

5. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 16. Februar 2023, 13:30 Uhr

Vorsitz: Walter Keilbart

Tagesordnung:	Seite
Begrüßung durch den Vorsitzenden des Medienrats	
1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit	1
2. Genehmigung der Tagesordnung	1
3. Genehmigung der Niederschrift über die 4. Sitzung des Medienrats am 16.12.2022	1
4. Bericht des Vorsitzenden	1
5. Bericht des Präsidenten	2
6. Änderung Geschäftsordnung Medienrat	8
7. Wahl des weiteren Vorstandsmitglieds	9
8. Bestellung der Mitglieder der Ausschüsse	11
9. Verhaltenskodex des Medienrats	14
10. Erlass von Satzungen und Richtlinien	15
10.1 Änderung der Verwaltungsratswahlsatzung	15
11. Rückblick Werbeaufsicht 2020-2022	15
12. Entscheidungen aufgrund übertragener Befugnisse	19
12.1. Bericht nach § 17 Abs. 5 Satz 4 GO MR (n.F.) Programmförderung Hörfunk und Innovationsförderung Hörfunk 2023	19
12.2. Bericht nach § 18 Abs. 5 Satz 4 GO MR (n.F.): Programmförderung Fernsehen und Innovationsförderung Fernseh- sehen 2023 Fernsehen	21
13. Verschiedenes	22
13.1 Termine der konstituierenden Sitzungen der Ausschüsse	22

Begrüßung durch den Vorsitzenden des Medienrats

Vorsitzender Walter Keilbart begrüßt alle Anwesenden zur 5. Sitzung des Medienrats. Der Vorsitzende gedenkt eingangs des verstorbenen Verwaltungsratsmitglieds Professor Dr. Johannes Kreile und würdigt dessen Leistungen für die BLM. (Die Anwesenden erheben sich zu einer Schweigeminute für den Verstorbenen)

Der Vorsitzende gibt bekannt, dass Frau Birgit Erb mit Wirkung vom 31.12.2022 aufgrund von Veränderungen in ihrem entsendenden Gremium, dem Bayerischen Gemeindetag, aus dem Medienrat ausgeschieden sei. Der Gemeindetag werde demnächst einen neuen Vertreter oder eine neue Vertreterin entsenden.

1. Feststellung ordnungsgemäße Ladung, Beschlussfähigkeit

Vorsitzender Walter Keilbart weist daraufhin, dass die Ladung am 7. Februar 2023 allen Mitgliedern des Medienrats rechtzeitig zugegangen sei. Damit sei der Medienrat ungeachtet der entschuldigten Mitglieder beschlussfähig. Gegen die Feststellung der ordnungsgemäßen Ladung und der Beschlussfähigkeit werden keine Einwendungen erhoben.

2. Genehmigung der Tagesordnung

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass gegen die Tagesordnung keine Einwände erhoben werden. Die Tagesordnung gilt damit als genehmigt.

3. Genehmigung der Niederschrift über die 4. Sitzung des Medienrats am 16.12.2022

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass gegen die Niederschrift über die 4. Sitzung des Medienrats am 16. Dezember 2022 kein Einwand erhoben wird. Die Niederschrift ist damit **einstimmig genehmigt**.

4. Bericht des Vorsitzenden

Vorsitzender Walter Keilbart berichtet zunächst darüber, dass am 26. Januar 2023 der im vergangenen Jahr neu gewählte Vorsitzende des Rundfunkrats des Bayerischen Rundfunks, Professor Godehart Ruppert, in der BLM zu Gast gewesen sei. Bei diesem gemeinsam mit Präsident Dr. Schmiege geführten Gespräch sei das Selbstverständnis einer funktionierenden dualen Rundfunkordnung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medienangeboten als wichtiger Garant der freiheitlich demokratischen Grundordnung im Mittelpunkt gestanden. Mehr noch als bisher gelte es in diesem Kontext Gemeinsamkeiten und soweit möglich auch weiterführende Kooperationen wie beispielsweise gemeinsame Informationsveranstaltungen auszuloten. Ein besonderes Anliegen müsse es bleiben, die Vertrauenskrise gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu überwinden und durch vielfältige Pressemeldungen verloren gegangenes Vertrauen wieder zurückzugewinnen. Die

strikte Beachtung von Compliance-Regelungen sei dabei ein originäres Aufgabenfeld der internen Aufsichtsgremien. Darüber habe mit Herrn Ruppert auch Einigkeit bestanden. Insgesamt stünden die Notwendigkeit von Qualitätsmedien und deren angemessene und auch sorgsam austarierte Finanzierung in der Gesellschaft leider nicht immer in richtiger Relation zueinander. Sowohl der öffentlich-rechtliche Rundfunk als auch die Aufsicht über den privaten Rundfunk teilten sich die Finanzierung durch den Rundfunkbeitrag. Dies solle in dieser Form auch weiter so bleiben, weil dadurch die notwendige Neutralität und Sicherheit gewährleistet werde. Die BLM hoffe dabei auch auf die Unterstützung durch den Bayerischen Landtag.

Der Vorsitzende weist des Weiteren auf die Wiederwahl von Herrn Dr. Kreißig, dem Präsidenten der Landesmedienzentrale in Baden-Württemberg hin, der derzeit auch die Landesmedienanstalten auf Bundesebene vertrete. Im Rahmen einer nachbarschaftlichen Abstimmung gebe es natürlich eine Vielzahl von Kontakten auf der Arbeitsebene. Eine Besonderheit dieser Wahl sei aber eine Neuerung im Landesmediengesetz Baden-Württembergs, denn erstmals habe der dortige Medienrat selbst seinen Präsidenten gewählt und nicht mehr wie in der Vergangenheit der Landtag von Baden-Württemberg. Dies sei eine gravierende Änderung. Im Vorfeld dieser Veränderung habe er, Keilbart, auf Einladung des Medienratsvorsitzenden in Baden-Württemberg, Herrn Dr. Wolfgang Epp, die Gelegenheit gehabt, die seit Jahren in Bayern bestehende Regelung und deren Vorteile für die damit verbundene Staatsferne vorzustellen. Ein gutes Ergebnis sei damit erzielt worden. Es sei aber kein selbstverständliches Privileg, die eigenen Angelegenheiten auch selbst bestimmen zu können, und deshalb sollte dies stets mit dem notwendigen Maß an Verantwortung ausgeübt werden, um in diesem Rahmen jegliche Kritik an der Medienaufsicht von vornherein fernzuhalten. Dies sei der richtige Weg, den die BLM seit jeher gehe. Die BLM könne sich damit in einem guten nachbarschaftlichen Verhältnis zu Baden-Württemberg weiterbewegen, um sich mit dem dortigen Medienrat inhaltlich abstimmen zu können.

5. Bericht des Präsidenten

Präsident Dr. Thorsten Schmiede geht zunächst auf eine aktuelle Presseberichterstattung ein, wonach der **Algorithmus von Twitter** so geändert worden sei, dass bei Öffnen der App alle Meldungen, die von Twitter-Chef Elon Musk verbreitet werden, privilegiert angezeigt werden. Medienrechtlich sei diese Änderung durchaus ein Thema, weil nach dem Medienstaatsvertrag bei Medienintermediären auf eine diskriminierungsfreie Anzeige zu achten sei. Die BLM prüfe derzeit, ob sie ein Verwaltungsverfahren gegen die deutschen Tweets von Twitter einleiten müsse, weil die BLM nur für die deutschen Tweets zuständig sei. Die BLM sei deshalb mit diesem Thema befasst, weil der Zustellungsbevollmächtigte von Twitter eine Münchner Anwaltskanzlei sei. Deshalb sei die BLM nach dem Medienstaatsvertrag gefordert, diesem Thema nachzugehen.

Ein weiteres spannendes Thema, zu dem in den vergangenen Sitzungen immer wieder berichtet worden sei, seien die **Beteiligungsveränderungen bei ProSiebenSat.1/Media for Europe (MFE)**, bei denen es vorerst zu einem Ende gekommen zu sein scheine. Aus den Medien sei zu erfahren gewesen, dass die Übernahme von ProSiebenSat.1 durch MFE in Deutschland zumindest bis auf weiteres nicht statfinde. Das habe zumindest MFE-Chef Pier Silvio Berlusconi, der Sohn des ehemaligen italienischen Ministerpräsidenten, auf einer Pressekonferenz bekanntgegeben und die Beteiligungspläne in Deutschland erst einmal für erledigt erklärt. Eine engere Kooperation sei aber weiter möglich.

Noch kurz vor Weihnachten habe MFE gegenüber der Landeszentrale angezeigt, „nunmehr zu planen“, die derzeitige Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media SE durch Transaktionen auf bis zu 29,9 % des Grundkapitals und der Stimmrechte zu erhöhen. Eine konkrete Höhe – zwischen 22 % und 29,9 % liege eine gewisse Spanne, die auch gesellschaftsrechtlich unterschiedliche Schwellenwerte habe – und ein bestimmter Zeitpunkt der geplanten Beteiligungsveränderung seien der BLM aber weder von der Anbieterin noch von MFE genannt worden.

Seit der vorausgegangenen Anzeige vom 11. März 2022 bei der BLM, als man plante, die derzeitige Beteiligung auf über 25 % zu erhöhen, habe MFE die Beteiligung an ProSiebenSat.1 nur geringfügig verändert, und zwar von gut 24 % rund um die Hauptversammlung im Mai wieder auf derzeit 22,72 % des Grundkapitals. Im Dezember habe man dann erklärt, man wolle die Anteile bis auf 29 % erhöhen. Insofern sei es korrekt gewesen, dass sich die KEK mit diesen Ankündigungen beschäftigt habe.

Die KEK habe mit Beschluss vom 08.11.2022 bestätigt, dass die Beteiligung von 22,72 % der Stimmrechte mit den Vorschriften des Medienstaatsvertrags über die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen vereinbar sei. Wenn aber absehbar sei, dass MFE durch Aktienzukauf oder Ausübung von Finanzinstrumenten in bestimmter Höhe die Schwelle von 25 % überschreiten werde, behalte sich die KEK vor, die Beteiligungserhöhung dann erneut medienkonzentrationsrechtlich zu prüfen.

Die BLM ihrerseits habe den Beteiligten mehrfach Gelegenheit gegeben, sich zu erklären – zunächst um überhaupt festzustellen, ob eine Erhöhung auf über 25 % geplant sei. Dies sei deshalb von besonderer Bedeutung, weil ab einer Beteiligung von 25 % eine Regelung im Bayerischen Mediengesetz greife, nach der die BLM Prüfpflichten im Hinblick auf die Informationsvielfalt habe. Darüber habe aber keine definitive Klarheit erzielt werden können, und insofern sei die Verlautbarung von Berlusconi junior ein weiterer Zwischenstand. Dies sei auch eine gute Nachricht für ProSiebenSat.1 gewesen, das um seine Unabhängigkeit fürchtete. Zwar habe der Anbieter auch bei 22 % schon einen einflussreichen Gesellschafter, der aber noch nicht maßgeblich beteiligt sei und auch noch keine faktische Mehrheit in der Hauptversammlung haben werde. Nachdem es in der Vergangenheit aber immer wieder überraschende Wendungen gegeben hat, werde die Landeszentrale die Aktivitäten von MFE auf jeden Fall auch weiterhin aufmerksam im Blick behalten.

Über das **Medienkonzentrationsrecht** habe er, Schmiede, schon mehrfach berichtet. Angesichts der Veränderungen im Medienkonsum bestünden immer mehr Zweifel, ob für das aktuell fernsehspezifische Medienkonzentrationsrecht noch ein praktischer Anwendungsbereich bestehe. Auf dem Fernsehmarkt werde beobachtet, ob eine einzelne Sendergruppe zu viel Meinungsmacht entwickeln könnte, was vor dem Hintergrund des sich verändernden Medienkonsums nicht mehr zeitgerecht sei. Unter dem Gesichtspunkt der Vielfaltssicherung brauche es eine Neuorientierung im Medienkonzentrationsrecht. Dies sei den Ländern nicht neu. In der Vergangenheit habe es immer wieder Anläufe gegeben, das Medienkonzentrationsrecht zu überarbeiten, die jedoch daran gescheitert seien, dass man sich über die Zielrichtung und die künftige Rolle der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) nicht einigen konnte. Mit einem Vorschlag der Länder von Anfang letzten Jahres sei der grundsätzliche Reformbedarf noch einmal aufgegriffen und versucht worden, die ursprüngliche Bedeutung des Medienkonzentrationsrechts durch einen Paradigmenwechsel von einer Ex-Ante-Betrachtung zu einer Ex-Post-Missbrauchsaufsicht wiederherzustellen.

Dabei sollte aber die KEK neue eigenständige Kompetenzen erhalten und zu Lasten der Landesmedienanstalten verselbständigt werden. Die KEK, die eigentlich ein Organ der Landesmedienanstalten sei, würde dadurch zu einer eigenen Behörde neben den Medienanstalten. Das hätten alle Landesmedienanstalten übereinstimmend klar abgelehnt. Die KEK sei keine Vollzugsbehörde, sondern eine den Landesmedienanstalten dienende Expertenkommission, in der Professoren ihren Sachverstand einbrächten. Die Stellungnahme der BLM sei zur Kenntnis genommen worden. Auch die Reformvorschläge aus Schleswig-Holstein seien mittlerweile nachgebessert worden: An der grundsätzlich falschen Zielrichtung habe sich jedoch nichts geändert.

Die Rolle der KEK sollte weniger die einer Parallelbehörde zu den Medienanstalten sein. Vielmehr sollte die Expertise der Sachverständigen dazu genutzt werden, Gefährdungen zu ermitteln, vermuteten Defiziten punktuell nachzugehen und Empfehlungen an die Politik und die Medienanstalten auszusprechen. Im Bedarfsfall könnte das auch zu einer punktuellen Anpassung des Medienstaatsvertrags führen. Ob Algorithmen tatsächlich zu „Filterblasen“ oder „Echokammern“ führten, solle wissenschaftlich überprüft werden, um dieser Entwicklung entgegenwirken zu können. Dies sehe er, Schmiede, als sinnvolle künftige Aufgabe der KEK, um einen passgenauen Schutz der Medienvielfalt vor Beschränkungen zu sichern. Alle darüberhinausgehenden Maßnahmen müssten dann unter Berücksichtigung des Wesentlichkeitsgrundsatzes und der Rechtssicherheit im Gesetz festgelegt werden. Dies könne einer Expertenkommission nicht überlassen werden. Derzeit gebe es durchaus unterschiedliche Ansätze, wie eine zeitgemäße, vielfaltssichernde Medienregulierung aussehen sollte. Einigkeit bestehe aber zumindest in einem Punkt: An einer Reform führe mittelfristig kein Weg vorbei.

Ein weiteres Thema sei die **Audio-Strategie 2025**. Die Landeszentrale habe im vergangenen Jahr einen Audio-Dialog mit den privaten Hörfunkanbietern in Bayern initiiert. Schließlich stünden 2025 wichtige Entscheidungen in Bayern an – inklusive der Entscheidung über Neuausschreibung oder Verlängerung der UKW-Frequenzen. So seien die Ziele des Audio-Dialogs gewesen, gemeinsam mit Verbänden und Marktbeteiligten Bedürfnisse auszuloten, Entwicklungspotenziale zu skizzieren und mögliche Szenarien ab 2025 zu erörtern. Gerade hierzu seien viele Einzelgespräche geführt worden, bei denen relativ ungeschminkt ein Bild entstanden sei, das bei einer Verbandsstellungnahme immer auf den kleinsten gemeinsamen Nenner reduziert worden wäre. Die Gespräche seien zwar für alle Beteiligten in der BLM sehr aufwendig gewesen. Der Aufwand habe sich aber gelohnt. Das Spektrum der unterschiedlichen Einschätzungen, wie es ab 2025 weitergehen solle, sei sehr breit und spiegle die Heterogenität der Rundfunklandschaft in Bayern wider. Neben UKW-Sendern gebe es Sender, die sowohl über UKW als auch über DAB+ verbreitet würden, aber auch reine DAB-Radios. Dadurch ergebe sich ein sehr weites Feld an unterschiedlichsten Interessen.

Der Medienrat müsse sich mit dem Ausgleich der unterschiedlichen Interessen beschäftigen. Bei den Gesprächen sei nicht nur über die Frequenzzuweisungen, sondern auch über Digitalisierung und Auffindbarkeit der Sender gesprochen worden. Über allem schwebe natürlich die Frage der Wirtschaftlichkeit. Auch Aus- und Fortbildung und die Gewinnung junger Talente seien ein Thema gewesen. Dabei stelle sich auch immer die Frage, wie die Programmqualität erhalten werden könne. Vertieft sei auch abgefragt worden, an welcher Stelle sich Kooperationen zwischen den Sendern eigneten, um Kosten zu reduzieren, ohne die Vielfalt zu reduzieren.

Zum Zeitplan: Schon im März würden sich alle Ausschüsse mit der Audio-Strategie 2025 unter rechtlichen, inhaltlichen, wirtschaftlichen und verbreitungstechnischen Aspekten befassen. Diesen Ausschussberatungen wolle er, Schmiege, nicht vorgreifen, dennoch wolle er zu den Zuweisungen einige Anmerkungen machen.

Die Migration von UKW nach DAB+ könne nicht angeordnet werden, sie finde bereits statt. UKW nehme in der Bedeutung ab, DAB+ nehme in der Bedeutung zu. Schon seit 2021 seien sämtliche privaten Programme im Freistaat auch in DAB+ zu empfangen. Damit bilde Bayern als erstes Bundesland sein UKW-Programmangebot auch vollständig auf DAB+ an. Zur Vielfalt der Audio-Landschaft in Bayern leisteten dabei auch die vielen neuen Digitalprogramme einen Beitrag, die bisher nicht auf UKW angeboten werden konnten.

Mit dem Jahr 2025, bis zu dem die UKW-Frequenzen ursprünglich befristet worden seien, sei so etwas wie ein Abschaltdatum geplant gewesen. Ein Abschaltdatum könne und solle es aber nicht sein, weil UKW für viele Sender wirtschaftlich so wichtig sei, dass man nicht ernsthaft über eine Abschaltung von UKW im Jahr 2025 nachdenken könne. Gleichwohl solle bei der Audio-Strategie, die über 2025 hinaus wirken sollen, darüber nachgedacht

werden, wie man eine Migration von UKW nach DAB+ begleiten könne, wie man einen Weg gehen könne, der allen Sendern eine faire Entwicklungsperspektive gebe.

Als eine Stütze des Lokalrundfunks könne die **regionalisierte Werbung** gesehen werden. Eine Regelung im Medienstaatsvertrag verbiete regionalisierte Werbung für bundesweite Anbieter. Wer ein Programm bundesweit verbreite, solle sich auf dem bundesweiten Werbemarkt refinanzieren. In einem Verfahren vor dem Landgericht Stuttgart habe sich ProSieben von einem Werbetreibenden verklagen lassen, der nur die Reichweite von ProSieben für Bayern für seine Werbung buchen wollte. ProSieben habe auf das Verbot regionalisierter Werbung im Medienstaatsvertrag hingewiesen, und dies sei nun vor dem Landgericht Stuttgart ausgefochten worden. Nicht ganz überraschend habe das Landgericht Stuttgart die Frage, ob diese Regelung im Medienstaatsvertrag noch zeitgemäß sei, dem EuGH vorgelegt. Der EuGH habe mit einer Gegenfrage geantwortet und festgestellt, dass ein solches Verbot grundsätzlich europarechtskonform sein könne, wenn es tatsächlich dem Schutz lokaler Inhalte diene. Gleichzeitig habe der EuGH dem Landgericht Stuttgart aber aufgegeben, zu beurteilen, ob im digitalen Zeitalter, in dem es im Internet überhaupt kein Problem sei, auch individualisiert und regionalisiert zu werben, noch kohärent sei, dass für den Rundfunk eine regionalisierte Werbung verboten werde.

Beide Streitparteien hätten ein Interesse daran gehabt, die Unzulässigkeit dieses Verbotes festzustellen zu lassen. Zu diesem Ergebnis sei das Landgericht Stuttgart dann überraschenderweise auch gekommen. Das Urteil sei aber nicht allgemein bindend. Deswegen habe es die BLM zum Anlass genommen, die Frage, die der EuGH aufgeworfen habe, ob diese Regelung zum Schutz lokaler Angebote noch wirksam sei, einer größer angelegten Untersuchung zu unterziehen. Dazu seien lokale Anbieter befragt worden, mit welchen Einbußen sie rechneten, wenn das Verbot der regionalisierten Werbung für bundesweite Angebote aufgehoben werde. Zwar habe die Befragung ein differenziertes Bild ergeben: Trotzdem könne aber festgestellt werden, dass eine Aufhebung des Verbots gravierende Auswirkungen auf eine Vielzahl von Sendern hätte. Die BLM sage deshalb, das Verbot erfülle seinen Zweck. Daher bestehe kein Anlass, diese Regelung im Staatsvertrag künftig nicht anzuwenden.

Die **BLM-Preise** seien wieder ausgeschrieben worden. Seit über 30 Jahren gebe es für lokalen Hörfunk und lokales Fernsehen BLM-Preise, die auf den Lokalrundfunktagen verliehen würden. 2023 werde der BLM-Hörfunk-Preis zum 36. Mal verliehen, der BLM-Lokalfernseh-Preis zum 32. Mal. Alle eingereichten Beiträge müssten zwischen dem 28. Januar 2022 und dem 3. Februar 2023 bei einem in Bayern genehmigten privaten lokalen Hörfunk- oder Fernsehprogramm als Erstausstrahlung gesendet worden sein. Beiträge könnten noch bis Freitag, 10. März 2023, eingereicht werden. Die Ausschreibungs- und Anmeldeformulare könnten über www.blm.de abgerufen werden. Er, Schmiede, freue sich schon auf die Verleihung der Preise als eines der Highlights auf den Lokalrundfunktagen am 4. Juli 2022.

In der vergangenen Woche habe am Dienstag der **Safer Internet Day** stattgefunden. Die BLM und ihre Stiftung Medienpädagogik Bayern hätten den Tag zum Anlass genommen, zahlreiche neue medienpädagogische Initiativen vorzustellen:

Zum einen sei die BLM seit diesem Jahr neuer Förderer des **Projekts „Medien kindersicher“**. Dieses sei von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) initiiert worden. Präsident Kreißig habe dafür geworben, dass sich auch die BLM an diesem Projekt beteilige. Das Online-Portal www.medien-kindersicher.de informiere über die Möglichkeiten technischer Schutzlösungen für unterschiedliche Geräte wie Smartphone oder Spielekonsolen, Dienste und Apps, damit Kinder und Jugendliche keine Inhalte sehen, die sie nicht sehen sollten. Das bedeute mehr Jugendschutz. Ohne technische Hilfsmittel lasse sich der Konsum auf Smartphones durch Kinder nicht altersgerecht eingrenzen. Technische Schutzlösungen seien zwar wichtig, sie ersetzen aber nicht Gespräche, die Eltern mit ihren Kindern innerhalb der Familie führen müssten.

Zum zweiten haben die BLM und die Aktion Jugendschutz Bayern e.V. (aj) zum Safer Internet Day die neue **Broschüre zu Desinformation, Verschwörungsmythen und Fake News** veröffentlicht. Grundlage sei die Publikation „Von der flachen Erde bis zur Lügenpresse: Warum Verschwörungsmythen ein Problem sind und was Eltern und Fachkräfte dagegen tun können“. Diese Informationen seien nicht neu. Neu sei aber, dass sie nun in leichter Sprache herausgegeben würden. Damit würden die Informationen auch Menschen mit Leseeinschränkungen zugänglich gemacht. Damit schließe die BLM mit ihrem Partner Aktion Jugendschutz eine wichtige Lücke. Der bayerischen Sozialministerin Ulrike Scharf gebühre Dank für die Unterstützung. Die Broschüre „Gefährliche Verschwörungs-Geschichten: Das können Sie dagegen tun“ liege im Saal aus und könne gerne mitgenommen werden. Das Formulieren in leichter Sprache zwinge dazu, Sachverhalte einfacher darzustellen, als sie sich den Experten zeigten, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und komplexe Themen so darzustellen, dass sie auch allgemeinverständlich seien.

Zudem seien in der vorletzten Woche neue Unterrichtsmaterialien des Medienführerscheins Bayern zum **Umgang mit der medialen Darstellung von Krisen** veröffentlicht worden. Neben dem Erdbeben in der Türkei und Syrien oder dem bald einjährigen Ukraine-Krieg gebe es genügend weitere Anlässe, auf solche nicht nur für Erwachsene, sondern gerade für Kinder und Jugendliche schwer verdaulichen Nachrichten einzugehen. Deshalb habe die BLM-Stiftung Medienpädagogik Bayern für Lehrkräfte von Grund- und weiterführenden Schulen Materialien entwickelt, um junge Menschen im Umgang mit der Berichterstattung rund um Katastrophen und Krieg zu unterstützen. Hier gelte der Dank der Staatskanzlei, die den Medienführerschein seit Beginn fördere.

Das medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern habe rund um den Safer Internet Day 40 Elternabende für rund 1.500 interessierte Eltern initiiert. Zehn davon seien durch die BLM finanziert worden. Dabei sei es im Schwerpunkt um ausgewogene Mediennutzung und „digitales Wohlbefinden“ gegangen.

Als letzte Broschüre, die auch ausliege, habe die BLM kurz vor dem Safer Internet Day zum Europäischen Datenschutztag die neue **Broschüre „Sicher Online unterwegs – Tipps & Tricks zum Selbstschutz“** veröffentlicht.

Max Deisenhofer erkundigt sich, wie lange es dauern werde, bis die BLM den Fall Twitter geprüft habe und darüber entscheide, ob sie etwas dagegen tun müsse oder nicht.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede erwidert, dass er die Veränderungen des Algorithmus bei Twitter erst am Vorabend der Presse entnommen habe. Wenn die Meldung so stimme und die Veränderungen auch Deutschland beträfen, sei ein Anfangsverdacht gegeben. Dies sei für die BLM ein Anlass, den Sachverhalt zu überprüfen und auch dem Zustellungsbevollmächtigten von Twitter Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Manchmal führe dies dazu, dass solche Fehlentwicklungen auch wieder abgestellt werden. Allerdings solle dem Fall relativ schnell nachgegangen werden, weil das Internet ein sehr schnelles Medium sei und sich das auch in den Reichweitenstärken niederschlage. Ein solches Beispiel zeige, dass es auch im Interesse eines Unternehmens sei, dass bestimmte Inhalte stärker und andere weniger stark genutzt werden.

6. Änderung Geschäftsordnung Medienrat

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, erinnert daran, dass sich der Medienrat am 12. Mai 2022 eine neue Geschäftsordnung gegeben habe, die aber zunächst die alten Strukturen beibehalten habe. Gleichzeitig habe sich der Medienrat aber dafür ausgesprochen, über die Neugestaltung der Strukturen breit zu diskutieren. In zahlreichen Sitzungen sei über die Geschäftsordnung gesprochen worden. Die letzten Diskussionen hätten auch ein positives Stimmungsbild zu den Reformvorschlägen gezeigt. Das Reformkonzept sehe vier gleichrangige Ausschüsse und eine Stärkung des Themas „Medienkompetenz“ vor. Im Sinne einer klaren Transparenz seien für Aufsicht und Förderung zwei verschiedene Ausschüsse zuständig, damit sich diese beiden Themen nicht überschneiden. Entsprechend der Zahl der Ausschüsse werde der Vorstand des Medienrats um eine weitere Position erweitert. Jedes Mitglied des Medienrats sei nur Mitglied in einem Ausschuss, wobei es jedem Medienratsmitglied offenstehe, an den Sitzungen der anderen Ausschüsse als Gast teilzunehmen und dort auch Rederecht zu bekommen.

Der Grundsatzausschuss habe sich am 31.01.2023 mit dem Vorgang befasst und empfehle dem Medienrat, die Änderung der Geschäftsordnung zu beschließen. Dank gebühre den hauptamtlichen Mitarbeitern der BLM, die die Überlegungen des Ausschusses begleitet und in Text gegossen hätten.

Vorsitzender Walter Keilbart erinnert an den Besuch der Landesmedienanstalt von Nordrhein-Westfalen im vergangenen Herbst. Auch dort gebe es keine Ausschüsse mehr, die eigens für Fernsehen und für Hörfunk zuständig seien. Aufgabe der Ausschüsse sei es, die

Inhalte der einzelnen Angebote zu verfolgen, um Vielfalt auf dem Mediensektor garantieren zu können.

Beschluss

Der Medienrat beschließt die Änderung der Geschäftsordnung des Medienrats.

einstimmig

7. Wahl des weiteren Vorstandsmitglieds

Vorsitzender Walter Keilbart nennt als Grund für die Wahl eines weiteren Vorstandsmitglieds die Änderung der Geschäftsordnung, wonach der Vorstand künftig aus dem Vorsitzenden, zwei stellvertretenden Vorsitzenden und einem Schriftführer bestehen solle. Damit könne jedem der vier Ausschüsse des Medienrats jeweils ein Vorstandsmitglied zugeordnet werden. Das vierte Vorstandsmitglied solle ein gleichberechtigtes Vorstandsmitglied sein und solle sich in gleicher Weise wie alle Vorstandsmitglieder um den gesamten Aufgabenbereich des Medienrats kümmern.

Nach § 18 der neuen Geschäftsordnung des Medienrats müsse nunmehr ein Mitglied des Medienrats zum bzw. zur zweiten stellvertretenden Vorsitzenden des Medienrats gewählt werden. Die Wahl erfolge in geheimer Abstimmung. Gewählt sei, wer die Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen erhalte. Stimmenthaltungen zählten als nicht abgegebene Stimmen. Sollte im ersten Wahlgang kein Kandidat die Mehrheit erhalten, finde zwischen den beiden Bewerbern mit der höchsten Stimmenzahl eine Stichwahl statt.

Der Vorsitzende bittet die Mitglieder des Medienrats zunächst um Wahlvorschläge.

Arwed Vogel schlägt Herrn Dr. Roland Gertz vor. Dr. Gertz gehöre dem Medienrat seit 2017 an und vertrete die Erwachsenenbildung. In der Wahlperiode 2017/2022 sei er zunächst Mitglied und später auch stellvertretender Vorsitzender des Grundsatzausschusses gewesen. Seit 2022 sei er Mitglied und Vorsitzender des Hörfunkausschusses. Er, Vogel, habe Dr. Gertz als fachkompetenten und zur Teamarbeit fähigen Kollegen kennengelernt, der sich nicht gescheut habe, die Standpunkte des Medienrats ausgewogen, aber klar zu vertreten.

Wilhelm Leer schlägt Herrn Michael Busch vor. Herr Busch sei langjähriges Mitglied des Medienrats und habe engagiert im Ausschuss für Medienkompetenz und Jugendschutz mitgearbeitet. Er habe dort auch das Amt des stellvertretenden Vorsitzenden bekleidet. Herr Busch habe ein breit gefächertes Interesse für viele Themen und bringe als Journalist ein fundiertes Wissen mit ein. Er bringe damit alle Voraussetzungen für die Aufgabe des zweiten stellvertretenden Vorsitzenden des Medienrats mit. Er sei neutral, objektiv, sachlich korrekt und nahe bei den Menschen, aber auch nahe bei den Themen.

Vorsitzender Walter Keilbart bittet die beiden vorgeschlagenen Kandidaten, sich mit ein paar Worten vorzustellen und ihre Motivation für die Kandidatur darzulegen.

Michael Busch erklärt, er habe sich vor zwei Jahrzehnten noch nicht vorstellen können, dass er sein Wissen einmal dem Medienrat zur Verfügung stellen werde. Ein wichtiges Thema, das auch vor zwei Jahrzehnten eine Rolle gespielt habe, sei die Medienkompetenz. Dieses Thema sei zwar nur ein Teil, aber doch ein wesentlicher Teil der Vorstandsarbeit. Nach seiner Meinung müssten viele Diskussionen in Zukunft nicht mehr geführt werden, wenn die Medienkompetenz noch weiter vorangetrieben werde. Diskussionen über die Klimakrise oder über Kriege würden anders geführt werden, wenn mehr Medienkompetenz vorhanden sei.

Ein weiterer Aspekt seiner Arbeit sei der Journalismus. Vielfach werde gefordert, dass Journalisten Medienkompetenz besitzen sollten. Dies sei sicher richtig. Die Journalisten bildeten dabei auch eine Schnittstelle, weil sie die Medienkompetenz nach außen geben könnten. Wenn die Medienkompetenz nicht stärker in der Bevölkerung verankert werde, werde es das Bild der Journalistinnen und Journalisten von heute in Zukunft nicht mehr geben. Ohne Medienkompetenz werde die Qualifikation für den Journalismus nicht mehr vorhanden sein.

Dr. Roland Gertz erklärt, dass sein „erlernter“ Beruf evangelischer Pfarrer sei. Im Anschluss an seine theologische Ausbildung habe er eine journalistische Ausbildung zum Redakteur durchlaufen und noch eine Zusatzqualifikation in Betriebswirtschaftslehre erworben. Seine beruflichen Stationen seien zunächst eine evangelische Gemeinde, dann die Universität Erlangen-Nürnberg, wo er auch promoviert habe, und dann lange Zeit die evangelische Kirche in Bayern gewesen, wo er Referent für Erwachsenenbildung und Medien gewesen sei. Die Erwachsenenbildung vertrete er auch im Medienrat. Seit 2009 sei er Leiter des evangelischen Presseverbands in Bayern, ein Unternehmen mit 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Damit könne er auch Erfahrungen aus der Sicht eines Unternehmens einbringen, das sich den Herausforderungen des Marktes stellen müsse. Auch die Medienkompetenz spiele dabei eine Rolle. In seinem Unternehmen würde auch Volontäre und Praktikanten aus der Schule beschäftigt.

Über seine Nominierung als Vorstandsmitglied habe er sich deshalb gefreut, weil er alle seine Kompetenzen, nicht so sehr die geistlichen, sondern die unternehmerischen Kompetenzen, in die Vorstandsarbeit einbringen wolle und weil ihm die Arbeit im Medienrat sehr viel Spaß mache.

Vorsitzender Walter Keilbart stellt auf Nachfrage fest, dass es weitere Wahlvorschläge nicht gebe. Er werde die Wahl leiten, unterstützt werde er dabei von den beiden anwesenden jüngsten Mitgliedern des Medienrats. Dies seien Herr Deisenhofer und Herr Skutella. Für die Wahl solle der blaue Stimmzettel benutzt werden.

(Die Mitglieder des Medienrats werfen nach Namensruf in alphabetischer Reihenfolge ihre Stimmzettel in die aufgestellten Wahlurnen. Nach Beendigung werden die Wahlurnen am Podium geleert und die Stimmzettel vom Vorsitzenden und den Wahlhelfern ausgezählt.)

Nach Auszählung der Stimmen gibt der Vorsitzende das Ergebnis bekannt: Abgegeben worden seien 41 Stimmzettel, von denen einer ungültig gewesen sei. Auf Herrn Busch seien 10 und auf Herrn Dr. Gertz 30 Stimmen entfallen. **Herr Dr. Gertz sei damit zum weiteren Vorstandsmitglied gewählt worden.** Der Vorsitzende gratuliert Herrn Dr. Gertz und fragt ihn, ob er die Wahl annehme.

Dr. Roland Gertz erklärt, dass er die Wahl annehme, und bedankt sich für das entgegenbrachte Vertrauen.

Vorsitzender Walter Keilbart dankt auch Herrn Busch für seine Bereitschaft, als weiteres Vorstandsmitglied zu kandidieren.

8. Bestellung der Mitglieder der Ausschüsse

Vorsitzender Walter Keilbart stellt fest, dass nach der soeben vom Medienrat beschlossenen Geschäftsordnung 12 Mitglieder des Grundsatzausschusses, 13 Mitglieder des Ausschusses für Medienkompetenz und Inhalte, 13 Mitglieder des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung und 12 Mitglieder des Ausschusses für Infrastruktur, Medienentwicklung und Innovation zu bestellen seien. Unter den Mitgliedern jedes Ausschusses sei jeweils ein Mitglied des Vorstandes vertreten. Welches Vorstandsmitglied welchem Ausschuss angehöre, werde der Vorstand intern klären.

Die Mitglieder des Medienrats seien im Vorfeld dieser Sitzung gebeten worden, anzugeben, in welchem dieser Ausschüsse sie mitarbeiten möchten. Das Ergebnis der Abfrage sei den Medienrät:innen mitgeteilt worden.

Die Mitglieder der Ausschüsse würden nach § 16 Abs. 2 Satz 1 der Geschäftsordnung vom Medienrat durch Akklamation bestellt, sofern dem kein Mitglied des Medienrats widerspreche. Der Vorsitzende stellt nach Abfrage fest, dass gegen die Wahl durch Akklamation kein Widerspruch erhoben werde.

Zu berücksichtigen sei bei der Besetzung der Ausschüsse die sogenannte Drittelgrenze für Vertreter aus der Politik. Danach dürften jedem Ausschuss jeweils höchstens vier Vertreter aus dem Bereich der Politik angehören.

Der Vorsitzende gibt sodann bekannt, welche Mitglieder des Medienrats in welchem Ausschuss mitarbeiten wollten.

Für den **Grundsatzausschuss** ergebe sich folgende Besetzung:

1. Dr. Thomas Kuhn (Vorsitzender)
2. Dr. Oliver Bär (stellvertretender Vorsitzender)
3. N.N. (Nachfolger oder Nachfolgerin für Frau Erb aus dem Bayerischen Gemeindetag)
4. Nikolaus Kraus
5. Günther Felßner
6. Professor Dr. Uta Feser
7. Christa Hasenmaile
8. Paul Hansel
9. Professor Dr. Michael Piazolo
10. Hans-Peter Rauch
11. Anneliese Göller

Nachdem nicht mehr als 11 Bewerber zur Wahl stünden, könne per Akklamation abgestimmt werden.

Beschluss

Zustimmung zu der vorgeschlagenen Besetzung des Grundsatzausschusses

einstimmig

Für den **Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte** hätten sich folgende Mitglieder gemeldet:

1. Michael Schwägerl
2. Arwed Vogel
3. Michael Busch
4. Max Deisenhofer
5. Sabine Engel
6. Nesrin Gül
7. Professor Johanna Haberer
8. Michael Hofmann
9. Dr. Charlotte Knobloch
10. Rainer Ludwig
11. Ilona Schuhmacher
12. Christoph Skutella

Für die vier verfügbaren Politiker-Plätze stünden genau vier Kandidaten zur Verfügung.

Beschluss

Zustimmung zu der vorgeschlagenen Besetzung des Ausschusses für Medienkompetenz und Inhalte

einstimmig

Für den **Ausschuss für Aufsicht und Inhalteregulierung** hätten sich folgende Mitglieder gemeldet:

1. Christine Völzow
2. Ulla Kriebel
3. Martina Fehlner
4. Herbert Hartinger
5. Dr. Gerhard Hopp
6. Franz Krah
7. Werner Müller
8. Wilhelm Lehr
9. Dr. Markus Rick
10. Helmut Schmidbauer
11. Angelika Schorer
12. Professor Dr. Klaus Stüwe

Beschluss

Zustimmung zur vorgeschlagenen Besetzung des Ausschusses für Aufsicht und Inhalteregulierung

einstimmig

Für den **Ausschuss für Infrastruktur, Medienentwicklung und Innovation** hätten sich folgende Mitglieder gemeldet:

1. Berthold Rüth
2. Elke Baumgärtner
3. Petra Högl
4. Frank-Ulrich John
5. Dr. Katja Funken-Hammann
6. Toni Lenhart
7. Peter Rottner
8. Stephanie Schuhknecht
9. Dr. Michael Stephan
10. Martin Böhm
11. Dr. Nicosia Nieß

Für die vier verfügbaren Politiker-Plätze stünden auch in diesem Ausschuss genau vier Kandidaten zur Verfügung.

Beschluss

Zustimmung zur vorgeschlagenen Besetzung des Ausschusses für Infrastruktur, Medienentwicklung und Innovation

einstimmig

9. Verhaltenskodex des Medienrats

Dr. Thomas Kuhn, Vorsitzender des Grundsatzausschusses, erinnert daran, dass sich der Medienrat erstmals 2015 einen Verhaltenskodex gegeben habe. Dieser Verhaltenskodex sei ein Akt der Selbstorganisation des Gremiums. Nachdem sich die Mitglieder des Medienrats der im Verhaltenskodex enthaltenen Regelungen bewusst sein sollten, erscheine es sinnvoll, dass der Medienrat für seine Amtsperiode über den Verhaltenskodex stets erneut entscheide. Der Vorstand habe den bisherigen Verhaltenskodex mit kleineren Anpassungen dem Grundsatzausschuss zur weiteren Beratung vorgelegt. Die Anpassungen seien im Wesentlichen redaktioneller Art. Persönliche Betroffenheiten oder mögliche Interessenskonflikte sollten dem Vorsitzenden des Medienrats möglichst frühzeitig angezeigt werden. Im Komplex „Vorteilsgewährung“ sei eine Verschärfung der Bestimmungen vorgenommen worden, wonach bereits der Anschein einer Beeinflussbarkeit vermieden werden solle. Diese Bestimmung sei bewusst so formuliert worden, damit der Verhaltenskodex noch schärfer sei als das allgemeine Strafrecht. Im Korruptionsstrafrecht reiche bereits jeder Zusammenhang zwischen der Amtsträgereigenschaft und einer Zuwendung für eine Bestrafung, sodass schon der Anschein eines möglichen Zusammenhangs zwischen der Amtsträgereigenschaft und einer Zuwendung vermieden werden solle.

Vorsitzender Walter Keilbart ergänzt, dass Amtsträger bereits aufgrund von Kleinigkeiten schnell in die Öffentlichkeit gerieten. Wenn dann auch nur der Anschein einer Beeinflussbarkeit entstehe, sei es unabhängig vom Sachverhalt äußerst schwierig, sich zu rechtfertigen. Bisher habe es keinerlei Veranlassung gegeben, auch nur bei einem Mitglied des Medienrats irgendwelche Bedenken zu haben. Für das Selbstverständnis des Medienrats sei es aber wichtig und notwendig, dass diese Compliance-Regelungen ernst genommen werden.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede weist daraufhin, dass es bei den übrigen Medienanstalten und auch bei allen Landesrundfunkanstalten keine vergleichbaren Regelungen gebe. Jede mögliche Beeinflussbarkeit müsse im Einzelfall geprüft werden. Deshalb müsse in jedem Einzelfall geprüft werden, ob durch ein bestimmtes Verhalten nach außen der Eindruck einer Beeinflussbarkeit erweckt werde.

Beschluss

Der Medienrat stimmt dem Verhaltenskodex zu.

einstimmig

10. Erlass von Satzungen und Richtlinien

10.1 Änderung der Verwaltungsratswahlsatzung

Vorsitzender Walter Keilbart weist darauf hin, dass der Medienrat zur Regelung der Einzelheiten des Vorschlags, der Wahl und der Abberufung der Verwaltungsratsmitglieder eine Verwaltungsratswahlsatzung beschlossen habe. Nach dieser Satzung erfolge die Wahlprüfung durch den Beschließenden Ausschuss des Medienrats. Mit der Geschäftsordnung, die sich der Medienrat am 12. Mai 2022 gegeben habe, sei der Beschließende Ausschuss in Vorsitzendenausschuss umbenannt worden. Dieser Änderung der Geschäftsordnung müsse nun die Verwaltungsratswahlsatzung angepasst und entsprechend redaktionell geändert werden. Der Vorsitzendenausschuss habe sich vor der Sitzung mit der Änderung der Satzung befasst und empfehle dem Medienrat die Zustimmung zu dieser Änderung.

Beschluss:

Der Medienrat stimmt der Änderung der Verwaltungsratswahlsatzung zu.

einstimmig

11. Rückblick Werbeaufsicht 2020 – 2022

Präsident Dr. Thorsten Schmiege sieht die Werbeaufsicht als einen Kernbereich der Tätigkeit der Landeszentrale. Der Bericht über die Werbeaufsicht werde im Abstand von jeweils zwei Jahren gegeben. Der vorliegende Bericht sei seit 2009 schon der neunte Bericht über die Werbeaufsicht. Zuletzt sei im Mai 2020 über Aufsichtsverfahren informiert worden. Zwei wichtige Aufsichtspunkte hätten die Landeszentrale sei dem letzten Bericht schwerpunktmäßig beschäftigt und würden sie auch weiterhin beschäftigen: Transparenz und Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten sowie die Einhaltung des Gebots der Staatsferne von Rundfunk.

Bei der Informationsflut, die Medienkonsumierende täglich erreiche, müsse Transparenz darüber hergestellt werden, was Journalismus, private Meinung oder ein verdeckter Beeinflussungsversuch, auch zum Zwecke der Werbung, sei. Gerade mit dem Influencer Marketing würden oftmals werbliche und redaktionelle Inhalte miteinander vermischt.

Die Unabhängigkeit der Medien als eine wichtige Säule der Demokratie werde über das Gebot der Staatsferne abgesichert. Daher sei es auch verboten, dass über Werbung politische Botschaften sowohl im Rundfunk als auch in den Telemedien transportiert werden.

Zusätzlich zu zahlreichen Aufsichtsverfahren habe die BLM auch einen „Leitfaden der Medienanstalten zur Werbekennzeichnung bei Online-Medien“ und ein „Merkblatt für Politische

Werbung“ herausgegeben, die maßgeblich von der Gruppe Werbung der Landeszentrale mitgestaltet worden seien.

Beim letzten Werbe-Bericht aus dem Jahr 2020 habe die Landeszentrale als Folge der Aufgabenerweiterung noch viele Aufsichtsfälle zu den „Online-Medien“ nicht abgeschlossen gehabt und sei vor einem stetig wachsenden Berg an Themen und durchzuführenden Prüfverfahren gestanden. Dies habe die Landeszentrale zum Anlass genommen, die Werbeaufsicht organisatorisch neu aufzustellen. Dazu sei in einer Übergangsphase zunächst eine Task Force Werbung eingerichtet worden, in der Juristen und Kommunikationswissenschaftler interdisziplinär zusammenarbeiteten. Berichtet habe die Task Force unmittelbar der Geschäftsleitung. Das Team habe sich schnell eingespielt und auch bei den anderen Landesmedienanstalten Respekt erfahren. Dieses Team sei nun im Zuge der Umstrukturierung der Landeszentrale als eigene Gruppe im Bereich Inhalteregulierung und Aufsicht verankert worden. Dies erlaube es, die Prüffälle schnell und effizient abzuarbeiten, aber auch die Werbeaufsicht strategisch weiterzuentwickeln, was in einem Marktumfeld, das sich in immer kürzeren Zyklen ändere und weiterentwickle, wichtig sei.

Neben den strukturellen und personellen Veränderungen habe sich die Werbeaufsicht auch inhaltlich reformiert. Neben einer wirksamen Fallbearbeitung liege der Fokus gerade bei der Online-Werbung zunehmend auf der sogenannten präventiven Aufsicht. Darunter falle die Information von Medienschaffenden über die rechtskonforme Ausgestaltung von Sendeformaten und Werbeformen. Dazu würden Info-Materialien zur Verfügung gestellt, aber auch sehr viele Einzelgespräche geführt.

Sabine Christmann, LL.M. (Bereichsleiterin Inhalteregulierung & Aufsicht) betont, dass unter Werberegulierung nicht nur die Aufsicht über einzelne Werbespots, sondern ein gesellschaftlicher Beitrag, nämlich die Sicherstellung der Unabhängigkeit redaktioneller Beiträge und die Sicherstellung von Transparenz zu verstehen seien, damit der mündige Bürger wisse, welche Inhalte durch werbliche Botschaften oder durch Gegenleistungen beeinflusst worden seien. Dieses Leitbild werde sowohl der aufsichtlichen Tätigkeit als auch der Prävention zugrunde gelegt.

Die Werberegulierung sei ein vielfältiges Potpourri mit verschiedenen Phänomenen, die täglich aufsichtlich begutachtet würden. Ein wichtiger Ausfluss aus dem Gebot der Staatsferne sei die Beaufsichtigung der politischen Werbung. Die Berichterstattung dürfe nicht mit werblichen Botschaften durchsetzt werden, und wenn dies doch geschehe, müsse es kenntlich gemacht werden. Die für die Werbung geltenden Grundprinzipien seien Transparenz, Kenntlichmachung von Werbung, keine Beeinflussung des Programms durch Werbetreibende und Trennung von Werbung und Programm.

Wie sich die Praxis der Werberegulierung verändert habe, sei daran zu sehen, dass in den letzten zehn Jahren die Zahl der Prüffälle im Bereich der Telemedien zugenommen habe und jetzt 50 % ausmache. Zu den Telemedien zählten insbesondere Instagram-Posts,

Social-Media-Plattformen, aber auch andere Online-Medien-Inhalte. Innerhalb des Berichtszeitraums habe insbesondere Instagram einen großen Teil der Prüffälle ausgemacht. In einem Jahr könnte TikTok Instagram vielleicht überholt haben, weil die Werbeaufsicht die Nutzung immer nachzeichne und die Nutzung von TikTok stark zunehme. Ansonsten teilten sich der lokale Hörfunk und der nationale Rundfunk die Werbeverstöße. Ein Großteil der Verstöße seien Schleichwerbung und Themenplatzierung, mangelnde Trennung von Werbung und Programm oder mangelnde Kennzeichnung von Werbung. Für den Konsumenten müsse erkennbar sein, ob eine Berichterstattung redaktionell unabhängig sei oder ob sich dahinter eine werbliche Botschaft verberge oder der Inhalt gekauft sei. Gerade im Telemedienbereich oder auf Social-Media-Plattformen müsse der Nutzer wissen, ob er es tatsächlich mit einer eigenen journalistisch redaktionell verfassten Meinung zu tun habe oder ob damit eine politische Botschaft transportiert werden solle. Gerade Influencer seien sich oftmals gar nicht bewusst, dass ihre Beiträge werbliche Botschaften seien und als Werbung gekennzeichnet werden müssten.

Deshalb sei die Prävention so wichtig. Die Anbieter sollten bereits im Vorfeld der Werbung informiert werden. Durch schnelle Informationsangebote solle sichergestellt werden, dass Verstöße erst gar nicht passierten. Die Leitlinien sollten so ergänzt werden, dass auch junge Zielgruppen, die sich ihres Unrechts gar nicht bewusst seien, leichter angesprochen werden können und sie wüssten, dass sie bestimmte Regeln einhalten müssten.

Beispielweise habe ein Instagram-Poster eine Restaurantempfehlung herausgeben wollen, das Essen in dem betreffenden Lokal selbst bezahlt, dann aber wissen wollen, ob er diesen Beitrag als Werbung kennzeichnen müsse. In einem anderen Fall habe ein Werbekunde seinen Markennamen in einem Hörfunkprogramm genannt und dies mit einem Hinweis auf die Eröffnung einer neuen Filiale versehen haben wollen. Solchen Fragen müsse sich die Werbeaufsicht täglich stellen und sie beantworten.

2023 sollten praxisnahe Informationen in Form einer Werbebroschüre herausgegeben werden, die bis zur nächsten Medienratssitzung voraussichtlich vorliegen solle. Diese Broschüre solle durch ein Werbemagazin, einen Newsletter ergänzt werden, der sich halbjährlich bestimmten Themen und Phänomenen widmen, Trends aufarbeiten und sich an junge Zielgruppen richten könne. Über einige konkrete Fälle werde auch bei den kommenden Ausschusssitzungen berichtet werden.

Vorsitzender Walter Keilbart zeigt Verständnis für die Intensionen der Anbieter, mit der Werbung so weit wie möglich zu gehen, da die Werbung schließlich die wichtigste Finanzierungsquelle für die Sender sei. Andererseits sei die Grenze zwischen Werbung und redaktioneller Arbeit einzuhalten. Auch die Inhalte seien dem jeweiligen Zeitgeschmack entsprechend unterschiedlich ausgeprägt. Dennoch müssten dabei nicht nur der gute Anstand und die guten Sitten eingehalten, sondern auch die rechtlichen Grundlagen berücksichtigt werden.

Arwed Vogel möchte wissen, wie unzulässige Werbung auftrete. Sie könne eigentlich nur als Schleichwerbung oder versteckte Werbung auftreten, denn Werbeclips mit Tabakwerbung würden in Rundfunkprogrammen kaum zu finden sein.

Sabine Christmann, LL.M. (Bereich Inhalteregulierung & Aufsicht) erwidert, dass unzulässige Werbung relativ gering sei. Das Verbot von Tabakwerbung habe sich größtenteils durchgesetzt. Viele Anfragen kämen dagegen zur Werbung für den Arzneimittelsektor und dabei oft zur Werbung für Hanfprodukte.

Ulla Kriebel meint, die Masse der Influencer sei unüberschaubar. Soweit es sich bei ihnen um Schüler handle, könnten sie vielleicht noch über den Medienführerschein erreicht und auf die Probleme bei der Werbung aufmerksam gemacht werden. Im Übrigen dürfte es aber schwierig sein, diese Gruppe zu erreichen, denn die Anfragen, die die BLM erhalte, dürften eher seltener sein.

Sabine Christmann, LL.M. (Bereich Inhalteregulierung & Aufsicht) erklärt, dass die Gruppe der Influencer von der Telemedien-Aufsicht insgesamt überwacht werde, und zwar sowohl von der Werbeaufsicht als auch vom Nutzer- und Jugendschutz. Bei den Influencern handle es sich um Medienschaffende, die sich ganz anders verhielten als Rundfunkanbieter. Teilweise sei gar nicht bekannt, welche Angebote es gebe. Die Werbeaufsicht versuche, soweit die Anbieter sich schlau machen wollten, sie über Leitlinien, die auch auf einer der Webseiten der Medienanstalten veröffentlicht seien, zu informieren, und zwar in einer Ansprache, die jugendaffiner gestaltet sei. Die BLM hoffe dabei, dass ein Influencer, der diese Informationen wahrnehme, diese auch in den Blogs weitergebe und damit als Multiplikator wirke.

Dr. Markus Rick gibt seiner Freude darüber Ausdruck, dass gerade die präventive Beratung eine hohe Relevanz habe und auch nachgefragt und angenommen werde. Im dualen Rundfunksystem, in dem sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten und die privaten Anbieter als Wettbewerber auf einem Markt bewegten, scheine es bei der Werberegulierung ein erhebliches Regulierungsgefälle zu geben. Während der Privatfunk mit der BLM ein sehr effektives und auch mit Sanktionen ausgestattetes Kontrollsystem habe, kontrolliere sich der Bayerische Rundfunk selbst mit einem Kontrollsystem, dessen Effektivität, Tiefgang und Kontrolldichte durchaus unterschiedlich bewertet könne.

Präsident Dr. Thorsten Schmiede meint dagegen, dass kein Regulierungsgefälle, sondern ein Vollzugsgefälle bestehe, denn für beide Sektoren bestünden die gleichen Regeln, die nur unterschiedlich vollzogen würden.

12. Entscheidungen aufgrund übertragener Befugnisse:

12.1 Bericht nach § 17 Abs. 5 Satz 4 GO MR (n.F.): Programmförderung Hörfunk und Innovationsförderung Hörfunk 2023

Arwed Vogel, stellvertretender Vorsitzender des Hörfunkausschusses, erklärt zunächst, weshalb er diesen Tagesordnungspunkt vortrage. Nachdem der Ausschussvorsitzende Dr. Gertz selbst auch Antragsteller gewesen sei und deshalb selbstverständlich nicht an der Beratung und Entscheidung des Hörfunkausschusses teilgenommen habe, habe er, Vogel, die Sitzung geleitet und berichte nun auch über die Beratungen und Entscheidungen des Hörfunkausschusses zu den Anträgen auf Programmförderung. Über die Vergabeentscheidungen zu den Anträgen auf Innovationsförderung werde dann wieder Herr Dr. Gertz berichten.

Bis zum Fristende am 10. November 2022 seien bei der Landeszentrale 40 Förderanträge von 20 Hörfunkanbietern eingegangen – sieben Anträge weniger als im letzten Jahr. Das Antragsvolumen habe mit 684.812 Euro doppelt so hoch wie die zur Verfügung stehenden Fördermittel in Höhe von 375.800 Euro gelegen.

Bei der Auswahl der zur Förderung vorgeschlagenen Projekte sei streng nach der geltenden Bewertungsmatrix und den zur Einstufung der Projekte vergebenen Programm- und Verwaltungspunkten vorgegangen worden. Die Anträge mit der höchsten Zahl an Gesamtpunkten seien berücksichtigt worden, die mit der niedrigsten nicht mehr. Bei den Anträgen im Ranking mit neun Gesamtpunkten, die nicht mehr berücksichtigt werden konnten, seien die Anträge von den Anbietern berücksichtigt worden, die sonst keine weiteren Anträge gefördert bekommen hätten. Dies sei zur Wahrung der Anbietervielfalt so beschlossen worden. Dem Antrag 4-23 der Evangelischen Funkagentur, der nach dieser Vergabe der nächste im Ranking nach Programmpunkten gewesen sei, seien die verbliebenen Restmittel in Höhe von 1.356 Euro zugesprochen worden. Insgesamt sei so eine Förderung von 28 Hörfunkprojekten mit einer Gesamtfördersumme von 375.800 Euro beschlossen worden – drei Projekte weniger als im Vorjahr.

Ein besonderer Schwerpunkt sei wieder auf die Förderung des Nachwuchses gelegt worden. Mit zirka 259.869 Euro würden 69 % an medienpädagogische Programmbeiträge und Sendungen von und für Kinder, Jugendliche oder Studenten vergeben. Gerade bei den medienpädagogischen Sendungen der Jugendringe sei die Förderung von großer Bedeutung, da von dem Geld der Programmförderung die projektbetreuenden medienpädagogischen Kräfte bezahlt würden. Außerdem bedeute die Förderung der Jugendradioaktivitäten auch eine Investition in die Zukunft des Radios und dessen zukünftige Programme.

Auch das diesjährige Schwerpunktthema „Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung in Bayern“ sei bei den Antragstellern erfreulicherweise gut aufgenommen worden. Es seien mehrere neue Sendereihen rund um Bildung und Bildungsangebote konzipiert worden. Unter den geförderten Projekten seien Sendungen enthalten, die sich ausschließlich dem

Schwerpunktthema widmen wollten. Weitere 13 Sendungen behandelten das Schwerpunktthema 2023 jedenfalls zum Teil, zum Beispiel in Form von Beitragsreihen oder in Sonder-sendungen. Insgesamt solle das Schwerpunktthema somit in gut zwei Dritteln der geförder-ten Projekte vorkommen.

Natürlich habe die sehr strenge Vorgehensweise in dem Verfahren bei manchen Anbietern zu Einschnitten geführt, die erheblich seien und auch schmerzten. Der neue Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte werde sich in Absprache mit der Geschäftsleitung mit der Neugestaltung der Programmförder- und Vergaberichtlinie und der Vergabe weiter befassen und die Richtlinie weiter entwickeln.

Dr. Roland Gertz, Vorsitzender des Hörfunkausschusses, berichtet, dass neben der klassi-schen Programmförderung für 2023 auch eine Förderung für besonders innovative Audio- und Bewegtbildprojekte ausgeschrieben worden sei. Bis zum 10. November 2022 seien bei der Landeszentrale drei Anträge auf Innovationsförderung fristgerecht eingereicht worden, davon zwei Anträge von Hörfunkanbietern und ein Antrag von einem Fernsehanbieter. Die Antragssumme habe mit 21.247 Euro bei den Hörfunkanbietern und rund 10.000 Euro bei den Fernsehanbietern unter den zur Verfügung stehenden Fördermitteln in Höhe von 50.000 Euro gelegen.

Unter den Hörfunkanbietern habe der Spartenanbieter Radio Regenbogen in Rosenheim ein crossmediales Projekt mit klassischer Hörerbeteiligung vorgestellt und eine Förderung dafür beantragt. Es sollten Audiomitschnitte, Videos und Fotos von vorwiegend jungen Menschen zu zwei Themenbereichen gesammelt werden, um diese dann redaktionell im Radioprogramm von Radio Regenbogen und auf Social Media einzubinden.

Vom Münchner Kirchenradio bzw. vom Sankt Michaelsbund Landesverband Bayern e.V. sei die Förderung eines Projekts beantragt worden, bei dem Gottesdienste von fremdspra-chigen Missionen im Internet übertragen werden sollten.

Der Hörfunkausschuss habe beide Anträge beraten und beschlossen, trotz formaler Gültig-keit der Anträge keines der beantragten Projekte zu fördern, da beide zwar sinnvoll seien, aber zu wenig Innovationspotenzial erkennen ließen.

Das nicht verbrauchte Geld solle anderweitig ausgegeben werden, mit dem Ziel, eine Form zu finden, wie Innovation im Hörfunk und auch im Fernsehen auf anderem Wege gefördert werden könne. Auffällig sei gewesen, dass sich nur sehr wenige Antragsteller um eine För-derung bemüht hätten und dann auch noch Projekte vorgestellt hätten, die nicht so innova-tiv gewesen seien, um gefördert zu werden.

Ulla Kriebel wirft ein, dass im Fernsehausschuss darüber diskutiert worden sei, welche Be-deutung das für die Förderung vorgegebene Thema habe, weil man früher geglaubt habe, dass mit der Vorgabe eines Themas die privaten Sender auch auf neue Ideen kämen. Im Fernsehen habe sich das etwas anders dargestellt. Deshalb solle in die Überlegungen auch

einbezogen werden, inwieweit das Schwerpunktthema auch für die Vergabe von Fördermitteln relevant sein solle.

Vorsitzender Walter Keilbart vermutet, dass diese Entscheidungen bei der neuen Ausschussstruktur einfacher werden könnten, weil die Entscheidungen dann in einem Ausschuss zusammengeführt würden und Radio und Fernsehen nicht mehr gesondert priorisiert würden. Wichtig sei jedoch, dass das Geld nicht verloren gehe, sondern weiterhin der Innovation zufließen solle.

Der Medienrat nimmt die Berichte zur Kenntnis.

12.2 Bericht nach § 17 Abs. 5 Satz 4 GO MR (n.F.): Programmförderung Fernsehen und Innovationsförderung Fernsehen 2023

Ulla Kriebel, stellvertretende Vorsitzende des Fernsehausschusses, teilt mit, dass für das Fernsehen bis zum Fristende am 10. November 2022 von fünf Anbietern, Spartenanbietern und Zulieferern insgesamt sieben Anträge auf Programmförderung gestellt worden seien. Darunter seien vier Projekte, die bereits seit vielen Jahren gefördert würden, und drei neue Anträge von einem genehmigten Rundfunkanbieter im Internet, von dem bisher noch keine Anträge gestellt worden seien.

Die Antragssumme im Bereich Fernsehen habe auch in diesem Jahr mit 386.774 Euro deutlich über den zur Verfügung stehenden Haushaltsmitteln von 174.200 Euro gelegen. Der Fernsehausschuss habe nach ausführlicher Diskussion beschlossen, 2023 mit der Gesamtfördersumme von 174.200 Euro wieder die vier qualitativ hochwertigen und bewährten Projekte zu fördern, die schon seit vielen Jahren unterstützt würden.

Dies seien die Reportagenreihe „Lebensformen“ des Evangelischen Presseverbands Bayern e.V., die Magazinsendungen „TV Bayern live – Kirche“ des Sankt Michaelsbundes Diözesanverband München und Freising e.V., die Dokumentationsreihe „Hidden Champions – das Beste aus der bayerischen Wissenschaft, Forschung und Technologie“ von der bavarische Film- und Fernsehproduktions GmbH und verschiedene Formate von und über Menschen mit Behinderung der Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V. (abm).

Die Reportagenreihe „Lebensformen“ des evangelischen Fernsehens widme sich unter anderem in intensiver Weise dem Schwerpunktthema 2023 „Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung in Bayern“. Dieses solle in etwa der Hälfte der Produktionen umgesetzt werden. Hervorzuheben sei, dass auch Nachwuchskräfte – zum Beispiel auch aus der Mediaschool Bayern – einbezogen und somit ausgebildet werden, was der Fernsehausschuss als großes Plus empfunden habe.

Die drei Anträge von Allround TV aus Altötting hätten hingegen nicht gefördert werden können. Nach den Konzeptbeschreibungen der Anträge und Erfahrungswerten der bisherigen

Produktionen des Anbieters sei anzunehmen, dass diese qualitativ nicht an die bisher geförderten Projekte heranreichen könnten. Zudem sei die Reichweite des inhaltlich sehr lokal auf Altötting ausgerichteten Programms deutlich geringer als die Reichweiten bei landesweit ausgestrahlten Programmen. Nachdem die Fördermittel nicht für alle Anträge ausgereicht hätten, habe eine Auswahl getroffen werden müssen.

Wie schon von Herrn Dr. Gertz ausgeführt, sei neben der klassischen Programmförderung auch eine Förderung für besonders innovative Audio- und Bewegtbildprojekte ausgeschrieben worden. Von den Fernsehanbietern habe es nur einen Antrag auf Innovationsförderung gegeben.

Der Antrag der Medienwerkstatt Franken e.V. sei fristgerecht bis zum 10. November eingegangen. Begleitend zu den wöchentlichen Dokumentationen des Anbieters, der bei Franken Fernsehen ausgestrahlt werde, sollten vielfältige und eigenständige Zusatzinhalte hergestellt und auf den Social-Media-Plattformen Instagram und Facebook veröffentlicht werden. Dies könnten Eindrücke von den Dreh- oder Vorbereitungsarbeiten sein, Einblicke in Produktionsabläufe, Auseinandersetzungen mit den Fragestellungen der zukünftigen Beiträge, oder es könnten die Macher oder Macherinnen der Beiträge und ihre Motivationen vorgestellt werden. Mit solchen Innovationen könnten vielleicht die Zuschauer gewonnen werden, die sonst nicht die privaten Sender einschalteten. Der Fernsehausschuss habe beschlossen, den Antrag mit einem Zuschuss von 9.768 Euro aus den Mitteln der Innovationsförderung zu berücksichtigen.

Die Informationen über die Einzelentscheidungen der Programm- und Innovationsförderung im Bereich Fernsehen könnten der Tischvorlage „Entscheidung über die Anträge auf Förderung“ entnommen werden.

Der Medienrat nimmt den Bericht zur Kenntnis.

13. Verschiedenes

13.1 Termine der konstituierenden Sitzungen der Ausschüsse

Vorsitzender Walter Keilbart gibt die Termine der konstituierenden Sitzungen der neu geschaffenen Ausschüsse bekannt.

- Ausschuss für Infrastruktur und Innovation: 7. März 2023
- Ausschuss für Aufsicht und Inhalteregulierung: 8. März 2023
- Grundsatzausschuss: 14. März 2023
- Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte: 16. März 2023

Die Konstituierung der Ausschüsse werde auch gleich mit der ersten Arbeitssitzung verbunden.

Abschließend dankt der Vorsitzende Frau Kreile, die sich nach dem Tod ihres Mannes entschlossen habe, die BLM auf eigenen Wunsch zu verlassen, für ihre Dienste. Frau Kreile habe über viele Jahre im Gremienbüro intensiv für die Mitglieder des Medienrats, die Ehrenamtlichen, gearbeitet. Besonders im vergangenen Jahr habe sie die Inforeise nach Köln zusammen mit ihren Kolleginnen und Kollegen im Gremienbüro bestens vorbereitet und organisiert, um die Reise damit zu einem Erfolg werden zu lassen. Als Zeichen des Dankes übereicht der Vorsitzende Frau Kreile einen Blumenstrauß und wünscht ihr für die Zukunft alles Gute. Den Wünschen des Vorsitzenden schließt sich der Medienrat mit großem Beifall an.

Der Vorsitzende wünscht abschließend schöne Faschingstage und einen guten Nachhauseweg und schließt sodann die Sitzung.

Schluss der Sitzung: 15:50 Uhr



Protokollführer



Thomas Kleusberg
Schriftführer



Vorsitzender

**5. Sitzung des Medienrats
der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
am Donnerstag, dem 16.02.2023, 13:30 Uhr (Präsenz)**

Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Sitzung

(veröffentlicht gem. Art. 10 Abs. 6 BayMG i.V m. § 3 Abs. 4 der Geschäftsordnung des Medienrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien)

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
Bär	Dr. Oliver	x	
Baumgärtner	Elke	x	
Böhm	Martin	x	
Busch	Michael	x	
Deisenhofer	Max	x	
Erb	Birgit		x
Engel	Sabine	x	
Fehlner	Martina	x	
Felßner	Günther		x
Feser	Prof. Dr. Uta M.	x	
Funken-Hamann	Dr. Katja	x	
Geiger	Katharina	x	
Gertz	Dr. Roland	x	
Göller	Anneliese		x
Gül	Nesrin		x
Haberer	Prof. Johanna		x
Hansel	Paul	x	
Hartinger	Herbert		x
Hasenmaile	Christa		x
Högl	Petra	x	
Hofmann	Michael	x	
Hopp	Dr. Gerhard	x	

Name	Vorname	Anwesend	Abwesend
John	Frank-Ulrich		x
Keilbart	Walter	x	
Knobloch	Dr. h. c. Charlotte	x	
Krah	Franz	x	
Kraus	Nikolaus		x
Kriebel	Ulla	x	
Kuhn	Dr. Thomas	x	
Lehr	Wilhelm	x	
Lenhart	Toni	x	
Ludwig	Rainer	x	
Müller	Werner	x	
Nieß	Dr. Nicosia	x	
Piazolo	Prof. Dr. Michael	x	
Rauch	Hans-Peter	x	
Rebensburg	Thomas	x	
Rick	Dr. Markus	x	
Rottner	Peter	x	
Rüth	Berthold	x	
Schmidbauer	Helmut	x	
Schorer	Angelika	x	
Schuhknecht	Stephanie	x	
Schuhmacher	Ilona	x	
Schwägerl	Michael	x	
Skutella	Christoph	x	
Stephan	Dr. Michael	x	
Stüwe	Prof. Dr. Klaus	x	
Vogel	Arwed	x	
Völzow	Christine	x	