

The logo for BILM, featuring the letters 'BILM' in a bold, white, sans-serif font. The letter 'I' is stylized with a white lightning bolt shape passing through it.

BILM

Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

The background is a vibrant blue with a complex network of colorful lines and shapes. A large blue rounded rectangle at the top contains a white speaker icon and horizontal lines. Below it, an orange rounded rectangle contains a white paragraph symbol (§). At the bottom, a green rounded rectangle contains a white magnifying glass icon. In the lower-left, three orange outlines represent people. The entire composition is overlaid with a pattern of dashed lines in yellow, purple, and white, creating a sense of digital connectivity and media flow.

gestalten. fördern. forschen. informieren.

INHALT

- 04** Vielfalt
Medien- und Meinungs-
vielfalt sichern
- 06** Programm
Wenn Werbung irreführt
- 08** Ausbildung
Die Medienmacher
von morgen
- 10** Jugendschutz
Jugendschutz im Netz:
eine Herausforderung
- 12** Menschenwürde
Nein zu Hass und Hetze –
Verstöße verfolgen
- 14** Medienkompetenz
Medien kennen –
nutzen – verstehen
- 16** Technik
Bahn frei
für Digitalradio
- 18** Forschung
Internet im Fokus
der Medienforschung
- 20** Vernetzung
Medienakteure in
Bayern vernetzen
- 22** Innovation
Fördern und forschen –
so geht Innovation
- 24** BLM kompakt
Die BLM auf einen Blick

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
info@blm.de
www.blm.de
www.twitter.com/BLM_Bayern

► **VERANTWORTLICH:** Veit Olischläger

► **REDAKTION:** Dagmar Grigoleit, Bettina Pregel

► **KONZEPTION + GESTALTUNG:** Rose Pistola, München

► **BILDNACHWEIS:** S. 3 Gaby Hartmann | S.22: local_
doctor/Shutterstock.com, iStock.com/invincible_bulldog

► **STAND:** Mai 2022

EDITORIAL

Wie vielfältig, wie abwechslungsreich, wie bunt die lokale Rundfunklandschaft in Bayern ist, fasziniert mich immer wieder aufs Neue. Die Menschen in Garmisch haben einfach eine andere Mentalität und andere Interessen als die in Bayreuth – und wollen entsprechend andere Inhalte. Die große Gemeinsamkeit aber ist die in ganz Bayern stark ausgeprägte Heimatverbundenheit und das Interesse an allem, was vor Ort passiert.

Diesen Wunsch nach lokaler Information erfüllen unsere mehr als 100 privaten Radio- und Fernsehprogramme in Bayern. Sie stiften Identität und setzen Impulse – ein Alleinstellungsmerkmal, das sie in der Flut an Medienangeboten einfach unersetzlich macht.

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) tut alles dafür, diese einzigartige bayerische private Rundfunklandschaft in eine gute Zukunft zu führen. Wie bleiben unsere kleinen Lokalsender in der digitalen Welt auffindbar? Wie können sie in Sachen Innovation mithalten mit der Streaming-Konkurrenz? Wie können sie dauerhaft qualitativ hochwertige Inhalte produzieren? Das sind nur einige der Fragen, mit denen sich die Landeszentrale auseinandersetzt. Ziel ist es, am Medienstandort Bayern ein vielfältiges Medienangebot sicherzustellen, Vernetzung und Kooperation zu stärken.

Den digitalen Wandel gestalten – wir richten den Blick nach vorn: Mit dem neuen Medienstaatsvertrag sind spannende neue Aufgaben zum Profil der BLM dazugekommen. Die Telemedien rücken immer mehr in den Fokus.

Auch deshalb ist für mich der Nutzerschutz wichtiger denn je. Regulierung ist Nutzerschutz und deshalb neben der Förderung der Medienkompetenz ganz zentral. So ist das Internet ein Booster für Meinungsfreiheit und Demokratie. Es darf aber nicht gleichzeitig zu ihrer größten Gefahr werden. Deshalb müssen wir auch und gerade in der globalen Medienwelt nachhaltig regulieren.

Apropos „nachhaltig“: Als Lizenzierungs- und Aufsichtsbehörde für den privaten Rundfunk in Bayern nimmt die BLM beim Thema Nachhaltigkeit ihre gesellschaftliche Verantwortung sehr bewusst wahr. In einem ersten Schritt leisten wir mit unserem neuen Web-Angebot in Leichter Sprache einen kleinen Beitrag zur Inklusion. Klicken Sie einmal rein!

Teilhabe ermöglichen, Barrieren abbauen – die Landeszentrale möchte Vorbild für Medienschaffende wie Mediennutzende sein und so nicht zuletzt einen Beitrag zur Zukunftssicherung der Branche leisten. Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserer Arbeit!



Dr. Thorsten Schmiede
Präsident der Bayerischen
Landeszentrale für
neue Medien (BLM)

Medienvielfalt in Bayern

RUNDFUNKANGEBOTE MIT GENEHMIGUNG DER BLM

(auf Sendung – Stand Oktober 2021)

Hörfunk lokal/regional:

- 64 Radioprogramme lokal über UKW und DAB+
- 24 Radioprogramme lokal/regional nur über DAB+

Hörfunk landesweit:

- 1 Radioprogramm landesweit über UKW
- 4 Radioprogramme landesweit über DAB+

Hörfunk bundesweit:

- 3 Radioprogramme bundesweit über Satellit
- 5 Radioprogramme bundesweit über DAB

Fernsehen lokal:

- 14 Lokal-TV-Programme über Kabel, Satellit und IPTV
- 7 TV-Programme in kleinen Kabelnetzen
- 16 Lokale Internetfernsehprogramme

Fernsehen landesweit:

- 2 TV-Programme über Kabel, Satellit und DVB-T

Fernsehen bundesweit:

- 66 TV-Programme über Satellit und/oder Internet
- 6 Teleshoppingsender über Satellit und/oder Internet

Fernsehen Ausland:

- 47 TV-Programme über Satellit und/oder Internet (nur im Ausland empfangbar)



MEDIEN- UND MEINUNGS- VIELFALT SICHERN

In der Demokratie ist der Zugang zu unterschiedlichen Informationsquellen und Meinungen die wesentliche Voraussetzung für eine freie Meinungsbildung. Medien wie Radio-, TV-Sender oder Internetangebote tragen zum Meinungsbildungsprozess entscheidend bei. Ein vielfältiges Medienangebot und damit auch die Meinungsvielfalt zu sichern, ist Aufgabe der staatsfernen Landesmedienanstalten.

Eine Herkulesaufgabe in einer Medienwelt, in der so genannte Intermediäre wie Google, YouTube, Facebook, Instagram oder Whatsapp enorme Reichweiten erzielen und entscheidend zur Meinungsbildung beitragen. Das zeigen die millionenfach geklickten politikkritischen Videos des YouTubers Rezo.

Wie also kann in einer solch veränderten Medienwelt die Medien- und Meinungsvielfalt gewährleistet werden, wenn sich die geltenden Regelungen zur Konzentrationskontrolle hauptsächlich auf das bundesweite Fernsehen beziehen und einen der wichtigsten Räume für die Meinungsbildung, das Internet, außer Acht lassen? Das passt schon lange nicht mehr zu einer Medienlandschaft, in der ein Online-Nachrichtenportal auf Abruf mindestens so viel Meinungsmacht hat wie so mancher Fernsehsender. Ein modernes, nutzerorientiertes Medienkonzentrationsrecht sollte deshalb dem Informationsverhalten in der vernetzten Medienwelt gerecht werden.

Zur Vielfaltssicherung gehört es deshalb auch, sich mit Funktionsweise und Wirkung der Intermediäre zu be-

fassen und Transparenz zu schaffen. Mit dem neuen Medienstaatsvertrag, der seit November 2020 in Kraft ist, bekommen die Medienanstalten hier mehr Handlungsspielraum übertragen.

Meinungs- und Medienvielfalt muss auch auf regionaler Ebene gesichert werden. Entsprechende Regelungen dazu sind in den Mediengesetzen der Länder festgeschrieben wie zum Beispiel die Zuständigkeit der jeweiligen Landesmedienanstalt bei der Zulassung von privaten Rundfunkprogrammen. Wenn neue Radio- oder Hörfunkanbieter in Bayern genehmigt werden, hat der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien das letzte Wort. Denn seine Aufgabe ist es auch, für Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt zu sorgen.

Vielfalt im Lokalen zu schaffen, ist ein Ziel, das die Landeszentrale in den letzten 30 Jahren kontinuierlich verfolgt hat: Die Weiterentwicklung einer pluralen Lokalrundfunklandschaft mit mehr als 100 Lokalradio- und TV-Sendern bedeutet, Medienvielfalt auf regionaler Ebene zu sichern.

GENEHMIGUNG VON PROGRAMMEN

Unabhängig von der Verbreitungsart über UKW oder DAB, Satellit, Kabel, DVB-T, DSL oder Internet bedarf ein privates Rundfunkangebot einer Zulassung. Bei landesweiten sowie lokalen und regionalen Programmen in Bayern weist die Landeszentrale Übertragungskapazitäten zu.

KONZENTRATIONS-KONTROLLE

Auf bundesweiter Ebene ist zur Vielfaltssicherung im privaten Fernsehen die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) für die Landesmedienanstalten tätig (s.a. Seite 25).

Der von der BLM entwickelte **Medienvielfaltsmonitor** erfasst die Medienvielfalt in der konvergenten Welt und die mögliche Gefahr vorherrschender Meinungsmacht. Mit ARD, Bertelsmann, ZDF, Springer und KKR nehmen die Top-5-Konzerne weiterhin gut 54 % des Meinungsbildungsmarkts in Deutschland ein (Ergebnis 2021-I).

Einmal im Jahr werden die Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors im Vielfaltsbericht der Medienanstalten vorgestellt und eingeordnet.

► www.medienvielfaltsmonitor.de

Wer bestimmt den Meinungsmarkt?

Anteil der Top 10 Medien am bundesweiten Meinungsmarkt (in Prozent)

Ranking in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre

1.	ZDF	4,5
2.	ARD Das Erste	3,8
3.	BILD DEUTSCHLAND	3,0
4.	RTL	2,3
5.	SAT.1	1,6
6.	VOX	1,5
7.	web.de	1,2
8.	ProSieben	1,2
9.	gmx.net	1,1
10.	chip.de	1,1

Ranking in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre

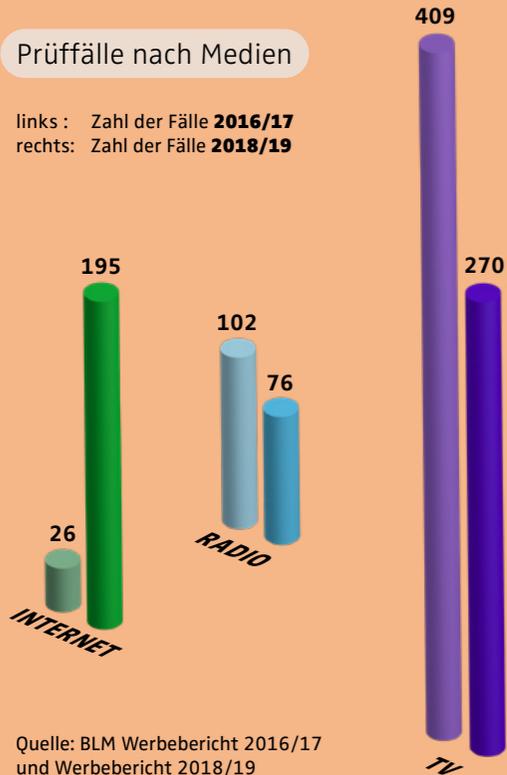
1.	netflix.com	2,4
2.	chip.de	2,3
3.	web.de	2,3
4.	BILD DEUTSCHLAND	2,1
5.	gmx.net	1,9
6.	RTL	1,7
7.	ProSieben	1,7
8.	t-online.de	1,4
9.	yahoo.com	1,4
10.	focus.de	1,4

Quelle: die medienanstalten: Medienvielfaltsmonitor 2021-I (BLM)

Werbeaufsicht

Prüffälle nach Medien

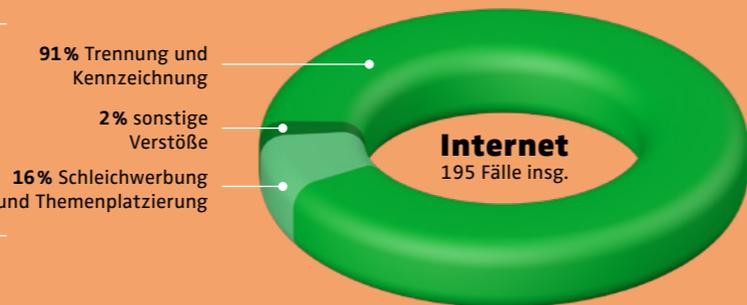
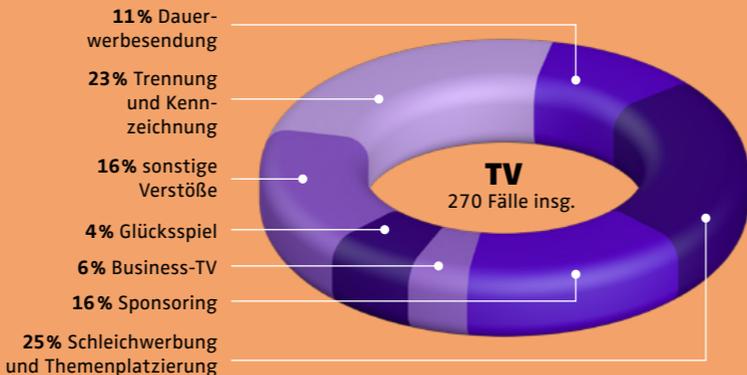
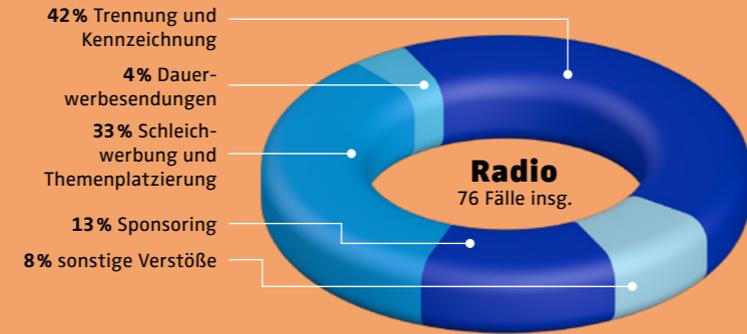
links : Zahl der Fälle **2016/17**
rechts: Zahl der Fälle **2018/19**



Quelle: BLM Werbebericht 2016/17 und Werbebericht 2018/19

Prüffälle nach Verstoßkategorie

Quelle: BLM Werbebericht 2018/19



- Wo werden Verstöße im Internet festgestellt?**
- 29% Website
 - 1% Twitch
 - 5% Facebook
 - 27% YouTube
 - 3% Twitter
 - 36% Instagram

WENN WERBUNG IRREFÜHRT

Programmaufsicht – das klingt erstmal nach einem entspannten Job: Stundenlang nur Fernsehen schauen, Radio hören oder Internetseiten durchforsten. Doch um Verstöße gegen die gesetzlichen Vorgaben zu Jugendschutz, Werbung und journalistischer Sorgfaltspflicht in Rundfunk und Telemedien zu verfolgen, ist eine intensive Prüfung der Verdachtsfälle notwendig.

Die Werbeaufsicht gehört zu den Kernaufgaben der Landeszentrale. Die gesetzlichen Bestimmungen dazu finden sich im Medienstaatsvertrag. Ein wesentliches Ziel der Werberegeln ist es, das Fernseh- und Hörfunkpublikum, aber auch Nutzerinnen und Nutzer von Internetangeboten (Telemedien) vor versteckter, unzulässiger und irreführender Werbung zu schützen. Deshalb muss stets transparent sein, ob Inhalte aufgrund redaktioneller Entscheidungen ins Programm genommen wurden oder weil jemand dafür bezahlt hat. Der Grundsatz lautet also: Werbung muss kenntlich gemacht werden.

Warum zum Beispiel ist es Schleichwerbung, wenn Comedian Bastian Pastewka in einer Folge der Amazon-Prime-Serie »Pastewka« nicht nur mit seinem Wohnmobil auf dem Parkplatz, sondern auch an der Kasse des Elektronikdiscounters »Media Markt« steht, der dann auch noch in seinem Traum vorkommt? Die Prüfung der betroffenen Folge durch die Landeszentrale hatte ergeben, dass die Marke »Media Markt« ohne erkennbare programmlich-dramaturgische Gründe zu intensiv dargestellt worden war. Produkte oder Unternehmen aus

werblicher Absicht besonders häufig zu erwähnen, ohne darauf hinzuweisen, ist Schleichwerbung und verboten. Am Ende des Prüfverfahrens stand eine Untersagung der ursprünglichen Fassung. Die Geschichte ist jetzt immer noch zu sehen, die Folge sieht aber anders aus. Einzelne Passagen fehlen ganz, in anderen sind die »Media Markt«-Logos entweder gar nicht oder nur verschwommen zu sehen.

Wie dieser Fall zeigt, ist die Werbeaufsicht mittlerweile auch auf Telemedienanbieter wie Video-on-Demand-Dienste oder Intermediäre wie YouTube, Facebook oder Instagram ausgeweitet worden. Gerade die Social-Media-Inhalte gewinnen maßgeblich an Relevanz im Meinungsbildungsprozess. Mit jedem neuen Feature stellen sich neue Fragen, wie dem Transparenzgebot Rechnung getragen werden kann. Die Medienanstalten haben deshalb einen Leitfaden zur Werbekennzeichnung in sozialen Medien herausgegeben. Denn im Grundsatz gelten für alle dieselben Regeln: für die Hobby-YouTuber genauso wie für ProSieben oder eben auch den Abrufdienst Amazon Prime.

PROGRAMMGRUNDSÄTZE

Die BLM hat nach dem Bayerischen Mediengesetz (BayMG) die Aufsicht über die von ihr genehmigten privaten Radio- und Fernsehangebote. Im BayMG gibt es die Forderung nach

- qualitätsvoller Programmgestaltung
- Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt
- Einhaltung der journalistischen Programmgrundsätze

Auch für Telemedien gelten die Forderungen nach

- Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen
- sowie Einhaltung von Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen

PROGRAMMBEOBACHTUNG

Deswegen führt die Landeszentrale regelmäßig stichprobenartige Untersuchungen der genehmigten Radio-, Fernseh- und auch Telemedienangebote durch: Jährlich werden über

1400 Programmstunden nach inhaltsanalytischen Kriterien untersucht – sowohl quantitativ als auch qualitativ.

PROGRAMMFÖRDERUNG

Die BLM fördert private bayerische Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt (2021: 550 T€). Über 90 % davon entfallen regelmäßig auf gemeinnützige Anbieter und Zulieferer. Für die Förderung der Programmherstellung des lokalen Fernsehens nach Art. 23 BayMG wendet die Landeszentrale jährlich weitere 1,65 Mio. € auf. Die technischen Verbreitungskosten betratter lokaler TV-Anbieter werden zudem aus dem bayerischen Staatshaushalt gefördert (2021: 15 Mio.€ lt. Haushaltsplan). Die bayerische Film- und Fernsehförderung durch den FilmFernsehFonds Bayern unterstützt die Landeszentrale mit ca. 1,3 Mio. € (2021).

Ablauf eines Werbe-Prüfverfahrens



* Kommission für Zulassung und Aufsicht



ANGEBOTE DER MEDIASCHOOL BAYERN

Bereich Radio/Audio/Podcast:

- studienbegleitende Teilzeitpraktika
- 3-monatige redaktionelle Vollzeitpraktika

Bereich TV/Video/Clipping:

- 3- bis 6-monatige Praktika in Redaktion und Technik
- 1- bis 2-wöchige Schul- und Schnupperpraktika
- 6-monatiges Videojournalismus-Stipendium in Kooperation mit MedienCampus Bayern und Hochschule Ansbach
- 3-jährige Ausbildung zum Mediengestalter/in Bild und Ton (IHK)
- 2-jähriges Volontariat im Bereich Crossmedia

MEDIASCHOOL BAYERN

DIE MEDIENMACHER VON MORGEN

»Wir machen anders – mach mit!« – mit diesem Spruch der Mediaschool Bayern ist eigentlich alles gesagt: In der Mediaschool lernen die Medienschaffenden von morgen, wie Radio, Fernsehen, Online-Medien und Social Media-Plattformen in der Praxis funktionieren, ohne Druck, in einem nicht-kommerziellen Umfeld, aber trotzdem auf Sendung.

Was sich so cool anhört, fing eigentlich mal ganz trocken an: Am 28. April 1994 beschloss der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die »Satzung über die Nutzung von Sende- und Übertragungskapazitäten für Zwecke der Aus- und Fortbildung nach dem Bayerischen Mediengesetz«, kurz die AFK-Satzung. Auf deren Grundlage wurde 1995 die AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien gegründet und 1996 sendeten bereits AFK M94,5 in München, AFK Max (heute: max neo) in Nürnberg und afk tv in München. In den folgenden zwei Jahrzehnten kamen neben der Landeszentrale als Hauptgesellschafter der AFK GmbH viele weitere Gesellschafter aus Funk und Fernsehen hinzu.

Viele Auszeichnungen später, darunter sogar ein Grimmepreis für »Walulis sieht fern«, firmiert die AFK GmbH 2019 in die Mediaschool Bayern gGmbH um. Damit wird das Ausbildungskonzept den Anforderungen der Multichannel-Welt angepasst, denn der Mediennachwuchs sollte sich heute möglichst mit allen

Kanälen auskennen – vom Radio über das Fernsehen bis hin zur Online- und Social Media-Welt. Fester Bestandteil der Mediaschool ist außerdem die medienpädagogisch begleitete Programmarbeit einzelner Jugendredaktionen.

Das AFK-Projekt der BLM hat bundesweit Schule gemacht. Viele andere Bundesländer sind mit nicht-kommerziellen Ausbildungskanälen nachgezogen. A propos Schule: Schon die jüngsten Kreativen können auf der »Mach Dein Radio«-Plattform der BLM Schulradio-Beiträge einstellen und im Rahmen von Workshops von Radioprofis lernen, wie es geht. Wer dann mal ein Volontariat im Lokalradio- oder Lokalfernsehen oder in den Marketingabteilungen der bayerischen Lokalsender ergattert hat, wird auch nicht im Regen stehen gelassen. Ein weiterer wichtiger Baustein des Engagements der Landeszentrale für die Aus- und Fortbildung des Mediennachwuchses sind die BLM-Fortbildungsworkshops. Sie vermitteln Basisfertigkeiten für den täglichen Redaktionsablauf.

ORGANISATION DER MEDIASCHOOL BAYERN

Die BLM ist die steuernde Kraft der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH. Sie hält nach der Satzung als Hauptgesellschafterin mindestens 51 Prozent (derzeit 62 Prozent). Die übrigen Anteile verteilen sich derzeit auf insgesamt 25 weitere Gesellschafter. Gesellschafter sind neben der BLM derzeit:

ROCK ANTENNE, ANTENNE BAYERN, Bayerischer Rundfunk, Landeshauptstadt München, Seven.One Entertainment Group, RTLZWEI, Sky Deutschland, TELE 5, Vodafone Kabel Deutschland, Akademie für Neue Medien Kulmbach, Bayerische Akademie für Fernsehen und Digitale Medien, Bayerischer Jugendring, BLR Dienstleistungsgesellschaft für Bayerische Lokal-Radio-Programme, Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft, Discovery Communications Deutschland, Evangelischer Presseverband für Bayern, München Live TV, 17:30 Sat.1 Bayern, Radio NRJ Group, rt1.media group, Sankt Michaelsbund, Sport1, Stadt Nürnberg, Studio Gong und Konrad Schwingenstein.

► www.mediaschool.bayern

Nachwuchs ausbilden

Nach dem Bayerischen Mediengesetz hat die BLM zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten. Dafür wendet sie jährlich Mittel in Höhe von mehr als 1 Mio. Euro auf.

Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der BLM

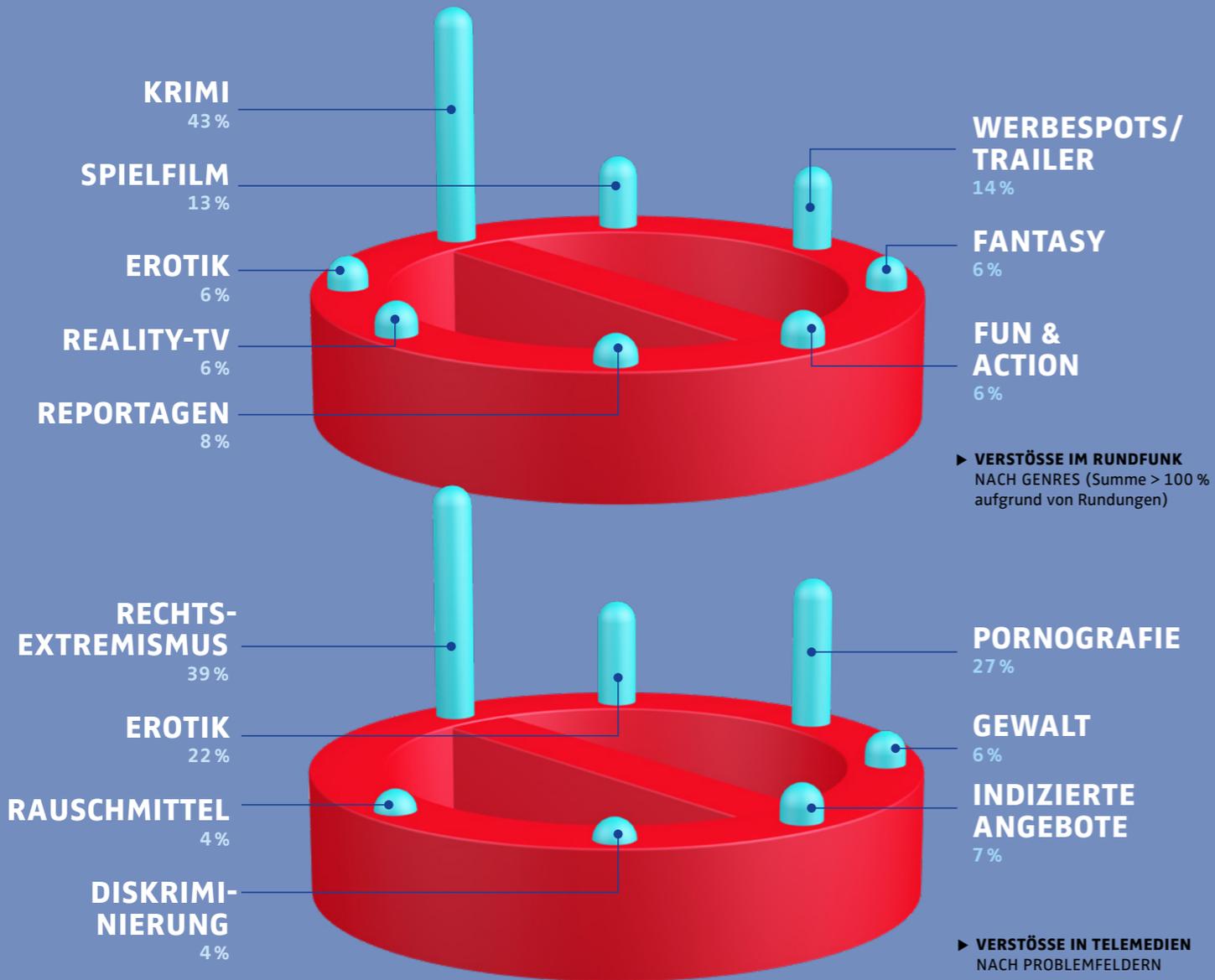
- Veranstaltung von Fortbildungsworkshops
- Organisation und Weiterentwicklung der Aus- und Fortbildungskanäle M94.5 und max neo in der MEDIASCHOOL BAYERN
- Finanzielle Förderung der Ausbildungsinstitutionen Bayerische Akademie für Fernsehen und digitale Medien (Unterföhring) und Akademie für neue Medien (Kulmbach)

Fortbildungsworkshops

Die journalistische Kompetenz der Redaktionen der lokalen Hörfunk- und Fernsehstationen in Bayern ist entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg im Wettbewerb der Medien.

Das journalistische Handwerkzeug muss deshalb von jedem Redaktionsmitglied der Lokalprogramme erlernt und sicher beherrscht werden. In Fortbildungsworkshops, die die BLM an rund 100 Tagen pro Jahr anbietet, vermitteln Referierende mit langjähriger praktischer Erfahrung Basisfertigkeiten zu täglichen Redaktionsabläufen. Neben 2-wöchigen Basiskursen für TV- bzw. Hörfunk-Auszubildende gibt es 1- bzw. 2-tägige Workshops zu speziellen Themen wie z.B. Social Media- oder Marketing- und Verkaufsthemen.

Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen



Quelle: BLM Jugendschutzberichte – Verstöße 2015–2020

JUGENDSCHUTZ IM NETZ: EINE HERAUSFORDERUNG

Frei zugängliche pornografische Videos im Netz oder fremdenfeindliche Hetze auf Social-Media-Profilen sind nur zwei Beispiele für die Jugendschutzrelevanz von Inhalten im Internet. Wenn ein bayerischer Telemedienanbieter ein solches Angebot im Internet verbreitet, ist das ein Fall für die Jugendschutzaufsicht der BLM.

Die Landeszentrale kontrolliert stichprobenartig Hörfunk-, Fernseh- und Internetangebote auf mögliche Verstöße gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Voraussetzung für die Überprüfung: Es handelt sich um Internetseiten von Anbietern mit Sitz in Bayern oder Radio- und TV-Sender, die von der BLM genehmigt wurden. Ergibt sich der Verdacht auf einen Verstoß, leitet die BLM ein Verfahren ein. Bei Bedarf gibt sie den Fall zur Prüfung und Entscheidung an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) der Landesmedienanstalten weiter. Bestätigt sich der Verdacht, werden die beschlossenen Maßnahmen dann jeweils von der zuständigen Landesmedienanstalt vollzogen.

So hat die Landeszentrale zum Beispiel wiederholt einen rechtsextremistischen Blog geprüft, der Sätze wie diesen enthielt: »Scheinasylanten: Gibt es (...) keine einzige Politikreatur mehr, die den Mumm hat zu sagen, das ganze Gesindel wird sofort durch den Kamin entsorgt und über der Nordsee aus dem Flugzeug geworfen...«. Auffällig war in diesem Blog die Häufung von absolut unzulässigen, fremdenfeindlichen Inhalten in fast jedem Eintrag. Die KJM stellte im Prüfverfahren gleich mehrere Verstöße gegen die gesetzlichen Vorgaben des JMStV fest: Volksverhetzung, Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, Gewaltdarstellung und indizierte Inhalte. Deshalb untersagte die BLM das Internetangebot mit sofortiger Wirkung. Das bedeutet: Der Blog muss aus dem Netz entfernt werden. Da der Seitenbetreiber nicht reagierte, wurde ein Zwangsgeld und schließlich auch Zwangshaft angedroht.

Nicht immer muss im Rahmen der Jugendschutzaufsicht gleich ein Verfahren eingeleitet werden. In vielen Fällen weist die BLM mit Erfolg Telemedienanbieter auf

problematische Inhalte hin, die dann zum Beispiel aus dem Netz entfernt oder gelabelt (Alterskennzeichnung) werden. Auf diese Weise können Jugendschutzprobleme schnell und praxisnah gelöst werden.

Aufsichtsverfahren und Präventionsmaßnahmen greifen im Jugendschutz ineinander, mit dem gleichen Ziel: mediale Einflüsse der Erwachsenenwelt auf Kinder und Jugendliche, die deren Alter und Entwicklungsstand (noch) nicht entsprechen, möglichst gering zu halten. Heute sind Kinder und Jugendliche »always on«, sodass entwicklungsbeeinträchtigende und schwer jugendgefährdende Inhalte im Netz schnell und mobil verfügbar sind. Diese neue Dimension der Gefährdung, die durch die Verschmelzung von Fernseh- und Onlinewelt noch verstärkt wird, zeigt sich auch in der Rundfunkaufsicht.

So prüfte die BLM beispielsweise einen Werbespot für ein Online-Casino, der – kinderaffin gestaltet – im Tagesprogramm eines bundesweiten TV-Senders ausgestrahlt wurde. In einer animierten Dschungelwelt agiert ein Affe, der sich in einer Art Glücksrad dreht. Begleitet wird das Ganze durch einen Kommentar, der einen Aufruf zum Kaufen oder Mieten von Waren enthält. Direkte Kaufappelle an Kinder- und Jugendliche sind laut JMStV als Verstoß zu werten, weil sie die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzen und damit deren Interessen schädigen.

Die Beispiele zeigen die Bandbreite der Jugendschutzaufsichtsfälle in der Landeszentrale und die neuen Herausforderungen aufgrund des veränderten Medienalltags von Kindern und Jugendlichen: Dieser wird jetzt zunehmend durch YouTube, Instagram und TikTok bestimmt und nicht mehr vor allem durch das Fernsehen.

Was ist unzulässig?

Nach den Bestimmungen des JMStV müssen Anbieter verhindern, dass Kinder und Jugendliche mit Inhalten konfrontiert werden, die für sie – abhängig von Alter und Entwicklungsstand – problematisch sein können. Die dafür zur Verfügung stehenden Instrumente unterscheiden sich je nach Gefährdungspotenzial der Angebote.

- **Absolut unzulässige Inhalte** wie z.B. Volksverhetzung, Gewaltverherrlichung oder Menschenwürdeverletzungen unterliegen einem Verbreitungsverbot – sowohl im Rundfunk und als auch in Telemedien.

- **Bedingt zulässig** sind pornografische sowie bestimmte indizierte und offensichtlich schwer jugendgefährdende Inhalte: Sie dürfen ausschließlich im Internet und nur dann verbreitet werden, wenn der Anbieter durch geschlossene Benutzergruppen sicherstellt, dass nur Erwachsene Zugriff darauf haben. Um dies zu gewährleisten, werden Altersverifikations-Systeme eingesetzt.

- Schockierende oder ängstigende und damit **entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte** unterliegen sog. Sendezeitgrenzen, um sicherzustellen, dass Kinder oder Jugendliche sie üblicherweise nicht wahrnehmen. Alternativ können sog. technische Mittel – einfache Zugangsbarrieren – eingesetzt werden.

Für den Jugendschutz im privaten bundesweiten Fernsehen sowie im Internet ist die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zuständig. (www.kjm-online.de)

»Wir bekommen nichts, die alles.«

»Widerlich dieses Pack. Alle raus.«

► Hasspostings, die Medienhäuser im Rahmen der Initiative »Justiz und Medien – konsequent gegen Hass« angezeigt haben.

»Unzulässig sind Angebote nach §4 Abs.1 Satz 1 Nr. 8 JMStV, wenn sie gegen die Menschenwürde verstoßen, insbesondere durch die Darstellung von Menschen, die sterben oder schweren körperlichen oder seelischen Leiden ausgesetzt sind (...)
► Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

► Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

»Unzulässig sind Angebote nach §4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 JMStV, wenn sie (...) die Menschenwürde anderer dadurch angreifen, dass Teile der Bevölkerung oder eine vorbezeichnete Gruppe beschimpft oder böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden.«

► Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

NEIN ZU HASS UND HETZE – VERSTÖSSE VERFOLGEN

Die Menschenwürde zu achten, ist eine gesetzliche Vorgabe im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag. Die Beschwerden gegen mögliche Verstöße gegen die Menschenwürde in Radio- und TV-Sendungen oder Internet-Angeboten haben zugenommen. Wissenschaft und Politik beobachten mit Sorge eine Veränderung des gesellschaftlichen Klimas, die u.a. auf die menschenverachtende Hetze im Netz zurückgeführt wird.

Wie wichtig es ist, »Nein!« zu Hass und Hetze und damit auch »Ja!« zur Meinungsfreiheit zu sagen, zeigen die – häufig anonymen – Angriffe auf Einzelne oder Gruppen im Netz, die wegen ihrer Herkunft, Hautfarbe oder Sexualität, ihres Geschlechts oder Alters, ihrer Behinderung, Religion oder politischen Haltung beleidigt, beschimpft und diskriminiert werden oder sogar Morddrohungen bekommen.

Die Landeszentrale positioniert sich klar gegen medial verbreiteten Hass, Extremismus und Antisemitismus. Ein zentrales Projekt in diesem Zusammenhang ist die 2019 gemeinsam mit dem bayerischen Justizministerium gegründete Initiative »Justiz und Medien – konsequent gegen Hass«, die sich vor allem an Medienhäuser in Bayern richtet. Mitmachen können sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Medienunternehmen, egal ob Zeitungs- oder Zeitschriftenverlag, Online-Redaktion, Radio- oder TV-Sender.

Immer mehr Medienredaktionen sehen sich mit Hasskommentaren im Netz konfrontiert. Hate Speech nur zu löschen, kann aber nicht die Lösung sein. Eine strafrechtliche Verfolgung der Täter dagegen schon. Die

Initiative bietet Medienredaktionen ein einfaches Verfahren für Strafanzeigen. Über ein Online-Formular können Hasspostings direkt an den Hate-Speech-Beauftragten bei der Generalstaatsanwaltschaft München weitergeleitet werden. Die Formulare sowie Informationen zum Verfahren gibt es auf der Website www.blm.de/konsequent-gegen-hass.cfm. Dort sind auch die Termine für Schulungen zu finden, in denen die beteiligten Redaktionen erfahren, wie das Verfahren funktioniert und wann ein Hasskommentar strafbar ist.

Noch gibt es zu wenige juristische Verfahren gegen Täterinnen und Täter, die in den Chats und Blogs der Medienredaktionen Hass und Hetze verbreiten. Das soll sich mit Hilfe der Initiative ändern: Denn Meinungsfreiheit im Netz ist kein Freibrief für Pöbeleien und Hetze.

Das gesellschaftsspaltende, gefährliche Gift von Hass und Hetze ist auch Thema in medienethischen Diskussionen. Ein verantwortungsbewusstes Handeln in der digitalen Gesellschaft setzt Orientierung und ein stabiles Wertegerüst voraus. Deshalb hat der Medienrat der BLM die »Leitlinien digitale Ethik« verabschiedet, in denen Hate Speech explizit erwähnt ist.

LEITLINIEN DIGITALE ETHIK DES BLM-MEDIENRATS

1. Digitalisierung muss auf den nicht verhandelbaren Grundwerten unserer Gesellschaft aufbauen: Freiheit, Demokratie, Rechtsstaat, Menschenrechte.
2. Moderne Regulierung ist notwendig, dabei sollten auch gesellschaftliche Werte eine Rolle spielen.
3. Jeder Mensch sollte durch medienpädagogische Angebote in die Lage versetzt werden, individuell für sich zu entscheiden, welche Grenzen er bspw. im Umgang mit Social Media oder persönlichen Daten einhalten will und sich der daraus folgenden Konsequenzen bewusst zu sein.
4. Der digitale Wandel erfordert auch eine Veränderung der medialen Ausbildung. Denn Qualitätsjournalismus, insb. gründliche Recherche, Gegenüberstellen von Meinung und Gegenmeinung oder die Trennung von Nachricht und Kommentar sind angesichts von Hate Speech und Fake News wichtiger denn je.
5. Bei der Weiterentwicklung und dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz sollte neben der ökonomischen immer auch die menschlich-empathische Perspektive beachtet werden.

Justiz & Medien
**KONSEQUENT
GEGEN
HASS**

Bilanz nach dem 2. Jahr

- mehr als 100 beteiligte Medienhäuser
- mehr als 200 Prüfbitten
- mehr als 200 Ermittlungsverfahren

In 90% der Fälle

Urheber der gemeldeten Hassposting identifiziert.

Mehr Informationen unter www.blm.de/konsequent-gegen-hass.cfm

Gegen Extremismus und Antisemitismus

Fremdenfeindliche, rechts-extremistische und antisemitische Inhalte im Internet nehmen in den letzten Jahren zu.

Die BLM steht regelmäßig im Austausch mit Fachleuten zum Thema »Politischer Extremismus im Internet« und ist Mitglied im »Landesweiten Beratungsgremium Bayern gegen Rechtsextremismus«.

Der Medienrat der BLM hat die Antisemitismus-Definition der International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA) angenommen und sich damit klar gegen Hass, Extremismus und Antisemitismus positioniert.



MEDIENPÄDAGOGISCHE INFORMATIONSMATERIALIEN

Darstellung von Sexualität in den Medien

Wie erkläre ich das meinem Kind?

Recht am eigenen Bild – Tipps, Tricks und Klicks

Informationen und Tipps zum Recht am eigenen Bild (auch in leichter Sprache erhältlich)

Urheberrecht – Tipps, Tricks und Klicks

Praxisorientierte und alltagstaugliche Tipps im Umgang mit dem Urheberrecht

Alles auf Empfang!

Hilfe und Informationen zum Fernsehalltag mit Kindern

Dein Algorithmus – meine Meinung!

Informationsbroschüre zu Algorithmen und ihrer Bedeutung für Meinungsbildung und Demokratie

Selbstdatenschutz! Tipps, Tricks und Klicks

Broschüre zum Schutz der eigenen Daten im Netz

Selbstdatenschutz! Tipps zum sicheren Passwort

Broschüre zum sicheren Umgang mit Passwörtern

Jahresbericht Medienkompetenz der BLM

► **ABRUFBAR UNTER WWW.BLM.DE**

MEDIEN KENNEN – NUTZEN – VERSTEHEN

Einen verantwortungsbewussten und selbstbestimmten Umgang mit Medien zu vermitteln, ist das Ziel der medienpädagogischen Aktivitäten der Landeszentrale. Die Förderung von Medienkompetenz ist als Aufgabe der BLM im Bayerischen Mediengesetz festgeschrieben.

Eine Aufgabe, die mit der Veränderung des Medienalltags von Kindern und Jugendlichen stetig wächst. Denn Heranwachsende müssen für die Chancen, aber auch für die Risiken der Mediennutzung sensibilisiert werden, um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Medien zu lernen. Unterstützt werden sie dabei von ihren Eltern und pädagogisch Tätigen, die in vielen Ratgebern der BLM Tipps zur Medienerziehung und im Rahmen von Projekten Hilfestellungen für die Medienkompetenzvermittlung finden.

Ein herausragendes Beispiel dafür ist der Medienführerschein Bayern, der kostenlose (Unterrichts-)Materialien anbietet, die passgenau auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe – von Kita- über Grundschulkin- der bis hin zu Jugendlichen an Berufsschulen – zugeschnitten sind: Stimmt das, was in der Werbung versprochen wird? Sind kostenlose Apps wirklich kostenlos? Wo finde ich glaubwürdige Informationen im Internet? Und was muss ich beachten, wenn ich Bilder oder Videos von anderen ins Netz stelle? Auf all diese Fragen gibt der Medienführerschein Bayern altersgerechte Antworten. Rund 470.000 Schülerinnen und

Schüler haben ihn bis Ende 2020 bereits erworben und sind mit einer Urkunde für ihr Engagement belohnt worden. Der Medienführerschein ist eine Initiative der Bayerischen Staatsregierung, für dessen inhaltliche Entwicklung und Koordination die BLM-Stiftung Medienpädagogik Bayern verantwortlich zeichnet. Die Stiftung wurde 2008 von der Landeszentrale gegründet, um ein Dach für Medienkompetenz-Projekte in Bayern zu schaffen. Nicht nur der Medienführerschein, auch das Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern, das Elternabende zur Beratung rund um die Medienerziehung anbietet, haben sich zu erfolgreichen Projekten der BLM-Stiftung entwickelt.

Diese Projekte und alle anderen medienpädagogischen Aktivitäten der BLM – von der Kinderbeilage »Dein FLIMMO – Spiel & Wissen rund um Medien« über Veranstaltungen bis zur Fortbildung von Erzieherinnen und Erziehern – zeigen: In einer Medienwelt, in der Kinder immer früher »always on« sind und die Digitalisierung Bildungschancen erweitert, ist Medienkompetenz zu einer Schlüsselkompetenz wie Lesen und Schreiben geworden.

MEDIENPÄDAGOGISCHE PROJEKTE

FLIMMO — www.flimmo.de
Der Elternratgeber für TV und Streaming
Dein Flimmo: Beilage für Kinder über Medien

Medienpädagogisches Referentennetzwerk Bayern
www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de
Vermittlung von Referierenden an Bildungseinrichtungen

Internet-ABC — www.internet-abc.de
Portal zum sicheren Einstieg ins Internet

Stiftung Zuhören — www.stiftung-zuhorenen.de
Förderung des Zuhörens als kulturelle Grundkompetenz

Mediaschool Bayern — www.mediaschool.bayern
Medienpädagogisch begleitete Jugendredaktionen

MEDIENPÄDAGOGISCHE VERANSTALTUNGEN

Fachtagung des Forums Medienpädagogik —
Impulse für die Praxis und Erfahrungsberichte

Fortbildung Medienkompetenz — Fortbildungsveranstaltung für angehende Erzieherinnen und Erzieher

Interdisziplinäre Fachtagung — Anregungen für die medienpädagogische Arbeit in Praxis und Forschung

Radio für alle

Auf der nichtkommerziellen Plattform »Mach dein Radio« der BLM hat jeder die Möglichkeit, selbst Radio zu machen.

Die Förderung von Vielfalt und Qualität im Rundfunk ist eine zentrale Aufgabe der BLM. Das Projekt »Mach Dein Radio« möchte radio-interessierte Bürgerinnen und Bürger einladen selbst »auf Sendung zu gehen«.

Themen und Anliegen aus der Region können dabei genauso ausgestrahlt werden wie besondere kulturelle Ereignisse. Egal ob Schulen, Hochschulen, Vereine oder Jugendradio-Gruppen – bayerische Radio-begeisterte aller Altersstufen können hier einen eigenen Radio-Kanal anlegen, ihre Beiträge als Podcast veröffentlichen und über soziale Netzwerke teilen.

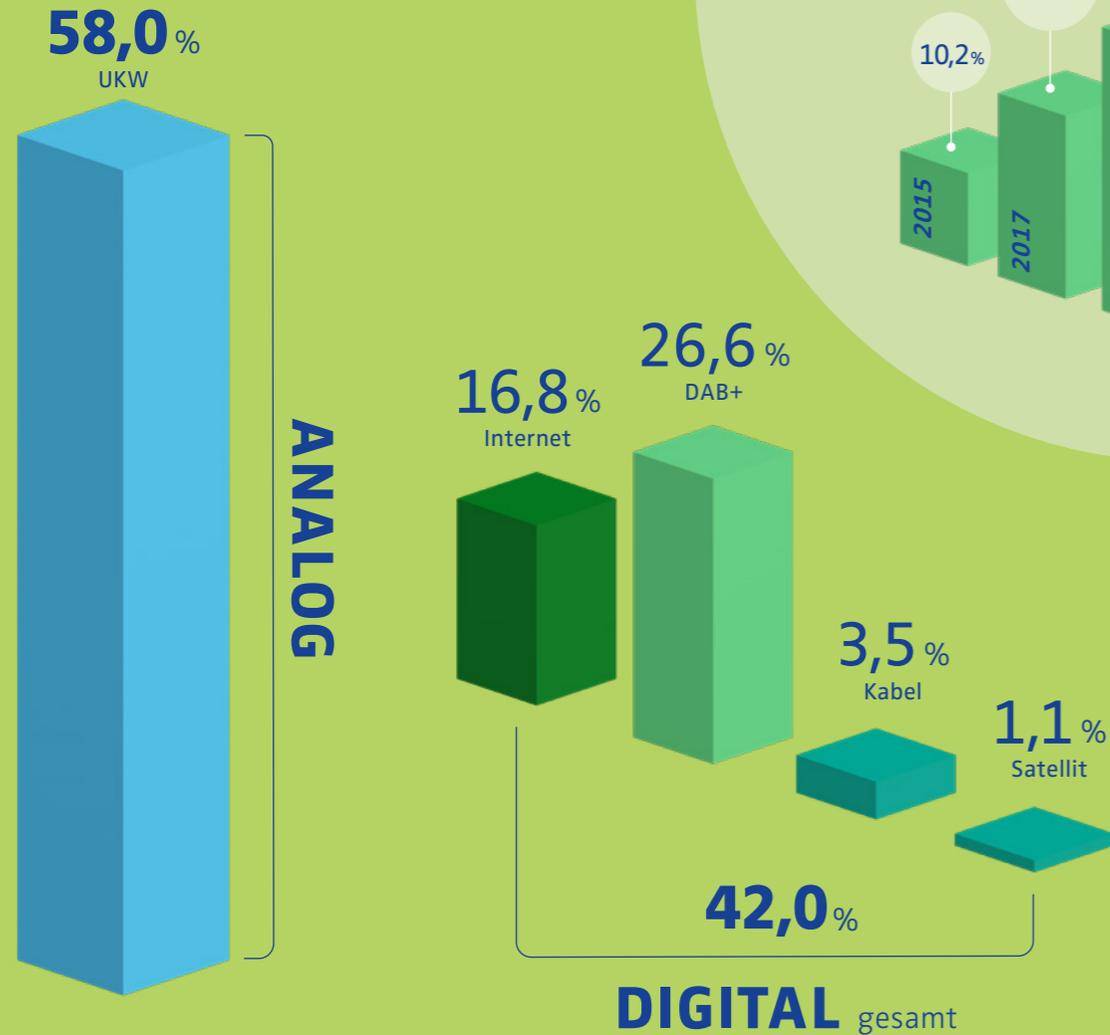
»Mach Dein Radio« lädt auch zu kostenfreien Workshops mit Radioprofis ein. Die Themenpalette reicht von Sprechtraining bis zu Podcasts. 2020 hat die BLM erstmals den »Mach Dein Radio Star« für das beste Podcast-Konzept vergeben.



► www.machdeinradio.de

Radio hören in Bayern

nach Empfangart in Prozent

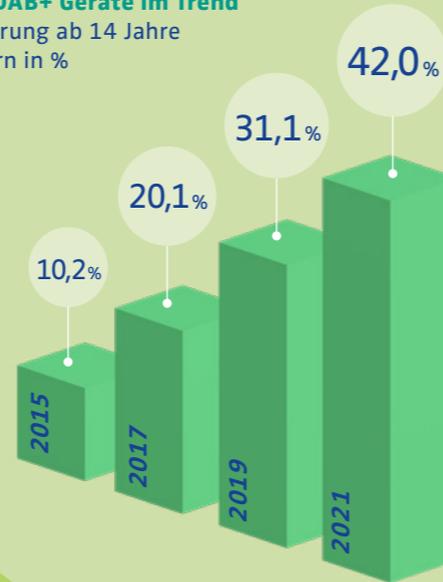


Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern in %. Tagesreichweite Mo-Fr.

Hinweise: > 100 % da Mehrfachnennungen möglich; 42,0 % entspricht der Nettoreichweite von Internet, DAB+, Kabel und Satellit.

Besitz DAB+ Geräte im Trend

Bevölkerung ab 14 Jahre
in Bayern in %



Quelle: Funkanalyse Bayern 2021 (Kantar)

BAHN FREI FÜR DIGITALRADIO

Antenne, Satellit oder Kabel – mittlerweile alles digital. Die Fernsehübertragung ist seit Ende 2018 über alle Empfangswege vollständig digitalisiert. Im Hörfunk hatte die Einführung des DAB-Standards für die Terrestrik (Antenne) keinen leichten Start. Doch zumindest im DAB-Pionierland Bayern heißt es nun: Bahn frei für den Digitalradio-Empfang via Antenne. Denn der neue Standard DAB+ bedeutet für die Hörer eine bessere Klangqualität, deutlich mehr Programme und zusätzliche Services im Radio.

Durch die Förderung der technischen Infrastruktur sorgt die Landeszentrale dafür, dass alle Mediennutzenden über verschiedene Arten »auf Empfang« sein können und die Radio- und Fernseh-Programmanbieter beim Beschreiten neuer Verbreitungswege unterstützt werden. So führt zum Beispiel am Digitalradio-Standard DAB+ (Digital Audio Broadcasting) kein Weg mehr vorbei, da das überaus knappe Frequenzspektrum kaum mehr Spielraum für Verbesserungen und zusätzliche neue UKW-Programme lässt. Die BLM hat die Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks mittels DAB+ bereits früh angestoßen und beim Netzausbau in Bayern mit dem Bayerischen Rundfunk kooperiert.

Seit Ende 2019 sind – vom Voralpenland bis nach Oberfranken – zwölf regionale und ein landesweites Netz in Betrieb, über die knapp 80 private lokale und regionale DAB+-Programme sowie die Hörfunk-Programme des Bayerischen Rundfunks verbreitet werden. Ab Anfang 2021 sind alle bayerischen Lokalsender simulcast in UKW und DAB+ zu hören. Außerdem können mehr als 20 bundesweite Digitalradioprogramme in Bayern empfangen werden. Die gestiegene Versorgung durch DAB+ ist eine wichtige Verbesserung für eine immer mobile-

re Gesellschaft. Die neue Netzstruktur ermöglicht den privaten bayerischen Hörfunkanbietern eine optimale Netzqualität bei gleichzeitiger Erhöhung der technischen Reichweite. Möglich wurde das durch ein Infrastruktur-Sharing zwischen BR und BLM, das auch für andere Bundesländer Vorbild sein könnte. Immer mehr Menschen in Bayern, nämlich 37 Prozent der Bevölkerung, hören täglich digital Radio (DAB+ und Webradio), so ein Ergebnis der Funkanalyse Bayern Hörfunk 2020.

Auch beim Fernsehempfang hat sich in den letzten Jahren einiges bewegt. So ist die Umstellung auf DVB-T2 HD und die Digitalisierung des Kabels von der BLM vorangetrieben und begleitet worden. Auch das Internet wird stärker als Empfangsweg für den Konsum bewegter Bilder genutzt. Davon profitieren Streaming-Dienste, aber auch Lokalfernsehsender. So können über das Lokal-TV-Portal mehr als 75 lokale Fernsehprogramme aus Bayern und anderen Bundesländern abgerufen werden. Außerdem bieten digitale Plattformen wie waipu.tv, Zattoo oder TV Now die Möglichkeit, Lokalfernsehen zu schauen. Ob via Satellit oder Internet – Informationen aus der bayerischen Heimat gibt es nun weltweit.

TECHNIKFÖRDERUNG

84,4 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern hören 2020 täglich Radio. Die privaten Radioangebote haben laut Funkanalyse Bayern regelmäßig einen Marktanteil von gut 40 Prozent. Das liegt auch an der leistungsfähigen und modernen technischen Infrastruktur, sowohl für analoge als auch für digitale Hörfunkprogramme, die die BLM im Laufe der Jahre aufgebaut und gefördert hat.

Und auch die Lokal-TV-Programme in Bayern können sich dank der technischen Förderung nach Art. 23 BayMG und einer aktuellen Tagesreichweite von 6,9 Prozent (2020) gut im Markt behaupten. Wichtig ist dabei die Verfügbarkeit der Lokal-TV-Angebote auf verschiedenen technischen Plattformen. Die BLM hat die Einführung von HbbTV für Mediathek-Angebote, die Realisierung von Apps für TV- und Mobilgeräte sowie die Schaffung des Lokal-TV-Portals gefördert.

► www.lokal-tv-portal.de

Verbreitungswege

Die Verbreitung von privaten Radio- und TV-Angeboten erfolgt in Bayern u.a. über

► **ca. 250**
terrestrische
UKW Frequenzen

► **ca. 200**
DAB-Standorte

► **mehr als 150**
Breitband- und IPTV-Netze

► **6**
Satellitenkanäle für Lokal-TV

Fernsehempfang in Bayern

55%
Satellit DVB-S

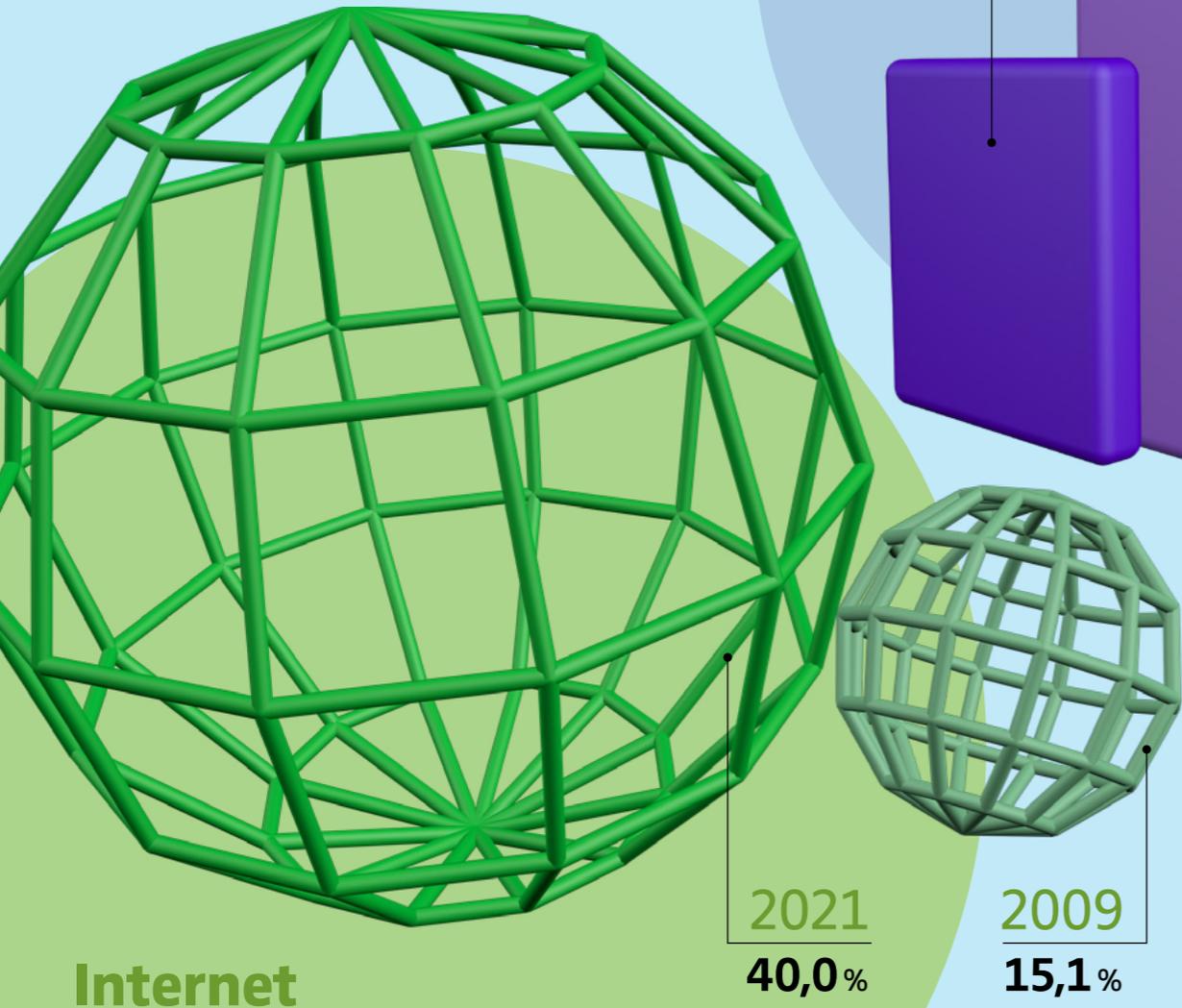
34,7%
Kabel DVB-C

3,2%
Terrestrik DVB-T2 HD

3,2%
IPTV/Internet

Quelle: Funkanalyse Bayern
2019 (Kantar)

Subjektiv wichtigstes Informationsmedium



Internet

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland in Prozent | Quelle: die medienanstalten: Mediengewichtungsstudie 2021-I (GIM) | www.medienvielfaltsmonitor.de

INTERNET IM FOKUS DER MEDIENFORSCHUNG

Welche Rolle spielt das Internet, insbesondere Google, Facebook & Co, für unsere Meinungsbildung? Das ist eine der Kernfragen, mit denen sich die Landeszentrale aktuell im Rahmen ihrer Forschungsarbeit und in Kooperation mit anderen Medienanstalten beschäftigt. Denn gerade unter dem Aspekt der Vielfaltssicherung gewinnen Medienintermediäre wie soziale Netzwerke, Videoplattformen und Suchmaschinen an Relevanz.

Wie die Meinungsmacht von Intermediären ermittelt und in eine zeitgemäße Regulierung einbezogen werden kann, untersucht das Pilotprojekt »Messung von Meinungsmacht und Vielfalt im Internet«, das vom Bayerischen Forschungsinstitut für Digitale Transformation (bidt) und der BLM gefördert wird. Das interdisziplinäre Projekt führen Forschende aus der Kommunikations- und Politikwissenschaft sowie DataScience durch. Ziel des mehrjährigen Forschungsprojektes sind Handlungsempfehlungen zu folgender Frage: Inwieweit kann ein Nachjustieren bestehender Konzentrationsregeln erfolgreich sein oder muss Meinungsmachtkontrolle in der digitalen Welt völlig neu gedacht werden?

Als mögliche Grundlage einer zeitgemäßen Medienkonzentrationskontrolle hat die Landeszentrale den Medienvielfaltsmonitor entwickelt, der seit 2015 ein Gemeinschaftsprojekt der Medienanstalten ist. Er schafft Transparenz hinsichtlich der Verteilung medialer Meinungsmacht und dokumentiert die Relevanz von Intermediären für die Meinungsbildung.

Das Spektrum der BLM-Forschungsaktivitäten ist aber noch breiter: Untersuchungen zu Programminhalten, zur Akzeptanz und zur Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote gehören zu den gesetzlich festgelegten Aufgaben der Landeszentrale, so dass jährliche Erhebungen wie die Funkanalyse Bayern genauso wie singuläre Studien realisiert werden. Im Fokus steht dabei häufig die Frage nach den Auswirkungen der Digitalisierung, die für die klassischen Rundfunkanbieter nicht nur Chancen, sondern vor allem neue Herausforderungen mit sich bringt.

Weitere Forschungsprojekte beschäftigen sich mit Medienkompetenz- und Jugendschutzaspekten sowie medienethischen Fragestellungen. Auch in der Medienethik spielen das Internet und die digitale Welt eine immer wichtigere Rolle. So hat die BLM zum Beispiel das Institut für digitale Ethik an der Hochschule der Medien in Stuttgart damit beauftragt, ein Qualifizierungskonzept für »Ethics by Design« für Startup-Unternehmen zu entwickeln.

AUSGEWÄHLTE FORSCHUNGSPROJEKTE DER BLM

Funkanalyse Bayern: Die Funkanalyse Bayern stellt relevante Informationen zur Akzeptanz und Qualität der Programme bereit, liefert Belege für die Förderwürdigkeit der Inhalte, bietet eine Basis für weitergehende Analysen zur Programmoptimierung und stellt eine unverzichtbare Datengrundlage für die Fortschreibung der Rundfunkkonzepte der BLM dar.

Media Analyse: Als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e.V. (agma) vertritt die BLM die lokalen Hörfunkanbieter in Bayern. Die ma audio ermittelt die Nutzung von Radio und anderen Audioangeboten und gilt in der Branche als Werbewährung.

Ethics by Design: In diesem Forschungsprojekt geht es darum, ethische Überlegungen und Wertmaßstäbe bereits beim Gestaltungs- und Design-

prozess sowie bei der Entwicklung des Geschäftsmodells zu berücksichtigen: von der ersten Produktidee bis hin zum verkaufsfertigen Endprodukt. In mehreren Workshops des Instituts für Digitale Ethik erörterten Startup-Unternehmen aus Bayern, Berlin und Baden-Württemberg, wie Ethics by Design in der praktischen Anwendung aussehen kann und was für den Gründungsprozess eine Rolle spielt. Auf Basis der Analyseergebnisse wurde das Qualifizierungskonzept entwickelt.

Informierende Tagesreichweite der Medienintermediäre (in Prozent)

- ab 14 Jahren
- 14-29 Jahre



Subjektive Bedeutung informierend genutzter Medienintermediäre (in Prozent)



Quelle: die medienanstalten: Mediengewichtungsstudie 2021-I (GIM)

MEDIENAKTEURE IN BAYERN VERNETZEN

Ein starker Medienstandort braucht innovative Unternehmen und muss attraktiv für die besten Talente sein. Um genau das zu fördern, hat die BLM 2019 die Medien.Bayern GmbH ins Leben gerufen. Zu ihr gehören sechs Projekte, die Innovationen in Bayern mit Veranstaltungen, Netzwerk und finanziellen Förderungen unterstützen.

Wie fördert man einen Medienstandort? Mit Initiativen, die die Menschen verbinden, Akteure anlocken und der Welt erzählen, was dort alles passiert. Genau das ist seit 2019 die Aufgabe der Medien.Bayern. Über die verschiedenen Marken – vom MedienNetzwerk Bayern über die Media Labs, den XR Hub Bavaria und Start into Media sowie die Standort-Initiative XPLR: Media in Bavaria bis hin zu den Medientagen München – setzt die BLM ihre im Bayerischen Mediengesetz festgeschriebene Aufgabe um. Danach soll sie einen Beitrag »zur Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern« leisten.

Die Medientage München zeigen nun schon seit 35 Jahren die Innovationen und aktuellen Trends in der Medienbranche. Nach einem Jahr digitaler Konferenz wird es 2021 hybrid: Sowohl vor Ort als auch online im Stream diskutieren eine Woche lang mehr als 400 Speaker, was die Branche aktuell bewegt. Im Rahmen der Konferenz werden auch medienpolitische Akzente gesetzt: Herausforderungen für die Regulierung stehen genauso auf dem Programm wie gesellschaftliche

Entwicklungen. Selbst Bundeskanzlerin Angela Merkel war bereits Keynote-Speakerin, zusammen mit internationalen Referentinnen und Referenten, die über aktuelle Entwicklungen in ihren Ländern sprechen.

Das MedienNetzwerk Bayern bringt Medienschaffende in Bayern miteinander in Kontakt – auch über Branchengrenzen hinweg. Mit eigenen Event-Formaten, Informationen zu aktuellen Branchenentwicklungen in Bayern und der Unterstützung von lokalen Medienveranstaltungen stößt das MedienNetzwerk Kooperationen an, die den Standort stärken.

Start into Media ist seit 2020 die neue Initiative zur Aus- und Weiterbildung in den Medien in Bayern. Auf einer Infoplatform und über Social-Media-Kanäle kann sich der Nachwuchs über Berufe informieren und lernen, welchen Ausbildungsweg er für welchen Traumberuf am besten einschlägt. Start into Media koordiniert und vernetzt auch die Aus- und Weiterbildungsanbieter in Bayern und ermittelt den Bedarf für neue Studiengänge, Berufsprofile und Ausbildungswege.

BLM-PREISE – WETTBEWERB UND QUALITÄT IM RAHMEN VON BRANCHENEVENTS FÖRDERN

Die BLM vergibt seit mehr als 30 Jahren die BLM-Hörfunk- und BLM-Lokalfernseh-Preise. Sie werden bei den Lokalrundfunktagen Nürnberg verliehen – dem Branchentreff für lokale Medienmachende in und über Bayern hinaus. Ausgezeichnet werden im Hörfunk die besten Beiträge in den Kategorien Moderation, Unterhaltung & Comedy sowie Werbung und Promotion. Darüber hinaus gibt es einen Sonderpreis. Im Fernsehen werden Preise vergeben in den Kategorien Moderation und Reporter on Location,

Nachwuchs, Sparten- oder Sondersendung sowie ein Spezialpreis Kultur, Medien und Kirchen. Seit 2020 werden auch BLM Publikumspreise verliehen.

Auch der von der BLM gestiftete Preis doc.digital, ein Preis für neue Erzählformate, wurde 2020 erstmals im Rahmen des DOKfest München verliehen. Mit der Beteiligung am DOKfest trägt die BLM zur Vernetzung der Filmbranche bei.

Ein Überblick über alle Veranstaltungen findet sich unter
▶ www.blm.de
▶ www.medien.bayern

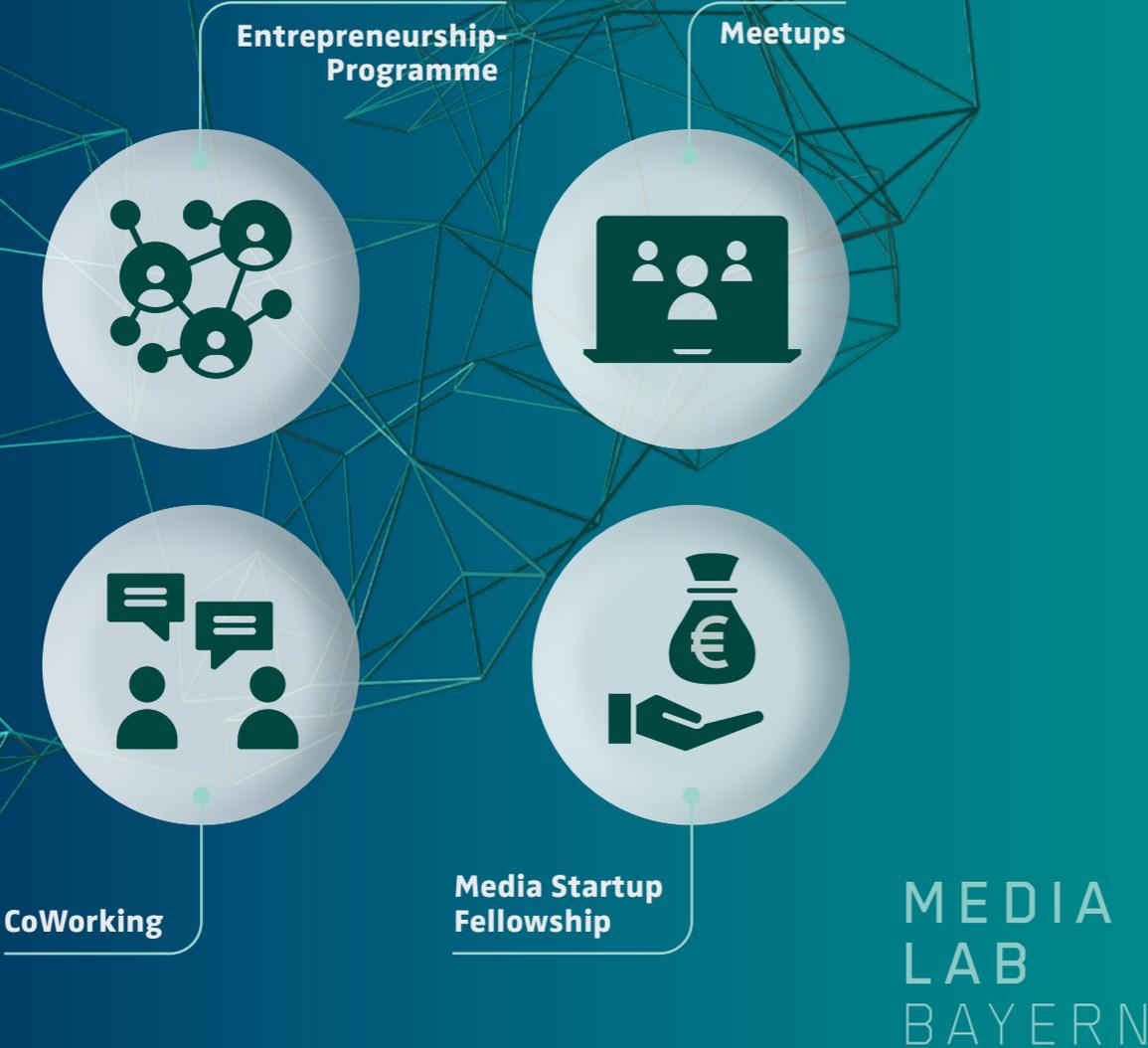
Meet and Greet in Bayern

Regelmäßige Veranstaltungen der BLM und der Medien.Bayern GmbH:

- Audio Hack Days
- Augsburger Mediengespräche
- Deutscher Social TV-Summit
- Fachtagung Forum Medienpädagogik
- Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz
- Interdisziplinäre Fachtagung mit dem JFF
- Innovator's Connect & Demo Days
- Lokalrundfunktage Nürnberg
- Media Date
- media.innovations
- Media Meets
- Medientage München
- Mobile Media Day
- Roundtable Ausbildung
- Transforming Media

Build the future of media

Projekte und Programme des Media Lab in München



FÖRDERN UND FORSCHEN – SO GEHT INNOVATION

Angefangen haben sie 2015 mit Holzpaletten, ein paar engagierten Menschen und mit der BLM als Mutter des Projektes. Mittlerweile ist das Media Lab Bayern den Kinderschuhen entwachsen und hat sich zum bundesweit anerkannten Innovations-Hub entwickelt – ein Ort für Experimente, Talente und innovative Ideen in Medien und Journalismus.

»Build the future of media«, lautet das Motto des Media Labs: Es werden Teams bei der Startup-Gründung gefördert und digitale Professionals unterstützt, die im Tech- und Medienbereich forschen und neue Ideen entwickeln wollen. Das Münchner Lab bietet neben der Startup-Förderung auch Medienhäusern Unterstützung bei ihren eigenen Innovationsprojekten und Labs an. Seit 2021 ist das Media Lab Bayern außerdem Googles Partner für das GNI Startups Lab, das Content-Startups aus ganz Europa ein Coaching-Programm für ihr Wachstum anbietet. Neben Förderprogrammen gibt es auch einen eigenen Research-Zweig, in dem an zukünftigen Innovationsfeldern für die Branche geforscht wird. Damit hat das Media Lab Bayern in sechs Jahren ein ganzes Portfolio an Unterstützung im Innovationsbereich ausgebaut: Von dem Raum, erste Ideen zu testen, über die Startup-Gründung bis zum eigenen Lab im Medienunternehmen.

An einem zweiten Standort in Nordbayern widmet sich das Media Lab vor allem dem Ziel, Studierende und junge Talente für die Themen Medieninnovation und Entrepreneurship zu begeistern. Das Media Lab Ansbach hat mit Medienpartnern in ganz Bayern ein »Innovation Traineeship Programm« ins Leben gerufen, verbindet lokale Sender mit Hochschulen, bietet sowohl Hochschulkurse als auch eigene Workshops an und hat bereits über zehn Stipendien für Abschlussarbeiten vergeben.

DIE FELLOWSHIPS DER MEDIA LABS

- Innovative Produktideen für die Medienlandschaft werden mit bis zu 50.000 Euro gefördert.
- Im CoWorking Space der Media Labs Bayern und Ansbach steht die benötigte Infrastruktur zur Verfügung.

Und längst gibt es nicht mehr nur das Media Lab Bayern, das Innovation in der Medienbranche voranbringt. Unter dem Dach der BLM-Tochter Medien.Bayern GmbH (www.medien.bayern) werden, unterstützt durch die Bayerische Staatskanzlei, auch finanziell Innovationen in der Medienbranche gefördert – und dank ihrer Standort-Initiative erfährt auch der Rest der Welt von den neuen digitalen Projekten, die in Bayern entstehen.

Der XR Hub Bavaria verbindet die Akteure der XR-Community mit Unternehmen und mit Menschen, die neugierig sind oder wissen wollen, wie XR ihre Arbeits- und Lebenswelt verändern wird. Der Hub verknüpft Kompetenzen und fördert den Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch zwischen Forschung & Entwicklung, Industrie und Kultur- und Kreativwirtschaft.

XPLR: Media in Bavaria ist eine Marketinginitiative für den Medienstandort Bayern. Mit Geschichten über inspirierende Akteure und deren innovative Produkte und Projekte wird die Sichtbarkeit des Standorts gestärkt. Studien, Reports, ein Online Magazin, ein Eventkalender und eine Media Map bieten Orientierung in der bayerischen Medienbranche.

Mit dieser Initiative schließt sich der Innovationskreis aus Theorie und Praxis am Medienstandort Bayern, den die Landeszentrale mit all ihren Projekten angestoßen hat.

- In wöchentlichen Coachings und in Workshops erhalten die Teams Feedback zu Business, Design Thinking oder rechtlichen Fragen.
- Kontakte zu Medienmachenden ergeben eine Win-Win-Situation: Der Pitch der Produkte wird erleichtert und Medienhäuser können die Innovationen direkt einsetzen.

Media Lab Bayern – Bilanz seit 2015:
 >200+ neu geschaffene Jobs
 >69 geförderte Startups
 >28 Mio. Euro Investment
 >15 Corporate Projekte
 ► www.media-lab.de

Innovationsförderung der BLM

STANDORT DARSTELLEN



AKTEURE VERNETZEN

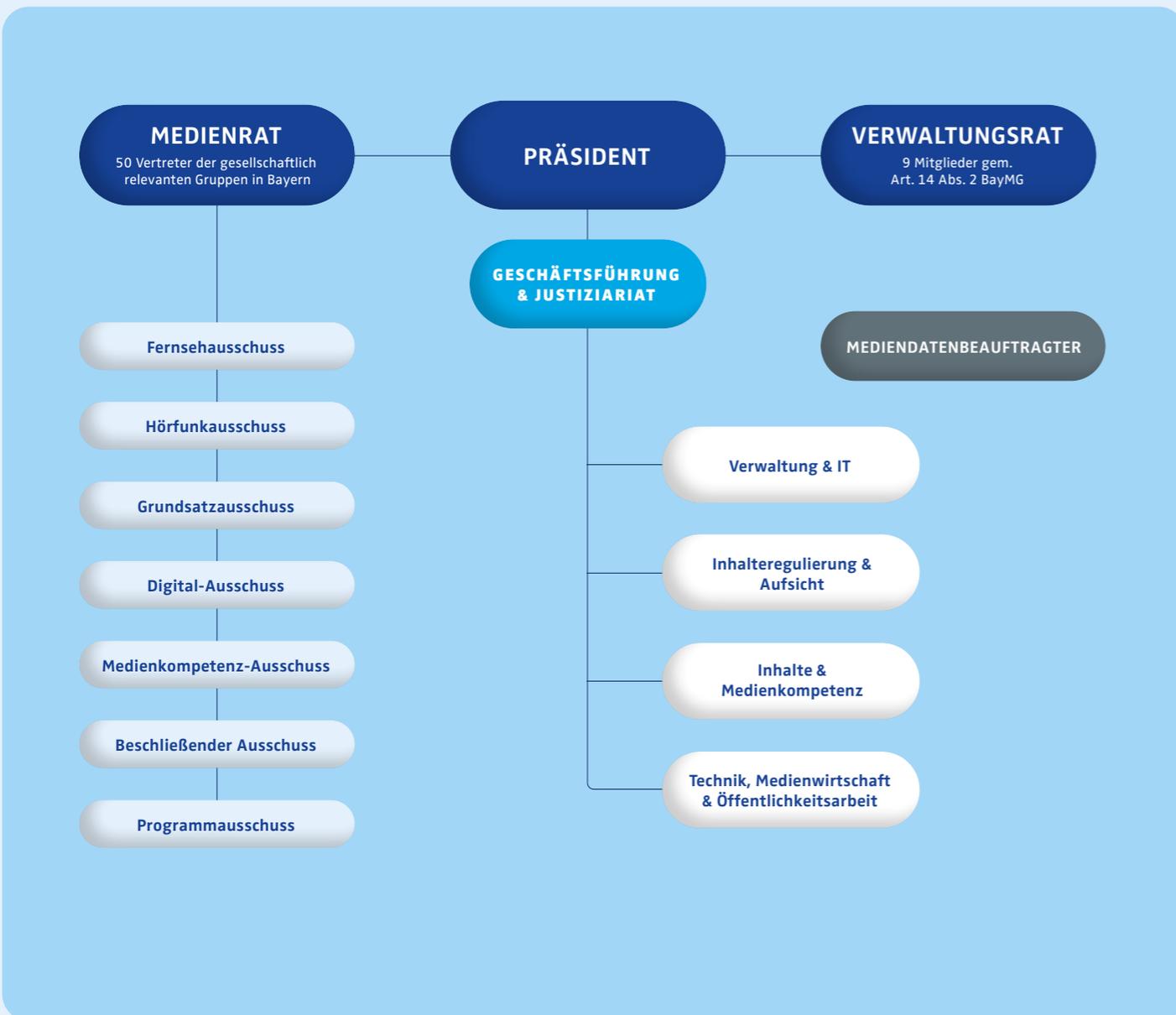


INNOVATIONEN ENTWICKELN



Organigramm

Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Die BLM auf einen Blick

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien ist seit ihrer Gründung im Jahr 1985 zuständig für die Zulassung und Beaufsichtigung privater Radio-, TV- und Internetangebote in Bayern, die Vielfaltssicherung und die Begleitung der technischen Entwicklung. Besondere Bedeutung hat darüber hinaus die Förderung der Medienkompetenz aller Bevölkerungsgruppen. Die Landeszentrale überwacht die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen von Bayerischem Mediengesetz, Medienstaatsvertrag und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag. Organe der BLM sind der Medienrat, der Verwaltungsrat und der Präsident.

Finanzierung

Zur Erledigung ihrer Aufgaben benötigt die Landeszentrale finanzielle Unabhängigkeit. Daher erhält sie einen Anteil von rd. 1,9 Prozent aus den Rundfunkbeiträgen in Bayern. Dazu kommen sonstige Einnahmen u.a. aus dem Finanzierungsbeitrag der bundesweiten Fernsehanbieter für bayerische Fernsehfensteranbieter. Vom gesamten Etat der BLM in Höhe von ca. 30 Mio. Euro werden rund 50 Prozent für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Weitere Mittel aus dem Staatshaushalt des Freistaats Bayern, die für die Verbreitung betrauter lokaler TV-Programme bestimmt sind, werden durch die BLM vergeben.

Länderübergreifende Zusammenarbeit

Die 14 Landesmedienanstalten in Deutschland arbeiten zur Bewältigung grundsätzlicher und länderübergreifender Angelegenheiten in der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), der Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK) und der Gesamtkonferenz zusammen. Zentrales Organ aller Landesmedienanstalten zu Kernfragen der Zulassung und Kontrolle für bundesweite private Rundfunkveranstalter, der Regulierung von Plattformen sowie der Entwicklung des digitalen Rundfunks ist die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Die Überprü-

fung der Bestimmungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt obliegt der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten bundesweiten Rundfunk sowie im Internet ist die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). KEK und KJM haben jeweils 12 Mitglieder: 6 Direktorinnen bzw. Direktoren der Landesmedienanstalten sowie 6 weitere Sachverständige.

Die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten organisiert und koordiniert als zentrale Anlaufstelle die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zu grundsätzlichen Fragen und bundesweit verbreiteten Angeboten, in Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration, der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten sowie europarechtlichen Fragestellungen.

Datenschutz

Die datenschutzrechtliche Aufsicht hinsichtlich der von der BLM genehmigten Rundfunkanbieter liegt seit der 2018 erfolgten Anpassung an die veränderten europarechtlichen Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) beim Medienbeauftragten für den Datenschutz, der bei der BLM angesiedelt ist. Daneben gibt es eine eigenständige behördliche Datenschutzbeauftragte bei der Landeszentrale.

Rechtsgrundlagen

- Art. 111a Bayerische Verfassung
- Bayerisches Mediengesetz (BayMG)
- Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland (Medienstaatsvertrag)
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
- Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie)

Tochterunternehmen und Stiftungen

(Höhe der Beteiligung)

- Medien.Bayern GmbH (100%)
- Bayerische Medientechnik GmbH (90%)
- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH (62%)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8%)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9%)
- Stiftung Medienpädagogik Bayern (100%)

Aufgaben

gestalten

- ▶ Genehmigung von Radio-, TV- & Internetangeboten
- ▶ Vielfaltssicherung
- ▶ Technische Verbreitung
- ▶ Programmaufsicht
- ▶ Werbeaufsicht
- ▶ Jugendmedienschutz

fördern

- ▶ Programmqualität
- ▶ Technische Infrastruktur
- ▶ Medienkompetenz
- ▶ Aus- und Fortbildung
- ▶ Film- und Fernsehen
- ▶ Innovationen
- ▶ Medienstandort Bayern

forschen

- ▶ Mediennutzung
- ▶ Medienwirtschaft
- ▶ Programminhalte
- ▶ Medienpädagogik
- ▶ Intermediäre

informieren

- ▶ Kommunikation
- ▶ Website & Social Media
- ▶ Publikationen
- ▶ Veranstaltungen

Kontakt

▶ 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
info@blm.de
www.blm.de
www.twitter.com/BLM_Bayern

▶ PRESSESPRECHERIN

Stefanie Reger
Tel.: +49 (0)89 63808-315
stefanie.reger@blm.de

▶ BÜRGERANFRAGEN

Tel.: +49 (0)89 63808-323
buergeranfragen@blm.de

▶ ONLINE-BESCHWERDE

www.blm.de/service/beschwerde.cfm

