlung vom 19. November 2018 hat die BayMS eine Ausschüttung an die Landeszentrale in Höhe von TEUR 138,0 beschlossen. Die Bruttodividende (TEUR 138,0) ist in den Beteiligungserträgen erfasst. Nach Abzug von Kapitalertragsteuer und Solidaritätszuschlag in Höhe von TEUR 21,8 ist der Landeszentrale eine Bardividende von TEUR 116,2 zugeflossen. Der Zinsertrag aus dem im Vorjahr aus-

Erträge	2018		2017	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 2 BayMG	23.992,4	77,4	24.029,5	78,4
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 3 BayMG	176,3	0,5	321,7	0,7
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.947,0	16,0	4.904,5	15,6
Sonstige Erträge	1.607,9	5,2	1.391,2	4,9
Sonstige betriebliche Erträge	57,6	0,2	87,0	0,3
Erträge aus Finanzanlagen	209,5	0,7	29,8	0,1
Zinsen und ähnliche Erträge	5,0	0,0	0,6	0,0
Erträge Allgemeiner Haushalt	30.995,7	100,0	30.764,3	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	11.868,5	–	10.588,5	–

Aufwendungen	2018		2017	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	8.696,5	27,9	9.060,5	28,2
Abschreibungen	1.128,6	3,6	1.254,7	4,4
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	769,4	2,5	841,0	2,8
Programmförderung	700,0	2,2	703,3	2,5
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,8	1.500,0	5,3
Finanzierung TV-Fensterprogramme	4.947,0	15,8	4.904,5	16,8
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	2.260,8	7,2	2.004,1	5,4
Medienforschung	866,6	2,8	811,9	2,9
Ausbildungsförderung	1.183,0	3,8	1.133,8	3,7
Medienpädagogik	700,7	2,2	699,3	2,5
Mitgliedsbeiträge	85,4	0,3	85,9	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	1.188,8	3,8	1.164,2	4,1
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	1.650,0	5,3	1.640,7	5,8
Innovationsförderung	384,3	1,2	333,7	0,9
Mediennetzwerk	311,8	1,0	224,1	0,2
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.445,3	4,6	1.416,4	4,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.615,0	8,4	2.338,2	8,3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	766,9	2,5	598,4	1,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	21,8	0,1	0,0	0,0
Sonstige Steuern	1,4	0,0	1,5	0,0
Aufwendungen Allgemeiner Haushalt	31.223,3	100,0	30.716,2	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	11.868,5	–	10.588,5	–

gereichten Schuldscheindarlehen beläuft sich auf TEUR 39,5. Aus dem im Berichtsjahr an die BMT gewährten Darlehen konnten Zinsen in Höhe von TEUR 32,0 erwirtschaftet werden.

Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von TEUR 0,3 und Verzugszinsen in Höhe von TEUR 4,7 vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2018 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden TEUR 11.868,5 (i.Vj. TEUR 10.588,5) als Zuwendung vom StMWi zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung der im Jahr 2018 insgesamt an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt TEUR 13.518,5 erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (TEUR 11.858,5) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (TEUR 1.650,0).

■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (TEUR 8.696,5) sind die laufenden Gehälter (TEUR 7.024,9) und Sozialabgaben (TEUR 1.037,4) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 834,2) enthalten.

Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (TEUR 406,6), Sozialabgaben (TEUR 58,2) und Aufwendungen für Altersversorgung (TEUR 20,6).

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 2018 der BLM beträgt TEUR 769,4 und beruht auf einer Beitragsschätzung der ARD/GEZ.

Gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 9 und 10 BayMG hat die Landeszentrale auf der Grundlage der vom Medienrat beschlossenen Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungs-Richtlinie – PFR) vom 13. Oktober 2003 (St.Anz. Nr. 42), zuletzt geändert durch Richtlinie vom 8. Oktober 2015 (AMBl 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von TEUR 700,0 an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2018 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 2018 Finanzierungsbeiträge (TEUR 4.947,0) 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 1.741,2) 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 841,2 aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale.

Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt TEUR 255,9 aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt TEUR 263,7.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2018 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2018) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (TEUR 586,4) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (TEUR 47,5) und sonstige Forschungsvorhaben (TEUR 205,9) 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 26,8 aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2018 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (TEUR 126,0) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit TEUR 126,2 finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (MediaSchool Bayern gGmbH; vormals: AFK GmbH) wurde in 2018 für 2019 ein Betrag von TEUR 775,0 als Nachschussverpflichtung sowie TEUR 155,8 an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt TEUR 700,7 unterstützt. Der seit 1996 bestehende „Programmberatung für Eltern e. V., München“ hat hier-

von einen Betrag von TEUR 390,0 erhalten, insbesondere als Finanzierungsbeitrag für die medienpädagogische TV-Broschüre „Flimmo“. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern erhielt Fördergelder in Höhe von TEUR 107,6. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden TEUR 203,1 aufgewendet.

Die im Jahr 2018 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf TEUR 85,4.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt TEUR 1.188,8. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (TEUR 60,7) und weitere Publikationskosten (TEUR 204,9), für den BLM-Rundfunkkongress im Rahmen der Messe MEDIENTAGE MÜNCHEN (TEUR 248,9), die Lokalfunktage Nürnberg einschließlich BLM- Hörfunk/TV-Preis (TEUR 460,2) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (TEUR 175,6) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt TEUR 38,5 aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2018 einen eigenen Anteil in Höhe von TEUR 1.650,0.

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt TEUR 384,3 aufgewendet. Davon entfallen TEUR 270,0 auf eine Sonderförderung für das seit 1. Januar 2018 bei der Medientage München GmbH angesiedelte Projekt Media Lab Bayern, TEUR 67,9 auf die Abwicklung des Projektes mit der Robert Bosch Stiftung und TEUR 46,4 für sonstige Fördermaßnahmen.

Für das Projekt MedienNetzwerk Bayern wurden in 2018 TEUR 311,8 an Sachkosten aufgewendet.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2018 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 652,9 geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf TEUR 28,9. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2018 TEUR 763,5 aufgewendet.

Im Posten »Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen« (TEUR 2.615,0) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant und Mieten für Büroflächen in der Rosenheimerstrasse (TEUR 835,6), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (TEUR 604,6), EDV-Kosten (TEUR 318,9), Reisekosten (TEUR 157,4), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (TEUR 150,0), Bürokosten (TEUR 146,3) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail (TEUR 130,1) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 74,9.

Die Zinsaufwendungen (TEUR 766,9) betreffen fast ausschließlich den Zinsanteil (Verzinsung als auch Zinsänderung)

aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (TEUR 764,8), im Vorjahr TEUR 596,6.

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen die auf die Ausschüttung der BayMS angefallene Kapitalertragsteuer in Höhe von 15 % (TEUR 20,7) zuzüglich Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 % (TEUR 1,1). Die Steuern wurden von der BayMS einbehalten und an das Finanzamt abgeführt. Die Körperschaftsteuer für die Dividendeneinkünfte ist durch den Steuerabzug abgegolten.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2018 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die so finanzierte Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr TEUR 11.868,5 aufgewendet.

Sonstige Angaben

Zum Abschlussstichtag bestehen folgende, nicht in der Bilanz ausgewiesene finanzielle Verpflichtungen:

1. Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen bei Infrastrukturbetreibern trägt die Landeszentrale bei vorzeitiger Kündigung eines Überlassungsverhältnisses oder der Aussetzung der Sendegenehmigung für den Anbieter das Mietausfallrisiko gegenüber der Bayerische Medien Technik GmbH (BMT), jedoch erst nach Ablauf von drei Monaten. Für dieses Mietausfallrisiko hat die BLM TEUR 43,0 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 2018 insgesamt EUR 20,07 Mio (Vj. EUR 23,95 Mio).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2018 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung TEUR 1.741,3 getragen.

2. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der MediaSchool Bayern gGmbH (vor Umfirmierung: AFK GmbH) übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 62%) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf TEUR 775,0.

3. Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (TEUR 141,8) 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 2018 TEUR 44,9. Das Honorar betrifft ausschließlich Abschlussprüfungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im genannten Betrag Umsatzsteuer in Höhe von TEUR 7,2 enthalten.

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

Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	BRUTTO EUR
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	149.693,85
Fenster und Vollprogramme Fernsehen - lokal	974.148,73
Terrestrischer Hörfunk – lokal	1.981.413,28
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	1.346.901,74
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	133.693,57
Terrestrisches Fernsehen – lokal	0,00
Terrestrisches Fernsehen – national	0,00
	<hr/> 4.585.851,17
Digital Radio – landesweit	1.561.775,04
Digital Radio – lokal	2.040.375,51
DMB	0,00
Kabeleinspeisung Digital Radio - landesweit	34.366,47
Kabeleinspeisung Digital Radio - lokal	3.381,08
DVB-S	11.848.967,37
Gesamt	<hr/> 20.074.716,64

Personalbericht

Mit dem Wirtschaftsplan für 2018 war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 84,5 Vollzeitstellen genehmigt worden.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31. 12. 2018	31. 12. 2017	31. 12. 2018	31. 12. 2017
Präsidium	9,5	11,5	10	13
Geschäftsleitung	2,5	2,0	3	2
Bereich Recht	10,5	11,0	11	13
Bereich Verwaltung	11,5	11,5	12	12
Bereich Technik	12,5	12,5	13	13
Bereich Programm	10,0	11,0	10	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	14,5	14,5	18	18
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft	9,5	11,0	12	15
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
Mediendatenschutz	4,0	0,0	5	0
Summe	85,5	86,0	95	98

Von den per 31. Dezember 2018 angestellten 95 Bediensteten waren 56 weibliche und 39 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 20 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind zwei Mitarbeiterinnen mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 92 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 2018 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 2,35 %.

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.

Gehaltsband 2018

	Monatsgehalt ab 1. Januar 2018	
Vergütungsgruppen	von EUR	bis EUR
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	5.721,37	8.414,71
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	4.704,01	7.536,03
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in 1	4.259,30	6.826,23
Vergütungsgruppe IV – Fachreferent/-in 2 / Sachbearbeiter/-in 1	3.814,07	5.991,06
Vergütungsgruppe V – Assistenz 1 / Sachbearbeiter/-in 2	3.433,33	5.326,81
Vergütungsgruppe VI – Assistenz 2 / Sachbearbeiter/-in 3	3.051,05	4.887,72
Vergütungsgruppe VII – Allgemeine Dienste	2.544,42	3.998,30

Jeder Vergütungsgruppe ist ein Gehaltsband zugewiesen. Das Gehaltsband wird jährlich entsprechend den linearen Erhöhungen angepasst.

Daneben sieht das Gehaltsmodell strukturelle (dauerhafte) Erhöhungen der Gehälter und Einmalzahlungen vor. Grundlage für strukturelle Erhöhungen der Gehälter oder Einmalzahlungen ist die jährlich durchzuführende Leistungsbeurteilung gemäß Dienstvereinbarung zur Mitarbeiterbeurteilung.

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. 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.

	Monatsgehalt ab 1. Januar 2018
Stufe	EUR
1	8.802,10
2	9.211,50
3	9.723,25
4	10.439,70
5	10.053,80
6	11.770,25

Bezüge 2018

	Jahresbezüge Grundgehalt	Leistungsbezogene Zulagen	Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR
Siegfried Schneider	262.400	0	7.025	269.425
Martin Gebrande	182.724	0	7.981	190.705
Summe	445.124	0	15.006	460.130

Altersversorgung

	Barwert der Pensions- verpflichtung 31. 12. 2018	Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2018	Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2018	Umlage an den Versorgungsverband für das Jahr 2018
	EUR	EUR	EUR	EUR
Siegfried Schneider	0	0	0	0
Martin Gebrande	1.800.833	74.837	0	52.532
Summe	1.800.833	74.837	0	52.532

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 158.400,00; in 2018 anteilig EUR 13.200,00. 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 2018 auf EUR 882.073. Im Geschäftsjahr 2018 wurden für Herrn Gummer EUR 36.437 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

Martin Gebrande, Volljurist

Das künftige Ruhegehalt des Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, wird vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beiträge werden im Jahr der Zahlung als Aufwand (2018: TEUR 48,3) erfasst. Zusätzlich wurde im Berichtsjahr ein Versorgungszuschlag von TEUR 8,9 an den Freistaat Bayern abgeführt. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Das künftige Ruhegehalt des Geschäftsführers bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B8.

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Herrn Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2018 auf EUR 1.331.426. Im Geschäftsjahr 2018 wurden für Herrn Prof. Dr. Ring EUR 57.939 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 559.857 |
| b) Verwaltungsrat | EUR 93.068 |

Nachtragsbericht

Nach dem Abschlusstichtag kündigte mit Schreiben vom 7. Januar 2019 der Geschäftsführer der Landeszentrale, Herr Martin Gebrande, seinen am 12. Mai 2016 geschlossenen Geschäftsführervertrag zum 30. September 2019. Die Zustimmung des Medienrats zur Benennung eines Nachfolgers als Geschäftsführer durch den Präsidenten wird in der Sitzung des Medienrats am 6. Juni 2019 erfolgen.

Am 22. Februar 2019 hat der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Medienminister Dr. Florian Herrmann, in den Räumlichkeiten der Medientage München GmbH der Öffentlichkeit die neue Medienstandort-Initiative der Staatsregierung vorgestellt. Bayern als absoluter Top-Standort für die Medienbranche soll sich nach den Plänen der Staatsregierung weiterentwickeln. Der nächste große Schritt ist die Schaffung einer zentralen Plattform für den Medienstandort – die Medien.Bayern GmbH. 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 künftig die Veranstaltungen wie die MEDIENTAGE MÜNCHEN, das Media Lab Bayern und das MedienNetzwerk Bayern vereint. Damit wird mit Wirkung zum 1. Januar 2019 das MedienNetzwerk nicht mehr von der Landeszentrale betrieben und sie erhält damit auch keine Förderungen durch den Freistaat Bayern. Die Landeszentrale hat diese Veränderungen in einem Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2019, der vom Verwaltungsrat in seiner Sitzung am 22. März 2019 beschlossen wurde und dem der Medienrat am 11. April 2019 zugestimmt hat, bereits umgesetzt.

München, 5. Juni 2019



DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider



DER GESCHÄFTSFÜHRER

Martin Gebrande

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2018

Geschäftsverlauf

■ Rundfunkrecht

Die Rundfunkkommission hat am 13. 06. 2018 einen ersten Arbeitsentwurf für einen Medienstaatsvertrag beraten. Außerdem steht die Integration der Bestimmungen der novellierten AVMD-Richtlinien bevor, die unter Zugrundelegung der geplanten Umsetzungsfrist von 21 Monaten bis September 2020 in nationales Recht umgesetzt werden müssen.

Der Entwurf der Rundfunkkommission enthält konkrete Regelungsvorschläge zu den Bereichen des Rundfunkbegriffs insbesondere in Bezug auf Zulassungspflicht und Streaming, Plattformregulierung und erstmals auch für Intermediäre wie soziale Netzwerke, Suchmaschinen oder Videoplattformen. Zu dem Entwurf hat die Staatskanzlei Rheinland-Pfalz eine öffentliche Anhörung gestartet, wobei öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, Verbände, Unternehmen und Personen aus der Medienwirtschaft und vor allem die Bürgerinnen und Bürger dazu aufgerufen waren, vom 23. 07. bis zum 30. 09. 2018 Ideen und Vorschläge für eine reformierte Medienordnung in Deutschland einzureichen. Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM GbR) unterstützt dabei die Reform zentraler Regelungsgegenstände, die den Entwicklungen einer vielfältigen Medienlandschaft Rechnung trägt und einen zeitgemäßen Regulierungsrahmen schafft.

Der Zweiundzwanzigste Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zweiundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag) wurde vom 15. 10. bis 26. 10. 2018 von den Ministerpräsidenten unterschrieben und ist am 21. 03. 2019 von Bayerischen Landtag beschlossen worden (GVBl S. 162). Kern dieser Novelle ist die Neuregelung des Telemedienauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dazu gehört die Flexibilisierung der Verweildauern, die ausdrückliche Beauftragung von interaktiver Kommunikation und Social-Media-Nutzung, und die Vernetzung der Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Online-Angebote von ARD, ZDF und Deutschlandradio sollen „von ihrer Anmutung her“ den Schwerpunkt auf Bewegtbild und Ton setzen, um sich von den Angeboten der Presseverlage zu unterscheiden (Verbot der Presseähnlichkeit). Für künftige Konfliktfälle wird eine gemeinsame, paritätisch besetzte Schiedsstelle von Rundfunkveranstaltern und Spitzenverbänden der Presse eingerichtet.

■ Grundlegende Rechtsprechung zum Rundfunkrecht

Der Europäische Gerichtshof hat in seinem Urteil vom 13. 12. 2018 (Az. C-492/17) entschieden, dass der deutsche Rundfunkbeitrag europarechtskonform ist. Anlass für das Urteil war ein Vorlagebeschluss des Landgerichts Tübingen an den EuGH. Das Landgericht war der Auffassung, dass der Rundfunkbeitrag und die hoheitlichen Vorrechte der öffentlich-rechtlichen Sender bei der

Beitreibung gegen das Unionsrecht verstoßen, insbesondere das Recht der staatlichen Beihilfen.

Mit seinem Urteil stellt der EuGH fest, dass die Ersetzung der Rundfunkgebühr, die für den Besitz eines Rundfunkempfangsgeräts zu entrichten war, durch den Rundfunkbeitrag, der insbesondere für das Innehaben einer Wohnung oder einer Betriebsstätte zu entrichten ist, keine erhebliche Änderung der Finanzierungsregelung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland darstellt. Es war daher nicht erforderlich, die Kommission hierüber als Änderung einer bestehenden Beihilfe zu unterrichten. Die Kommission hatte bereits im Jahr 2007 befunden, dass die Rundfunkgebühr als bestehende Beihilfe einzustufen ist. Der Gerichtshof verweist hierzu u.a. darauf, dass die Ersetzung der Rundfunkgebühr durch den Rundfunkbeitrag im Wesentlichen darauf abzielt, die Voraussetzungen für die Erhebung des Rundfunkbeitrags vor dem Hintergrund der technologischen Entwicklung in Bezug auf den Empfang der Programme der öffentlich-rechtlichen Sender zu vereinfachen. Außerdem hat diese Änderung zu keiner wesentlichen Erhöhung der Vergütung geführt, die die öffentlich-rechtlichen Sender erhalten, um die Kosten zu decken, die mit der Erfüllung ihres öffentlichen Auftrags verbunden sind.

Der Gerichtshof stellt weiter fest, dass es die Rechtsvorschriften der Union über staatliche Beihilfen nicht verbieten, dass öffentlich-rechtlichen Sendern vom allgemeinen Recht abweichende Befugnisse eingeräumt werden, die es ihnen

erlauben, die Zwangsvollstreckung von Forderungen aus rückständigen Rundfunkbeiträgen selbst zu betreiben. Der EuGH führt insoweit aus, dass die fraglichen Vorrechte von der Kommission bei ihrer Prüfung der Finanzierungsregelung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Jahr 2007 berücksichtigt wurden und seither unverändert geblieben sind. Außerdem sind derartige Vorrechte als ein dem öffentlichen Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender inhärenter Aspekt anzusehen.

Das Bundesverfassungsgericht hat auf die Verfassungsbeschwerden dreier beitragspflichtiger Bürger und eines Unternehmens mit Urteil vom 18. 07. 2018 (1 BvR 1675/16, 1 BvR 981/17, 1 BvR 836/17, 1 BvR 745/17) entschieden, dass die Rundfunkbeitragspflicht im privaten und im nicht privaten Bereich im Wesentlichen mit der Verfassung vereinbar ist. Mit dem allgemeinen Gleichheitssatz nicht vereinbar ist allerdings, dass auch für Zweitwohnungen ein Rundfunkbeitrag zu leisten ist. Er hat den zuständigen Landesgesetzgebern aufgegeben, insofern bis zum 30. 06. 2020 eine Neuregelung zu treffen. Nach dem Urteil steht das Grundgesetz der Erhebung von Beiträgen nicht entgegen, die diejenigen an den Kosten einer öffentlichen Einrichtung beteiligen, die von ihr – potentiell – einen Nutzen haben. Beim Rundfunkbeitrag liegt dieser Vorteil in der Möglichkeit, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nutzen zu können. Auf das Vorhandensein von Empfangsgeräten oder einen Nutzungswillen kommt es nicht an. Die Rundfunkbeitragspflicht darf im privaten

Bereich an das Innehaben von Wohnungen anknüpfen, da Rundfunk typischerweise dort genutzt wird. Inhaber mehrerer Wohnungen dürfen für die Möglichkeit privater Rundfunknutzung allerdings nicht mit insgesamt mehr als einem vollen Rundfunkbeitrag belastet werden.

Die Zahl der gegen den Rundfunkbeitrag erhobenen Klagen hat auch im Jahr 2018 weiter abgenommen. Im Jahr 2018 sind nur noch zwei Urteile des Bundesverwaltungsgerichts ergangen, die in einem Fall die Rundfunkbeitragspflicht schwerbehinderter Menschen (Urteil vom 28. 02. 2018, BVerwG 6 C 48.16) und in einem anderen Fall von Betreibern von Hotel- und Gästezimmer (Urteil vom 21.03.2018, BVerwG 6 C 54.16) festgestellt haben.

Hörfunk

■ Digitalradio (DAB)

Das Europaparlament hat am 14. 11. 2018 den European Electronics Communication Code (ECC) auf den Weg gebracht. Der Ministerrat hat am 05.12.2018 dem ECC zugestimmt. Regelungsinhalt des ECC ist, dass nach einer zweijährigen Übergangsfrist Neuwagen mit Autoradios mit digitalerterrestrischem Radioempfang (DAB+) ausgestattet werden, wobei den Mitgliedsländern freigestellt bleibt, in ihrem jeweiligen Land darüber hinaus eine Digitalradiopflicht für herkömmliche Radioempfänger einzuführen. Der deutsche Gesetzgeber wird die Übergangsfrist wohl nicht ausschöpfen, sondern schneller handeln.

Schließlich legt der Koalitionsvertrag der Bundesregierung Wert darauf, das Digitalradio als niederschwelliges Medium weiterzuentwickeln ist. In diesem Zusammenhang soll auch das Telekommunikationsgesetz dazu verpflichtet, künftig einen Multinormchip in sämtliche neuen Radiogeräte einzubauen.

■ UKW-Sendernetzverkauf

Die Media Broadcast teilte am 15.02.2017 mit, dass sie sich von allen UKW-Sendeanlagen in Deutschland bis 30. 06. 2018 trennen werde. Dies hatte zur Folge, dass der UKW-Sendebetrieb in ganz Deutschland und damit auch in Bayern neu organisiert werden musste. Ein Großteil der 1.500 Sendeanlagen in Deutschland, mit Ausnahme in Bayern, wurde in 30 Auktionsverfahren im Internet versteigert. In Bayern hatte die Bayerische Medientechnik GmbH (BMT), ein 90%-iges Tochterunternehmen der Landeszentrale, der Media Broadcast ihr Interesse am Kauf der UKW-Sendeanlagen erklärt. Für die Landeszentrale war von entscheidender Bedeutung, dass der UKW-Sendernetzbetrieb ab 01.07.2018 für alle bayerischen Anbieter sichergestellt ist. Der Verwaltungsrat der Landeszentrale befürwortete die Überlegungen der Geschäftsleitung zum Erwerb der Sendeanlagen in Bayern durch die BMT zur Gewährleistung einer Versorgung aller Regionen mit UKW-Hörfunkangeboten und betrachtete das mit einem evtl. Erwerb verbundene Risiko als dann vertretbar, wenn die bayerischen Hörfunkanbieter entsprechende Kostenübernahmevereinbarungen abschließen.

Ende 2017 konnte die BMT mündlich eine generelle Einigung mit der Media Broadcast erzielen. Die Vertragsverhandlungen zogen sich dann noch ins Jahr 2018 hin. Verkaufsgegenstand waren 180 UKW-Antennenanlagen in Bayern. Die Kaufverträge waren bis April 2018 soweit verhandelt, dass sie unterschrieben werden konnten. Allerdings hat sich im Mai 2018 eine Verzögerung insoweit ergeben, weil die Bundesnetzagentur in einem Eilverfahren prüfen ließ, ob der Wettbewerb auf dem UKW-Markt behindert wird und ob eine mögliche Regulierung der Antennenmitbenutzung angezeigt ist. Die Landeszentrale konnte dabei nicht ausschließen, dass auch Bayern von dieser Regulierung betroffen ist. Am 23. 05. 2018 fand bei der Bundesnetzagentur zu diesem Komplex eine öffentliche Anhörung statt. Die Bundesnetzagentur stellte nach der Anhörung fest, dass eine Regulierung nicht erforderlich ist. Daraufhin hat die BMT die Kaufverträge mit der Media Broadcast unterschrieben und die 180 UKW-Antennen an 155 Standorten erworben. Damit war der UKW-Sendenetzbetrieb durch die BMT auch nach dem 01. 07. 2018 für alle bayerischen Anbieter sichergestellt.

Fernsehen

■ **Lokalfernsehen**

Das über Astra verbreitete Satellitensignal in SD wurde zum 31. 03. 2018 abgeschaltet. Ab 01. 04. 2018 kann das bayerische Lokalfernsehen über Satellit nur noch in HD empfangen werden. Ein Parallelbetrieb war aus Kostengründen nicht mög-

lich. Mit der Umstellung auf HD wurde für das bayerische Lokalfernsehen das nachvollzogen, was im TV-Bereich mittlerweile technischer Standard ist. Die 16 bayerischen Lokal-TV-Programme nehmen damit im Bundesvergleich auch eine Vorreiterrolle bei der Satellitenverbreitung in HD ein.

Die 16 Lokal-TV-Sender haben im Vorfeld der Umstellung mit einer breit angelegten Informationskampagne über die notwendigen Maßnahmen informiert. Parallel dazu unterstützte die Landeszentrale die Umstellung beim TV-Empfang durch Informationsveranstaltungen für den Fachhandel und das Handwerk in insgesamt sieben bayerischen Städten.

Die Verbreitung des bayerischen Lokalfernsehens über Kabel, Satellit und Terrestrik wird weiterhin vom Freistaat Bayern gefördert, der seine Fördermittel wegen der Verbreitung in HD von jährlich 9 auf rund 12 Mio. EURO erhöht hat. Von diesen Fördermitteln fließen etwa 80 Prozent in die Satellitenverbreitung.

Am 26. 09. 2018 hat in der Landeszentrale ein „Runder Tisch Lokal-TV“ mit allen Geschäftsführern der Lokal-TV-Stationen stattgefunden. Anlass waren die Zuschauerentwicklungen bei den Sendern auf den verschiedenen Empfangswegen im Fernsehbereich. Dabei wurden fünf Maßnahmen diskutiert, die in Zukunft umgesetzt werden müssen, um die Akzeptanz und Relevanz von Lokal-TV zu steigern. Dies betraf gemeinsame Maßnahme zum Gattungsmarketing, eine Qualitätsoffensive Programm, eine gemeinsame Digitalstrategie der Sender, die Nachwuchsförderung und Personalplanung sowie die Funkanalyse.

Forschung

Die Funkanalyse Bayern 2018 wurde im Auftrag der Landeszentrale und der bayerischen Anbieter von Kantar TNS Media Research durchgeführt und bei den Lokalrundfunktagen in Nürnberg am 03./04. 07. 2018 veröffentlicht. Insgesamt wurden dabei rund 41.000 Personen ab 14 Jahren in Bayern befragt.

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern 2018 erreichen die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Werktag 29,2 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich mehr als 3,2 Mio. Hörer. ANTENNE BAYERN kommt mit einer Tagesreichweite von 28,4 Prozent auf gut 3,1 Mio. Hörer. Von den Programmen des Bayerischen Rundfunks erzielt Bayern 1 an einem durchschnittlichen Werktag eine Tagesreichweite von 29,5 Prozent, Bayern 3 erreicht 22,4 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern. Insgesamt hören 86,3 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren an einem durchschnittlichen Werktag Radio. Die durchschnittliche Hördauer liegt an Werktagen bei 233 Minuten. Davon entfallen auf die Lokalradios 48 Minuten. Das entspricht einem Marktanteil von 20,6 Prozent (Vorjahr 18,7 Prozent). 26,1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern haben inzwischen Zugang zu einem DAB+-Empfangsgerät. Digitalradio über DAB+ hören an einem durchschnittlichen Werktag bereits 15,0 Prozent der Bevölkerung, Radioprogramme über Internet 13,4 Prozent.

Die Zahlen der Funkanalyse Bayern und der Marktanalyse zeigen auch, dass die Landeszentrale mit der Umsetzung des DAB plus-Konzepts des Medienrats auf dem richtigen Weg ist. Laut der Funkanalyse Bayern 2018 verfügten knapp 3 Millionen Menschen ab 14 Jahren mittlerweile über ein DAB plus-Empfangsgerät in der Wohnung oder im Auto. Dies ist ein Zuwachs von 30 % gegenüber dem Vorjahr. Der Zuwachs der DAB-Geräte in den Autos liegt bei über 130 %. Mittlerweile könnten aufgrund der Marktanalyse einzelne Programme, die nur über DAB plus ausgestrahlt würden, als solche ausgewiesen und vermarktet werden, so dass sie am Werbekuchen teilhaben könnten. „Absolut Relax“, das nur über DAB plus und Internet ausgestrahlt wird, hat innerhalb eines halben Jahres seine Hörerzahl von 33.000 auf 44.000 steigern können.

Die bayerischen lokalen Fernsehprogramme erreichen an einem durchschnittlichen Werktag 731.000 Zuschauer. Davon nutzen 464.000 Zuschauer die Lokalprogramme über Kabel, 244.000 über Satellit, 14.000 über IPTV und 9.000 über DVB-T 2 HD. Das bayernweite Fensterprogramm 17:30 Sat.1 Bayern, das an Werktagen von 17:30 bis 18:00 Uhr auf Sat.1 ausgestrahlt wird, kommt auf durchschnittlich 219.000 Zuschauer ab 14 Jahren und in den Sat.1 Fensterhaushalten auf einen Marktanteil von 11,2 Prozent.

Die Funkanalyse 2018 belegte auch, dass das Thema „Heimat“ eine enorme Bedeutung für den lokalen Rundfunk hat. Eine wichtige Erkenntnis war, dass Heimat im Programm ein wichtiger Faktor ist. Gerade in Zeiten des durch die Digitalisierung zunehmenden Wettbewerbs mit Streamingdiensten und anderen Anbietern ist die lokale Berichterstattung als Alleinstellungsmerkmal des Lokalfunks ein ganz wesentliches Wettbewerbsfaktor. Viele Player drängen auf den lokalen Markt; zum einen sind es Anbieter mit Werbung wie zum Beispiel Google oder Amazon, zum anderen aber auch Anbieter von Inhalten wie zum Beispiel der Bayerische Rundfunk (BR), der immer mehr in den lokalen Raum expandiert. Auch in 2018 setzte der BR diese Strategie fort. So hat er im Raum Mühldorf/Altötting ein neues Korrespondentenbüro mit zwei Korrespondenten für zwei Landkreise eingerichtet. Dies wirkt sich auf die Lokalsender vor Ort aus. Mit dieser Konkurrenz müssen sich die Lokalsender auseinandersetzen. Damit werden sich auch die zuständigen Gremien der Landeszentrale in Zukunft näher auseinandersetzen müssen, um Maßnahmen zu finden, die den lokalen Hörfunk in Bayern bei dieser Konkurrenzsituation stärken.

Internet und digitale Medien

Die Landeszentrale führte am 07.03.2018 die Veranstaltung media.innovations 2018 durch, um aufzuzeigen, dass die Themen wie Künstliche Intelligenz, Smart Speaker, Augmented Reality, Virtual Reality, Blockchain-Technologie Trends große Chancen für die Medienbranche bieten.

In Präsentationen und Workshops und auch bei den Startup-Sessions wurde deutlich, dass eine zündende Idee und viel Engagement, gepaart mit einer Portion Glück, die wichtigsten Voraussetzungen für Innovationen sind. Die vielen positiven Reaktionen auf diesen Innovationstag haben bestätigt, dass sich die Landeszentrale mit ihren vielfältigen Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung in Bayern zu einem deutschlandweit beachteten Drehpunkt für Innovationen im Medienbereich entwickelt.

Die Landeszentrale unterstützt neben dem Media Lab Bayern auch das Medien-Netzwerk Bayern, um dadurch die Umsetzung neuer Ideen bis hin zur Produktreife zu erleichtern.

Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage

Am 01.01.2013 ist der Fünfzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2011 S. 258) in Kraft getreten, der mit dem Rundfunkbeitrag eine neue Finanzierungsgrundlage für die Landeszentrale geschaffen hat. Der Rundfunkbeitrag muss vom Beitragsschuldner pro Wohnung oder Betriebsstätte bezahlt werden. Der neue Beitrag deckt alle Angebote auf allen Verbreitungswegen ab. Es wird nicht mehr zwischen Radio, Fernseher und Computer unterschieden. Der Rundfunkbeitrag ersetzt die geräteabhängige Rundfunkgebühr.

Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01.01.2013 auf 1,8989% des Rundfunkbeitragsaufkommens neu 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 Sechzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2015 S. 26) am 01.04.2015 monatlich 17,50 € pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

§ 40 in Verbindung mit § 64 des Rundfunkstaatsvertrages und die §§ 10 und 11 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages in der Fassung des Rundfunkstaatsvertrages über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. 08. 1991 (GVBl S. 451), zuletzt geändert durch den Sechzehnten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 16.03.2015 (GVBl S. 26) sind Rechtsgrundlage für das anteilige Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale. Diese Regelung hat ihren Niederschlag auch in

Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG gefunden. Daneben erzielt die Landeszentrale noch sonstige Einnahmen (Art. 21 Abs. 1 Nr. 3, 22 BayMG).

Die Landeszentrale stellt zur finanziellen Steuerung ihrer Aufgaben jährlich einen Wirtschaftsplan auf, der ein ausgeglichenes Ergebnis vorsieht. Über einen monatlichen Soll-/Ist-Vergleich können

Abweichungen festgestellt und die erforderlichen Maßnahmen durchgeführt werden. Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Vollzugsbestimmungen regeln dabei nach festgelegten Betragsgrenzen das Verfahren für eine notwendige Anpassung des Wirtschaftsplans an die geänderten Rahmenbedingungen.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des

Art. 23 BayMG errichtete Förderprogramm mit 11.868,5 T€ (Vorjahr 10.588,5 T€) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Auf Grundlage von Art. 23 Abs. 7 S. 4 BayMG in der ab 15. 05. 2018 geltenden Fassung leistete die BLM im Geschäftsjahr einen Förderbeitrag aus Eigenmitteln in Höhe von 1.650,0 € (Vorjahr 1.640,7 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 2018 mit einem Jahresfehlbetrag von 227,6 T€ (Vorjahr: Jahresüberschuss von 48,1 T€) ab. Das Ergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr um 275,7 T€ verschlechtert. Dies ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der Aufwendungen für Fördermaßnahmen um 573,0 T€ und der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 276,9 T€ zurückzuführen. Gegenläufig ausgewirkt haben sich im Wesentlichen

der um 364,0 T€ gesunkene Personalaufwand und die um 126,1 T€ im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Abschreibungen auf das Anlagevermögen.

Der Rückgang des Personalaufwandes der Landeszentrale (364,0 T€) entfällt mit 58,0 T€ auf Gehälter, mit 62,9 T€ auf soziale Abgaben und mit 243,1 T€ auf Aufwendungen für Altersversorgung.

Mit der Ausgliederung des Projekts Media Lab Bayern wurden 2,5 Stellen eingezogen. Dies ist die wesentliche Ursache für den Rückgang bei den Gehältern. Im Berichtsjahr wurden Urlaubsansprüche im Wert von 288,7 T€ abgegolten. Dies führte zu einem entsprechenden Rückgang bei der Zuführung zur Urlaubsrückstellung.

Beim Rückgang der Aufwendungen für Altersversorgung um 243,1 T€ hat sich hauptsächlich die im Vergleich zum Vorjahr geringere Zuführung zur Pensionsrückstellung (Anteil Personalaufwand) niedergeschlagen.

Die Belegschaft der Landeszentrale erhielt in 2018 eine lineare Gehaltsanhebung von 2,35 %. Der Stellenplan umfasste 2,5 Stellen weniger als im Vorjahr.

Die Erträge der Landeszentrale sind im Geschäftsjahr um 1.356,6 T€ auf 42.592,1 T€ (Vorjahr 41.235,5 T€) gestiegen. Der Erhöhungsbetrag entfällt im Wesentlichen mit 1.279,9 T€ auf das Förderprogramm nach Art. 23 BayMG und mit 450 T€ auf die Förderung der digitalen Hörfunkverbreitung in Bayern. Beide Positionen sind sowohl als Ertrag als auch als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung enthalten und wirken sich daher nicht auf das Ergebnis aus.

Ertragsmindernd ausgewirkt hat sich insbesondere der Wegfall von Erlösen aus dem Media Lab Bayern (./ 237,0 T€), das seit 01. 01. 2018 bei der Medientage München GmbH angesiedelt ist. Außerdem liegen die Gebühreneinnahmen um 145,4 T€ und die in 2018 eingegangene Nachzahlung des Rundfunkbeitrags für 2017 (176,3 T€) um 106,9 T€ unter dem Vorjahreswert.

Der Anstieg der Zinsaufwendungen um 168,5 T€ entfällt mit 168,2 T€ auf den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung. Die Ergebnisbelastung daraus konnte durch eine Steigerung der Finanzerträge in Höhe von 184,1 T€ überkompensiert werden. Die Steigerung der Finanzerträge betrifft insbesondere die Ausschüttung der BayMS (138,0 T€) und Zinserträge aus Ausleihungen (+ 41,7 T€). Die auf die Ausschüttung der BayMS entfallende Kapitalertragsteuer (20,7 T€) und der Solidaritätszuschlag (1,1 T€) sind im Posten „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ erfasst.

Die Bilanzsumme verringerte sich um 293,0 T€ auf 36.010,6 T€ (Vorjahr 36.303,6 T€).

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresfehlbetrages von 227,6 T€ auf 24.949,1 T€ (Vorjahr 25.176,7 T€) zurückgegangen.

Die Pensionsrückstellungen sind um 525,2 T€ angestiegen. Im Erhöhungsbetrag ist mit 87,0 T€ der Umstellungseffekt aus der erstmaligen Anwendung der aktualisierten Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck, die als biometrische Rechnungsgrundlagen dienen, enthalten. Die sonstigen Rückstellungen

liegen um 252,6 T€ unter dem Vorjahreswert. Letzteres ist im Wesentlichen auf die Urlaubsrückstellung zurückzuführen. Deren Rückgang um 326,3 T€ hängt insbesondere mit der Abgeltung von Urlaubsansprüchen in Höhe von 288,7 T€ zusammen.

Das Anlagevermögen hat sich infolge der Investitionen des Geschäftsjahres und unter Berücksichtigung von Abgängen sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31. 12. 2018 um 3.442,8 T€ auf 28.841,4 T€ erhöht. Der Anstieg ist zurückzuführen auf das unter den „Ausleihungen an verbundene Unternehmen“ ausgewiesene Darlehen an die BMT über 4.000,0 T€. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren (Laufzeitbeginn 01. 07. 2018), ist im ersten Jahr tilgungsfrei und wird mit 1,6 % p. a. verzinst.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 7.058,8 T€ und liegt damit um 3.754,5 T€ unter dem Vorjahreswert (10.813,3 T€). Der Rückgang liegt im Wesentlichen in den flüssigen Mitteln begründet, die insbesondere wegen des Liquiditätsabflusses für das Darlehen an die BMT (4.000,0 T€) um 3.000,1 T€ unter dem Vorjahreswert liegen. Daneben sind die sonstigen Vermögensgegenstände um 647,4 T€ zurückgegangen. Hier war im Vorjahreswert eine Forderung gegen das StMWi aus der Förderung nach Art. 23 BayMG in Höhe von 656,8 T€ enthalten, die im Januar 2018 ausgeglichen wurde.

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 Schadensersatz verklagt und im Jahr 2013 ihre Klage begründet. Anspruchsgrundlage sollte ein angeblicher Amtshaftungsanspruch und ein Anspruch aus enteignungsgleichem Eingriff sein, der sich als Folge des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts zur Rechtswidrigkeit des Ausgangsbescheides (Widerruf der Anbietergenehmigung) ergeben soll. Das Landgericht München I hatte am 26. 02. 2014 durch Teil-Grund- und Teil-Endurteil entschieden, dass der Anspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit der Anspruch auf den Widerruf der laufenden Genehmigung für die Anbietertätigkeit mit einem landesweiten Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und SAT 1 befristet bis zum 30. 09. 2010 beruht, und im Übrigen die Klage abgewiesen.

Am 17. 09. 2015 hat das Oberlandesgericht München sein Berufungsurteil verkündet und die Berufungen beider Parteien „mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass der Klageanspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit die Klägerin unter dem Gesichtspunkt des enteignungsgleichen Eingriffs Entschädigung für den rechtswidrigen Widerruf der Sendelizenz vom 27. 05. 2002 für die Anbietertätigkeit für ein landesweites Fernsehfenster am Wochenende im Programm RTL und Sat.1 begehrt.“ Die Revision wurde nicht zugelassen.

C.A.M.P. TV hat am 19. 10. 2015 Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) erhoben und diese am 10. 02. 2016 begründet. C.A.M.P. TV vertrat die Auffassung, dass sie durch Versagung der Amtshaftungsansprüche durch das Urteil des Oberlandesgerichts München beschwert sei. Ferner habe sich das Gericht von einem Fehlverständnis der Kollegialgerichts-Richtlinie leiten lassen. Die Landeszentrale hat mit Schreiben vom 29. 02. 2016 beim BGH die Zurückweisung der Nichtzulassungsbeschwerde beantragt.

Der BGH hat durch Beschluss am 18. 08. 2016 (Az. III ZR 325/15) im Verfahren über die Nichtzulassungsbeschwerde der C.A.M.P. TV die Beschwer der revisionsführenden C.A.M.P. TV auf unter 500 € festgesetzt. Dadurch wurde die Beschwerde gegen die Nichtzulassung unzulässig und im Anschluss daran die Beschwerde durch die revisionsführende C.A.M.P. TV zurückgenommen. Als Ergebnis der Zurücknahme der Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision wurde das Verfahren im Hinblick auf die Zurückweisung des Rechtsstreits durch das OLG München an das Landgericht München I erneut beim Landgericht München I anhängig. Das Landgericht München I hat daraufhin den Parteien Gelegenheit gegeben, ihren Standpunkt zur Sach- und Rechtslage bezüglich der Höhe des Entschädigungsanspruches vorzutragen. Die Landeszentrale hat dabei erklärt, dass die Höhe des Klageanspruchs der C.A.M.P. TV bestritten wird.

Das Landgericht München I hat am 26. 04. 2017 einen Beweisbeschluss erlassen, wonach Beweis über die Behauptung der klagenden C.A.M.P. TV durch Einholung eines schriftlichen Sachverständigengutachtens zu erheben ist, dass der Wert der am 27. 05. 2002 erteilten und mit Bescheid vom 18. 05. 2009 widerrufenen Sendegenehmigung bei mindestens 10 Mio. € gelegen habe.

Der Sachverständige hat am 20. 09. 2017 seine gutachterliche Stellungnahme zur Ermittlung des Wertes der Sendegenehmigung bzw. des Teilunternehmenswertes der Sendegenehmigung der C.A.M.P. TV abgegeben und festgestellt, dass sich bei unbeschränkt laufender Sendegenehmigung über den 30. 09. 2010 hinaus ein Schaden von 7,341 Mio. EURO ergeben würde.

Die Landeszentrale hat das Gutachten geprüft und festgestellt, dass die Grundlagen des Gutachtens grob fehlerhaft sind, da bspw. die Planzahlen des klägerischen Gutachtens von Ernst & Young übernommen werden, obwohl sie bestritten sind, und dabei nur auf Plausibilität geprüft werden. Auch nimmt der Sachverständige keine Bewertung der Sendelizenz vor, sondern bewertet das Unternehmen als Ganzes, wobei er das Gesamtunternehmen mit Umsatzerlösen aus dem Immobilienbereich, dem Fernsehzentrum Leipzig und sonstiger Bereiche heranzieht. Außerdem beantwortet der Sachverständige die vom Landgericht München I maßgeblich gestellte Frage zur Berechnung des Schadens im Zeitraum vom 25. 09. 2009 bis 30. 09. 2010 nicht.

Die Landeszentrale hat daraufhin die Wirtschaftsprüfungskanzlei Warth & Klein Grant Thornton AG beauftragt, eine Stellungnahme zum Sachverständigen-gutachten zu erarbeiten. Auch die Klä-gerseite hat Ernst & Young mandatiert, um das Sachverständigengutachten zu bewerten.

Das Landgericht München I hat sich in einer mündlichen Verhandlung am 20.06.2018 mit dem Sachverständigen-gutachten ausführlich befasst und einen Vergleich in Höhe von 600,0 T€ vorge-schlagen. Dies hat insbesondere die klägerische C.A.M.P. TV abgelehnt.

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. Das Gericht ging dabei von der Annahme aus, dass die Landeszentrale in der Berufungsinstanz unterlegen sei, in der der Streitwert noch 10 Mio. € betrug. Dem Gerichtsgutachten zur Entschädigungshöhe setzte die Landeszentrale ein eigenes Gutachten entgegen. Gegen die vom Gericht angeordnete Kostenübernahme für das Beru-fungsverfahren und die angeordnete Verzinsung in Höhe von 5 % statt der bei Enteignungsentschädigung üblichen 2 % wird die Landeszentrale rechtlich vorgehen. Als entscheidend ist der durch das Gericht abgelehnte Amtshaftungsan-spruch von C.A.M.P. TV zu werten. Damit können Kosten nur für die elf Monate Restlaufzeit der Genehmigung, nicht aber eine „ewige Rente“, fällig werden.

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.

In der Berufungsverhandlung am 11. 04. 2019 vor dem OLG München wur-den vom Senat vier verschiedenen Mo-delle zur Berechnung der Entschädigung angesprochen. Hierzu wurde den Parteien Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben.

Wir sind weiterhin der Auffassung, dass es nach wie vor nicht ausgeschlos-sen ist, dass wir einen Zahlungsanspruch im Rahmen des Betragsermittlungsver-fahrens abwenden können, da die Kläge-rin seit dem Entfallen des Teilnehmer-entgelts 2003 nach den vorgelegten Bilanzen nur mehr Verluste erwirtschaf-tet hatte. 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 zustehen-den 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 von nicht festliegt. Die Landeszentrale geht in ihren Planungen von einem Rückgang von rund 1% des Rundfunkbeitragsaufkommens aus. Insgesamt ist die Finanzierung der Landeszentrale gesichert.

In Anbetracht des vielfältigen gesetzlichen Aufgabenspektrums der Landeszentrale ist es erforderlich, weiterhin die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmittel gezielt einzusetzen und das konsequente Kostenmanagement fortzusetzen.

Risikomanagement

Wöchentliche Besprechungen der Bereichsleiter mit der Geschäftsführung sichern organisatorisch eine frühzeitige Identifikation und Kommunikation wesentlicher Risiken sowie bestandsgefährdender Entwicklungen. Als Frühwarnsignal wird auch die monatliche Analyse von Abweichungen zum Wirtschaftsplan betrachtet.

Gesamtaussage zur Lage

Wir sind mit dem Verlauf des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung des Wirtschaftsplans 2018 zufrieden. Nachdem von einem im Wesentlichen stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2018 als gesichert angesehen werden, so dass auch im Jahr 2019 und in den folgenden Jahren mit einem ausgeglichenen Jahresergebnis gerechnet werden kann.

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. 12. 2018 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 01. 01. 2018 bis zum 31. 12. 2018 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 01. 01. 2018 bis zum 31. 12. 2018 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. 12. 2018 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 01. 01. 2018 bis zum 31. 12. 2018 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 Unter-

nehmenstätigkeit 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 insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahres-

abschluss 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 kom-

men, 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 Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zu-

gründe 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 5. Juni 2019

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft



gez. Hager

WIRTSCHAFTSPRÜFER



gez. Mainka-Klein

WIRTSCHAFTSPRÜFER

Wirtschaftsplan 2018

Dem vom Verwaltungsrat am 24. November 2017 beschlossenen Wirtschaftsplan 2018 wurde in der 6. Sitzung des Medienrats am 15. Dezember 2017 die Zustimmung erteilt.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt. Danach konnten im Haushaltsjahr 2018 Erträge von EUR 31,0 Mio erzielt werden.

Der anteilige Rundfunkbeitrag ist der Landeszentrale in der geplanten Höhe (EUR 24,0 Mio) zugeflossen. Da das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung vom 18. Juli 2018 die Beitragspflicht für Zweitwohnungen für unzulässig erklärt hat, wurde für daraus in 2018 zu erwartende Ertragsminderungen eine Rückstellung in Höhe von TEUR 50,0 gebildet.

Bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) ergaben sich Mindererträge von TEUR 82,2. Die sonstigen Erträge unterschreiten die Planwerte um TEUR 209,4. Die Unterschreitung beruht im Wesentlichen darauf, dass von der geplanten Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen 2017 in Höhe von TEUR 279,0 nur TEUR 89,0 realisiert werden konnten.

Die als Ertrag gebuchten Geldbußen (TEUR 3,5) werden nach den Bestimmungen des Bayerischen Mediengesetzes bei Vereinnahmung zweckgebunden zur Förderung der Medienpädagogik eingesetzt.

Das Mehrergebnis bei den Finanzerträgen stammt im Wesentlichen aus Zinserträgen aus einem Darlehen (TEUR 4.000,0), das am 01. Juli 2018 an die Bayerische Medien Technik GmbH (BMT) ausgereicht wurde.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von EUR 31,2 Mio angefallen. Sie lagen um TEUR 807,2 unter den Plandaten. Wesentliche Einsparungen betreffen den Personalaufwand, die Förderung von technischer Infrastruktur/technischem Betrieb, die Abschreibungen und sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (TEUR 21,8) enthalten Kapitalertragsteuer und Solidaritätszuschlag auf die im Geschäftsjahr von der BayMS gewährte Ausschüttung (TEUR 138,0). Letztere ist in den Finanzerträgen erfasst.

Die Deckung des Jahresfehlbetrages 2018 (TEUR 227,6) erfolgt durch eine Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage (TEUR 227,6).

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von TEUR 704,0 werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2019 vorgetragen.

A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2018	Ist-Ergebnis 2018	Mehrerträge (+) Mindererträge (-)
	TEUR	TEUR	TEUR
Erträge			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	24.042,4	23.992,4	-50,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	255,0	172,8	-82,2
3. Sonstige Erträge	1.817,3	1.607,9	-209,4
4. Geldbußen gem. Art. 37 BayMG	0,0	3,5	3,5
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	4.947,0	4.947,0	0,0
6. Sonstige betriebliche Erträge	39,0	57,6	18,6
7. Finanzerträge	159,8	214,5	54,7
Summe	31.260,5	30.995,7	-264,8

	Wirtschaftsplan 2018	Ist-Ergebnis 2018	Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-)
	TEUR	TEUR	TEUR
Aufwendungen			
1. Personalaufwendungen	8.991,3	8.696,5	-294,8
2. Abschreibungen	1.221,0	1.128,6	-92,4
3. Sonstige Steuern	1,6	1,4	-0,2
4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	21,8	21,8
5. Aufwendungen für Organe und Gemeinschafts- aufgaben der Landesmedienanstalten	1.502,0	1.445,3	-56,7
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.631,0	2.540,1	-90,9
7. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	769,3	769,4	0,1
8. Programmförderung	700,0	700,0	0,0
9. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	2.500,0	2.260,8	-239,2
10. Medienforschung	866,0	866,6	0,6
11. Ausbildungsförderung	1.233,5	1.183,0	-50,5
12. Medienpädagogik	700,0	700,7	0,7
13. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
14. Mitgliedschaften	88,0	85,4	-2,6
15. Öffentlichkeitsarbeit	1.147,5	1.188,8	41,3
16. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	4.947,0	4.947,0	0,0
17. Förderung nach Art. 23 BayMG/ BLM-Anteil	1.650,0	1.650,0	0,0
18. Innovationsförderung	420,0	384,3	-35,7
19. Mediennetzwerk	340,0	311,8	-28,2
20. Zinsaufwendungen	742,3	766,9	24,6
21. A. o. und periodenfremder Aufwand	80,0	74,9	-5,1
Summe	32.030,5	31.223,3	-807,2
Jahresüberschuss (+) / Jahresfehlbetrag (-)	-770,0	-227,6	542,4
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	770,0	227,6	-542,4
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	0,0	0,0	0,0
Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)	0,0	0,0	0,0

B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2018 TEUR	Ist-Ergebnis 2018 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
Mittelherkunft			
1. Jahresüberschuss	0,0	0,0	0,0
2. Abschreibungen	1.221,0	1.128,6	-92,4
3. Entnahme aus Rücklagen	770,0	227,6	-542,4
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	585,8	525,2	-60,6
5. Übertrag aus Finanzplan Vj.	704,0	704,0	0,0
Summe	3.280,8	2.585,4	-695,4
Mittelverwendung			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.700,4	625,7	-1.074,7
2. Finanzanlagen	50,0	4.001,1	3.951,1
3. Darlehenstilgung	0,0	0,0	0,0
4. Ausleihungen	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	0,0	0,0	0,0
6. Jahresfehlbetrag	770,0	227,6	-542,4
7. Sonstige	760,4	-2.269,0	-3.029,4
Summe	3.280,8	2.585,4	-695,4

C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2018 TEUR	Ist-Ergebnis 2018 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Förderung nach Art. 23 BayMG			
1. Erträge			
1.1 Förderung Staatshaushalt	12.600,0	11.868,5	-731,5
Summe	12.600,0	11.868,5	-731,5
2. Aufwendungen			
2.1 Technische Verbreitungskosten	12.600,0	11.868,5	-731,5
Summe	12.600,0	11.868,5	-731,5

Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 30. September 2019 den Jahresabschluss 2018 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 5. Juni 2019, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2018 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2018 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 2018 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 30. September 2019



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS

Manfred Nüssel

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 2018 zu.

München, 17. Oktober 2019



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS

Walter Keilbart