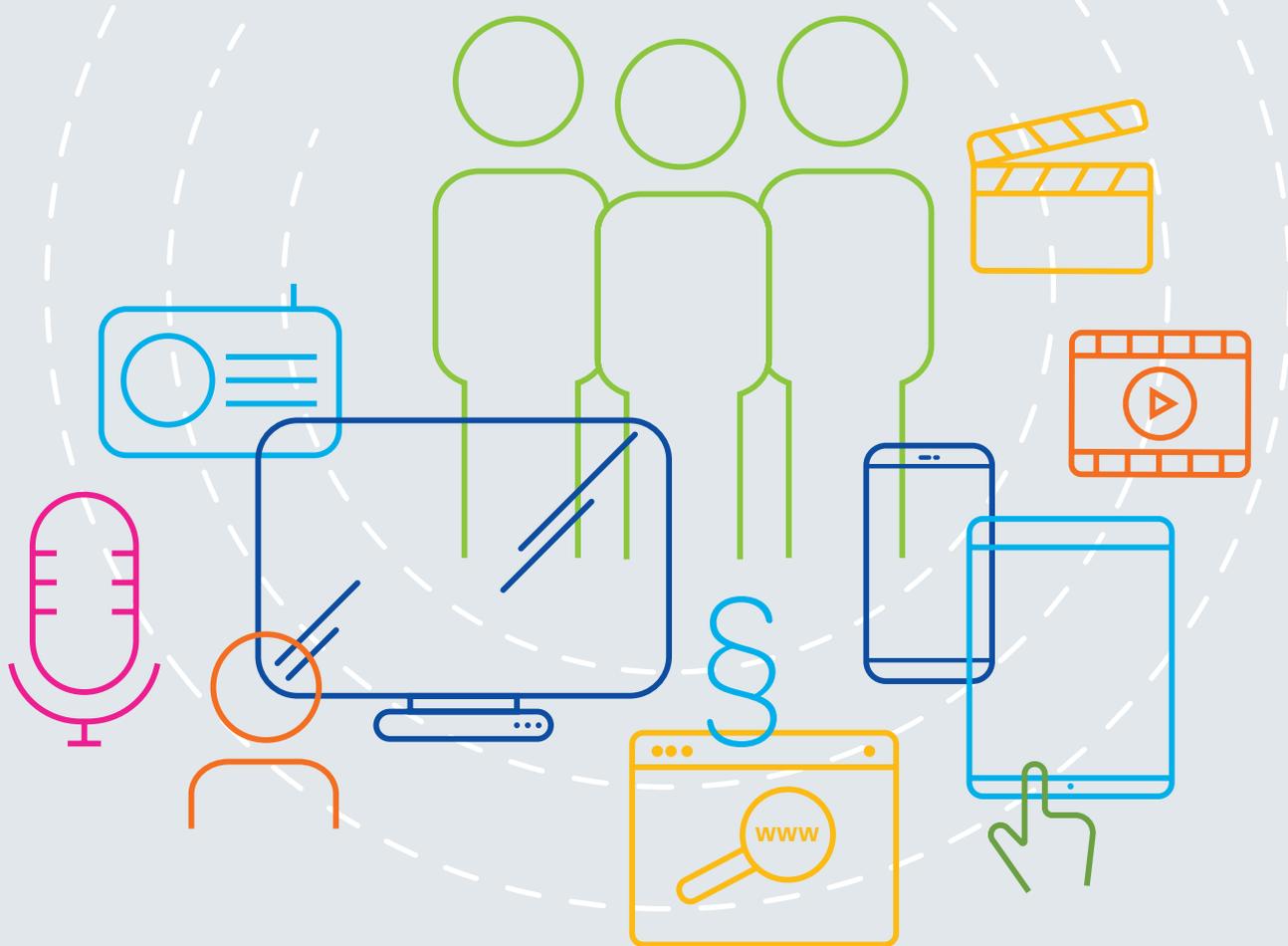


Kompetenz
stärken.
Vertrauen
schaffen.



INHALT

- 04 Vielfalt**
Medien- und Meinungs-
vielfalt sichern
- 06 Programm**
Inhalte fördern – Qualität
auszeichnen
- 08 Technik**
Bahn frei – für digitales
Radio und TV
- 10 Ausbildung**
Die Medienmacher
von morgen
- 12 Medienkompetenz**
Medien kennen –
verstehen – nutzen
- 14 Werbung**
Wenn Werbung irreführt
- 16 Nutzerschutz**
Nein zu Hass und Hetze –
Verstöße verfolgen
- 18 Jugendschutz**
Jugendschutz im Netz:
Neue Wege mit KI
- 20 Online-Aufsicht**
Transparenz im Netz –
Eine Herausforderung
- 22 Forschung**
Forschung im Auftrag der
Vielfaltssicherung
- 24 Vernetzung**
Medienakteure in
Bayern vernetzen
- 26 Innovation**
Fördern und Forschen –
so geht Innovation
- 28 BLM kompakt**
Die BLM auf einen Blick

EDITORIAL

Wie vielfältig, wie abwechslungsreich, wie bunt die lokale Rundfunklandschaft in Bayern ist, fasziniert mich immer wieder aufs Neue. Die Menschen in Garmisch haben 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: Die Telemedien rücken immer mehr in den

Fokus. So ist die BLM jetzt auch für die Regulierung von Plattformen wie Vodafone oder Amazon und Medienintermediäre wie Microsoft oder Twitch zuständig. Zudem ist das Vorgehen gegen Rechtsextremismus, Antisemitismus, Hass, Hetze und verwandte Problemfelder im Internet ein zentrales Anliegen der BLM.

Die Herausforderungen vor allem im Netz steigen – 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. Ein Beispiel dafür ist unser Web-Angebot in Leichter Sprache.

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 Schmiege
Präsident der Bayerischen
Landeszentrale für
neue Medien (BLM)

Medienvielfalt in Bayern

RUNDFUNKANGEBOTE MIT GENEHMIGUNG DER BLM

(auf Sendung – Stand Oktober 2023)

Hörfunk lokal/regional:

- 84 Radioprogramme
- 21 Spartenangebote

Hörfunk landesweit:

- 6 Radioprogramme
- 2 Spartenangebote

Hörfunk bundesweit:

- 9 Radioprogramme

Fernsehen lokal:

- 14 Lokal-TV-Programme
- 9 Spartenangebote
- 22 kleinere Angebote (nur Internet, BK-Netze)

Fernsehen landesweit:

- TV-Fensterprogramme
- 2 Spartenangebote

Fernsehen bundesweit:

- 87 TV-Programme
- 6 Teleshoppingsender

Fernsehen Ausland:

- 47 TV-Programme
(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 Anbieter über Social Media Plattformen und Intermediäre wie Google, TikTok, YouTube, Facebook, Instagram oder X 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 viele Vorschriften an der Veranstaltung von Rundfunk ansetzen. 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 dem Informationsverhalten in der vernetzten Medienwelt gerecht werden. Zur Vielfaltssicherung gehört es deshalb auch, sich mit Funktionsweise und Wirkung der Intermediäre zu befassen und Transparenz zu schaffen. Mit dem Medienstaatsvertrag, der seit November 2020 in Kraft ist, wurde den Medienanstalten hier mehr Handlungsspielraum übertragen.

GENEHMIGUNG VON PROGRAMMEN

Unabhängig von der Verbreitungsart über UKW oder DAB, Satellit, Kabel, DVB-T, DSL oder Internet bedarf ein privates Rundfunkangebot in der Regel einer Zulassung. Lokal und regional ausgerichtete Programmangebote sind grundsätzlich genehmigungsfrei und gelten unbefristet als zugelassen. Bei landesweiten sowie lokalen und regionalen Programmen in Bayern weist die Landeszentrale Übertragungskapazitäten zu.

KONZENTRATIONSKONTROLLE

Auf bundesweiter Ebene ist zur Vielfaltssicherung im

Meinungs- und Medienvielfalt muss auch auf Landesebene, auf bayernweiter, regionaler und lokaler Ebene gesichert werden. Entsprechende Regelungen dazu sind im Bayerischen Mediengesetz festgeschrieben. Die Landeszentrale ist dafür zuständig sicherzustellen, dass ein Angebot keine nachteiligen Auswirkungen auf die Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt hat. Bei geplanten Beteiligungsveränderungen hat sie zudem zu prüfen, ob sich hierdurch das Informationsgefüge in Bayern wesentlich verändert. Bei der Zuweisung von Übertragungskapazitäten ist der lokale Bezug und der Beitrag zur Meinungsvielfalt zu berücksichtigen. Die Entscheidungen über diese Vielfaltsaufgaben trifft der Medienrat, ein pluralistisch zusammengesetztes Gremium, dem 50 Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen in Bayern angehören.

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 auch, lokale und regionale Vielfalt zu sichern.

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 2022-I).

► 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	3,7
3.	BILD DEUTSCHLAND	2,8
4.	RTL	2,3
5.	SAT.1	1,6
6.	VOX	1,5
7.	web.de	1,3
8.	gmx.net	1,2
9.	ProSieben	1,1
10.	radio NRW	1,1

Ranking in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre

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

Quelle: die medienanstalten: Medienvielfaltsmonitor 2022-I (BLM)

INHALTEFÖRDERUNG

BLM-Programmförderung

375.000 Euro für Hörfunk
175.000 Euro für Fernsehen

BLM-Innovationsförderung

50.000 Euro für innovative Audio-
und Bewegtbildprogramme

RTL-Finanzierungsbeitrag

4 Mio. Euro für Nachrichtenmagazine
im Lokal-TV

1 Mio. Euro für das TV-Fenster
»TV Bayern live«

Sat.1-Finanzierungsbeitrag

mind. 5 Mio. Euro für das TV-Fenster
»Sat.1 Bayern«

PROGRAMMHERSTELLUNGSFÖRDERUNG

Förderung nach Art. 23 BayMG

6 Mio. Euro für betraute
Lokal-TV-Anbieter

Alle Angaben sind Circa-Werte für 2023.

INHALTE FÖRDERN – QUALITÄT AUSZEICHNEN

In Bayern gibt es ein sehr vielfältiges Angebot an lokalen Hörfunk- und Fernsehprogrammen. Die besten Inhalte werden jedes Jahr mit BLM-Preisen ausgezeichnet. Um dieses deutschlandweit einzigartige Programmangebot zu ermöglichen, erhalten die Programmanbieter zudem verschiedene finanzielle Förderungen. Diese sichern neben den Werbeeinnahmen den Betrieb der Sender.

Warum fährt Phil Collins für Musikaufnahmen ins oberbayerische Riedering? Wie sicher ist die Wiesn für Mädchen und Frauen? Und wie bitte bereitet man »Hofer Schwaaß« zu? Das ist nur eine kleine Auswahl an Beiträgen, die mit einem BLM-Telly oder BLM-Radio ausgezeichnet wurden. Die Landeszentrale verleiht schon seit 1988 die BLM-Hörfunkpreise und seit 1992 die BLM-Lokalfernseh-Preise für herausragende Leistungen im privaten lokalen Rundfunk in Bayern. Jährlich werden die besten Beiträge mit lokaler Bedeutung in verschiedenen Kategorien, wie z.B. Moderation, Reportage, Aktuelle Berichterstattung, Unterhaltung oder Nachwuchs mit bis zu 3.000 Euro prämiert.

Diese Auszeichnungen sind aber nur das Sahnehäubchen für die Lokalstationen. Die tägliche Arbeit wird durch andere finanzielle Hilfen gefördert.

Mit der BLM-Programmförderung werden vornehmlich gemeinnützige Anbieter, Vereine oder Jugendradios im lokalen Hörfunk und landesweiten Fernsehen mit zusammen 550.000 Euro pro Jahr unterstützt, um die Programm- und Themenvielfalt zu erhalten. Zudem sollen die Attraktivität und Bedeutung der lokalen und

regionalen Rundfunkprogramme mit einer zusätzlichen Förderung für besonders innovative Audio- und Bewegtbild-Projekte im lokalen Rundfunk in Höhe von insgesamt 50.000 Euro hervorgehoben werden.

Für das Lokalfernsehen gibt es die Förderung der Programmherstellung nach Art. 23 BayMG aus Mitteln des BLM-Haushalts und des Freistaats Bayern für lokal-regionale Haupt- und Spartenprogramme. Diese Förderung belief sich im Jahr 2023 auf rund 6 Mio. Euro. Damit soll sichergestellt werden, dass die Bevölkerung Bayerns zwischen Aschaffenburg und Garmisch-Partenkirchen flächendeckend und gleichwertig mit hochwertigen lokalen und regionalen Fernsehangeboten versorgt wird.

Ziel aller Förderungen ist es, die Zukunftsfähigkeit der privaten bayerischen Rundfunkangebote in der digitalen Medienwelt zu gewährleisten sowie Vielfalt und Qualität zu erhöhen.

Und wenn man als Zuschauerin oder Zuschauer dann noch erfährt, wie ein – in den nördlichen Regionen Oberfrankens sehr beliebtes – traditionelles Schlachtgericht gekocht wird, umso besser.

INHALTEBEOBACHTUNG

Auf Basis der Inhaltebeobachtung werden in regelmäßigen Abständen Berichte über die von der Landeszentrale zugelassenen Programme verfasst. Jährlich werden rund 23.000 Minuten Bewegtbildinhalte und 34.000 Minuten Audio- und Onlineinhalte beobachtet. Überprüft wird, ob Fördervorgaben, Genehmigungsaufgaben, gesetzliche Bestimmungen, Richtlinien und Satzungen eingehalten werden und es wird die Programmqualität beurteilt. Die Inhaltebeobachtung sichert nicht nur die Einhaltung der Förder- und Ge-

nehmigungsvorgaben. Die Ergebnisse der qualitativen Bewertungen fließen auch in zukünftige Förderentscheidungen mit ein.

FILMFÖRDERUNG BAYERN

Seit 1996 gehört die BLM als Gesellschafterin des FilmFernsehFonds Bayern (FFF) zum Kreis der Förderer in Bayern und wirkt bei Entscheidungen zur Förderung von (bundesweiten) Film- und Fernsehproduktionen mit. Von der Landeszentrale werden jährlich 1,28 Mio. Euro zur Verfügung gestellt.

Auszeichnungen

BLM Preise

Mit den BLM-Hörfunkpreisen und den BLM-Lokalfernseh-Preisen werden jährlich herausragende Leistungen im privaten lokalen Rundfunk in Bayern mit bis zu 3.000 Euro prämiert.

»Mach Dein Radio«-Star

Die BLM zeichnet seit 2019 die besten Beiträge, Podcasts oder Sendungen von bayerischen Schulradios, Jugendradios und Campusradios, die einen eigenen Radiokanal auf der Webseite machdeinradio.de betreiben, mit dem »Mach Dein Radio«-Star aus. Die Gewinner erhalten ein Preisgeld in Höhe von jeweils 400 Euro.

DOK.digital

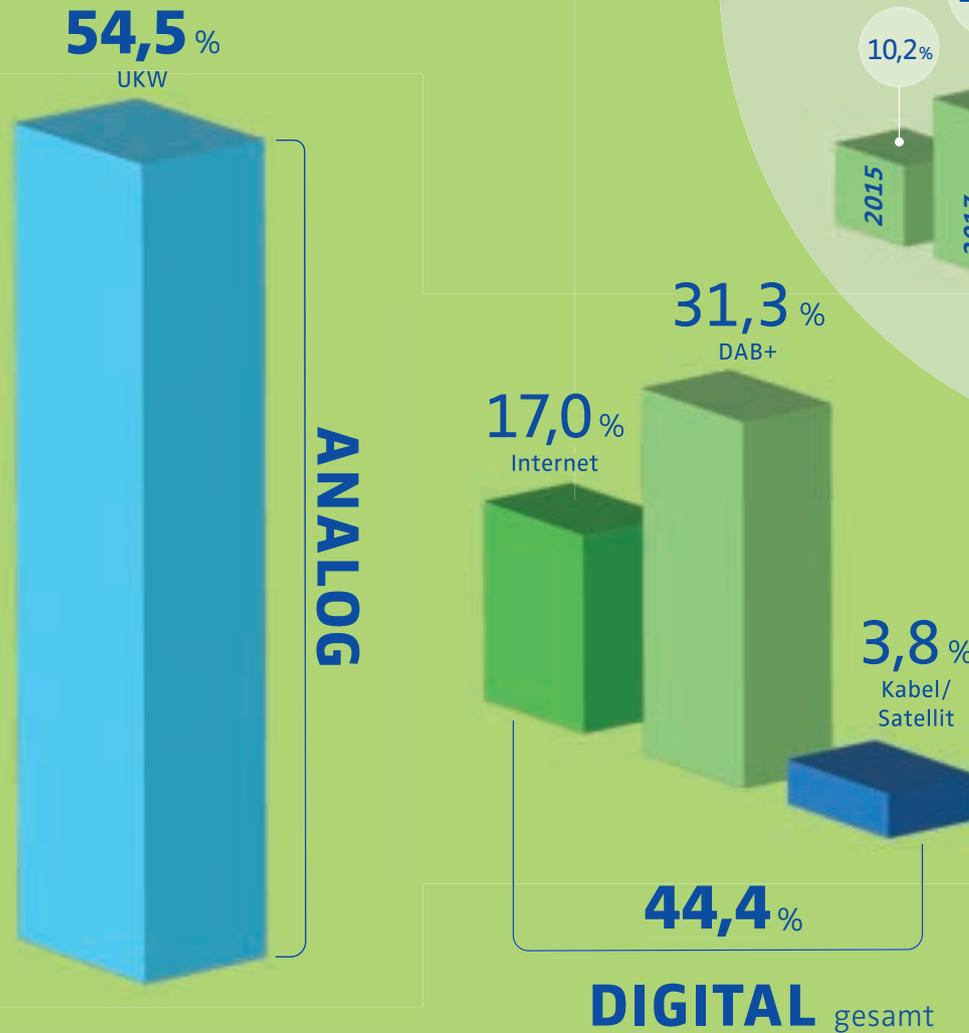
Im Rahmen des Internationalen Dokumentarfilmfestivals München wird der von der BLM gestiftete und mit 2.500 Euro dotierte Preis für digitale Erzählformate DOK.digital verliehen. Mit dem Preis werden innovative Projekte gefördert, die verschiedene mediale Formate und Plattformen sinnvoll mit dem Inhalt verbinden.

Blauer Panther

Mit dem Blauen Panther-TV & Streaming Award werden hervorragende deutsche TV-Produktionen, deutsche Produktionen von Streaminganbietern sowie deutsche Bewegtbildformate von Web-Creatoren für Social Media-Plattformen in den Kategorien Information/Journalismus, Fiktion, Entertainment und Kultur/Bildung ausgezeichnet (seit 2022 von der BLM-Tochtergesellschaft Medien.Bayern GmbH organisiert).

Radio hören in Bayern

nach Empfangart in Prozent



Besitz von DAB+ Geräten im Trend

Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern in %



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

Hinweise: > 100% da Mehrfachnennungen möglich; 44,4% entspricht der Nettreichweite von Internet, DAB+, Kabel und Satellit.

BAHN FREI – FÜR DIGITALES RADIO UND TV

Antenne, Satellit oder Kabel – die Fernsehübertragung ist schon seit Ende 2018 über all diese Empfangswege rein digital. Auch im Hörfunk kommt die Digitalisierung im DAB-Pionierland Bayern voran. Der Digitalradio-Empfang via Antenne erfreut sich weiter steigender Beliebtheit. Denn der neue Standard DAB bedeutet 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 81 lokal/regionale und 5 landesweite private DAB-Programme sowie die Hörfunkprogramme des Bayerischen Rundfunks verbreitet werden. Seit Anfang 2021 sind alle bayerischen Lokalsender simulcast in UKW und DAB+ zu hören. Außerdem können 27 bundesweite Digitalradioprogramme in Bayern empfangen werden. 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. Immer mehr Menschen in Bayern, nämlich 44,4 Prozent der Bevölkerung, hören täglich digital Radio (DAB, Webradio, Kabel oder Satellit), so ein Ergebnis der Funkanalyse Bayern Hörfunk 2023.

Beim Fernsehempfang nimmt die Verbreitung über Internet am Stärksten zu. Bereits rund 10 Prozent der Bevölkerung in TV-Haushalten in Bayern empfangen Fernsehprogramme jenseits der klassischen Empfangswege ausschließlich über das »offene« Internet (OTT). Davon profitieren Streaming-Dienste, aber auch Lokalfernseher. So können über das Lokal-TV-Portal mehr als 70 lokale Fernsehprogramme aus Bayern und sieben anderen Bundesländern abgerufen werden. Außerdem bieten digitale Plattformen wie Zattoo, 1&1 HD TV und HD+ ToGo die Möglichkeit, Lokalfernsehen zu schauen. Ob Satellit, Kabel, Antenne oder IP/Internet – Informationen aus der bayerischen Heimat gibt es auf (fast) allen Plattformen und dank Internet weltweit.

TECHNIKFÖRDERUNG

81,3 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern hören 2023 täglich Radio. Die privaten Radioangebote erreichen laut Funkanalyse Bayern regelmäßig über 40 Prozent der Bevölkerung. Das liegt auch an der leistungsfähigen technischen Infrastruktur sowohl für analoge als auch für digitale Hörfunkprogramme, die die BLM im Laufe der Jahre aufgebaut hat und jährlich mit rd. 2 Mio. Euro fördert (2023).

Und auch die Lokal-TV-Programme in Bayern können sich dank der Förderung der Verbreitungskosten nach Art. 23 BayMG (2023 rd. 7 Mio. Euro) und einer aktuellen Tagesreichweite von 6,7 Prozent 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.

Verbreitungswege

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

► **ca. 250**
terrestrische
UKW Frequenzen

► **ca. 100**
DAB-Standorte

► **ca. 100**
Breitband- und IPTV-Netze

► **6**
Satellitenkanäle für Lokal-TV

Fernsehempfang in Bayern

52,7%
Satelliten-TV

34,8%
Kabel-TV

4,9%
Terrestrik
DVB-T2 HD

8,5%
IPTV

Quelle: Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023 (GIM)



**CROSSMEDIALE AUSBILDUNGSANGEBOTE
DER MEDIASCHOOL BAYERN
für Radio, Audio, Podcast, TV, Video und Social**

- Schul- und Schnupperpraktika
- Redaktionelle und technische Vollzeitpraktika
- Redaktionsmitarbeit in Teilzeit während des Studiums
- Videojournalismus-Stipendium in Kooperation mit MedienCampus Bayern und Hochschule Ansbach
- Journalistische Volontariate
- Ausbildungen zum/r Mediengestalter/in Bild und Ton (IHK)
- sowie Moderations- und Sprechtrainings

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.

2019 erfolgt die Umfirmierung der AFK GmbH in die Mediaschool Bayern gGmbH. 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 Projekt Mediaschool Bayern der BLM hat bundesweit Schule gemacht. Viele andere Bundesländer sind mit nicht-kommerziellen Ausbildungskanälen nachgezogen.

Apropos 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 sowohl das journalistische Handwerkszeug für die Arbeit in den Lokalredaktionen als auch Know-How im Bereich Online und Social Media.

START INTO MEDIA

Start Into Media koordiniert die Medienaus- und -weiterbildung in Bayern. Die Initiative gibt Schülerinnen und Schülern, Studierenden und Auszubildenden Orientierung auf ihrem Weg in die Medien. Auf www.startintomedia.de werden verschiedene Studiengänge und Aus- und Weiterbildungen sowie Beschreibungen unterschiedlicher Berufsbilder dargestellt. Bei Infoveranstaltungen und Events fördert Start Into Media den Austausch und die Vernetzung des Mediennachwuchses mit Ausbildungsunternehmen und -institutionen. Start Into Media ist eine von der Bayerischen Staatskanzlei geförderte Initiative unter dem Dach der Medien.Bayern GmbH, einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft der BLM.

KOOPERATIONEN IN DER AUS- UND FORTBILDUNG

Durch Vernetzung und Kooperationen soll die theoretische und praktische Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten in Bayern zukunftssicher gestaltet werden. Dabei sollen ganz konkret sowohl theoretische als auch technische Synergien genutzt werden.

Aktuell beteiligte Institutionen:

Bayerische Akademie für Fernsehen und digitale Medien e.V.
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
Bayerischer Rundfunk
Deutsche Journalistenschool
Mediaschool Bayern
Medien Bayern GmbH/Start Into Media

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 Handwerkszeug 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 Dozierende mit langjähriger praktischer Erfahrung Basisfertigkeiten zu täglichen Redaktionsabläufen. Neben Kursen für TV- und Hörfunk-Voluntierende bietet die BLM seit 2023 einen Basiskurs Onlinejournalismus an. Zudem gibt es Workshops zu speziellen Themen wie z.B. Social Media oder Marketing- und Verkaufsthemen.



MEDIENPÄDAGOGISCHE INFORMATIONSMATERIALIEN

Sicher online unterwegs – Tipps & Tricks zum Selbstdatenschutz

Broschüre zum Schutz der eigenen Daten im Netz

Selbstdatenschutz! Tipps zum sicheren Passwort

Broschüre zum sicheren Umgang mit Passwörtern

Von der flachen Erde bis zur Lügenpresse – Warum Verschwörungs- mythen ein Problem sind und was Eltern und Fachkräfte dagegen tun können

Tipps zum Umgang mit Verschwörungsmmythen (auch in leichter Sprache erhältlich)

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

Jahresbericht Medien- kompetenz der BLM

► Download bzw. Bestellung unter www.blm.de

MEDIEN KENNEN – VERSTEHEN – NUTZEN

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 Grundschulkinde 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. Für ihr Engagement sind schon viele Kinder und Jugendliche in Bayern mit einer Urkunde

belohnt worden: Bis Juli 2023 waren bayernweit rund 1,3 Millionen Urkunden übergeben worden. Der Medienführerschein Bayern ist eine Initiative der Bayerischen Staatsregierung und wird von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert. Die BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern ist verantwortlich für die inhaltliche Entwicklung und Koordination. Die gemeinnützige Stiftung wurde 2008 von der Landeszentrale gegründet, als konsequente Fortführung der bereits bestehenden Aktivitäten im Bereich Medienpädagogik. Nicht nur der Medienführerschein Bayern, auch das Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern, das kostenlose 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 – vom Kindermagazin MiniMedia 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, Streaming & YouTube

MiniMedia — Magazin zu Medienthemen für Kinder von 6 bis 10 Jahren

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

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

Mediaschool Bayern — www.mediaschool.bayern
Medienpädagogisch begleitete Jugendredaktionen

MEDIENPÄDAGOGISCHE VERANSTALTUNGEN

**Fachtagung des Forums Medienpädagogik und
Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** —
Fachvorträge und Impulse für die Praxis

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« lädt radiointeressierte Bürgerinnen und Bürger ein, 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 – Radiobegeisterte aller Altersstufen in Bayern können hier einen eigenen Radiokanal anlegen, ihre Beiträge als Podcast veröffentlichen und über soziale Netzwerke teilen.

»Mach Dein Radio« bietet auch kostenfreie Workshops mit Radioprofis an. Die Themenpalette reicht von Sprechtraining bis zu Podcasts. Seit 2020 zeichnet die BLM jährlich Audiobeiträge von Radioprojekten mit dem Preis »Mach dein Radio«-Star aus.

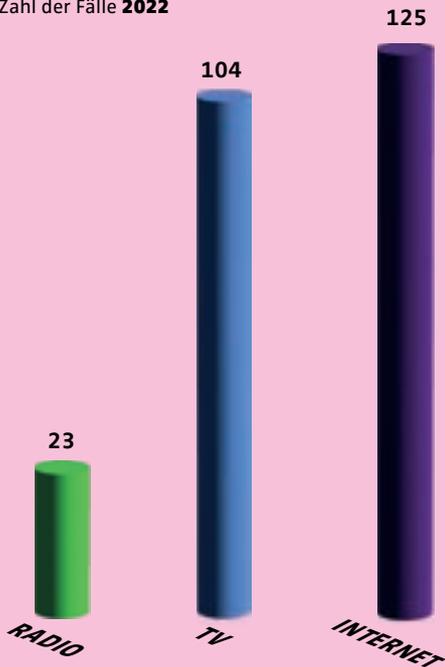


► www.machdeinradio.de

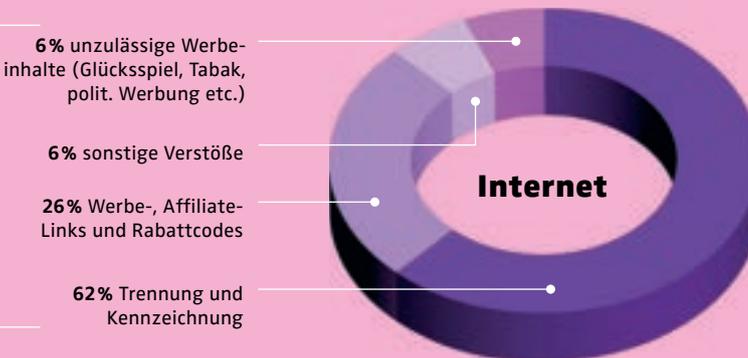
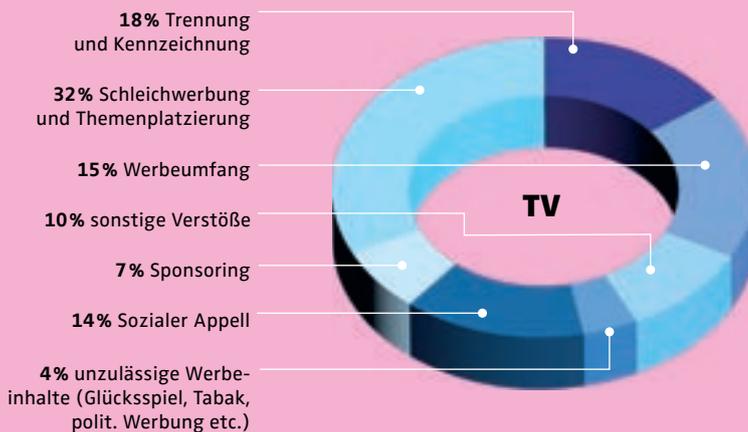
Werbeaufsicht

Prüffälle nach Medien

Zahl der Fälle **2022**



Prüffälle nach Medien und Verstoßkategorie



Wo werden Verstöße im Internet festgestellt?

WENN WERBUNG IRREFÜHRT

Werbung ist in den Medien allgegenwärtig, schließlich sind Werbeeinnahmen eine wesentliche Grundlage für die Existenz von privaten Rundfunk- und Online-Angeboten. Für den Erhalt einer freien und demokratischen Gesellschaft ist es jedoch wichtig, den Einfluss von Werbetreibenden auf Medieninhalte zu verhindern sowie Mediennutzende vor versteckter kommerzieller oder politischer Werbung zu schützen.

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.

Die Werbeaufsicht ist 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. Um wirksam und nachhaltig darauf hinzuwirken, dass die Werbebestimmungen eingehalten werden, setzt die Landeszentrale vor allem auf präventive Maßnahmen. Sie führt regelmäßig Workshops für Medienschaffende durch, gibt Inhalteanbietern Auskunft über gesetzeskonforme Kennzeichnung und sensibilisiert Influencerinnen oder Influencer mit entsprechenden Informationen oder Broschüren. So gibt die »Werbebroschüre« der BLM praktische Hinweise, wie Werbung im Fernsehen, im Radio und im Internet zu kennzeichnen ist. Und gemeinsam mit den anderen Medienanstalten in Deutschland wurde ein Leitfaden speziell 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 Abruferdienst Amazon Prime.

Die BLM berichtet in Obacht! zweimal jährlich von aktuell relevanten Werbe- und Aufsichtsthemen und beleuchtet spannende Einzelfälle sowie Gerichtsurteile. Sie erklärt ihre Position als Schiedsrichter auf dem medialen Werbespielfeld und gibt regelmäßig einen statistischen Überblick über bearbeitete Werbefälle.

BLM-WERBEBROSCHÜRE

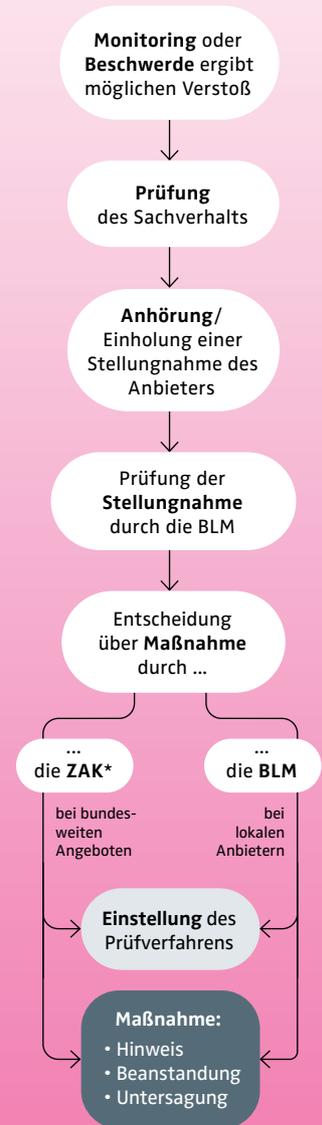
Viele Medieninhalte, insbesondere im Internet oder auf Social Media, sind für die Nutzenden nicht als Werbung erkennbar. In ihrer neuen Online-Broschüre »So geht Transparenz! Werbung in TV, Radio und Internet« liefert die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) praktische Hinweise, wie Werbung in TV, Radio und im Internet zu kennzeichnen ist.

► Download der Publikationen unter www.blm.de

OBACHT! – MAGAZIN ZUR WERBEAUF SICHT

Die BLM berichtet in Obacht! zweimal jährlich von aktuell relevanten Werbe- und Aufsichtsthemen und beleuchtet spannende Einzelfälle sowie Gerichtsurteile. Sie erklärt ihre Position als Schiedsrichter auf dem medialen Werbespielfeld und gibt regelmäßig einen statistischen Überblick über bearbeitete Werbefälle.

Ablauf eines Werbe-Prüfverfahrens



* Kommission für Zulassung und Aufsicht

»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, »wenn sie Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen im Sinne des § 86a des Strafgesetzbuches verwenden.«

- ▶ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Unzulässig sind Angebote, »wenn sie zum Hass gegen Teile der Bevölkerung oder gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe aufstacheln, [... oder] wenn Teile der Bevölkerung [...] beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden.«

- ▶ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

NEIN ZU HASS UND HETZE – VERSTÖSSE VERFOLGEN

Wissenschaft, Politik und Medienaufsicht beobachten mit Sorge eine Veränderung des gesellschaftlichen Klimas, die u.a. auf die Zunahme von menschenverachtender Hetze, Extremismus und Antisemitismus im Internet zurückgeführt wird. Zum Schutz aller Nutzer engagiert sich die BLM in enger Zusammenarbeit mit den bayerischen Justizbehörden gegen unzulässige und strafrechtlich relevante Inhalte im Netz.

Wie wichtig es ist, »Nein!« zu Hass und Hetze und »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 engagiert sich auf vielfältige Weise gegen Extremismus, Antisemitismus, Hass und Hetze in den Medien. Ein zentrales Projekt in diesem Zusammenhang ist die 2019 gemeinsam mit dem Bayerischen Justizministerium gegründete Initiative »Justiz und Medien – Konsequenz gegen Hass«, die sich an Medienhäuser in Bayern, an freie Journalistinnen und Journalisten sowie an Internet-Plattformen richtet.

Immer mehr Medienschaffende 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. Unter dem Motto »Erst anzeigen, dann löschen« können sich die Beteiligten mit einer Prüfbitte an die bayerische Justiz wenden – etwa wegen volksverhetzender Kommentare oder Bedrohungen. Die Initiative bietet ihnen ein einfaches Verfahren für Strafanzeigen. Über ein Online-Formular können Hasspostings direkt an die Hate-Speech-Beauftragte bei der Generalstaatsanwaltschaft München weitergeleitet werden.

Maßnahmen gegen unzulässige Inhalte im Netz sind auch ein wichtiger Schwerpunkt in der Medienaufsicht und im Jugend- und Nutzerschutz der Landeszentrale. Kernstück ist die Prüfung von Medieninhalten, die aufgrund von Bürgerbeschwerden, Hinweisen von Partnern sowie im Rahmen des BLM-Risiko-Monitorings auffallen und die Einleitung entsprechender Verfahren gegen Anbieter bei Rechtsverstößen. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz hilft dabei, möglichst viele unzulässige Inhalte im Netz zu finden. Dabei geht es vor allem um Angebote, in denen absolut unzulässige und strafrechtlich relevante Inhalte vorliegen: wie die Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (z.B. Hakenkreuze), Holocaustverharmlosung und Volksverhetzung, teilweise in Verbindung mit drastischen Gewaltdarstellungen. Die BLM arbeitet deshalb eng mit den Staatsanwaltschaften in Bayern zusammen. Liegt ein Rechtsverstoß vor, gibt sie die Fälle zunächst an die Staatsanwaltschaften ab – das Strafrecht hat hier Vorrang. In geeigneten Fällen führt die BLM medienrechtliche Aufsichtsverfahren gegenüber Anbietern mit Sitz in Bayern oder meldet Inhalte bei Plattformen zur Löschung.

Daneben engagiert sich die BLM stark im Bereich der Extremismusprävention. Hier bestehen zahlreiche Vernetzungen und Kooperationen mit verschiedenen Akteurinnen und Akteuren aus Bayern, die sich aus unterschiedlichen Perspektiven mit dem Thema Extremismus befassen und dagegen einsetzen.



Bilanz nach dem 4. Jahr

- ▶ 899 Prüfbitte
- ▶ 753 Ermittlungsverfahren
- ▶ 172 Klageerhebungen
- ▶ 120 rechtskräftige Verurteilungen

Mehr Informationen unter konsequent-gegen-hass.de

Gegen Extremismus und Antisemitismus

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

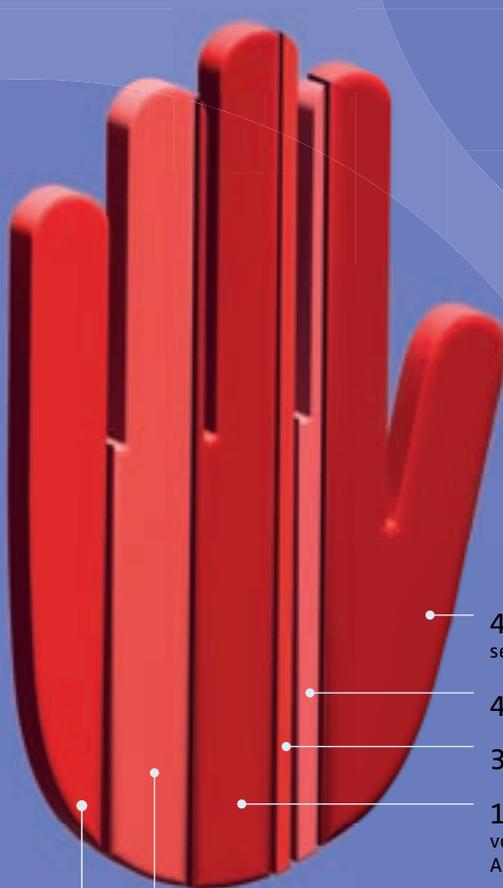
Die BLM steht regelmäßig im Austausch mit Fachleuten zum Thema »Politischer Extremismus im Internet«. Sie ist Mitglied im »Landesweiten Beratungsgremium Bayern gegen Rechtsextremismus« und im Bayerischen Bündnis für Toleranz.

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.

Jugendschutzfälle in Telemedien

nach inhaltlichen Problemfeldern

**Problematische
Inhalte, die aufgrund
von Beschwerden
und Anfragen
behandelt wurden**



- 40,6% Erotik und sexualisierte Inhalte
- 4,7% sonstige Inhalte
- 3,1% Gewaltdarstellungen
- 17,2% Inhalte im Kontext von Rechtsextremismus und Antisemitismus, Hate Speech
- 17,2% Pornografie
- 17,2% Drogenkonsum und gesundheitsschädliche Angebote

**Problematische
Inhalte, die
von KI-Tool
gefunden wurden**



- 32% Hass im Netz
- 10% Entwicklungsbeeinträchtigung
- 58% Pornografie

Quelle: BLM Jugend- und
Nutzerschutzbericht 2022

JUGENDSCHUTZ IM NETZ: NEUE WEGE MIT KI

Frei zugängliche pornografische Videos im Netz oder drastische Gewaltdarstellungen 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.

Kinder und Jugendliche sind »always on« und dabei häufig auch jugendgefährdenden oder entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten im Netz ausgesetzt. Diese neue Dimension der Gefährdung, die durch die Verschmelzung von Fernseh- und Onlinewelt deutlich verstärkt wurde, zeigt sich auch in der Medienaufsicht. Während für erwachsene Nutzer absolut unzulässige Inhalte das Hauptproblem sind, können für Kinder und Jugendliche, abhängig von ihrem Alter, bereits Inhalte unterhalb dieser Schwelle problematisch sein. Der Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV) regelt deshalb auch den Umgang mit bedingt zulässigen, jugendgefährdenden und entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten. Dazu zählen z.B. pornographische sowie schockierende, ängstigende oder desorientierende Inhalte.

Ein besonderes Problem aus Jugendschutz-Sicht sind beispielsweise Darstellungen von Sexualität in Verbindung mit Gewalt. Wird in einem sexualisierten Kontext der Spaß des Stärkeren an Gewalt- und Machtausübung gegenüber Schwächeren zelebriert, kann dies Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren in ihrer Entwicklung beeinträchtigen, d.h. nachhaltig ängstigen, verunsichern oder belasten, oder sogar gefährden. Dies gilt vor allem für gefährdungsgeneigte Heranwachsende, die schon selbst Gewalterfahrungen gemacht haben.

Um der Vielzahl an Inhalten im Netz gerecht zu werden und möglichst viele potenzielle Verstöße gegen die rechtlichen Bestimmungen des JMStV bei Telemedien und Plattformen aufzudecken, setzt die Landeszentrale im Rahmen ihrer Eigenrecherchen auch Künstliche Intelligenz (KI) ein. Ein KI-Tool hilft dabei, automatisiert eine große Zahl potenzieller Rechtsverstöße im Netz zu finden. Das Tool ermöglicht mittels eines sog. Webcrawlers

eine stichwort- und linkbasierte Suche nach Inhalten auf relevanten Internetseiten und Plattformen. Dazu kommen eine Vielzahl an Beschwerden von Bürgerinnen und Bürgern sowie Meldungen verschiedener Partner.

Gegen problematische Angebote geht die BLM auf unterschiedlichen Wegen vor: Aufsichtsmaßnahmen und präventive Verfahren greifen im Jugendschutz ineinander und verfolgen das gleiche Ziel: mediale Einflüsse der Erwachsenenwelt auf Kinder und Jugendliche, die deren Alter und Entwicklungsstand (noch) nicht entsprechen, möglichst gering zu halten sowie unzulässige Inhalte schnell aus dem Netz zu entfernen.

Ergibt sich der Verdacht auf einen Verstoß, leitet die BLM ein Verfahren ein und beteiligt bei Zuständigkeit die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

Doch nicht immer muss im Rahmen der Jugendschutzaufsicht gleich ein medienrechtliches Aufsichtsverfahren eingeleitet werden. In vielen Fällen ist die BLM auf präventivem Weg erfolgreich. Dabei weist sie die Telemedienanbieter auf problematische Inhalte hin, die diese dann z.B. freiwillig aus dem Netz entfernen oder labeln (Alterskennzeichnung). Auf diese Weise können Jugendschutzprobleme schnell und praxisnah gelöst werden.

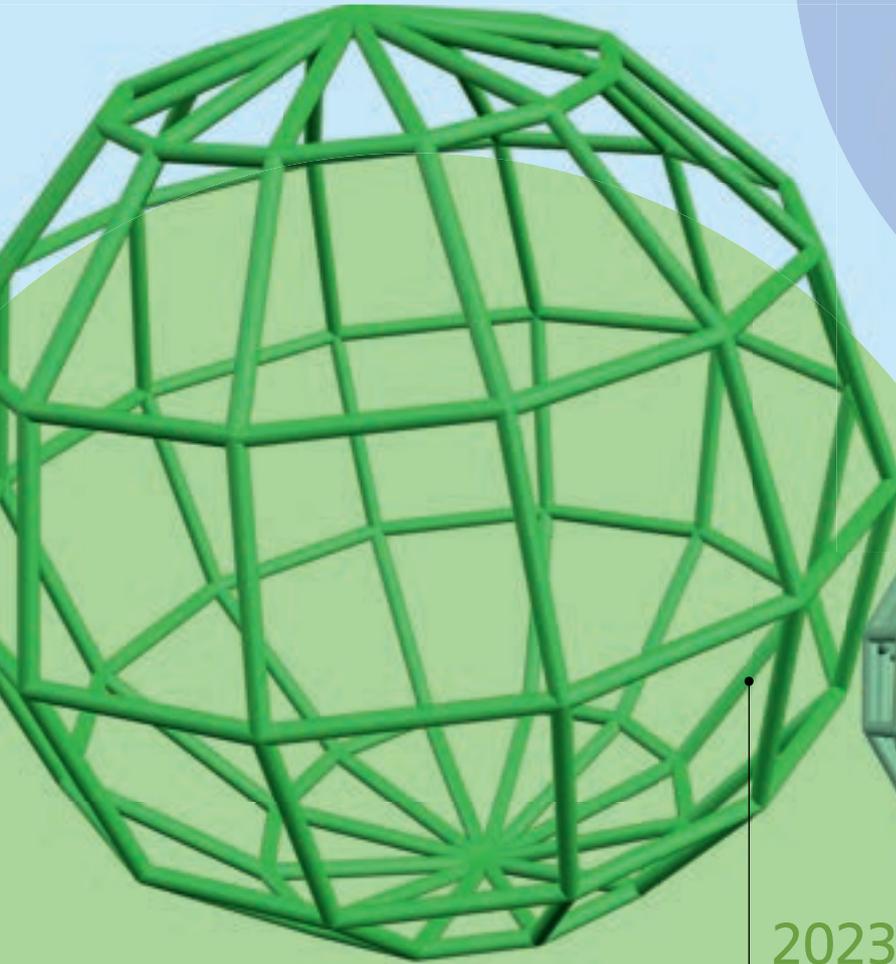
Zu den Zielgruppen der Präventionsarbeit der BLM im Jugendschutz gehören aber auch die Nutzerinnen und Nutzer selbst. Ein Beispiel hierfür ist die Erarbeitung und Veröffentlichung einer Broschüre zum Thema Verschwörungstheorien und Fake News, die auch in Leichter Sprache für Menschen mit Leseeinschränkungen zur Verfügung steht.

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 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.

Subjektiv wichtigstes Informationsmedium



Internet

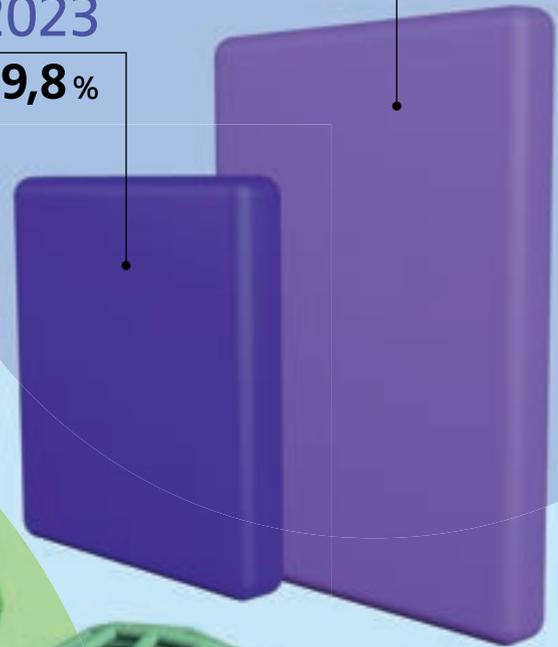
2023
41,8%

2009
15,1%

2023
29,8%

2009
44,0%

TV



TRANSPARENZ IM NETZ – EINE HERAUSFORDERUNG

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Doch die Sicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt und die Durchsetzung von Vorgaben zur Transparenz und Diskriminierungsfreiheit im Netz stellt die Landesmedienanstalten vor große Herausforderungen. Dabei geht es um Digitalkonzerne mit weltweiten Strukturen, Plattformen, die um die Aufmerksamkeit der Nutzenden konkurrieren und Empfehlungssysteme, die auf Algorithmen oder künstlicher Intelligenz basieren.

»Alexa, spiele bitte die neuesten Nachrichten...« – Chatbots oder Sprachassistenten wie beispielsweise Alexa, Siri oder ChatGPT können automatisiert, also ohne weitere menschliche Hilfe, Fragen beantworten, im Internet nach Informationen suchen und vieles mehr. Doch woher stammen die Inhalte, die wir präsentiert bekommen? Und, vielleicht noch wichtiger: Nach welchen Kriterien werden sie für uns ausgesucht?

So elementar in der modernen Welt die Suche im Internet ist, so wichtig ist die Transparenz der Plattformen, die uns mit Suchergebnissen versorgen. Warum gerade wir bestimmte Inhalte finden und andere nicht (Stichwort Personalisierung), muss uns erklärt werden – und zwar auf verständliche Art und Weise.

Dabei werden vor allem Anbieter, die mit großen Datenmengen und fremden Inhalten arbeiten, vom Gesetzgeber zur Transparenz verpflichtet. Transparenz ist hierbei kein Selbstzweck. Sie dient der Möglichkeit der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung.

Ob Meinungs- und Angebotsvielfalt auch im Internet gewährleistet sind, kann nur beurteilt werden, wenn die »Gatekeeper« offenlegen, wie sie arbeiten und funktionieren. Nur auf dieser Grundlage kann auch möglicher Diskriminierung entgegengewirkt werden.

Mit zunehmendem Einsatz von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz wächst die Relevanz von Transparenz weiter. So schwierig es ist, komplexe Systeme verständlich zu erklären, so wichtig ist es, dass die Anbieter sich nicht darauf berufen können, ihre Systeme womöglich selbst nicht zu verstehen.

Die Landeszentrale ist für eine Vielzahl von Anbietern wie Amazon, Apple, Twitch und X (vormals Twitter) zuständig. Hinzu kommen Automobilhersteller wie Audi oder BMW, die als Anbieter von Benutzeroberflächen nunmehr auch im Fokus der Regulierung stehen. Bei all diesen Angeboten wirkt die Landeszentrale auf die Einhaltung der Transparenzvorgaben und auf Diskriminierungsfreiheit hin.

JOURNALISTISCHE SORGFALTPFLICHTEN

Nicht nur Radio, TV und die Internetangebote von Presseverlagen, auch Online-Medien, die journalistisch-redaktionell gestaltet sind, regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten, sind dazu verpflichtet, die journalistischen Sorgfaltspflichten zu beachten. Das bedeutet, dass Inhalt, Herkunft und Wahrheit einer Information eingehend geprüft werden müssen. So wird sichergestellt, dass Medieninhalte sorgfältig recherchiert, ausgewogen und ethisch vertretbar sind und der Verbreitung von Falschinformationen und manipulierten Inhalten entgegengewirkt.

IMPRESSUMSPFLICHT

Ob der Instagram-Auftritt eines bekannten Influencers, ein Online-Shop oder die Webseite der Pizzeria um die Ecke, sie alle sind verpflichtet, ein Impressum anzugeben. Dadurch wird sichergestellt, dass grundlegende Informationen über die Betreibenden der Internetseite verfügbar sind, die Seriosität der Anbieter überprüft und ggf. auch rechtliche Ansprüche durchgesetzt werden können. Die BLM überwacht die Einhaltung der Impressumspflicht für alle Anbieter mit Sitz in Bayern. Wurde kein Impressum oder falsche Angaben hinterlegt, droht eine Geldbuße von bis zu 50.000 Euro.

Plattformregulierung

Die Plattformregulierung des Medienstaatsvertrags richtet sich an »Medienplattformen«, »Benutzeroberflächen« und »Medienintermediäre«. Diese Angebotsarten zeichnet aus, dass sie meinungsrelevante Inhalte für Nutzerinnen und Nutzer aggregieren und/oder auffindbar machen.

Transparenz

Das Transparenzgebot verpflichtet dazu, Informationen über Arbeits- und Funktionsweise vorzuhalten. Diese Informationen müssen leicht zu finden, leicht zu erreichen und überdies auch verständlich sein.

Diskriminierungsfreiheit

Sowohl beim Zugang zu Medienplattformen und Medienintermediären wie auch bei der Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen dürfen Angebote nicht diskriminiert werden: Das heißt, sie dürfen nur nach Maßgabe sachgerechter und überprüfbarer Kriterien unterschiedlich behandelt werden, damit auch im digitalen Raum eine Vielzahl an Meinungen und Angeboten stattfinden kann.

Public-Value-Angebote

Sog. Public-Value-Angebote, die für die Sicherung von Meinungs- und Angebotsvielfalt von besonderer Relevanz sind, müssen in der Regel Zugang zu Plattformen bekommen und in Benutzeroberflächen (bspw. auf Smart-TVs) leicht auffindbar sein. Mehr als 70 Audio- und Bewegtbildangebote mit Anbietersitz oder Genehmigung in Bayern haben den Public-Value-Status.

TOP 5 Touchpoints für Nachrichten und Informationen in Bayern

Ab 14 Jahre

15,6%

Originäre
Onlineangebote



29,5%

Angebote von
Fernsehsendern



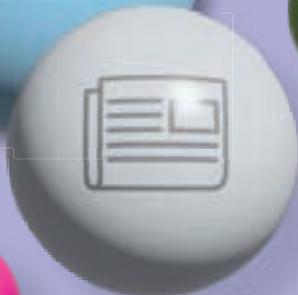
12,3%

Angebote von
Radiosendern



21,4%

Angebote von
Tageszeitungen



11,3%

Soziale Medien
inkl. Messengerdienste



14-29 Jahre

16,9%

Angebote von
Fernsehsendern



33,0%

Soziale Medien
inkl. Messengerdienste



6,9%

Angebote von
Radiosendern



12,0%

Angebote von
Tageszeitungen



23,5%

Originäre
Onlineangebote



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern in Prozent

Hinweise: die medienanstalten: Mediengewichtungsstudie 2022-II (GIM)

FORSCHUNG IM AUFTRAG DER VIELFALTSSICHERUNG

Noch nie war das Angebot an Nachrichten und Informationen und das Spektrum der relevanten Akteure so groß wie in Zeiten von Google, Meta & Co. Aber welche Vielfalt kommt bei den Nutzenden an? Welche Anforderungen stellt die Informationsnutzung in der digitalen Welt an die Nutzenden, die Medienanbieter und die Regulierung? Das sind zentrale Fragen, mit denen sich die Landeszentrale aktuell im Rahmen ihrer Forschungsarbeit beschäftigt.

Welche Faktoren die Auswahl von Informationsangeboten auf Seiten der Nutzenden bestimmen und damit Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen, untersucht das Pilotprojekt »Messung von Meinungsmacht und Vielfalt im Internet«, das vom Bayerischen Forschungsinstitut für Digitale Transformation (bidt) und der BLM gefördert wird. Der Fokus auf die genutzte Vielfalt baut dabei auf der Erkenntnis auf, dass eine alleinige Betrachtung, wie viele Informationsmöglichkeiten es gibt und wie sich Nutzungszahlen auf diese Angebote verteilen, zu kurz greift. Meinungsmachtkontrolle in der digitalen Welt erfordert vielmehr ein umfassendes Monitoring diverser Indikatoren und die separate Betrachtung von Subgruppen, um Gefährdungspotenziale für die Meinungsvielfalt identifizieren zu können.

Einen Forschungsschwerpunkt stellen Soziale Medien dar, die eine immer wichtigere Rolle bei der Nutzung von Nachrichten und Informationen spielen. In Sozialen Medien wie Instagram, YouTube, TikTok & Co. findet Meinungsbildung in einem gänzlich anderen Konkurrenz- und Rezeptionsumfeld statt. So zeigen Studien wie der Transparenz-Check der Landesmedienanstalten, dass vielen Social-Media-Nutzenden die Abgrenzung von Information, Desinformation, Meinung und (politischer) Werbung schwerfällt.

WEITERE FORSCHUNGSAKTIVITÄTEN DER BLM:

Gesetzlicher Forschungsauftrag: Untersuchungen zu Programminhalten, zur Akzeptanz und zur Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote gehören zu den gesetzlich festgelegten Aufgaben der BLM. Erhebungen zu medienwirtschaftlichen Kennziffern oder die Funkanalyse Bayern schaffen wichtige Grundlagen für die Fortschreibung des lokalen Rundfunkkonzeptes in Bayern.

Um Nutzerinnen und Nutzern einen kritischen und reflektierten Umgang mit Sozialen Medien zu ermöglichen, ist es insbesondere wichtig zu verstehen, wie manipulative Mechanismen funktionieren. Deshalb werden im Auftrag der BLM die Gestaltungsmerkmale, Strukturen und Designoberflächen verschiedener Social-Media-Dienste untersucht. So können auch Anregungen für die medienpädagogische Auseinandersetzung mit den versteckten Social-Media-Mechanismen gegeben werden.

Die Nutzung von Social Media als Informationsquelle erfordert aber auch von den Anbietern spezifische Kompetenzen. Deshalb unterstützen wir als Landesmedienanstalt auch Initiativen wie #UseTheNews, die die Kräfte vieler Partner bündelt, um entsprechende Kompetenzen im Umgang mit Sozialen Medien bei Nutzenden wie bei Machern und Macherinnen von Nachrichten zu stärken.

Die Ergebnisse dieser Forschung unterstreichen die Bedeutung unserer Aufgabe, die Nachrichten- und Informationskompetenz der Nutzenden wie auch der Anbieter zu fördern. Sie verleihen gleichzeitig unserer Aufsichtstätigkeit Nachdruck, was z. B. Kennzeichnungspflichten betrifft.

Medientrends & Regulierung: Mit weiteren Studien wie dem Online-Audio-Monitor oder dem Online-Video-Monitor werden fundierte Informationen ausgewertet, um Medientrends und regulatorische Handlungsbedarfe frühzeitig zu erkennen. Wie in diesen Projekten hat die Forschung der BLM immer beides im Blick: Anforderungen und Herausforderungen der Regulierung und die Entwicklungen des Medienmarkts.

Informierende Tagesreichweite der Medienintermediäre

(in Prozent)

- ab 14 Jahren
- 14–29 Jahre



Subjektive Bedeutung informierend genutzter Medienintermediäre

(ab 14 Jahren, in Prozent)



Quelle: die medienanstalten: Mediengewichtungsstudie 2023-I (GIM)

Vernetzung



MEDIENAKTEURE IN BAYERN VERNETZEN

Ein starker Medienstandort braucht innovative Unternehmen und muss attraktiv für die besten Talente sein. Um genau das voranzubringen, hat die BLM die Medien.Bayern GmbH ins Leben gerufen. Zu ihr gehören verschiedene Projekte, die Innovationen in Bayern mit Inspiration und finanzieller Förderung unterstützen. Darüber hinaus werden vielfältige Möglichkeiten für Vernetzung und Austausch in der Medienbranche geschaffen.

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, Games/Bavaria und Start into Media sowie die Standort-Initiative XPLR: Media in Bavaria bis hin zu den Medientagen München und dem Blauen Panther TV- und Streaming-Award setzt die BLM ihre im Bayerischen Mediengesetz festgeschriebenen Aufgaben 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. Mehr als 400 Speaker diskutieren jedes Jahr im Herbst, was die Branche aktuell bewegt. Im Rahmen der Konferenz werden regelmäßig medienpolitische Akzente gesetzt: Herausforderungen für die Regulierung stehen genauso auf dem Programm wie gesellschaftliche Entwicklungen. Hocharrangige Keynote-Speaker und internationale Referentinnen und Referenten sprechen über aktuelle Entwicklungen in Deutschland, Europa und der Welt.

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 Medienver-

anstaltungen stößt das MedienNetzwerk Kooperationen an, die den Standort stärken.

Darüber hinaus hat die Landeszentrale in den vergangenen Jahren eine Reihe von Veranstaltungen für unterschiedliche Zielgruppen etabliert. Dazu gehören unter anderem jährliche medienpädagogische Tagungen für Fachleute und Eltern ebenso wie die Lokalrundfunktage, ein Fachkongress für den lokalen und regionalen Rundfunk. Mit media.innovations, dem Medieninnovations-tag der BLM, und dem Deutschen Social TV Summit werden regelmäßig Medienschaffende und die kreative Szene erreicht. Juristen diskutieren beim Rechtssymposium der BLM aktuelle Entwicklungen im Medienrecht. Als Publikumsveranstaltung stehen die »Augsburger Mediengespräche« allen Interessierten offen. Sie erreichen jährlich rund 250 Personen aus Politik, Wirtschaft, Medien, Bildung und anderen Bereichen. Hinzu kommen einmalige Veranstaltungen zu aktuellen Themen, in denen die neuesten Studien der BLM und deren Ergebnisse vorgestellt und diskutiert werden.

Zudem hat die Landeszentrale im Jahr 2022 einen Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern initiiert und ist neben einer Reihe von großen Medienunternehmen und Experten aus der Wissenschaft federführendes Gründungsmitglied. Mit dem Nachhaltigkeitspakt ist es gelungen, ganz unterschiedliche Akteure aus der Medienbranche zusammenzubringen. Gemeinsames Ziel ist es, aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Medienwirtschaft mitzuwirken und ein branchenspezifisches Verständnis von Nachhaltigkeit zu entwickeln.

Meet and Greet in Bayern

Regelmäßige Veranstaltungen der BLM und der Medien.Bayern GmbH:

Augsburger
Mediengespräche

Deutscher Social
TV Summit

Fachtagung des Forums
Medienpädagogik

Fachtagung Jugendschutz
und Nutzerkompetenz

Interdisziplinäre
Fachtagung mit dem JFF

Lokalrundfunktage

Media Date

media.innovations

Media Lab Innovation
Festival

Media Meets

Medientage
München

Roundtable
Ausbildung

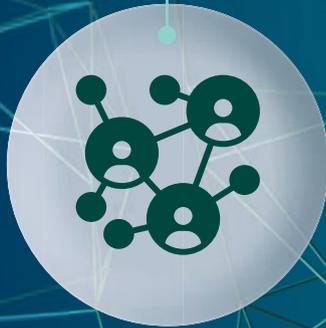
Transforming Media

Web3 Think Tank

Build the future of media

Projekte und Programme des Media Lab in München

Entrepreneurship-
Programme



Meetups



CoWorking



Media Startup
Fellowship

MEDIA
LAB
BAYERN

FÖRDERN UND FORSCHEN – SO GEHT INNOVATION

Angefangen haben sie 2015 auf Holzpaletten und einer Handvoll Startups, mittlerweile hat sich das Media Lab Bayern zum bundesweit anerkannten Innovations-Hub entwickelt – für neue wie etablierte Unternehmen gleichermaßen. Heute ist es der 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. Zudem setzt das Media Lab Bayern als Partner die Innovationsprojekte von Akteuren wie Google oder der Universität der Bundeswehr um und fördert darin Content-Startups genauso wie friedensbildenden Journalismus. 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 unterstützt innovative Abschlussarbeiten.

Während im Media Lab Bayern die Innovationen entstehen, widmen sich die anderen Initiativen unter dem Dach der BLM-Tochter Medien.Bayern GmbH (www.medien.bayern) der Kommunikation all der neuen digitalen Projekte und fördern mitunter themenspezifisch. So unterstützt Games/Bavaria die Games-Branche in Bayern, der XR Hub Bavaria verbindet die Akteure der XRCommunity 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 die 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 BLM mit ihren Projekten angestoßen hat.

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.

- 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:

- > 250+ neu geschaffene Jobs
- > 100+ geförderte Startups
- > 56 Mio. Euro Investment
- > 18 Corporate Projekte
- www.media-lab.de

Innovationsförderung der BLM

STANDORT DARSTELLEN

**XPLR:
MEDIA
IN BAVARIA**

**START
INTO
MEDIA**

M
MEDIENTAGE
MÜNCHEN

AKTEURE VERNETZEN

**MEDIEN
NETZWERK
BAYERN**

**XR
HUB
BAVARIA**

Games Bavaria

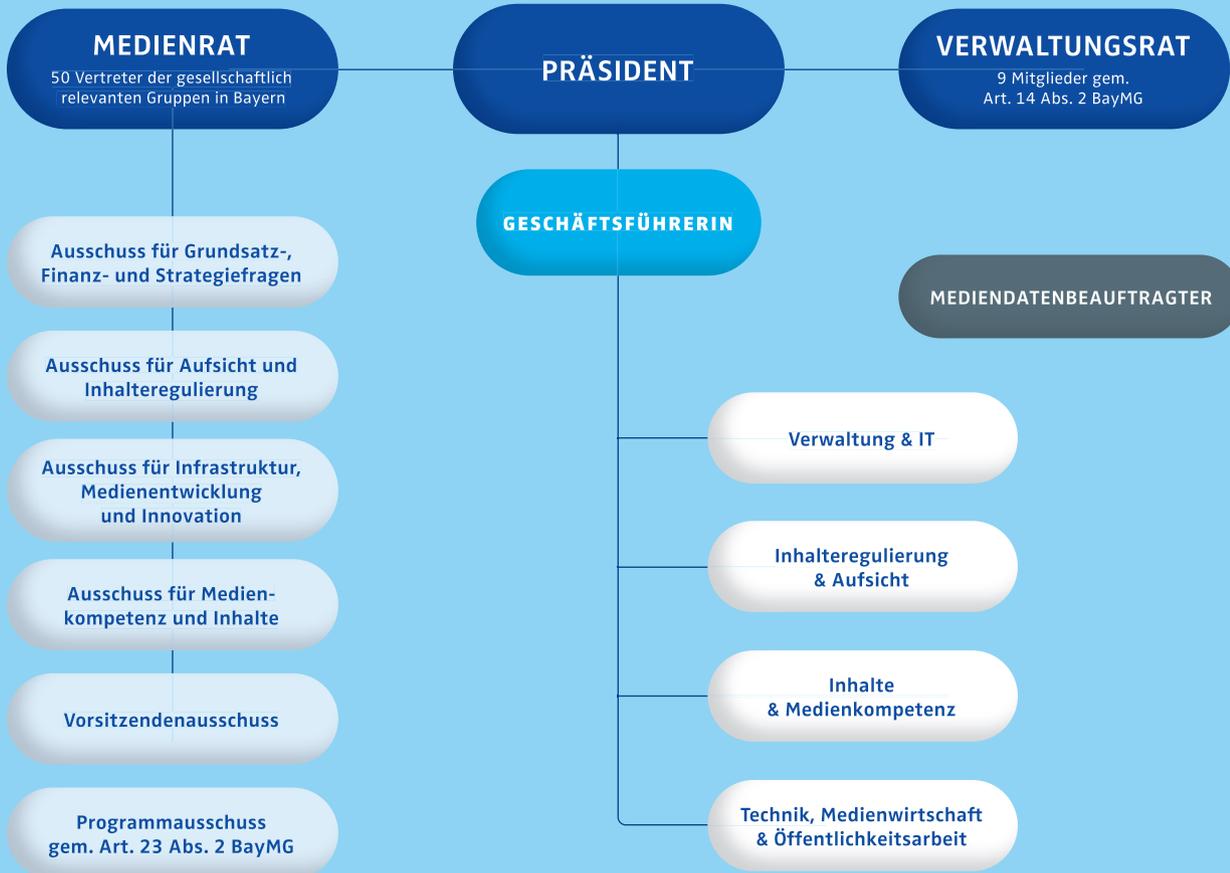
INNOVATIONEN ENTWICKELN

**MEDIA
LAB
BAYERN**

**MEDIA
LAB
BAYERN
ANSBACH**

Organigramm

Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Die BLM auf einen Blick

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien ist zuständig für die Zulassung und Beaufsichtigung von privaten Radio- und TV-Angeboten sowie für die Beaufsichtigung von Internetangeboten mit Sitz in Bayern, die Vielfaltssicherung und die Begleitung der technischen Entwicklung. Seit ihrer Gründung im Jahr 1985 wurden ihre Aufgaben stetig erweitert. Besondere Bedeutung hat auch 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 Herstellung und Verbreitung betrachter 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

Wir regulieren



- Genehmigung privater Radio- und TV-Angebote
- Vielfaltssicherung
- Jugendmedienschutz
- Werbung
- Technische Verbreitung
- Plattformen & Intermediäre

Wir fördern



- Programmqualität
- Medienkompetenz
- Aus- und Fortbildung
- Technische Infrastruktur
- Film & Fernsehen
- Standort & Innovation
- Nachhaltigkeit

Wir forschen



- Rundfunk in Bayern
- Plattformen & Intermediäre
- Audio & Video
- Mediennutzung
- Medienkompetenz & Ethik

Wir informieren



- Kommunikation
- Website & Social Media
- Publikationen
- Veranstaltungen

Kontakt

► 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/beschwerde

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

► VERANTWORTLICH: Veit Olischläger

► REDAKTION: Dagmar Grigoleit

► KONZEPTION + GESTALTUNG: Rose Pistola, München

► BILDNACHWEIS: S.3 Gaby Hartmann | S.26: local_ doctor/Shutterstock.com, iStock.com/invincible_bulldog

► STAND: Oktober 2023



