



Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

Geschäftsbericht | 2020



Geschäftsbericht 2020
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



Die bayerischen Lokalsender erzeugen Nähe, geben Heimat und sind gerade in schwierigen Zeiten wichtige Ankerpunkte. Sie sind systemrelevant. Und sie haben das gewisse Etwas, das Bayerns private Rundfunklandschaft zur bundesweit vielfältigsten und erfolgreichsten macht.

Die Branche steht aufgrund von Globalisierung und Digitalisierung, und im vergangenen Jahr vor allem auch aufgrund der Pandemie, vor großen Herausforderungen. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat 2020 alles dafür getan, die Handlungsfähigkeit der lokalen Redaktionen aufrecht zu erhalten und ihre Vielfalt für die Zukunft zu sichern. So konnten wir – gemeinsam mit dem Freistaat Bayern – mehrere Hilfspakete für den lokalen Rundfunk auf den Weg bringen.

Ein erstes Hilfspaket wurde im Juni geschnürt: Es gab eine Million Euro staatliche Sonderförderung, die je zur Hälfte an Hörfunk und an Fernsehen ging – plus zusätzliche 225.000 Euro von der BLM. Mitte Oktober begann dann die Auszahlung der in Bayern zur Verfügung stehenden Mittel an Corona-Bundeshilfen „Neustart Kultur“ für private Radios in Höhe von 2,6 Millionen Euro. Im Dezember stockte der Freistaat Bayern seine Förderung für das Lokal-TV nochmals um eine

weitere Million Euro coronabedingte Sonderförderung auf.

Aktuell werten wir die Rückläufe erneuter Bedarfsabfragen im lokalen Hörfunk und Fernsehen aus. Denn gerade der zweite Lockdown hat den kleinen lokalen Sendern, die besonders auf Werbeeinnahmen aus dem Handel und von Veranstaltungen vor Ort angewiesen sind, noch einmal sehr zugesetzt. Wir sind noch lange nicht über den Berg.

Doch die Pandemie hat auch Positives. Denn sie ist ein Turbo in Sachen Digitalisierung und Innovation. Zwar war das Bewusstsein des Lokalfunks, sich in der digitalen Medienwelt neu aufstellen zu müssen, schon vor der Krise da. Doch erst im letzten Jahr hat sich gezeigt, was wirklich alles möglich ist. So wurde nicht nur ein unverzichtbarer Beitrag zum Nachrichtenangebot vor Ort geleistet. Es sind zum Beispiel auch ganze Sendungen aus Home-Office-Studios produziert worden.

Dass sich gute Inhalte und Lokalität lohnen, belegen die aktuellen Zahlen der Funkanalyse Bayern für Hörfunk und Fernsehen. Lokales Radio behauptet sich im wachsenden Audiowettbewerb. Das bayerische Lokalfernsehen konnte 2020 den zuletzt negativen Trend der Reichweitzahlen umkehren.

Die Relevanz der lokalen TV-Sender unterstreicht die Ende Juni getroffene Entscheidung des Freistaats, die zunächst bis Ende 2020 befristete staatliche Unterstützung der lokalen und regionalen TV-Anbieter um vier Jahre zu verlängern. Darüber hinaus werden sie bei Digitalisierung und Innovation noch

stärker unterstützt. Ein eindeutiges Bekenntnis der Staatsregierung für die Zukunft des Lokalfernsehens. Gemeinsam mit den Sendern entwickeln wir gerade ein Konzept, wie durch die Reduktion der Satelliten-Transponder mehr in die Qualität von Inhalten investiert werden kann.

Aufgrund der Beschränkungen des öffentlichen Lebens seit März ist dem Livestreaming im Corona-Jahr eine ganz besondere Bedeutung zugekommen: Kultur und Kirche live im Netz ermöglichen trotz Ausgangsbeschränkungen die gesellschaftliche Teilhabe an Veranstaltungen sowie Bildungs- und Kulturangeboten. Deshalb gilt seit dem Frühjahr ein vereinfachtes Anzeigeverfahren für die Zulassung von Streaming-Angeboten mit Sitz in Bayern: 2020 wurden der BLM insgesamt rund 160 Angebote angezeigt. Darüber hinaus unterstützte die BLM das Verfahren zur Realisierung von Autokinos, die 2020 eine Renaissance erlebten.

Abseits der Krise hat Ende 2020 das Inkrafttreten des neuen Medienstaatsvertrags Anfang November die Arbeit der Landeszentrale geprägt. Seine Vorschriften gelten nicht mehr nur für Rundfunkanbieter, sondern umfassen auch Plattformen und Intermediäre – inklusive aller Social-Media-Anbieter. Dass eine konsequente, aber faire Aufsicht auch von globalen Playern geschätzt wird, zeigt die Entscheidung des On-Demand-Angebots Amazon Prime Video, das sich zum Jahreswechsel mit seinem europäischen Angebot unter deutsche Rechtshoheit und die Aufsicht der BLM begeben hat.

Regulierung ist dabei für die Landeszentrale niemals Selbstzweck. Regulie-

rung dient vor allem dem Schutz der Nutzerinnen und Nutzer, den wir allem voran im Blick haben.

In dem Zusammenhang ist auch das Engagement der BLM gegen Hass im Netz zu sehen. So konnte die vom bayerischen Justizministerium und der BLM ins Leben gerufene Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ zur Bekämpfung von Hasskriminalität im Internet 2020 eine positive erste Bilanz ziehen. In 90 Prozent der gemeldeten Hass-Postings konnten die Urheber identifiziert werden. Ein Erfolg, der nur aufgrund der breiten Unterstützung der bayerischen Medienhäuser möglich war und ist.

Was mich besonders freut: In einer aktuellen bundesweiten Studie zu den Maßnahmen, die die Länder in Deutschland gegen Hass im Internet ergreifen, belegt Bayern den ersten Platz. Hervorgehoben wurden – neben der Schaffung von Sonderdezernaten und einem einfachen Verfahren zur Verfolgung von Straftaten – vor allem die Angebote der Stiftung Medienpädagogik Bayern der BLM.

Soweit nur ein paar Schlaglichter auf die Tätigkeiten der Landeszentrale in dem besonderen Jahr 2020. Einen detaillierten Einblick bekommen Sie bei der Lektüre des vorliegenden Geschäftsberichts.



SIEGFRIED SCHNEIDER
Präsident der BLM

Rechtsgrundlagen und Organisation

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

Hörfunk

- 31 **Programmangebot Hörfunk**
- 31 Lokaler Hörfunk
- 31 Landesweiter Hörfunk
- 32 Bundesweiter Hörfunk
- 33 Private Hörfunkangebote über
UKW und DAB+ in Bayern
- 34 Spartenanbieter und Zulieferer
- 36 **Programmorganisation Hörfunk**
- 36 Genehmigungen
- 40 Technische Verbreitung
- 42 Technische Reichweite der DAB+-Netze
- 43 Reichweiten und Akzeptanz
- 47 Wirtschaftliche Lage
- 49 **Programmaufsicht Hörfunk**
- 49 Programmebeobachtung
- 50 Jugendschutz
- 50 Werbung

Fernsehen und Telemedien

- 52 **Programmangebot Fernsehen**
- 52 Lokales / Regionales Fernsehen
- 52 Landesweites Fernsehen
- 53 Lokale Fernsehangebote in Bayern
- 54 Bundesweites Fernsehen
- 55 **Bundesweites Fernsehen**
- 55 Genehmigungen
- 58 Technische Verbreitung Fernsehen
- 61 Fernsehnutzung
- 62 Entwicklung der Werbeumsätze
- 64 **Lokales und landesweites Fernsehen**
- 64 Genehmigungen
- 65 Technische Verbreitung
- 68 Lokal-TV-Programme in Bayern
- 69 Fernsehnutzung
- 69 Wirtschaftliche Lage
- 70 **Programmaufsicht Fernsehen und Telemedien**
- 70 Programmebeobachtung
- 72 Jugendschutz
- 74 Hassrede und Desinformation
- 75 Werbung
- 78 Gewinnspiele

Fördermaßnahmen

- 80 **Überblick Fördermaßnahmen 2020**
- 81 **Technische Förderung**
- 81 Technische Infrastrukturförderung
- 82 Technischer Betrieb
- 83 **Film- und Fernsehförderung**
- 84 **Programmförderung**
- 85 **Medienforschung**
- 85 Media Analyse
- 86 Fernsehforschung
- 87 Funkanalyse Bayern 2020
- 89 Programm-Monitor Bayern
- 90 Entwicklung des lokalen
und regionalen Rundfunks
- 90 Online-Audio-Monitor
- 91 Digitalisierungsbericht Audio und Video


91	Medienvielfaltsmonitor und Vielfaltsbericht 2020
92	YouTube: Empfehlungen in Krisenzeiten
93	Informationsportfolios der 14- bis 29-Jährigen
94	Messung von Meinungsmacht im Internet
95	Ethics by Design
96	Aus- und Fortbildung
96	BLM Fortbildungsworkshops
98	Aus- und Bildungsprogramme
101	Medienpädagogik
102	Projekte und Initiativen
106	Publikationen und Veranstaltungen
107	Innovationsförderung
107	Media Lab Bayern
113	MedienNetzwerk Bayern
116	XPLR Media
117	Start into Media
117	XR Hub Munich

118	Finanzierungsbeitrag
119	Förderung nach Art. 23 BayMG
119	Programmausschuss
120	Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG
122	Information
122	Publikationen
125	Internet
127	Social Media Aktivitäten
128	Veranstaltungen
135	Archiv und Dokumentation

Finanzielle Entwicklung

137	Jahresabschluss 2020
141	Anhang für das Geschäftsjahr 2020
160	Lagebericht für das Geschäftsjahr 2020
173	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
177	Wirtschaftsplan 2020
181	Beschluss des Verwaltungsrats
181	Zustimmung des Medienrats



Links mit weiterführenden Informationen sind mit einem  Pfeil gekennzeichnet.

Impressum

Herausgeber

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

Verantwortlich

Veit Olischläger, Nikolaus Lörz (Finanzbericht)

Redaktion

Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout
 Mellon Design GmbH, Augsburg

Cover

© Rose Pistola München

Bildnachweis

BLM: Helmut Seisenberger, Seite 3

Oktober 2021

Rechtsgrundlagen und Organisation



Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem:

- ➔ Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen
- ➔ Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordination bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie)

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

Bayerisches Mediengesetz

Rechtsgrundlage für den in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) betriebenen Rundfunk ist das ➔ **Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern** (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch Gesetz vom 23. Dezember 2020 (GVBl. S. 674), das die Förderung lokaler und regionaler Fernsehangebote aus staatlichen Haushaltsmitteln bis 31. Dezember 2024 verlängerte, den Pflichtaufgaben der

Landeszentrale in Art. 11 Abs. 2 BayMG eine weitere hinzufügte und die Übergangs- und Inkrafttretensbestimmungen gestrafft in Art. 40 BayMG zusammenfasste.

Rundfunkstaatsvertrag/ Medienstaatsvertrag

Am 1. Januar 1992 ist der Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland (RStV) in Kraft getreten (GVBl. 1991 S. 451, BayRS 2251-6-S). Er umfasst die zwischen allen Bundesländern abgeschlossenen Staatsverträge für Rundfunk und Telemedien (Art. 1: RStV; Art. 2: ARD-Staatsvertrag; Art. 3: ZDF-Staatsvertrag; Art. 4: RGebStV, 2013 abgelöst durch den RBeitrStV; Art. 5: RFinStV). Der RStV enthielt grundlegende Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk in Deutschland und galt bis zum Ablauf des 6. November 2020.

Im Zeitraum vom 14. bis 28. April 2020 schlossen die Regierungschefs und -chefinnen der Länder den ➔ **Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland** (GVBl. S. 450, BayRS 02-33-S), der am 7. November 2020 in Kraft getreten ist (GVBl. 2021 S. 14). Mit dem Inkrafttreten des in Art. 1 enthaltenen Medienstaatsvertrags (MStV) trat nach Art. 2 der Rundfunkstaatsvertrag – mit Ausnahme einiger Anlagen, die fortgelten – außer Kraft. Art. 3 änderte den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, dessen Geltungsbereich unter bestimmten Voraussetzungen auf ausländische

Telemedienanbieter erstreckt wurde (§ 2 Abs. 1 JMStV), die einen Zustellungsbevollmächtigten im Inland zu bestellen haben (§ 22 Abs. 2 JMStV). Ferner wurden Bestimmungen für Video-Sharing-Dienste aufgenommen und die übrigen Bestimmungen an die Vorschriften des Medienstaatsvertrags angepasst. Die Änderungen des ARD-Staatsvertrags (Art. 4), des ZDF-Staatsvertrags (Art. 5), des Deutschlandradio-Staatsvertrags (Art. 6), des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags (Art. 7) und des Rundfunkbeitragsstaatsvertrags (Art. 8) dienen vor allem der Anpassung an Vorschriften des Medienstaatsvertrags und berühren die Arbeit der BLM nicht.

Am 28. Oktober 2020 stimmte der Bayerische Landtag dem Ersten Medienänderungsstaatsvertrag vom 10./17. Juni 2020 zu (GVBl. S. 602), der Änderungen des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags zum Inhalt hatte. Der für die BLM bedeutsamste Teil war die Heraufsetzung des Rundfunkbeitrags von Euro 17,50 auf Euro 18,36. Nachdem der Landtag von Sachsen-Anhalt den Änderungsstaatsvertrag nicht ratifiziert hat, ist er nach seinem Art. 2 Abs. 2 gegenstandslos geworden. Die Landesrundfunkanstalten haben Verfassungsbeschwerde zum Bundesverfassungsgericht erhoben. Die Landesmedienanstalten sind als Anhörungsberechtigte am Verfahren beteiligt.

Fortentwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Geschäftsordnung des Medienrats

Die Geschäftsordnung des Medienrats wurde im Berichtszeitraum zwei Mal geändert. Mit der Änderung vom 15. Oktober 2020 (AMBI S. 4) zog der Medienrat die Konsequenzen aus dem erweiterten Katalog von Inkompatibilitätsbestimmungen in Art. 10 Abs. 4 BayMG und implementierte ein Beschlussverfahren durch den Beschließenden Ausschuss für die Feststellung nachträglich eingetretener Inkompatibilitäten. In dem Zusammenhang wurde auch eine Erleichterung für die Initiierung eines Abberufungsverfahrens bei nachträglichem Eintritt einer Inkompatibilität beim Präsidenten geregelt, die den Antrag eines Medienratsmitglieds genügen lässt, während ein Antrag, den Präsidenten aus wichtigem Grund abuberufen in allen anderen Fällen nur zulässig ist, wenn er von mindestens einem Drittel der Mitglieder des Medienrats unterstützt wird. Im Übrigen wurde die Systematik der Geschäftsordnung ab dem fünften Abschnitt neu gestaltet.

Die Änderung vom 17. Dezember 2020 (AMBI S. 9) diente der Anpassung an die Vorschriften des Medienstaatsvertrags.



➔ Rechtsgrundlagen und Satzungen der BLM in der jeweils aktuellen Fassung

Geschäftsordnung des Verwaltungsrats

Im Zuge der Sitzungserschwernisse während der Corona-Pandemie hat der Verwaltungsrat am 23. November 2020 (AMBI S.6) einen neuen § 5a in seine Geschäftsordnung aufgenommen, der dem Vorsitzenden in besonderen Fällen die Möglichkeit einräumt, die Durchführung einer Sitzung mittels Telekommunikation festzulegen.

Verwaltungsratswahlsatzung

Im Rahmen seiner Befugnis, die Einzelheiten des Vorschlags, der Wahl und der Abberufung der Mitglieder durch Satzung zu regeln (Art. 14 Abs. 3 Satz 3 BayMG), hat der Medienrat die Erlöschenstatbestände für ein Verwaltungsratsmandat in § 3 Abs. 4 Verwaltungsratswahlsatzung unter Berücksichtigung der gesetzlichen Inkompatibilitätsvorschriften neu gefasst und ebenfalls ein Beschlussverfahren durch den Beschließenden Ausschuss für unklare oder strittige Fälle implementiert (AMBI S. 8).

Programmausschuss-Satzung

Im Berichtszeitraum wurde die Programmausschuss-Satzung zwei Mal geändert. Die Änderung durch Satzung vom 23. Juli 2020 (AMBI S. 2) reduzierte die Zahl der jährlich mindestens erforderlichen Sitzungen, nachdem sich die Zahl der Anbieter, die vom Programmausschuss zu begleiten sind, reduziert hatte. Der Inhalt der zweiten Änderung im Rahmen der Satzung zur Anpassung an die Vorschriften des Medienstaatsvertrags (s. u.) ergibt sich bereits aus der Satzungsbezeichnung.

Gebührensatzung

Die Gebührensatzung der Landeszentrale wurde durch Änderungssatzung vom 17. Dezember 2020 (AMBI S. 11) inhaltlich angepasst. Das Gebührenverzeichnis wurde überarbeitet. Gebührensätze wurden mit Blick auf vergleichbare Gebühren in der Kostensatzung für die Aufsicht über bundesweit ausgerichtete Angebote systematisiert und Gebührentatbestände für nicht mehr bestehende Aufgaben, zum Beispiel bei der ausgelaufenen analogen Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen und Kabelanlagen, gestrichen.

Wahlwerbesatzung

Durch Änderungssatzung vom 17. Dezember 2020 (AMBI S. 18) wurde die Wahlwerbesatzung an die Entwicklungen in der technischen Rundfunkübertragung (UKW – DAB) und rechtlich an die Vorschriften des neuen Medienstaatsvertrags angepasst. Einzelne Vorschriften wurden zur Verbesserung der Verständlichkeit redaktionell überarbeitet.

Anpassung von Satzungen und Richtlinien

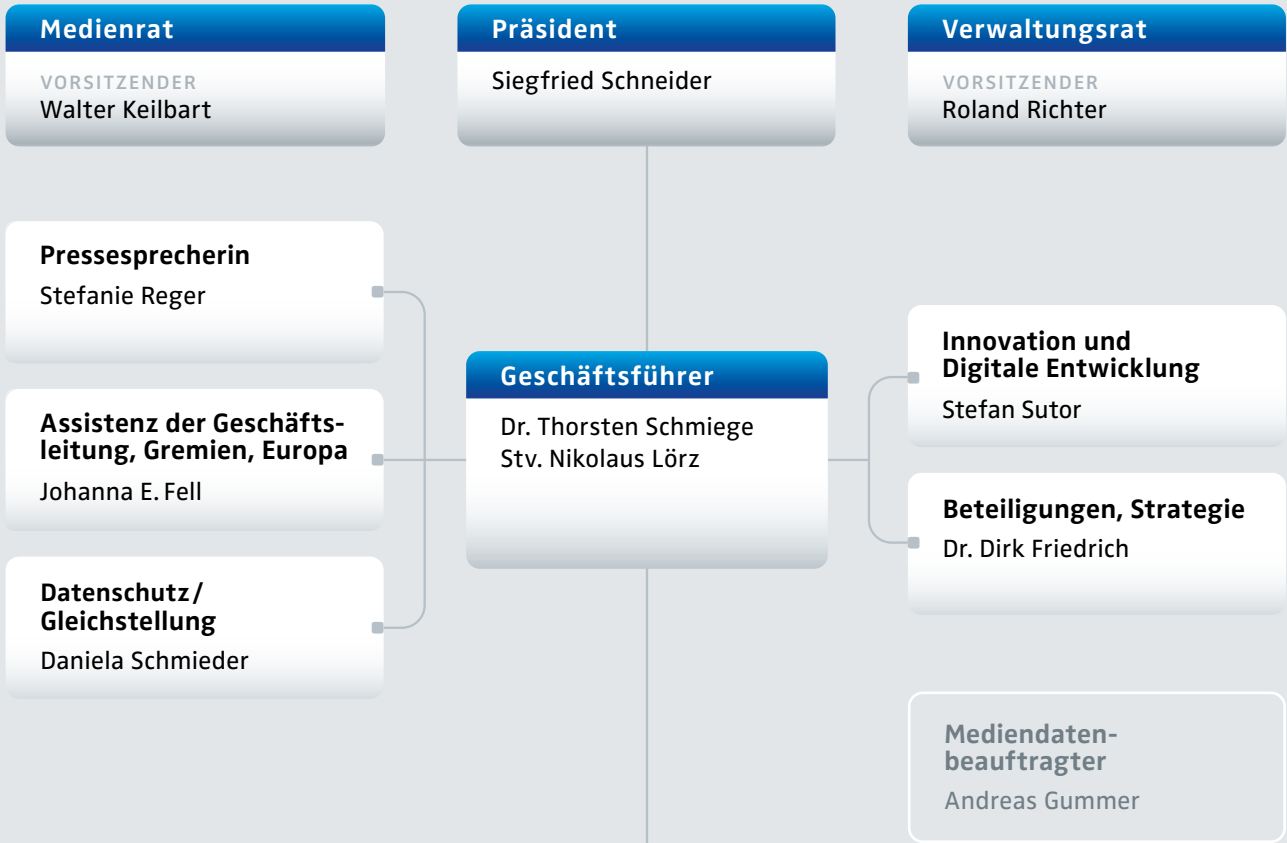
Ebenfalls vom 17. Dezember 2020 datiert eine Satzung zur Anpassung von Satzungen und Richtlinien an die Vorschriften des Medienstaatsvertrags (AMBI S. 10). Von Änderungen betroffen waren die Programmausschuss-Satzung (§ 1), die Rundfunksatzung (§ 2), die Fernsehfensterwerbesatzung (§ 3) und die Finanzierungsbeitragsrichtlinie (§ 4).

„Gemeinsame“ und übereinstimmende Satzungen der Landesmedienanstalten

Im Berichtszeitraum wurden zahlreiche Satzungen auf der Grundlage des neuen Medienstaatsvertrags erarbeitet, die jedoch im Berichtszeitraum nicht mehr beschlossen werden konnten. In seiner ersten Sitzung im Jahr 2021 hat der Medienrat am 11. Februar 2021 die ersten fünf dieser Satzungen beschlossen, die in Kraft treten werden, wenn bis zum Vortrag des jeweiligen Inkrafttretensdatums übereinstimmende entsprechende Satzungen von allen anderen Landesmedienanstalten beschlossen und veröffentlicht wurden:

- ➔ **Satzung zur Durchführung der Gewinnspielvorschriften des Medienstaatsvertrags (Gewinnspielsatzung – GSS) (AMBI S. 2)**
- ➔ **Satzung zur Konkretisierung der Bestimmungen des Medienstaatsvertrags über Medienplattformen und Benutzeroberflächen (MB-Satzung) (AMBI S. 9)**
- ➔ **Satzung über die Schlichtungsstelle gemäß § 99 Medienstaatsvertrag (AMBI S. 20)**
- ➔ **Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des Medienstaatsvertrags (Werbesatzung – WerbeS) (AMBI S. 27)**
- ➔ **Satzung zur Konkretisierung der Zulassungsfreiheit nach § 54 Abs. 1 des Medienstaatsvertrags (Satzung Zulassungsfreiheit – ZFS) (AMBI S. 36)**

Organigramm der BLM



<p>Verwaltung/IT LEITUNG Nikolaus Lörz</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Personalangelegenheiten ■ Finanzen ■ Förderungen, Einkauf, Allgemeine Dienste
IT LEITUNG Robert Hefter	
<p>Recht LEITUNG Prof. Roland Bornemann</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Plattformregulierung, Weiterverbreitungsrecht, Telemedienaufsicht ■ Bundesweites Fernsehen, Europarecht, Glücksspielwerberecht ■ Lokales/regionales und landesweites Fernsehen, Förderrecht, Gewinnspielrecht ■ Hörfunk, Jugendschutzrecht, Wahlwerbung
<p>Programm LEITUNG Heinz Heim</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hörfunk, New Media, Programmförderung ■ Werbung, Programmforschung, Medienarchiv ■ Fernsehen, Aus- und Fortbildung
<p>Medienkompetenz und Jugendschutz LEITUNG Verena Weigand</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Medienpädagogik, Nutzerkompetenz ■ Grundsatzfragen Jugend- und Nutzerschutz ■ Prävention, inhaltlicher Jugendschutz
<p>Technik, Medienwirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit LEITUNG Veit Olischläger</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fernsehversorgung, Netze, Plattformen ■ Hörfunkversorgung, Rundfunkplanung ■ Technischer Betrieb und Förderung ■ Medienwirtschaft, Reichweitenermittlung und Medienforschung ■ Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen ■ Publikationen, Dokumentation

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

Der Medienrat



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

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

Der Medienrat konstituierte sich erstmals am 20. März 1985 aus den Vertretern der gesellschaftlich relevanten Gruppen in Bayern auf der Basis des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes vom 1. Dezember 1984. Mit der Änderung des Bayerischen Mediengesetzes vom 20. Dezember 2016 wurde der Medienrat auf 50 Mitglieder erweitert; seine Zusammensetzung ist in Art. 13 Abs. 1 BayMG geregelt. Die Mitglieder werden für fünf Jahre entsandt.

Der Medienrat konstituierte sich zu seiner 8. Amtsperiode am 11. Mai 2017. Der Medienrat hielt im Jahr 2020 insgesamt sechs Sitzungen ab.

Vorsitzender

- Walter Keilbart (Industrie- und Handelskammern)

Stellv. Vorsitzende

- Katharina Geiger (Evangelische kirchliche Frauenorganisationen)

Schriftführer

- Thomas Rebensburg (Komponistenorganisationen)

Bayer. Staatsregierung

- Prof. Dr. Michael Piazzolo, MdL, Staatsminister

Bayer. Landtag

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

Katholische Kirche

- Dr. Florian Schuller

Evangelische Kirche

- Prof. Johanna Haberer

Israelitische Kultusgemeinden

- Dr. h.c. Charlotte Knobloch

Gewerkschaften

- Timo Günther
- Christa Hasenmaile

Bayer. Bauernverband

- Günther Felßner
- Anneliese Göller

Handwerkskammern

- Hans-Peter Rauch

Bayer. Städtetag

- Franz Krah

Bayer. Landkreistag

- Dr. Oliver Bär

Bayer. Gemeindetag

- Josef Mend

Verbände der Heimatvertriebenen

- Paul Hansel

Verbandsvertreter Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel

- Frank-Ulrich John

Katholische kirchliche Frauenorganisationen

- Ulla Kriebel

Bayer. Jugendring

- Ilona Schuhmacher

Bayer. Landessportverband

- Lydia Sigl
- Harald Stempfer

Schriftstellerorganisationen

- Arwed Vogel

Musikorganisationen

- Wilhelm Lehr

Intendanten der Bayer. Staatstheater

- Dr. Katja Funken-Hamann

Leiter der Bayer. Schauspielbühnen

- Werner Müller

Bayerischer Journalistenverband

- Michael Busch

Bayer. Zeitungsverlegerverband

- Dr. Markus Rick

Bayer. Hochschulen

- Prof. Dr. Michael Braun

Lehrerverbände

- Michael Schwägerl

Elternvereinigungen

- Toni Lenhart

Organisationen der Erwachsenenverbände

- Dr. Roland Gertz

Bayer. Heimattag

- Prof. Dr. Manfred Tremel

Familienverbände

- Gerlinde Martin

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft

- Christine Völzow

Bund Naturschutz in Bayern

- Peter Rottner

Verband der freien Berufe

- Dr. Thomas Kuhn

LAG Selbsthilfe Bayern

- Dr. Josef Pettinger

Arbeitsgemeinschaft der Ausländer-, Migranten- und Integrationsbeiräte Bayerns

- Nesrin Gül

Im Laufe des Berichtsjahres waren folgende Ausschüsse des Medienrats tätig:

Beschließender Ausschuss (13 Mitglieder)

- Vorsitzender Walter Keilbart

Grundsatzausschuss (12 Mitglieder)

- Vorsitzender Dr. Thomas Kuhn

Fernsehausschuss (19 Mitglieder)

- Vorsitzender Dr. Florian Schuller

Hörfunkausschuss (19 Mitglieder)

- Vorsitzender Prof. Dr. Manfred Tremel

Medienkompetenz-Ausschuss (14 Mitglieder)

- Vorsitzender Michael Schwägerl

Digital-Ausschuss (14 Mitglieder)

- Vorsitzender Berthold Rüth

Programmausschuss (10 Mitglieder)

- Vorsitzende Ulla Kriebel

Die Ausschüsse des Medienrats traten im Laufe des Jahres 2020 zu insgesamt 23 Sitzungen zusammen.

Stand 31.12.2020

Der Verwaltungsrat

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

Der Verwaltungsrat trat erstmals am 25. November 1985 zusammen. Er konstituierte sich zu seiner 9. Amtsperiode am 22. November 2019.

Der Verwaltungsrat trat 2020 zu insgesamt drei Sitzungen zusammen.

Der Verwaltungsrat (9. Amtsperiode)

Vorsitzender

- Roland Richter

Stellv. Vorsitzende

- Stefanie Stalf

Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Willi Schreiner

Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

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

Stand 31. 12. 2020

Der Präsident

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

Am 24. Februar 2011 wählte der Medienrat nach Anhörung des Verwaltungsrats Siegfried Schneider zum neuen Präsidenten; er trat sein auf fünf Jahre befristetes Amt am 1. Oktober 2011 an. Die Wiederwahl von Siegfried Schneider als Präsident für eine weitere Amtsperiode nach Anhörung des Verwaltungsrats erfolgte durch den Medienrat in der Sitzung am 10. März 2016; diese trat Siegfried Schneider am 1. Oktober 2016 an. Die aktuelle Amtsperiode endet zum 30. September 2021.

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

Im Juli 2020 teilte Siegfried Schneider mit, dass er sich für eine weitere Amtsperiode nicht bewerben werde.

Präsident

- Siegfried Schneider

Geschäftsführer und Stellvertreter des Präsidenten

- Dr. Thorsten Schmiege

Stand 31. 12. 2020

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

Die aus den gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten bestehende ZAK konstituierte sich erstmals am 9. September 2008. Die ZAK hielt im Berichtsjahr 2020 insgesamt acht Sitzungen ab.



➔ Nähere Informationen über die ZAK und ihre Entscheidungen

➔ Nähere Informationen zur Arbeit der GVK

Die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremienvorsitzendenkonferenz trat 2020 zu sechs Sitzungen zusammen.

Vorsitzender

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)

Mitglieder

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Cornelia Holsten (brema Bremen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Joachim Becker (LPR medienanstalt hessen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Christian Krebs (NLM Niedersachsen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)
- Dr. Marc Jan Eumann (Medienanstalt RLP)
- Ruth Meyer (LMS Saarland)
- Prof. Dr. Markus Heinker (SLM Sachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Stand 31. 12. 2020

Vorsitzender

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

Mitglieder

- Dr. Wolfgang Epp (LFK Baden-Württemberg)
- Walter Keilbart (BLM Bayern)
- Martin Gorholt (mabb Berlin-Brandenburg)
- Andrea Buchelt (brema Bremen)
- Lothar Hay (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Jörg Steinbach (LPR medienanstalt hessen)
- Marleen Janew (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
- Elisabeth Harries (NLM Niedersachsen)
- Albrecht Bähr (Medienanstalt RLP)
- Prof. Dr. Stephan Ory (LMS Saarland)
- Eva Brackelmann (SLM Sachsen)
- Markus Kurze (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Dr. Ute Zacharias (TLM Thüringen)

Stand 31. 12. 2020

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)



➔ Nähere Informationen zur Arbeit der KEK

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

Die KEK tagte im Jahr 2020 acht Mal.

Vorsitzender

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Stellv. Vorsitzende

- Prof. Dr. Insa Sjurts

Mitglieder

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

Ersatzmitglieder

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

Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Joachim Becker (LPR medienanstalt hessen)
- Christian Krebs (NLM Niedersachsen)
- Ruth Meyer (LMS Saarland)
- Prof. Dr. Markus Heinker (SLM Sachsen)

Ersatzmitglieder

- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)

Stand 31. 12. 2020

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)



➔ Nähere Informationen zur Arbeit der KJM

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

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

Die KJM trat 2020 zu insgesamt acht Sitzungen zusammen.

Direktoren der Landesmedienanstalten

Vorsitzende der KJM

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

1. stellvertretender Vorsitzender

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
Stellvertreter: Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)

- Cornelia Holsten (brema Bremen)
Stellvertreter: Siegfried Schneider (BLM Bayern)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg-Schleswig-Holstein)
Stellvertreter: Christian Krebs (NLM Niedersachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
Stellvertreter: Prof. Dr. Markus Heinker (SLM Sachsen)
- Bert Lingnau (MMV Mecklenburg-Vorpommern)
Stellvertreterin: Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)

Vertreter der obersten Bundesbehörde

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

Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

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


Stand 31.12.2020

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

Insgesamt traten im Jahr 2020 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremienvorsitzenden zu drei und die DLM zu acht Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzender der DLM ist seit 1. Januar 2020 Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg. Aus dem Kreis der Direktoren wurde je ein Beauftragter für Europaangelegenheiten (Dr. Tobias Schmid, Landesanstalt für Medien NRW) und für Haushalt (Martin Heine, Medienanstalt Sachsen-Anhalt) bestellt. Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz ist seit dem 1. Januar 2018 Prof. Dr. Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Medienkommission der Medienanstalt NRW.

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

Die Entscheidungen der ZAK und der  **DLM** werden in drei Fachausschüssen vorbereitet. Es handelt sich um den Fachausschuss für Regulierung, Fachausschuss für Netze, Technik, Konvergenz sowie Fachausschuss für Medienkompetenz, Nutzer- und Jugendschutz, lokale Vielfalt, der zum Ende des Jahres 2020 aufgelöst wurde.

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

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

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



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

Eine  **Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten** organisiert und koordiniert als zentrale Anlaufstelle die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zu grundsätzlichen Fragen und bundesweit verbreiteten Angeboten, für europarechtliche Fragestellungen, Fragen der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten, und seit Herbst 2013 auch für Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration. Die Gemeinsame Geschäftsstelle ist organisierend und koordinierend tätig. Dazu zählen insbesondere die Sitzungsbegleitung und die Aufgaben der Öffentlich-

keitsarbeit in Abstimmung mit den jeweiligen Funktionsträgern. Die inhaltliche Arbeit wird weiterhin in den Landesmedienanstalten vor Ort geleistet.

Eine wichtige Aufgabe der Medienanstalten im Jahr 2020 bestand darin, die Vorgaben des Medienstaatsvertrags durch Satzungen zu konkretisieren. Teilweise wurden hierbei bestehende Regelungen fortentwickelt (z.B. durch die Werbesatzung) – zudem wurden die Einzelheiten zur Durchführung neuer gesetzlich vorgegebener Themen erstmalig entwickelt (z.B. betreffend Medienintermediäre, die Auffindbarkeit

Geschäftsführung und Aufgabenverteilung der ALM

Direktorenkonferenz (DLM)

Vorsitzende

Dr. Wolfgang Kreißig
(LFK Baden-Württemberg)

Stellvertretende Vorsitzende

- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)
- Jochen Fasco (TLM Thüringen)
- Thomas Fuchs (MA HSH Hamburg/Schleswig-Holstein)

Gremiovorsitzendenkonferenz

Vorsitzender

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

Koordinatoren der Fachausschüsse der ZAK

Fachausschuss 1 – Regulierung

- Dr. Anja Zimmer (mabb Berlin-Brandenburg)

Fachausschuss 2 – Netze, Technik, Konvergenz

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

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

- Jochen Fasco (TLM Thüringen)

Beauftragte der DLM

Beauftragter für Europa

- Dr. Tobias Schmid
(Landesanstalt für Medien NRW)

Beauftragter für Haushalt

- Martin Heine
(Medienanstalt Sachsen-Anhalt)

Technische Konferenz der Landesmedienanstalten (TKLM)

Vorsitzender

- Siegfried Schneider (BLM Bayern)

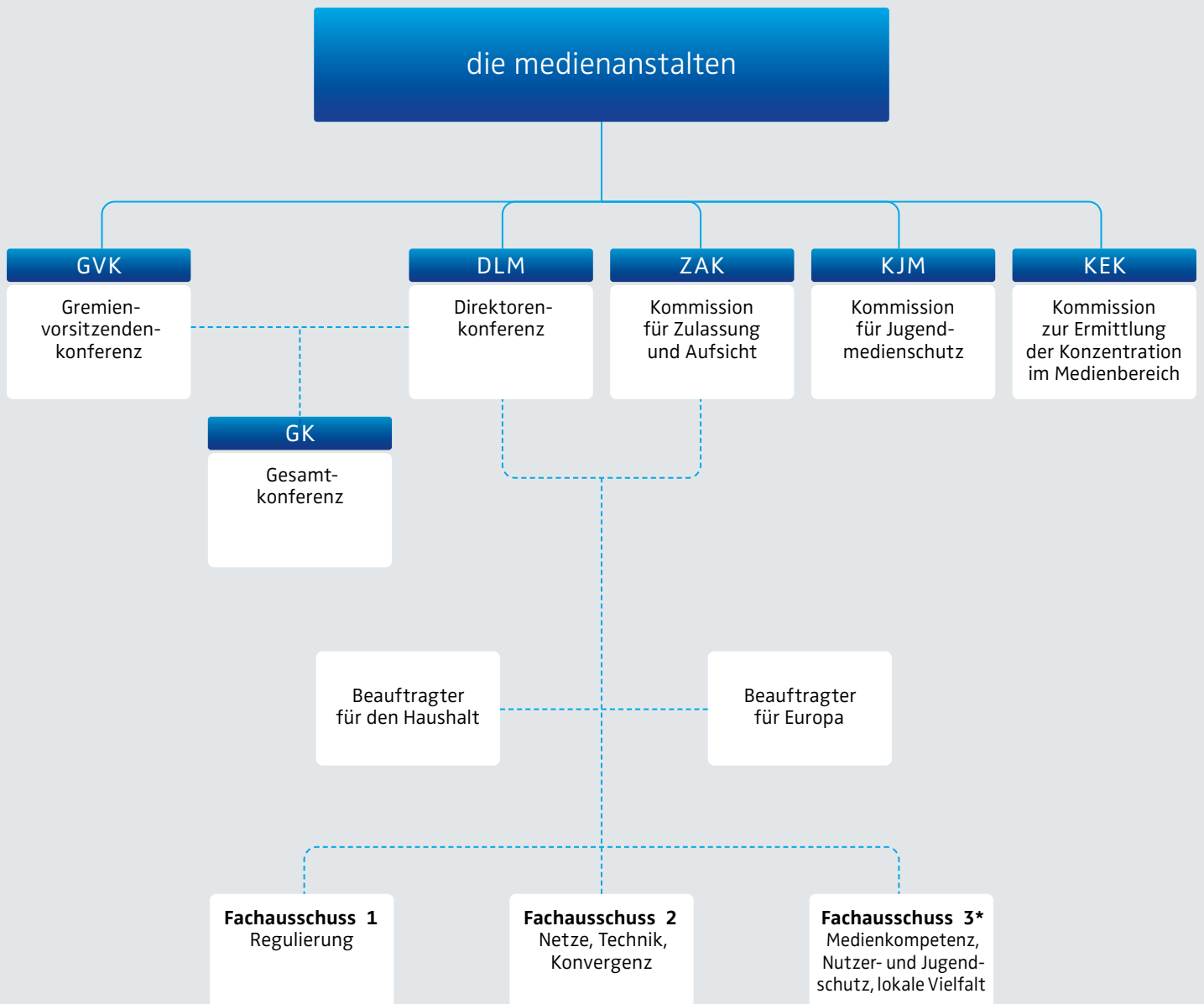
Die Landesmedienanstalten beschlossen ein vereinfachtes Anzeigeverfahren beim Livestreaming von kulturellen oder religiösen Veranstaltungen sowie Bildungsangeboten während der Coronakrise.

auf Benutzeroberflächen, die Zulassungsfreiheit von Rundfunkprogrammen oder die Vorgaben eines 30 %igen Anteils europäischer Produktionen für rundfunkähnliche Telemedien). Die Novellierung des Medienkonzentrationsrechts erscheint aus Sicht der Landesmedienanstalten weiterhin eine durch den Gesetzgeber dringlich zu lösende Aufgabe.

Im Zuge der das Jahr 2020 prägenden Corona-Pandemie haben sich die Landesmedienanstalten zudem auf ein pragmatisches Vorgehen beim Live-Streaming von kulturellen oder religiösen Veranstaltungen sowie Bildungsangeboten während der Corona-Krise verständigt. Um die gesellschaftliche Teilhabe an diesen Veranstaltungen zu ermöglichen, sollte ein einfaches Anzeigeverfahren genügen. Eine gesonderte Zulassung entsprechend der geltenden Vorschriften wurde in diesen Fällen nicht gefordert. Um die wirtschaftlich negativen Folgen der Pandemie für – vor allem kleine und lokale – private Rundfunkveranstalter einzudämmen wurden länderspezifische Lösungen gefunden, die zudem durch Stabilisierungsmaßnahmen des Bundes flankiert wurden. Hierdurch konnten im Rahmen des Hilfsprogramms Neustart Kultur bis zu 20 Mio. Euro zur Unterstützung des Hörfunks zur Verfügung gestellt werden. Die Medienanstalten haben zudem eine Schwerpunktstudie zum Informationsverhalten der Deutschen während der Corona-Pandemie veröffentlicht.

Im Bereich des Kinder- und Jugendschutzes wurde 2020 die Novellierung des Jugendschutzgesetzes erörtert. In diesem Zusammenhang haben die Landesmedienanstalten vor allem auf die Vermeidung von Doppelstrukturen und die staatsferne Gestaltung von Aufsichtsstrukturen hingewiesen.

Struktur der Medienaufsicht



* wurde Ende 2020 aufgelöst

Stand 31. 12. 2020

Seit dem 25. Mai 2018 ist die Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) unmittelbar anzuwenden, so dass sich die Anforderungen des Datenschutzrechtes zumeist unmittelbar aus der DS-GVO ergeben. Dies gilt wegen des Anwendungsvorranges europäischen Rechts i. d. R. auch in den Bereichen, in welchen den Mitgliedstaaten der EU noch Regelungsbefugnisse verblieben sind. Hierzu zählt z. B. das sogenannte Medienprivileg, das die Funktionsfähigkeit von Rundfunk und Presse auch im Bereich des Datenschutzrechtes sicherstellen soll. Für den Rundfunk war dieses zunächst in § 9c RStV neu geregelt, der nunmehr in § 12 MStV überführt worden ist. Da die DS-GVO neben dem materiellen Datenschutzrecht auch die maßgeblichen Vorgaben für die Aufsichtsbehörden enthält, die v. a. die Aufgabe haben, in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich die Anwendung und Einhaltung des Datenschutzrechtes zu überwachen und durchzusetzen, waren auch die in Art. 20 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) enthaltenen Bestimmungen entsprechend anzupassen.

Seit dem Jahr 1993 war in der Landeszentrale ein Beauftragter für den Datenschutz berufen worden, der die Aufgabe hatte, für die Einhaltung des Datenschutzrechtes im Bereich des Rundfunks in Trägerschaft der Landeszentrale zu sorgen. Mit dem Übergang zur DS-GVO trat an seine Stelle der Medienbeauftragte für den Datenschutz, der als unabhängige Aufsichtsbehörde im Sinne der Art. 51 DS-GVO mit allen Aufgaben und Befugnissen einer solchen ausge-

stattet bereichsspezifisch für den Rundfunk in Trägerschaft der Landeszentrale zuständig ist. Die näheren Umstände sind in Art. 20 BayMG geregelt, der zudem in seinem Abs. 10 mit Rücksicht auf die Vorgaben des Art. 37 Abs. 1 lit. a DS-GVO „einen Beauftragten für den Datenschutz bei der Landeszentrale“ vorsieht (Art. 20 Abs. 3 BayMG).

Die Datenschutzbeauftragte der Landeszentrale und der BLM-Töchter

Nach Art. 20 Abs. 10 BayMG wurde eine eigenständige behördliche Datenschutzbeauftragte bei der Landeszentrale benannt, die zusätzlich als betriebliche Datenschutzbeauftragte für die Stiftung Medienpädagogik Bayern, für die MEDIA SCHOOL BAYERN GmbH, die Bayerische Medientechnik GmbH sowie für die Medien.Bayern GmbH zur Datenschutzbeauftragten eingesetzt wurde.

In Wahrnehmung ihrer gesetzlichen Aufgabe nach Art. 39 Abs. 1 Buchst. d DS-GVO arbeitet die Datenschutzbeauftragte mit der Aufsichtsbehörde, dem Mediendatenbeauftragten, zusammen. Sie meldet mögliche Datenschutzverletzungen direkt und nimmt in schwierigen Datenschutzfragen das Beratungsangebot des Mediendatenbeauftragten war.

Die Datenschutzbeauftragte bearbeitete im Jahr 2020 insgesamt für die BLM und deren Töchter ca. 120 Anfragen bzw. Vorgänge.

Eine besondere Aufgabe im Jahr 2020 war es, auf datenschutzrechtliche Aspekte im Zusammenhang mit allen im Rahmen der Pandemie erforderlichen Maßnahmen zu achten. Dazu gehörte die

Neben dem Medienbeauftragten für den Datenschutz als unabhängige Datenschutzaufsicht gibt es eine behördliche Datenschutzbeauftragte bei der BLM.

Umstellung auf mobiles Arbeiten und die damit verbundene Zeiterfassung, die Überprüfung und Freigabe eines Video-Konferenzsystems, um u.a. das Abhalten der Gremiensitzungen sicherzustellen und den Geschäftsbetrieb der BLM aufrecht zu erhalten. Zu den Verarbeitungen während der Pandemie gehörte zudem das Besuchermanagement mit Corona-konformen Betretungs- und Erfassungsregelungen.

■ **Verarbeitungsverzeichnis**

Die BLM ist verpflichtet ein Verzeichnis von Verarbeitungen zu führen (Art. 30 DS-GVO), das auf Verlangen der Aufsichtsbehörde vorzulegen ist. Das Verarbeitungsverzeichnis gibt einen fundierten Gesamtüberblick über alle Verarbeitungstätigkeiten der BLM, die im Hinblick auf personenbezogene Daten anfallen. Das sind bereits einfache standardisierte Verarbeitungen im niederschweligen nicht-automatisierten Bereich, wie etwa Adresslisten auch in Papierform, Verteilerlisten für Einladungen zu Veranstaltungen oder Newsletter-Verteiler etc. Sofern personenbezogene Daten offengelegt werden, ist in der Regel mit einem oder mehreren Dienstleistern ein sogenannter Auftragsverarbeitungsvertrag abzuschließen. Abschließend werden zur Erfüllung der Informationspflichten (Art. 13 DS-GVO) sogenannte Datenschutzhinweise erstellt.

Im Jahr 2020 wurden zahlreiche neue Verarbeitungen wie zum Beispiel die Einrichtung eines Online Shopsystems für den Versand von medienpädagogischen Materialien durchgeführt.

■ **Rechtmäßigkeit internationaler Datentransfers**

Nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 28. Juli 2020 zur Übermittlung personenbezogener Daten in Drittländer (Schrems II) wurde der Datenschutz für EU-Bürgerinnen und Bürger gestärkt. Aufgrund des Urteils wurde überprüft, ob die BLM Dienstleister beauftragt hat, die personenbezogene Daten in sogenannten Drittländern verarbeitet. In diesen Fällen wurde die Situation soweit möglich nachgebessert.

■ **Datenschutzverletzungen**

Nach Art. 33 DS-GVO liegt eine Datenschutzverletzung vor, wenn der Schutz personenbezogener Daten verletzt wurde. Liegt eine Datenpanne vor, so muss diese innerhalb 72 Stunden seit Kenntnis an die Aufsichtsbehörde gemeldet werden. Sofern allerdings die Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten voraussichtlich nicht zu einem Risiko für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen führt, kann die Meldung an die Aufsicht unterbleiben. In jedem Fall ist die mögliche Datenpanne intern anhand des Formulars der Datenschutzbeauftragten zu erfassen.

Zu den klassischen Datenpannen gehören z.B. der Verlust eines dienstlichen Mobiltelefons sowie der Fehlversand, z.B. einer E-Mail an einen falschen Empfänger. Da alle Beschäftigten der BLM im Datenschutz sensibilisiert worden sind, wurden derartige Vorkommnisse umgehend der Datenschutzbeauftragten angezeigt und fristgemäß an den Medienbeauftragten gemeldet.

■ **Dienstanweisung für den Datenschutz und die Datensicherheit**

Die Dienstanweisung für den Datenschutz der BLM wurde den neuen Anforderungen der DS-GVO angepasst und ist am 9. Februar 2021 für alle Beschäftigten der BLM in Kraft getreten. Die Dienstanweisung regelt die Organisation des Datenschutzes in der BLM. Darin werden die Regelungen für die Datenverarbeitung für die Beschäftigten, wie etwa die Beschreibung der Rechtsgrundlagen für eine Datenverarbeitung, die Bearbeitung datenschutzrechtlicher Auskunftsansprüche von betroffenen Personen oder auch die Meldung einer Datenschutzverletzung erklärt.

Der Medienbeauftragte für den Datenschutz

In Deutschland bestehen anders als ansonsten in der EU üblich vor allem auch aus verfassungsrechtlichen Gründen unterschiedliche Aufsichtsbehörden im Sinn des Artikel 51 DS-GVO. Für den Rundfunk in Trägerschaft der Landeszentrale ist dies der Medienbeauftragte für den Datenschutz, der sektorspezifisch für die BLM, ihre Beteiligungsunternehmen, an denen die Landeszentrale zu mindestens 50 Prozent beteiligt ist und deren Geschäftszweck im Aufgabenbereich der Landeszentrale nach Artikel 11 BayMG liegt, und für ihre Anbieter zuständig ist. Der Medienbeauftragte für den Datenschutz überwacht bei diesen Stellen die Einhaltung der Vorgaben des Datenschutzrechts. Sein Zuständigkeits- und Aufsichtsbereich ist dabei nicht auf die Überwachung der Einhaltung der speziell

für den Medienbereich geltenden Datenschutzvorschriften wie etwa das Medienprivileg beschränkt, sondern umfasst alle Aufgaben und Befugnisse, die Aufsichtsbehörden nach der DSGVO zugewiesen sind. Er ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen. Er unterliegt keiner Rechts- oder Fachaufsicht. Näheres zu seiner Stellung ist in Art. 20 Absatz 1 bis 9 BayMG sowie in der von der Landeszentrale erlassenen „Satzung über den Medienbeauftragten für den Datenschutz nach dem Bayerischen Mediengesetz“ vom 23. November 2018 (AMBl 2018, S. 20) geregelt.

Da die Rechtslage seit Mai 2018 vor allem durch die einheitlich für ganz Europa geltende DS-GVO geprägt ist, stand die Aufsichtspraxis zunächst ganz im Zeichen dieser neuen Vorgaben, der Anpassung an diese, der Begleitung dieser Anpassungen auf der Ebene der für die jeweiligen Datenverarbeitungsprozesse Verantwortlichen und der Beratung dieser Verantwortlichen in allen damit zusammenhängenden Fragen. Diese beginnen bei den im Zentrum der DS-GVO stehenden Verarbeitungsgrundsätzen und der mit dieser eingeführten prinzipiellen Verpflichtung der Verantwortlichen, die Einhaltung der geltenden Regeln nachweisen können zu müssen, und reichen über die Neuausrichtung der Verarbeitungsprozesse an den nunmehr geltenden Rechtfertigungstatbeständen und den erweiterten Verpflichtungen der Verantwortlichen bis vor allem zu den neugestalteten Betroffenen-Rechten der DSGVO, den sich daraus ergebenden Anforderungen und der Frage, wie diesen am besten zu genügen wäre.

■ Einsatz von Cookies zu Trackingzwecken

Besondere Bedeutung erlangte im Jahr 2020 die Entscheidung des BGH in Sachen Planet 49, die auf einer Grundsatzentscheidung des EuGH aus dem Jahr 2019 zu der Frage aufbaute, unter welchen Voraussetzungen insbesondere die Betreiber von Webseiten Cookies zu Trackingzwecken einsetzen dürfen. Da die Werbevermarktung im Onlinebereich auch von Rundfunkveranstaltern zumeist zentral auf den aus dem Einsatz von Cookies gewonnenen Erkenntnissen aufbauen, kommt den Entscheidungen des EuGH wie auch des BGH entscheidende Bedeutung zu. Seither ist einerseits höchststrichterlich geklärt, dass eine Einwilligung nur durch eine klare aktive Handlung des Betroffenen erteilt werden kann, und dass andererseits prinzipiell das Abspeichern und Auslesen von Cookies nur unter den Vorgaben der ePrivacy-Richtlinie in der Umsetzung durch das Telemediengesetz (TMG) bzw. der Auslegung, die diese durch die Rechtsprechung des BGH gefunden hat, zulässig ist. Eine Rechtfertigung durch überwiegende berechnigte Interessen des Verantwortlichen ist im Gegensatz zur DS-GVO in diesem Regelungswerk nicht vorgesehen.

Eine Rechtfertigung dieser Verarbeitungsprozesse durch überwiegende berechnigte Interessen des Verantwortlichen erscheint lediglich im Rundfunkbereich möglich, da dort das Recht des TMG nie unmittelbar, sondern lediglich über § 47 Abs. 1 RStV und dann nur entsprechend anwendbar war. Der Landesgesetzgeber hat diese Verweisung aber

ausdrücklich mit dem Hinweis aufgehoben, dass sich datenschutzrechtliche Anforderungen künftig aus der DS-GVO unmittelbar ergeben würden. Soweit das TMG aber gar nicht mehr anwendbar ist, kann das nicht anwendbare TMG die ansonsten geltenden Regeln der DS-GVO und damit auch die Rechtfertigungsmöglichkeit durch überwiegende berechnigte Interessen nicht verdrängen.

Wegen der Bedeutung dieses Themas und dem sich daraus für die Anbieter ergebenden Handlungs- und Beratungsbedarf wurde eine Workshopreihe ins Leben gerufen, die die Anbieter über die nunmehr gegebene Rechtslage und die sich daraus ergebenden Anforderungen informierte und die dabei bestehenden Gestaltungsmöglichkeiten vermittelte.

■ Rechtmäßigkeit internationaler Datentransfers

Eine weitere maßgebliche Veränderung ergab sich durch die Entscheidung des EuGH zur Anwendbarkeit des „EU-US Privacy-Shield“ in der sogenannten Schrems II – Entscheidung. Nachdem der EuGH bereits im Jahr 2015 die Entscheidung der EU Kommission zu den seinerzeit geltenden „Safe-Harbour-Bedingungen“, die für die USA ein dem europäischen Recht vergleichbares Schutzniveau bescheinigt hatten, aufgehoben hatte („Schrems I“), wurde nun auch die „EU-US Privacy-Shield“ genannte Nachfolvereinbarung mit den USA durch den EuGH kassiert. Damit war die bis dahin zumeist genutzte Rechtsgrundlage für Datentransfers aus dem europäischen Wirtschaftsraum in die USA entfallen.

Nach der sog. Schrems II-Entscheidung müssen Verarbeitungsverfahren, die mit einem Datentransfer in die USA verbunden sind, auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft werden.

Dementsprechend müssen seither alle Verarbeitungsverfahren, die mit einem Datentransfer in die USA verbunden sind bzw. einen solchen auslösen, überdacht, auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft und gegebenenfalls eingestellt werden, sofern es nicht möglich ist, durch andere neu geschaffene Garantien für die betroffenen Bürger trotz der Datenübermittlung in die USA ein angemessenes und dem europäischen Recht gleichwertiges Schutzniveau zu schaffen.

Der Medienbeauftragte war im Jahr 2020 mit einer Vielzahl von Anfragen, Prüfungsanregungen und Beschwerden zu allgemeinen Datenschutzfragen und Meldungen von Datenpannen im Zusammenhang mit der Verletzung des Schutzes bzw. der Sicherheit personenbezogener Daten befasst. Dazu kamen nun auch Beschwerden bzw. Fragen betroffener Bürger zur Rechtmäßigkeit internationaler Datentransfers. Dies erforderte eine verstärkte Abstimmung mit den nationalen Kollegen der deutschen Datenschutzkonferenz wie auch im Rahmen des europäischen Datenschutzausschusses (EDSA) mit den Kollegen aus den anderen europäischen Datenschutz-Aufsichtsinstitutionen. Nähere Details zur Tätigkeit des Medienbeauftragten für den Datenschutz sind dessen auf der Internetseite der Landeszentrale abrufbaren [➔ Tätigkeitsbericht](#) für das Berichtsjahr 2020 zu entnehmen.

Die Landeszentrale versteht sich als moderner Regulierer und Arbeitgeber. Es ist ihr daher sehr wichtig, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit tiefgreifend und strukturiert auseinanderzusetzen. Im originären Sinne bedeutet Nachhaltigkeit, dass die Ressourcen, die der Menschheit heute zur Verfügung stehen, schonend behandelt werden, damit sie auch von künftigen Generationen noch genutzt werden können.

Als Lizenzierungs- und Aufsichtsbehörde für den privaten Rundfunk in Bayern hat die BLM beim Thema Nachhaltigkeit zudem eine wichtige Vorbildfunktion nicht nur für die eigenen Mitarbeitenden. Die Landeszentrale nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung sehr bewusst wahr und möchte ein Vorbild für die Medienschaffenden wie auch die Mediennutzenden sein und somit einen Beitrag zur Zukunftssicherung leisten. Die Geschäftsführung hat für das Projekt Nachhaltigkeit Ende 2020 eine Projektgruppe konstituiert, die sich eingehend mit dem Thema auseinandersetzt.

I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM (Höhe der Beteiligung)

- Medien.Bayern GmbH (100 %)
- Bayerische Medien Technik (bmt) GmbH (90 %)
- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH (62 %)
- Bayern Digital Radio GmbH (9% indirekt über die bmt)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH (8 %)
- Werk1.Bayern GmbH (4,9 %)

II Mitgliedschaften der BLM

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

III Mitgliedschaften, die über die DLM gehalten werden

- Deutsche TV-Plattform e.V., Frankfurt
- DVB-Projekt, Genf
- Institut für Europäisches Medienrecht e.V., Saarbrücken
- World DAB-Forum
- EPRA european platform of regulatory authorities, Straßburg

IV Stiftungen

- Stiftung Medienpädagogik Bayern, München (100 %)
- Stiftung Zuhören, Gießen
- Prix Jeunesse International, München

Hörfunk

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

Lokaler Hörfunk

Ende 2020 waren in Bayern insgesamt 83 lokale Hörfunkprogramme mit einer Genehmigung der Landeszentrale auf Sendung. Zwei Lokalprogramme (M94.5 und max neo) sind als Ausbildungsradios organisiert. Ebenfalls gemeinnützigen Zwecken dienen sieben lokale Hörfunkprogramme.

Digital terrestrisch auf Sendung in den elf lokalen/regionalen DAB-Ensembles in Bayern waren bis Ende 2020 insgesamt 81 private Programmangebote, vier davon in mehr als einem Multiplex (Mega Radio, Mega Radio 80s, Radio Schwaben, Radio Galaxy). 20 Programme wurden dabei originär über DAB+ verbreitet; 61 Programme waren simulcast über DAB+ und UKW empfangbar. Die DAB+-Verbreitung von Radio ISW im DAB-Netz Voralpenland startete am 1. April 2021. Für das gemeinnützige Radio Horeb München ist keine Verbreitung über DAB+ geplant.

Einige digitale Programme teilen sich auch UKW-Frequenzen: Das gemeinnützige Hörfunkprogramm Radio Z sendet mit Star FM in Nürnberg über UKW und in München teilen sich die gemeinnützigen Hörfunkprogramme Radio Lora, Radio Feuerwerk, CRM, Radio München und Radio Horeb die UKW-Frequenz 92,4 MHz.

Neben den lokalen kommerziellen und gemeinnützigen Programmen gibt es noch das Campus Radio „funklust“, das auf Basis eines öffentlich-rechtlichen Vertrags im Raum Erlangen über DAB+ und über das Internet verbreitet wird.

Landesweiter Hörfunk

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

Landesweit über DAB+ waren Ende 2020 die Programme Antenne Bayern, Absolut HOT, ego FM, Radio Teddy, Rock Antenne und Arabella Bayern durch die Landeszentrale genehmigt.

Bundesweiter Hörfunk

Satellit

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

DAB

Insgesamt sind Ende 2020 acht der bundesweit über DAB+ verbreiteten Programme von der Landeszentrale genehmigt. Im Herbst 2020 genehmigt wurden die Programme Absolut Bella, Absolut Oldie Classics und Absolut Top.

Bundesweiter Hörfunk über DAB+

1. Multiplex

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

2. Multiplex

- 80s80s¹
- Absolut Bella
- Absolut Oldie Classics
- Absolut Top
- Antenne Bayern
- Rock Antenne
- RTL Radio¹
- Toggo Radio¹

¹ Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt

² Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY

Internet

Hörfunkprogramme, die ausschließlich im Internet verbreitet werden und 500 oder mehr Hörern technisch zugänglich sind, waren bis zum Inkrafttreten des Medienstaatsvertrages (MStV) am 7. November 2020 lediglich anzeigepflichtig. Nun gelten für Internetradios keine Sonderregelungen mehr, d.h. sie sind grundsätzlich zulassungspflichtig. Bis zum Inkrafttreten des MStV angezeigte, ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme gelten als zugelassene Programme (§ 54 Abs. 3 MStV).

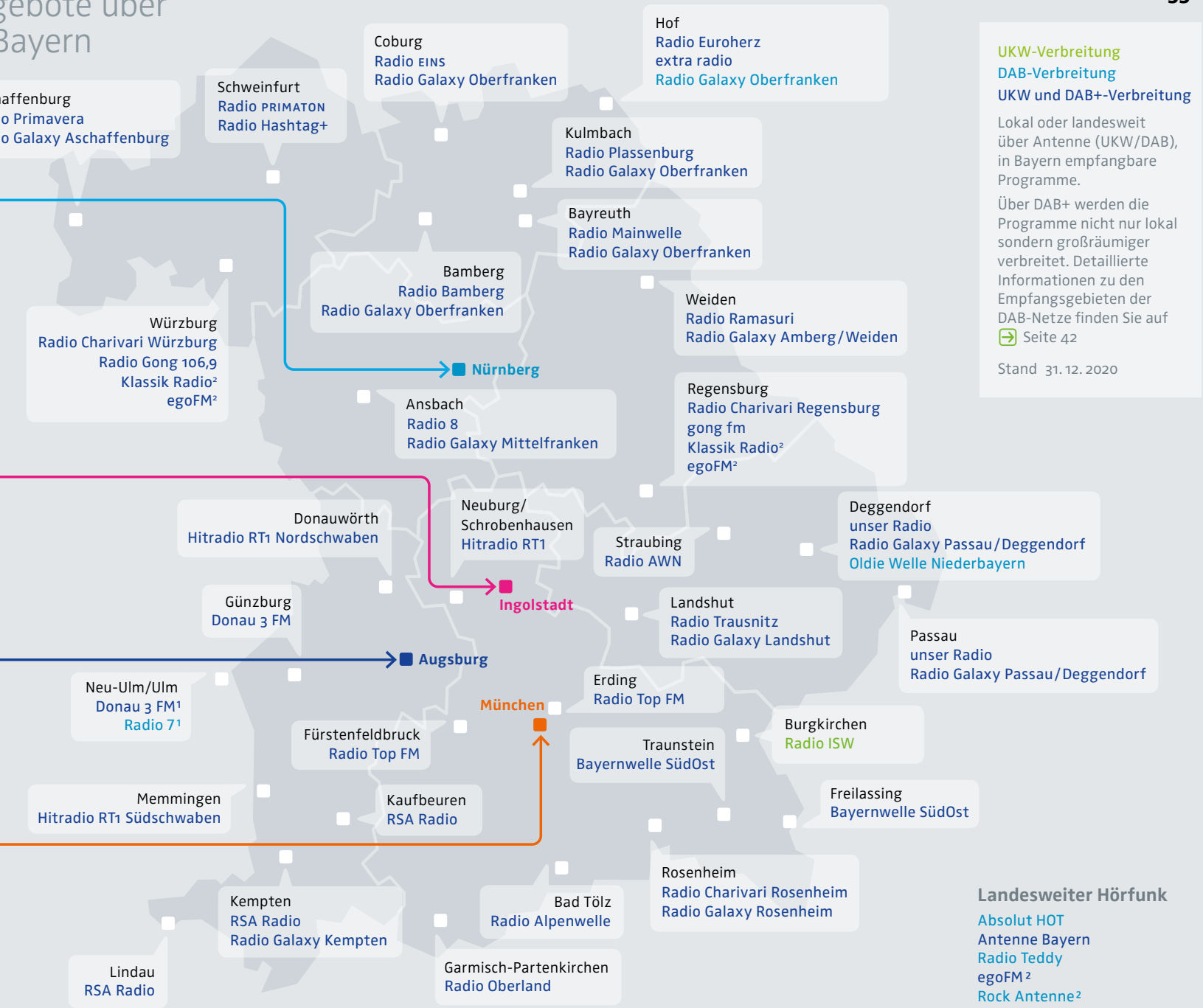
Eine Ausnahme von der nun geltenden Zulassungspflicht macht der Medienstaatsvertrag nur für bundesweit ausgerichtete Internetradios, die nur eine geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalten, oder im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer erreichen oder in ihrer prognostizierten Entwicklung erreichen werden (§ 54 Abs. 1 MStV). Diese sind zulassungsfrei.

Landesweit, regional oder lokal ausgerichtete Internetradios bedürfen einer Zulassung nach dem Bayerischen Mediengesetz. Für Internetradios mit Sitz in Bayern ist die Landeszentrale zuständig.

Private Hörfunkangebote über UKW und DAB+ in Bayern

Lokaler Hörfunk

Nürnberg Max Neo Charivari 98,6 egoFM ² Energy Nürnberg Hit Radio N1 Klassik Radio ²	MEGA Radio Mein Lieblingsradio Pirate Radio Radio F Radio Gong 97,1 Radio Z Star FM Ngo..4Beat
Ingolstadt Hoamat Welle MEGA Radio Mega Radio 80s	Radio Galaxy Ingolstadt Radio IN Radio IN Oldie Welle
Augsburg egoFM ² Fantasy lounge Hitradio RT1 Klassik Radio ² MEGA Radio Mega Radio 80s Radio Augsburg	Radio Fantasy Radio Fantasy Classix Radio Galaxy Radio Schwaben ³ Rock Antenne ² Smart Radio
München 95,5 Charivari M94.5 Digital Classix egoFM ² Energy München Klassik Radio ² LORA/Radio Feierwerk/CRM Rock Antenne ² MEGA Radio	Münchner Kirchenradio Radio 2Day Radio Arabella Radio Galaxy Radio Gong 96,3 Radio Horeb München Radio München Radio Top FM



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

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

Über DAB+ werden die Programme nicht nur lokal sondern großräumiger verbreitet. Detaillierte Informationen zu den Empfangsgebieten der DAB-Netze finden Sie auf [Seite 42](#)

Stand 31.12.2020

1 Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt
 2 Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY (→ s.a. Seite 41)
 3 Verbreitung auch im DAB+-Netz Allgäu
 4 Verbreitung in den DAB-Netzen Nürnberg, Ingolstadt, Augsburg, Allgäu, München und Voralpen

Landesweiter Hörfunk
 Absolut HOT
 Antenne Bayern
 Radio Teddy
 egoFM²
 Rock Antenne²
 Arabella Bayern⁴

Bundesweiter Hörfunk über DAB+ → siehe Seite 32

**Spartenanbieter
und Zulieferer ^(Z)
bei folgenden Anbietern**

Bundesweiter Hörfunk

Antenne Bayern

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

egoFM

- Bayerischer Jugendring ^(Z)

Lokaler Hörfunk

Radio 8, Ansbach

- Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg ^(Z)
- Evangelisch-Lutherisches Dekanat Ansbach ^(Z)

Radio Galaxy Mittelfranken, Ansbach

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

Radio Primavera Aschaffenburg

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

Radio Galaxy Aschaffenburg

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

Hitradio RT1, Augsburg

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

Radio Fantasy, Augsburg

- Kanal C

Radio Alpenwelle, Bad Tölz

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

Radio Bamberg

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

Radio Galaxy Oberfranken

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

Radio Mainwelle, Bayreuth

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

Radio Galaxy Ingolstadt

- Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Radio Pegasus) ^(Z)

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

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

Radio Eins, Coburg

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

unser Radio, Deggendorf / Passau

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

**Hitradio RT1 Nordschwaben,
Donauwörth**

- Sankt Ulrich Verlag GmbH ^(Z)

**Bayernwelle Südost,
Freilassing / Traunstein**

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

Radio TopFM, Fürstenfeldbruck

- Sankt Michaelsbund e.V.

**Radio Oberland,
Garmisch-Partenkirchen**

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)
- Sankt Ulrich Verlag GmbH ^(Z)

Donau 3 FM, Günzburg

- Christlicher Rundfunk Günzburg e. V.

Radio Euroherz

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

Radio IN, Ingolstadt

- Evang. Presseverband für Bayern e. V.
- Bistum Eichstätt (GKL, Radio K1)
- Verein zur Förderung kultureller Belange in der Region Ingolstadt e. V.

**RSA Radio, Kempten, Lindau,
Kaufbeuren**

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

Radio Plassenburg, Kulmbach

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

Radio Trausnitz, Landshut

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





Hitradio RT1, Memmingen

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

95,5 Charivari, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Radio Arabella, München

- Sankt Michaelsbund e. V. ^(Z)

Charivari 98,6, Nürnberg

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

Hit Radio N1, Nürnberg

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

Radio F

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

Radio Charivari, Regensburg

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

gong fm, Regensburg

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

Radio Charivari Rosenheim

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

Radio Galaxy Rosenheim

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

Radio PRIMATON, Schweinfurt

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

Radio AWN, Straubing

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

Radio Ramasuri, Weiden

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

Radio Galaxy Amberg / Weiden

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

Radio Charivari Würzburg

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

Radio Gong, Würzburg

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

Genehmigungen

Neuorganisationen/ Neugenehmigungen

■ Hörfunk Regional

□ Allgäu: Radio 7 und Radio Schwaben

Auf die Ausschreibung der Nutzung zweier digitaler Übertragungskapazitäten im DAB-Versorgungsgebiet Allgäu bewarben sich die Radio 7 Hörfunk GmbH & Co. KG und die Radio Schwaben GmbH. Beide Bewerber konnten berücksichtigt werden. Die Übertragung der Datenkapazitäten wurde auf 10 Jahre bis zum 23. Juli 2030 befristet.

Radio 7 wird mit Genehmigung der LFK bereits in Baden-Württemberg verbreitet und bietet ein regional ausgerichtetes familienorientiertes Radioprogramm. Das Programm stellt damit eine Erweiterung des Programmangebotes für die Hörer in den Grenzregionen zu Baden-Württemberg dar und erhöht so die Programmvierfalt.

Radio Schwaben verfügt bereits über eine Kapazitätszuweisung für das DAB-Netz Augsburg. Das Programm ist qualitativ hochwertig gestaltet und geprägt von einem hohen Anteil an selbstproduzierten Lokalbeiträgen.

□ Oberfranken:

Radio Galaxy Oberfranken

Die lokalen Hörfunkangebote Radio Galaxy Bamberg, Radio Galaxy Bayreuth, Radio Galaxy Kulmbach, Radio Galaxy Hof und Radio Galaxy Coburg wurden zu dem regionalen Gemeinschaftsangebot Radio Galaxy Oberfranken entsprechend der tatsächlichen Programmentwicklung rechtlich zusammengefasst. In dem Gemeinschaftsprogramm sollen die oberfränkischen Galaxy-Standorte aber weiterhin mit jeweils 20 Prozent Sendezeitanteil berücksichtigt werden. Radio Galaxy Oberfranken ist sowohl über UKW, als auch DAB+ empfangbar.

■ Hörfunk Bundesweit

Ende September 2020 hat die Landeszentrale die bundesweite Verbreitung der Programme Absolut HOT, Absolut TOP, Absolut Bella und Absolut Oldie Classics genehmigt. Die Programme nahmen den Sendebetrieb mit dem Start des 2. Bundesweiten DAB+-Multiplexes am 5. Oktober 2020 auf.

Der Antenne Deutschland GmbH & Co. KG wurde die unbefristete Zulassung als Anbieterin erteilt und die bundesweite Verbreitung der Hörfunkangebote Absolut TOP, Absolut Bella und Absolut Oldie Classics genehmigt.

Das Programm Absolut TOP richtet sich mit einem Hot AC-Musikformat an eine breite Zielgruppe von Hörern ab 20 Jahren aufwärts. Die überwiegenden Titel sind die größten Hits des neuen Jahrtausends.

Das Musikformat von Absolut Bella soll Hörer ab 35 Jahren ansprechen, die ein melodisches Format aus 50 Prozent melodischen Evergreens von den 50ern bis zu den 70ern, 20 Prozent Instrumentals und romantische Musik und 30 Prozent Schlagerhits schätzen.

Absolut Oldie Classics ist ein musikalisch geprägtes Programm, das die größten internationalen Classic Hits der 70er und 80er spielt und sich an eine Zielgruppe ab 40 Jahren richtet.

Die Neue Welle Rundfunk-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG erhielt eine Genehmigung für die bundesweite Verbreitung des Programms Absolut HOT. Das Programm bietet ein Radioformat für junge Hörer von 10 bis 25 Jahren. Musikalisch werden vor allem Titel aus der sog. „HOT Rotation“ gespielt. Das sind Songs aus den Charts in den USA, England und Europa, die nicht älter als ein Jahr sind. Die Hauptgenres sind Hip-Hop, R'n'B, Dance und Techno.

Verlängerung von Kapazitätszuweisungen

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

■ **Hörfunk lokal/regional**

DAB-Netz Augsburg

Kapazitätszuweisung bis 30. April 2021 (übergangweise)

- RT.1 Nordschwaben

DAB-Netz Mittelfranken

Kapazitätszuweisung bis 31. August 2030

- Radio 8
- Radio Galaxy

DAB-Netz Niederbayern

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2030

- Radio Trausnitz
- Radio Galaxy Landshut
- Radio AWN
- unserRadio Passau/Deggendorf
- Radio Galaxy Passau/Deggendorf

DAB-Netz Allgäu

Kapazitätszuweisung bis 30. Juni 2025

- RSA Radio
- RSA Radio Ostallgäu
- RSA Radio Westallgäu
- Radio Galaxy Allgäu
- Donau 3FM

DAB-Netz Oberfranken

Kapazitätszuweisung bis 6. November 2030

- Radio Eins

Kabelhörfunk Allgäu

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2030

- Allgäuer Heimatmelodie
- Griaß di Allgäu

■ Hörfunk landesweit

Landesweites DAB-Netz

Kapazitätszuweisungen bis 31. Oktober 2029

- Antenne Bayern
- Rock Antenne

Kapazitätszuweisung bis 31. Oktober 2029

- Absolut HOT

■ Hörfunk bundesweit

UKW-Stützfrequenzen

(Balderschwang 105,2 MHz und Ursberg 89,9 MHz)

Kapazitätszuweisungen bis 30. Dezember 2025

- Radio Horeb

Änderung der Inhaber und Beteiligungsverhältnisse

■ Antenne Bayern und Rock Antenne

Die Axel Springer SE ist unmittelbar mit 16 Prozent als Anbieterin an dem Hörfunkangebot Antenne Bayern und mittelbar über die Antenne Bayern GmbH & Co. KG an der Rock Antenne beteiligt. An der Axel Springer SE ist der Finanzinvestor KKR – mittelbar über mehrere Tochtergesellschaften – mit 48,54 Prozent beteiligt und ist mithin der größte Aktionär. Im Berichtszeitraum hat der kanadische Pensionsfonds CPPIB seine Beteiligung an der KKR-Tochtergesellschaft Traviata I S.à.r.l. auf 25,8 Prozent erhöht.

Zudem hat Dr. h.c. Friede Springer einen nicht unerheblichen Teil der ihr an der Axel Springer SE zustehenden Anteile dem Vorstandsvorsitzenden Dr. Mathias Döpfner übertragen, sodass Frau Dr. h.c. Springer nunmehr unmittelbar und mittelbar insgesamt rund 23,5 Prozent der Anteile und Herrn Dr. Döpfner unmittelbar und mittelbar rund 22 Prozent der Anteile zustehen. Die übrigen Anteile werden von den beiden Springer-Enkeln Axel Sven Springer und Ariane M. Springer gehalten.

Veranstaltungsrundfunk

Rundfunkangebote, die im örtlichen Bereich einer öffentlichen Veranstaltung und im zeitlichen Zusammenhang damit veranstaltet und verbreitet werden bedürfen nach Art. 26 Abs. 5 BayMG einer Genehmigung der Landeszentrale. Die jeweilige Kleinstleistungsfrequenz teilt die Bundesnetzagentur zu. Genehmigt wurden folgende Angebote:

□ **radio Vaduts – Eine Radio Skulptur**

Verbreitung des Hörfunkangebotes „Radio-Aktivität On Air: radio Vaduts – Eine Radio Skulptur“ im Rahmen der Veranstaltung „Radio Aktivität – Kollektive mit Sendungsbewusstsein“ vom 18. Juli 2020 bis zum 14. September 2020 auf dem Gelände der Städtischen Galerie im Lenbachhaus in München

□ **Pfingsttagung Bobengrün**

Verbreitung des Hörfunkangebotes „Pfingsttagung Bobengrün“ aus Anlass der 75. CVJM-Pfingsttagung Bobengrün vom 29. Mai 2020 bis zum 1. Juni 2020 auf dem Waldgebiet bei Bobengrün

□ **Volksfestradio**

Verbreitung des Hörfunkangebotes „Volksfestradio“ aus Anlass des Frühlingsvolksfestes vom 11. April 2020 bis 26. April 2020 sowie des Herbstvolksfestes vom 28. August 2020 bis 13. September 2020 auf dem Volksfestplatz am Dutzendteich in Nürnberg

□ **Weitere Genehmigungen**

Genehmigt wurden rund 40 weitere Veranstaltungen, bei denen der Ton in die Autoradios der Teilnehmenden übertragen wurde und die aufgrund ihres Rundfunk ähnlichen Charakters genehmigungspflichtig waren (Konzerte, Gottesdienste, Theater).

Veranstaltungen in Autokinos

Anders als beim Veranstaltungsrundfunk ist die bloße Übertragung des Filmtons auf einer UKW-Frequenz in die Autoradios der Teilnehmenden medienrechtlich unbedenklich und muss vor der Frequenzzuteilung durch die Bundesnetzagentur bei der BLM lediglich angezeigt werden. Mehr als 130 Anzeigen dazu hat die BLM im Jahr 2020 erhalten und diese ohne Erhebung von Kosten bearbeitet; über 90 Veranstaltungen wurden realisiert.

Technische Verbreitung


10,58 Mio.

Lokale DAB-Programme konnten 2020 von insgesamt 10,58 Mio. Einwohnern (plus 840.000 zum Vorjahr) in Bayern zuhause empfangen werden.


Digitaler Hörfunk (DAB)

Auf Basis der Kooperationsvereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) aus dem Jahr 2016 werden in den Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken sowie Oberpfalz und Niederbayern in den DAB-Netzen des BR je nach Region zwischen vier und elf private Hörfunkprogramme neben den Programmen des BR ausgestrahlt. Die Bayern Digital Radio (BDR) hat die freien Kapazitäten in den regionalen Netzen des BR für private Hörfunkanbieter angemietet.

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

■ Lokales Digitalradio

Über die elf lokalen / regionalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Unterfranken, Mittelfranken, Oberfranken, Oberpfalz, Niederbayern, Allgäu und Voralpenland wurden Ende 2020 insgesamt 73 lokale Programmangebote verbreitet, vier davon in mehr als einem Multiplex (Mega Radio, Mega 80's, Radio Schwaben, Galaxy Bayern). Insgesamt konnten ca. 10,58 Mio. Hörer (Vorjahr 9,74 Mio.) in Bayern lokale Digitalradioprogramme in Indoor-Qualität empfangen. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum

Stand 31. Dezember 2020 können den Tabellen auf  Seite 42 entnommen werden.

■ Landesweites Digitalradio

Landesweite Digitalradioprogramme konnten Ende 2020 von 12,3 Mio. Einwohnern in Bayern (Vorjahr 12,01 Mio.) in Indoor-Qualität empfangen werden. Das entspricht ca. 95 Prozent der bayerischen Bevölkerung.

Für die Verbreitung von landesweiten DAB-Programmen werden in Bayern drei Sendernetze betrieben. Das Programm Antenne Bayern wird über das landesweite DAB-Netz Bayern 11D verbreitet. Die vier ausgestrahlten privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne, Absolut HOT, egoFM und Radio Teddy werden über die Sendernetze Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern 7D, Oberpfalz 6C und Oberbayern / Schwaben 10A verbreitet.

Das landesweite DAB-Programm Radio Arabella Bayern wird über die DAB-Netze Nürnberg, Ingolstadt, Augsburg, München, Allgäu und Voralpen verbreitet und ist damit in Südbayern und im Bereich Nürnberg zu empfangen. Durch einen Netzwechsel soll mittelfristig ein landesweiter Empfang möglich sein.

■ Bundesweites Digitalradio

Am 1. August 2011 startete der erste bundesweite DAB+ Multiplex mit 27 Sendern, Ende 2020 waren 148 Sender in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 96 Prozent der Fläche Deutschlands, 85 Prozent der Bevölkerung können dieses Netz zuhause empfangen.

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme über den ersten Multiplex Ende 2020 von ca. 10,5 Mio. Einwohnern (Vorjahr 9,91 Mio.) zuhause bzw. von 12,6 Mio. Einwohnern (12,31 Mio.) mobil empfangen werden.

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

Am 5. Oktober 2021 startete der zweite bundesweiten DAB+-Multiplex als DAB+-Plattform mit 8 Hörfunkprogrammen. Das zweite nationale DAB+ Netz wird in der ersten Ausbaustufe über 71 Senderstandorte verbreitet. In der ersten Ausbaustufe konnten Ende 2020 61 Prozent der Bevölkerung in Deutschland die Programme zuhause bzw. 83 Prozent outdoor mobil empfangen. In Bayern lagen diese Werte bei 24 bzw. 31 Prozent der Bevölkerung.

Lokaler UKW-Hörfunk


Für Lokalradio in Bayern waren Ende 2020 insgesamt 193 terrestrische UKW-Frequenzen in Betrieb. Damit war es unverändert für rund 11,6 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm stationär, portabel und mobil zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage mindestens zwei Lokalradioprogramme über UKW zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit zwischen mindestens sechs unterschied-

lichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können.

Darüber hinaus sind in der Regel die Lokalradios in ihrem Sendegebiet auch über Kabel digital zu empfangen.

Ende 2020 wurden bis auf Radio Horeb München und Radio ISW alle lokalen UKW-Programme simulcast auch über DAB verbreitet. 2020 gingen die lokalen Hörfunkprogramme Bayernwelle Südost, Donau 3FM und Radio7 über DAB+ auf Sendung. Für Radio ISW erfolgt die zusätzliche Verbreitung über DAB seit 1. April 2021.

Landesweiter UKW-Hörfunk

Der Empfang des landesweiten Hörfunkprogramms Antenne Bayern über terrestrische Frequenzen ist in Bayern nahezu flächendeckend möglich. Ca. 99 Prozent der Bevölkerung können Antenne Bayern über 43 UKW-Frequenzen stationär empfangen. Antenne Bayern wird zudem in fast allen bayerischen Kabelnetzen digital eingespeist und über das DAB-Netz Bayern 11D landesweit digital terrestrisch verbreitet (siehe  Seite 42).

Technische UKW-Stützfrequenzen

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

Technische Reichweite der DAB+-Netze

Lokale/regionale DAB+-Netze in Bayern

DAB+ Nürnberg, Kanal 10C

Bezug: Planungsregion Nürnberg	
Indoor	ca. 84 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 96 % Straßenabdeckung

DAB+ Ingolstadt, Kanal 11A

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

DAB+ Augsburg, Kanal 9C

Bezug: Planungsregion Augsburg	
Indoor	ca. 83 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

DAB+ München, Kanal 11C

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

DAB+ Unterfranken, Kanal 10A

Bezug: Regierungsbezirk Unterfranken	
Indoor	ca. 86 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 95 % Straßenabdeckung

DAB+ Oberfranken, Kanal 10B

Bezug: Regierungsbezirk Oberfranken	
Indoor	ca. 88 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 98 % Straßenabdeckung

DAB+ Mittelfranken, Kanal 8C

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

DAB+ Oberpfalz, Kanal 6C

Bezug: Regierungsbezirk Oberpfalz	
Indoor	ca. 90 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

DAB+ Niederbayern, Kanal 7D

Bezug: Regierungsbezirk Niederbayern	
Indoor	ca. 80 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 96 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 93 % Straßenabdeckung

DAB+ Allgäu, Kanal 8B

Bezug: Region Allgäu + Region Donau Iller	
Indoor	ca. 64 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 91 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 95 % Straßenabdeckung

DAB+ Voralpen, Kanal 7A

Bezug: Region 17 und Region 18	
Indoor	ca. 77 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 95 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 93 % Straßenabdeckung



Stand 31.12.2020

DAB+ Bayern, Kanal 11D

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 95 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 98 % Straßenabdeckung

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

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 96 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

DAB+ Deutschland, 1. Multiplex: Kanal 5C (1. Bedeckung)

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 84 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 95 % Straßenabdeckung


DAB+ Deutschland, 2. Multiplex: Kanäle 12D, 5D, 8C, 9B

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 24 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 31 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 49 % Straßenabdeckung

Reichweiten und Akzeptanz

Funkanalyse Bayern

- **Hörfunknutzung**

Nach den Ergebnissen der  **Funkanalyse Bayern 2020** erreichen die bayerischen Lokalradio-Programme an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 26,4 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern und damit täglich 3 Mio. Hörer. Der lokale Hörfunk hat damit in Summe mehr tägliche Hörer als Antenne Bayern mit 24,1 Prozent (2,68 Mio. Hörer). Das landesweite Radioprogramm erzielt trotzdem die höchste Tagesreichweite aller bayerischen Radioprogramme im Jahr 2020 und reiht sich ein auf den zweiten Rang hinter dem

öffentlich-rechtlichen Mitbewerber Bayern 1 mit 29,7 Prozent (3,31 Mio. Hörer).

Insgesamt hören 84,4 Prozent der bayerischen Bevölkerung ab 14 Jahren im Jahr 2020 an einem durchschnittlichen Werktag Radio. Die durchschnittliche Hördauer bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren in Bayern liegt bei 244 Minuten (Vorjahr: 238 Min.).

Mit 34,2 Prozent hat laut Funkanalyse Bayern 2020 inzwischen jeder dritte ab 14-Jährige in Bayern mittlerweile Zugang zu mindestens einem DAB+-Empfangsgerät (Vorjahr: 31,1 %). 20,5 Prozent der bayerischen Bevölkerung geben an, an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche Digitalradio über DAB+ zu hören. Die Tagesreichweite für Webradio liegt bei 13,5 Prozent.



3 Mio.

Die bayerischen Lokalradios erreichen 2020 an einem durchschnittlichen Tag von Montag bis Freitag 2,94 Millionen Hörer.



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

Tagesreichweite Hörfunk 2013–2020 in Bayern

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Radiohören gesamt	87,5	88,7	86,2	87,8	86,8	86,3	85,5	84,4
Bayerische Lokalsender gesamt	29,5	28,8	28,4	30,5	29,0	29,2	26,7	26,4
Antenne Bayern	35,2	35,3	33,1	31,0	30,0	28,4	28,9	24,1
Rock Antenne gesamt	1,3	1,7	2,2	2,0	3,4	3,6	3,9	5,0
Radio Galaxy gesamt	2,9	3,1	3,0	3,0	3,2	2,6	2,5	2,5
egoFM	1,1	1,7	1,5	1,3	1,4	1,2	1,4	0,9
Radio Horeb				0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Bayerische Privatsender gesamt	56,0	56,2	54,4	54,8	53,2	52,4	51,1	47,3
Bayern 1	27,1	27,6	27,5	29,1	29,1	29,5	28,5	29,7
Bayern 2	4,7	4,6	5,2	4,9	5,2	5,3	5,1	5,4
Bayern 3	21,7	23,5	21,8	23,0	21,7	22,4	22,1	20,0
BR Klassik	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	2,1	2,2	2,0
B 5 aktuell	5,5	6,5	6,7	6,2	6,4	6,1	6,8	7,1
Bayerischer Rundfunk gesamt	49,8	52,1	50,3	52,6	51,6	53,2	51,8	52,2

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2013–2020



30,1%

Im jungen Zielgruppen-Segment der 14-29-Jährigen ist Lokalradio mit einer Tagesreichweite von gut 30 Prozent am stärksten.

An den 2-Frequenzstandorten belegt Radio Gong Würzburg mit 20,7 Prozent den Spitzenplatz vor Hitradio RT1 in Augsburg mit 19,5 Prozent. Im Ballungsraum Nürnberg erreicht Hit Radio N1 mit 11,0 Prozent die meisten Hörer, dicht gefolgt von Radio F / Radio Franken mit einer Tagesreichweite von 10,8 Prozent.

Im Stereoempfangsgebiet München belegt Radio Gong 96.3 mit einer Tagesreichweite von 12,9 Prozent vor Radio Arabella mit 11,2 Prozent den Spitzenplatz. Das auf die junge und junggebliebene urbane Bevölkerung ausgerichtete Programm egoFM, das in München, Nürnberg, Augsburg, Regensburg und Würzburg auch über UKW empfangen werden kann, erreicht dort durchschnittlich 3,2 Prozent der 14- bis 39-Jährigen.

Unter den Lokalradios an Einfrequenzstandorten erzielt Radio Oberland in Garmisch-Partenkirchen / Weilheim mit 19,8 Prozent die anteilig höchste Tagesreichweite, gefolgt von Radio Bayernwelle Südost mit 16,0 Prozent. An den Standorten mit einer Radio Galaxy-Zweitfrequenz ist Radio Mainwelle in Bayreuth mit 29,9 Prozent Spitzenreiter.

In seinen Verbreitungsgebieten erreicht das Jugendprogramm Radio Galaxy täglich 15,8 Prozent der 14- bis 39-Jährigen. Bezogen auf alle Personen ab 14 Jahren erzielt Radio Galaxy Landshut mit 17,3 Prozent die höchste Reichweite aller Radio Galaxy-Stationen vor Radio Galaxy Rosenheim mit 14,7 Prozent und Radio Galaxy Amberg / Weiden mit 11,0 Prozent.

Tagesreichweite Hörfunk Bayern 2020 nach Altersgruppen

	gesamt	14 –29 J.	30 – 49 J.	ab 50 J.
Radiohören gesamt	84,4	73,8	85,5	88,4
Bayerische Lokalsender gesamt	26,4	30,1	31,6	21,6
Antenne Bayern	24,1	27,5	32,0	17,7
Rock Antenne gesamt	5,0	4,9	9,6	2,2
Radio Galaxy gesamt	2,5	6,6	2,6	0,6
egoFM	0,9	1,9	1,4	0,3
Radio Horeb	0,2	0,4	0,2	0,2
Bayerische Privatsender gesamt	47,3	51,8	59,6	37,8
Bayern 1	29,7	14,6	19,8	42,5
Bayern 2	5,4	2,4	3,8	7,8
Bayern 3	20,0	24,7	24,6	15,1
BR Klassik	2,0	0,9	1,2	3,1
B 5 aktuell	7,1	3,0	7,6	8,6
Bayerischer Rundfunk gesamt	52,2	36,4	46,0	62,8

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag; in Prozent
 Quelle: Funkanalyse Bayern 2020

■ Programminhalte

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden jährlich auch Daten zu Image und Akzeptanz der Hörfunkprogramme erhoben. Bei der Bewertung der einzelnen Programmelemente zeigt sich auch 2020, dass den bayerischen Privatprogrammen nach wie vor eine führende Kompetenz in zahlreichen wichtigen Bereichen zuerkannt wird.


Die Stärken der Lokalradios liegen vor allem in der Vermittlung wichtiger Informationen aus dem Nahbereich. So geben 42,7 Prozent der Bevölkerung an, dass sie sich bei den Lokalradios „gut informiert über Wichtiges aus der Gegend“ fühlen. Wesentliche Erfolgsfaktoren für die Lokalradios sind aber auch Veranstaltungshinweise und ihre Präsenz bei Veranstaltungen in der Region. So erklären 36,6 Prozent der bayerischen Bevölkerung, dass Lokalradios oft bei Aktionen oder Veranstaltungen in der Gegend mit dabei sind. Und 28,1 Prozent der Bevölkerung attestieren den Lokalradios „interessante Veranstaltungshinweise“. Mit diesen Werten liegen die bayerischen Lokalradios vor ihren landesweiten Wettbewerbern.

Antenne Bayern gilt bei der bayerischen Bevölkerung als professionellstes Radioprogramm. Dieser Meinung sind 31,5 Prozent der Bevölkerung. Erfolgsfaktoren von Antenne Bayern sind aber auch die nützlichen Verkehrshinweise (32,2 Prozent), Gewinnspiele (27,5 Prozent) und die

Moderatorinnen und Moderatoren der Morgensendung (21,1 Prozent). Bei all diesen Programmbestandteilen erzielt Antenne Bayern die besten Werte der bayerischen Radioprogramme. Die Ergebnisse der Funkanalyse Hörfunk erbrachten aber auch, dass Antenne Bayern von seinen Hörern wiederum etwas weniger gut als im Vorjahr bewertet wurde. Die Bewertungen befinden sich aber im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Programmen Bayern 1 und Bayern 3 auf einem Ähnlichen, oft sogar auf einem besseren Niveau.

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

ma 2020 Audio II

In der bundesweiten Media Analyse  **ma 2020** Audio II Update (vormals ma Radio) büßen die bayerischen Privatradioprogramme insgesamt an Reichweite ein. Die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokalradios erzielen gemeinsam mit der Rock Antenne eine Reichweite von durchschnittlich 987 Tsd. Hörern ab 14 Jahren pro Stunde. Antenne Bayern folgt danach mit im Durchschnitt 805 Tsd. Hörer pro Stunde. Bayern 1 bleibt mit 1,1 Mio. Hörern unangefochten an der Spitze.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen verteidigt das Bayern Funkpaket Platz 1 mit 525.000 Hörern in der Durchschnittsstunde, dahinter reihen sich Antenne Bayern mit 463.000 Hörern und Bayern 3 mit 405.000 Hörern ein. Mit Abstand folgt Bayern 1 mit durchschnittlich 274.000 Hörern pro Stunde.

Durchschnittliche Stunde mit Werbung (brutto) 2015–2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bayern Funkpaket (Lokalradios)	934.000	1.015.000	838.000	874.000	1.103.000	987.000
Antenne Bayern	1.220.000	1.203.000	1.044.000	947.000	1.035.000	805.000
Bayern 1	1.011.000	985.000	1.106.000	1.017.000	1.103.000	1.104.000
Bayern 2	114.000	145.000	148.000	142.000	178.000	156.000
Bayern 3	827.000	777.000	727.000	815.000	868.000	728.000
BR Klassik	91.000	73.000	107.000	64.000	104.000	76.000
B 5 aktuell	131.000	182.000	157.000	146.000	183.000	143.000

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; bis 2016 Bevölkerung ab 10 Jahre, ab 2017 Bevölkerung ab 14 Jahre

Quelle: ma 2015–2017 Radio II, ma 2018–2020 Audio II (Update)


Wirtschaftliche Lage

Die deutsche Wirtschaft ist nach einer zehnjährigen Wachstumsphase im Corona-Krisenjahr 2020 in eine tiefe Rezession geraten, ähnlich wie zuletzt während der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009. Die Wirtschaftsleistung (preisbereinigtes Bruttoinlandsprodukt) ist nach Angaben des Statistischen Bundesamts um rund 5 Prozent zurückgegangen. Wenig überraschend schlägt diese Entwicklung auch auf den Werbemarkt durch. Nach Angaben des Zentralverbands der Werbewirtschaft (ZAW) sind die Netto-Werbeerlöse der Medien im vergangenen Jahr um ebenfalls 5,0 Prozent auf 23,756 Mrd. Euro gesunken. Dies ist das größte Minus seit der Werbemarkt-Krise im Jahr 2009. Damals brach der Werbemarkt der Medien um 10,5 Prozent ein.

Deutschlands Radiosender büßen rund neun Prozent ihrer Umsätze zum Vorjahr ein. TV verliert auf vergleichbarem Niveau (minus 8,8 Prozent). Im Gegensatz zu den Gattungen Print, Kino und Außenwerbung, die im deutlich zweistelligen Prozentbereich verlieren, kommen die klassischen elektronischen Medien noch glimpflich davon. Lediglich die digitale Werbung kann selbst in der Krise positive Wachstumswahlen schreiben. Hauptprofiteure sind die Megaplattformen.

Medienwirtschaftliche Kennzahlensysteme

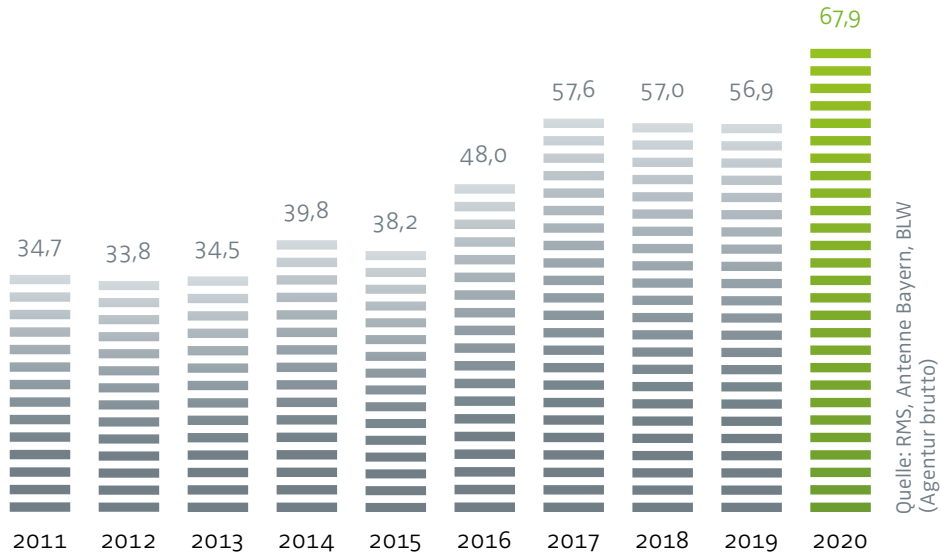
Medienwirtschaftliche Informationen über die klassischen Hörfunk- und TV-Anbieter in Bayern und Deutschland sind vor dem Hintergrund der digitalen Transformation und pandemiebedingter wirtschaftlicher Risiken wichtiger denn je.

Mit dem Bedeutungszuwachs geht ein hohes Qualitätsbewusstsein einher. Aktuell entwickelt die BLM für ihre Bewertungsanlässe geeignete Kennzahlensysteme. Aufbauend auf diesen Ergebnissen beginnt im Anschluss u. a. die Planung für eine neue Marktbefragung zur wirtschaftlichen Lage der Rundfunkanbieter in Bayern. Ziel ist es, Marktinteressierten und den Marktteilnehmenden selbst die bekannten Basisinformationen (vgl. Studienreihe  **Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Bayern**) sowie relevante zusätzliche Insights zur Verfügung zu stellen. Für das Jahr 2020 wurde von der Landeszentrale aufgrund der Umstellung keine Erhebung zur wirtschaftlichen Lage der Anbieter durchgeführt.

67,9

Die überregionalen Brutto-Werbeumsätze sind im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 19 Prozent gestiegen.

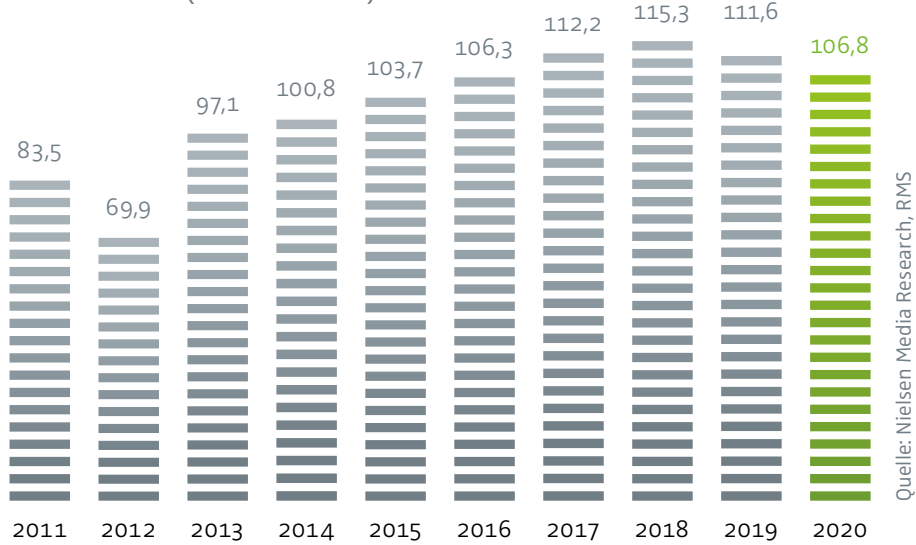
Überregionale Brutto-Werbeumsätze
Bayern Funkpaket/BLW-Subpakete 2011–2020 (in Mio. Euro)



106,8

Der negative Umsatz-trend bei Antenne Bayern setzt sich mit minus 4,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr fort.

Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern
2011–2020 (in Mio. Euro)



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

Programmebeobachtung

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

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

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

Ergänzend zur qualitativen und quantitativen Programmebeobachtung wird auch das Innovationspotenzial der

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

In der Hörfunk-Programmebeobachtung wurden im Jahr 2020 insgesamt 892 Programmstunden untersucht: Den größten Anteil machten turnusmäßige Stichproben von Programmen mit insgesamt 380 Sendestunden sowie die Beobachtung von Audio-Beiträgen im BLM-Projekt „Mach Dein Radio“ mit 180 Stunden aus. Hinzu kamen anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu speziellen Fragestellungen mit 332 Stunden.

Bei den turnusmäßigen Stichproben wurden 76 Programme im Umfang von 380 Stunden untersucht. Hier wurden insbesondere die hörerstarken Sendezeiten am Morgen (Primetime zwischen 05:00 – 10:00 Uhr) und am Nachmittag (Drivetime zwischen 15:00 – 19:00 Uhr) beobachtet und qualitativ bewertet sowie die Online-Aktivitäten der Programme.

Im Umfang von 332 Stunden wurden anlassbezogene Sonderbeobachtungen zu verschiedenen Fragestellungen und Recherchen bei lokalen Anbietern und einzelnen Spartenanbietern durchgeführt. Die beobachteten Sendestunden und Einzelbeiträge wurden teilweise nach quantitativen und teilweise qualitativen Kriterien untersucht.



892

2020 wurden insgesamt 892 Programmstunden untersucht.

Schwerpunkte im Jahr 2020 waren die Entwicklung der Werbeanteile (nationale/ lokale Werbung) während der Corona-Pandemie bei den lokalen Anbietern, Analysen zu lokalen Programminhalten sowie Bürgerbeschwerden zu Sendungen und Gewinnspielen. Des Weiteren wurden die Programme für die junge Zielgruppe hinsichtlich der Programmgestaltung und Lokalität untersucht. Weitere Programme wurden anlässlich von speziellen Fragestellungen (z.B. Programmgestaltung) qualitativ untersucht.

Auf der BLM Plattform „Mach Dein Radio“ haben interessierte Schulradio-gruppen, Podcaster und Bürgergruppen aus Bayern die Möglichkeit eigene Sendungen und Beiträge im Internet zu veröffentlichen. Hier wurden anlässlich des Relaunchs der Plattform Stichproben der Inhalte im Umfang von 180 Stunden durchgeführt.

Jugendschutz

Die Landeszentrale überprüft die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen auch im Hörfunk. Hauptsächlich geht sie Beschwerden von Hörerinnen und Hörern oder Hinweisen aus dem Hörfunkreferat der Landeszentrale nach. Im Jahr 2020 wurden mehrere Programminhalte geprüft. Von einem Anfangsverdacht auf einen Verstoß gegen den JMStV war dabei wie schon im Vorjahr nicht auszugehen.

Werbung

Gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 1 BayMG hat die BLM in den von ihr zugelassenen Programmen für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen des Medienstaatsvertrags zu sorgen. Dies erfüllt die Landeszentrale im Rahmen ihrer dauerhaften Programmbeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen Hörfunkanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden sowie im Rahmen von regelmäßigen Programmanalysen Werbung. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden.

Dabei hat die Landeszentrale bei insgesamt 62 im Jahr 2020 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. Dabei stellten Verstöße gegen das Trennungs- und Kennzeichnungsgebot mit 20 Fällen sowie Verstöße gegen die Sponsoringvorgaben mit 18 Fällen den Großteil der werberechtlichen Problemfälle dar.

62

Die Landeszentrale hat bei 62 im Jahr 2020 ausgestrahlten Sendungen/Programmteilen aufsichtsrechtliche Maßnahmen wegen des Verdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen eingeleitet.

Nähere Informationen finden Sie im Jugendschutzbericht 2020 der Landeszentrale



Fernsehen und Telemedien

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

Lokales/Regionales Fernsehen

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

14 lokale TV-Programme waren Ende 2020 in Bayern auf Sendung. Das vielfältige Programmangebot des lokalen Fernsehens wird erweitert durch neun TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme sind digital im Kabel, digital über Satelliten sowie über diverse IPTV-Angebote empfangbar. Zudem werden die lokalen TV-Programme im Programm von RTL in der Zeit von 18:00 bis 18:30 Uhr in den großen Kabelnetzten ausgestrahlt.

Weitere sieben Programme wurden 2020 ausschließlich in kleinen Kabelnetzen mit weniger als 10.000 angeschlossenen Haushalten lokal verbreitet. 15 lokale Fernsehprogramme sind nur über das Internet empfangbar.

Landesweites Fernsehen

Landesweit wurden zwei private Fernsehfenster, 17:30 SAT.1 Bayern im Programm von SAT.1 (Montag bis Samstag) und TV Bayern live (Samstag) im Programm von RTL, digital via Satellit und im Kabel sowie über DVB-T2 HD verbreitet. Zwei Spartenanbieter sind bei den landesweiten Fernsehfenstern genehmigt.

Landesweite Fernsehfensterprogramme

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

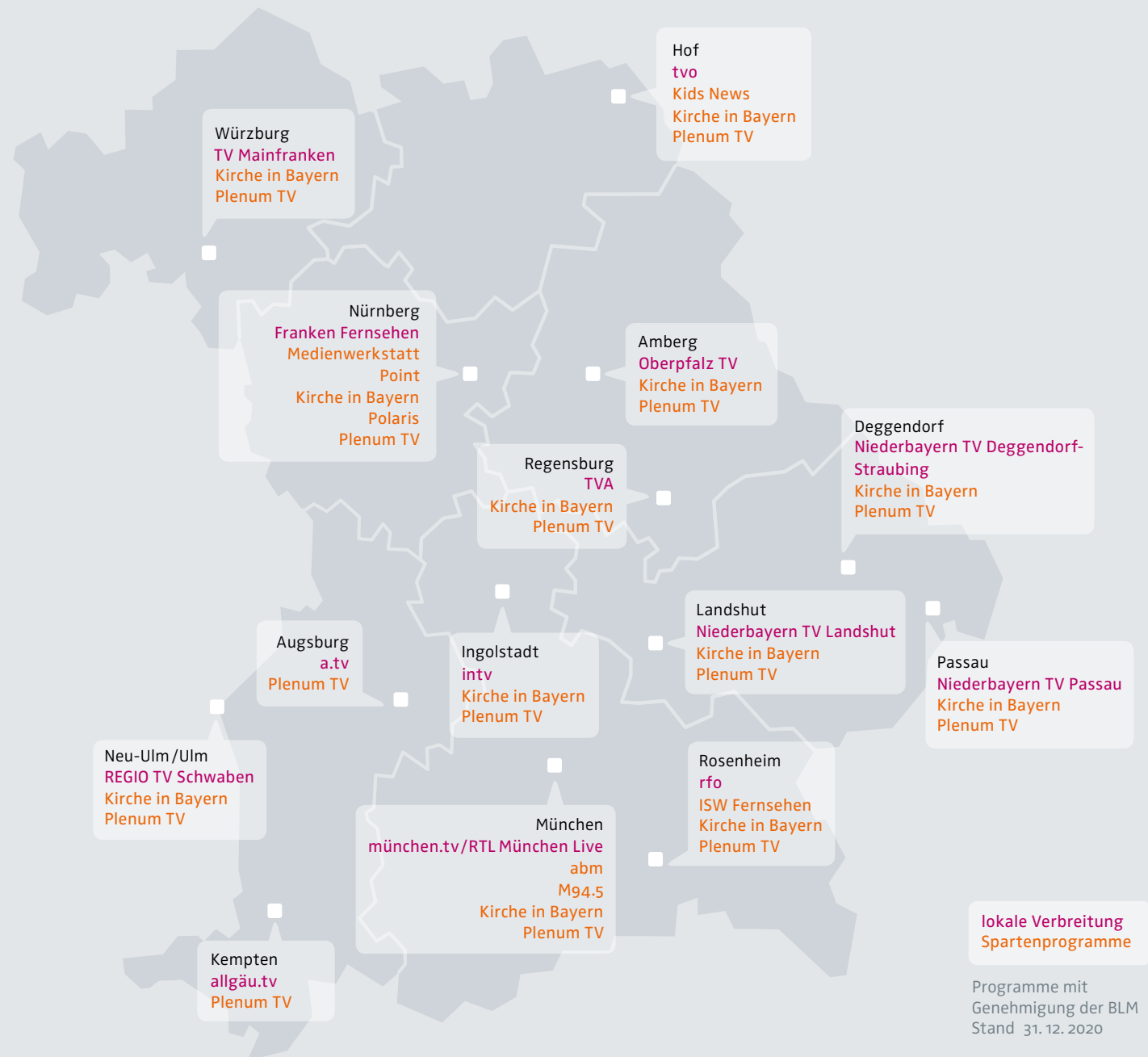
➔ Lokales Internet-TV

- AGAPE-Gemeinde Freilassing
(Südostoberbayern)
- allround.tv (Altötting)
- altötting-tv
- Evangelisch-Lutherischen Kirchen-
gemeinde Türkheim
- Freie evangelische Gemeinde
Herzogenaurach
- iTV Coburg
- ICF München
- inFranken (Oberfranken)
- Pfarrverband Maria Tading
(Erding/Ebersberg)
- Rhön-Grabfeld TV
- Mittelbayerischer Verlag (Regensburg)
- muehdorf-tv
- SW-N.TV Schweinfurt
- tvschool21 (Neustadt b. Coburg)
- Volkshochschule SüdOst
(Landkreis München)

Fernsehprogramme in kleinen BK-Netzen

- Frankenwald TV (Bad Steben)
- Infokanal Coburg/tvo
- Herzo TV (Herzogenaurach)
- Infokanal Ludwigstadt
- Airport TV (München)
- nec tv (Neustadt b. Coburg/Rödental)
- Antenne Trebgast

Lokale Fernsehangebote in Bayern



Bundesweites Fernsehen

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten Ende 2020 68 bundesweite Fernsehprogramme und fünf Teleshoppingsender. 17 Programme werden auf Grundlage einer Genehmigung der BLM über Satellit ausgestrahlt, richten sich aber an Zuschauer in anderen europäischen Ländern. Sechs Fernsehprogramme verfügten über eine Genehmigung der Landeszentrale, waren aber zu diesem Zeitpunkt nicht auf Sendung.

Bundesweite Genehmigungen

- ➔ amazing discoveries tv¹
- ➔ Animal Planet
- ➔ Anixe+
- ➔ BadmintonSport Television¹
- ➔ Boomerang
- ➔ Cartoon Network
- ➔ Der Aktionär TV¹
- ➔ Discovery Channel
- ➔ Donnerstag Abend (Gebetshaus Augsburg)¹
- ➔ eSPORTS1
- ➔ Eurosport1
- ➔ Eurosport2
- ➔ Eurosport 2 HD Xtra
- ➔ FCB.TV
- ➔ GoldStar TV
- ➔ Golf TV
- ➔ HGTV
- ➔ History
- ➔ Hyperraum.TV¹
- ➔ isarrunde/spreerrunde¹
- ➔ Joyn Primetime¹
- ➔ Junior
- ➔ Kabel Eins
- ➔ Latizón TV¹

- ➔ M94.5
- ➔ Motorvision TV
- ➔ MyTeam TV Basketball
- ➔ MyTeam TV Eishockey
- ➔ MyTeam TV Fußball
- ➔ N24 Doku
- ➔ ProSieben
- ➔ Romance TV
- ➔ sissorstream¹
- ➔ Sky One
- ➔ Sky Bundesliga
- ➔ Sky Cinema Family SD/HD
- ➔ Sky Cinema Best of SD/HD
- ➔ Sky.de
- ➔ Sky Event
- ➔ Sky Krimi
- ➔ Sky Sport 1–14
- ➔ Sky Sport News HD
- ➔ Sport1
- ➔ Sport1+
- ➔ Sport1 Livestream
- ➔ SPOX.com¹
- ➔ Tele 5
- ➔ TLC
- ➔ TNT Comedy
- ➔ TNT Film
- ➔ TNT Serie
- ➔ TSD-TV¹
- ➔ WELT
- ➔ Welt der Wunder
- ➔ WRC +¹

Pilotprojekte zur Erprobung von Ultra-HD-Sendungen

- HD-Plus
- Sky Ultra HD

Nicht auf Sendung

- 3D The Channel
- Best of Sport (Arbeitstitel)
- Quipp
- Sky 1+1
- Sky Arts
- Sky Fanzone

Teleshoppingsender

- ➔ 1-2-3.tv
- ➔ HSE
- ➔ HSE Extra
- ➔ HSE Trend
- Shop300

Auslandsgenehmigungen

- CI Netherlands
- CI Polsat
- Crime & Investigation EU
- eSportsONE¹
- History Belgium
- History Croatia
- History EU
- History Hungary
- History Netherlands
- History Poland
- History Romania
- History Sweden
- History2 EU
- History2 Hungary¹
- History2 Poland
- Lifetime Poland
- Motorvision HD

¹ Verbreitung nur über Internet
Stand 31.12.2020

Genehmigungen

Neugenehmigungen

■ TSD-TV

Der TSD GmbH wurde die Genehmigung zur bundesweiten Verbreitung des Fernsehprogramms TSD-TV (Televizija srpske djaspora = Fernsehen der serbischen Diaspora) erteilt. Das überwiegend serbisch-sprachige Angebot ist ein kulturelles und informatives Programm bestehend aus eigenproduzierten Nachrichtensendungen, eigenproduzierten und aus Serbien und Bosnien-Herzegowina zugeführten Magazinen, Bildungssendungen, Fernsehreportagen, Interviewformaten, Musiksendungen und Spielfilmen. Die Verbreitung erfolgt über das Internet.

Genehmigungen von Programmen für das europäische Ausland

■ eSportsONE

Der Sport1 GmbH wurde die Genehmigung für das Pay-TV-Programm eSportsONE erteilt, welches nicht für den Empfang in Deutschland, sondern ausschließlich in anderen EU-Mitgliedsländern sowie Norwegen, Schweiz und Türkei bestimmt ist. Im Programm werden ausschließlich eSports-Inhalte wie etwa eSports-Wettkämpfe oder eSports-Magazine gezeigt. Zurzeit erfolgt die Verbreitung des Programms in Skandinavien, Polen und Belgien über verschiedene Pay-TV Plattformen.

■ Genehmigungen in Folge des Brexit

Da Lizenzen der britischen Medienaufsichtsbehörde Ofcom nach dem Brexit nicht mehr ohne weiteres als Rechtsgrundlage für eine europäische Verbreitung dienen können, haben die Turner Broadcasting System Deutschland GmbH, die AETN UK Germany GmbH und die Discovery Communications Deutschland GmbH bei der Landeszentrale Zulassungen für die Verbreitung ihrer Programme beantragt. Diese Programme werden nicht in Deutschland, sondern in anderen EU-Mitgliedsstaaten verbreitet. Dennoch unterliegen die Anbieter deutscher Rechthoheit, da sie in Deutschland niedergelassen sind.

□ Turner Broadcasting

Der Turner Broadcasting System Deutschland GmbH wurde 2020 eine Genehmigung zur Verbreitung der Programme „TCM“ und „TNT“ in Spanien und des Programms „TOONAMI“ in Frankreich erteilt. Bereits 2019 hatten weitere Programme eine Genehmigung erhalten. Nach Rückgabe der bisherigen Ofcom-Zulassungen werden folgende Programme nun seit dem 1. Januar 2021 unter deutscher Rechthoheit verbreitet:

Anbieter: Turner Broadcasting System Deutschland GmbH

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

□ AETN UK

Die AETN UK Germany GmbH verbreitet bereits seit dem 1. Januar 2020 mehrere Fernsehprogramme unter deutscher Rechtshoheit. Ihr wurde 2020 zusätzlich die Genehmigung für das Programm History2 Hungary erteilt.

□ Discovery Communications

Die Discovery Communications Deutschland GmbH hatte 2019 von der Landeszentrale die Genehmigung für die Verbreitung einer Vielzahl ihrer Programme erhalten. Nach Rückgabe der Ofcom-Zulassungen werden nun folgende Programme seit 1. Januar 2021 mit Genehmigung der Landeszentrale verbreitet:

Anbieter: Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG

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

Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

■ German Car TV Programm GmbH

Die MV International GmbH hält sämtliche Anteile der German Car TV Programm GmbH.

Dr. Michael Rimbeck – zweitgrößter Gesellschafter der MV International GmbH – hat sämtliche von der Aya Beteiligungs GmbH und der Inberas GmbH gehaltenen Anteile erworben und seine Beteiligung zunächst von 8,61 auf 21,5 Prozent erhöht.

Im Rahmen einer weiteren Veränderung hat Dr. Rimbeck Anteile in Höhe von 4 Prozent an Paul Bauer-Schlichtegroll verkauft, der damit seine mittelbare Beteiligung von 77,5 auf 81,5 Prozent erhöhte. Zudem hält Paul Bauer-Schlichtegroll seine Anteile an der MV International GmbH nicht mehr über die M CCP Holding PTE Ltd., sondern inzwischen über die Cosmopolitan Property Schweiz AG.

Dr. Michael Rimbeck hält aktuell 17,5 Prozent, die übrigen Anteile halten Joachim Gussner und Gilles Bindels.

■ Studio 100 Media GmbH

Sämtliche Anteile der Studio 100 Media GmbH hält die niederländische Studio 100 NV. Hans Bourlon und Gert Verhulst hielten gemeinsam mittelbar 67,24 Prozent der Anteile an der Studio 100 NV. Die Übrigen Anteile hielt die BNP PARIBAS Fortis Private Equity Belgium NV.

Im Berichtszeitraum haben sich die Anteile von Hans Bourlon und Gert Verhulst auf 50,02 Prozent und die An-

teile der BNP PARIBAS Fortis Private Equity NV auf 24,99 Prozent reduziert. Darüber hinaus hat JONELINVEST NV 17 Prozent und 3d Skywalker 7,99 Prozent der Anteile erworben.

■ **Sport1 GmbH**

Die Sport1 GmbH ist eine mittelbare Tochtergesellschaft der Sport1 Medien AG (vormals: Constantin Medien AG). Hauptaktionärin der Sport1 Medien AG ist die Highlight Communications AG, welche im Berichtszeitraum ihre Beteiligung minimal auf insgesamt 94,71 Prozent erhöht hat. Die restlichen Anteile befinden sich im Streubesitz.

■ **Mediasports GmbH**

Bisher wurde das Angebot „spox.com“ von der Perform Media Deutschland GmbH verbreitet, einer Tochtergesellschaft der Perform Group PLC (nach Delisting nunmehr: Perform Group Limited). Deren größter Aktionär ist der von Len Blavatnik kontrollierte Access Industries Konzern. Dieser hat seine Beteiligung im Rahmen des Delisting auf insgesamt 82,49 Prozent erhöht. Darüber hinaus hat der japanische Werbekonzern Dentsu Inc. Anteile in Höhe von 9,18 Prozent erworben.

Zudem kam es zu internen Reorganisationen, in Folge dessen das Angebot nicht mehr von der Perform Media Deutschland GmbH, sondern der Mediasports Digital GmbH – einem weiteren Tochterunternehmen der Perform Group Limited – verbreitet wird.

■ **WELT, N24 Doku**

Sämtliche Anteile an der WeltN24 GmbH werden von der Axel Springer SE gehalten. An der Axel Springer SE ist der Finanzinvestor KKR – mittelbar über mehrere Tochtergesellschaften – mit 48,54 Prozent beteiligt und ist mithin der größte Aktionär. Im Berichtszeitraum hat der kanadische Pensionsfonds CPPIB seine Beteiligung an der KKR-Tochtergesellschaft Traviata I S.à.r.l. von 20,59 auf 25,8 Prozent erhöht.

Zudem hat Dr. h.c. Friede Springer einen nicht unerheblichen Teil der ihr zustehenden Anteile dem Vorstandsvorsitzenden Dr. Mathias Döpfner übertragen, sodass Frau Dr. h.c. Springer nunmehr unmittelbar und mittelbar insgesamt rund 23,5 Prozent der Anteile und Herrn Dr. Döpfner unmittelbar und mittelbar rund 22 Prozent der Anteile an der Axel Springer SE zustehen. Die Übrigen Anteile werden von den beiden Springer-Enkeln Axel Sven Springer und Ariane M. Springer gehalten.

■ **Tele 5**

Nachdem im Jahr 2019 der Finanzinvestor KKR die gesamte Tele München Gruppe übernommen hatte, hat KKR nun sämtliche Anteile an der TM-TV GmbH an die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG veräußert. Damit ist die TM-TV GmbH nunmehr eine mittelbare 100-prozentige Tochtergesellschaft der Discovery, Inc.

■ **Seven.One Entertainment Group GmbH; Joyn GmbH**

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist die Muttergesellschaft des Anbieters Seven. One Entertainment Group GmbH; zudem hält sie mittelbar 50 Prozent der Anteile an der Joyn GmbH, die restlichen Anteile hält mittelbar die Discovery, Inc.

Seit 2019 ist die Familie Berlusconi (Mediaset) an der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt. Im Berichtszeitraum hat Mediaset ihre Beteiligung auf insgesamt 8,94 Prozent erhöht. Zudem hat der tschechische Investor RUBY Equity Invest S.à.r.l. einen Anteil in Höhe von 10,01 Prozent an der ProSiebenSat.1 Media SE erworben. Auch der Finanzinvestor KKR ist 2020 wieder bei der ProSiebenSat.1 Media SE mit 6,61 Prozent eingestiegen; diese Anteile hat KKR jedoch Anfang 2021 nahezu vollständig wieder veräußert.

Im Berichtszeitraum fanden zudem Umfirmierungen der verschiedenen ProSiebenSat.1 Media SE Tochterunternehmen statt. Die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH wurde in Folge dessen zur Seven.One Entertainment Group GmbH umfirmiert.

Technische Verbreitung Fernsehen

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

In den Kabelanlagen des größten Kabelnetzbetreibers in Bayern, Vodafone Kabel Deutschland, wurden Ende 2020 über die eigenen Plattformen Kabel Digital bzw. Giga TV und Sky über 300 Fernseh- und mehr als 100 Hörfunkprogramme (öffentlich-rechtliche, private und fremdsprachige Programme) verbreitet. Die Zahl der HD-Programme nahm weiter zu, UHD-Kanäle werden seit 2019 angeboten. Die parallele Verbreitung in SD-Qualität wurde von einigen Programmen bereits eingestellt. Andere Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden ein zum Teil sehr unterschiedliches Angebot. Einige bedienen sich der Plattform M7, über die etwa 150 Programme (deutsch- und fremdsprachig) – viele davon in HD – verfügbar sind.

Über Satellit und Internet-Plattformen ist die Anzahl der empfangbaren Programme deutlich höher. Es bietet sich ein nahezu unbegrenztes Spektrum. Auch über Satellit werden einige Programme nur noch in HD- nicht mehr aber in SD-Qualität verbreitet.

In der terrestrischen Fernsehnorm DVB-T2 HD sind in den Empfangsgebieten München/Oberbayern, Nürnberg und Augsburg insgesamt 38 Programme hochauflösend in Full-HD mittels Antenne zu empfangen. Hierbei handelt es sich um 16 frei empfangbare öffentlich-rechtliche Programme und 24 private Programme auf der freenet TV-Plattform, davon 19 verschlüsselt und damit kostenpflichtig.



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

Programmebelegung DVB-T2 HD in München/Südbayern und Nürnberg

Über freenet TV kostenpflichtig empfangbar:

- RTL HD inkl. der jeweiligen lokalen und landesweiten Fernsehfenster (nicht in Augsburg)
- ProSieben HD
- SAT1 HD (inkl. landesweitem Fenster 17:30 SAT.1 Bayern)
- Vox HD
- RTLZWEI HD
- Super RTL HD
- ntv HD
- sixx HD
- 7maxx HD
- SAT.1 Gold HD
- RTL NITRO HD
- Kabel Eins HD
- DMAX HD
- Eurosport1 HD
- Sport1 HD
- Tele5 HD
- WELT HD
- Disney Channel HD
- nick HD

Über freenet TV zusätzlich frei empfangbar:

- 1.2.3 tv HD
- bibel.TV HD
- HSE24 HD
- QVC HD

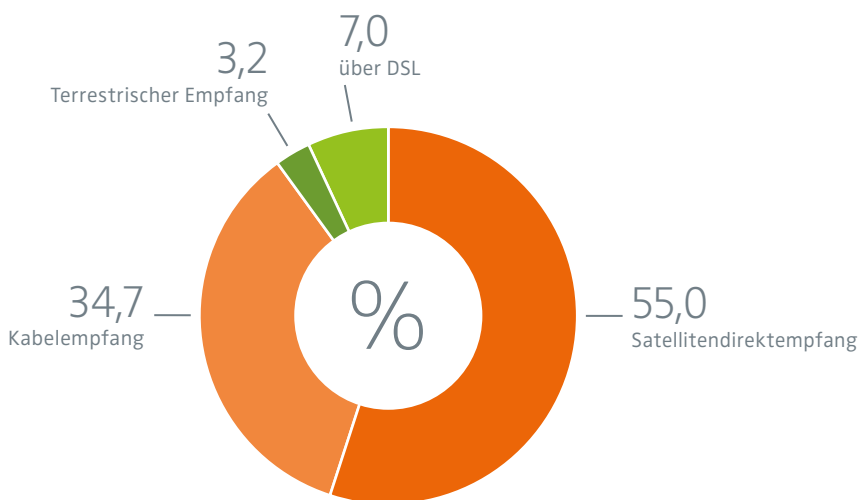
Frei empfangbare öffentlich-rechtliche Programme

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

Stand 31.12.2020

Etwas mehr als die Hälfte der Haushalte in Bayern empfängt die Fernsehprogramme direkt über Satellit, ein Drittel über Breitbandkabel. Terrestrisch wird von gut 3 Prozent und DSL von 7 Prozent der Haushalte genutzt.

Fernsehempfang in Bayern



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

Belegung der Kabelnetze

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

Im Regelfall ist der in digitaler Technik genutzte Teil von Kabelnetzen eine Medienplattform im rundfunkrechtlichen Sinne und unterliegt damit den für Medienplattformen geltenden Vorschriften der §§ 78 bis 90 MStV. Die nach den Plattformvorschriften zu beachtenden Belegungsregeln sind in § 81 MStV enthalten. Demnach hat der Kabelnetzbetreiber folgende Vorgaben zu beachten: Ein Drittel der eingesetzten Kapazität muss für die Verbreitung von öffentlich-rechtlichen Programmen einschließlich der Dritten Programme, der privaten bundesweiten Programme mit regionalen Fensterprogrammen und der regionalen und lokalen Fernsehprogramme zur Verfügung stehen. Innerhalb eines weiteren Drittels der Kapazität hat der Plattformanbieter über die Belegung unter Beachtung von Vielfaltsgesichtspunkten zu entscheiden. Hinsichtlich der darüber hinaus gehenden Kapazitäten ist der Kabelnetzbetreiber in seiner Belegungsentscheidung frei; zu beachten sind hierbei jedoch die allgemeinen Gesetze.

Fernsehnutzung

198 Min.

Sehdauer 2020 bei
Zuschauern ab 3 Jahre

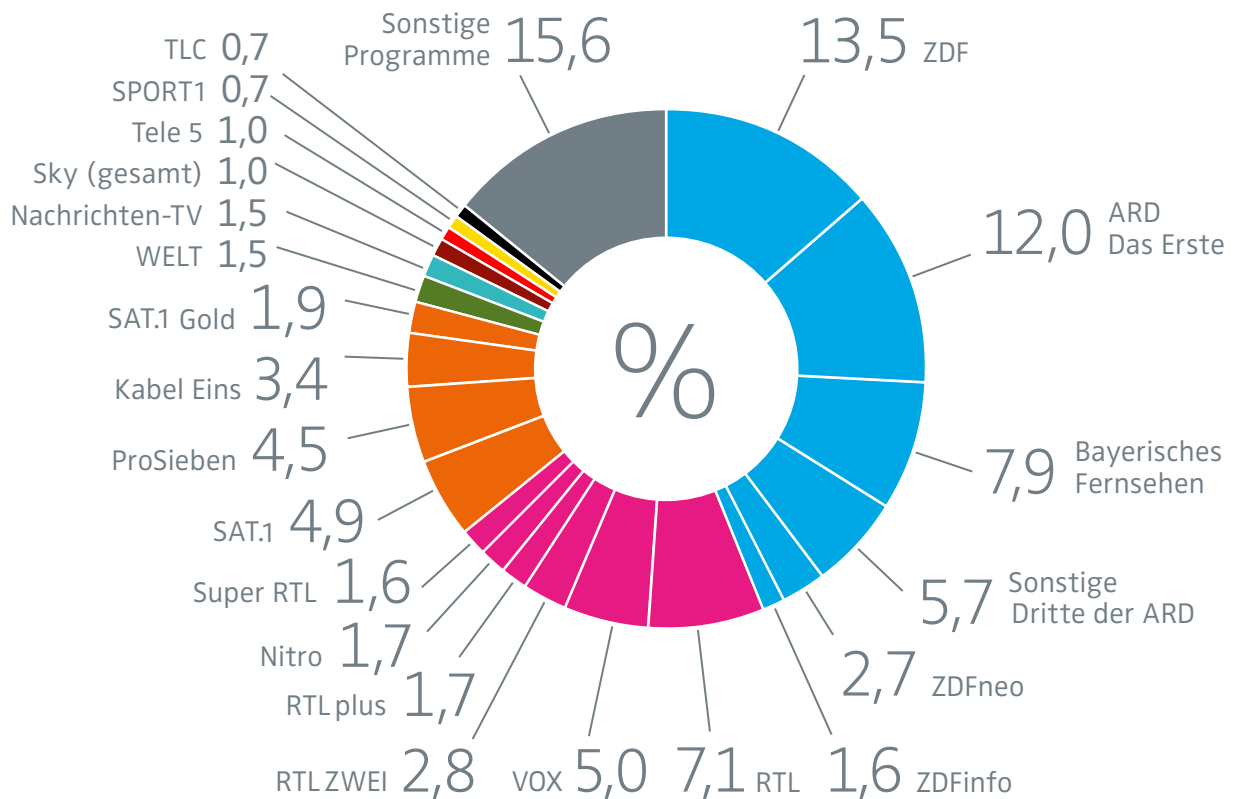
Ein gesteigertes Bedürfnis nach Information und Einordnung der Geschehnisse rund um COVID-19, aber auch nach Abwechslung und Ablenkung davon, hat im Jahr 2020 auch das Fernsehverhalten verändert: Gegen den Abwärtstrend der letzten Jahre zeigen Tagesreichweite und Sehdauer im Zuschauer- und Jahresdurchschnitt deutlich nach oben.

An einem durchschnittlichen Wochentag hat das Fernsehen im Jahr 2020 68,0 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in

bayerischen TV-Haushalten erreicht und damit etwas mehr als im Vorjahr (plus 3,0 Prozentpunkte). Die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern ist im Vergleich zum Vorjahr um 13 Minuten auf 198 Minuten pro Tag gestiegen. Dennoch wird in Bayern nach wie vor weniger ferngesehen als im Bundesdurchschnitt mit einer täglichen Fernsehreichweite von 69,3 Prozent und einer durchschnittlichen Sehdauer von 220 Minuten.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann im Corona-Jahr 2020 seine Domi-

Marktanteile nationaler TV-Programme in Bayern 2020



Basis: Personen ab 3 Jahre in Bayern, Montag bis Sonntag, Marktanteile in Prozent
 Programmdarstellung: > 1,5 % Marktanteil sowie Programme mit BLM-Zulassung mit Marktanteil > 0,5 %
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, Marktstandard: TV

↓
4,01 Mrd. Euro

—
- 8,8%


Mit 4,01 Mrd. Euro sind die Nettowerbeeinnahmen der Fernsehsender 2020 um 8,8 Prozent gesunken.

nanz im deutschen Fernsehmarkt verteidigen. Die dritten Fernsehprogramme der ARD mit zusammen 13,6 Prozent Marktanteil führen die Rangreihe vor dem ZDF mit einem Marktanteil von 13,5 Prozent in Bayern an. Auf das Bayerische Fernsehen entfallen dabei 7,9 Prozent. „Das Erste“ hat einen Marktanteil von 12,0 Prozent erreicht. Auf Platz vier und fünf im Marktanteils-Ranking folgen die privaten Programme RTL (7,1 Prozent) und VOX (5,0 Prozent). Dahinter reihen sich die Programme aus Unterföhring SAT.1 (4,9 Prozent) und ProSieben (4,5 Prozent) ein. Platz acht und neun haben Kabel Eins (3,4 Prozent) und RTL ZWEI (2,8 Prozent) beansprucht. Darauf folgt ZDFneo mit 2,7 Prozent Marktanteil vor SAT.1 Gold (1,9 Prozent), RTLplus (1,7 Prozent), NITRO (1,7 Prozent) sowie ZDFinfo und SUPER RTL mit einem Marktanteil von jeweils 1,6 Prozent.

Das gestiegene Informationsbedürfnis in der Gesellschaft spiegelt sich auch bei den Marktanteilen von Nachrichtenprogrammen wider. Den privaten Programmen WELT und Nachrichten-TV (n-tv) ist es gelungen, ihre Marktanteile von 1,3 bzw. 1,2 Prozent auf jeweils 1,5 Prozent auszubauen.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen teilen sich RTL und ProSieben mit einem Marktanteil von jeweils 10,4 Prozent in Bayern den ersten Platz. Es folgen VOX (7,9 Prozent) und „Das Erste“ (7,4 Prozent) vor SAT.1 mit 7,1 Prozent.

Entwicklung der Werbeumsätze

Die  **Nettowerbeeinnahmen** des werbefinanzierten Fernsehens belaufen sich laut aktueller Zahlen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für das Jahr 2020 auf insgesamt 4,01 Milliarden Euro. Das ist ein Minus von 8,8 Prozent zum Vorjahr, was vor allem dem pandemiebedingten Einbruch der Wirtschaftsleistung im vergangenen Jahr geschuldet ist. Die Werbeumsätze der Medien insgesamt sind um 5 Prozent im Vergleich zu 2019 zurückgegangen. Lediglich die digitale Werbung konnte positive Wachstumszahlen verzeichnen. Hauptprofiteure waren vor allem die Megaplattformen.

Nachdem vom ZAW keine Daten zu den Nettowerbeeinnahmen der einzelnen bundesweiten Fernsehanbieter veröffentlicht werden, beruht die folgende Darstellung auf den von der Nielsen Media Research GmbH ermittelten Bruttowerbeeinnahmen der Fernsehsender. Von den privaten Anbietern nationaler werbefinanzierter Fernsehprogramme mit Sitz in Bayern konnte TLC als eine der wenigen Markt-Ausnahmen mit einer Steigerung von 13,6 Prozent (bei 21,2 Mio. Euro) den größten Zuwachs verbuchen. Die Fernsehprogramme SAT.1 Gold (Minus 0,7 Prozent oder 1,3 Mio. Euro) und Teles (Minus 0,7 Prozent oder 2 Mio. Euro) konnten trotz Covid-19-Pandemie ihre Umsätze nahezu stabil halten.

Mit einem negativen Wachstum schlossen die Programme Sky Sport (minus 13 Prozent oder 52,7 Mio. Euro), Kabel eins (Minus 8,4 Prozent oder 98,2 Mio. Euro) und Disney Channel (Minus 9,1 Prozent oder 20,1 Mio. Euro) ab.

Brutto-Umsätze des Werbefernsehens 2019–2020

Werbeträger	2020 in Mio. Euro	2019 in Mio. Euro	Veränderung in %
RTL Television	3.119,7	3.061,2	1,9
ProSieben	2.337,9	2.403,8	- 2,7
SAT.1	1.959,4	2.052,4	- 4,5
VOX	1.535,0	1.487,8	3,2
Kabel eins	1.068,9	1.167,1	- 8,4
RTL ZWEI	1.052,1	1.101,8	- 4,5
DMAX	409,1	418,5	- 2,3
Sport1	372,1	360,3	3,3
Sky Sport	354,6	407,3	- 13,0
Super RTL	329,5	355,0	- 7,2
Tele5	308,1	310,1	- 0,7
ARD Das Erste	299,0	298,6	0,1
SIXX	276,8	285,8	- 3,1
ZDF	271,4	281,3	- 3,5
Welt	242,5	232,1	4,5
Sky Partnersender	238,6	266,2	- 10,4
Nitro	231,6	213,4	8,5
ProSieben MAXX	216,7	225,1	- 3,7
Disney Channel	200,5	220,6	- 9,1
SAT.1 Gold	175,6	176,9	- 0,7
Comedy Central	171,8	190,4	- 9,7
TLC	176,8	155,6	13,6
N-TV	149,3	148,4	0,6
RTL Plus	116,0	89,0	30,4
HGTV	66,4	28,8	130,5
Servus TV	63,8	57,0	12,0
MTV	58,6	60,9	- 3,8
Kabel eins Doku	56,1	47,2	18,9
Eurosport National	51,7	58,6	- 11,7
Sky Entertainment	43,3	52,1	- 16,9
Nickelodeon	38,2	50,4	- 24,2
TV Gesamt	16.009,4	16.306,4	- 1,8

Quellen: Nielsen (bereinigter Werbetrend; Stand: Januar 2021), Media Perspektiven 3/2021

Genehmigungen

Die von der Landeszentrale erteilten rundfunkrechtlichen Genehmigungen sind seit 1. September 2016 von Gesetzes wegen unbefristet. Die Zuweisungen von Übertragungskapazitäten sind weiterhin befristet zu erteilen. Im Jahr 2020 musste keine Zuweisung einer Übertragungskapazität erteilt oder verlängert werden.

Lokales Internet-TV

Eine Genehmigung zur Verbreitung eines lokalen/regionalen Programmangebots mit christlich-religiösen Themen über das Internet erhielten im Jahr 2020 die folgenden Anbieter:

- ICF München e.V. (International Christian Fellowship) für den örtlichen Bereich München
- AGAPE-Gemeinde Freilassing e.V. für den örtlichen Bereich Südostoberbayern
- Pfarrverband Maria Tading der Katholischen Pfarrkirchen-Stiftung Mariae Himmelfahrt Forstern-Tading für den örtlichen Bereich Erding/Ebersberg
- Evangelisch-Lutherische Kirchengemeinde Türkheim, Körperschaft des öffentlichen Rechts, für den örtlichen Bereich Türkheim
- Freie evangelische Gemeinde Herzogenaurach im Bund Freier evangelischer Gemeinden, Körperschaft des öffentlichen Rechts, für den örtlichen Bereich Süd-Herzogenaurach

Eine Genehmigung für lokales Internet-TV erhielten außerdem:

- Mittelbayerischer Verlag KG für ein lokales /regionales Programmangebot mit inhaltlichem Schwerpunkt auf den örtlichen Bereich Regensburg
- inFranken GmbH & Co. KG, eine 100%ige Tochtergesellschaft der Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG, für die Verbreitung eines im Schwerpunkt auf den örtlichen Bereich Oberfranken bezogenen Fernsehangebots
- Volkshochschule SüdOst im Landkreis München gGmbH für die Verbreitung eines Programmangebots bestehend aus Präsenz- und Online-Veranstaltungen, die im Zusammenhang mit den Aufgaben als Volkshochschule entstehen

Anzeigeverfahren während der Corona-Pandemie

Zur Ermöglichung der Übertragung von kulturellen oder religiösen Veranstaltungen sowie Bildungsangeboten während der Zeit der pandemiebedingten Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen haben sich die Landesmedienanstalten auf ein vereinfachtes Anzeigeverfahren geeinigt. Danach mussten entsprechende Internetangebote lediglich mittels eines Online-Formulars angezeigt werden. Diese Regelung, die im Frühjahr 2020 eingeführt wurde, galt bis zum Jahresende. Wer die Anzeige ausfüllte und losgeschickt hat, konnte sofort mit der Übertragung beginnen. Kosten wurden hierfür nicht erhoben. Bei der Landeszentrale wurden auf diese Weise ca. 160 Angebote angezeigt.

Technische Verbreitung

Lokale Fernsehangebote

Die lokalen und regionalen bayerischen Fernsehprogramme werden in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet über Kabel (digital in SD und HD), Satellit (DVB-S in HD) und IPTV (Magenta TV, nur SD) ausgestrahlt. Dazu wird die vor einigen Jahren aufgebaute Infrastruktur genutzt, mit der die über IP-basierte Leitungen gesammelten Programme an die Netzbetreiber Vodafone Kabel Deutschland, M-net und Deutsche Telekom sowie an den Satellitenbetreiber SES Astra übergeben werden. Im TV-Playout der Bayerischen Medientechnik GmbH werden für die verschiedenen Verbreitungswege die jeweils benötigten Programmsignale zusammengestellt und mit zusätzlichen Funktionalitäten (z. B. HbbTV) und der Bereitstellung von SI-Daten für den Elektronischen Programmführer (EPG) aufbereitet. Im Jahr 2020 wurde eine Redundanz für die Programmzuführung aus den Studios zum TV-Playout auf Basis einer Internetprotokoll-Technologie aufgebaut werden.

■ Kabel

Ein wichtiger Verbreitungsweg für lokale/regionale Programme war auch im Jahr 2020 das Breitbandkabel. Alle bayerischen Kabelhaushalte von Vodafone Kabel Deutschland sind in der Lage, ein lokales Fernsehprogramm digital in SD und HD zu empfangen. Auch bei den anderen Kabelnetzbetreibern werden lokale/regionale Programme digital verbreitet. Ebenso werden die lokalen RTL-Fenster digital in die Kabelnetze von Vodafone Kabel Deutschland und PÿUR eingespeist.

■ DVB-S

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

■ IPTV

Alle bayerischen Lokal-TV-Programme können über das IPTV-Angebot Magenta TV der Deutschen Telekom empfangen werden. Gut auffindbar sind die Programme durch ein lokales TV-Portal auf dem EPG-Platz 20, von wo aus zu den einzelnen Programmen navigiert werden kann. Die Ausstrahlung erfolgt bislang nur in SD-Qualität.

Auch bei einer Vielzahl weiterer, regionaler IPTV-Anbieter werden die lokalen TV-Programme, meist in HD-Qualität, verbreitet.

■ DVB-T2HD

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

■ Hybrides Fernsehen

Moderne Smart-TV- oder Connected-TV-Geräte verknüpfen die klassische Rundfunkwelt mit Internet-Applikationen. Der Standard HbbTV dient dabei auch den bayerischen Lokalfernseangeboten als geräteunabhängige Basis, die den Zugriff auf die Internetangebote und Mediatheken ermöglicht.

Das Lokal-TV-Portal ist eine über Satellit verbreitete mehrstufige, interaktive Anwendung mit dem Ziel, die Auffindbarkeit lokaler Fernsehangebote (Satellit und Internet) in ganz Deutschland zu erleichtern. Hierbei werden Satellitenhaushalte mittels umlaufender Standbilder über die lokalen TV-Angebote via ASTRA informiert. Mit HbbTV geeigneten Empfängern kann, sofern verfügbar, auf die lokalen Programme via Satellit, in jedem Fall jedoch auf deren Internetstream umgeschaltet werden. Sofern ein HbbTV-Gerät mit dem Internet verbunden ist, wird der Zugriff auf weitere Lokal-TV-Programme ermöglicht, die nur im Internet senden. Dieser Zugriff erfolgt menügeführt über die „Red-Button-Funktion“ der Fernbedienung. Über den „Red Button“ kann

zudem auf Mediatheken der Lokal-TV-Kanäle zugegriffen werden.

Auch in vielen DVB-T2-Verbreitungsgebieten kann auf das Lokal-TV-Portal via Internet zugegriffen werden. Hier erscheint in der Programmliste der Programmname „Lokal-TV (connect)“. Über das Lokal-TV-Portal können lokale Angebote aus Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Rheinland-Pfalz und Berlin/Brandenburg aufgerufen werden.

■ Fernsehen für alle

Das Projekt „Fernsehen für alle – voll inklusiv mit HbbTV“ ermöglicht einen barrierefreien Zugang zu bayerischen Fernsehinhalten für Menschen mit Seh- oder Hörbeeinträchtigung. Eine HbbTV-Mediathek bietet Inhalte mit Gebärdendolmetscher (VR-Brille), Audiobeschreibung und Untertitelung (inkl. „leichter Sprache“). Das von der BLM aus Mitteln des Art. 23 BayMG geförderte Projekt wurde auf dem internationalen HbbTV-Symposium Ende November 2019 in Athen ausgezeichnet. Eine Weiterentwicklung des Projekts ist in Planung.

■ Digitale Plattformen und Streaming

Die Streaming-Angebote der bayerischen Lokal-TV-Anbieter werden seit 2019 konzeptionell und finanziell im Rahmen der Art. 23 Förderung unterstützt. Dadurch konnte die Gestaltung und technische Funktionalität stark verbessert werden.

Die Landeszentrale hat zudem die Entwicklung von zwei Apps initiiert und gefördert. Im Jahr 2020 wurde ein

App-Prototyp (iOS und Android) entwickelt, der den Zugriff auf bayerische Lokal-TV-Angebote auf mobilen Endgeräten (Smartphone und Tablets) verbessert. Ein zweiter App-Prototyp, der die Verbreitung des Streaming-Angebotes und der Mediatheken auf digitalen Endgeräte-Plattformen (z.B. amazon video, apple tv, Samsung, u.a.) ermöglicht, wird den Lokal-TV-Anbietern im ersten Halbjahr 2021 zur Verfügung stehen.

Ende 2019 startete TV Bayern Regional auf waipu.tv, einer internetbasierten digitalen Plattform. Dieses Programm steht dort als quasi-linearer Stream geolokalisiert je nach Standort des Zuschauers mit der aus der Region verfügbaren lokalen Nachrichtensendung zur Verfügung. 2020 konnten Optimierungen für eine komfortablere Nutzung durchgeführt werden. Auch auf der digitalen Plattform Zattoo werden die Satellitensignale der lokalen Programme aus München, Augsburg und Nürnberg seit Sommer 2020 im Rahmen eines Pilotprojektes verbreitet.

Die Streaming-Angebote aller bayerischen Lokal-TV- und Lokal-Hörfunk-Angebote werden vom BLM-Zentralserver fortlaufend geprüft und auftretende Ausfälle angezeigt.

Bayerische Fernsehfenster

Neben den lokalen Fernsehfenstern in RTL werden auch landesweite Fernsehfenster in RTL (Samstag 17:45 bis 18:45 Uhr) und SAT.1 (Montag bis Freitag 17:30 bis 18:00 Uhr und Samstag 17:00 bis 18:00 Uhr) digital im Kabelangebot von Vodafone Kabel Deutschland verbreitet.

Die Fernsehfenster in RTL werden über DVB-T2 in München/Südbayern und Nürnberg verbreitet. Das landesweite RTL-Wochenendfenster „TV Bayern live“ ist via Satellit in SD-Qualität (Kennung: RTL Bayern) sowie seit Mitte 2020 über TV Now, eine VoD-Plattform der RTL-Mediengruppe, zu empfangen.

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

Lokal-TV-Programme in Bayern

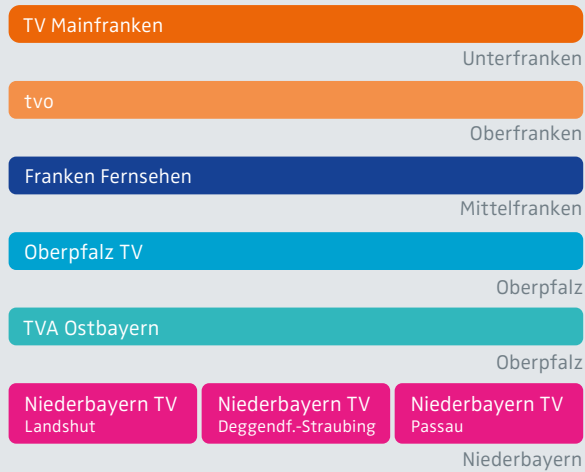
Satellitenverbreitung

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

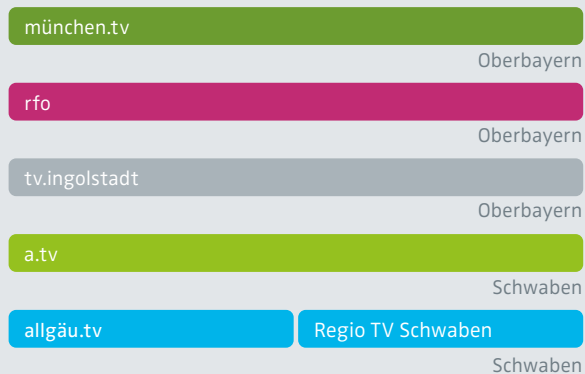
Wichtige Transponderdaten:

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

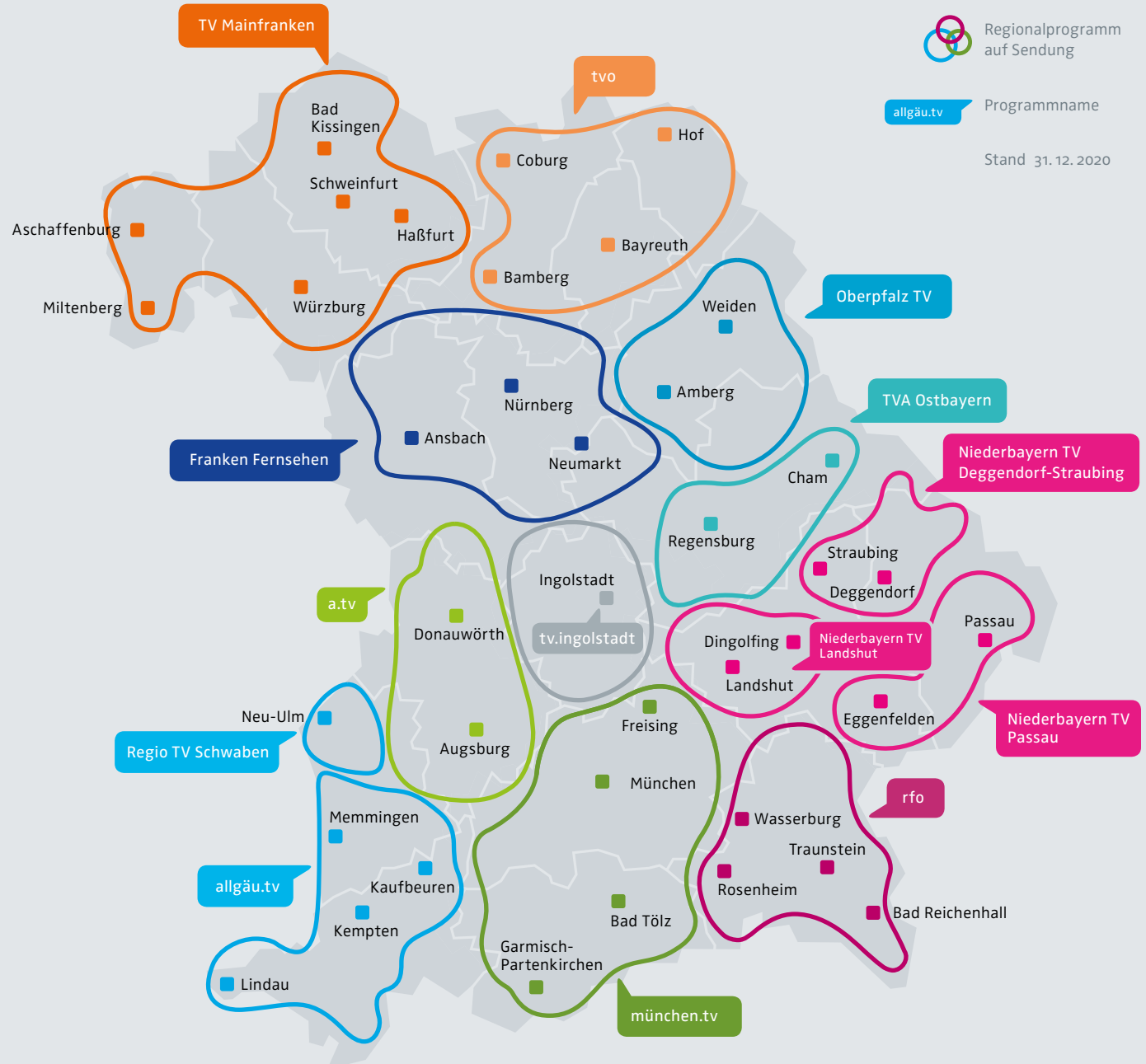
Transponder 1.049 | Astra 1KR 10.714 MHz



Transponder 1.023 | Astra 1L 11.552 MHz




Kabelverbreitungsgebiete



Fernsehnutzung

Die üblicherweise parallel zur Erhebung der Funkanalyse Hörfunk im Frühjahr stattfindende Fernseherhebung war in Abstimmung mit den Anbietern der bayerischen Lokal-TV-Programme und 17:30 SAT.1 Bayern im Jahr 2019 auf das vierte Quartal (14.10.–15.12.2019) verschoben worden. Grund der Verschiebung waren laufende und vorausgegangene Änderungen hinsichtlich der Verbreitung der bayerischen Lokal-TV-Programme, nämlich die Vollendung des analogen Switch-Offs der Kabelverbreitung bis Ende des Jahres und die Einstellung der SD-Ausstrahlung der bayerischen Lokal-TV-Programme über Satellit zum 1. April 2018.

Aufgrund der Ende 2019 in die Wege geleiteten Neuorganisation der Funkanalyse Bayern Fernsehen gab es im Jahr 2020 keine Datenerhebung. Voraussichtlich im Winter 2021/2022 wird die nächste Datenerhebung stattfinden und als Funkanalyse Fernsehen 2022 veröffentlicht werden.

Damit sind die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2019 Fernsehen die derzeit aktuell vorliegenden Daten. Diese wurden bereits im Geschäftsbericht 2019 dargestellt. Die Ergebnisse sind zudem im Internet unter  www.funkanalyse-bayern.info abrufbar.

Wirtschaftliche Lage

Medienwirtschaftliche Informationen über die klassischen Hörfunk- und TV-Anbieter in Bayern und Deutschland sind vor dem Hintergrund der digitalen Transformation und pandemiebedingter wirtschaftlicher Risiken wichtiger denn je.

Mit dem Bedeutungszuwachs geht ein hohes Qualitätsbewusstsein einher. Aktuell entwickelt die BLM für ihre Bewertungsanlässe geeignete Kennzahlensysteme. Aufbauend auf diesen Ergebnissen beginnt im Anschluss u. a. die Planung für eine neue Marktbefragung zur wirtschaftlichen Lage der Rundfunkanbieter in Bayern. Ziel ist es, Marktinteressierten und den Marktteilnehmenden selbst die bekannten Basisinformationen (vgl. Studienreihe  **Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Bayern**) sowie relevante zusätzliche Insights zur Verfügung zu stellen. Für das Jahr 2020 wurde von der Landeszentrale aufgrund der Umstellung keine Erhebung zur wirtschaftlichen Lage der Anbieter durchgeführt.

Die Programmverantwortung und -aufsicht der BLM umfasst alle von ihr genehmigten lokalen, landesweiten und bundesweiten Fernsehprogramme. Im Rahmen der Programmebeobachtung wird die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Satzungen überprüft.

Programmebeobachtung

Betraute Programme und landesweite Fenster

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

Es werden für die Beobachtung Stichproben des Lokalprogramms im Umfang von meist einer Woche untersucht und auf Basis des BLM-TV-Codebuchs analysiert. Bei insgesamt 14 genehmigten lokalen Programmen bedeutet das einen Beobachtungsumfang von insgesamt 70 Ausgaben der täglichen

Nachrichtenmagazine (2.100 Minuten) sowie für das Jahr 2020 weitere rund 100 Special-Interest-Sendungen (ca. 2.000 Minuten). Da im Jahr 2020 keine Funkanalyse Fernsehen in Bayern durchgeführt wurde, konnte der Stichprobenzeitraum frei gewählt werden und fiel auf eine Woche im September.

Von den beiden landesweiten Fenstern auf RTL und SAT.1 am Wochenende wurden, wie jedes Jahr, vier Ausgaben beobachtet (zusammen 480 Minuten). Außerdem wurden von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mehrere Sendungen qualitativ beobachtet (ca. 1.125 Minuten).

Besondere Veranlassung und qualitative Beobachtung

Bei der rein qualitativen Beobachtung der genehmigten Fernsehprogramme werden Formate analysiert und ihre handwerkliche sowie inhaltliche Qualität beurteilt. Dazu zählten im Jahr 2020 vier neue Special-Interest-Formate bei den bestehenden Lokal-TV-Programmen, sechs Sondersendungen sowie einige mögli-

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

cherweise problematische Formate (ca. 675 Minuten). Überdies wurde insgesamt 28 eingegangenen Programmbeschwerden vor allem in bundesweiten Fernsehgebieten nachgegangen.

**Sonderbeobachtung:
Livestreaming, Corona-Berichterstattung im Lokalfernsehen**

2020 mussten deutlich weniger Sendezeiten (ca. 400 Minuten) verschiedener Livestreamingangebote beobachtet werden, was auch an den neuen Regelungen zur Zulassung im neuen Medienstaatsvertrag liegt.

Der Umfang der Berichterstattung zur Kommunalwahl 2020 in den 14 betrauten Lokalfernsehprogrammen wurde für die Zeiträume vier Wochen vor der Wahl, am Wahltag selbst und zwei Wochen bis zum Stichwahltag anhand der eingereichten Programmänderungsanträge analysiert.

Um den Einfluss der Corona-Pandemie auf die Programmgestaltung der lokalen TV-Anbieter in Bayern zu untersuchen, wurden für eine Sonderbeobachtung im Zeitraum von März bis April 2020 sowohl die Anträge auf Programmänderungen der Lokalfernsehanbieter als auch die übermittelten Sendeprotokolle ausgewertet. Darüber hinaus fand eine umfangreiche qualitative Programmebeobachtung statt. In den beiden untersuchten Monaten wurden in den 14 bayerischen Lokal-TV-Programmen zusammen über 8.800 Minuten Corona-Berichterstattungen oder coronabedingte Ersatzprogramme ausgestrahlt (ohne Gottesdienste und Pressekonferenzen). Knapp

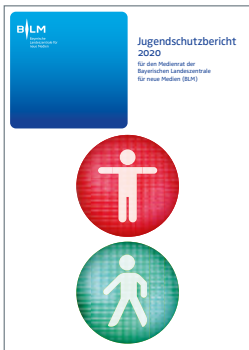
die Hälfte davon, nämlich mindestens 4.200 Minuten liefen allein in den 14 Nachrichtenmagazinen. Der Großteil der coronabedingten Programmänderungen bestand aus Live-Übertragung von Gottesdiensten, die Zuschauerinnen und Zuschauern trotz Ausgangsbeschränkung die Teilnahme an einem Gottesdienst ermöglichten. In Sondersendungen wurden beispielsweise die Folgen für die lokale Gastronomie, den örtlichen Einzelhandel oder Gesundheitsfragen weiter vertieft, Sport für Zuhause oder Konzertschnitte als Kulturersatzprogramme angeboten.

Alles im allem kann die Corona-Berichterstattung der Lokalprogramme als sehr umfassend und informativ, gleichzeitig abwechslungsreich und zuschauerorientiert bewertet werden. Die äußeren Umstände haben sich nicht sichtbar negativ auf die technische Umsetzung ausgewirkt, sodass die Lokalprogramm-anbieter ihrer Aufgabe der Versorgung der bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen auch und ganz besonders in der Corona-Krise sehr gut nachgekommen sind.

Der Einfluss der Corona-Pandemie auf die Programmgestaltung wurde auf Basis einer Sonderbeobachtung untersucht.

Jugendschutz

Nähere Informationen bietet der Jugendschutzbericht 2020 der Landeszentrale



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

Die BLM ist zudem Anlaufstelle und Ansprechpartnerin für Beschwerden und Anfragen von Bürgerinnen und Bürgern sowie Institutionen zu Medieninhalten. Beschwerden und Hinweise aus der Bevölkerung stellen dabei eine wichtige Grundlage für die Jugendschutzarbeit der BLM dar: für Programmebeobachtung, präventive Tätigkeit, Prüf- und Aufsichtsverfahren. Die BLM geht jeder Beschwerde und jedem Hinweis nach und prüft den Sachverhalt, auch wenn nicht in jedem Einzelfall gesetzliche Bestimmungen verletzt sind, und informiert die Beschwerdeführer über das Ergebnis der Überprüfung. Insgesamt erreichten die BLM im Jahr 2020 rund 180 Beschwerden zu Jugendschutzthemen in Telemedieninhalten und Rundfunk.

Aufsicht über Fernsehangebote

Die Landeszentrale nimmt im Zuge ihrer Programmebeobachtung Fernsehen unter Jugendschutzgesichtspunkten hauptsächlich Spielfilme und Serien in den Blick, aber auch alle anderen Programmelemente wie etwa Magazinbeiträge, Werbespots, Trailer, sowie jugendschutzrelevante Sportsendungen. Sie überprüft die von ihr zugelassenen bundesweiten,

sowie lokalen Anbieter, unter anderem ProSieben, Kabel Eins, TLC, münchen.tv, Sport1, Tele 5, WELT, HSE24 und ANIXE, die digitalen Programme von Sky, TNT Film, TNT Serie, TNT Comedy, Discovery Channel sowie History.

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

Das Hauptaugenmerk in der Programmebeobachtung liegt jedoch auf der Sichtung bereits ausgestrahlter Sendungen: zu vielen Spielfilmen oder Serienepisoden existieren meist mehrere Freigabeentscheidungen zu unterschiedlichen Schnittfassungen. Die Landeszentrale prüft im Nachgang der Ausstrahlung, ob die jeweiligen Sendungen korrekt platziert worden sind. Oft ist hier ein aufwendiger Abgleich der Schnittauflagen vorzunehmen. Diese sind meist Voraussetzung für eine herabgestufte FSK-Kennzeichnung bzw. für eine Ausnahmegenehmigung und bieten den Anbietern die Möglichkeit, Filme bzw. Serienfolgen vor der für die originäre Altersfreigabe zulässigen Sendezeit auszustrahlen. Im Falle der digitalen Anbieter Sky, TNT Film, TNT Serie, TNT Comedy, Discovery Channel und History erfolgt neben der inhaltlichen Überprüfung des Programms die Kontrolle der Jugendschutzvorsperre. Grund hierfür sind Ausnahmeregelungen

27

Die Landeszentrale hat bei 27 ursprünglich indizierten Filmen überprüft, ob die für eine Ausnahme-erteilung erteilten Schnittaufgaben erfüllt und die Filme zeitlich korrekt platziert wurden.

für digitale Anbieter, die – alternativ zu den Sendezeitgrenzen – über eine Jugendschutzvorsperre verfügen.

Im Jahr 2020 wurden insgesamt 27 verschiedene Spielfilme mit insgesamt 78 Ausstrahlungsterminen, deren ursprüngliche Fassungen von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert worden waren, daraufhin überprüft, ob sie in einer für das Fernsehen zulässigen Fassung ausgestrahlt wurden.

■ **Prüfzahlen Fernsehen**

Im Jahr 2020 wurden die Verfahren zu sechs bundesweiten Rundfunkfällen (Fernsehen) aus dem Zuständigkeitsbereich der Landeszentrale nach vorangegangener Entscheidung durch die KJM abgeschlossen.

In drei Fällen lag ein Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV vor: Dies betraf einen Trailer sowie zwei Reportagen. Die Landeszentrale beanstandete die Ausstrahlung der betreffenden Sendungen.

In den übrigen drei Fällen stellte die Landeszentrale die jeweiligen Verfahren nach KJM-Entscheidung ein: Hierbei handelte es sich um einen Spielfilm sowie zwei Trailer.

Aufsicht Telemedien

Die Landeszentrale ist im Jugendschutz zuständig für alle Inhalte von Internetanbietern mit Sitz in Bayern. Dazu zählen Angebote großer Anbieter, wie die Online-Mediatheken bundesweiter Fernsehsender, rundfunkrechtliche Plattformen wie Joyn oder verschiedene Angebote

von Sky. Dazu gehören aber auch sämtliche Internetseiten von kleinen Unternehmen oder Einzelpersonen aus Bayern.

■ **Prüfzahlen Telemedien**

Die Landeszentrale bearbeitete im Jahr 2020 im Bereich Telemedien rund 200 Vorgänge. Dazu gehörten Beschwerden und Anfragen von Bürgerinnen und Bürgern oder Institutionen, Präventions- und Beratungsangebote an Anbieter und Aufsichtsfälle. Inhaltliche Schwerpunkte waren insbesondere Pornografie und Sexualdarstellungen sowie Inhalte im Kontext von Rechtsextremismus und Antisemitismus, Konsum von Alkohol und Drogen, Gewaltdarstellungen, indizierte Inhalte, Onlinespiele und Medical-Formate.

In neun Telemedien-Fällen leitete die BLM im Jahr 2020 aufgrund des Verdachts auf Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV Aufsichtsverfahren ein. Ein Verfahren wurde abgeschlossen und an die KJM zur abschließenden Entscheidung übermittelt. Die anderen Fälle sind noch in Bearbeitung.

In allen Fällen waren unzulässige Inhalte aufgefallen. Überwiegend ging es dabei um Pornografie. Teilweise waren zusätzlich Verlinkungen auf indizierte Angebote sowie entwicklungsbeeinträchtigende Sexualdarstellungen für unter 18-Jährige vorhanden. In einem Fall wurde vorläufig ein Verstoß wegen der Verbreitung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen festgestellt.

Da jeweils der Verdacht auf Straftatbestände vorliegt, sind weitgehend noch die Rückmeldungen der zuständigen Staatsanwaltschaften abzuwarten, bevor die Landeszentrale ihre medienrechtlichen Verfahren führen kann.

Vorgehen gegen ausländische Anbieter

Nach dem Geltungsbereich des JMStV, für dessen Einhaltung die Landesmedienanstalten zuständig sind, stehen zuerst Anbieter, die ihren Sitz in Deutschland haben, im Fokus der Beobachtung und Aufsichtstätigkeit. Neben den Inhalte-Anbietern können aber auch Anbieter von Speicherplatz für fremde Inhalte (Host-Provider) oder reine Zugangsmittler (Access-Provider) grundsätzlich nach den Vorschriften des JMStV belangt werden. Die Landeszentrale ist in ihrer Jugendschutzarbeit immer wieder auch konfrontiert mit jugendschutzrelevanten Angeboten aus dem Ausland. Die Bestimmungen des JMStV sind jedoch gegenüber ausländischen Anbietern nur schwer durchzusetzen. Da Content-Provider häufig nicht problemlos zu ermitteln sind, kann nach der abgestuften Verantwortlichkeit unter bestimmten Voraussetzungen auch gegen Host-Provider vorgegangen werden.

Einige Landesmedienanstalten führen derzeit Musterverfahren gegen Anbieter mit Sitz im EU-Ausland durch. Ziel ist es, neben der Ahndung der Verstöße auch gesetzliche Missstände aufzuzeigen, um auf europäischer Ebene eine Anpassung der gesetzlichen Regelungen zu bewir-

ken. Auch die Landeszentrale hat erstmals Aufsichtsverfahren zu Angeboten mit Sitz des Host-Providers im Ausland eingeleitet. Hierbei handelt es sich um Profile auf Twitter mit pornografischen Inhalten, bei denen die Inhaberin oder der Inhaber des Profils nicht ermittelt werden konnte.

Im ersten Schritt kontaktierte die Landeszentrale in vier Fällen die Plattform Twitter mit Sitz in Irland mittels präventiver Hinweisschreiben, wies auf die Verstöße aufgrund pornografischer Inhalte hin und forderte Twitter auf, geeignete Maßnahmen zu Abhilfe zu treffen. Weitere Verfahrensschritte werden derzeit vorbereitet.

Hassrede und Desinformation

Die im Herbst 2019 gestartete Initiative von Landeszentrale und Bayerischem Staatsministerium der Justiz „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ wurde um ein weiteres Jahr verlängert. Sie ist ein deutliches Signal für Meinungsfreiheit und gegen Hass, Antisemitismus und Volksverhetzung im Netz.

Inzwischen unterstützen mehr als 110 Medienhäuser die Initiative, deren Ziel es ist, den Verfassern von Hate Speech ihre Grenzen aufzuzeigen und damit auch präventiv klarzumachen, dass das Internet kein rechtsfreier Raum ist. Redaktionen von Medienunternehmen in Bayern wird es durch ein effizientes Verfahren ermöglicht, auf einem einfachen Weg

Auch Anbieter von Speicherplatz für fremde Inhalte oder reine Zugangsvermittler können nach den Vorschriften des JMStV belangt werden.

110

Mehr als 110 Medienhäuser unterstützen die Initiative „Konsequent gegen Hass im Netz“

über eine online ausgefüllte Prüfbitte Hasspostings beim Hate-Speech-Beauftragten der bayerischen Justiz zu melden. Dieser ist bei der Zentralstelle zur Bekämpfung von Extremismus und Terrorismus (ZET) bei der Generalstaatsanwaltschaft München angesiedelt.

Zu dem Onlineverfahren führen die Landeszentrale und die Generalstaatsanwaltschaft München gemeinsam Schulungen für Redakteurinnen und Redakteure durch – bis Ende Dezember 2020 nahmen an den acht Schulungen bereits mehr als 150 Personen teil. Im Berichtszeitraum wurden der Generalstaatsanwaltschaft München 142 Prüfbitten übermittelt, es gab 20 Gerichtsverfahren und acht rechtskräftige Verurteilungen. Die Aufklärungsrate liegt nach Justizangaben bei über 90 Prozent.

Anlässlich des „Europaweiten Aktionstags für die Betroffenen von Hasskriminalität“ fand am 22. Juli 2020 eine öffentliche Online-Veranstaltung mit dem Titel „Justiz, Medien, Gesellschaft – gemeinsam gegen Hate Speech“ der Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ statt. Der Bayerische Justizminister Georg Eisenreich und BLM-Präsident Siegfried Schneider diskutierten mit Experten aus den Bereichen Justiz, Medien und Cyberpsychologie über Hass und Angriffe auf Medienschaffende.

Auch auf den Medientagen München digital haben Justizminister Georg Eisenreich und BLM-Präsident Siegfried Schneider am 28. Oktober 2020 unter dem Titel „Konsequent gegen Hass – was tun gegen Hatespeech im Netz?“ die gemeinsame Initiative vorgestellt und diskutiert.

Insgesamt ist festzustellen: Im Internet nehmen seit Längerem Kommentare zu, die von Hass geprägt sind oder Symbole enthalten, deren Verwendung strafrechtliche Relevanz hat. In der Folge ist auch bei der Landeszentrale die Zahl der Beschwerden sowie der Prüf-, Aufsichts- und Gerichtsverfahren im Bereich des politischen Extremismus in den letzten Jahren gestiegen. Der Landeszentrale war und ist ein Vorgehen gegen Hass im Netz wichtig. Aus diesem Grund wurde die Vernetzung mit Vertretern verschiedener Stellen aus München und Umgebung, die mit dem Thema „Politischer Extremismus in den Medien“ befasst sind, bei der Landeszentrale ausgebaut. Hier sind die „Expertenrunde politischer Extremismus in den Medien“, die Mitgliedschaft im Landesweiten Beratungsgremium Bayern gegen Rechtsextremismus sowie die Verstärkung der Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Bündnis für Toleranz zu nennen.

Werbung

Fernsehen

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

desweiten, landesweiten und lokalen Fernsehanbieter auf die Einhaltung der Werbebestimmungen überprüft werden, sowie im Rahmen von regelmäßigen Programmanalysen. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Die Aufsicht und Entscheidungen über bundesweite Fernsehprogramme erfolgen dabei im Zusammenwirken aller Landesmedienanstalten.

Im Jahr 2020 hat die Landeszentrale bei insgesamt 104 ausgestrahlten Sendungen / Programmteilen einen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen festgestellt und in allen Fällen auch aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet. 58 Verdachtsfälle betrafen das nationale Fernsehen und 46 Fälle das lokale Fernsehen. Der Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle lag mit insgesamt 26 Fällen bei möglichen Verstößen gegen das Verbot von Themenplatzierung und Schleichwerbung, gefolgt von 18 Fällen, die die Einhaltung von Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben betrafen und 16 Fällen, in denen es um die Überschreitung der zulässigen Werbemenge ging.

Telemedien

Nach § 58 Abs. 3 Rundfunkstaatsvertrags galten bis zum 6. November 2020 für sogenannte „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“, also fernsehähnliche Bewegtbildangebote im Internet, die Werbe- und Sponsoringbestimmungen für Rundfunkangebote „entsprechend“. Ab dem

7. November 2020 wurden diese Bestimmungen gemäß § 74 Medienstaatsvertrag auf alle rundfunkähnlichen Telemedien ausgedehnt. Das Trennungs- und Unterscheidbarkeitsgebot von Werbung und redaktionellen Inhalten ist demnach im Internet ebenso zu beachten wie das Schleichwerbeverbot und die Bestimmungen zu Sponsoring. Für alle Telemedien, also auch für solche, die nicht rundfunkähnlich sind, gilt, dass Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein muss.

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

2020 wurde erneut die Veranstaltung #watchdog durchgeführt, bei der die Medienanstalten mit Influencerinnen und Influencern Fragen der Rechtssicherheit in diesem immer mehr an Bedeutung gewinnenden Betätigungsfeld diskutiert haben. Schwerpunktthemen der aufgrund der COVID-19-Pandemie online durchgeführten Veranstaltung waren dabei der neue Medienstaatsvertrag sowie die Frage, welchen Einfluss Influencerinnen und Influencer auf die politische Meinungsbildung haben.

104

Wegen eines Anfangsverdachts auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen wurden in 104 Fällen aufsichtsrechtliche Maßnahmen eingeleitet.

220

Die Landeszentrale hat 2020 220 Beschwerdefälle zu Telemedienangeboten bearbeitet.

Die Landeszentrale hat im Jahr 2020 220 Beschwerdefälle zu Telemedienangeboten bearbeitet. Neben Websites (66 Fälle) waren vor allem die Plattformen Instagram (76 Fälle) und YouTube (42 Fälle) betroffen. Auch auf Facebook, Twitch und Tiktok konnten Verstöße festgestellt werden. Über 90 Prozent der Fälle hatten fehlende oder unzureichende Kennzeichnung werblicher Inhalte zum Gegenstand.

Glücksspielwerbung

Die Landeszentrale stand auch im Jahr 2020 kontinuierlich in regem Austausch und Dialog mit den Glücksspielaufsichtsbehörden, um ein möglichst gleichgerichtetes und gleichzeitiges Vorgehen von Glücksspiel- und Medienaufsicht im Sinne der  **Gemeinsamen Leitlinien** der obersten Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder und der Landesmedienanstalten zur Zusammenarbeit bei der Aufsicht über Glücksspielwerbung im privaten Rundfunk und Telemedien privater Anbieter vom 17. Juli 2014 zu gewährleisten.

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

In besonderem Maße beschäftigten die Landeszentrale weiterhin die unterschiedlichen Verfahren wegen Werbung

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


Nachdem alle Fernsehanbieter gerichtlich gegen die Maßnahmen der Landeszentrale vorgegangen sind, konnten die meisten Gerichtsverfahren inzwischen – stets zugunsten der Landeszentrale – beendet werden. Mit dem Resultat weiterer – bisher ebenso zugunsten der Landeszentrale entschiedener – Gerichtsverfahren sah sich die Landeszentrale veranlasst, Fernseh Anbietern, die sich an die Untersagungsanordnungen nicht hielten, Zwangsgelder anzudrohen. Hohe Zwangsgelder wurden von der Landeszentrale beigetrieben; die weitere Verbreitung von Werbung für Lottoland.gratis wurde hierdurch verhindert. In fünf von ursprünglich insgesamt sechzehn Gerichtsverfahren stehen noch Entscheidungen aus.

Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder haben sich 2020 auf eine Grundsatzreform der deutschen Glücksspielregulierung geeinigt. Der neue „Glücksspielstaatsvertrag 2021“ (GlüStV 2021) soll am 1. Juli 2021 in Kraft.

Gewinnspiele

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

Im Jahr 2020 gingen drei Beschwerden zu Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen in von der Landeszentrale genehmigten Fernsehprogrammen ein. Die Überprüfung ergab, dass in einem Fall ein Verstoß gegen die Gewinnspielsatzung vorlag.

Durch den neuen Medienstaatsvertrag gelten die Gewinnspielregeln auch für Telemedien privater Anbieter im Sinne des § 74 MStV mit Sitz in Bayern, soweit es sich um journalistisch-redaktionelle Angebote handelt. Im April 2021 ist deshalb eine überarbeitete Fassung der  **Gewinnspielsatzung** in Kraft getreten.

Förder- maßnahmen

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

Landeszentrale festgesetzt und an die lokalen/regionalen Anbieter verteilt. Im weiteren Sinn zu den Fördermaßnahmen zählt zudem die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bei Gesamtaufwendungen von 32.606,6 TEUR wurden 2020 53 Prozent der Haushaltsmittel der Landeszentrale für Fördermaßnahmen aufgewendet.

Technische Verbreitungskosten lokaler TV-Veranstalter wurden zusätzlich mit 11,54 Mio. Euro gemäß Art. 23 BayMG aus dem Bayerischen Staatshaushalt gefördert.

Fördermaßnahmen 2020	TEUR	%-Anteil*
Programmförderung	598,3	1,8
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,6
Finanzierung TV-Fensterprogramme	5.057,5	15,5
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	4.842,1	14,9
Medienforschung	888,7	2,4
Ausbildungsförderung	1.048,3	3,4
Medienpädagogik	646,2	2,0
Mitgliedsbeiträge	72,0	0,2
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	701,4	2,2
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	1.655,6	5,1
Innovationsförderung	220,5	0,7
MedienNetzwerk Bayern	285,5	0,9
Summe	17.265,2	53,0

* Anteil an den Gesamtaufwendungen (32.606,6 TEUR)

Für die Förderung von technischer Infrastruktur und technischen Innovationen sowie des technischen Betriebs der privaten Rundfunkanbieter wurden 2020 insgesamt rd. 4.842 TEUR von der BLM ausgereicht.

Aufgrund der Corona-Nothilfe durch die Bayerische Staatsregierung und das Bundesprogramm Neustart-Kultur 2020 konnte der Mittelansatz im Bereich der technischen Infrastrukturförderung im Rahmen eines Nachtragshaushalts um fast 3 Mio. Euro erhöht werden. Die Ausreichung der Corona-Nothilfen von Land und Bund erfolgte als zusätzliche Förderung der Distributionskosten der betroffenen Anbieter im Rahmen der Technischen Infrastrukturförderung (TIF) über die Bayerische Medientechnik GmbH.

Um die gravierenden wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie für die privaten Hörfunkanbieter in Bayern abzumildern, wurden der Landeszentrale seitens der Bayerischen Staatskanzlei Finanzmittel für Corona-Nothilfen zur Verfügung gestellt. Davon wurden im 2. Quartal 2020 insg. 384 TEUR an 11 private Hörfunkanbieter in Bayern ausgereicht.

Beim Programm Neustart Kultur 2020 handelte es sich um ein zeitlich begrenztes Notprogramm der Bundesregierung mit dem Ziel, Hörfunkanbieter, die bedingt durch die Corona-Pandemie unter hohen Umsatzeinbußen litten, durch eine anteilige Übernahme der Distributionskosten zu unterstützen. Im Rahmen der Bundesförderung wurden im Zeitraum 1. August bis 31. Dezember 2020 über die

Landeszentrale, die die Fördermittel als Erstempfänger erhalten hatte, 44 Anbieter mit insgesamt 71 Programmen gefördert. Es wurden dabei Mittel in Höhe von insgesamt 2,60 Mio. Euro ausgereicht.

Die kontinuierliche Förderung der technischen Infrastruktur und technischer Innovationen durch die Landeszentrale hat die Schaffung von stabilen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern zum Ziel. Neben den oben genannten außerordentlichen Nothilfen von Land und Bund aufgrund der Corona-Pandemie hat die Landeszentrale für die Förderung der technischen Infrastruktur rd. 1.311,1 TEUR aufgewendet. Kosten für den technischen Betrieb wurden in Höhe von 379,5 TEUR von der Landeszentrale übernommen.

Zweckgebunden für die Förderung des terrestrischen, digitalen Hörfunksystems hat die Landeszentrale zudem eine zeitlich begrenzte Zuwendung aus dem Bayerischen Staatshaushalt in Höhe von 900 TEUR für den Zeitraum Januar 2020 bis Februar 2021 erhalten.

Technische Infrastrukturförderung

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die Sendernetzkosten der analogen Verbreitung gemeinnütziger Anbieter lokaler Hörfunkprogramme in Bayern zu 70 Prozent, die der digitalen Verbreitung zu 90 Prozent gefördert. Im Jahr 2020 erhielt dementsprechend der Aus- und Fortbildungskanal max neo 10,1 TEUR für die

analoge terrestrische Verbreitung. Für die digitale terrestrische Verbreitung erhielten die Aus- und Fortbildungsangebote in Nürnberg (max neo) und München (M94,5) Fördermittel in Höhe von 72,5 TEUR. Die Verbreitungskosten der gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feuerwerk e.V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München, Radio München und Radio BUH wurden 2020 mit 30,8 TEUR (UKW) und 181,2 TEUR (DAB) gefördert.

Für die Förderung der DAB-Netze (ohne gemeinnützige Programme) standen 2020 Mittel in Höhe 1.016,5 TEUR zur Verfügung. Bei förderbaren Netzkosten in Höhe von 4.043,4 TEUR ergibt sich eine Gesamtförderquote von 25,1 Prozent (Vorjahr 36,4 Prozent). Die Corona-Nothilfe ist bei dieser Betrachtung nicht enthalten.

Nach Abschluss der Technischen Infrastrukturförderung (TIF) für die Jahre 2018 und 2019 wurden 22,1 TEUR im Rahmen des Verwendungsnachweises von der Landeszentrale an die Bayerische Staatskanzlei zurückgezahlt.

Nachdem durch die Coronakrise der Projektzeitraum von 12 auf 14 Monate erweitert wurde, werden in der untenstehenden Tabelle auch Förderanteile für das Jahr 2021 in Höhe von 143,9 TEUR ausgewiesen. Diese Förderung wird im Rahmen der Technischen Infrastrukturförderung 2021 verwendet und insofern nicht in diesem, sondern im Geschäftsbericht 2021 bei den einzelnen Förderprojekten ausgewiesen werden.

Technischer Betrieb

Der technische Betrieb der privaten Rundfunkangebote wird zudem durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen der Landeszentrale unterstützt. Hierfür wurden im Jahr 2020 insgesamt 379,5 TEUR aufgewendet.

Förderung technische Infrastruktur und Kosten technischer Betrieb

	TEUR
Corona-Nothilfe Bayern	383,6
Corona-Nothilfe Bund (Neustart Kultur)	2.601,9
afk-Radios	82,6
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	212,0
DAB-Sendernetz	1.016,5
DAB-Sendernetz (Anteil Jan./Feb. 2021)	143,9
DAB-Sendernetz (Rückzahlung 2018 und 2019)	22,1
Standortoptimierung	69,4
Versorgungsanalyse und -messung	44,6
Medien-Informationssystem (MEDIS)	37,6
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	85,9
Sende-Betrieb-Service (SBS)	37,8
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	103,2
Sonstiges (Risikorückstellung)	1,0
Gesamt	4.842,1

Der FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) ist die zentrale Anlaufstelle für die Film- und Fernsehförderung in Bayern. Die Landeszentrale hat 2020 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. Euro für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt.

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

Die Landeszentrale hat 2020 aus ihrem Haushalt 1,5 Mio. Euro für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt. Damit erbringt sie die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) in Art. 11 Satz 2 Nr. 1 vorgesehene Förderung freier, mittelständischer Film- und Fernsehproduktionen. Die Förderung trägt dazu bei, die Leistungsfähigkeit der bayerischen Filmproduzenten zu stärken. Darüber hinaus wird damit ein Beitrag zur Vielfalt der deutschen und europäischen Filmkultur erbracht. Die Mittel werden nach der Richtlinie des FFF vergeben.

Der Geschäftsführer der Landeszentrale, Dr. Thorsten Schmiege, ist stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender des FFF. Mitglied im Vergabeausschuss ist der Präsident der Landeszentrale, Siegfried Schneider. Der Ausschuss entscheidet in jährlich fünf Sitzungen über die Auswahl der geförderten Projekte. Als Stellvertreterin ist Verena Weigand, Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, benannt. Im Vergabeausschuss Games, der dreimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielbereich entscheidet, ist Verena Weigand für die BLM vertreten.

Für die Förderung der Programme der privaten Hörfunk- und Fernseh-anbieter gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 3 BayMG wurden 2020 rd. 600 TEUR aufgewendet.

Im Jahr 2020 konnten besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 598,3 TEUR gefördert werden. Davon entfielen rd. 410 TEUR auf Hörfunkbeiträge und rd. 190 TEUR auf Fernsehbeiträge. Insgesamt beteiligten sich 26 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer an der Ausschreibung und reichten 57 Anträge ein (53 Hörfunk, 4 Fernsehen). Für 41 Sendungen von 26 Antragstellern genehmigten der Hörfunkausschuss und der Fernsehausschuss des Medienrats eine Förderung. Aufgrund der nur begrenzt zur Verfügung stehenden Fördermittel wurden fast ausschließlich gemeinnützige Anbieter gefördert.

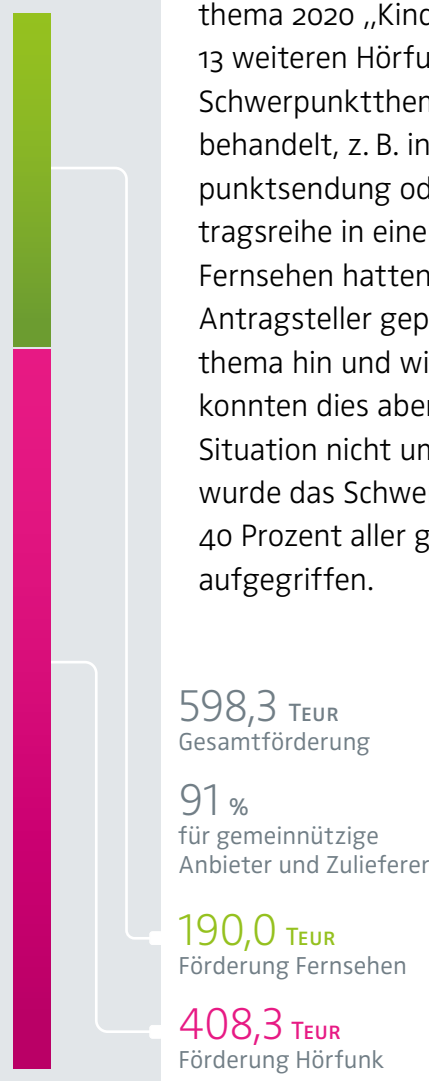
Im Hörfunk wurden 37 Sendungen von 22 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden rd. 58 Prozent des Gesamtfördervolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studenten oder behinderten Menschen ausgereicht (237 TEUR).

Im Fernsehen wurden vier Sendungen von unterschiedlichen Spartenanbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote, die keine Herstellungsförderung nach Art. 23 erhalten. Der Zuschuss

für die einzelnen Anbieter fiel sehr unterschiedlich aus und lag zwischen 5.850 Euro (Sankt Michaelsbund) und 133.200 Euro (abm).

Trotz der Corona-Krise wurden fast alle beantragten Projekte – wenn auch teilweise nicht in vollem Umfang oder mit leicht verändertem Sendekonzept – umgesetzt. Lediglich zwei Projekte konnten aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie und ein weiteres Projekt aus finanziellen Gründen nicht verwirklicht werden.

Fünf Hörfunkprojekte befassten sich ausschließlich mit dem Schwerpunktthema 2020 „Kindheit in Bayern“. In 13 weiteren Hörfunkprojekten wurde das Schwerpunktthema zumindest zum Teil behandelt, z. B. innerhalb einer Schwerpunktsendung oder in Form einer Beitragsreihe in einer Magazinsendung. Im Fernsehen hatten die beiden kirchlichen Antragsteller geplant das Schwerpunktthema hin und wieder zu behandeln, konnten dies aber aufgrund der Corona-Situation nicht umsetzen. Insgesamt wurde das Schwerpunktthema in gut 40 Prozent aller genehmigten Projekte aufgegriffen.





Zu den Aufgaben der BLM gehört die Durchführung medien- und kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten dienen als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in Bayern angebotenen Rundfunkprogramme in Trägerschaft der BLM. Weitere regelmäßige Projekte der BLM-Medienforschung befassen sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Mediennutzung und -vielfalt. Im Jahr 2020 wurden insgesamt rund 890 TEUR für die Forschungsprojekte der BLM aufgewendet.

Media Analyse

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

In einem wiederkehrenden Rhythmus veröffentlicht die agma ihre Forschungsergebnisse, die Media-Analysen. Von besonderer Bedeutung ist die zweimal pro Jahr veröffentlichte ma Audio, die die Nutzung von Radio und anderen Audioangeboten auf Basis von rund 66.200 computergestützten Telefoninterviews pro Jahr ermittelt und als Werbewährung von allen Unternehmen der Branche akzeptiert ist. Als agma-Mitglied hat die BLM das einmalige Aussetzen der Herbstwelle 2020 aufgrund der COVID 19-Pandemie mitgetragen. Dadurch entfällt die erste Ausweisung der ma 2021 Audio I ersatzlos.

Die Daten der Media Analyse (ma) ermöglichen einen Vergleich der Werbeträgerleistung der Senderkombinationen der bayerischen Lokalstationen (Zusammenschluss der bayerischen Lokalprogramme im Bayern Funkpaket u. a.) mit den landesweiten und überregionalen Hörfunkprogrammen und somit die Berücksichtigung des Lokalfunks in den Streuplänen der national tätigen Werbungtreibenden und Werbeagenturen. Die  **Ergebnisse** stellen die Grundlage für die Preisbildung der Hörfunkwerbung im Folgejahr dar.

Die BLM vertritt zudem gemeinsam mit der mabb die Gemeinschaft der Medienanstalten in der „Forschungsgruppe DAB+“ (ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast und private DAB+ Anbieter), die die agma/mmc mit der Durchführung der  **DAB+-Reichweitenstudie** beauftragt. 2019 erfolgte erstmals die vollständige Integration der

DAB+-Reichweitenstudie in die ma 2019 Audio II und Ausweisung von DAB+- und Online-Audio-Reichweiten. Die Medienanstalten haben ihr Engagement bei der DAB+-Reichweitenstudie im Jahr 2020 fortgesetzt mit dem Ziel, die Integration der DAB+-Studie in die ma Audio dauerhaft zu etablieren.

Die Ausweisung von DAB+- und Online-Audio-Reichweiten in der ma Audio stellt eine wesentliche Ergänzung zum Digitalisierungsbericht Audio (s. Seite 91) dar, weil sie über die im Digitalisierungsbericht erhobene Ausstattung der Haushalte mit Radioempfangsmöglichkeiten hinaus Daten zur tatsächlichen Nutzung von DAB+ und IP liefert. Nutzungsdaten bezüglich DAB+ und IP im Vergleich zu UKW sind unerlässlich, um valide und allgemein akzeptierte Reichweiten für einzelne Sender und für die Radionutzung gesamt zu erhalten sowie die Entwicklung der anteilig digitalen Nutzung zu dokumentieren. In Kombination mit den Erkenntnissen aus dem Radio-Digitalisierungsbericht bieten die Nutzungsdaten der ma Audio eine fundierte Basis für aktuelle und künftige regulative Aufgaben und Entscheidungen der Landesmedienanstalten.

Fernsehforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Videoforschung (AGF) stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK zur Verfügung, die vor allem im Hinblick auf Konzentrationsrechtliche Fragen herangezogen werden. Zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben erhält die KEK als zuständiges Organ der Landesmedienanstalten von der BLM monatlich eine Übersicht über die aktuellen Zuschaueranteile der klassisch-linearen Fernsehprogramme. Einmal pro Jahr erstellt die BLM auf Basis der Daten zudem einen Jahresbericht zur Fernsehnutzung in Deutschland für die DLM.

Funkanalyse Bayern

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


In Wahrnehmung der öffentlichen Verantwortung und Ihrer Trägerschaft für die privaten Rundfunkangebote in Bayern hat die Landeszentrale zudem die gesetzliche Aufgabe, auf positive wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Programmanbieter hinzuwirken. Da die wirtschaftliche Situation der privaten Anbieter ganz wesentlich durch Einnahmen aus Werbeeinschaltungen bestimmt wird, werden zur Unterstützung des Marketings aktuelle Untersuchungsergebnisse benötigt, die die Leistungsfähigkeit der bayerischen Programme als Werbeträger belegen.

In Folge der Neuorganisation der Funkanalyse Hörfunk 2018/19 und Fernsehen seit Ende 2019 ist die BLM nicht mehr unmittelbare Auftraggeberin, sondern nun Fördergeberin. Für jede Studie wurde eine sogenannte Steuerungsgruppe etabliert. Die BLM ist Mitglied dieser Steuerungsgruppen und koordiniert die Studien. Neben der Vorbereitung und

Organisation der Treffen der Steuerungsgruppen umfasst die Funktion der BLM insbesondere die Konzeption, Ausarbeitung und Kommunikation des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die beiden Studien sowie die Vorbereitung und Organisation der Arbeitskreise. In jeweils zwei Arbeitskreisen Hörfunk bzw. Fernsehen haben alle beteiligten Hörfunk- und Fernsehanbieter die Möglichkeit, die Anforderungen an das Erhebungsmodell und die inhaltliche Ausgestaltung der Funkanalyse Bayern zu diskutieren.

Funkanalyse Bayern Hörfunk

In Ergänzung zur ma Audio, in der die meisten lokalen Hörfunkanbieter zusammengeschlossen im Bayern Funkpaket ausgewiesen werden, stellt die Funkanalyse Bayern Hörfunk nicht nur für jedes einzelne Programm aktuelle Reichweitergebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz zur Verfügung, ihre Ergebnisse bilden darüber hinaus die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse.

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2020 Hörfunk** wurden von Anfang Januar bis Ende März 2020 repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 24.495 Personen ab 14 Jahren erhoben. Die Erhebung erfolgte größtenteils über computergestützte Festnetz- und Mobil-Telefoninterviews. Wie im Vorjahr wurde ein Teil der Befragungen als Online-Interviews in einem Online-Access-Panel realisiert.

Seit Anfang 2019 wird die Funkanalyse Bayern Hörfunk durch eine Steuerungsgruppe begleitet, die sich aus Vertretern der Verbände VBRA, VBL und VuLB, von RADIO ENERGY und STUDIO GONG sowie der BLM zusammensetzt. Auftraggeber der Studie sind die bayerischen Lokalradios sowie weitere Beteiligte. Für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2020 Hörfunk erbrachten Basisleistungen wurden insgesamt 1,0 Mio. Euro (netto) aufgewendet. Der Anteil der BLM an diesen Kosten (Förderbetrag) betrug planmäßig zunächst rund 22 Prozent zzgl. 95 TEUR, die für zusätzliche Leistungen, in erster Linie für Sonder- und Sekundärauswertungen (Programm-Monitor, s.u.), aufgewendet wurden. Pandemiebedingt wurde der Förderbetrag im Nachgang verdoppelt und betrug somit gut 44 Prozent der Basiskosten der Studie.

Sekundärauswertungen Hörfunk


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

Gremien als Entscheidungshilfen bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen Hörfunkkonzepts in Bayern.

Funkanalyse Bayern 2020 Fernsehen

Ende 2019 wurde analog zum Bereich Hörfunk die Neuorganisation der Funkanalyse Bayern Fernsehen in die Wege geleitet. Das Projekt wird seither ebenfalls durch eine Steuerungsgruppe begleitet, die sich aus Vertretern der Verbände VBRA und VBL, der TV Bayern GmbH und 17:30 SAT.1 Bayern sowie der BLM zusammensetzt. Zu einer ihrer ersten Aufgaben hat es sich die Steuerungsgruppe gemacht, das aktuelle Studiendesign der Fernseherhebung im Rahmen einer Ausschreibung zu prüfen. Insgesamt sechsmal tagte die Steuerungsgruppe in 2020, um die Unterlagen für die Angebotseinholung abzustimmen und die eingegangenen Angebote zu bewerten. Schließlich sprach sich die Steuerungsgruppe für die Funkanalyse 2021 für das – methodisch wie forschungsökonomisch optimale – Angebot von GIM (Gesellschaft für innovative Marktforschung) aus.

Die üblicherweise parallel zur Hörfunkerberhebung stattfindende Fernseherhebung wurde in Abstimmung mit den Anbietern der bayerischen Lokal-TV-Programme und 17:30 SAT.1 BAYERN auf das vierte Quartal (14.10.–15.12.2019) verschoben. Grund der Verschiebung waren laufende und vorausgegangene Änderungen hinsichtlich der Verbreitung der bayerischen Lokal-TV-Programme, nämlich die Vollendung des analogen

Switch-Offs der Kabelverbreitung bis Ende des Jahres und die Einstellung der SD-Ausstrahlung der bayerischen Lokal-TV-Programme über Satellit zum 1. April 2018. Wie bei der Hörfunkstudie wurde die Erhebung zur Fernsehnutzung hauptsächlich auf Basis computergestützter Telefoninterviews durchgeführt. Es wurden mehr als 15.000 Personen ab 14 Jahren befragt. Die Ergebnisse der  **Funkanalyse Bayern 2020 Fernsehen** wurden am 1. April 2020 veröffentlicht.

Sekundärauswertung Fernsehen

Im Auftrag der Landeszentrale präsentiert und erläutert Kantar jedem Lokalfernsehanbieter individuell die wichtigsten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern in einem Workshop. Aufgrund der Verschiebung der Erhebung fanden die Workshops zur Funkanalyse Fernsehen erst im Mai 2020 statt. Programmnahe Auswertungen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr bieten den Lokal-TV-Anbietern und der Landeszentrale fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz.

Programm-Monitor Bayern

Seit 2007 erstellt das MS Medienbüro Köln im Auftrag der BLM jährlich einen „Programm-Monitor Bayern“. 2020 wurden insgesamt 28 lokale und drei landesweite Hörfunkprogramme (Antenne Bayern, Bayern 1 und Bayern 3) sowie neun regionale Radio-Galaxy-Programme inhaltlich untersucht. Die Stichprobe umfasste jeweils die Morgenschiene (6:00 Uhr bis 9:00 Uhr) an drei Wochentagen. Dabei wurde jedes Programmelement mit Ausnahme der Musik nach formellen und inhaltlichen Kriterien codiert und klassifiziert.



Mit Hilfe des Programm-Monitors kann die inhaltlich-formale Positionierung der bayerischen Lokalprogramme im Vergleich zu den landesweiten Konkurrenzprogrammen nach einem einheitlichen Schema dargestellt werden. Durch den Vergleich mit besonders erfolgreichen Lokalprogrammen und unter Einbezug der quantitativen und qualitativen Ergebnisse der Funkanalyse wurden 2020 situationsbedingt in online durchgeführten Workshops mit den Programmverantwortlichen Empfehlungen für Veränderungen im Programm erarbeitet.


Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks

Im Rahmen eines vom Medienrat initiierten Forschungsprojektes soll die Entwicklung des lokalen und regionalen Rundfunks in Bayern erstmals wissenschaftlich aufgearbeitet und begründet werden. Mit der Studie, die über drei Jahre läuft, wurde das Forschungsteam um Prof. Dr. Markus Behmer von der Universität Bamberg beauftragt. Die Veröffentlichung und Präsentation der Ergebnisse fand im Rahmen des Lokalfunktags 2021 statt.

Online-Audio-Monitor

Der Online-Audio-Monitor (OAM) dokumentiert seit 2018 die fortschreitende Nutzung von Online-Audio-Angeboten, -Diensten und -Plattformen. Im Gegensatz zu den beiden Vorjahren, in denen die Studie „angedockt“ an den Digitalisierungsbericht Radio realisiert wurde, erfolgte die Durchführung 2020 durch eine eigenständige Studie. Der Herauslösung aus dem Digitalisierungsbericht Radio war eine Ausschreibung vorausgegangen, die die mindline media GmbH für sich entschied. Auftraggeber waren wiederum neben der BLM die Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Landesanstalt für Medien NRW sowie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und der Verband Privater Medien (VAUNET).

Mit dem Dienstleisterwechsel ging auch ein methodischer Wechsel von einer reinen Telefon-/CATI-Befragung zu einem sogenannten Mixed-Mode-Ansatz einher mit einer Kombination von CATI- und Online-/CAWI-Interviews im Verhältnis von 57 Prozent zu 43 Prozent. Insgesamt wurden rund 8.500 Personen ab 14 Jahren befragt. Die  Studie liefert bevölkerungsrepräsentative Daten zur Nutzung von Webradio, Streamingplattformen und Podcasts, zum Audio-Nutzungsverhalten im Auto, zur Zahlungsbereitschaft sowie zur Verbreitung und Verwendung sogenannter Smart Speaker. Die Ergebnisse 2020 wurden im Rahmen einer Online-Veranstaltung am 2. September 2020 präsentiert und im Beitrag „Online-Audio dreht auf“ im  Digitalisierungsbericht Audio umfassend beschrieben und eingeordnet.

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

Online-Audio-Monitor

71%

der Personen ab 14 Jahre in Bayern nutzen Online-Audio-Angebote (Vorjahr 63 %)

25,3%

Nutzen Podcasts und Audio-Inhalte auf Abruf. Das ist ein Plus von 34 % gegenüber dem Vorjahr.

12,3%

1,4 Millionen Personen ab 14 Jahre in Bayern (12,3%) haben Zugang zu mindestens einem Smart Speaker

Digitalisierungsbericht Audio und Video

Die Medienanstalten begleiten den Prozess der Digitalisierung des Rundfunks nun schon seit vielen Jahren. Dabei dient der jährlich erscheinende Digitalisierungsbericht als kontinuierliche und zuverlässige Informationsquelle für alle Beteiligten. Die BLM ist neben Vertretern der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGSt) und der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) Mitglied der „Expertengruppe Digitalisierungsberichte“.

Die beiden Teile des Digitalisierungsberichts, Video und Audio, wurden in einer Studie angelegt, um Synergieeffekte zu nutzen. Insgesamt wurden für die bevölkerungsrepräsentative Erhebung rund 8.300 Interviews durchgeführt und zwar überwiegend – außer rd. 1.150 als Online-Interviews – telefonisch. Wie in den Vorjahren waren ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast, Vodafone und SES Mitauftraggeber der Studie.

Die Ergebnisse zum **Digitalisierungsbericht Audio** dokumentieren seit Jahren die zunehmende Bedeutung des Digitalradiostandards DAB+. Zugleich gewinnt die Übertragung von Hörfunkprogrammen über das Internet an Relevanz. Trotz der Zunahmen von DAB+ und IP bleibt UKW aber der dominierende Übertragungsweg für die lineare Verbreitung von Radioprogrammen, auch wenn sich der leichte Abwärtstrend von UKW zugunsten digitaler Übertragungswege fortsetzt. Fast schon traditionell bestätigt sich auf Basis der Analyse der Daten

nach Bundesländern die Führungsrolle Bayerns bei DAB+ im Ländervergleich. Eine gesonderte Auswertung stellt den Stand der **Digitalisierung des Radioempfangs in Bayern** dar.

Der **Digitalisierungsbericht Video** vermeldet schon lange nicht mehr nur den Digitalisierungsgrad der klassischen TV-Übertragungswege, sondern dokumentiert und begleitet umfassend die Entwicklung der digitalen Bewegtbildübertragung und -nutzung in Deutschland. Rund 750 der im Rahmen des Digitalisierungsberichts durchgeführten Interviews entfallen auf Bayern und ermöglichen somit eine separate Betrachtung. Die Ergebnisse finden vielfach Verwendung. Zuletzt lieferten sie u. a. wichtige Detailinformationen zur Verbreitung von Connected TV/HbbTV in Bayern. Eine mögliche Verbindung von erfragten Haushalts- mit gemessenen Nutzungsdaten mit anschließender Modellierung zu einer Reichweitenwährung wird eines der nächsten wichtigen Projekte der BLM.

Digitalisierungsbericht Audio

34,5 %

der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern haben Zugang zu mindestens einem DAB+-Empfangsgerät. Im bundesweiten Durchschnitt sind es 25,3 %.

Medienvielfaltsmonitor und Vielfaltsbericht 2020

Der Medienvielfaltsmonitor der Medienanstalten, den die BLM im Jahr 2012 zum ersten Mal vorlegte, basiert auf einem empirisch fundierten Ansatz, der – losgelöst vom noch geltenden Rundfunkbegriff – die Medienvielfalt in der konvergenten Medienwelt und die mögliche Gefahr vorherrschender Meinungsmacht gattungsübergreifend misst. In halbjährlichem Rhythmus gibt er seither Auf-

Nähere Informationen bietet der Vielfaltsbericht der Medienanstalten 2020



Mediengewichtungsstudie

38,2%

Das Internet wird von 38,2 % der Personen ab 14 Jahren in Deutschland als subjektiv wichtigste Informationsquelle genannt, gefolgt von Fernsehen mit nur noch 30 %.

schluss über die vorherrschenden Machtverhältnisse im Medienmarkt. Das Modell umfasst Angebote aus den Mediengattungen TV, Radio, Internet und Print. Seit 2015 ist der Medienvielfaltsmonitor fester Bestandteil des Angebots der Medienanstalten zur Schaffung von Transparenz am Meinungsmarkt (www.medienvielfaltsmonitor.de). Das Projekt wird seither von der „MVM-Expertengruppe“ begleitet, in der neben der BLM die mabb, die Medienanstalt für Baden-Württemberg (LFK), die Landesanstalt für Medien NRW sowie die GGS vertreten sind. Die Berechnung des Medienvielfaltsmonitors, die Betreuung der Übergangsphase zur vollautomatisierten Produktion der Anteile über die Mediendatenbank sowie die Erstellung der halbjährlichen Berichte erfolgen federführend durch die BLM.

Ein wesentlicher Bestandteil des Medienvielfaltsmonitors ist die im Auftrag der Medienanstalten durchgeführte [➔ Mediengewichtungsstudie](#). Sie erhebt kontinuierlich die Relevanz der Mediengattungen TV, Radio, Online, Tageszeitungen und Zeitschriften für die Meinungsbildung. Ihre Ergebnisse werden halbjährlich veröffentlicht und sind repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland. Die Studie liefert die empirische Basis für die Gewichtung der Nutzeranteile in verschiedenen Mediengattungen. Seit 2016 wird im Rahmen der Gewichtungsstudie die Nutzung und [➔ Bedeutung der Intermediäre für die Meinungsbildung](#) umfassend und differenziert ermittelt. Seit 2018 ermittelt die Gewichtungsstudie zudem die Meinungs-

bildungsgewichte der verschiedenen Gattungen für die [➔ Information zu lokalen und regionalen Themen](#). Im Jahr 2019 erfolgte eine zusätzliche Erweiterung des Fragenprogramms zum Thema Wahrnehmung politischer Botschaften und Werbung in sozialen Netzwerken.

Die zentralen Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors und der Mediengewichtungsstudie werden halbjährlich veröffentlicht. Eine umfassende Berichterstattung der Ergebnisse inklusive ihrer „Corona-Kontextualisierung“ erfolgte im Beitrag des BLM-Präsidenten Siegfried Schneider im [➔ Vielfaltsbericht 2020](#) der Medienanstalten.

YouTube: Empfehlungen in Krisenzeiten

Nicht nur die Gewichtungsstudie belegt, dass YouTube als Sprachrohr einer ganzen Generation und zunehmend auch als Informationsquelle zum politischen und gesellschaftlichen Zeitgeschehen genutzt wird. Als sog. Medienintermediär übernimmt die größte Video- und Audio-Plattform mittlerweile eine wichtige Vermittlerfunktion zwischen Medieninhalten und Nutzenden. Ihre Algorithmen bestimmen wesentlich darüber, welche Inhalte oder Informationen überhaupt sichtbar werden. Wie diese Algorithmen funktionieren und welche Kriterien in welchem Ausmaß berücksichtigt werden, untersuchte die Studie [➔ Empfehlungen in Krisenzeiten](#), die gemeinschaftlich von BLM, mabb, Landesanstalt für Medien NRW, Medien-

anstalt Rheinland-Pfalz und weiteren Partnern beauftragt wurde.

Die Studie lieferte einen wichtigen Beitrag zu den Forschungen der Landesmedienanstalten, die sich mit dem Einfluss der Medienintermediäre auf die Meinungsbildung befassen. Dass die Medienintermediäre Einfluss auf die Meinungsbildung haben und damit im Sinne einer positiven Vielfaltssicherung in die Aufsichtstätigkeit einbezogen werden müssen, ist mittlerweile allgemeiner Konsens. Der neue Medienstaatsvertrag greift diese Aufgabe schließlich auf. Gleichzeitig muss festgestellt werden, dass die Kommunikationslogiken der Medienintermediäre nicht mit eingeübten Mustern der alten Medienwelt beurteilt werden können, die Regulierung von algorithmisch gesteuerten Intermediären wissenschaftlich wie gesellschaftlich aber noch nicht hinreichend durchdrungen ist. Mit ihrem Forschungsengagement erfüllen die Landesmedienanstalten eine ihrer zentralen Aufgaben, die gesellschaftliche Diskussion anzustoßen bzw. am Laufen zu halten und die Wissenschaft und Forschung in diesem Bereich zu fördern.

Die Studie ergab, dass der YouTube-Empfehlungsalgorithmus derzeit kein Desinformations-Katalysator ist. Lediglich sechs Prozent der empfohlenen Inhalte, die untersucht wurden, stammten aus potenziell desinformierenden Kanälen. Nischenangebote oder vertiefende Inhalte wurden aber selten empfohlen: 69 Prozent aller erfassten Empfehlungen bewarben Videos von nur 61 Kanälen. Diese umfassten viele öffentlich-rechtliche und etablierte private Medienanbieter.

Informationsportfolios der 14- bis 29-Jährigen

Mit der Nutzung von Informationsquellen beschäftigte sich auch die Studie „Informationsportfolios der 14- bis 29-Jährigen“ im Rahmen einer neu initiierten Inhaltsforschung des Fachausschusses Regulierung der DLM. Die BLM war hier in der AG Forschung vertreten.


Zur Vorbereitung der neuen Inhaltsforschung hat die DLM im vergangenen Jahr das Institut IFAK mit der Durchführung der methodischen Pilotstudie beauftragt. Die Studie zeigte unter anderem, dass die Altersgruppe der unter 30-Jährigen keinesfalls pauschal „politikmüde“ ist. Die Mehrheit interessiert sich für aktuelle, politisch und gesellschaftlich relevante Themen und informiert sich – erwartungsgemäß in erster Linie im Netz – überwiegend (auch) aus professionellen journalistischen Angeboten etablierter Medienanbieter und -marken. Die Ergebnisse verdeutlichen zugleich, dass die Produzierenden informierender Inhalte gegenüber Marken wie YouTube, Instagram und Google oft in den Hintergrund treten. Wenn sich Nutzerinnen und Nutzer aber nicht mehr daran erinnern, von wem eine Nachricht stammt, hat das Auswirkungen auf das Bewusstsein für den Wert und die Marke journalistischer Angebote und auch auf das Erkennen seriöser Angebote.

An diese Erkenntnisse anschließend arbeitet die AG Forschung aktuell ein Konzept zur kontinuierlichen empirischen Begleitung und Evaluation moderner Regulierungsmaßnahmen aus, die die neuen Aufgaben der Landesmedienanstalten im Bereich Rundfunk- und Telemedienaufsicht, Plattformen und Intermediäre aus Nutzersicht in den Blick nimmt. Denn im Sinne einer effektiven Medienregulierung ist nicht nur zu prüfen, ob die Umsetzung durch die Anbieter den gesetzlichen Vorgaben entspricht, sondern darüber hinaus, ob das Ziel der Regulierung auch bei den Nutzerinnen und Nutzern erreicht wird.

Messung von Meinungsmacht im Internet

Wie das Funktionieren politischer Öffentlichkeit in der „digitalen Welt“ gesichert werden kann, ist aktuell eine der größten Herausforderungen für die Medienpolitik. Das Konsortialprojekt des Bayerischen Forschungsinstituts für digitale Transformation (bidt), das in Kooperation mit der BLM durchgeführt wird, sucht daher nach Antworten, wie eine zeitgemäße Messung und Regulierung von Meinungsmacht im Internet aussehen kann. Um etablierte Regulierungsinstrumente – wie das fernsehzentrierte Vielfaltssicherungsmodell der KEK – an medienkonvergente Onlinewelten anzupassen, gilt es mehrere zentrale Problemstellungen in theoretischer und empirischer Hinsicht zu bearbeiten: Aus welchen Ressourcen

speist sich Meinungsmacht unter digitalen Bedingungen? Welche Erscheinungsformen hat Meinungsmacht im Netz? Welche neuen Akteure prägen Meinungsbildungsprozesse? Auf welchen Ebenen kann und soll eine adäquate Vielfaltsicherung erfolgen (Anbieter-/Nutzungsvielfalt)? Mit welchen neuen Messmethoden (Machine-Learning Ansätze) kann das Wirkungspotenzial von Intermediären erfasst werden? Wie beeinflusst der Datenzugang auf den relevanten Plattformen die Messbarkeit der Effekte?

Um diese Fragen beantworten zu können, sind im ersten Jahr des auf drei Jahre angelegten Forschungsprojekts umfassende Desk-Research-Analysen und Workshops im Rahmen einer Videokonferenz-Reihe mit Experten und Expertinnen durchgeführt worden, deren Ergebnisse in zwei  **Working-Papers** gebündelt werden. Ihre Veröffentlichung über das bidt ist für das zweite Quartal 2021 geplant. Zudem wurde ein externes Gutachten in Auftrag gegeben, das vorhandene Regulierungsansätze von Meinungsmacht im internationalen Vergleich analysiert.

Ethics by Design

Seit Jahren engagiert sich die BLM für eine innovative und nachhaltige Weiterentwicklung der Medienlandschaft in Bayern. Nicht zuletzt aus diesem Grund unterstützt die BLM in ihren Media Labs in München und Ansbach Start-ups dabei, moderne Geschäftsmodelle für die digitale Medienwelt zu entwickeln und neue Distributionsplattformen zu erschließen. Die Digitalisierung verändert aber nicht nur die Wirtschaft richtungsweisend, sondern bewirkt tiefgreifende und fortdauernde Veränderungen in allen gesellschaftlichen Lebensbereichen. Der BLM ist es ein Anliegen, sich nicht nur intensiv mit den politischen, wirtschaftlichen und strukturellen Folgen der Digitalisierung zu befassen, sondern sich gerade auch mit ethischen Fragestellungen und der Umsetzung einer digitalen Ethik am Medienstandort Bayern auseinanderzusetzen.

Um die gesellschaftliche Debatte zu Fragen der Werte in Medienunternehmen zu fördern und sich mit dem wichtigen Thema Ethik in Unternehmen zu befassen, gab die BLM Anfang des Jahres 2019 ein Qualifizierungskonzept zum Thema „Ethics by Design für Start-up-Unternehmen“ im Rahmen eines Forschungsprojekts durch Prof. Dr. Petra Grimm sowie Prof. Dr. Tobias Keber und Prof. Dr. Michael Müller an der Hochschule der Medien Stuttgart in Auftrag. „Ethics by Design“ bedeutet, dass ethische Überlegungen und Wertemaßstäbe in das Geschäftsmodell und die vielschichtigen

Prozesse der Technikgestaltung bereits bei der Planung eines (Medien-)Start-ups einfließen: von der ersten Produktidee bis hin zum verkaufsfertigen Endprodukt. Werte sollen als Grundlage für Gestaltungs- und Designprozesse gelten.

Das Ergebnis der zweijährigen Forschungsarbeit ist ein Workbook, welches eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für den individuellen Bedarf eines Start-up-Unternehmens bietet. Mithilfe eines innovativen, praxisorientierten Ethik-Kompasses finden Start-ups Orientierung und Hilfestellung zu allen wichtigen ethischen Fragen rund um ihr Geschäftsmodell. Das Workbook ist ein Kompendium, das es so auf dem deutschen Markt noch nicht gibt. Es zeigt, wie digitale Ethik in den Gründungsprozess eines Unternehmens integriert werden kann. Ende 2020 wurde das Workbook  **Start-up with Ethics** im Medienrat der BLM präsentiert und im April 2021 veröffentlicht.

Nach Art. 11 Satz 2 Nr. 4 des BayMG hat die BLM „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Für den Bereich Aus- und Fortbildung wurden 2020 finanzielle Mittel in Höhe von über 1 Mio. Euro aufgewendet.

BLM Fortbildungsworkshops

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

Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind:

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

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

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

Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2020, die im Aus- und Fortbildungsbereich tätigen Organisationen:

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

Aufgrund der Corona-Pandemie konnten im Jahr 2020 nur wenige Fortbildungsworkshops in Präsenz stattfinden. Für Voluntärinnen und Voluntäre wurden drei 2-wöchige-Blockkurse (2 × 6 Tage) Fernsehen und zwei Blockkurse Hörfunk teilweise in Präsenz und teilweise als Online-Workshops abgehalten. Zwei Blockkurse Hörfunk wurden ins Jahr 2021 verschoben.

Des Weiteren wurden sechs redaktionelle Online-Workshops für Hörfunk- und Fernsehjournalistinnen und -journalisten angeboten. Teilweise richteten sich die Workshops an beide Mediengattungen und teilweise speziell an Hörfunk- oder Fernsehstationen. Für nichtkommerzielle Stationen, Jugend-, Campus- und Bürger-radios wurden sechs Online-Workshops zu unterschiedlichen journalistischen Themen im Rahmen des BLM Projekts „Mach Dein Radio“ angeboten. Zudem wurden neun Online-Workshops für Mitarbeitende im Bereich Marketing und Verkauf angeboten, da diese Zielgruppe besonders von der Corona-Pandemie betroffen war.

Um die lokalen TV- und Hörfunk-Anbieter während der wirtschaftlich schwierigen Coronazeit zu unterstützen, bot die BLM alle redaktionellen Online-Workshops und die Online-Angebote für Marketing und Verkaufsmitarbeiter und -mitarbeiterinnen in der Krisenzeit kostenlos an. Workshops für die nicht-kommerzielle Zielgruppe im Rahmen von „Mach Dein Radio“ werden grundsätzlich kostenlos angeboten. Für die Blockkurse wurde die Teilnahmegebühr in üblicher Höhe erhoben.

Insgesamt haben an dem Angebot 199 Personen von 57 verschiedenen bayerischen Anbietern teilgenommen. Davon kamen 80 Teilnehmende von Fernsehstationen und 119 Teilnehmende von Hörfunkstationen.

Trotz der Corona-Pandemie fanden an 86 Tagen Workshops statt. Eine deutliche Steigerung gab es bei den Marketing- und Verkaufworkshops, sowie bei den zusätzlichen ein- oder zweitägigen redaktionellen Einzel-Workshops für TV-Stationen und bei den Workshops im Projekt „Mach dein Radio“.

Aus- und Fortbildungsprogramme

Die Medienbranche steht weiter im Zeichen des digitalen Wandels. Audio- und Video-Content im Web gewinnt enorm an Bedeutung, genauso wie die Verbreitung über Social Media oder andere digitale Plattformen weiter zunimmt. Daneben stellen gestiegene Anforderungen im Training digitaler Medienmacher höhere Anforderungen an Aus- und Fortbildungsinstitute. Mit der Fortentwicklung der MEDIASCHOOL BAYERN sind nun die Weichen für ein flexibles Ausbildungskonzept gestellt.

Die MEDIASCHOOL BAYERN bündelt die verschiedenen Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten von Audio, Video und Web in einem praxisorientierten, modularen Kurs- und Programmangebot. In der MEDIASCHOOL BAYERN werden neben journalistischen Grundkenntnissen auch regelmäßig Kurse zu Themen wie Podcast, Radio-to-Video und Mobile-Reporting angeboten. Gearbeitet wird cross-medial, die strikte Trennung zwischen Hörfunk, Fernsehen und Online ist aufgehoben. Neben den klassischen Auspielwegen Radio und TV sind eigene Social Media-Angebote strategisch in Ausbildung und Verbreitung integriert. Die diversen Mediengattungen werden auch zentral auf der Website unter  www.mediaschool.bayern dargestellt. Seit Sendestart 1996 sind die Angebote M94.5 in München und max neo in Nürnberg ein wesentlicher

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

Die gemeinnützige MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, an der die BLM mit 62 Prozent beteiligt ist, entwickelt die strategischen Aus- und Fortbildungskonzepte, schafft die technische Infrastruktur und stellt die Finanzmittel der Programme bereit. Organisiert werden die journalistisch unabhängigen Programme der MEDIASCHOOL BAYERN von gemeinnützigen Anbietervereinen. Dort kooperieren Ausbildungsinstitutionen, Medienunternehmen und medienpädagogische Institutionen aus dem bayerischen Raum. Zurzeit werden Anbietervereine in München und Nürnberg unterstützt.

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

M 94.5 produziert in eigenen volldigitalen und 4K-fähigen Studios eigene Audio-, Video- und Web-Formate,.

M94.5 (München)

M94.5 – das Angebot der MEDIASCHOOL BAYERN in München – bündelt verschiedene Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten von Radio & Podcast, TV & Video sowie Web & Social Media in einem modularen Kursangebot. Die Teilnehmenden produzieren in volldigitalen und 4K-fähigen Studios eigene Audio-, Video- und Web-Formate. Die Posts, Videos, Beiträge oder Moderationen werden im 24/7-Radio (DAB+), im Fernsehen (münchen.tv) oder über Social Media (YouTube, Instagram, Facebook, Twitter) veröffentlicht. Ergänzt wird das Programmangebot durch externe Produktionen aus der Medienausbildung an Hochschulen, Akademien und Betrieben. Unter dem Titel „Young Stars“ sendet M94.5 wöchentlich zwei Stunden lang auf den Frequenzen des Hörfunksenders Rock Antenne.

M94.5 bietet neben studienbegleitender Teilzeitmodelle auch Vollzeit-Praktika für Anfänger und Fortgeschrittene an. Ein- bis zweiwöchige Schnupperpraktika für Schülerinnen und Schüler ergänzen das kostenlose Ausbildungsangebot. Daneben bildet M94.5 drei Volontäre oder Volontärinnen aus und bietet auch vier Ausbildungsplätze für den IHK-Ausbildungsberuf „Mediengestalter/-in Bild und Ton“ an. In Kooperation mit der Hochschule Ansbach und der Hubertus-Altgelt-Stiftung veranstaltet M94.5 ein weiterführendes sechsmonatiges Stipendium für Videojournalistinnen und Videojournalisten.

Highlights bei M94.5 im Jahr 2020 waren u.a.:

- BLM-Telly in der Kategorie „Nachwuchs“ für eine Folge der Reihe „Ganz konkret“
- Feature zum 40. Jahrestag des Oktoberfest-Attentats in Zusammenarbeit mit der DGB-Jugend
- Diverse Produktionen von Live-Streams: u.a für SZ, LMU München, BLM und die Medien.Bayern GmbH
- Produktion von Videos zu politischen und gesellschaftlich relevanten Themen für die Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit
- Crossmediale Reportagen: u.a. Kommunalwahl in München, US-Präsidentchaftswahl, Corona-Pandemie und Fridays for Future
- Ausbau der Audio-Podcast-Produktionen: u.a. das Immigrant-Magazin „Artsy fartsy Immigrants“, die Radsportsendung „Watts ab!“ oder das News-Format „M94.5 at Home“
- Optimierung der eigenen Social Media-Kanäle: Instagram ist neuer Hauptkanal von M94.5
- Virtualisierung des Programm- und Kursangebots: mehr Online, mehr OnDemand

max neo produziert in eigenen volldigitalen Studios ein nicht-kommerzielles 24-Stunden-Radioprogramm, das ergänzt wird durch Sendungen der Campus-Radios und von medienpädagogisch betreuten Jugendmagazinen.

max neo (Nürnberg)

max neo – ein Angebot der MEDIASCHOOL BAYERN in Nürnberg – produziert in digitalen Studios ein nicht-kommerzielles, 24/7-Radioprogramm. Ergänzt wird das Programm durch Produktionen aus der Hochschulausbildung, so z. B. die Sendungen von Studierenden der Universitäten Erlangen und Bamberg und der Hochschule Ansbach. Zusätzlich gibt es wöchentlich mit „Funkenflug“ und „Free Spirit“ zwei medienpädagogisch betreute, vorproduzierte Jugendmagazine. Das Programm bietet ein buntes Spektrum an Magazinen und Spartensendungen, eine abwechslungsreiche Musikmischung und selbst erstellte redaktionelle Wortbeiträge. max neo ist in Nürnberg über die UKW-Frequenz 106,5 MHz, über DAB+ und per Live-Webstream zu empfangen. In eigenen Audio-Podcasts, auf der Website und über Social Media werden viele Themen neu und formatgerecht umgesetzt.

max neo bietet den Teilnehmenden die Möglichkeit, die Grundlagen des Audio- und Onlinejournalismus zu erlernen. Theorie und Praxis werden von Medienprofis vermittelt. Wöchentlich stattfindende Workshops mit externen Dozentinnen und Dozenten runden die crossmedialen Ausbildungsmodule ab. Den Kern der Ausbildung bildet das redaktionelle Vollzeitpraktikum (bis zu drei Monate), das sich überwiegend an Abiturienten und Abiturientinnen sowie Studierende richtet. Daneben gibt es mehrwöchige Praktika für Berufsschülerinnen und Berufsschüler und ein- bis zweiwöchige Schüler- und Schnupperpraktika.

Highlights bei max neo im Jahr 2020 waren u. a.:

- Fränkischer Hörwettbewerb „Hört Hört!": Preise für Mitglieder der Jugendredaktion Funkenflug und der Lehrredaktion von max neo
- Crossmediale Live-Sondersendung zur US-Präsidentchaftswahl in Kooperation mit M94.5
- Stadtradio Nürnberg: eine Woche Live-Programm gestaltet von Volontären und Volontärinnen der ARD-Rundfunkanstalten im Rahmen einer Kooperation mit der BR-Ausbildungsredaktion
- Medienpädagogische Schulradioprojekte: u. a. „Aktiv gegen Vorurteile“ mit Audio-clips zum Thema „Fake News“ und „Spotlight – Future of Europe“ mit Audio-spots zu Europa
- Optimierung der eigenen Website und Social Media-Plattformen


Für die Vermittlung eines verantwortungsbewussten Gebrauchs der Medien, insbesondere für Medien-erziehung und Medienpädagogik, wurden 2020 von der Landeszentrale Mittel in Höhe von rund 646 TEUR aufgewendet.

Weiterführende Informationen bieten die  Jahresberichte Medienkompetenz der BLM



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

Erwachsene, Senioren sowie an pädagogisch Tätige und Personen, die Wissen/Informationen weitergeben. Im Jahr 2020 wurden für medienpädagogische Aktivitäten rund 646 TEUR aufgewendet.

Eine weitere gesetzlich festgelegte Aufgabe der BLM ist die Förderung der Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich. Die MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, an der die BLM Anteile hält, trägt dem Rechnung. Sie unterstützt Jugendliche und junge Erwachsene dabei, journalistische und technische Fertigkeiten insbesondere im Bereich der Online-Medien zu entwickeln und Praxiserfahrung zu sammeln (siehe  S. 98 ff.).

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

Zusammensetzung des Forum Medienpädagogik 2020

22 Medienräte der BLM

5 Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunks

22 Vertreter folgender Institutionen:

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

Projekte und Initiativen

FLIMMO

➔ **FLIMMO** ist ein Projekt des gemeinnützigen Vereins Programmberatung für Eltern e.V. Mitglieder sind elf Landesmedienanstalten, die Stiftung Medienpädagogik Bayern der BLM und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Mit der Durchführung ist das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis beauftragt. FLIMMO ist ein medienpädagogischer Ratgeber für Eltern und unterstützt sie seit 1997 bei der altersgerechten Medienerziehung ihrer Kinder.

In den letzten Jahren veränderte sich das Mediennutzungsverhalten stark: Filme und Serien werden nicht mehr nur linear auf dem Fernsehgerät gesehen, sondern auch über alternative Verbreitungswege und auf mobilen Endgeräten. Streaming-Plattformen und YouTube werden in vielen Familien intensiv genutzt. Um das Beratungsangebot besser an das veränderte Nutzungsverhalten und die Bedürfnisse von Eltern anzupassen, wurde das Projekt neu ausgerichtet. Neben einer neuen konzeptionellen Grundlage und einer inhaltlichen Erweiterung des Angebots, werden die digitalen Ausspielwege sowohl technisch als auch gestalterisch völlig neu entwickelt. Auch in Bezug auf die Konzeption eines neuen Printformats wurden mit der Herausgabe der Sonderausgabe „Mediennutzung von Schulanfängern“ im Jahr 2020 neue Erkenntnisse gesammelt.

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

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


Im ersten Halbjahr 2021 wurde eine Basisversion der digitalen Angebote von FLIMMO veröffentlicht, die im Folgenden sukzessive erweitert werden wird. Der neue FLIMMO wird nicht nur anders aussehen, sondern vor allem die digitalen Verbreitungswege von Bewegtbild-Inhalten möglichst gleichberechtigt zum linearen TV-Angebot, in jedem Fall aber deutlich umfangreicher als bisher, berücksichtigen. FLIMMO wird sich daher künftig als Elternratgeber für TV, Streaming und YouTube positionieren und möchte Eltern mit Altersangaben und Empfehlungen sowie einem einfach zu verstehenden Bewertungssystem nach einem Ampelschema noch besser bei der Auswahl geeigneter Inhalte für ihre Kinder unterstützen.

Dein FLIMMO

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


Im Berichtszeitraum erschienen zwei Ausgaben der Beilage. Anfang Januar 2020 gab die BLM die Ausgabe zum Thema „Hinter den Kulissen“ mit einer Gesamtauflage von 43.000 Exemplaren heraus. Ende des Jahres wurde eine Ausgabe zum Thema „Medien im Alltag“ mit insgesamt 6.500 Exemplaren veröffentlicht


Internet-ABC

Das Projekt  **Internet-ABC** ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Landesmedienanstalten mit dem Ziel, einen verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgang mit Medien bei Kindern im Grundschulalter zu fördern. Dazu bietet die Website www.internet-abc.de Kindern, Eltern, Lehrkräften und pädagogisch Tätigen speziell zugeschnittene Angebote und Informationen zur Medien-erziehung von Kindern zwischen fünf und zwölf Jahren. Die BLM unterstützte die Initiative im Jahr 2020 und ist sowohl Vereins- als auch Vorstandsmitglied.


Das interaktive Angebot für den Elementarbereich mit dem Titel „Mein erstes Internet-ABC online“ wurde 2020 fertiggestellt und steht auf der Website des Vereins zur Verfügung. Das Angebot ist für die 1. und 2. Jahrgangsstufe konzipiert und soll Kindern unabhängig von ihrer Lesekompetenz in Begleitung durch Lehrkräfte oder Eltern einen ersten Zugang zum Umgang mit Medien geben. 2020 wurde außerdem der Flyer „Medien in der Familie: Regeln finden – Streit vermeiden“ inhaltlich und gestalterisch überarbeitet.

Stiftung Zuhören


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

Um ihrem Anliegen nachzugehen, führte die Stiftung auch 2020 wieder verschiedene Projekte zum Thema Zuhörbildung durch. Im Berichtszeitraum wurden im Rahmen des Projekts  „**Hörclub: Zuhörbildung in der Schule**“ zur Förderung der Zuhörkompetenz und Sprechfreude von Kindern bis zur 6. Jahrgangsstufe insgesamt 200 neue Hörclubs initiiert und über 150 Partnerschaften für neue Hörclubs an Schulen in Bayern sowie weiteren Ländern geschlossen.

2020 begann zudem das Projekt MEDIHA (Medienkompetenz – Zuhören als Schatz) in Kooperation mit der Ludwig-Maximilians-Universität München, das die Weiterentwicklung der HörSpielBoxen aus dem Projekt „Hörclubs“ in Bezug auf das Thema Medienbildung zum Ziel hat.

Im Projekt  „**Lilo Lausch – Zuhören verbindet**“, das seit 2012 die Zuhör- und Sprachbildung von Kindern und Familien unterschiedlicher sozialer und kultureller Herkunft fördert, nahmen im Berichtszeitraum 210 pädagogische Fachkräfte an der Basisfortbildung teil. Das gesamte Fortbildungsangebot, zu dem neben der Basisfortbildung auch Vertiefungsseminare und ein kollegialer Erfahrungsaustausch zählen, fand seit Sommer 2020 weitgehend online statt.

Mach Dein Radio

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

Die BLM unterstützte im Schuljahr 2019/20 insgesamt 32 Schulradioprojekte an bayerischen Schulen bei der Produktion von Radiobeiträgen. Die üblichen großen Präsenzveranstaltungen von Mach Dein Radio mussten coronabedingt ausfallen, doch entwickelte die BLM zeitnah digitale Alternativen: Zum Schuljahresende im Juli 2020 wurden zwei Online-Workshops für Schülerinnen und Schüler zu den Themen „Recherche und Fake News“ sowie „Effektive Themenfindung und Beitragsdramaturgie“ durchgeführt. Im September fand eine Online-Lehrkräftefortbildung zum Thema „Schulradio“ mit 22 Teilnehmenden statt.

Bei den digitalen Medientagen 2020 beteiligte sich das Team von Mach Dein Radio beim neu geschaffenen Ausbildungsbereich „Start into Media“. Dazu fand zum zweiten Mal der Wettbewerb „Mach Dein Radio-Star“ für Schul- und Jugendradios in den Kategorien „Youngsters“, „Teens“, „P-Seminar“ statt. Eine neue Kategorie „Mach Dein Radio Star: Word up!“ richtete sich speziell an Nach-

wuchs-Podcaster in Bayern. Begleitend zum Wettbewerb bot die BLM eine Webinar-Reihe an, bei der den Teilnehmenden von Jugend- und Campus-Radios gezeigt wurde, wie man von einer Podcast-Idee zur ersten Episode kommt. Im November und Dezember 2020 fanden Online-Workshops zum Thema „Sprechtraining“ für nichtkommerzielle Anbieter in Bayern statt.

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



Weitere Projekte

- ➔ „Filmkiste – Filmerziehung im Elementarbereich“, pädagogisch wertvolle Filme für Kinder im Vor- und Grundschulalter
- ➔ „Prix Jeunesse International“, ein internationales Fernsehfestival für Kinder und Jugendprogramme
- ➔ „Smart Surfer – Fit im digitalen Alltag“, eine Seminarreihe für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung der Generation 50plus
- ➔ Begegnungen Deutsche Einheit, medienpädagogisches Projekt für Jugendliche zu Erfahrungen im Zusammenhang mit der deutschen Wiedervereinigung


Beteiligung an Arbeitsgruppen und Initiativen

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

Publikationen und Veranstaltungen

Informationsmaterialien

Die BLM stellt eine Vielzahl an Informationsmaterialien zu aktuellen medienpädagogischen Themen zur Verfügung: Neben dem kostenfreien Download der Materialien auf der Website der BLM können die Materialien auch bayernweit kostenlos bestellt werden. Dafür steht seit 1. September 2020 ein neues Bestellformular unter materialien.blm.de bereit.

2020 wurde die erstmals Anfang 2019 publizierte und seither aufgrund der hohen Nachfrage mehrfach nachgedruckte Broschüre „Recht am eigenen Bild“ auch in leichter Sprache veröffentlicht. Mit der Broschüre  **Recht am eigenen Bild – Tipps in Leichter Sprache** möchte die BLM gezielt Menschen ansprechen, die Texte nur eingeschränkt lesen und verstehen können. Texte in Leichter Sprache zeichnen sich neben der Vereinfachung des Textes auch durch eine Optik aus, die das Lesen dank großer Schrift und kurzer Zeilen erleichtert.


Safer Internet Day


Bayernweit wurden zum Safer Internet Day am 11. Februar 2020 29 Elternabende angeboten, die Referenten des medienpädagogischen Referentennetzwerks der Stiftung Medienpädagogik Bayern durchführten.

Interdisziplinäre Tagung

Vom 25. bis 27. November 2020 fand die 16. Interdisziplinäre Tagung mit dem Titel „Wie verändern digitale Medien unser Erinnern?“ in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis statt. Die Veranstaltung wurde im Jahr 2020 erneut durch das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales gefördert.

Monetarisierung von Computerspielen


Ende 2020 wurde die von der BLM in Auftrag gegebene Expertise zum Thema  **Monetarisierung von Computerspielen** als Band 109 der BLM Schriftenreihe veröffentlicht und ist auf der Website der BLM als kostenfreier Download erhältlich. Im Rahmen der Expertise untersucht Prof. Dr. Jochen Koubek, Professor für Angewandte Medienwissenschaft und digitale Medien an der Universität Bayreuth, verschiedene ökonomische Strukturen in digitalen Spielen wie In-Game-Shops, Pay-to-Win-Mechanismen oder glückspielähnliche Elemente. Dabei nimmt er Bezug auf Risiko- und Gefährdungspotenziale dieser Mechanismen insbesondere für Kinder und Jugendliche und bereitet Lösungsvorschläge zum Umgang mit den dargelegten Monetarisierungsformen auf.

Am 26. November 2020 fand anlässlich der Veröffentlichung eine Online-Veranstaltung statt (s. a.  **Seite 134**).

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



Die Medien.Bayern GmbH fördert mit verschiedenen Maßnahmen die Innovation am Medienstandort Bayern. Sie vernetzt die Akteure über Veranstaltungen, vergibt finanzielle Unterstützung in Förderprogrammen und macht den Medienstandort national und international sichtbar. Im Jahr 2020 hat die Landeszentrale 406 TEUR für Innovationsförderung und Vernetzung aufgewendet.

Die  **Medien.Bayern GmbH** ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der Landeszentrale. Der Beirat der Medien.Bayern GmbH besteht unter dem Vorsitz des Medienministers Dr. Florian Herrmann aus Vertretern folgender Einrichtungen: Bayerische Industrie und Handelskammer, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Bayerischer Rundfunk, Film Fernseh Fonds Bayern, Freistaat Bayern, MedienCampus Bayern, Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft.

Unter dem Dach der Medien.Bayern GmbH operieren fünf Projekte: Im Media Lab Bayern entwickeln Pioniere ihre Prototypen. Das MedienNetzwerk Bayern vernetzt die Innovatoren untereinander. Das Standortmarketing XPLR:Media in Bavaria erzählt, welche neuen Projekte die Menschen in Bayern voranbringen. Die Initiative Start INTO MEDIA unterstützt die Medienbranche darin, den Nachwuchs und Fachkräftebedarf in Bayern langfristig zu decken. Der XR Hub legt den Fokus auf die Aktivitäten im Bereich Mixed Reality und die Medientage München sind der Kongress, auf dem einmal im Jahr alle Innovationen und Innovatoren zusammenkommen (s. a. Seite 128 ff.).

Media Lab Bayern

Das  **Media Lab Bayern** ist ein Innovation Hub für digitale Medien und digitalen Journalismus. Das Media Lab unterstützt mit seinen Förderprogrammen Talente, Startups und Medienhäuser darin, neue Ideen im digitalen Journalismus zu entwickeln und umzusetzen. Darüber hinaus vernetzt das Media Lab Bayern Medienpioniere, scoutet Trends der Branche und bildet Talente in Innovationsmethoden weiter.

Das Media Lab Bayern hat seit 2019 zwei Standorte: München und Ansbach. Während das Münchner Lab sich auf Startups und Medienhäuser konzentriert, ist das Media Lab Ansbach Ideen-Inkubator und Coworking-Space für Studierende und Absolventen.

Aktivitäten am Standort München

■ **Media Startup Fellowship**

Das  **Media Startup Fellowship** richtet sich an Medien-Startups, die ihren Prototyp im Rahmen des neunmonatigen Programms auf den Markt bringen möchten. Das Förderprogramm umfasst drei Phasen („Product“, „Sales“ und „Invest“), in denen das Media Lab die Gründerinnen und Gründer mit regelmäßigen Einzelcoachings und passenden Workshops unterstützt. Außerdem erhalten die Teams Zugang zu kostenlosen Arbeitsplätzen im Coworking Space sowie eine Fördersumme von 40.000 Euro.

2020 zogen Batch #7 und #8 ins Media Lab Bayern ein. Zusammen mit den Teams des Batch #6, deren Fellowship mit Mai 2020 endete, haben 2020 insgesamt 23 Teams eine Förderung im Rahmen des Media Startup Fellowship erhalten. Bedingt durch die Pandemie musste der Coworking Space des Media Lab ab März 2020 größtenteils geschlossen werden. Das Coaching- und Workshop-Programm wurde auf live-remote Formate umgestellt, auch Netzwerk-Events für die Teams untereinander und mit externen Gästen fanden seither per Video-Call statt.

Geförderte Teams 2020

Batch#6

- 1E9
- aclipp
- Focal Analytics
- RosaMag
- The Story Market

Batch#7

- Rokin
- ForFuture
- Family Punk
- Fible
- Fusionbase
- Design.ai
- Augmentris
- Was wäre wenn

Batch#8

- Adsata
- Chica con Ciclo
- Chicken Technologies
- Fast Ocean
- Facts for Friends
- HearOn
- Karakaya talks
- Nutri Coach
- Television AI
- Was mit Medien

■ Grow-Fellowship

Das Grow-Fellowship ist die Anschluss-Förderung für Alumni des Media Startup Fellowship und wird in Form eines Erfolgsliehens an besonders aussichtsreiche Startups vergeben. Die Förderung umfasst 50.000 Euro, von denen 20 Prozent nach drei Jahren zurückgezahlt werden müssen. Das Fellowship wird in drei Chargen ausbezahlt, die voraussetzen, dass die Teams vorab definierte Meilensteine erreichen. 2020 erhielten die Teams 1E9, The Storymarket, Aclipp und Fusionbase diese Förderung.

■ Das R&D Fellowship

Das Research & Development Fellowship richtet sich auch an Einzelpersonen, ermöglicht die Entwicklung einer Idee und schafft die Voraussetzung für deren anschließende Umsetzung in einem Medienhaus oder einem Startup. Interessierte können sich auf Challenges der Medienbranche bewerben. Im Verlauf des zweimonatigen Programms erarbeiten die Teilnehmenden erste Prototypen. 2020 wurden die R&D Fellows erstmals in Batches zusammengefasst, was einen entscheidenden Schub für die Qualität bedeutete. Insgesamt haben das Fellowship 2020 16 Personen durchlaufen.

■ Rocking Science Journalism

2020 wurde wie schon 2018 in Kooperation mit der Robert Bosch Stiftung ein spezielles Förderprogramm für Wissenschaftsjournalismus angeboten. Die teilnehmenden Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten wurden in bestehende Programme des Media Lab

Bayern integriert: Acht Plätze im R&D Fellowship und sieben Plätze in der Summer School Ansbach wurden an Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Rocking Science Journalism Programms vergeben, die so – begleitet durch ein eigenes Coachingprogramm – innovative Projekte starten und erste Prototypen testen konnten.


■ Open Innovation Challenge

Als Reaktion auf die Corona-Pandemie entwickelte das Media Lab Bayern im April 2020 die erste Open Innovation Challenge unter dem Titel „Open Innovation Challenge – Coronainfos im Lokalen“. Dieser offene Ideenwettbewerb richtete sich an Startups und ad-hoc entstandene Teams. Die 30 besten Einreichungen wurden mit einem Preisgeld ausgezeichnet. Die innovativsten Lösungen in den Kategorien Format, Software und Monetarisierung wurden zudem auf den Webseiten des Media Lab kostenlos zum Download zur Verfügung gestellt. Im Juli 2020 startete das Media Lab Bayern eine zweite Challenge zum Thema „Mehr Diversität in Medienhäusern“. Hier konnten neben den Kategorien Formate und Software auch Vorschläge zum Thema „Human Resources“ eingereicht werden. Die zehn besten Lösungen stehen Medienhäusern kostenlos zur Verfügung.

■ Tech Ticket

Das Tech Ticket wurde 2020 erstmals ausgeschrieben und ist eine finanzielle Förderung für Teams, die einen Prototypen oder eine technische Evaluierung umsetzen wollen. Bewerben konnten sich Teams und Teilnehmende aus dem Media Startup Fellowship und dem R&D Fellowship, die keinen technischen Co-Founder im Team haben oder denen die technische Expertise in einem speziellen Feld fehlt. Das Tech Ticket wurde im Dezember 2020 an drei Teams aus dem Media Startup Fellowship (Chica con Ciclo, Family Punk und Fible) sowie an zwei R&D Fellows (Luise Walther, Victoria Schrank) vergeben.

■ Open Space

Die kostenlosen Arbeitsplätze für die Teams wurden pandemiebedingt von März bis Mai 2020 vorübergehend geschlossen, ab Mai ging der  **Open Space** in den Minimalbetrieb: Maximal fünf Einzelpersonen konnten nach vorheriger Anmeldung wieder vor Ort arbeiten. Dafür wurde ein Hygienekonzept und Tischreservierungssystem eingeführt, um sicheres Arbeiten zu gewährleisten.

■ User Insight Reports

2020 veröffentlichte das Media Lab zwei User Insight Reports. Diese qualitativen Feldstudien richten sich an Startups und Produktentwickelnde, denen die Zeit oder die Expertise für fundierten User Research fehlt. So soll gewährleistet werden, dass die Sichtweise und Bedürfnisse der Nutzenden von Anfang an im Produktentwicklungsprozess berücksichtigt werden können. Der erste User

Insights Report 2020 widmete sich den Nutzerinnen und Nutzern von hyper-regionalen Medien: den Wochenblättern. Die zweite durchgeführte Studie beschäftigte sich mit vier ausgewählten Medien-Zielgruppen, deren Verhalten relativ wenig erforscht ist, die aber als Indikator für zukünftige Mediennutzung dienen können: Digitale Seniorinnen und Senioren, Freeloading News-Junkies, Handsfree Nutzenden sowie Peergroup People. Beide Studien stehen auf der Webseite des Media Lab zum Download bereit.


■ Remote Programm

Die pandemiebedingte Schließung des Coworking Space im März 2020 hatte zur Folge, dass sämtliche Programme und Angebote des Media Labs in live remote Formaten abgehalten wurden. Das Media Lab Bayern hat die Zeit der Kontaktbeschränkungen genutzt, um systematisch zu analysieren, wie remote Programme durchgeführt werden müssen, um das bestmögliche Erlebnis für die Zielgruppe zu gewährleisten. Im Rahmen der Innovation Week wurde ein digitales Workbook erstellt, das Ende 2020 durch Video- und Lerninhalte für das Media Startup Fellowship sowie das R&D Fellowship ergänzt wurde.

■ Media Innovators Datenbank

Das Media Lab Bayern verfügt über ein breites Netzwerk im Medienbereich. Um dieses Netzwerk auch nach außen nutzbar zu machen, wurde 2020 die Media Innovators Datenbank entwickelt, auf der Talente nach Einladung durch das Media Lab ein Profil erstellen und ihre Kompetenzen und Fähigkeiten hinterlegen können. Eine Such- und Auswahlfunktion ermöglicht es Nutzerinnen und Nutzern der Plattform, die richtigen Personen mit den richtigen Skills zu finden.

Aktivitäten am Standort Ansbach

Das  Media Lab Ansbach versteht sich insbesondere als Ideen-Inkubator und Coworking-Space für Studierende und Absolventen.

■ Media Innovation Traineeship

Im November 2020 startete das Media Lab Ansbach das neue Media Innovation Traineeship Programm, um trotz der Coronakrise Innovation zu ermöglichen. Sechs Trainees wurden intensiv in Innovationsmethoden geschult und konnten ihr Know-how direkt auf innovativen Praxisprojekten bei einem Medienpartner einbringen. Erste Partner 2020 waren BR Next, pd digital, Nürnberger Presse Verlag, Mediengruppe Oberfranken und die Weka Mediengruppe.

■ Media.Projects

Seit 2015 fördert die BLM innovative Ideen für lokale Radio- und Fernsehstationen, die zusammen mit Hochschulen umgesetzt werden. Der Sender formu-

liert die Herausforderung – die Studierenden entwickeln Lösungen. Seit 2020 werden die media.projects durch das Media Lab Ansbach betreut. In diesem Rahmen wurden in 2020 zwei Kooperation von Niederbayern TV mit der Technischen Hochschule Deggendorf (Thema „Neue Reichweiten für SocialTV“) sowie der Universität Passau (datenjournalistisches Projekt zu Hochwasserereignissen) gefördert. Im Dezember 2020 konnte außerdem ein Projekt der Radiosender „Radio 8“ und „Radio Galaxy“ mit der Hochschule Ansbach (vertreten durch den Pixel Campus) angestoßen werden, das sich mit einer neuen Social Media Strategie für die Sender beschäftigt.

■ Stipendien, Projektförderung und Open Space

Zudem unterstützt das Media Lab Ansbach Studierende im Rahmen von Stipendien dabei, sich in ihrer Abschlussarbeit vertieft mit einem Innovations-thema zu beschäftigen. Im Februar 2020 beendete der erste Bachelorand seine Abschlussarbeit zum Thema „Individualisierte Ausstrahlung von Werbung auf Online Streaming Portalen“ im Open Space Ansbach.

Im Frühling 2020 wurde ein Fellowship Programm für Abschlussarbeiten eingeführt. Abschlussarbeiten zu innovativen Medienthemen können durch das Media Lab Ansbach nun bis zu sechs Monate lang mit monatlich 600 Euro gefördert werden.

■ Hochschulprogramm

Seit dem Sommersemester 2020 hat das Media Lab Ansbach einen Lehrauftrag für ein eigenes Wahlpflichtmodul zum Thema „Innovative Produktentwicklung“ an der Hochschule Ansbach, das aufgrund des positiven Feedbacks auch im Wintersemester 2020/21 angeboten wurde.

Im Wintersemester 2020/21 wurde zusätzlich auch ein Praxismodul im Studiengang Kommunikationswissenschaften an der Universität Bamberg mit dem Titel „Media Innovation Skills“ durchgeführt. Pro Kurs werden ca. 15–20 Studierende in Innovationsmethoden geschult und arbeiten in Projekt-Teams begleitet durch intensive Coaching-Sessions an Ideen und Lösungen für aktuelle Herausforderungen der Medienbranche.

Neben diesen festen Seminarreihen haben im Sommersemester 2020 und Wintersemester 2020/21 auch mehrere durch das Media Lab angeleitete Workshops für die HS Ansbach, die Universität Bayreuth, die FAU Erlangen und die LMU München stattgefunden, an denen insgesamt rund 500 Studierende teilnahmen.

■ Online-Workshop Krisenjournalismus

Als Reaktion auf den wegen der Corona-Pandemie verschobenen Semesterstart wurde am Media Lab Ansbach im März/April 2020 als Angebot für Studierende kurzfristig ein Online-Workshop zum Thema „Neue Ideen für den Krisenjournalismus“ aufgesetzt. In 5 Tagen arbeiteten 22 Teilnehmerinnen und Teilnehmer begleitet vom Media Lab

Team, Coaches und Experten an Projektideen und ersten Prototypen. Heraus kamen unter anderem eine Crossmedia-Kampagne zur Kommunikation von Verhaltensregeln, eine Newsnavigator-App, ein an Themen orientiertes Stimmungsbarmeter sowie zwei Instagram-Konzepte.

■ **Media Lab Summer School**

Im August 2020 fand die Summer School erstmalig als gemeinsame Veranstaltung des Media Lab Ansbach und des Rocking Science Journalism Programms des Media Lab Bayern statt. Aufgrund der Covid-19-Pandemie wurde der 5-tägige Workshop komplett online durchgeführt. Die 16 Teilnehmerinnen und Teilnehmer setzten sich aus Studierenden sowie Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten zusammen, die intensiv in Ideenentwicklung und Innovationsmethoden gecoacht wurden.

■ **Events und Meetups am Media Lab Ansbach**

Während der Vorlesungszeit fanden am Media Lab Ansbach im Jahr 2020 alle zwei bis drei Wochen Abendevents statt, auf denen sich Studierende mit Innovationsexpertinnen und -experten und Startups austauschen und vernetzen konnten. Seit dem ersten Lockdown im März 2020 fanden diese Events als

Online-Veranstaltungen mit durchschnittlich 15 bis 20 externen Teilnehmerinnen und Teilnehmer statt. 2020 haben insgesamt acht Events der Reihe „Innovation Experts“ und fünf „Innovation Meetups“ mit Medien-Startups stattgefunden.

Mit vier #snackable-Workshops wurde im Sommer zudem ein Format für die vorlesungsfreie Zeit angeboten. In einem kompakten zeitlichen Rahmen von maximal zwei Stunden gab es nach einem kurzen Experten-Input in konstruktiven Kleingruppen einen regen Austausch zu aktuellen Trendthemen und Herausforderungen der Medienbranche.

Veranstaltungen des Media Lab Bayern

■ **Media Innovation Camp Munich #micmuc_**

Das Media Innovation Camp fand im Mai 2020 zum fünften Mal statt. Ziel des erstmals digital durchgeführt #micmuc war es, den inhaltlichen Austausch und das Networking der 260 Teilnehmenden zu Themen der Innovation in der Medienbranche – trotz der aktuell herrschenden außergewöhnlichen Situation – zu ermöglichen. Die neue digitale Umsetzung, ausgewählte inhaltliche Beiträge sowie starke Partner ermöglichten es dem Media Lab Bayern, sich erneut als Anlaufstelle für den Bereich Innovation in der Medienbranche zu präsentieren.



➔ Mehr zu den Veranstaltungen im Media Lab Bayern finden Sie hier

■ Media Lab Innovation Week @MTM20

Im Rahmen der digitalen Medientage München 2020 hat das Media Lab Bayern vom 26. bis 30. Oktober 2020 ein digitales On-Demand Kursangebot entwickelt, um Teilnehmenden eine flexible Möglichkeit zu bieten, Innovationsprojekte strategisch anzugehen. Das Angebot umfasste vier in sich geschlossene Kurse für verschiedene Zielgruppen:

- Build Your Innovation Strategy: So entwickelst du eine Innovations-Strategie
- Build New Ideas: So kannst du deine eigene Idee umsetzen
- Build New Business Modells: So findest du ein funktionierendes Business-Modell
- Build Your Data Driven Newsroom: So wird dein Newsroom data driven

Für jeden Kurs wurden mit Hilfe von externen Fachleuten Inhalte entwickelt und diese in je fünf Podcast-Folgen aufbereitet. Zudem gab es ein eigens programmiertes digitales Workbook, live Q&A-Sessions und Austausch im eigenen Slack Workspace. Insgesamt haben 158 Teilnehmerinnen und Teilnehmer die vier Kurse gebucht und das Angebot abschließend mit 4,1 von 5 Sternen bewertet. Um den aufwendig produzierten und hochwertigen Content aus Podcast und Workbook weitzunutzen zu können, wurden die Kurse weiterentwickelt und werden 2021 als automatisierte On-Demand-Lösung angeboten.

MedienNetzwerk Bayern

Das  MedienNetzwerk Bayern als Teil der Medien.Bayern GmbH hat als Hauptaufgabe die Vernetzung der Medienteilbereiche untereinander und mit angrenzenden Branchen sowie die Information über die wichtigen Entwicklungen in der bayerischen Medienbranche. Das MedienNetzwerk Bayern deckt folgende Kernbereiche ab: Audio, Bewegtbild mit TV, Streaming, VOD, Print & Publishing, Buch, Werbung & PR, Immersive Media und Media Tech. Die Vernetzungsaktivitäten des MedienNetzwerk Bayern konzentrieren sich auf verschiedene Veranstaltungsformate, aber auch auf Projekte, die den Austausch und die Zusammenarbeit von Medienteilbereichen untereinander sowie von Medien und Industrie zu zukunftsrelevanten Themen der Digitalisierung fördern.

Projekte des MedienNetzwerks

■ Mediendemonstrator

Das MedienNetzwerk Bayern hat mit dem Mediendemonstrator ein virtuelles Testumfeld für die Zusammenarbeit der Medien- und Automobilindustrie entwickelt.

Mit der Landesanstalt für Medien NRW wurde eine Beteiligung als Technologiepartner an der Studie „On Track – Studien zu Audio und Mobilität“ vereinbart. Im Rahmen der Studie stellt das MedienNetzwerk Bayern den Mediendemonstrator als Testumfeld für die Erprobung der ermittelten Audionutzungsszenarien zur Verfügung.

Ein bereits begonnenes Projekt zur Audionutzung im Auto mit der EF S Automobile GmbH, einer 100% Tochter von Audi, musste aufgrund der wirtschaftlichen Lage infolge der Pandemie 2020 vorerst ausgesetzt werden.

■ **Digitale MedienNetzwerk Bayern Community**


Das bereits Ende 2019 begonnene Projekt, die Veranstaltungen des MedienNetzwerk Bayern mit einer digitalen Plattform zur Vernetzung zu begleiten, bekam durch die Corona-Pandemie eine ganz neue Bedeutung. Das Projekt wurde zur MedienNetzwerk Bayern Community weiterentwickelt und bei den Medientagen München digital 2020 gelauncht. Ziel der Community ist es, Medienschaaffenden aus Bayern die Möglichkeit zu geben, sich zu vernetzen. Alleinstellungsmerkmal der digitalen Plattform ist die klare Fokussierung auf den Medienstandort Bayern und die Möglichkeit bayerische Medienmacherinnen und -macher nach Fähigkeiten, Interessen und nach Regierungsbezirk zu filtern.

Veranstaltungen

Zwei Veranstaltungen, die Audio Hack Days und media.innovations – Der Innovationstag der BLM veranstaltete das MedienNetzwerk Bayern auch 2020 in Kooperation mit der BLM (siehe dazu Seite 131 f.).

Mit eigenen Netzwerkveranstaltungen besetzt das MedienNetzwerk Bayern zudem wichtige Felder und Themen für die branchenübergreifende Zusammenarbeit.

■ **MEDIA meets**

Das Veranstaltungsformat  „MEDIA meets DATA SCIENCE“ fand im Dezember 2020 als Themenwoche digital statt und behandelte ein Thema, das dank der hohen Dynamik im Digitalisierungsprozess von Medienunternehmen eine besonders hohe Relevanz hat. Ziel der Themenwoche war es, jeden Tag einen Inhalt zum Thema Data Science „on demand“ zur Verfügung zu stellen, um besser auf die Nutzungssituation von Inhalten während der Corona-Pandemie einzugehen. Die Eröffnung und der Abschluss der Themenwoche wurde jeweils als Live-Event mit Keynote gestaltet. Mit dem besonderen Format gelang es, die Inhalte auch über die Themenwoche hinaus verfügbar zu machen.

■ **Media Date**

Das Media Date „How is Big Data shaping the media industry?“ am 2. April 2020 erzielte eine hohe Reichweite. Im Rahmen dieses Media Dates wurde auch die digitale MedienNetzwerk Bayern Community in der Beta-Version zum ersten Mal erfolgreich zur Eventbegleitung eingesetzt.

Im Rahmen des Media Dates

➔ **Sustainability – Medien nachhaltiger gestalten** am 5. Mai 2020 diskutierten Expertinnen und Experten aus der bayerischen Medienbranche über ihre Nachhaltigkeitsstrategien.

■ **Media Insight**

Mit dem neu entwickelten Format „Media Insight – eine Stunde, ein Thema“ reagierte das MedienNetzwerk Bayern auf die geänderten Bedürfnisse der bayerischen Medienunternehmen unter Pandemie-Bedingungen. Der Fokus der Veranstaltungen richtet sich auf den Austausch innerhalb einer Medienbranche zu einem ganz konkreten Thema und in einem klar gesetzten zeitlichen Rahmen.

Den Anfang machte am 17. Juni 2020 das Media Insight „Alles anders durch Corona – Herausforderungen oder echte Chancen?“, das sich auf die Situation von Radiomachenden und Audioproduzierenden konzentrierte.

Am 23. Juli ging es dann bei Media Insights „Corona als Boost für die Zusammenarbeit in XR“ um Möglichkeiten virtuelle Räume für die Zusammenarbeit zu nutzen und die Vorteile einer solchen Zusammenarbeit. Die Veranstaltung selbst fand in einer VR-Umgebung von Mozilla Hubs statt und gab den Teilnehmern so einen erlebbaren Einblick in das Thema.

■ **Immersive Media**

In Kooperation mit dem XR HUB Munich präsentierte das MedienNetzwerk Bayern im Rahmen der Medientage München digital täglich ein kostenfreies Ausstellungs- und Vortragsprogramm zu den neuen Entwicklungen in den Bereichen Virtual und Augmented Reality. Die XR SkY AREA bot unter dem Motto „This is immersive media NOW – The Shift from 2D to 3D Data Visualization“ einen Zugang in die Welt von Extended Reality (XR). Das Konferenzprogramm ermöglichte Akteuren aus der Community in Bayern, sich und ihre aktuellen Projekte vorzustellen. Eingeladen waren zudem international bekannte Speaker, wie Robert Scoble, der künftige Entwicklungen insbesondere im Bereich AR vorstellte.

■ Unterstützung von Partnerveranstaltungen

Das MedienNetzwerk Bayern unterstütze auch 2020 die Konferenz All About Voice. Virtuelle Meetups widmeten sich jeweils einem Spezialthema im Voice-Bereich, wie etwa Voice-Unterhaltungsangebote für Kinder oder Voice-Steuerung im Automobilbereich.

Weitere durch das MedienNetzwerk Bayern unterstützte Fremdveranstaltungen waren Formate wie das „eBook Camp“ am 8. Februar 2020, Book meets Film vom 1. bis 31. Juli 2020 in München, die Social Conference am 30. September 2020 oder die Würzburg Web Week vom 12. bis 19. Oktober 2020.

Information

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

XPLR Media

Ziel der Initiative XPLR: MEDIA in Bavaria ist es, die Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern zu erhöhen und zu stärken. XPLR: MEDIA wird durch die Bayerische Staatskanzlei gefördert.

Im Online-Magazin, der Media Map, dem Eventkalender und dem Printmagazin finden Medienschaffende und -interessierte einen Überblick über die Medienlandschaft in Bayern sowie Trends und Perspektiven der Medien in der digitalen Transformation. Die Reports behandeln aktuelle Entwicklungen und zeigen Stärken des Medienstandorts Bayern auf. Auf nationalen Messen präsentierte XPLR: MEDIA in Bavaria innovative Medienunternehmen und inspirierende Best Cases.

Auch bei der 2020 digital veranstalteten Frankfurter Buchmesse war XPLR: MEDIA mit einer eigens dafür entwickelten Website vertreten. Unter dem Motto „Lesen 2020 – Buchstrategien für ein besonderes Jahr“ wurden bayerische Verlage und ihre innovativen Konzepte und kreativen Projekte vorgestellt. Am virtuellen Stand von XPLR: MEDIA in Bavaria konnten Besucher die spannenden Projekte von Hugendubel, Bilandia, Droemer Knauer, Magellan und Schwaneberger Verlag entdecken und ausprobieren. In mehreren Live-Sessions standen die Verantwortlichen den Besuchern Rede und Antwort und berichteten über die Entwicklung ihrer Projekte.

Start into Media

Ab Juni 2020 übernahm die Medien.Bayern GmbH die Aufgabe, über die Aus- und Weiterbildung im Medienbereich zu informieren und die Ausbildungsangebote zu koordinieren. Die im September 2020 neu entstandene Initiative START INTO MEDIA unterstützt die Medienbranche darin, den Nachwuchs- und Fachkräftebedarf in Bayern langfristig zu decken und so den Medienstandort Bayern zu stärken. START INTO MEDIA ermittelt den Bedarf, hilft dabei neue Angebote entstehen zu lassen und zeigt, wie attraktiv die Medien als Berufsfeld sind. Dafür informiert START INTO MEDIA Schülerinnen und Schüler, Studierende, Auszubildende und Professionals über Medienaus- und weiterbildungsmöglichkeiten in Bayern. Somit soll START INTO MEDIA langfristig zur strategischen Koordinierungsstelle zum Thema Medienaus- und -weiterbildung in Bayern werden.

XR Hub Munich

Seit Oktober 2019 ist auch der  **XR Hub Munich** unterstützt von der BLM und gefördert durch das Bayerische Digitalministerium bei der Medien.Bayern GmbH angesiedelt. Der XR Hub Munich fördert Themen wie Virtuelle Realität (VR) sowie Extended Reality (XR). Der Hub hilft Unternehmen dabei, die praktischen Einsatzmöglichkeiten von VR besser zu verstehen: Von der Visualisierung neuer Produkte über realitätsnahe Aus- und Weiterbildungsformen bis hin zur Fernwartung von Maschinen und Anlagen.

Die Corona-Pandemie 2020 bot die Chance, das Feld von XR weiter auszubauen und ihren Nutzen einem breiteren Publikum zu erschließen. Die Beteiligungen an vielen virtuellen Veranstaltungen, die Erstellung von XR-Spaces, der selbst-erstellte New Realities Podcast in Kooperation mit dem Media Lab Bayern-Startup 1E9 und die XR Network-Plattform haben das Thema und die Vernetzung innerhalb der Branche weiter vorangebracht.

Gemäß Art. 23 BayMG wurden 2020 staatliche Mittel in Höhe von rd. 11,54 Mio. Euro für die Förderung der technischen Verbreitung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten ausgereicht. Die Förderung der Programmherstellung erfolgte mit 1,66 Mio. Euro aus dem Haushalt der Landeszentrale.

Die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 BayMG war zuletzt bis Ende 2020 befristet. Durch Änderungsgesetz vom 23. Dezember 2020 wurde die Förderung um weitere vier Jahre bis Ende 2024 verlängert. Für die Förderung stehen wie bisher staatliche Mittel für die technische Verbreitung und Mittel aus dem Haushalt der Landeszentrale für die Förderung der Programmherstellung zur Verfügung.

Die staatlichen Mittel werden für die Verbreitung der Programmangebote in Kabelanlagen und via Satellit verwendet. Damit wird eine gleichwertige Versorgung mit diesen Fernsehangeboten in Bayern ermöglicht. Die Förderung der Programmherstellung trägt zur Erreichung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit dieser Programme bei.

Die Landeszentrale ist weiterhin Erstempfängerin der Förderung und reicht diese an die Anbieter bzw. unmittelbar an die technischen Dienstleister weiter.


Sämtliche Betrauungen mit der Aufgabe, ein qualitätsvolles Angebot nach Maßgabe des Art. 23 Abs. 2 BayMG zu erstellen, waren bis 31. Dezember 2020 befristet. Im Vorgriff auf eine zum 1. Januar 2021 erfolgte Verlängerung der Geltung der Förderbestimmung des Bayerischen Mediengesetzes hat der Fernsehausschuss des Medienrats in seiner Sitzung am 3. Dezember 2020 die Verlängerungen der Betrauungen vorbehaltlich der Änderung des Bayerischen Mediengesetzes empfohlen. Da eine Beschlussfassung des Medienrats im Dezember 2020 aufgrund der Corona-Pandemie nicht mehr erreicht werden konnte, hat der Präsident die Verlängerungen der Betrauungen veranlasst.

Programmausschuss

Die Zuständigkeit des im Jahr 2008 parallel zur Förderung von lokalen und regionalen Programmen nach Art. 23 BayMG eingerichteten Programmausschusses des Medienrats hat sich im Jahr 2020 nicht geändert. Weiterhin blieb es bei der Zuständigkeit für die Anbieter in den Versorgungsgebieten Unterfranken, Südostoberbayern und Neu-Ulm.

Verwendung der Mittel gem. Art. 23 BayMG

2020 wurden 14 Haupt- und 9 Spartenanbieter durch die BLM mit Fördermitteln gem. Art. 23 BayMG i. H. v. insgesamt ca. 13,20 Mio. Euro gefördert (s. Grafik). Die eingesetzten Fördermittel setzten sich dabei aus dem bayerischen Staatshaushalt (11,54 Euro) und dem Stammhaushalt der BLM (1,66 Mio. Euro) zusammen.

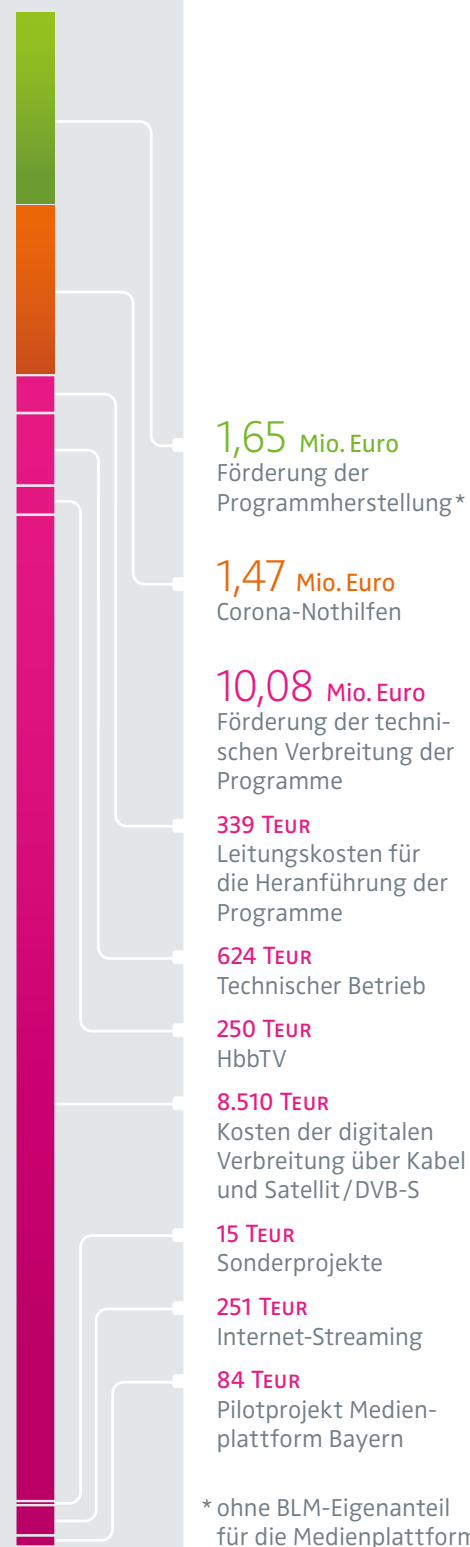
Die Verteilung der eingesetzten Mittel erfolgt nach der  **Satzung über die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten** nach dem Bayerischen Mediengesetz (Fördersatzung – Fös) vom 17. Dezember 2007.

Förderung der Technischen Programmverbreitung

Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2020 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden gemäß Art. 23 BayMG dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betraugungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren.

2020 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote über Kabel und Satellit Kosten in Höhe von 10.296 TEUR (Vorjahr 11.236 TEUR), die mit 9.998 TEUR (Vorjahr 10.328 TEUR) gefördert wurden.

13,20 Mio. Euro
Gesamtbetrag
der Förderung
2020



Im Rahmen des Pilotprojekts „Medienplattform Bayern“ werden Grundlagen für innovative zukunftsfähige Geschäftsmodelle der Haupt- und Spartenanbieter erforscht und erarbeitet. Hier fielen im Förderjahr Kosten i. H. v. 84 TEUR an, wovon 76 TEUR durch die Bayerische Staatskanzlei und 8 TEUR durch die Landeszentrale übernommen wurden.

Corona-Nothilfen 2020

Aufgrund der gravierenden wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie für die Bayerischen Lokal-TV Anbieter wurden von der Bayerischen Staatskanzlei Finanzmittel für Corona-Nothilfen zur Verfügung gestellt. Davon wurden im 2. Quartal 417 TEUR und im 4. Quartal 1,05 Mio. Euro als Corona-Nothilfen an betraute Hauptanbieter von Lokal-TV ausgereicht. Insgesamt beliefen sich die Corona-Nothilfen für Lokal-TV Anbieter damit in 2020 auf 1,47 Mio. Euro.

Förderung der Programmherstellung

Der Umfang der Förderung wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betraufungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 26.758 TEUR und Ausgaben in Höhe von 29.154 TEUR ein Förderbedarf in Höhe von 2.395 TEUR, der mit 820 TEUR (Vorjahr 817 TEUR) gefördert wurde (Förderquote 34,2 %). Bei den Spartenanbietern ergab sich durch Einnahmen in Höhe von ca. 229 TEUR und Ausgaben in Höhe von ca. 1.219 TEUR ein Förderbedarf in Höhe von 990 TEUR, der mit 827 TEUR (Vorjahr 825 TEUR) gefördert wurde (Förderquote 83,5 Prozent).

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

Publikationen

Die BLM hat 2020 insgesamt 76

➔ **Pressemitteilungen** veröffentlicht.

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

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

Newsletter

Die Landeszentrale publiziert verschiedene Newsletter. Im ➔ **BLM-Newsletter** sind die wichtigsten aktuellen Nachrichten aus den Rubriken Medienpolitik, Radio, Fernsehen, Digitale Trends, Medienkompetenz, Jugendschutz, Forschung und Netzwerk zu finden. Genannt sind auch die jeweils aktuellen Event-Termine. Ihre Veranstaltungen kündigt die Landeszentrale in einem eigenen Event-News-


letter an, der Themen, Referenten und Informationen zur Anmelde-möglichkeit enthält. Auch die zwei Ausgaben des BLM-Magazins „*tendenz*“ werden jeweils in einem Newsletter angekündigt.


Virtueller Rundgang durch die BLM

Wer die Landeszentrale, deren Aufgaben und das BLM-Team in einem virtuellen Rundgang kennenlernen möchte, hat seit 2020 dazu Gelegenheit auf der Website. Die Kamerafahrt durch die Räumlichkeiten zeigt das Innenleben der Landeszentrale. In Statements und Interviews von und mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird erläutert, wie Aufsicht funktioniert, welche Gremien Entscheidungen treffen oder was für Ausbildungsangebote die BLM macht.

Tendenz

Im Jahr 2020 sind zwei Ausgaben des ➔ **tendenz**-Magazins erschienen, das sich in einer Druckauflage von 5.000 Heften an Zielgruppen aus Medienpolitik, Medienunternehmen, Internet- und Telekommunikationsbranche, Wissenschaft, Jugendschutz und Medienpädagogik wendet. Künftig wird nur noch die Ausgabe zu den Medientagen München gedruckt, die andere erscheint ausschließlich online. Dieser Veröffentlichungsmodus wird der steigenden Zahl von Online-Abrufen des Magazins gerecht, das 2020 mehr als 2.000 Besuche auf www.blm.de verzeichnete. Ein entsprechendes Konzept dafür hat die *tendenz*-Redaktion 2020 entwickelt und umgesetzt.


Die  erste Ausgabe 2020 thematisierte die Veränderung der öffentlichen Meinungsbildung in der digitalen Kommunikation. Angesichts des Wandels von der Medien- zur Netzwerkgesellschaft droht das Meinungsklima mancherorts zu kippen. Einblicke in den Strukturwandel der Öffentlichkeit gewährten Artikel zu Desinformation, Hatespeech, Fact-checking und Influencer.


In der  zweiten Ausgabe 2020 ging es unter dem Motto „Die Krise als Chance“ um die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Medienbranche. Auf der einen Seite stehen wirtschaftliche Herausforderungen durch Werbeeinkaufsbeschränkungen, auf der anderen Seite die Chance, bei allen Beteiligten das Kreativ- und Innovationspotenzial zu wecken. Die tendenz 2.20 beschäftigte sich vor diesem Hintergrund mit Themen wie veränderte Mediennutzung, Redaktion im Homeoffice, Verschwörungsmythen, digitale Events oder digitale Bildung.


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



Medienpädagogische Service-Ratgeber

Die Nachfrage nach Ratgebern der Landeszentrale zu Themen aus dem Jugend- und Nutzerschutz steigt kontinuierlich. Aus medienpädagogischer Sicht sollen sie die Nutzerkompetenz stärken und richten sich insbesondere an alle Erziehungsverantwortlichen. Eltern, pädagogisch Tätige und andere Interessierte aus Bayern haben 2020 mehr als 20.000  medienpädagogische Broschüren der Landeszentrale und der Stiftung Medienpädagogik Bayern bestellt. Das zeigt: Mit der wachsenden Nutzung digitaler Medien steigt auch der Beratungsbedarf in Sachen Medienkompetenz.

Da Inklusion ein wichtiges Thema für die BLM ist, gibt es nun auch Broschüren in leichter Sprache – für Menschen mit Leseeinschränkungen. Den Auftakt machte 2020 der Ratgeber  **Recht am eigenen Bild – Tipps in leichter Sprache.**

Dreimal im Jahr erscheint außerdem  **Dein Flimmo**, die von der BLM herausgegebene Kinderbeilage zum Fernseh-Ratgeber für Eltern: „FLIMMO“. 2020 schaute Dein Flimmo „Hinter die Kulissen“ und behandelte das Thema „Medien im Alltag“.

Alle Broschüren können entweder als Printausgabe bestellt oder kostenlos auf der Website heruntergeladen werden. Auch die Informationsmaterialien der Stiftung Medienpädagogik Bayern zu einem sicheren Umgang mit Medien sind über die Website der Landeszentrale zu beziehen.

Jahresberichte und Schriftenreihe

Ihre Jugendschutz- und Medienkompetenz-Aktivitäten dokumentiert die Landeszentrale im [➔ Jugendschutzbericht](#) bzw. im [➔ Medienkompetenzbericht](#), die einmal pro Jahr erscheinen.

Der Mediendatenbeauftragte bei der BLM hat 2020 seinen [➔ 1. Tätigkeitsbericht](#) für den Zeitraum 2018/19 veröffentlicht.

Gutachten, Forschungsergebnisse oder auch Veranstaltungsdokumentationen werden in der [➔ BLM-Schriftenreihe](#) oder in Kooperation mit anderen Verlagen als Buch oder [➔ ebook](#) veröffentlicht. 2020 ist in der Schriftenreihe der Band 109 erschienen, der ein Gutachten von Prof. Dr. Jochen Koubek zur „Monetarisierung von Computerspielen“ dokumentiert. Als e-book wurde ein Rechtsgutachten zum Thema „Beurteilungsspielräume der Landesmedienanstalten“ veröffentlicht. Autor ist der Jurist Prof. Dr. Gerrit Manssen.

Die neue BLM-Broschüre erläutert Aufgaben, Ziele und Projekte der Landeszentrale.




BLM-Broschüre und Geschäftsbericht

Zu den regelmäßig erscheinenden Publikationen der Landeszentrale gehört der jährliche Geschäftsbericht, der Aktivitäten, Aufgaben und den Finanzbericht der Landeszentrale enthält. Der im Oktober 2020 veröffentlichte [➔ Geschäftsbericht 2019](#) trägt das Motto „lokal – global – digital“ und steht zum Download als pdf-Dokument zur Verfügung.

2020 wurde eine neue [➔ BLM-Broschüre](#) entwickelt, die wesentliche Aufgaben, Ziele und Projekte der Landeszentrale an Beispielen erläutert und durch Daten und Fakten ergänzt wird. Jeweils eine Doppelseite ist den Themen Vielfalt, Programm, Ausbildung, Menschenwürde, Medienkompetenz, Technik, Forschung und Innovation gewidmet. Unter BLM kompakt sind auf einen Blick Fakten zu Organisation und Finanzierung der Landeszentrale zu finden. Die Broschüre wurde im Februar 2021 publiziert.

Ein Überblick über alle Publikationen der BLM, einschließlich des DAB-Infoflyers, ist [➔ hier](#) zu finden.

Gemeinsame Projekte mit anderen Medienanstalten

Unter Federführung der BLM werden auch Gemeinschaftspublikationen der Medienanstalten erstellt. So erscheint jährlich das Jahrbuch der Medienanstalten. Das  **Jahrbuch 2020** dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten sowie deren länderübergreifende Zusammenarbeit in den gemeinsamen Gremien und Kommissionen.

Um das Thema Medienkonzentration und Medienvielfalt geht es im  **Vielfaltsbericht 2020** der Medienanstalten, der zu den Medientagen München im Oktober 2020 erschienen ist. Darin sind unter anderem die jeweils aktuellen Ergebnisse des Medienvielfaltsmonitors enthalten sowie weitere Forschungsergebnisse rund um die Sicherung von Meinungsvielfalt. Ein ebenfalls zu den Medientagen veröffentlichtes  **Video zum Medienvielfaltsmonitor** erklärt Ziele und Funktionsweise dieses Gemeinschaftsprojektes der Medienanstalten, das die Meinungsmacht der Medienunternehmen dokumentiert.


Das Jahrbuch dokumentiert die Arbeit der 14 Landesmedienanstalten in Deutschland.




Unter Federführung der BLM veröffentlichen die Medienanstalten jährlich einen Vielfaltsbericht.




Internet

Die Website der BLM  www.blm.de spiegelt umfassend und informativ die Tätigkeiten der BLM sowie die Arbeit ihrer Gremien nach außen. Fachpublikum, Medienschaffende, Auszubildende und medieninteressierte Bürgerinnen und Bürger finden hier ein breites Informationsangebot zum privaten Rundfunk in Bayern.

Im Passwort-geschützten Bereich des sog. „Gremien-Intranets“ rufen Gremienmitglieder der BLM Sitzungsunterlagen und weitere Informationen ab.

Die Website ist für Menschen mit Beeinträchtigung gut zugänglich und wird in einer  **Liste vorbildlicher Webangebote** geführt.

Folgende Neuerungen wurden im Jahr 2020 umgesetzt: Der Menüpunkt „Medienkompetenz“ liefert wertvolle Tipps zum Umgang mit Medien sowie entsprechendes Begleitmaterial zum Download. Neu ist die kostenlose Bestell- und Versandmöglichkeit über ein eigenes Bestellsystem für medienpädagogische Materialien  <https://materialien.blm.de>.

Das Streaming von Events und Medienratssitzungen über die Website wurde im ersten Jahr der Corona-Pandemie zur Normalität und sehr gut angenommen.

Mit dem Einsatz von Formularen konnte die Servicequalität der Website entscheidend verbessert werden. Diese sind z. B. bei einer Beschwerde oder bei der Anzeige von Streaming-Angeboten im Rahmen der Corona-Pandemie im

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



Einsatz. Auch die Einreichungen zum Hörfunk- und Lokalfernsehpreis der BLM können über die Website erfolgen.

Den Aufgaben und Tätigkeiten des Medienbeauftragten für den Datenschutz ist ein eigener Navigationspunkt mit dem Titel „Datenschutzaufsicht“ gewidmet. Hier haben die Nutzenden u. a. die Möglichkeit, über ein Formular eine Datenpanne oder eine Datenschutzverletzung zu melden.

Konsequent gegen Hass

Unter der Adresse www.konsequent-gegen-hass.de ist die Microsite der Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ integriert. An dem gemeinsamen Projekt des Bayerischen Justizministeriums und der BLM können sich sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Medienhäuser in Bayern beteiligen, um ein Zeichen gegen Hass und Diskriminierung zu setzen. In einem geschützten Bereich werden den Mitwirkenden Infos, Downloads und Schulungsunterlagen bereitgestellt.

Mach Dein Radio –

Die Radioplattformen der BLM

Die Radioplattform [➔ Mach Dein Radio](#) der BLM steht allen bayerischen, nicht-kommerziellen Radio-Interessierten zur Verfügung. Ob Schüler, Studenten, Radio-Enthusiasten, Vereine oder Bürgergruppen – jeder ist eingeladen die Radioplattform zu nutzen.

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

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

Die Beiträge und Sendungen sind thematisch nicht beschränkt, sie müssen lediglich nicht-kommerziell, werbefrei und unabhängig sein. Grundlage ist das Bayerische Mediengesetz und die darin verankerten Programmgrundsätze sowie die Jugendschutzrichtlinien (s. a. [➔ Seite 104](#)).

Weitere Internetangebote

Die detaillierten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern sind unter [➔ www.funkanalyse-bayern.de](http://www.funkanalyse-bayern.de) abrufbar.

Unter dem Dach der Medien.Bayern GmbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der BLM, die die Innovation am Medienstandort Bayern fördert, werden folgende Websites betrieben:

[➔ Media Lab Bayern](#) (Innovation Hub für digitale Medien)

[➔ MedienNetzwerk Bayern](#) (Branchenübergreifende Vernetzung)

[➔ Medientage München](#) (eine der größten Informations- und Networking-Plattformen der Medien- und Kommunikationsbranche in Europa)

[➔ START INTO MEDIA](#) (Plattform für den Mediennachwuchs in Bayern)

[➔ XR Hub Bavaria](#) (Wissenstransfer zwischen Forschung & Entwicklung, Industrie und Kultur- und Kreativwirtschaft)

[➔ XPLR: Media in Bavaria](#) (Guide durch den Medienstandort Bayern)

Die Webpräsenz des von mehreren Landesmedienanstalten getragenen Forschungsprojekts Online-Audio-Monitor,

[➔ www.online-audio-monitor.de](http://www.online-audio-monitor.de), wird von der BLM redaktionell betreut.

Social Media Aktivitäten

Einen wesentlichen Anteil an der Online-Kommunikation hat der Social Media-Auftritt der BLM. Die Landeszentrale pflegt Social Media-Profile auf [➔ Twitter](#), [➔ Facebook](#) und [➔ Instagram](#). Außerdem gibt es einen eigenen YouTube-Kanal, auf dem z. B. Videomitschnitte aus Veranstaltungen, Interviews oder themenbezogene Umfragen eingestellt werden.

Alle Social Media-Aktivitäten der Landeszentrale und ihrer Tochtergesellschaften werden im [➔ Social Hub](#) auf der Website www.blm.de abgebildet.

Interaktion und Vernetzung

Der Dialog mit den Social Media-Nutzern bezieht sich in der Regel auf Fragen und Beschwerden zur Werbe- und Jugendschutzaufsicht. 2019 und 2020 musste auf einen Shitstorm in der Causa „Drachenlord“ reagiert werden.

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

Nachgefragte Themen auf www.blmplus.de

Zur Platzierung und Diskussion von Fachthemen sowie zur Vernetzung mit der Medienbranche eignet sich unser Blog [→ www.blmplus.de](http://www.blmplus.de), auf dem einmal wöchentlich Beiträge von Mitarbeitenden sowie externer Gastautoren zu finden sind. In den fünf Rubriken Radio, TV, Netzwelt, Medienkompetenz und Jugendschutz werden Videointerviews, Gastkommentare, Berichte im Vorfeld von Events, die Diskussion aktuell relevanter Themen sowie Beiträge über Forschungsergebnisse der BLM und anderer Medienanstalten veröffentlicht.

Die jährliche Auswertung zeigt, dass Trendthemen ebenso nachgefragt sind wie Beiträge über Persönlichkeiten aus der Rundfunkbranche oder diskussionsintensive Themen wie Gehaltsfragen in der Film- und Fernsehbranche. Wichtig für die Wahrnehmung des Blogs ist die Vernetzung mit der BLM-Homepage und den Social Media-Kanälen.

Veranstaltungen

Für das Jahr 2020 standen zahlreiche Veranstaltungen auf der Agenda der BLM, doch schon zu Beginn des Jahres wurde klar, dass aufgrund der neuen Corona-Situation die Veranstaltungen nicht wie geplant würden stattfinden können. In der Folge wurden verschiedene Online-Formate wie Studio-Live-Übertragungen und die Durchführung von Veranstaltungen über Zoom ausprobiert, wobei immer Wert daraufgelegt wurde, dass sich die Zuschauer trotzdem mit Fragen und Anmerkungen beteiligen konnten. Abgesehen von den Elternabenden im Rahmen des Safer Internet Day fanden 2020 alle Veranstaltungen virtuell statt.


Aufgrund der schwierigen Situation wurden aber auch einige Veranstaltungen ins Jahr 2021 verschoben, wie zum Beispiel die Fachtagung Nutzerkompetenz und Jugendschutz, die Fachtagung des Forums Medienpädagogik und die Augsburger Mediengespräche, die von der Anwesenheit des Publikums leben.

Das Tochterunternehmen der BLM, die Medien.Bayern GmbH sowie das unter diesem Dach tätige MedienNetzwerk Bayern, kooperieren bei einigen Veranstaltungen mit der Landeszentrale (s. [→ Überblick](#)), und organisieren zudem eine Reihe weiterer Veranstaltungen (siehe dazu [→ Seite 107 ff.](#)).

Veranstaltungen 2020


- **11. Februar**
BLM/Stiftung Medienpädagogik
Safer Internet Day
Together for a better internet
Vorträge an Schulen
- **1. April**
BLM
Präsentation der Ergebnisse der Funkanalyse Bayern Fernsehen 2019
online
- **6. bis 14. Mai**
DOK.fest/BLM
DOK.fest München
DOK.digital Preis
online
- **20. Mai**
Studio im Netz/
Landeshauptstadt München/BLM
Kinder in der Wissensgesellschaft
Digitalien in der Kita
online
- **27. Mai**
BLM
9. Deutscher Social TV Summit
Social TV in schwierigen Zeiten. Wetten, dass es weitergeht?
online
- **23. Juni**
Medien.Bayern GmbH
Medientage Special
Connect! The Future of TV
online
- **25. Juni**
BLM/MedienNetzwerk Bayern
media.innovations
der 7. Medieninnovationstag der BLM
online
- **7. Juli**
BLM/Medien.Bayern GmbH
Lokalrundfunktage 2020
online
- **22. Juli**
BLM/Bayerisches Justizministerium
Konsequent gegen Hass
Justiz, Medien, Gesellschaft: Gemeinsam gegen Hate Speech
online
- **18. bis 20. September**
Medien.Bayern GmbH/BLM
Audio Hack Days
online
- **24. bis 30. Oktober**
Medien.Bayern GmbH/BLM
Medientage München 2020
 - *Virtueller Rundgang durch die BLM*
 - *BLM-Audioschiene*
 - *Europatag (Koop. BLM/EMR)*
 - *Verleihung Mach dein Radio Preise*
 - *Verleihung der BLM-Hörfunk und Fernseh-Preise*
 online
- **25. bis 27. November**
JFF, BLM; Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales
Interdisziplinäre Fachtagung
Raum- und Zeiterleben in digitalisierten Welten: Was ist, war, bleibt? – Wie digitale Medien unser Erinnern verändern
online
- **26. November**
BLM
Geld im Spiel?
Monetarisierung von Computerspielen
online

Safer Internet Day

Der jährliche internationale  **Safer Internet Day** fand 2020 am 11. Februar statt. Unter dem Motto „Together for a better internet“ rief die Initiative der Europäischen Kommission wieder weltweit zu Veranstaltungen und Aktionen rund um das Thema Internetsicherheit auf.


Die Stiftung Medienpädagogik Bayern und die BLM beteiligten sich auch in diesem Jahr an der Aktion, indem sie an insgesamt 29 Schulen, Kindertagesstätten oder anderen Einrichtungen kostenlose Elternabende veranstalteten und über aktuelle Themen rund um das Internet informierten.


Funkanalyse Bayern Fernsehen 2019

Die  **Funkanalyse Bayern Fernsehen 2019** wurde im Auftrag der BLM und der privaten Fernsehanbieter in Bayern durchgeführt. Sie lieferte Reichweiten- und eine qualitative Bewertung der bayerischen Lokalfernsehprogramme. Die Ergebnisse der Untersuchung wurden am 1. April 2020 online präsentiert.

DOK.fest München /


DOK.digital Preis

Das  **DOK.fest München 2020**, das die BLM auch in diesem Jahr wieder unterstützte, war das erste große deutsche Dokumentarfilmfestival, das aufgrund der Corona-Krise online stattfand. Es zeigte 121 Filme aus 42 Ländern.

Im Rahmen einer digitalen Gala verlieh Siegfried Schneider, der Präsident der BLM, den ersten  **DOK.digital Preis**. Ausgezeichnet wurde Studio Sansho


für das Projekt „Social Score“. Der Preis für neue Erzählformate ist mit 2.500 Euro dotiert und ging an Vinzenz Aubry, Sebastian Strobel, Ralph Tharayil und Fabian Burghardt. Er wurde von der Landeszentrale gestiftet, um junge Talente für digitales Storytelling zu fördern.

Digitalien in der Kita

Besonderer Schwerpunkt der Fachtagung „Kinder in der Wissensgesellschaft“ zum Motto  **Digitalien in der Kita** am 20. Mai 2020 war bedingt durch die Pandemie-Situation der Medien-Einsatz in Kitas und das Kontaktaufnehmen und -halten mit den Familien zu Hause. Auch der kollegiale Austausch kam bei der virtuellen Veranstaltung nicht zu kurz – es gab viele spannende Einblicke in Praxis-Projekte und Vernetzungsmöglichkeiten.


Der Fachtag wurde vom Studio im Netz in Kooperation mit der BLM und der Landeshauptstadt München durchgeführt.

Deutscher Social TV Summit


Das Motto des  **9. Deutschen Social TV-Summits**, der am 27. Mai 2020 aus dem Studio der Mediaschool Bayern gestreamt wurde, lautete „Social TV in schwierigen Zeiten. Wetten, dass es weitergeht?“. Dass es durchaus erfolgreich weitergehen kann, betonte BLM-Präsident Siegfried Schneider: „Soziale Medien sind in Zeiten von Corona mehr denn je das Tor zur Welt. Nichts geht mehr ohne virtuelle Vernetzung. Noch nie sind in so kurzer

Zeit so viele innovative digitale Formate entstanden.“ Social TV ist in der Corona-Krise zum Alltag geworden.


Digitalexperte Bertram Gugel gab einen Überblick über neue Geschäftsmodelle und die Auswirkungen der veränderten Fernsehnutzung auf Social TV. Anschließend wurden Social TV-Projekte vor, nach und während der Corona-Krise vorgestellt.

Der Social TV Summit wurde von XPLR: Media in Bavaria unterstützt. Die komplette Veranstaltung steht auf  YouTube zur Verfügung.


Connect! The Future of TV

In Verbindung mit einer Reihe Talks aus der Konferenz Medientage Special  „Connect! The Future of TV“ wurde am 23. Juni 2020 auch der „Connect! The Smart TV Award“ im Rahmen einer digitalen Veranstaltung verliehen. Weitere Programmteile des Events wurden in den Herbst verschoben und in die Medientage München integriert.

media.innovations


Durch die Corona-Krise stand und steht die Medienwelt vor komplexen Veränderungen. Viele Medienmacherinnen und -macher haben darauf mit neuen Formaten und Ideen reagiert. Bei  **media.innovations** #mizo, dem Medieninnovationstag der BLM in Kooperation mit dem MedienNetzwerk Bayern, zeigten Medienschaaffende am 25. Juni 2020, wie sie Innovation in der Corona-Krise gestalten und sprachen u.a. über zielgruppengerechtes Storytelling im Fernsehen oder

User Experience als Chance für Innovation und Wachstum. Zum Abschluss boten Masterclasses vertiefte Einblicke in neue Technologien und die DSGVO in der Praxis.



Die komplette Veranstaltung steht auf  YouTube zur Verfügung.

Lokalrundfunktage

Die Lokalrundfunktage sind ein Fachkongress für den lokalen und regionalen Rundfunk, der von der Medien.Bayern GmbH mit Unterstützung der BLM veranstaltet wird.


Am 7. Juli 2020 fanden die Lokalrundfunktage als eintägiges  **Online Special** statt. Bei der virtuellen Konferenz wurde deutlich: Die Sender vor Ort haben gerade in der Zeit des Lockdowns immens an Bedeutung für die Bürgerinnen und Bürger gewonnen. Die Anbieter haben Chancen ergriffen, viel dazugelernt – und so manche Transformation im Eilverfahren in ihren Lokalstationen durchgesetzt. Gerade in den vergangenen Monaten hätten die lokalen TV- und Radiosender in Bayern ihre Stärken gezeigt, betonte Siegfried Schneider in seinem Grußwort: Der Lokalfunk habe einmal mehr bewiesen, dass die Sender für die ihre Hörerinnen und Hörer Heimat bedeuteten und das „Tor zur Welt“ seien.

Justiz, Medien, Gesellschaft – gemeinsam gegen Hate Speech

Anlässlich des „Europaweiten Aktionstags für die Betroffenen von Hasskriminalität“ fand am 22. Juli 2020 die Online-Veranstaltung mit dem Titel  **Justiz, Medien, Gesellschaft – gemeinsam gegen Hate Speech** der Initiative  **Justiz und Medien – konsequent gegen Hass** statt. Hierzu luden das Bayerische Justizministerium und die BLM ein.


Der Bayerische Staatsminister der Justiz, Georg Eisenreich, und der Präsident der BLM, Siegfried Schneider, eröffneten die Veranstaltung. Impulse für die Diskussion mit verschiedenen Experten aus den Bereichen Justiz, Medien und Cyberpsychologie setzte Dr. Andreas Zick, Leiter des Instituts für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (IKG), mit der Vorstellung seiner Studie „Hass und Angriffe auf Medienschaffende. Zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen auf Journalist*innen“.

Audio Hack Days

Das neue „Hören“ braucht neue Ideen: Die zweiten  **Audio Hack Days**, die von der BLM in Kooperation mit dem Medien-Netzwerk Bayern vom 18. bis 20. September 2020 veranstaltet wurden, drehten sich um die Audionutzung im Automobilbereich. Voice Assistance, Sprachsteuerung, Streaming, Podcasting, personalisiertes Radio, mobil immer und überall – all diese Faktoren haben in der Gewohnheit der Audiokonsumenten vieles grundlegend verändert. Trotz der er-

schwerten Umstände aufgrund der virtuellen Durchführung des Hackathons wurden zum Thema Audionutzung im Automobilbereich zwei Projekte entwickelt, von denen das Projekt „Drive Crime“ auch auf den Medientagen München 2020 und im Dezember noch im Rahmen der Voice Conference 2020 vorgestellt wurde.

MEDIENTAGE MÜNCHEN

Digitale Transformation und Disruption, Strukturwandel einer fragmentierten Öffentlichkeit, Nachhaltigkeit und Wertewandel sowie Folgen der Corona-Pandemie: Das waren die zentralen Themen, der  **34. Medientage München**, die von der Medien.Bayern GmbH mit Förderung durch die Bayerische Staatskanzlei veranstaltet werden. Der Kongress wurde erstmals komplett digital durchgeführt und erreichte innerhalb von sieben Tagen mehr als 10.000 Online-Besucherinnen und Besucher mit einer durchschnittlichen Verweildauer von über 4 Stunden. Aus insgesamt sieben Studios in München wurden über hundert Sessions übertragen. Mehr als 350 Referentinnen und Referenten aus Medienwirtschaft und -politik, aus Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft präsentierten und diskutierten live im Studio oder mit Hilfe von Online-Konferenzschaltungen darüber, was die Medienwelt zurzeit bewegt.

Über die zwei kontinuierlichen Konferenz-Streams hinaus wurde auf der eigens entwickelten digitalen Plattformen Chats, Networkingbereiche, Masterclasses, ein Podcast Bereich, ein digitaler Expo-Showroom sowie eine dreidimensionale

XR-Welt angeboten – ganz nach dem Konferenz-Motto „This ist Media NOW“. Zu den Events der 34. Medientage München zählten die Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise und die Verleihung des Isarnetz Creator Award.

Parallel zum Konferenzprogramm bestand bei der Media Lab Innovation Week die Möglichkeit, online On-Demand-Kurse abzurufen. Das MedienNetzwerk Bayern präsentierte die Networking-Area. Hier konnten sich Interessierte zu verschiedenen Themen an Roundtables treffen. XPLR: Media bot täglich virtuelle Bustouren zu jeweils verschiedenen Schwerpunkten in Medienunternehmen in Bayern an. In Kooperation mit dem XR HUB Munich präsentierte das MedienNetzwerk Bayern täglich ein kostenfreies Ausstellungs- und Vortragsprogramm zu den neuen Entwicklungen in den Bereichen Virtual und Augmented Reality.

In der START INTO MEDIA Area – mit dem Motto urban Jungle – war das Konferenzprogramm auf die Zielgruppen der Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten, Schülerinnen und Schüler sowie Studierenden ausgerichtet. Bei Interviews und Panels sowie auf der virtuellen Expo konnten sich die Teilnehmenden über Branchentrends, Start-up-Firmen, Ausbildungswege und andere Themen aus der beruflichen Praxis informieren.


■ **Veranstaltungen der BLM**

Die BLM organisierte auch 2020 wieder neun eigene Sessions im Rahmen der Medientage München. Dazu gehörten die Veranstaltungen der Audio-Schiene und der Europatag, eine Kooperation zwischen dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) und der BLM. Beim diesjährigen Europatag standen insbesondere zwei Themenfelder im Mittelpunkt: Die Förderung von Medienvielfalt in der Corona-Krise und die Auswirkungen von Desinformation auf demokratische Entscheidungsprozesse wurden gemeinsam mit Vertretern von Regulierungsbehörden und Stakeholdern diskutiert.


■ **Preisverleihungen der BLM**

Erstmals im Rahmen der Medientage wurden am 29. Oktober 2020 zum 33. Mal die BLM-Hörfunkpreise und zum 29. Mal die BLM-Lokalfernsehpreise vergeben. Jährlich werden die besten Hörfunk- bzw. Fernsehbeiträge mit lokaler Bedeutung in verschiedenen thematischen Kategorien mit Geldpreisen und mit einem „BLM-Radio“ bzw. „BLM-Telly“ ausgezeichnet. Auch lokale Werbekampagnen werden prämiert.


In diesem Jahr gab es zum ersten Mal je einen BLM-Publikumspreis für Radio und Fernsehen, die auf große Resonanz gestoßen sind. Die Vergabe erfolgt auf Basis eines Publikumsvotings.

Das BLM-Radioprojekt  **Mach dein Radio** lobte im Rahmen der Medientage zum zweiten Mal den „Mach dein Radio-Star“ aus. Der Preis wurde in vier verschiedenen Kategorien vergeben. Bewerber um den Preis können sich Schul- und Jugendrადios sowie Campusrადios.

■ **Virtueller Rundfunk durch die BLM**


In der begleitenden digitalen Ausstellung präsentierte die BLM unter anderem einen  **virtuellen Rundgang** durch ihr Gebäude mit vielen Informationen und Interviews rund um die Arbeitsschwerpunkte der Landeszentrale.

Wie verändern digitale Medien unser Erinnern?

Im Fokus der  **16. Interdisziplinären Fachtagung**, die von der BLM in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik veranstaltet wird, standen folgende Fragen: Wie verändern digitale Medien unser Erinnern? Wie können wir bei der Fülle an Informationen vergessen? Und welchen Einfluss haben digitale Erinnerungskulturen auf die Identitätsarbeit von Kindern und Jugendlichen?

Die Tagung, die vom 25. bis 27. November erstmals online stattfand, wurde vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS) gefördert.

Monetarisierung in Computerspielen

Im deutschen Games-Markt werden hohe Umsätze erzielt, aber eine systematische Einordnung der Erlösmodelle von Computerspielen fehlte bisher. Seine Expertise dazu präsentierte Jochen Koubek, Professor für digitale Medien an der Universität Bayreuth, bei der Online-Veranstaltung  **Geld im Spiel? Monetarisierung von Computerspielen** am 26. November 2020 auf Einladung Landeszentrale. Sein Fazit: „Monetarisierungsformen von Spielen sind immer im Kontext von Gestaltung und Spielenden zu bewerten.“

Spotlights zu den Themen „Konvergenz von Gaming und Gambling“ und „Dark Pattern“ und eine anschließende Diskussion rundeten die Veranstaltung ab.

Archiv und Dokumentation

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

Der tägliche elektronische Pressespiegel der BLM gibt einen Überblick über Presseartikel zu Medienthemen und ermöglicht damit, wichtige Themen frühzeitig zu erkennen und die Entwicklungen von Märkten, Institutionen und Personen zu beobachten. Der Pressespiegel dokumentiert zudem das Presseecho auf die eigenen Aktivitäten.

Ausgewertet werden circa 100 Print- und Onlinepublikationen, sowie mehrere Internetdatenbanken und -quellen. Die gewonnenen Inhalte werden mittels Stich- und Schlagworten erschlossen und in die Pressedatenbank der BLM aufgenommen. Über das Pressearchiv kann gezielt zu Themen und Entwicklungen im Medienbereich recherchiert werden.

Neben dem Pressespiegel werden den Mitarbeitern im Rahmen eines Newsletters auch kuratierte Links zu relevanten multimedialen Inhalten zur Verfügung gestellt.

Ein spezielles Social-Media-Monitoring ermöglicht die Messung der Reichweite der eigenen Social-Media-Aktivitäten und eine Beobachtung aktueller Trends und Themen.

Bibliothek

Die Fachbibliothek der BLM umfasst derzeit circa 6.500 Medien. Der Bestand ist in einer Datenbank erfasst. Ausgewiesen werden neben bibliographischen Daten auch Inhaltsbeschreibungen. Eine Recherche in der Datenbank ist über das Intranet der BLM möglich.

Medienarchiv

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

Ende 2020 enthielt das Hörfunk- und Fernseharchiv der BLM rund 60.000 Hörfunk- und Fernsehmitschnitte mit einer Gesamtdauer von ca. 75.000 Programmstunden. Die BLM bewahrt damit zwar nur einen kleinen Teil der Programmleistungen der privaten Anbieter auf, dokumentiert aber die programm-inhaltlichen Entwicklungen der privaten Rundfunkangebote in Bayern seit 1985 mit Originalmitschnitten.

Nach Abschluss der Digitalisierung von mehr als 3.500 Sendestunden ausgewählter analoger Fernsehmitschnitte aus der Anfangszeit des privaten Rundfunks, werden seit 2019 ausgewählte Hörfunkmitschnitte digitalisiert.

Finanzielle Entwicklung

Jahresabschluss 2020

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss entsprechend den handels- und aktienrechtlichen Bilanzierungsvorschriften für große Aktiengesellschaften (§§ 238, 264 ff. HGB) aufzustellen.

Jahresabschluss 2020

Bilanz zum 31. Dezember 2020

AKTIVA	31. 12. 2020 EUR	31. 12. 2020 EUR	31. 12. 2019 TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene EDV-Software		403.751,00	318
		403.751,00	318
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	14.106.532,76		14.496
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	14.156,00		13
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.140.505,93		1.203
		15.261.194,69	15.712
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	532.773,64		532
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3.035.683,35		3.681
3. Beteiligungen	3.111.724,32		3.112
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00		5.000
		11.680.181,31	12.325
		27.345.127,00	28.355
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Betriebsstoffe		16.769,88	17
		16.769,88	17
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15.055,27		103
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	11.262,85		67
3. Sonstige Vermögensgegenstände	445.341,16		415
		471.659,28	585
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		10.329.854,91	7.872
		10.818.284,07	8.474
C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten		113.960,36	106
Summe Aktiva		38.277.371,43	36.935

PASSIVA	31. 12. 2020	31. 12. 2020	31. 12. 2019
	EUR	EUR	TEUR
A. Anstaltseigenes Kapital			
1. Kapital		20.668.590,89	20.669
		20.668.590,89	20.669
2. Zweckgebundene Rücklagen			
a) Investitionsrücklage	500.000,00		570
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	4.330.386,63		3.147
		4.830.386,63	3.717
		25.498.977,52	24.386
B. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen	9.655.100,00		9.285
2. Sonstige Rückstellungen	1.914.765,44		1.662
		11.569.865,44	10.947
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	62.710,38		211
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	62.710,38		211
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	776.800,00		810
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	776.800,00		810
3. Sonstige Verbindlichkeiten	368.534,76		576
– davon aus Förderprogrammen	104.828,40		257
– davon aus Steuern	149.772,61		152
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	21.551,84		23
– davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	368.534,76		576
		1.208.045,14	1.597
D. Passiver Rechnungsabgrenzungsposten		483,33	5
Summe Passiva		38.277.371,43	36.935

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2020

	2020 EUR	2020 EUR	2019 TEUR
1. Erträge			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	23.743.631,16		23.697
b) Gebühren	187.974,10		351
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	5.057.500,00		5.032
d) Sonstige Erträge	4.358.545,39		1.095
		33.347.650,65	30.175
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		11.542.751,49	10.331
		44.890.402,14	40.506
2. Sonstige betriebliche Erträge		278.502,63	273
		45.168.904,77	40.779
3. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-7.646.819,02		-7.313
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-1.842.775,39		-2.465
<i>davon für Altersversorgung</i>	-617.690,05		-1.324
		-9.489.594,41	-9.778
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-1.116.020,50	-1.045
5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags		-759.796,20	-745
6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen			
a) Programmförderung	-598.250,00		-597
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.500.000,00		-1.500
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-5.057.500,00		-5.032
d) Förderung technische Infrastruktur	-4.462.624,87		-1.732
e) Kosten des technischen Betriebes	-379.450,83		-506
f) Medienforschung	-888.701,89		-759
g) Ausbildungsförderung	-1.082.884,05		-1.048
h) Medienpädagogik	-646.225,93		-660
i) Mitgliedsbeiträge	-72.030,75		-77
j) Öffentlichkeitsarbeit / Veranstaltungen	-701.430,26		-1.087
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.655.560,53		-1.649
l) Innovationsförderung	-220.500,00		-208
m) Mediennetzwerk	0,00		-286
		-17.265.159,11	-15.141

	2020 EUR	2020 EUR	2019 TEUR
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	-11.542.751,49		-10.331
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	-1.308.379,26		-1.319
c) Übrige	-1.893.028,05		-2.224
		-14.744.158,80	-13.874
8. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		93.678,44	102
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		54.178,44	63
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		342,60	1
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-774.106,07	-861
11. Ergebnis nach Steuern		1.114.090,72	-562
12. Sonstige Steuern		-518,13	-2
13. Jahresüberschuss		1.113.572,59	-564
14. Entnahme aus der Investitionsrücklage		70.000,00	134
15. Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage		0,00	430
16. Einstellung in die Allgemeine Haushaltsrücklage		-1.183.572,59	0
17. Bilanzgewinn		0,00	0

Anhang für das Geschäftsjahr 2020

Jahresabschluss 2020

Die Landeszentrale hat gem. Art. 21 Abs. 3 BayMG einen Jahresabschluss und Lagebericht entsprechend den handels- und aktienrechtlichen Bilanzierungsvorschriften für große Aktiengesellschaften (§§ 238, 264 ff. HGB) aufzustellen.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Der Jahresabschluss der BLM wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des deutschen Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Der Abschluss umfasst die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie den Anhang.

Die BLM erstellt die Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren.

Die Gliederung sowie der Ausweis spezieller Posten in der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen den besonderen Erfordernissen der Landeszentrale.

■ Aktiva

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Sie werden über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung pro rata temporis.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibun-

gen, bewertet. Das Sachanlagevermögen wird linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

Abnutzbare Vermögensgegenstände des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten bis 250 EUR werden im Zugangsjahr direkt im Aufwand erfasst. Für Zugänge, deren Anschaffungskosten mehr als 250 EUR jedoch nicht mehr als 800 EUR betragen (Geringwertige Wirtschaftsgüter), erfolgt die Aktivierung und vollständige Abschreibung im Zugangsjahr. Ihr Abgang wird im Zugangsjahr unterstellt.

Das im Jahr 1996 erworbene Verwaltungsgebäude wurde nach Abschluss des Umbaus Ende September 1998 bezogen. Das Gebäude wird mit Wirkung ab 1. Oktober 1998 linear über einen Zeitraum von 50 Jahren abgeschrieben.

Finanzanlagen (Anteile an verbundenen Unternehmen, Ausleihungen an verbundene Unternehmen, Beteiligungen, Wertpapiere und sonstige Ausleihungen) werden mit den Anschaffungskosten oder, soweit eine dauerhafte Wertminderung vorliegt, mit dem niedrigeren beizulegenden Wert ausgewiesen. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung weggefallen sind.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagespiegel dargestellt.

Die Vorräte werden mit ihren Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet. Bestandsminderungen, die sich aus der

Lagerdauer oder der verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden durch Abwertungen berücksichtigt.

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

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

■ Passiva

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach anerkannten versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Anwendung des Anwartschaftsbarwertverfahrens (Projected-Unit-Credit-Methode) ermittelt. Als biometrische Rechnungsgrundlagen wurden die Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt. Für die Abzinsung der Pensionsverpflichtungen wurde pauschal eine durchschnittliche Restlaufzeit von 15 Jahren unterstellt und dafür der von der Deutschen Bundesbank auf den Bilanzstichtag ermittelte durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre von 2,30 % p. a. angesetzt (Vj: 2,71 % p. a.). Die Bewertung erfolgte unter Einbezug eines Gehaltstrends von 2,00 % p. a. sowie eines Rententrends von 1,00 % und 2,00 % p. a.

Aus der Abzinsung der Rückstellungen für Pensionen mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre ergibt sich im Vergleich zur Ab-

zinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von 985,8 TEUR.

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

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

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Erläuterungen zur Bilanz

■ Aktiva

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist erworbene Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden 428,0 TEUR investiert. Bei Restbuchwert-Abgängen von 0,0 TEUR und Abschreibungen von 341,8 TEUR ist der Restbuchwert um 86,1 TEUR auf 403,8 TEUR gestiegen.

Der Buchwert der Sachanlagen hat sich um 451,1 TEUR auf 15.261,2 TEUR verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von 324,6 TEUR, Buchwertabgängen von 1,6 TEUR und Abschreibungen von 774,2 TEUR. Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen die Betriebs- und Geschäftsausstattung (301,7 TEUR),

das Bürogebäude (12,8 TEUR) sowie rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen (10,1 TEUR).

Unter den Finanzanlagen (11.680,2 TEUR) sind Anteile an verbundenen Unternehmen, Ausleihungen an verbundene Unternehmen, Beteiligungen und sonstige Ausleihungen erfasst.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen enthalten Anteile an folgenden Unternehmen:

- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München (18,0 TEUR),
- Medien.Bayern GmbH, München (vor Umfirmierung in 2019: Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München) (138,3 TEUR)
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (376,5 TEUR)

Die Beteiligungen bestehen an folgenden Unternehmen:

- FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München (4,1 TEUR),
- Stiftung Zuhören, Gießen (1 TEUR),
- Stiftung Medienpädagogik Bayern, München (3.100,0 TEUR),
- WERK1.Bayern GmbH, München (7,6 TEUR)

Unter den Ausleihungen an verbundene Unternehmen ist ein in 2018 an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichtes Darlehen von ursprünglich 4.000,0 TEUR erfasst. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren und war im ersten Jahr (bis 30. Juni 2019) tilgungsfrei. Der Zinssatz beträgt 1,6 % p.a. Im Geschäftsjahr 2020 wurden 645,4 TEUR getilgt.

Die sonstigen Ausleihungen betreffen ein am 31. März 2017 ausgezahltes Schuldscheindarlehen (5.000,0 TEUR). Darlehensnehmerin ist die DVB Bank SE. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 5 Jahren und wird mit 0,79 % p.a. verzinst.

Entwicklung des Anlagevermögens 2020

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN				ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand 1. 1. 2020 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2020 EUR	Stand 1. 1. 2020 EUR	Abschreibung 2020 EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2020 EUR	31. 12. 2020 EUR	31. 12. 2019 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene EDV-Software	1.990.996,95	427.985,53	804.630,26	1.614.352,22	1.673.393,95	341.817,53	804.610,26	1.210.601,22	403.751,00	317.603,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.990.996,95	427.985,53	804.630,26	1.614.352,22	1.673.393,95	341.817,53	804.610,26	1.210.601,22	403.751,00	317.603,00
II. Sachanlagen										
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	24.036.226,89	12.820,08	0,00	24.049.046,97	9.539.616,13	402.898,08	0,00	9.942.514,21	14.106.532,76	14.496.610,76
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	178.332,44	10.128,77	5.473,06	182.988,15	165.669,94	7.768,77	4.606,56	168.832,15	14.156,00	12.662,50
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.568.325,90	301.710,62	808.828,48	4.061.208,04	3.365.296,90	363.536,12	808.130,91	2.920.702,11	1.140.505,93	1.203.029,00
Summe Sachanlagen	28.782.885,23	324.659,47	814.301,54	28.293.243,16	13.070.582,97	774.202,97	812.737,47	13.032.048,47	15.261.194,69	15.712.302,26
Zwischensumme I. und II.	30.773.882,18	752.645,00	1.618.931,80	29.907.595,38	14.743.976,92	1.116.020,50	1.617.347,73	14.242.649,69	15.664.945,69	16.029.905,26
III. Finanzanlagen										
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	532.215,55	558,09	0,00	532.773,64	0,00	0,00	0,00	0,00	532.773,64	532.215,55
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3.681.127,47	0,00	645.444,12	3.035.683,35	0,00	0,00	0,00	0,00	3.035.683,35	3.681.127,47
3. Beteiligungen	3.211.723,32	0,00	0,00	3.211.723,32	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	3.111.724,32	3.111.724,32
4. Sonstige Ausleihungen	5.000.000,00	0,00	0,00	5.000.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000.000,00	5.000.000,00
Summe Finanzanlagen	12.425.066,34	558,09	645.444,12	11.780.180,31	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	11.680.181,31	12.325.067,34
Anlagevermögen gesamt	43.198.948,52	753.203,09	2.264.375,92	41.687.775,69	14.843.975,92	1.116.020,50	1.617.347,73	14.342.648,69	27.345.127,00	28.354.972,60

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

Gesellschaft	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis		
	TEUR	%	JAHR	TEUR	
Anteile an verbundenen Unternehmen					
MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München	2.040,1	62	2020	(-)	1.145,0
Medien.Bayern GmbH, München (Vor Umfirmierung: Medientage München GmbH Dienstleistungen im Medienbereich, München)	1.427,2	100	2020	(+)	41,7
Bayerische Medien Technik GmbH, München	2.240,5	90	2020	(+)	151,9

Das Umlaufvermögen von 10.818,3 TEUR umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV- Material (16,8 TEUR), sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (471,7 TEUR) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (10.329,9 TEUR).

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (15,1 TEUR) handelt es sich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (10,5 TEUR) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (445,3 TEUR) werden im Wesentlichen die Gehaltsvorschüsse für Januar 2021 (347,3 TEUR) ausgewiesen.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände weisen eine Restlaufzeit von unter einem Jahr auf.

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten betragen zum Bilanzstichtag 10.329,9 TEUR.

■ Passiva

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2020 in Höhe von 1.113,6 TEUR wird in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt. 70,0 TEUR werden aus der Investitionsrücklage entnommen und ebenfalls in die Allgemeine Haushaltsrücklage eingestellt.

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31. Dezember 2020 insgesamt 25.499,0 TEUR.

Die sonstigen Rückstellungen (1.914,8 TEUR) betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für Urlaubsrückstände 2020 (821,5 TEUR), Prozesskosten (295,0 TEUR), eine eventuelle Rückzahlungsverpflichtung von Rundfunkbeiträgen im Zusammenhang mit der Befreiung der Beitragspflicht von Zweitwohnungen (350,0 TEUR), Überstundenansprüche (88,0 TEUR), Projektkosten (165,0 TEUR) sowie Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (62,9 TEUR).

Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2020 EUR	Einstellung aus dem Jahresüberschuss EUR	Einstellung / Entnahmen im Geschäftsjahr EUR	Stand 31. 12. 2020 EUR
1. Kapital	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
2. Zweckgebundene Rücklagen				
a) Investitionsrücklage	570.000,00	0,00	-70.000,00	500.000,00
b) Allgemeine Haushaltsrücklage	3.146.814,04	1.113.572,59	70.000,00	4.330.386,63
	3.716.814,04	1.113.572,59	0,00	4.830.386,63
Anstaltseigenes Kapital	24.385.404,93	1.113.572,59	0,00	25.498.977,52

Außerdem sind zur Deckung latenter Risiken aus einer Inanspruchnahme der BLM aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen von Infrastrukturbetreibern 47,0 TEUR zurückgestellt.

Aus Lieferungen und Leistungen schuldet die BLM am Bilanzstichtag 62,7 TEUR. Ein wesentlicher Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit 23,0 TEUR auf den Bereich Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (776,8 TEUR) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2020 gegenüber der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH in Höhe von 775,0 TEUR ausgewiesen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (368,5 TEUR) enthalten im Wesentlichen für 2020 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (58,0 TEUR), zur Programmförderung (22,2 TEUR) und Verbindlichkeiten aus der Förderung nach Art. 23 BayMG (24,6 TEUR).

Ferner sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (149,8 TEUR), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (85,1 TEUR) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (21,6 TEUR) enthalten.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 40 und 64 des Rundfunkstaatsvertrages standen der Landeszentrale 2020 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von 23,7 Mio. EUR zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Voraus-schätzung des Beitragsaufkommens 2020 durch den Beitragsservice ARD ZDF Deutschlandradio sowie auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM. In 2020 wurde kein Abzug einer Rückstellungsdotierung für zu erwartende Ertragsminderungen aus der Befreiung von Zweitwohnungen von der Beitragspflicht vorgenommen. Die bereits im Vorjahr angesetzte Rückstellungsdotierung (350,0 TEUR) wird nach heutiger Kenntnis für ausreichend erachtet. Der Befreiung liegt eine entsprechende Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018 zugrunde.

Die Erträge gem. Art. 22 BayMG (188,0 TEUR) beinhalten Gebühren und Auslagen für Amtshandlungen der BLM im Vollzug des BayMG und des RStV.

Die von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Berichtsjahr erhobenen Finanzierungsbeiträge (5.057,5 TEUR) gem. § 15 der Rundfunk-satzung wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Die sonstigen Erträge (4.358,5 TEUR) enthalten im Wesentlichen Fördermittel der Bayerischen Staatskanzlei zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern (900,0 TEUR), eine Corona-Son-

derförderung (383,6 TEUR), eine Förderung aus dem Programm „Neustart Kultur“ des Bundes (2.602,0 TEUR), eine Erstat-tung aus der Abrechnung des Rundfunk-beitrages 2019 (234,3 TEUR), eine Rück-vergütung aus dem Beitragsmodell im Zusammenhang mit der Altersversor-gung der ZBS-Beschäftigten für die Kalenderjahre 2013 bis 2018 (84,1 TEUR) und Mieterträge aus der Untervermie-tung von Büroflächen in der Rosenheimer Straße (60,3 TEUR).

Die Bayerische Staatskanzlei hat der Landeszentrale mit Bescheid vom 19. Dezember 2019 Fördermittel für das Projekt „Technische Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ bis zur Höhe von 900,0 TEUR im Kalender-jahr 2020 bewilligt. Die Projektförderung geschieht im Wege der Anteilsfinanzie-rung. Die Landeszentrale leitet die För-dermittel an die zuwendungsberechtig-ten Hörfunkanbieter weiter. Die Förde-rung stellt eine Anschubfinanzierung dar, die die digitale Empfangbarkeit privater Hörfunkanbieter in Bayern unterstützen soll.

Mit Bescheid vom 20. Mai 2020 hat die Bayerische Staatskanzlei die Förder-mittel für das Projekt „Technische Ver-breitung von digitalen Hörfunkangebo-ten in Bayern“ um eine „Corona-Sonder-förderung“ von 500,0 TEUR erhöht. Die Zuwendung wurde bewilligt, um Corona-bedingte Liquiditätsengpässe privater Hörfunkanbieter aufgrund zurückgegan-gener Werbeeinnahmen zu begegnen. Es sollen die Verbreitung der Angebote und die weitere Digitalisierung des Hörfunks sichergestellt werden.

Ferner hat die Bayerische Staatskanzlei der Landeszentrale mit Bescheid vom 30. November 2020 eine weitere Erhöhung der Fördermittel für das Projekt „Technische Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ aus dem Programm „Neustart Kultur“ des Bundes in Höhe von 2.613,2 TEUR bewilligt. Dieser Betrag wurde bewilligt im Rahmen des Programms „Neustart Kultur“ aus Mitteln der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien, um die Anbieter privater Hörfunkprogramme, die aufgrund der Corona-Pandemie hohe Umsatzeinbußen zu verzeichnen haben, bei der Verbreitung Ihrer Angebote zu unterstützen. Damit sollen pandemiebedingte Insolvenzrisiken reduziert und irreparable Schäden der Hörfunklandschaft abgewendet werden. Die Unterstützung sichert außerdem die bisherigen Erfolge bei der Digitalisierung der Hörfunkverbreitung in Bayern und soll die weitere Digitalisierung der Hörfunkverbreitung ermöglichen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten periodenfremde Erträge in Höhe von 55,1 TEUR.

Die Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens belaufen sich auf 93,7 TEUR. Davon entfallen 39,5 TEUR auf das in 2017 ausgereichte Schuldscheindarlehen. Aus dem in 2018 an die BMT gewährten Darlehen konnten Zinsen in Höhe von 54,2 TEUR erwirtschaftet werden.

Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von 0,3 TEUR vereinnahmt.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2020 weiterhin über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden 11.542,8 TEUR (Vj. 10.331,3 TEUR) als Zuwendung von der Bayerischen Staatskanzlei zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung der im Jahr 2020 an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt 13.198,3 TEUR erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (11.542,8 TEUR) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (1.655,5 TEUR).

Erträge

	2020		2019	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 2 BayMG	23.743,6	70,4	23.697,0	77,6
Erträge gemäß Art. 21(1) Nr. 3 BayMG	188,0	0,6	350,6	1,1
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.057,5	15,0	5.032,0	16,5
Sonstige Erträge	4.358,5	12,9	1.094,9	3,6
Sonstige betriebliche Erträge	278,5	0,8	273,5	0,9
Erträge aus Finanzanlagen	93,7	0,3	102,4	0,3
Zinsen und ähnliche Erträge	0,3	0,0	0,3	0,0
Erträge Allgemeiner Haushalt	33.720,1	100,0	30.550,7	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	11.542,8	–	10.331,3	–

■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (9.489,6 TEUR) sind die laufenden Gehälter (7.646,8 TEUR) und Sozialabgaben (1.225,1 TEUR) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (617,7 TEUR) enthalten. Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (373,3 TEUR), Sozialabgaben (51,4 TEUR) und Aufwendungen für Altersversorgung (18,7 TEUR).

Nach Art. 10 Abs. 4 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag in der ab 1. Januar 2013 geltenden Fassung haben die Landesmedienanstalten sowie ARD und ZDF die Kosten des Beitragseinzugs entsprechend ihrem Anteil am Rundfunkbeitrag (vgl. Tabelle Erträge) zu tragen. Der Aufwand 2020 der BLM beträgt 759,8 TEUR und beruht auf einer Schätzung des Beitragsservice ARD ZDF Deutschlandradio.

Gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 9 und 10 BayMG hat die Landeszentrale auf der Grundlage der vom Medienrat beschlossenen Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungs-Richtlinie – PFR) vom 13. Oktober 2003 (St.Anz. Nr. 42), zuletzt geändert durch Richtlinie vom 8. Oktober 2015 (AMBI 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von 598,3 TEUR an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2020 hat die BLM gem. Art. 11 Abs. 2 Nr. 1 BayMG im Rahmen der bayerischen Film- und Fernsehförderung der FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München einen Betrag von 1.500,0 TEUR zur Verfügung gestellt.

Von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme wurden im Jahr 2020 Finanzierungsbeiträge (5.057,5 TEUR) gemäß § 15 der Rundfunksatzung vom 5. Oktober 2017 erhoben, welche in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht wurden.

Auf Grundlage von Art. 11 Satz 2 Nr. 7 und 10 BayMG sind im Berichtsjahr wieder umfangreiche Mittel (4.462,6 TEUR) zur Verbesserung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten eingesetzt worden. Gefördert wird insbesondere die digitale terrestrische Verbreitung der Programme. 3.896,8 TEUR des Förderbetrages stammen aus Staatsmitteln, 565,8 TEUR aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale.

Für Versorgungsmessungen, Sendernetzoptimierungen und sonstige Maßnahmen wurden insgesamt 114,0 TEUR aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt 265,5 TEUR.

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2020 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern 2020) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (509,2 TEUR) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (51,2 TEUR) und sonstige Forschungsvorhaben (328,4 TEUR) durchgeführt. Für Forschungskostenbeiträge an die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V., Frankfurt a. M. (agma) bzw. ihre Tochtergesellschaft Media-Micro-Census GmbH (MMC) wurden insgesamt 11,4 TEUR aufgewendet.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2020 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (46,0 TEUR) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit 103,9 TEUR finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH) wurde in 2020 für 2021 ein Betrag von 775,0 TEUR als Nachschussverpflichtung sowie 158,0 TEUR an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt 646,2 TEUR unterstützt. Der seit 1996 bestehende Verein Programmberatung für Eltern e.V., München, hat hiervon einen Betrag von 113,5 TEUR erhalten. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmratgebers für Eltern „FLIMMO“. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern, die im Rahmen ihrer Mitgliedschaft im Verein Programmberatung für Eltern die administrative Abwicklung des Projekts FLIMMO übernimmt, hat dafür Fördergelder in Höhe von 290,0 TEUR erhalten. Daneben wurden weitere Fördergelder in Höhe von 131,4 TEUR an die Stiftung Medienpädagogik Bayern ausgereicht. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden 111,3 TEUR aufgewendet.

Die im Jahr 2020 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf 72,0 TEUR.

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt 701,4 TEUR. Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (53,2 TEUR) und weitere Publikationskosten (134,8 TEUR), für die Medien-

tage München (247,7 TEUR), die Lokalrundfunktage Nürnberg einschließlich BLM- Hörfunk/TV-Preis (172,9 TEUR) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (63,9 TEUR) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt 28,9 TEUR aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2020 einen eigenen Anteil in Höhe von 1.655,5 TEUR.

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt 220,5 TEUR aufgewendet. Dieser Betrag entfällt in voller Höhe auf die Förderung für das bei der Medien.Bayern GmbH angesiedelte Projekt Media Lab Bayern.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2020 auf der Grundlage der Satzung über die Aufwandsentschädigungen der Mitglieder des Medienrats und des Verwaltungsrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien vom 28. Mai 1993 (StAnz. Nr. 25), in der derzeit gültigen Fassung vom 12. Dezember 2013 (AMBl. Nr. 3), Zahlungen in Höhe von 640,7 TEUR geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf 12,2 TEUR. Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Jahr 2020 655,5 TEUR aufgewendet.

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (1.893,0 TEUR) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant und Mieten für Büroflächen in der Rosenheimer Straße

(787,0 TEUR), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (157,2 TEUR), EDV-Kosten (331,9 TEUR), Reisekosten (25,0 TEUR), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (65,5 TEUR), Bürokosten (141,2 TEUR) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail (133,1 TEUR) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 4,4 TEUR.

Die Zinsaufwendungen (774,1 TEUR) betreffen fast ausschließlich den Zinsanteil (Verzinsung als auch Zinsänderung) aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (760,3 TEUR), im Vorjahr 858,5 TEUR.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2020 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die so finanzierte Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr 11.542,8 TEUR aufgewendet.

Aufwendungen

	2020		2019	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	9.489,6	29,1	9.777,9	31,4
Abschreibungen	1.116,0	3,4	1.044,6	3,4
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	759,8	2,3	745,4	2,4
Programmförderung	598,3	1,8	597,4	1,9
Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	4,6	1.500,0	4,8
Finanzierung TV-Fensterprogramme	5.057,5	15,5	5.032,0	16,2
Förderung technische Infrastruktur/ technischer Betrieb	4.842,1	14,9	2.238,1	7,2
Medienforschung	888,7	2,8	758,8	2,4
Ausbildungsförderung	1.082,9	3,3	1.048,3	3,4
Medienpädagogik	646,2	2,0	660,3	2,1
Mitgliedsbeiträge	72,0	0,2	77,2	0,3
Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	701,4	2,1	1.087,2	3,5
BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	1.655,6	5,1	1.648,6	5,3
Innovationsförderung	220,5	0,7	207,9	0,7
Mediennetzwerk	0,0	0,0	285,5	0,9
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftaufgaben	1.308,4	4,0	1.318,8	4,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.893,0	5,8	2.224,2	7,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	774,1	2,4	860,9	2,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige Steuern	0,5	0,0	1,3	0,0
Aufwendungen Allgemeiner Haushalt	32.606,6	100,0	31.114,4	100,0
Förderung gemäß Art. 23 BayMG	11.542,8	-	10.331,3	-

Sonstige Angaben

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

1. Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen bei Infrastrukturbetreibern trägt die Landeszentrale bei vorzeitiger Kündigung eines Überlassungsverhältnisses oder der Aussetzung der Sendegenehmigung für den Anbieter das Mietausfallrisiko gegenüber der Bayerische Medien Technik GmbH (BMT), jedoch erst nach Ablauf von drei Monaten. Für dieses Mietausfallrisiko hat die BLM 47,0 TEUR zurückgestellt. Die Kosten der ersten drei Monate des Ausfallzeitraumes trägt die BMT als direkter Vertragspartner der Infrastrukturbetreiber.

Der Nettowert der Überlassungsverhältnisse als Berechnungsgrundlage beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2020 insgesamt 18,51 Mio. EUR (Vj. 18,33 Mio. EUR).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2020 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung 4.462,6 TEUR getragen.

2. Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 62 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31. Dezember 2021 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf 775,0 TEUR.

Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	NETTO EUR
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	39.850,13
Fenster und Vollprogramme Fernsehen – lokal	468.785,87
Terrestrischer Hörfunk – lokal	5.214.438,23
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	0,00
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	0,00
Terrestrisches Fernsehen – lokal	0,00
Terrestrisches Fernsehen – national	0,00
	5.723.074,23
Digital Radio – landesweit	1.359.244,80
Digital Radio – lokal	2.447.129,67
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	7.061,40
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	0,00
DVB-S	8.970.923,16
Gesamt	18.507.433,26

3. Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (131,6 TEUR) aus Dauerschuldverhältnissen handelt es sich im Wesentlichen um Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen.

4. Zwischen der IVG Media Works Munich Vermietungsgesellschaft und der Landeszentrale wurde am 13.05./21.05.2015 ein Mietvertrag über Büro- und Archivflächen auf dem Grundstück Rosenheimer Straße 145 in München abgeschlossen. Die Landeszentrale hat als Sicherheit für die Erfüllung sämtlicher Verpflichtungen aus dem Mietvertrag mit der HypoVereinsbank eine Bankbürgschaft in Höhe von 8.991,30 EUR abgeschlossen.

5. Angaben über das Abschlussprüferhonorar (§ 285 Nr. 17 HGB)

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers, der Rödl & Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2020 45,1 TEUR. Das Honorar betrifft mit 44,9 TEUR Abschlussprüfungsleistungen für Einzel- und Konzernabschluss sowie mit 0,2 TEUR Steuerberatungsleistungen. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im Gesamthonorar Umsatzsteuer in Höhe von 7,2 TEUR enthalten.

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

Personalbericht

Mit dem 2. Nachtrag zum Wirtschaftsplan für 2020 war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 85,0 Vollzeitstellen genehmigt worden, davon 5,5 Stellen für den Mediendatenschutz.

In den einzelnen Bereichen ergab sich danach folgende Personalentwicklung:

	Besetzte Stellen		Mitarbeiter nach Köpfen	
	31. 12. 2020	31. 12. 2019	31. 12. 2020	31. 12. 2019
Präsidium	8,5	7,0	10	8
Geschäftsleitung	2,5	2,5	3	3
Bereich Recht	10,0	10,0	11	11
Bereich Verwaltung /IT (ab 2020)	16,5	12,5	17	14
Bereich Technik, Medienwirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit (bis 2019 Bereich Technik)	15,5	12,5	18	14
Bereich Programm	10,5	10,5	11	11
Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz	15,0	15,0	20	20
Bereich Kommunikation und Medienwirtschaft (ab 2020 wesentlich integriert in Bereich Technik, Medienwirtschaft und Öffentlichkeitsarbeit)		9,5		12
Organisationsbüro für Medien- und Verwaltungsrat	1,0	1,0	1	1
Mediendatenschutz	5,5	5,0	7	6
Summe	85,0	85,5	98	100

Von den per 31. Dezember 2020 angestellten 98 Bediensteten waren 60 weibliche und 38 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 27 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind zwei Mitarbeiterinnen mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 96 festangestellte Mitarbeiter beschäftigt (vgl. § 285 Nr. 7 HGB i. V. mit § 267 Abs. 5 HGB). Die Stellen für den Präsidenten und den Geschäftsführer sind bei der Ermittlung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen nicht eingerechnet.

Die Vergütungen und Sozialabgaben für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften zusätzlich zum Stellenplan sind unter den Personalaufwendungen ausgewiesen.

Zum 1. Januar 2020 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale eine lineare Gehaltserhöhung von 4,131 %.

Eine tarifvertragliche Bindung besteht für die Angestellten der Landeszentrale nicht. Grundlage für die Entlohnung der Beschäftigten der BLM ist eine vom Verwaltungsrat beschlossene Gehaltsstruktur mit sieben Vergütungsgruppen. Deren zuletzt gültige Fassung ist am

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

Gemäß der ab 1. Januar 2017 geltenden Regelung in Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Tarifstrukturen und außertariflichen Vereinbarungen, die vom Verwaltungsrat beschlossen wurden.

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

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

Gehaltsband 2020

Monatsgehalt ab 1. Januar 2020

Vergütungsgruppen	von EUR	bis EUR
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	6.106,66	8.981,38
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	5.020,79	8.043,53
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in 1	4.546,13	7.285,93
Vergütungsgruppe IV – Fachreferent/-in 2 / Sachbearbeiter/-in 1	4.070,92	6.394,52
Vergütungsgruppe V – Assistenz 1 / Sachbearbeiter/-in 2	3.664,54	5.685,53
Vergütungsgruppe VI – Assistenz 2 / Sachbearbeiter/-in 3	3.256,52	5.216,87
Vergütungsgruppe VII – Allgemeine Dienste	2.715,77	4.267,56

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21. November 2016 eine ab 2017 geltende Gehaltsstruktur für Bereichsleiter und Sonderfunktionen beschlossen (Gehaltsstruktur AT-Verträge). Hierunter fallen insgesamt neun Beschäftigte, die Funktionen einer/eines leitenden Angestellten ausüben.

AT-Verträge Grundvergütung 2020		
Stufe	EUR p. M.	EUR p. a.
1	9.470,58	112.738,32
2	9.911,07	117.981,96
3	10.461,69	124.536,48
4	11.232,56	133.712,88
5	11.893,29	141.578,40
6	12.664,11	151.969,32
Als stv. Geschäftsführer (Zulage TEUR 1,0 p. M.)	13.047,00	156.564,00

Nach Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Bezüge aus der außertariflichen Vereinbarung mit dem Mediendatenbeauftragten, Herrn Andreas Gummer. Die Jahresbezüge von Herrn Gummer betragen 158.724,00 EUR. Das künftige Ruhegehalt von Herrn Gummer bemisst sich nach der Beamtensoldungsstufe A 16. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2020 auf 1.236.127 EUR. Im Geschäftsjahr 2020 wurden für Herrn Gummer 38.806 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

Entsprechend dem Beschluss des Verwaltungsrates vom 20. September 2010 erfolgt der Ausweis der Bezüge von Präsident und Geschäftsführer im Anhang des Geschäftsberichtes.

PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

GESCHÄFTSFÜHRER

Dr. Thorsten Schmiede, Volljurist

Bezüge 2020

	Jahresbezüge Grundgehalt EUR	Leistungsbezogene Zulagen EUR	Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung EUR	Gesamt EUR
Siegfried Schneider	297.400	0	6.688	304.088
Dr. Thorsten Schmiege	164.724	0	1.200	165.924
Summe	462.124	0	7.888	470.012

Das künftige Ruhegehalt des Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, wird vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beiträge werden im Jahr der Zahlung als Aufwand (2020: 48,3 TEUR) erfasst. Zusätzlich wurde im Berichtsjahr ein Versorgungszuschlag von 9,5 TEUR an den Freistaat Bayern abgeführt. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Der ab 1. September 2019 amtierende Geschäftsführer, Herr Dr. Thorsten Schmiege, ist beurlaubter Beamter des Freistaats Bayern. Die BLM leistet für die Aufrechterhaltung seiner Pensionsansprüche einen Versorgungszuschlag an den Freistaat Bayern (2020: 33,4 TEUR). Eine Pensionsrückstellung ist deshalb nicht zu bilden.

Das Ruhegehalt des zum 30. September 2019 ausgeschiedenen Geschäftsführers, Herr Gebrande, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 8. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2020 auf 2.088.604 EUR. Im Geschäftsjahr 2020 wurden für Herrn Gebrande 47.833 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Herrn Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2020 auf 1.386.566 EUR. Im Geschäftsjahr 2020 wurden für Herrn Prof. Dr. Ring 56.399 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und Fahrtkostenerstattungen gemäß Aufwandsentschädigungssatzung vom 1. Mai 1993 in der ab 1. Januar 2014 geltenden Fassung wurden im Geschäftsjahr 2020 vergütet an:

- a) Medienrat 546.759 EUR
- b) Verwaltungsrat 93.967 EUR

Nachtragsbericht

■ Wahl des Präsidenten

Nach Art. 15 Abs. 1 Satz 2 des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) beträgt die Amtszeit des Präsidenten der Landeszentrale fünf Jahre. Der Präsident trägt gemäß Art. 15 Abs. 1 Satz 1 BayMG die Verantwortung für die Geschäftsführung und vertritt die Landeszentrale gerichtlich und außergerichtlich. Die Amtszeit des amtierenden Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, endet am 30. 09. 2021. Herr Schneider teilte bereits in der Sitzung des Medienrats am 23. 07. 2020 mit, dass er nicht für eine Wiederwahl bereit stünde.

Nach § 20 der Geschäftsordnung des Medienrats (GO MR) fordert der Vorsitzende des Medienrats die Mitglieder des Medienrats spätestens sieben Monate vor Ablauf der Amtszeit des Präsidenten auf, innerhalb von vier Wochen Vorschläge für die Wahl des Präsidenten einzubringen. Dies erfolgte am 09. 01. 2021. Fristende für die Einreichung von Wahlvorschlägen war der 09. 02. 2021.

Innerhalb der im Aufforderungsschreiben genannten Frist wurde der derzeitige Geschäftsführer der Landeszentrale, Herr Dr. Thorsten Schmiege, mehrfach als Kandidat vorgeschlagen. Am 18. 01. 2021 ging ein Wahlvorschlag für Herrn Dr. Thorsten Schmiege beim Medienratsvorsitzenden ein, mit dem dieser durch neun Mitglieder als Kandidat vorgeschlagen wurde. Ein weiterer Vorschlag für Herrn Dr. Thorsten Schmiege ging am

03. 02. 2021 ein; der sieben Medienräte umfassenden Liste waren fünf weitere Schreiben mit gültiger Unterschrift beigelegt. Vorschläge für andere Kandidaten gingen nicht ein.

Der Beschließende Ausschuss des Medienrats prüfte in seiner Sitzung am 01. 03. 2021 die eingegangenen Vorschläge für die Wahl des Präsidenten nach § 14 Nr. 3 GO MR. Auf Grundlage der von dem Kandidaten abgegebenen Erklärungen stellte der Beschließende Ausschuss fest, dass Herr Dr. Thorsten Schmiege die gesetzlichen Wählbarkeitsvoraussetzungen erfüllt.

Der Vorsitzende des Medienrats, Herr Walter Keilbart, leitete dem Vorsitzenden des Verwaltungsrats, Herrn Roland Richter, am 01. 03. 2021 das Ergebnis der Prüfung der Wählbarkeitsvoraussetzungen durch den Beschließenden Ausschuss für die Anhörung des Verwaltungsrats zu den Wahlvorschlägen gemäß Art. 15 Abs. 1 Satz 2 BayMG zu. Der Verwaltungsrat befasste sich in seiner Sitzung am 08. 03. 2021 mit der Wahl des Präsidenten und hörte den Kandidaten an.

Der Verwaltungsrat beschloss in seiner Sitzung am 08. 03. 2021, dass er den von verschiedenen Mitgliedern des Medienrats gemachten Wahlvorschlag begrüßt und voll unterstützt. Der Wahlvorschlag begegnete aus Sicht des Verwaltungsrats auch keinen formalen Bedenken.

In der 28. Sitzung des Medienrats am 25. 03. 2021 wurde Herr Dr. Thorsten Schmiege mit großer Mehrheit bis zum 30. 09. 2026 zum Präsidenten der Landeszentrale gewählt.

■ COVID-19-Pandemie

Der Haushalt für das Jahr 2021 wurde durch den Bayerischen Landtag am 25.03.2021 beschlossen. Die Bayerische Staatsregierung wird auch im Kalenderjahr 2021 Corona-Sonderförderungen ausreichen, deren Höhe bedarfsabhängig sein werden, daher aber noch nicht endgültig feststehen. Die Landeszentrale wird diese coronabedingte Sonderförderung an die Anbieter weiterleiten.

Aufgrund der im Rundfunkstaatsvertrag und im BayMG festgeschriebenen eigenen Einnahmequellen hat die Covid-19-Pandemie jedoch keine unmittelbare finanzielle Auswirkung auf die Landeszentrale.

■ Rundfunkbeitragserhöhung

Der Zeitpunkt der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts über die von ARD, ZDF und Deutschlandradio eingelegte Verfassungsbeschwerde zur Rundfunkbeitragserhöhung auf 18,36 EUR ist vollkommen offen. Die Landeszentrale hat als Grundlage bei der Aufstellung des Wirtschaftsplans 2021 einen Rundfunkbeitrag von 17,50 EUR angesetzt.

München, 21. Mai 2021

DER PRÄSIDENT
Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER
Dr. Thorsten Schmiede

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2020

Grundlagen der Landeszentrale

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (Landeszentrale) genehmigt und beaufsichtigt auf Grundlage des Gesetzes über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch Gesetz vom 23. Dezember 2020 (GVBl. S. 674), als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland die privaten Hörfunk- und Fernsehangebote in Bayern. Die Aufgaben der Landeszentrale sind in Art. 11 BayMG geregelt.

Geschäftsverlauf

■ Aufsichtstätigkeit

Eine zentrale Aufgabe der Landeszentrale ist die Aufsicht über Rundfunk- und Telemedienanbieter, allem voran mit Blick auf Werbekennzeichnung und Jugendschutz. Die Zuständigkeit der Landeszentrale erstreckt sich dabei zunehmend nicht mehr nur auf den Rundfunk, sondern ist auch zu einer Aufsicht über audiovisuelle Telemedienangebote geworden.

Beschwerden und Hinweise aus der Bevölkerung stellen eine wesentliche Grundlage der Aufsichtsarbeit der Landeszentrale dar. Sowohl im Bereich der Werbung als auch im Bereich des Jugendschutzes steigerte sich das Beschwerde-

aufkommen im Bereich der Telemedien jeweils um ein Vielfaches. Im Jugendschutz gab es zunehmend anonyme Beschwerden sowie Wut- und Hasskommentare.

Zentrales aufsichtsrechtliches Thema bei Werbeverstößen in Telemedien, insbesondere auf Social-Media-Plattformen, ist das Transparenzgebot. Die Herausforderung besteht darin, darauf hinzuwirken, dass Beeinflussungsversuche Dritter zu erkennen sind. Die Transparenzpflicht ist eine der Fragestellungen, mit der sich die Landeszentrale 2020 im Vorfeld des Inkrafttretens des neuen Medienstaatsvertrags (MStV) am 07. 11. 2020 intensiv befasste. Seine Vorschriften gelten nicht mehr wie bislang nur für Rundfunkveranstalter, sondern umfassen auch Telemedienanbieter einschließlich aller SocialMedia-Anbieter. Unter Federführung der Landeszentrale erstellte die Gemeinschaft der Landesmedienanstalten eine neue gemeinsame Werbesatzung. Es galt, die Telemedienaufsicht zu harmonisieren, neue Vorgaben für die Platzierung von Sponsorhinweisen zu formulieren oder die Vorgaben zum Thema politische Werbung zu konkretisieren. Dass eine konsequente, aber faire Aufsicht auch von internationalen Unternehmen geschätzt wird, zeigt die Entscheidung des On-Demand-Angebots Amazon Prime Video, sich ab Januar 2021 unter die Aufsicht der Landeszentrale zu stellen. Amazon Digital UK Ltd. war aufgrund des Austritts des Vereinigten Königreichs aus der EU 2020 an die Landeszentrale herangetreten.

Hörfunk

■ Digitalradio (DAB+)

2020 arbeitete die Landeszentrale weiter an der Umsetzung ihres DAB+-Konzepts. Mit der Simulcast-Verbreitung im Voralpenland wird Bayern 2021 als erstes Flächenland das gesamte UKW-Angebot auch über DAB+ anbieten können. Der Start des zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex im Oktober 2020 beförderte die Entwicklung von terrestrischem Digitalradio weiter. Dass sich der Plattformbetreiber für den Sitz im Freistaat Bayern entschieden hat und die Hälfte der Programme auf dem neuen Multiplex in Bayern produzieren wird, ist ein Beleg dafür, dass die Landeszentrale – Hand in Hand mit dem Freistaat Bayern – seit vielen Jahren Treiber und Innovator von Digitalradio ist.

In 2020 nahmen folgende Hörfunkprogramme ihren Betrieb auf: In Ingolstadt gab es mit der „Hoamatwelle“ und Radio IN Oldie Welle gleich zwei neue DAB-Sender. Im DABNetz Allgäu kamen Donau 3 FM, Radio 7 und Radio Schwaben dazu, im Voralpenland das Programm Bayernwelle Südost.

Die Landeszentrale unterstützte das Verfahren zur Realisierung von Autokinos, die aufgrund der Corona-Krise 2020 eine Renaissance erlebten: Zwar ist die Übertragung des Filmtons auf einer UKW-Frequenz in die Autoradios medienrechtlich unbedenklich, sie muss der Landeszentrale aber vor Frequenzzuteilung durch die Bundesnetzagentur angezeigt werden. Zügig und ohne Kosten zu erheben

bearbeitete die Landeszentrale bis Jahresende 2020 weit über 100 solcher Anzeigen.

Fernsehen

In 2020 wurden im Bereich des Fernsehens gestreamte Angebote genehmigt. So wurde etwa der Mittelbayerischen Zeitung eine Rundfunkgenehmigung für ein lokales/regionales Livestreaming-Angebot erteilt. Zudem bekam Turner Broadcasting System Deutschland GmbH drei Zulassungen für die Pay-TV-Angebote TCM (Spanien), TNT (Spanien) und Toonami (Frankreich) – alles Genehmigungen für bisher bei der britischen Aufsichtsbehörde Ofcom zugelassene Programme im Brexit-Kontext. Der Medienrat genehmigte auch die Verbreitung des Spartenprogramms „eSportsOne“, das ausschließlich im europäischen Ausland ausgestrahlt wird.

■ Lokales Fernsehen

Die Relevanz der lokalen TV-Sender unterstreicht die Ende Juni 2020 getroffene Entscheidung des Freistaats Bayern, die zunächst bis Ende 2020 befristete staatliche Unterstützung der lokalen und regionalen TV-Anbieter um vier Jahre zu verlängern. Darüber hinaus werden die lokalen Sender bei Digitalisierung und Innovation noch stärker unterstützt. Ab 2021 soll eine Reduktion der Satellitentransponder höhere Investitionen in die Produktion von Inhalten ermöglichen.

Livestreaming

Aufgrund der Beschränkungen des öffentlichen Lebens seit März 2020 ist dem Livestreaming im Corona-Krisenjahr eine ganz besondere Bedeutung zugekommen: Kultur und Kirche live im Netz ermöglichen trotz Lockdown die gesellschaftliche Teilhabe an Veranstaltungen sowie Bildungs- und Kulturangeboten. Deshalb galt seit dem Frühjahr 2020 ein vereinfachtes Anzeigeverfahren für die Zulassung von Streaming-Angeboten mit Sitz in Bayern. 2020 wurden der Landeszentrale insgesamt fast 150 Angebote angezeigt.

Forschung

Die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2020 Hörfunk zeigten, dass bereits 37 Prozent der Bevölkerung in Bayern täglich Digitalradio hören. Erfreulich waren auch die Ergebnisse der lokalen Radiostationen in Bayern, die im Schnitt täglich mehr als 2,9 Millionen Menschen ab 14 Jahren erreichen.

Das bayerische Lokalfernsehen konnte 2020 den zuletzt negativen Trend der Reichweitzahlen umkehren. 762.000 Menschen – und damit rund 31.000 mehr als 2019 schalteten durchschnittlich von Montag bis Freitag ihr Lokal-TV-Programm ein, so ein Ergebnis der Funkanalyse Bayern 2019 Fernsehen, die im April 2020 vorgestellt wurde. Dazu passen die Ergebnisse für Bayern aus der Studie „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019“: 2018 erwirtschafteten die privaten Hörfunkanbieter in Bayern Erträge in Höhe von knapp 165 Mio. EUR (Kostendeckungsgrad 117 %)

und die 31 regionalen Fernsehanbieter 53 Mio. EUR (Kostendeckungsgrad 99 %). Nach dem Online-Audio-Monitor gewinnt auch IP weiter an Bedeutung. Online-Audio-Angebote erreichten 2020 erstmals mehr als 70 Prozent der Bevölkerung in Deutschland.

Jugendmedienschutz / Medienkompetenz

Viel diskutiert wurde 2020 ein zeitgemäßer Jugendmedienschutz. Aus Sicht der Landeszentrale ist der vom Bund vorgelegte Gesetzentwurf zum Jugendschutzgesetz unzureichend, zumal eine staatliche Medienaufsicht der gebotenen Staatsferne widerspricht. Im Februar 2020 formulierte die Landeszentrale konkrete Leitplanken für einen modernen und effektiven Jugendmedienschutz. Trotz aller Gegenargumente wurde die Reform des Jugendschutzgesetzes durch den Bund mit Zustimmung der Länder erlassen und ist am 01. 05. 2021 in Kraft getreten.

Gegen Hass im Netz entschlossen vorzugehen, war 2020 ein wesentlicher Schwerpunkt der Landeszentrale. So konnte die 2019 vom Bayerischen Justizministerium und der Landeszentrale ins Leben gerufene Initiative „Justiz und Medien konsequent gegen Hass“ zur Bekämpfung von Hasskriminalität im Internet eine sehr positive erste Bilanz ziehen. Fast 130 Prüfbitten, 113 Ermittlungsverfahren, neun Anklagen und eine rechtskräftige Verurteilung verzeichnete das Projekt ein Jahr nach Start. Um Medienhäuser weiter darin zu unterstützen, strafbaren Hass bei der Staats-

anwaltschaft zu melden und nicht nur zu löschen, wurde das Projekt um ein Jahr verlängert.

Eine Expertise zu Monetarisierungsformen bei Games, die die Landeszentrale bei Prof. Jochen Koubek von der Universität Bayreuth in Auftrag gegeben hatte, wurde Ende November 2020 vorgestellt.

Digitale Entwicklung

Vom Startup-Inkubator zum Innovation Hub für die Medienbranche hat sich das Media Lab Bayern entwickelt, das seinen fünften Geburtstag in 2020 feierte. Viel Innovationsgeist bewies es auch in der Corona-Krise: So stellte es etwa den bayerischen Privatsendern kostenlose digitale Anwendungen zur Verfügung.

Veranstaltungen

Vor große Herausforderungen sah sich im Corona-Jahr die Medien.Bayern GmbH mit ihrer Veranstaltung Medientage München gestellt, die von der Landeszentrale gefördert wurde. Sie wurde im Oktober 2020 unter dem Motto „This is Media NOW“ komplett in den digitalen Raum verlegt. Die Landeszentrale präsentierte sich im Rahmen der Medientage München 2020 mit einem neuen, virtuellen Rundgang durch die Landeszentrale.

Die 34. Medientage München erreichten online in sieben Tagen mehr als 10.000 Besucherinnen und Besucher.

Aufgrund der Pandemie wurden 2020 auch alle anderen Veranstaltungen der Landeszentrale – darunter etablierte Reihen wie media.innovations oder der Social TV Summit – erfolgreich in den

digitalen Raum verlegt. Im Rahmen einer digitalen Gala wurde Mitte Mai 2020 der erste DOK.digital-Preis der Landeszentrale verliehen. Beim Online-Special der Lokalfunktage gab es 2020 erstmals einen BLM-Publikumspreis für Hörfunk und Fernsehen. Die Preisverleihung fand bei den Medientagen München digital statt.

Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage

Am 01. 01. 2013 trat der Fünfzehnte Rundfunkänderungsstaatsvertrag (GVBl 2011 S. 258) in Kraft, der mit dem Rundfunkbeitrag eine neue Finanzierungsgrundlage für die Landeszentrale geschaffen hat. Der Rundfunkbeitrag muss vom Beitragsschuldner pro Wohnung oder Betriebsstätte bezahlt werden. Der neue Beitrag deckt alle Angebote auf allen Verbreitungswegen ab. Es wird nicht mehr zwischen Radio, Fernseher und Computer unterschieden. Der Rundfunkbeitrag ersetzt die geräteabhängige Rundfunkgebühr.

Mit dem Fünfzehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄStV) wurde die Höhe des Anteils der Landeszentrale mit Wirkung ab dem 01. 01. 2013 auf 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens neu festgesetzt und damit leicht abgesenkt (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag). Aber durch den Wegfall der Unterscheidung von Grund- und Fernsehgebühr, für die unterschiedliche Beteiligungsgrößen bestanden, ist dennoch im Ergebnis eine im Vergleich zu den Vorjahren konstante Beteiligungshöhe für die Landeszentrale gegeben.

Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) ermittelt und beträgt seit dem Inkrafttreten des 16. RÄStV (GVBl 2015 S. 26) am 01. 04. 2015 monatlich 17,50 EUR pro Haushalt (§ 8 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

Die KEF stellte in ihrem am 20. 02. 2020 veröffentlichten Bericht für 2021 bis 2024 einen ungedeckten Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von 1.525,4 Mio. EUR fest. Sie empfahl ab Januar 2021 eine Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags um 86 Cent auf 18,36 EUR. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder einigten sich in einer Konferenz am 12. 03. 2020 einstimmig auf eine Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags in Deutschland.

Auf Grund fehlender Mehrheiten im Parlament des Landes Sachsen-Anhalt wurde im Dezember 2020 die Landtagsabstimmung zum 1. Medienänderungsstaatsvertrag in Sachsen-Anhalt abgesagt, so dass die notwendige Einstimmigkeit aller Länder zur Rundfunkbeitragsanhebung nicht mehr möglich war. Die daraufhin von ARD, ZDF und Deutschlandradio eingelegte Verfassungsbeschwerde, eine Beitragsanpassung per einstweiliger Anordnung zu erreichen, wurde durch das Bundesverfassungsgericht am 22. 12. 2020 abgelehnt. Die Entscheidung über die Verfassungsbeschwerde der Sender wird das Bundesverfassungsgericht zu einem späteren Zeitpunkt verkünden. Damit bleibt es vorerst beim Rundfunkbeitrag in Höhe von 17,50 EUR.

Die Landeszentrale stellt zur finanziellen Steuerung ihrer Aufgaben jährlich einen Wirtschaftsplan auf, der ein ausgeglichenes Ergebnis vorsieht. Über einen monatlichen Soll-/Ist-Vergleich können Abweichungen festgestellt und die erforderlichen Maßnahmen durchgeführt werden. Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Vollzugsbestimmungen regeln dabei nach festgelegten Betragsgrenzen das Verfahren für eine notwendige Anpassung des Wirtschaftsplans an die geänderten Rahmenbedingungen.

Der Wirtschaftsplan 2020 wurde durch den Verwaltungsrat gemäß Art. 14 Abs. 1 Satz 1 BayMG in seiner Sitzung am 22. 11. 2019 genehmigt und die erforderliche Zustimmung des Medienrats gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG erfolgte in dessen Sitzung am 13. 12. 2019.

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 22. 06. 2020 den ersten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 beschlossen. Die Anpassung des Wirtschaftsplans 2020 war erforderlich, da durch eine aktualisierte Berechnung der Pensionsrückstellungen durch den von der Landeszentrale beauftragten Aktuar im Februar 2020 die Zinsberechnungen angepasst werden mussten. Die neutralen Aufwendungen mussten um 173,6 TEUR gegenüber dem bisherigen Ansatz erhöht werden. Darüber hinaus hat der Freistaat Bayern die Förderung der digitalen Verbreitung für Hörfunkanbieter aufgrund der Corona-Pandemie um 500,0 TEUR als Corona-bedingte Sonderförderung aufgestockt. Diese Veränderungen wurden im Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 umgesetzt.

Der Medienrat stimmte dem ersten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 in seiner Sitzung am 23. 07. 2020 zu.

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Corona-Pandemie beschloss der Bund, als Teil des Bundesprogramms „Neustart Kultur“, in enger Abstimmung mit den Ländern, Bundesmittel zur Förderung des privaten Hörfunks in Deutschland zu gewähren. Es handelte sich dabei um ein pandemiebedingtes, zeitlich begrenztes Notprogramm. In Bayern erfolgte die Ausreichung der Förderung durch die Landeszentrale nach Bewilligung durch die Bayerische Staatskanzlei. Ziel dieser Förderung war es, die privaten Hörfunkveranstalter in Deutschland, die aufgrund der Corona-Pandemie Umsatzeinbußen vor allem bei den Werbeeinnahmen zu verzeichnen haben, temporär durch eine anteilige Förderung der Distributionskosten zu unterstützen, um so pandemiebedingte Insolvenzrisiken einzelner Hörfunkveranstalter zu reduzieren und damit insgesamt langfristig irreparable Schäden der Hörfunklandschaft abzuwenden. Letzteres war sowohl mit Blick auf die Sicherung der Meinungs- und Informationsvielfalt als auch zur Sicherung redaktioneller Arbeitsplätze sowie zur weiteren Digitalisierung des Hörfunks in Bayern von besonderer Bedeutung. Der Bund stellte aus Mitteln des Bundesprogramms „Neustart Kultur“ 2.613,2 TEUR zur Verfügung. Diese wurden von der Landeszentrale als Erstempfänger im Rahmen des Projekts „Förderung der technischen Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ über die Bayerische Medien Technik GmbH (BMT)

an die Hörfunkanbieter weitergeleitet. Im Falle einem gegenüber der Landeszentrale geltend gemachten Rückforderungsanspruchs hat sie in ihrem Antrag auf Förderung ihren Anspruch gegen den Hörfunkanbieter zur Erfüllung dieses Rückforderungsanspruchs an den Freistaat Bayern als Fördergeber bereits im Voraus abgetreten. Der Verwaltungsrat beschloss am 24. 11. 2020 den zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 durch ein Umlaufverfahren. Die Zustimmung des Medienrats erfolgte in dessen Sitzung am 17. 12. 2020.

Der Freistaat Bayern stockte im November 2020 seine Förderung für die lokalen und regionalen Fernsehanbieter aufgrund der Corona-Pandemie um eine weitere Million EUR als Corona-bedingte Sonderförderung auf. Es handelte sich um einen rein durchlaufenden Posten, der keine Auswirkungen auf die Ertragslage der Landeszentrale hatte. Durch die vereinbarte Abtretung etwaiger Rückforderungsansprüche waren zusätzliche Risiken für den Haushalt der Landeszentrale grundsätzlich ausgeschlossen. Nachdem die Fördermittel nur noch im Jahr 2020 zur Verfügung standen, war eine Befassung des Verwaltungsrats planmäßig in dessen nächster Sitzung im März 2021 nicht möglich. Es bestand daher Eilbedürftigkeit. Nach § 5 Abs. 3 Satz 1 GO VR können dringliche Beschlüsse durch den Verwaltungsrat auch im schriftlichen Verfahren gefasst werden, wenn kein Mitglied widerspricht. Der dritte Nachtrag zum Wirtschaftsplan wurde auf Grund der Eilbedürftigkeit durch den Verwaltungsrat am 08. 12. 2020

beschlossen. Die Zustimmung durch den Medienrat erfolgte in dessen Sitzung am 17. 12. 2020.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des Art. 23 BayMG errichtete Förderprogramm mit 11.542,8 TEUR (Vorjahr 10.331,3 TEUR) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Auf Grundlage von Art. 23 Abs. 7 Satz 4 BayMG in der ab 01. 01. 2017 geltenden Fassung leistete die Landeszentrale im Geschäftsjahr einen Förderbeitrag aus Eigenmitteln in Höhe von 1.655,6 TEUR (Vorjahr 1.648,6 TEUR).

Aufgrund der im Rundfunkstaatsvertrag und im BayMG festgeschriebenen eigenen Einnahmequellen kann die Landeszentrale in erforderlichem Umfang Mittel einsetzen, um in eigener Verantwortung ein vom Staat unabhängiges und wirtschaftlich in sich selbst tragfähiges System für private Rundfunkanbieter zu gewährleisten.

Die Landeszentrale schließt das Geschäftsjahr 2020 mit einem Jahresüberschuss von 1.113,6 TEUR (Vorjahr: Jahresfehlbetrag von 563,6 TEUR) ab. Das Ergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr um 1.677,2 TEUR verbessert.

Dies ist im Wesentlichen auf eine Erstattung des Rundfunkbeitrags für 2019 in Höhe von 234,3 TEUR, auf eine Rückvergütung aus dem Beitragsmodell im Zusammenhang mit der Altersversorgung der ZBS-Beschäftigten für die Kalenderjahre 2013 bis 2018 in Höhe von 84,1 TEUR sowie auf Minderungen der Personalaufwendungen um 288,3 TEUR, der übrigen sonstigen betrieblichen

Aufwendungen um 331,2 TEUR, der Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit um 385,8 TEUR und auf einen Rückgang verschiedenster Aufwandsposten zurückzuführen.

Die Erträge der Landeszentrale (inkl. der Förderung gem. Art. 23 BayMG) sind im Geschäftsjahr um 4.384,6 TEUR auf 44.890,4 TEUR (Vorjahr 40.505,8 TEUR) gestiegen. Der Anstieg betrifft mit 1.211,4 TEUR das Förderprogramm nach Art. 23 BayMG. Darin enthalten sind die Covid-19-Nothilfen der Bayerischen Staatsregierung in Höhe von insgesamt 1.470,2 TEUR zur Unterstützung der TV-Anbieter. Diese Position zur Förderung nach Art. 23 BayMG ist sowohl als Ertrag als auch als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung enthalten und wirkt sich daher nicht auf das Ergebnis aus.

Die Ertragssteigerung betrifft ferner ganz wesentlich den Ausbau der digitalen Hörfunkangebote. Hier wurden, um die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie für die Hörfunk-Anbieter abzumildern, von der Bayerischen Staatsregierung zusätzliche Landesmittel in Höhe von 383,6 TEUR (Covid-19-Nothilfen) und Bundesmittel in Höhe von 2.613,2 TEUR (Neustart Kultur) zur Verfügung gestellt. Die von der Landeszentrale an die notleidenden Hörfunkanbieter weitergeleiteten Unterstützungsleistungen der Bayerischen Staatsregierung sind gleichermaßen in den Aufwendungen enthalten.

Im Juni 2020 erfolgte nach endgültiger Abrechnung durch den NDR eine Erstattung des Rundfunkbeitrages für 2019 in Höhe von 234,3 TEUR. Erträge durch Rückvergütung aus dem Beitrags-

modell im Zusammenhang mit der Altersversorgung der ZBS-Beschäftigten für die Kalenderjahre 2013 bis 2018 sind 84,1 TEUR zugeflossen.

Der Anteil am Rundfunkbeitrag liegt um 46,6 TEUR über dem Vorjahreswert. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass im Vorjahr die Rückstellungsdotierung (350 TEUR) für zu erwartende Ertragsminderungen infolge der Befreiung von Zweitwohnungen von der Beitragspflicht in Abzug gebracht wurde. Der Befreiung liegt eine entsprechende Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018 zugrunde.

Ertragsmindernd hat sich der Rückgang der Gebühreneinnahmen um 162,6 TEUR auf 188,0 TEUR (Vorjahr 350,6 TEUR) ausgewirkt.

Die Minderung des Personalaufwandes der Landeszentrale (288,3 TEUR) entfällt einerseits auf einen Anstieg der Gehälter um 333,5 TEUR, einen Anstieg der sozialen Abgaben um 85,0 TEUR und andererseits auf eine Minderung der Aufwendungen für Altersversorgung um 706,8 TEUR.

Der Anstieg bei den Gehältern in Höhe von 333,5 TEUR ist insbesondere dadurch begründet, dass die Belegschaft der Landeszentrale zum 1. Januar 2020 eine lineare Gehaltserhöhung von 4,1 % erhielt und dass die Zuführung zur Urlaubsrückstellung um 81,6 TEUR über dem Vorjahreswert lag.

Neben dem Anstieg der Gehälter erhöhten sich die sozialen Abgaben hauptsächlich durch einen korrespondierenden Anstieg der Sozialversicherungsbeiträge entsprechend den Gehaltssteigerungen sowie wegen der Zuführung

zur Urlaubsrückstellung (Sozialversicherungsanteil), die um 15,4 TEUR über dem Vorjahreswert lag.

Bei der Minderung der Aufwendungen für Altersversorgung um 706,8 TEUR hat sich im Wesentlichen die im Vergleich zum Vorjahr um 803,6 TEUR veränderte Pensionsrückstellung (Anteil Personalaufwand) niedergeschlagen.

Der Stellenplan umfasste 1,0 Stellen weniger als im Vorjahr bei nun insgesamt 85 Planstellen.

Die Reduzierungen der Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit liegen insbesondere darin begründet, dass sowohl die Medientage in München als auch die Lokalrundfunktage in Nürnberg wegen der Covid-19-Pandemie nicht als Präsenz sondern nur als Onlineveranstaltung stattfinden konnten. Dies führte bei den Medientagen zu einer Kosteneinsparung von 78,4 TEUR und bei den Lokalrundfunktagen von 137,8 TEUR. Die Aufwendungen für den Bayerischen Hörfunk-/ Lokalfernsehpreis haben sich zum Vorjahr um 55,6 TEUR vermindert.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich durch konsequentes Kostenmanagement und den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie um 331,2 TEUR auf 1.893,0 TEUR (Vorjahr 2.224,3 TEUR) vermindert.

Die Minderung der Zinsaufwendungen um 86,7 TEUR auf 774,1 TEUR (Vorjahr 860,8 TEUR) entfällt mit 98,2 TEUR auf den Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung.

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 1.342,5 TEUR auf 38.277,4 TEUR (Vorjahr 36.934,9 TEUR).

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresüberschusses von 1.113,6 TEUR auf 25.499,0 TEUR (Vorjahr 24.385,4 TEUR) angestiegen.

Die Pensionsrückstellungen haben sich um 370,1 TEUR erhöht. Ursächlich hierfür ist neben dem weiteren Absinken des Abzinsungssatzes auf 2,30 % (Vorjahr 2,71 %) auch die beschlossene Anpassung der Bayerische Beamtenbesoldung/-versorgung von jeweils 3,20 % zum 01. 01. 2019 (rückwirkend) sowie zum 01. 01. 2020.

Die sonstigen Rückstellungen liegen um 252,5 TEUR über dem Vorjahreswert. Der Anstieg entfällt mit 163,3 TEUR auf die Erhöhung der Rückstellung für Urlaubsansprüche und mit 165,0 TEUR auf die Zuführung einer Rückstellung für Projektkosten. Hierbei handelt es sich um eine Aufwandsrückstellung für noch nicht abgerechnete Leistungen im Rahmen der Förderung der technischen Infrastruktur für Lokalradio.

Trotz der Investitionen des Geschäftsjahres in Finanzanlagen, EDV-Software und Sachanlagen in Höhe von 753,2 TEUR (wovon 301,7 TEUR auf Betriebs- und Geschäftsausstattung und 428,0 TEUR auf entgeltlich erworbene EDV-Software entfallen), hat sich das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von Abgängen sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31. 12. 2020 um 1.009,8 TEUR auf 27.345,1 TEUR verringert. Der Rückgang entfällt mit 645,4 TEUR auf die Tilgung des unter den „Ausleihungen an verbundene Unternehmen“ ausgewiesenen Darlehens an die BMT über ursprünglich 4.000,0 TEUR. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren (Laufzeitbeginn

01. 07. 2018), war im ersten Jahr tilgungsfrei und wird mit 1,6 % p. a. verzinst.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 10.818,3 TEUR und liegt damit um 2.344,1 TEUR über dem Vorjahreswert (8.474,2 TEUR). Der Erhöhungsbetrag entfällt mit 2.457,9 TEUR auf die flüssigen Mittel. Ursache ist hier unter anderem der Liquiditätszufluss (645,4 TEUR) aus der Tilgung des an die BMT ausgereichten Darlehens. Die Landeszentrale war und ist zu jeder Zeit in der Lage, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

Nachträgliche Ereignisse, Zukunftsperspektiven und Risiken

■ Rechtsstreit C.A.M.P. TV vs. Landeszentrale

Die C.A.M.P. TV Fernsehgesellschaft mbH (C.A.M.P. TV) hatte die Landeszentrale im Dezember 2012 auf 25,2 Mio. EUR Schadensersatz verklagt und im Jahr 2013 ihre Klage begründet. Anspruchsgrundlage sollte ein angeblicher Amtshaftungsanspruch und ein Anspruch aus enteignungsgleichem Eingriff sein, der sich als Folge des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts zur Rechtswidrigkeit des Ausgangsbescheides (Widerruf der Anbietergenehmigung) ergeben soll. Das Landgericht München I hatte am 26. 02. 2014 durch Teil-Grund- und Teil-Endurteil entschieden, dass der Anspruch dem Grunde nach gerechtfertigt ist, soweit der Anspruch auf den Widerruf der laufenden Genehmigung für die Anbietertätigkeit mit einem landesweiten Fernsehfenster am Wochenende im

Programm RTL und SAT 1 befristet bis zum 30. 09. 2010 beruht, und im Übrigen die Klage abgewiesen.

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

C.A.M.P. TV hat am 19. 10. 2015 Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) erhoben. Der BGH hat durch Beschluss am 18. 08. 2016 (Az. III ZR 325/15) im Verfahren über die Nichtzulassungsbeschwerde der C.A.M.P. TV die Beschwer der revisionsführenden C.A.M.P. TV auf unter 500 EUR festgesetzt. Dadurch wurde die Beschwer gegen die Nichtzulassung unzulässig. Die C.A.M.P. TV hat daraufhin die Beschwerde zurückgenommen. Als Ergebnis der Zurücknahme der Beschwerde wurde das Verfahren im Hinblick auf die Zurückweisung des Rechtsstreits durch das OLG München an das Landgericht München I erneut beim Landgericht München I anhängig.

Das Landgericht München I erließ am 26. 04. 2017 einen Beweisbeschluss, wonach Beweis über die Behauptung der klagenden C.A.M.P. TV durch Einholung eines schriftlichen Sachverständigen-gutachtens zu erheben ist, dass der Wert

der am 27. 05. 2002 erteilten und mit Bescheid vom 18. 05. 2009 widerrufenen Sendegenehmigung bei mindestens 10 Mio. EUR gelegen habe.

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

Mit Endurteil vom 26. 09. 2018 hat das LG München I der C.A.M.P. TV 201,0 TEUR zugesprochen. C.A.M.P. TV hat die Kosten des Rechtsstreits erster Instanz zu tragen, die Kosten des Berufungsverfahrens vor dem OLG München wurden der Landeszentrale auferlegt.

Gegen das Endurteil des Landgerichts München I vom 26. 09. 2018 haben beide Seiten Berufung eingelegt. Mit Verfügung vom 04. 04. 2019 teilte das OLG München den Parteien mit, dass der Senat wohl daran festhalten wird, dass die Zeit nach 30. 09. 2010 bei der Bemessung der Entschädigung außer Betracht bleibt.

Mit Hinweis- und Beweisbeschluss des OLG Münchens vom 15. 01. 2020 schloss sich der Senat für die Berechnung des entgangenen Gewinns der Auffassung der beklagten Landeszentrale an, dass isoliert auf die Ergebnisse des Teilbetriebs Fernsehfenster abzustellen ist. Die behaupteten Synergie-Effekte aus dem Betrieb des Fernsehfensters, von denen das Gesamtunternehmen profitiert haben soll, vermochte die klägerische

C.A.M.P. TV nicht transparent darzustellen. Aber selbst wenn positive Synergien aus dem Betrieb des Fernsehfensters für das Gesamtunternehmen unterstellt würden, wären diese entschädigungsrechtlich nicht zwingend zu berücksichtigen; auch insoweit folgte der Senat der Argumentation der beklagten Landeszentrale.

In einem weiteren Beschluss vom 09. 03. 2020 teilte der Senat mit, dass er für die weitere Beweisaufnahme und Schadensschätzung ausschließlich auf die bekannten Daten der Jahre 2004–2009 abstellen wird. Der Senat werde dazu also nicht mehr die für 2009 und 2010 erstellten hypothetischen Gewinn- und Verlustrechnungen (Planzahlen) für den Teilbetrieb Fernsehfenster einbeziehen. Dies gelte auch für die von dem Sachverständigen „plausibilisierten“ Kennzahlen. Danach ergibt sich für den relevanten Zeitraum kein Gewinn, sondern ein Verlust. Gleichzeitig forderte es die Klägerin auf, darzulegen, welche Sonderfaktoren in den Jahren 2004 ff. zu Verlusten in Teilbereich Fernsehfenster geführt haben und welche Gewinne ggf. erzielt worden wären, wenn man diese Sonderfaktoren nicht berücksichtigt.

Mit Endurteil vom 29. 10. 2020 hat das OLG München auf die Berufung der Landeszentrale das Urteil des LG München I vom 26. 09. 2018 in der Fassung des Berichtigungsbeschlusses vom 30. 10. 2018 abgeändert und die Klage der C.A.M.P. TV abgewiesen. Die Berufung der C.A.M.P. TV wurde zurückgewiesen und ihr die Kosten des Rechtsstreits auferlegt. Das OLG München ließ auch keine Revision zu.

Das OLG München begründete ihre Entscheidung damit, dass C.A.M.P. TV nicht habe nachweisen können, dass ihr durch den Entzug der Sendegenehmigung Gewinne entgangen sind, da die Firma in den Vorjahren regelmäßig Verluste gemacht habe.

Die C.A.M.P. TV legte am 09. 11. 2020 Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) ein und begründete mit Schriftsatz vom 16. 03. 2021 ihren Antrag. Aus Sicht der C.A.M.P. TV wirft der Streitfall Rechtsfragen von grundsätzlicher Bedeutung auf und veranlasst die Zulassung der Revision zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung. Darüber hinaus wird auch die Kostengrundentscheidung des Berufungsgerichtes angegriffen, da diese auf einer Verletzung des allgemeinen Gleichheitssatzes in seiner Ausprägung als Willkürverbot beruhe. Auch die Landeszentrale beteiligte sich an diesem Verfahren vor dem BGH.

Nachdem das Urteil des OLG München zugunsten der Landeszentrale ausgegangen ist, ist es dennoch erforderlich die endgültige Entscheidung durch den BGH abzuwarten. Bis dahin wird die Rückstellung für einen evtl. „Abwicklungsschaden“ von bis zu 100 TEUR bestehen bleiben.

■ Finanzierung der Landeszentrale

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt. Die Höhe des Rundfunkbeitrags liegt seit 01. 04. 2015 bei 17,50 EUR pro Monat (Sechzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 01. 04. 2015, GVBl 2015 S. 26), und der ihr seit 01. 01. 2013 zustehende Anteil am Rundfunkbeitrag beträgt 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens.

Die Berechnungen des Norddeutschen Rundfunks zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesmedienanstalten gehen von einem im Wesentlichen stabilen Beitragsaufkommen aus. Diese Prognosen für das Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale gehen von einem durchschnittlichen Wert bis 2024 von rund 24 Mio. EUR p. a. aus.

Bedingt durch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 18. 07. 2018, nach dem Zweitwohnungen von der Beitragspflicht befreit werden müssen, wird dies zu Rückgängen bei den Beitragserträgen führen, deren Höhe noch nicht festliegt. Die Landeszentrale geht in ihren Planungen von einem Rückgang von rund 1 % des Rundfunkbeitragsaufkommens aus. Durch den Jahresüberschuss 2020 von 1.113,6 TEUR wird die allgemeine Haushaltsrücklage auf 4.330,4 TEUR ansteigen. Verbunden mit einer wirtschaftlichen und sparsamen Haushaltsführung ist insgesamt die Finanzierung der Landeszentrale gesichert.

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

Risikomanagement

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

Nachtragsbericht

Wir verweisen an dieser Stelle auf die Erläuterungen im Anhang.

Gesamtaussage zur Lage

Wir sind mit dem Verlauf des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung des Wirtschaftsplans 2020 zufrieden. Nachdem von einem im Wesentlichen stabilen Rundfunkbeitragsaufkommen auszugehen ist, kann die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale ab 2020 als gesichert angesehen werden. Der Jahresüberschuss in 2020 wird der zweckgebundenen Rücklage „Allgemeine Haushaltsrücklage“ zugeführt. Der im Wirtschaftsplan 2021 berechnete Jahresfehlbetrag von 430 TEUR kann durch weiteres konsequentes Kostenmanagement minimiert und durch die Inanspruchnahme zweckgebundener Rück-

lagen ausgeglichen werden. Durch die gute finanzielle Ausstattung, die sich auch in der gestiegenen zweckgebundenen Rücklage „Allgemeine Haushaltsrücklage“ widerspiegelt, kann die Landeszentrale ihre gesetzlichen Aufgaben in den nächsten Jahren erfüllen. Auch ist mit einer Erhöhung des Rundfunkbeitrags, wie sie die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) für 2021 vorgeschlagen hatte, mittelfristig zu rechnen.

München, 21. Mai 2021

DER PRÄSIDENT

Siegfried Schneider

DER GESCHÄFTSFÜHRER

Dr. Thorsten Schmiede

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2020 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2020 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 und

- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise aus-

reichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Verwaltungsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf

der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insge-

samt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken

durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit

der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnach-

weise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

München, den 21. Mai 2021

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft



gez. Hager

WIRTSCHAFTSPRÜFER



gez. Mainka-Klein

WIRTSCHAFTSPRÜFER

Wirtschaftsplan 2020

Dem vom Verwaltungsrat am 22. November 2019 beschlossenen Wirtschaftsplan 2020 wurde in der 20. Sitzung des Medienrats am 13. Dezember 2019 die Zustimmung erteilt.

Mit Rücksicht auf die Entwicklungen im Wirtschaftsjahr verabschiedete der Verwaltungsrat am 22. Juni 2020 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020, dem der Medienrat am 23. Juli 2020 zustimmte.

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Corona-Pandemie beschloss der Bund, als Teil des Bundesprogramms „Neustart Kultur“, in enger Abstimmung mit den Ländern, Bundesmittel zur Förderung des privaten Hörfunks in Deutschland zu gewähren. In Bayern erfolgte die Ausreichung der Förderung durch die Landeszentrale nach Bewilligung durch die Bayerische Staatskanzlei. Der Verwaltungsrat beschloss am 24. November 2020 deshalb den zweiten Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 (durch Umlaufverfahren). Die Zustimmung des Medienrats erfolgte in dessen Sitzung am 17. Dezember 2020.

Der Freistaat Bayern stockte im November 2020 seine Förderung für die lokalen und regionalen Fernsehanbieter aufgrund der Corona-Pandemie um eine weitere Million EUR als Corona-bedingte Sonderförderung auf. Der dritte Nachtrag zum Wirtschaftsplan, wurde auf Grund der Eilbedürftigkeit, durch den Verwaltungsrat am 08. Dezember 2020 be-

schlossen. Die Zustimmung durch den Medienrat erfolgte in dessen Sitzung am 17. Dezember 2020.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt.

Danach konnten im Haushaltsjahr 2020 Erträge von 33,7 Mio. EUR erzielt werden. Bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) ergaben sich Mehrerträge von 8,0 TEUR. Die sonstigen Erträge unterschreiten die Planwerte um 148,7 TEUR. Die Unterschreitung beruht im Wesentlichen darauf, dass die geplante krisenbedingte Sonderförderung der UKW und DAB-Verbreitungskosten lokaler/regionaler Hörfunkanbieter des Freistaats Bayern in Höhe von 116,4 TEUR nicht realisiert wurde.

Das Mehrergebnis bei den sonstigen betrieblichen Erträgen (239,5 TEUR) entfällt wesentlich mit 70,0 TEUR auf die Versicherungsentschädigung als Folge des Brandes des Antennenmastes.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von 32,6 Mio. EUR angefallen. Sie lagen um 1.485,5 TEUR unter den Plandaten. Wesentliche Einsparungen betreffen die Personalaufwendungen (–224,0 TEUR), die sonstigen betrieblichen Aufwendungen (–485,5 TEUR), die Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben (–114,6 TEUR), die Förderung von technischer Infrastruktur/technischem Betrieb (–371,7 TEUR), die Medienforschung (–75,3 TEUR) und das Mediennetzwerk (–120,0 TEUR).

Überschreitungen der Planansätze ergaben sich insbesondere bei der Innovationsförderung (+ 20,5 TEUR).

Der Jahresüberschuss 2020 (1.113,6 TEUR) wird zusammen mit der Entnahme aus der Investitionsrücklage (70,0 TEUR) der Allgemeinen Haushaltsrücklage zugeführt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen konnten im Rahmen der Planvorgaben abgewickelt werden. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von 500,0 TEUR werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2021 vorgetragen.

A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2020 TEUR	Ist-Ergebnis 2020 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Erträge			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	23.393,6	23.743,6	350,0
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	180,0	188,0	8,0
3. Sonstige Erträge	4.507,2	4.358,5	-148,7
4. Geldbußen gem. Art. 37 BayMG	0,0	0,0	0,0
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	5.057,5	5.057,5	0,0
6. Sonstige betriebliche Erträge	39,0	278,5	239,5
7. Finanzerträge	93,7	94,0	0,3
Summe	33.271,0	33.720,1	449,1

	Wirtschaftsplan 2020 TEUR	Ist-Ergebnis 2020 TEUR	Mehraufwendungen (+) Minderaufwendungen (-) TEUR
Aufwendungen			
1. Personalaufwendungen	9.713,6	9.489,6	-224,0
2. Abschreibungen	1.117,0	1.116,0	-1,0
3. Sonstige Steuern	1,2	0,5	-0,7
4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0
5. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.423,0	1.308,4	-114,6
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.317,6	1.832,1	-485,5
7. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	759,8	759,8	0,0
8. Programmförderung	600,0	598,3	-1,7
9. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	5.213,8	4.842,1	-371,7
10. Medienforschung	964,0	888,7	-75,3
11. Ausbildungsförderung	1.087,0	1.082,9	-4,1
12. Medienpädagogik	664,0	646,2	-17,8
13. Fernsehproduktionsförderung	1.500,0	1.500,0	0,0
14. Mitgliedschaften	80,0	72,0	-8,0
15. Öffentlichkeitsarbeit	755,0	701,4	-53,6
16. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.057,5	5.057,5	0,0
17. Förderung nach Art. 23 BayMG / BLM-Anteil	1.650,0	1.655,6	5,6
18. Innovationsförderung	200,0	220,5	20,5
19. Mediennetzwerk	120,0	0,0	-120,0
20. Zinsaufwendungen	794,6	774,1	-20,5
21. A. o. und periodenfremder Aufwand	74,0	60,9	-13,1
Summe	34.092,1	32.606,6	-1.485,5
Jahresüberschuss (+) / Jahresfehlbetrag (-)	-821,1	1.113,6	1.934,7
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	821,1	70,0	-751,1
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	0,0	-1.183,6	-1.183,6
Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)	0,0	0,0	0,0

B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2020 TEUR	Ist-Ergebnis 2020 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
Mittelherkunft			
1. Jahresüberschuss	0,0	1.113,6	1.113,6
2. Abschreibungen	1.117,0	1.116,0	-1,0
3. Entnahme aus Rücklagen	821,1	70,0	-751,1
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	620,6	370,1	-250,5
5. Mittelrückfluss aus Finanzanlagen	0,0	645,4	645,4
6. Übertrag aus Finanzplan Vj.	570,0	500,0	-70,0
Summe	3.128,7	3.815,1	686,4
Mittelverwendung			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	1.586,5	752,6	-833,9
2. Finanzanlagen	50,0	0,6	-49,4
3. Tilgung aufgenommener Darlehen	0,0	0,0	0,0
4. Gewährte kurzfristige Kredite	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	0,0	1.183,6	1.183,6
6. Jahresfehlbetrag	821,1	0,0	-821,1
7. Sonstige	671,1	1.878,3	1.207,2
Summe	3.128,7	3.815,1	686,4

C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2020 TEUR	Ist-Ergebnis 2020 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
Förderung nach Art. 23 BayMG			
1. Erträge			
1.1 Förderung Staatshaushalt	12.074,0	11.542,8	-531,2
Summe	12.074,0	11.542,8	-531,2
2. Aufwendungen			
2.1 Technische Verbreitungskosten	12.074,0	11.542,8	-531,2
Summe	12.074,0	11.542,8	-531,2

Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 27. September 2021 den Jahresabschluss 2020 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München vom 21. Mai 2021, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2020 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2020 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München, die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2020 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 27. September 2021



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS

Roland Richter

Zustimmung des Medienrats

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, München mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2020 zu.

München, 21. Oktober 2021



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS

Walter Keilbart