

TENDENZ

Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

#1.25

„Die BLM ist die Versicherung
für lokale Medien“
Ein Trialog der BLM-
Präsidenten

Medienkompetenz
im Wandel
Demokratische Werte
schützen – sichere Teilhabe
ermöglichen

Langfristiger Nutzen
statt kurzfristiger Klicks
Algorithmen und
Medienregulierung



40 Jahre BLM: #BayernLiebtMedien

Mehr als eine Aufsicht: Historische Meilensteine und künftige Herausforderungen

Titelthema

40 Jahre BLM - #BayernLiebtMedien

Von den Gründerjahren bis heute: Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist mehr als eine Aufsicht. Sie hat die „neuen Medien“ stets begleitet, gefördert und Medienschaffende sowie Mediennutzende gleichermaßen unterstützt. Historische Meilensteine und künftige Herausforderungen zeigen den rasanten Wandel der Medienlandschaft.

Von Bettina Pregel

4

Interview

„Die BLM ist die Versicherung für lokale Medien“ – ein Trialog der BLM-Präsidenten

40 Jahre Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) – ein guter Grund für eine ganz besondere Runde, für ein Gespräch mit drei BLM-Präsidenten, den zwei letzten und dem aktuellen. Tendenz hat den Talk mit Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Siegfried Schneider und Dr. Thorsten Schmiege, der am 3. April 2025 live in der Landeszentrale vor Gremien und Ehemaligen stattfand, transkribiert.

Von Stefanie Reger

12

Lokalrundfunk in Bayern

Mission Vielfalt

Aufbruchstimmung und der Kampf um Frequenzen kennzeichnen den Start des privaten Rundfunks Mitte der 80er Jahre. Doch die Konzepte zur Realisierung der lokalen Radio- und Fernsehlandschaft unterschieden sich in den Bundesländern erheblich. Für Bayern stand die Mission Vielfalt im Mittelpunkt.

Von Franziska Mozart

16

Medienkompetenz im Wandel

Demokratische Werte schützen – sichere Teilhabe ermöglichen

Medienkompetenz ist heute in aller Munde und wird als Schlüsselkompetenz für jung und alt im digitalen Zeitalter betrachtet. Aber so, wie sich im Laufe der Zeit die Bezeichnungen dafür geändert haben, ändern sich auch die Herausforderungen für die Medienpädagogik durch den immer schnelleren Wandel der Medienwelt.

Von Verena Weigand

20

Algorithmen und Medienregulierung in Deutschland

Langfristiger Nutzen statt kurzfristiger Klicks

Wie lässt sich der demokratische Diskurs im Netz schützen, wenn Algorithmen, Künstliche Intelligenz, Soziale Medien und Videoplattformen zunehmend den Informationskonsum bestimmen? Torben Klauska von Agora Digitale Transformation plädiert dafür, die Empfehlungssysteme auf einen längerfristigen demokratischen Nutzen zu optimieren.

Von Torben Klauska

24

Mediengeschichte

40 Jahre BLM – 32 Jahre Tendenz

Seit 32 Jahren spürt TENDENZ, das Medienmagazin der BLM, Medientrends auf und begleitet die Medienentwicklung, erst im Rundfunk, später im Web, immer am Puls der Zeit. Eine Mediengeschichte in Covern.

28



Bettina Pregel ist stv. Pressesprecherin und Redakteurin der Tendenz in der Gruppe Kommunikation der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Die Pressereferentin arbeitete zuvor bei Tageszeitungen und Fachzeitschriften.



Stefanie Reger ist Pressesprecherin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien und leitet die Gruppe Kommunikation. Die Journalistin war zuvor u.a. bei der Münchner Abendzeitung und beim Burda-Verlag.



Franziska Mozart ist freie Journalistin, Strategin und Ghostwriterin. Sie hat u.a. für das Magazin Werben & Verkaufen und für das Handelsblatt gearbeitet. Ihre Lieblingsthemen sind Kommunikation, Technologie und Nachhaltigkeit.



Verena Weigand ist stellvertretende Vorsitzende der Stiftung Medienpädagogik Bayern. Zuvor war sie Bereichsleiterin Jugendschutz und Medienkompetenz in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien.



Dr. Torben Klauska arbeitet an der Schnittstelle von Medien, Digitalisierung und Politik. Er ist Innovation Lead bei Agora Digitale Transformation, einem ThinkTank für Updates der Demokratie. Klauska arbeitete zuvor als freier Journalist und Moderator in der Digitalwirtschaft.

Service / Projekte

Editorial	3
Medienticker Bayern	19
Literaturtipps	23
Aktivitäten zu 40 Jahre BLM – ein Überblick	27
Termine / Impressum	31

Besuchen Sie unsere Website

www.blm.de



Dr. Thorsten Schmiede, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien

Bewegte Geschichte, starke Zukunft

Vor gut 40 Jahren hat sich noch der Plattenteller in den Radiostudios in Bayern gedreht und die Moderatoren waren zu Beginn des privaten Rundfunks alles zugleich: Discjockey, Nachrichtensprecher, Redaktion und vieles mehr. 2024 hat die Bayerische Landeszentrale dann das erste KI-moderierte Radio genehmigt. Dazwischen liegen Welten und 40 Jahre bewegte Geschichte der BLM.

40 Jahre BLM sind für uns Anlass, 40 Jahre Medienvielfalt in Bayern zu feiern, das ganze Jahr über – mit verschiedenen Aktionen, darunter Branchentalks, ein Online-Special, eine Social-Kampagne und die aktuelle Ausgabe der Tendenz. #BayernLiebtMedien und es gibt 40 gute Gründe und Ideen, warum das auch in Zukunft so bleiben wird. Bezahlbarer Qualitätsjournalismus vor Ort, Plattformregulierung nach der Maßgabe des „Level Playing Field“, Kooperation im dualen System, besserer Nutzerschutz im Internet und Künstliche Intelligenz: Das sind einige der zentralen Themen. Die BLM tut alles dafür, die Branche für die Zukunft optimal aufzustellen.

Bayern ist ein Rundfunkmutterland, was die lokale Radio- und Fernsehlandschaft betrifft. Ein Mutterland mit besonderen Rahmenbedingungen für die Mission Vielfalt: Denn laut Artikel 111a der Bayerischen Verfassung darf privater Rundfunk nur in „öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft“ veranstaltet werden. Damit wird der BLM und ihren Gremien eine besondere Rolle zugewiesen. Die Landeszentrale ist weit mehr als eine Aufsicht. Sie hat die „neuen Medien“ stets begleitet, gefördert und Medienschaffende sowie Mediennutzende gleichermaßen unterstützt. Ihr Motto: „Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen“.

Immer am Puls der Zeit: Das muss die BLM stets sein, weil der rasante Wandel der Medienwelt stets neue Konzepte und die Anpassung der Regulierung erfordert. Lokaler Rundfunk wird aber immer ein Anker für die Menschen vor Ort in der Medienlandschaft bleiben, auch wenn sich die Nutzungsgewohnheiten verändert haben. Und damit auch der Schwerpunkt der Regulierung: Extremismus, Hatespeech und Meinungsmanipulation im Internet bewegen uns heute, während sich früher so mancher Jugendschützer über die wilden Früchtchen von Hugo Egon Balder im Privatfernsehen echaufferte. Da kann man sich schon fragen: Wieso müssen Plattformen und Social Media-Netzwerke nicht wie Rundfunk und Presse die Verantwortung für die Inhalte übernehmen, die sie verbreiten, zumal der Algorithmus eine kuratierende Funktion hat? Eine Frage, die an Relevanz gewinnt, wenn es um eine starke Zukunft der Medien geht.

*Dr. Thorsten Schmiede
Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*



40 Jahre BLM – #BayernLiebtMedien



Von den Gründerjahren bis heute: Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist mehr als eine Aufsicht. Sie hat die „neuen Medien“ stets begleitet, gefördert und Medienschaffende sowie Mediennutzende gleichermaßen unterstützt. Ihr Motto: „Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen“. #BayernLiebtMedien lautet der Slogan zum 40jährigen Jubiläum. Historische Meilensteine und künftige Herausforderungen zeigen den rasanten Wandel der Medienlandschaft.

● Text: Bettina Pregel

Fünf Männer auf einem Schreibtisch – so hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) am 1. April 1985 ihre Arbeit aufgenommen. Zuvor hatte sich der Medienrat mit 47 Mitgliedern aus gesellschaftlich relevanten Gruppen konstituiert.

Im Sitzungssaal am ersten Standort in der Münchner Thomas-Dehler-Straße rauchen nicht nur die Köpfe, sondern auch einige Glimmstengel und Pfeifen. Bis zur Wahl des ersten Präsidenten Dr. Rudolf Mühlfnz im Dezember 1985 führt Dr. Wolf-Dieter Ring als Beauftragter die Geschäfte. 1990 folgt er Mühlfnz als Präsident nach und bleibt 21 Jahre lang an der Spitze der BLM.

So viel zum ersten Personaltabelle. Doch was sind eigentlich diese „neuen Medien“? Ein Begriff, der vier Jahrzehnte später – im Internet-Zeitalter – anachronistisch wirkt, aber immer noch für die gelebte Vielfalt der lokalen Rundfunklandschaft in Bayern steht. Mit „neu“ ist damals der private, werbefinanzierte Rundfunk im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen gemeint. Das duale Rundfunksystem entsteht. Und im föderalen Deutschland gibt es aufgrund der Kulturhoheit der Länder keine bundesweite, zentrale Aufsicht über die „Privaten“, sondern 14 Medienanstalten.

Besondere Rolle der BLM: Privater Rundfunk in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft

Aber im Gegensatz zu den anderen Ländern, in denen nach und nach Medienanstalten entstehen, darf in Bayern laut Artikel 111a der Bayerischen Verfassung privater Rundfunk nur in „öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft“ veranstaltet werden. Damit wird der BLM und ihren Gremien eine besondere Rolle zugewiesen.

Der Aufbau der privaten Hörfunk- und Fernsehlandschaft beginnt mit der Zulassung lokaler Programmanbieter und einer landesweiten Hörfunkkette. Weitere Aufgaben der staatsfernen BLM legt das Bayerische Mediengesetz (BayMG) fest: Außer der Genehmigung von Angeboten, der Frequenzvergabe und der Programmaufsicht übernimmt die Landeszentrale Förderung, Forschung, Aus- und Fortbildung, Jugendschutz sowie medienpädagogische Maßnahmen, seit einiger Zeit auch Innovationsförderung und die Vernetzung am Medienstandort Bayern.

Gründerjahre und Pionierarbeit: Vielfalt als Maxime

Die Gründerjahre bringen Bewegung in die bayerische Rundfunklandschaft. Die Maxime: lokale Vielfalt zu schaffen, die ihresgleichen sucht. Die Lust auf Neues ist groß. So erinnert sich Willi Schreiner, langjähriger Vorsitzender des Verbands Bayerischer Lokalrundfunk (VBL): „Ganz ehrlich wussten wir ja damals gar nicht, wie das geht. Aber wir wollten eben unbedingt Radio machen.“

So manche Stationen erweisen sich als wahre Talentschmiede: Fred Kogel, Michael Bully Herbig und Anke Engelke haben ihre Karriere bei Radio Gong 2000 begonnen, Thomas Gottschalk moderierte bei Radio Xanadu und Thomas Ohrner bei Antenne Bayern.

Was die technische Verbreitung betrifft, leistet die BLM in vielerlei Hinsicht Pionierarbeit. Denn gerade am Anfang sind Frequenzknappheit und Kabeleinspeisung die größten Hindernisse beim Aufbau der lokalen Rundfunklandschaft. 1986 gibt es 92 Fre-

quenzen an 78 Standorten für Lokalstationen in Bayern und ein Frequenznetz für ein landesweites Programm – laut Mühlfnz ein „Frequenzwunder“.

Im Oktober 1986 startet im Großraum München mit „Kanal 4“ erstmals ein TV-Programm mit 13 Anbietern über eine terrestrische Fernsehfrequenz. Schon 1988 kommen Fernsehfenster für landesweite und lokale Fenster bei Sat.1 und RTL hinzu.

Bis heute entwickelt die BLM immer wieder neue Konzepte für digitale, leistungsstarke Verbreitungswege. So startet 1995 in Bayern als erstem Bundesland das DAB-Pilotprojekt (Digital Audio Broadcasting), 2004 wird Lokal-TV digital via Satellit ausgestrahlt und 2005 wird das terrestrische Digitalfernsehen (DVB-T) eingeführt. Apps für Lokalradio und Lokalfernsehen folgen. Seit April 2021 können alle UKW-Radioprogramme auch über DAB+ empfangen werden. Ab Sommer 2025 soll es für das Lokalfernsehen eine Medienplattform Bayern für lokale Inhalte im Internet geben.

Von ökonomischen Grenzen und tragfähigen Geschäftsmodellen

Nicht jeder Pionier ist damals auf eine Goldader gestoßen. Denn die Realisierung so vieler Lokalprogramme stößt 1988 mit dem Sendestart von Antenne Bayern an ökonomische Grenzen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Hörfunkprogramme wird im Juli 1992 durch eine überregionale Vermarktung der bayerischen Lokalradios im Bayern Funkpaket abgesichert. Und ab 1994 werden die bayerischen Lokalradios zusammen mit dem landesweiten Privatsender auf Initiative der BLM über den Werbeverbund „Radio Kombi Bayern“ (RKB) in die nationale Werbevermarktung der RMS integriert.

Auch in Sachen Geschäftsmodelle für den nationalen Fernsehmarkt fördert die Landeszentrale neue Senderideen und Einnahmequellen. Schließlich wird vom nationalen Werbekuchen nicht jeder satt. Der Medienstandort München wird zum Sitz mehrerer bundesweiter Pioniere wie dem Teleshopping-Kanal H.O.T., dem ersten Spartensender für Frauen (tm3), dem ersten digitalen Pay-TV-Sender DF1 und dem ersten Gewinnspielsender 9Live. Erboste Anrufe von Zuschauern über unlösbare Gewinnspiele führen zu unzähligen Prüffällen, aber die Idee funktioniert damals.

Im digitalen Zeitalter gibt es jetzt so viele Spartensender im Fernsehen, dass jede Zielgruppe bedient werden kann. Allerdings kämpft das lineare Fernsehen im Wettbewerb mit Streamingdiensten wie Prime Video, Joyn oder Netflix und Videoplattformen wie YouTube.

Gesellschaftlicher Diskussionsstoff: von TV-Aufregern bis zu Hass im Netz

Der Wettbewerb zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen TV-Sendern wird in den ersten 20 bis 30 Jahren des dualen Rundfunksystems vor allem über provokante Formate der Privaten ausgetragen, die für gesellschaftlichen Diskussionsstoff sorgen. Was waren das für Zeiten, als bei der Spielshow „Tutti Frutti“ blanke Haut zu sehen war oder Erika Berger bei „Eine Chance für die Liebe“ Bein zeigte und im Fernsehausschuss des Medienrates live Anschauungsunterricht gab ...





Fast putzig wirkten die Früchtchen im Gegensatz zu den TV-Aufregern, die folgten und intensive Diskussionen über Programmqualität im Medienrat auslösten (vgl. Tendenz 1/2004: „Die Gestalt zählt mehr als der Gehalt.“). Ob fragwürdige Diskussionen in Talkshows, in Container gesperrte Menschen im ersten Reality-Format „Big Brother“ oder harte Urteile von Dieter Bohlen und Heidi Klum in Castingshows – die kalkulierten Tabubrüche sorgten für viel Arbeit in der Programmaufsicht.

Jugendschutz im Wandel: heute Fokus auf Internet-Prüffällen

Heute hat sich der Aufsichtsschwerpunkt komplett verschoben: Jugendschutzverstöße, Extremismus und Hass im Netz beschäftigen die Telemedienaufsicht in der Landeszentrale. 2024 drehte es sich bei rund 2.200 Fällen der insgesamt 3.700 Prüffälle in Telemedien um Inhalte im Kontext von Rechtsextremismus, Antisemitismus, Hass, Hetze und Diskriminierung.

Hass im Netz vergiftet und behindert den demokratischen Diskurs und hat mit „Free Speech“ nichts zu tun. „Nein zu Hass und Hetze – Ja zur Meinungsfreiheit“ lautet deshalb das Motto der Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“, die das bayerische Justizministerium und die BLM 2019 angestoßen haben. Das Ziel: Hasskriminalität durch ein einfaches Online-Meldeverfahren strafbarer Inhalte effektiv zu bekämpfen.

Seit Oktober 2024 ist der aktuelle Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) in Kraft. Bei der Suche nach unzulässigen Inhalten im Netz hilft mittlerweile Künstliche Intelligenz (KI). Aber die Letztentscheidung hat der Mensch. Die Programmebeobachtung im Jugendschutz war sicher nie der Traumjob, den viele dahinter vermuteten („Da könnt ihr ja den ganzen Tag fernsehen“), aber in den 90er Jahren sicher noch ganz anders als in Zeiten von Desinformation und Fake News, Hass im Netz, Gewaltdarstellungen und Pornografie im Internet.

Als Meilenstein für mehr Jugendmedienschutz erweist sich die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), die 2003 als ein Organ der Landesmedienanstalten gegründet und organisatorisch in eine Geschäftsstelle und eine Stabsstelle gegliedert wird. Die KJM-Stabsstelle war bis 2013 bei der BLM angesiedelt, den KJM-Vorsitz hatte 2003 Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring übernommen.

Medienkompetenz auf Augenhöhe

Doch Aufsicht allein reicht nicht aus, um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Medien zu realisieren. Bereits 1993 hatte der Medienrat in seinem Beschluss zur „Eindämmung der Gewalt im Fernsehen“ angeregt, die Anstrengungen für „eine effiziente Medienpädagogik zu verstärken“. Kurz darauf wurde das Forum Medienpädagogik Bayern gegründet, um alle Akteure in Bayern zu vernetzen.

Als Zielgruppen stehen nicht nur Kinder- und Jugendliche, sondern auch Eltern, pädagogisch Tätige und Multiplikatoren im Fokus der Medienkompetenz-Projekte. Historische Wegmarken für die BLM sind in dieser Hinsicht die Gründung des Vereins Programmberatung für Eltern und die Publikation des TV-Ratgebers „Flimmo“ im Jahr 1997 sowie die Gründung der Stiftung Medienpädagogik Bayern im September 2008. Auf Initiative der Bayerischen



Fünf Männer auf einem Schreibtisch: So hat die BLM im April 1985 ihre Arbeit aufgenommen, v.l. nach rechts: Heinz Heim, Reiner Müller, Dr. Wolf-Dieter Ring, Helmut Neupert und Helmut Haunreiter.



Ein Ausschnitt aus der Hall of Fame in der Media-school Bayern: Die Aus- und Fortbildungskanäle für Hörfunk und Fernsehen waren und sind eine Talentschmiede für die Branche.



1992 fand der erste Rundfunkkongress statt. Der Moderator: Fred Kogel (rechts im Bild).



Ausgezeichnete Programmqualität: Mit den BLM-Hörfunk- und Fernsehpreisen ehrte die BLM schon früh die Talente im lokalen Rundfunk.



Heute haben sich die Aufgabenschwerpunkte verlagert: Die Aufsicht konzentriert sich auf Internet-Prüffälle und der Kampf gegen Hass im Netz beschäftigt die BLM kontinuierlich. Die Landeszentrale kooperiert hier mit dem Bayerischen Justizministerium.

Staatsregierung wird 2009 der „Medienführerschein Bayern“ ins Leben gerufen, den die BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern koordiniert und inhaltlich verantwortet. In einem Baukastensystem werden kostenlose Lehrmaterialien für Kindergärten, Schulen und Jugendeinrichtungen angeboten. Eine Initiative, die mit bisher 1,7 Millionen verliehenen Medienführerschein-Urkunden Erfolgsgeschichte schreibt (mehr dazu, vgl. auch S. 20-22).

Gerade im digitalen Zeitalter, in dem sich die Mediennutzung radikal gewandelt hat („always on“) gehört ein kritischer und verantwortungsbewusster Umgang mit Medien zu den Schlüsselkompetenzen im Alltag. Eine Kompetenz, die laut BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege „am besten auf Augenhöhe vermittelt werden kann“. Er stößt deshalb in Kooperation mit dem JFF und dem Bayerischen Jugendring 2024 das Projekt „jung.engagiert.online“ an. Zentral dabei: Die Inhalte kommen aus der Zielgruppe für die Zielgruppe. Die Rolle der BLM ist die einer fachlichen Begleitung und Unterstützung.

Selbst Beiträge zu produzieren oder auf Sendung zu gehen, bedeutet, die Medien besser kennen und verstehen zu lernen. Diesem Prinzip folgt auch die nicht-kommerzielle BLM-Plattform „Mach Dein Radio“.

Talentsuche und Preisregen

Den Radio- und Fernsehnachwuchs im privaten Rundfunk fördert die Landeszentrale seit den 90er Jahren mit Aus- und Fortbildung. Denn Journalismus will gelernt sein. Die BLM-Workshops für Volontierende in den lokalen und landesweiten Sendern sowie Beteiligungen an Aus- und Fortbildungseinrichtungen sind eine wichtige Unterstützung für die Branche.

Wie lässt sich die Praxis ohne kommerziellen Druck üben? Die Antwort auf diese Frage geben seit 1996 die nichtkommerziellen Aus- und Fortbildungskanäle für Radio und Fernsehen unter dem Dach der AFK GmbH. Hier können in München und Nürnberg praktische Erfahrungen unter realistischen Produktionsbedingungen gesammelt werden. Da Online-Kanäle heute genauso wichtig wie die klassischen Medien sind, firmiert die AFK GmbH im August 2018 zur Mediaschool Bayern um. Der Festakt zum Launch steht unter dem Motto: „Mehr Social Media! Mehr On Demand! Mehr Online!“.

Nicht wenige der BLM-Preise für Hörfunk und Fernsehen gehen bei den Lokalrundfunktagen an die Ausbildungsredaktionen. Der Preisregen auf den Lokalrundfunktagen ist eine Bestätigung für die Mitarbeitenden in den bayerischen Lokal- und Regionalsendern. So betonte erst kürzlich Kasimir Walter, der News-Casi von Radio Energy München, beim Dreh für eine Social-Media-Kampagne zum 40-jährigen BLM-Jubiläum: „Als ich 2024 meinen ersten BLM-Hörfunkpreis bekommen habe, fühlte ich mich sehr geehrt. Der Preis hat mir gezeigt: Der Weg, den ich gegangen bin, ist richtig.“

Nicht nur für den Nachwuchs, sondern für die gesamte Radio- und TV-Branche werden die Lokalrundfunktage und die Medientage München schnell zu Pflichtveranstaltungen. Die beliebten Branchentalks mit Experten-Panels und rauschenden Festen verleihen dem Medienstandort Bayern Expertise und Glanz, stellen die wichtigsten neuen Trends vor und setzen Themen. So wird seit 2023

der Nachhaltigkeitspreis Medien der BLM und ihrer Partner aus dem Nachhaltigkeitspakt Medien auf den Medientagen München verliehen. Im Zentrum des Paktes steht die publizistische Verantwortung der beteiligten Medienhäuser – ein Ziel, das angesichts der Gefährdung demokratischer Werte immer wichtiger wird.

Innovation leben – Standort fördern

Die Medientage München sind nur eine Marke unter dem Dach der Medien.Bayern, einer hundertprozentigen Tochter der BLM. Angesichts des rasanten Wandels der Branche braucht es ein dynamisches Medien-Innovationsökosystem für die bayerische Medienlandschaft. Unter dem Motto „Die Zukunft ist hier“ unterstützen seit dem Start des Media Lab Bayern im Jahr 2015 mittlerweile acht Initiativen das Branchenwachstum – gefördert von der Bayerischen Staatskanzlei und dem Bayerischen Staatsministerium für Digitales.

Die Digitalisierung erfordert die Transformation der Branche. Schon zum 30-jährigen Jubiläum der Landeszentrale stellt Festredner Prof. Dr. Wolfgang Rademacher die These auf, dass eine Zivilisation immer so stark wie ihre Algorithmen sei. Die Macht der Daten werde künftig wichtiger sein als Geld. Er fordert die Politik auf, „steuernd in technische Prozesse einzugreifen“.

KI-Regulierung und Demokratieförderung

Damals noch Zukunftsmusik, heute Realität. Algorithmen und Künstliche Intelligenz (KI) bestimmen nicht nur die Entwicklung der Medienbranche, sondern verändern auch die demokratische Gesellschaft. BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege sieht die KI-Regulierung als Chance für die Medienunternehmen. Gleichzeitig betont er aber auch, dass die Big Tech-Player mehr Verantwortung übernehmen müssten: „Plattformen nutzen ihre Algorithmen, um zu entscheiden, welche Inhalte wie und nach welchen Kriterien in die Timeline eingespeist werden. Sie entscheiden, ob und wie viel Desinformation und Hass-Rede verbreitet wird, und sie verdienen damit (viel) Geld. Ist angesichts dieser Entwicklung das Haftungsprivileg noch gerechtfertigt?“ Die wesentliche Frage für die Zukunft lautet für ihn: „Wie sieht eine smarte, chancenorientierte Regulierung für Künstliche Intelligenz aus?“

Kein Zweifel, KI kann redaktionelle Abläufe erleichtern. Aber gerade der Lokalrundfunk lebt von der Nähe zum Menschen. Er ist laut Schmiege „das Herz der Demokratie“. Demokratie braucht Medienvertrauen und einen starken Lokaljournalismus. Dafür, so der BLM-Präsident, steht die Landeszentrale auch in Zukunft. Die „coolste Behörde Bayerns“, so das Urteil eines Politikers im Bayerischen Landtag, wird sich nicht auf 40 Jahren Engagement für die bayerische Medienlandschaft ausruhen, sondern stets die notwendige Weiterentwicklung anstoßen. ●







Dialog der BLM-Präsidenten

„Die BLM ist die Versicherung für lokale Medien“

40 Jahre Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) – ein guter Grund für eine ganz besondere Runde, für ein Gespräch mit drei BLM-Präsidenten, den zwei letzten und dem aktuellen. Tendenz hat den Talk mit Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Siegfried Schneider und Dr. Thorsten Schmiege, der am 3. April 2025 live in der Landeszentrale vor Gremien und Ehemaligen stattfand, transkribiert.

● Interview: Stefanie Reger

Tendenz: Ein Füchschen, eine Detektivin, eine Brezn, ein Megaphone oder ein Siegerpokal: Wenn die BLM ein Emoji wäre – welches personifiziert die BLM für Sie am besten und warum?

Dr. Thorsten Schmiege: Ganz klar, die bayerische Brezn! Denn ich bin davon überzeugt: das Bayerische, die bayerischen Sender, gehören unbedingt zur DNA der BLM.

Herr Schneider, welches Emoji wählen Sie?

Siegfried Schneider: Also ich nehme das, was die BLM nicht sein soll: Nämlich eine Detektivin, die überall versucht, den noch so kleinsten Verstoß herauszufinden. Da verlieren wir doch den Blick aufs große Ganze.

Und Sie, Herr Prof. Ring?

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Natürlich den Sieger-Pokal. Die BLM war und ist für mich die Nummer eins unter den Medienanstalten.

Lassen Sie uns über Ihre Aufbauarbeit für die BLM sprechen: Sie waren ja von Beginn an seit 1985 dabei und ab 1990 dann 21 Jahre lang BLM-Präsident. Zunächst musste ja das duale Rundfunksystem erst entstehen. Was war damals für Sie die Motivation, BLM-Präsident zu werden?

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Das Chaos damals, was da los war im Landtag, in den Ausschüssen, kann man sich heute gar nicht mehr vorstellen: Überall aufgeheizte, negativ aufgeladene Diskussionen, nein, Streitigkeiten über den geplanten Start des Privatfunks. Immer schoss damals der Bayerische Rundfunk dagegen, mit seinem unglaublichen Einfluss. Und eine Bürgerinitiative mit Sprüchen wie „Kein Kommerz für die Weltstadt mit Herz“... In dieser Gemengelage ein duales System aufzubauen, das mehr Vielfalt bringt – das war meine Motivation in der BLM. Am 1. April 1984 saßen wir mit wenigen Mitarbeitern auf einem geliehenen Schreibtisch. Wir waren in Aufbruchsstimmung und wollten wirklich etwas verändern.

Was war die größte Herausforderung Ihrer Amtszeit?

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Für mich war von Anfang an eine gute finanzielle Ausstattung der BLM zentral. Das war und ist die Voraussetzung, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen, Kompetenz aufzubauen. Ohne eine funktionierende BLM wären die privaten Sender nicht auf den Weg gebracht worden. Zu Beginn haben wir deshalb zehn Millionen Mark Schulden gemacht. Der Verwaltungsrat war ganz nervös und es wurden Stimmen lauter, die sich für Zuschüsse vom Staat aussprachen. Doch das habe ich immer abgelehnt, weil der Staat dann mit am Tisch sitzt. Also haben wir mit Schulden weitergemacht. Und dann haben der damalige Staatssekretär Stoiber und die Staatskanzlei im Konzert der Länder durchgesetzt, dass damals zwei Prozent aus dem Rundfunkbeitrag zur Finanzierung der Landesmedienanstalten beschlossen wurden. Ursprünglich hatten sich die Länder im Vorfeld für die Landesmedienanstalten auf ein Prozent an der Rundfunkgebühr verständigt, aber ich sagte Stoiber am Vorabend, mit einem Prozent werden wir nicht über die Runden kommen. Und dann konnten wir die zehn Millionen zurückzahlen.

Herr Schneider, Sie wurden 2011 BLM-Präsident. Das waren etwas ruhigere Zeiten. Die private Rundfunklandschaft war schon aufgebaut in Bayern. Es gab Internet



Dr. Thorsten Schmiege ist seit Oktober 2021 Präsident der BLM. Seine Tätigkeit für die Landeszentrale begann der Jurist im September 2019 als Geschäftsführer.

und Social Media, aber die Plattformen waren noch nicht ganz so mächtig wie heute. Was war für Sie der Grund zu sagen: Ich verlasse jetzt die Politik und werde BLM-Präsident...?

Siegfried Schneider: In der Zeit damals nahm die Digitalisierung Anlauf. Ich erinnere mich, wie ich damals in einer der ersten Besprechungen gefragt habe, was wir eigentlich bei den neuen Medien machen, schließlich heißt es ja Bayerische Landeszentrale für neue Medien... Doch da war ein großes Schweigen. Also haben wir begonnen, uns mit digitalen Medien zu beschäftigen. Die Medien. Bayern ist entstanden, das Media Lab und das Mediennetzwerk Bayern sind gegründet, die Medientage München und die Lokalrundfunktage zusammengeführt worden, und wir haben uns verstärkt um Gamesförderung gekümmert. Und, was mir ebenfalls ein großes Anliegen war: Ich habe mich dafür eingesetzt, dass die Medienpädagogik als Aufgabe der BLM ins Bayerische Mediengesetz kommt. Kurz gesagt: Als Minister konnte ich Beschlüsse fassen. Als BLM-Präsident konnte ich zehn Jahre lang an deren Umsetzung mitwirken – das macht froh.

Und das größte Hindernis in diesen zehn Jahren?

Siegfried Schneider: Natürlich die Corona-Krise. Hier war letztlich die Frage, ob die Sender überhaupt noch senden können? Und am Ende des Tages konnten wir nicht – wie Prof. Ring seinerzeit – auf Geld vom Freistaat verzichten. Ohne die Corona-Hilfspakete, die

wir damals geschnürt haben, hätten wir keine Rundfunklandschaft mehr in Bayern gehabt.

Herr Dr. Schmiege, Sie haben im Oktober 2021 den Staffelfstab übernommen. Die Branche stand unter Druck – wegen Corona und der globalen Streaming-Konkurrenz. Warum wollten Sie den Job trotzdem machen?

Dr. Thorsten Schmiege: Schon seit 2017 war ich ja in der Bayerischen Staatskanzlei mit Medien beschäftigt. Was passiert im Internet? Kann man große amerikanische Plattformen regulieren? Welche Parameter braucht es für die Aufsicht in der digitalen Medienwelt? Das waren unglaublich spannende Fragen, mit denen wir uns im Vorfeld des Medienstaatsvertrags, der 2019 ausverhandelt wurde und 2020 in Kraft getreten ist, beschäftigt haben. Und dann kam die Chance, diese neuen Regelungen anzugehen und umzusetzen – erst als Geschäftsführer und jetzt als Präsident der Landeszentrale. Das hat mich gereizt, da geht es mir ähnlich wie Herrn Schneider.

Ist nicht gerade die Online-Aufsicht eine undankbare Sisyphus-Arbeit?

Dr. Thorsten Schmiege: Da darf man sich nicht verschrecken lassen. Natürlich hören wir oft, dass das alles gar nichts bringt. Aber wir beweisen das Gegenteil: So haben wir gerade wieder einen Jugend- und Nutzerschutzbericht vorgelegt, in dem wir eindrucks-

voll illustrieren, wie wir alle Hebel in Bewegung setzen, um gegen Hass und Hetze und andere ganz furchtbare strafbare Inhalte im Netz vorgehen. Und das Schöne daran ist, es wirkt. Die Plattformen nehmen uns ernst – auch wenn es natürlich erstmal der berühmte Tropfen auf den heißen Stein ist. Aber man muss nun mal den ersten Schritt gehen. Und wenn es der richtige Weg ist, dann kann man auch weitergehen. Genau das haben wir vor.

Lassen Sie uns in die Zukunft schauen. Warum braucht es in den nächsten 40 Jahren noch eine Medienanstalt wie die BLM?

Dr. Thorsten Schmiege: Weil für mich die BLM so etwas wie die Versicherung für die lokalen Medien ist. Ich glaube, wenn es keine BLM gibt, dann wird es für lokale Medien noch schwerer. Deshalb möchte ich die Frage lieber anders herum beantworten: Warum braucht es lokale Medien und deswegen auch eine BLM, die sie fördert und unterstützt? Meine Überzeugung ist: Es braucht unbedingt viele unabhängige, möglichst auch lokale Medien. Wir als BLM tun deshalb - mit Unterstützung des Freistaats Bayern - alles dafür, dass sich die vielfältige lokale Rundfunklandschaft für die Zukunft bestmöglich aufstellt. Die vielen, vielen kleinen Sender alleine würden das nicht schaffen. Aber was wäre das dann für eine Demokratie, wenn am Ende nur noch die großen Plattformen blieben, die dann gegebenenfalls mit KI die Nachrichten generieren, vielleicht sogar unter dem Einfluss von anderen Regierungen?

Herr Prof. Ring, wie sehen Sie die Zukunft der lokalen Sender hier in Bayern und die Zukunft der BLM?

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Also ich finde, wir brauchen die BLM auch als Aufsicht im Sinne eines staatsfernen Inhaltes. Mir fällt in der aktuellen Diskussion um Fake News zunehmend auf, dass die Prinzipien der Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt fast ein Stück weit vernachlässigt werden. Für die Landeszentrale heißt das: Zum einen haben wir die Einhaltung anerkannter journalistischer Grundsätze zu überwachen. Andererseits wollen und müssen wir die Meinungsfreiheit fördern – was auch bedeuten kann, von der Mehrheitsmeinung stark abweichende Haltungen zu tolerieren. Das kann und darf nur eine staatsferne Aufsicht wie die BLM leisten. Denn wir sind der Allgemeinheit und nicht einer bestimmten Regierung oder privatwirtschaftlichen Interessen verpflichtet.

Herr Schneider, was ist für Sie das wichtigste To-Do für die nächsten 40 Jahre?

Siegfried Schneider: Wie kann man die lokale Struktur der Medien in einem Land erhalten? Das ist aus meiner Sicht eine äußerst wichtige Frage, da bin ich ganz bei Herrn Dr. Schmiege. Wir wissen aus vielen Studien: Das Vertrauen der Menschen in lokale Medien ist groß. Und wir wissen auch: Dort, wo es keine oder kaum mehr lokale Medien gibt, sinkt das Vertrauen in die Demokratie. Deshalb müssen wir lokale Medien erhalten und stärken. Doch eine Refinanzierung für lokale Medien auf dem Markt wird aus meiner Sicht auf Dauer so nicht mehr möglich sein. Deshalb müssen wir eine gesellschaftliche Diskussion führen: Wollen wir lokale Medien? Und wenn ja, wie will man sie finanzieren? Ich meine, da muss man auch strukturell herangehen. Das ist eine zentrale Aufgabe der BLM für die Zukunft.

Wir können leider nicht alle Herausforderungen der Zukunft besprechen. Aber über Künstliche Intelligenz

Siegfried Schneider, Staatsminister a.D., war von Oktober 2011 bis September 2021 Präsident der BLM.





Prof Dr. Wolf-Dieter Ring war von 1990 bis 2011 Präsident der BLM. Seine Tätigkeit für die Landeszentrale begann der Jurist im April 1985 als Beauftragter, ab 1986 übernahm er die Geschäftsführung.

müssen wir reden. Zum 25. BLM-Jubiläum dachten wir, das Internet hätte die Medien rasend schnell gewandelt. Doch jetzt ist KI da und wir wissen, was rasend schnell wirklich bedeutet. Europa hat mit dem AI-Act erste Leitplanken in der Regulierung gesetzt. Den einen sind sie zu hart, den anderen zu weich. Was zeichnet für Sie eine smarte KI-Regulierung aus?

Dr. Thorsten Schmiede: Von einer Amerika-Reise kürzlich habe ich eine gute Nachricht mitgenommen: Die Erkenntnis, dass es gerade für Künstliche Intelligenz Leitplanken geben muss, ist auch in den USA überraschend weit verbreitet. Aber – und das ist die schlechte Nachricht: Während wir in Europa zaudern und Risiken im AI-Act analysieren, werden in der Bay Area Fakten geschaffen. Neben dieser unheimlichen Energie und auch ausgeprägten Risikobereitschaft sind es vor allem die hervorragenden Rahmenbedingungen für Venture Capital, die auch deutsche Start-Ups locken. Daran sollten wir uns stärker orientieren. Und deshalb müssen wir – auch wenn es abgedroschen klingt – vor allem die Chancen der KI im Blick haben. Smarte Regulierung heißt für mich, dass wir uns auf die Monopolstrukturen der globalen Player fokussieren müssen. Sie werden ja durch KI ungleich verstärkt, weil es einfach eine sehr teure Technologie ist, die dahintersteckt.

Herr Schneider, Herr Prof. Ring, was meinen Sie, lässt sich KI überhaupt regulieren?

Siegfried Schneider: Mehr ermöglichen, weniger regulieren – das ist aus meiner Sicht aktuell die Herausforderung in Sachen Künst-

licher Intelligenz. Wir müssen zunächst einmal unseren Forschern, unseren Startups die Chance geben, mit KI etwas zu entwickeln. Ansonsten werden aus fünf Big Tech bald zwei Big Tech. Erst in einem zweiten Schritt sollte es darum gehen, negative Auswüchse einzudämmen und Gutes zu befördern.

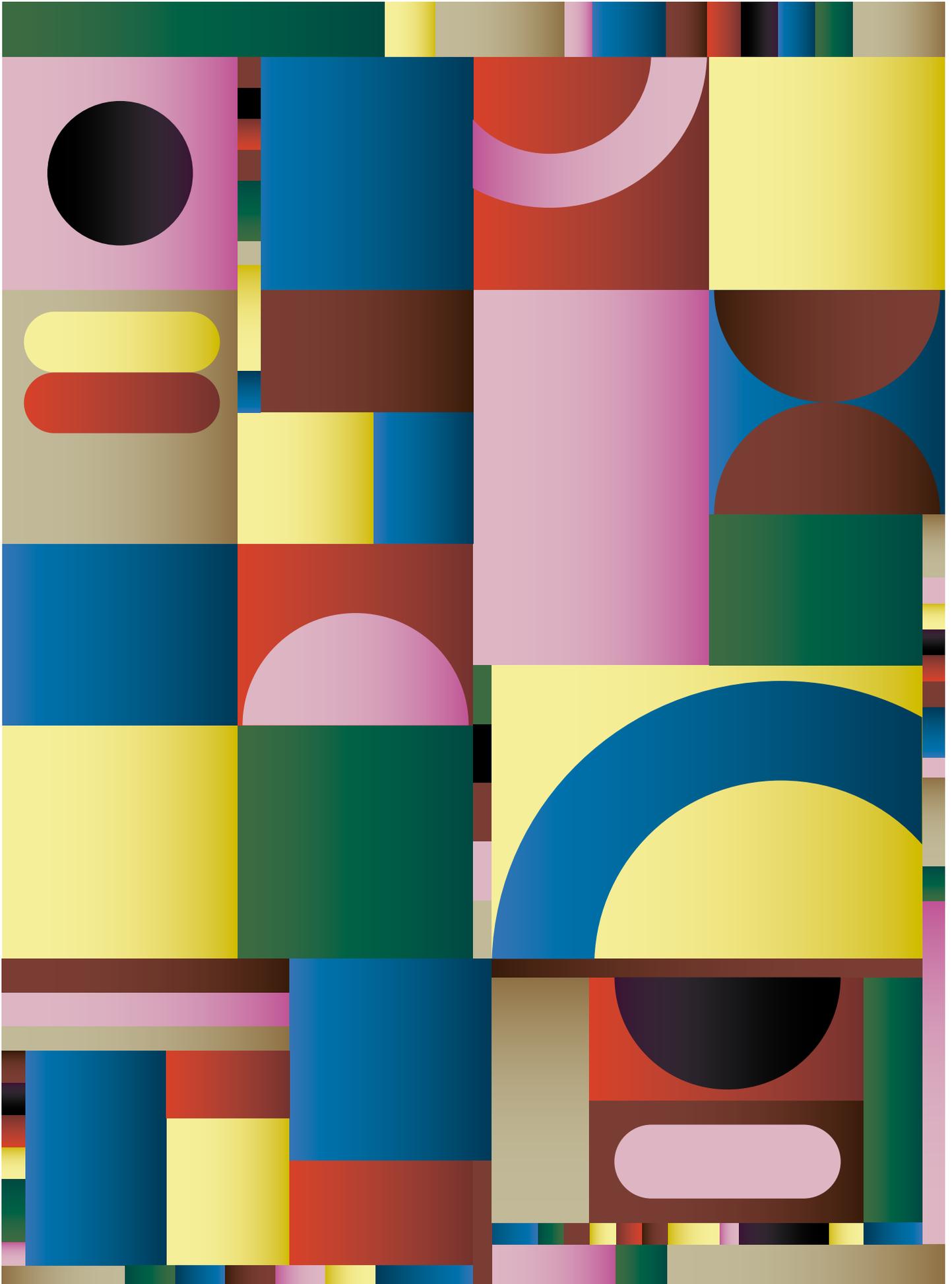
Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Dem stimme ich ausdrücklich zu. Wir müssen die Chancen der Künstlichen Intelligenz im Auge haben – und vor allem auch eine gesellschaftliche Debatte dazu führen, die diese Chancen darstellt.

Wir werden dieses Thema heute sicher nicht zum letzten Mal diskutieren. Doch jetzt noch eine Frage mit Fokus auf die DNA der BLM: #BayernLiebtMedien – das ist der Titel einer neuen BLM-Social Media-Kampagne anlässlich 40 Jahre BLM. Deshalb zum Abschluss: Warum lieben Sie die bayerische Lokalrundfunkbranche?

Dr. Thorsten Schmiede: ...weil sie relevant ist, relevant für unsere Demokratie, dank ihrer Berichterstattung auf Augenhöhe, von Mensch zu Mensch, über die Themen vor der Haustür.

Siegfried Schneider: ...weil im bayerischen Lokalfunk gut ausgebildete junge Talente arbeiten, die mit Engagement und Emotion einen tollen Job machen.

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: ...weil mich die Begeisterung für neue Ideen, für andere Inhalte, für spannende Innovationen in den lokalen Sendern schon immer fasziniert hat. Deshalb ist die bayerische Lokalrundfunkbranche aus der Medienlandschaft nicht wegzudenken. Und das soll auch so bleiben. ●



Was wäre Bayern ohne den privaten Rundfunk?

Mission Vielfalt

Aufbruchstimmung und der Kampf um Frequenzen kennzeichnen den Start des privaten Rundfunks Mitte der 80er Jahre. Doch die Konzepte zur Realisierung der lokalen Radio- und Fernsehlandschaft unterschieden sich in den Bundesländern erheblich. Für Bayern stand die Mission Vielfalt im Mittelpunkt.

● Text: Franziska Mozart

23 Bewerbungen für drei UKW-Frequenzen in München: Ein gutes Beispiel für die Frequenzknappheit zu Beginn der privaten Rundfunkära in Bayern. Denn die lokale Vielfalt war in den ersten Jahren eng mit der technischen Verbreitung verknüpft. Heute ermöglichen digitale Verbreitungswege ein Angebot an Radio- und TV-Sendern, Streaming-Services, Audio- und Video-Formaten, von dem Mitte der 80er Jahre nur geträumt werden konnte.

Viele der Bewerber für die Münchner Frequenzen im Jahr 1985 waren schon davor aktiv und sendeten über Kabel. Die Kabelgesellschaften waren eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung des privaten Rundfunks. Doch über diesen Verbreitungsweg erreichten die Anbieter nur wenige Hundert Zuhörer. Der Umstieg auf UKW versprach erstmals höhere Reichweiten. Das entfachte eine Aufbruchstimmung in der bayerischen Medienlandschaft. Bis dahin gab es in einigen Landkreisen nahezu monopolartig agierende Verleger, für die das private lokale Radio eine Konkurrenz darstellte. „Radio war Kulturgut“, so Willi Schreiner, später 1. Vorsitzender des Verbandes Bayerischer Lokalrundfunk (VBL). „Doch es hatte keiner so richtig eine Ahnung, wie privater Rundfunk funktioniert.“

Unvergleichliches Pioniergefühl

Die Anfangszeit des privaten Rundfunks in Bayern war von Pioniergeist, Experimentierfreude und einer gewissen Improvisation geprägt. Studios wurden in Kellern und auf Dachböden eingerichtet, Sendungen oft mit einfachsten Mitteln produziert. Radiomacher mussten sich ihre Technik häufig selbst zusammenstellen. Der Austausch mit den Hörern war direkter und ungefilterter als im etablierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Diese lockere Atmosphäre sorgte für ein unvergleichliches Pioniergefühl. Georg Dinger, Pionier der ersten Stunde bei Radio Gong 2000, erinnert sich: „Die Moderatoren haben ihre Platten selbst mitgebracht. Kein Research, keine Vorgabe. Nur die Musikrichtung stand fest. Und wenn der Moderator schlecht drauf war, hat er halt nur Transusen-Musik gespielt.

Wenn er gut drauf war, hat's gekracht.“ Die Begeisterung war riesig, obwohl es kaum Erfahrungswerte gab. Besonders junge Talente nutzten die neuen Möglichkeiten, sich kreativ auszuleben. Es entstand eine einzigartige Mischung aus professionellem Anspruch und chaotischer Leidenschaft, die das neue Medium zu einem spannenden Experimentierfeld für Unterhaltung und Information machte. Mit jeder neuen Sendung wuchs das Selbstbewusstsein der Radiomacher, und das Publikum entwickelte eine enge Bindung zu „ihrem“ lokalen Sender.

Für die Frequenzverteilung war die neu gegründete Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) zuständig – sie ist auch heute noch für die Zuweisung von Übertragungskapazitäten verantwortlich. Elf Anbieter durften ab 29. Mai 1985 über UKW in München auf Sendung gehen. Sie teilten sich die Frequenzen 89,0 MHz, 92,4 MHz und 96,3 MHz und hießen Radio M1, Radio 44, Radio Aktiv oder Radio Xanadu. Auch Radio Gong 2000 sendete von Anfang an und ist noch heute als Radio Gong aktiv und bekannt.

Das Teilen der Frequenzen war nicht ganz einfach, vor allem da alle Radiosender eigene Studios, teils in Privatwohnungen, hatten. Und nicht alle Anbieter fanden die anderen auf der gemeinsamen Frequenz gut. Da wurde nach der Übergabe auch mal akustisch die Klospülung betätigt, um die eigene Haltung zur vorhergehenden Sendung zu zeigen. Doch immerhin kamen auf diese Weise die unterschiedlichsten Anbieter zum Zuge. Als der Hörfunk-Frequenzplan 1986 im Medienrat vorgestellt wurde, sprach der erste BLM-Präsident Dr. Rudolf Mühlfnz von einem „Frequenzwunder“, das sich keiner hätte vorstellen können.

Die Qualität der Sendungen schwankte. Kein Wunder, denn immerhin wuchs hier das Berufsfeld der Radiomoderation und -produktion schlagartig, das zuvor nur für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk relevant war. Viele Mediengrößen starteten ihre Karrieren im privaten Rundfunk. Helmut Markwort war der erste Senderchef von Radio Gong. Michael „Bully“ Herbig begann in den 90er Jahren mit Auftritten in der Morgenshow.



Mission Vielfalt als Ziel:
Darin waren sich Dr. Rudolf Mühlfnz,
erster Präsident der BLM, und sein
damaliger Geschäftsführer und Nachfolger
Dr. Wolf-Dieter Ring einig.

Vielfalt als treibende Kraft des privaten Rundfunks

Damals wurde in Bayern der Grundstein gelegt für eine Vielfalt in der lokalen Radio- und Fernsehlandschaft, die ihresgleichen sucht. „Basis für die Vielfalt war der Freiraum, den die Politik der BLM zur Realisierung des lokalen Hörfunk- und Fernsehkonzepts eingeräumt hat. Das ist nur dank des starken Medienrats, eines guten Konzeptes und des Einsatzes der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelungen“, erinnert sich Mühlfnzls Nachfolger als BLM-Präsident, Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring.

Nach dem Start entwickelte sich die Branche schnell weiter. Die Hörfunkanbieter traten bald unter gemeinsamen Frequenznamen auf, auch wenn sie sich die Frequenz teilten. Das versprach eine bessere Position gegenüber Werbekunden. Und es blieb nicht beim Radio. Schon 1986 folgte mit Kanal 4 das erste private TV-Programm per Antenne.

Von Anfang an setzten die privaten Anbieter auf Vielfalt. Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk boten sie neue Formate, kreative Sendungen und eine bürgernahe Berichterstattung. Dieser Innovationsgeist wirkte sich auf das gesamte Mediensystem aus: Das private Radio war die „Brutstätte“ für neue Formate, Technik und Moderationspersönlichkeiten. Formatierte Sendungen mit Jingles als Verbindungsstücke, Selbstfahrerstudios, in denen die Moderatoren die Technik selbst bedienten – das alles entstand im privaten Rundfunk und sorgte für qualitativ hochwertigere Programme.

Im Laufe der Jahre schaffte es die bayerische Radiolandschaft, den UKW-Flickenteppich immer weiter zu knüpfen und das Sendernetz im Sinne der lokalen Betreiber immer weiter zu spinnen. Mit der Einführung von DAB+ stiegen die Vielfalt und Übertragungsqualität noch weiter an. Auch deshalb ist die Bedeutung des Lokalfunks für die Medienvielfalt heute noch immens.

„Gerade in Zeiten der Digitalisierung und zunehmender Medienkonzentration sind lokale Radiosender eine wichtige Säule für unabhängigen Journalismus“, so BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege. „Durch ihre Nähe zum Publikum können sie auf lokale

Anliegen eingehen und sorgen für einen direkten Austausch zwischen Bürgern und Medienschaffenden“.

In vielen ländlichen Regionen Bayerns sind private Lokalprogramme mittlerweile die einzige verbliebene Nachrichtenquelle, nachdem sich Printmedien zurückgezogen haben. Sie garantieren, dass auch kleinere Gemeinden eine Stimme in der Berichterstattung behalten. Darüber hinaus sind sie ein wichtiger Faktor für kulturelle Identität und Heimatverbundenheit und spiegeln die Vielfalt Bayerns wider. Journalistische Qualität und wirtschaftliche Solidarität: Privater Rundfunk bedeutet nicht nur Wettbewerb, sondern auch Qualitätssicherung. Um hervorragende journalistische Leistungen zu prämiieren, wurde bereits 1988 der erste BLM-Hörfunkpreis verliehen. Später kamen die BLM-Fernsehpreise dazu.

Doch auch die Wirtschaftlichkeit ist ein Thema für den Lokalrundfunk. Um die Zersplitterung der nationalen Werbung zu beseitigen, schlossen sich 1992 die lokalen Radiosender auf Empfehlung der BLM zum Bayern Funkpaket zusammen und vermarkten seitdem ihre Programme gemeinsam. Inzwischen sind 62 Lokalradiostationen unter diesem Dach gebündelt und sichern damit ihre wirtschaftliche Basis ab.

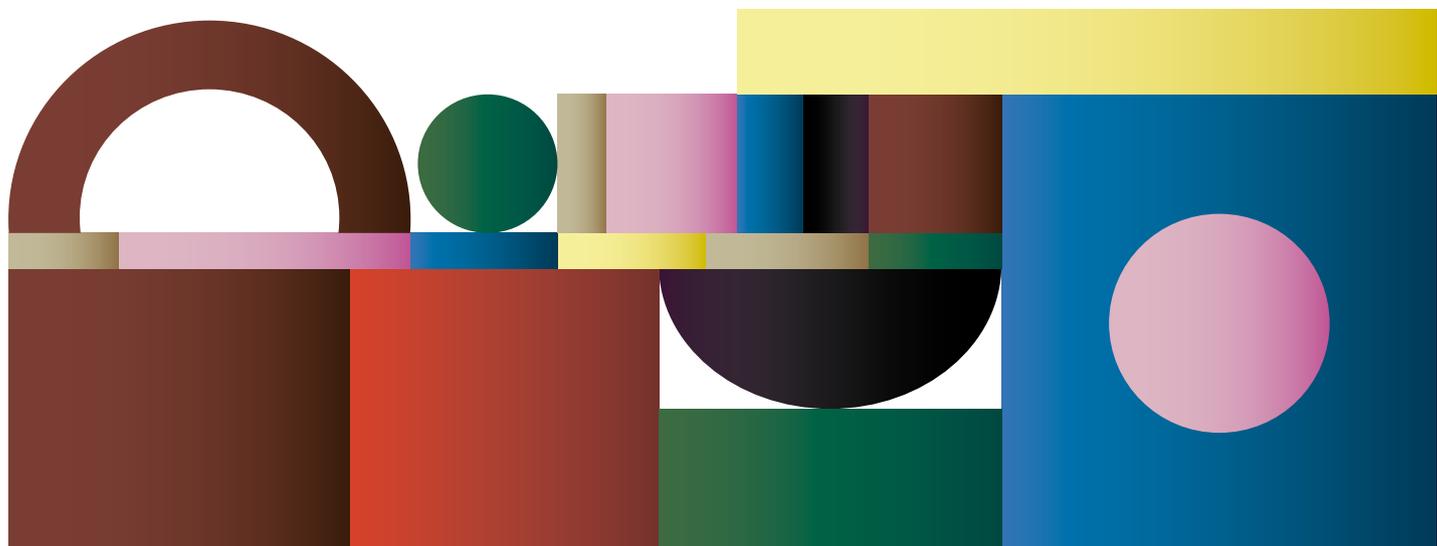
Blick nach vorn: Starker Lokaljournalismus entscheidend

40 Jahre nach dem Start der ersten privaten Sender steht die Branche erneut vor großen Herausforderungen. Künstliche Intelligenz, digitale Transformation und der Wettbewerb mit internationalen Tech-Konzernen stellen neue Anforderungen an Medienanbieter. Dennoch bleibt der private Rundfunk unverzichtbar, um bayerische Identität und Vielfalt zu erhalten. „Technisch wird sich noch einiges tun“, so Willi Schreiner. „Der Wettbewerb wird härter, wir haben in manchen Gebieten um die 100 Sender in der Luft.“

Neben klassischen Radio- und TV-Formaten nimmt die Bedeutung von Podcasts und personalisierten On-Demand-Angeboten weiter zu. Doch ein starker Lokaljournalismus wird auch weiterhin entscheidend sein, um unabhängige Berichterstattung nachhaltig zu sichern und eine authentische Stimme für Bayern zu bleiben. ●



Welche Bedeutung hat der lokale Rundfunk für Bayern und die BLM? Dazu haben wir Mike Thiel von Radio Gong und Casimir Walter von Radio Energy gefragt.



Medienticker Bayern

Was im Koalitionsvertrag in puncto Medienregulierung geplant ist

Medienvielfalt bleibt Schlüsselthema

Der neue Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD enthält einige Vorschläge zum Thema Medien, die geprüft werden sollen, wie die Einführung einer Abgabe von Online-Plattformen oder eine verschärfte Haftung von Plattformen für Inhalte. Für BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege trägt er mit Blick auf die Medien ganz klar eine föderale Handschrift.

Die Medienvielfalt bleibt Schlüsselthema. „Gut, dass sich die Koalition ausdrücklich zur Förderung des lokalen Journalismus, zu Medienfreiheit und einer staatsfernen Aufsicht bekennt. Ich gehe davon aus, dass man hier weiter auf die bestehenden Strukturen der Medienanstalten setzt. Die steuerliche Förderung von Film und Games soll kommen“, so der BLM-Präsident in einer ersten Einschätzung. Kooperation statt Konfrontation heißt die Maxime

der Landeszentrale. Das sehen offenbar auch die Koalitionäre so. Kooperationen von und mit Privaten sollen ermöglicht und das Wettbewerbsrecht weiterentwickelt werden. Jetzt müssen die Möglichkeiten dafür genutzt werden, ohne dass aus Vielfalt Einfalt wird.

Weitere Pläne: Die Einführung einer Abgabe für Online-Plattformen, deren Erlöse dem Medienstandort zugutekommen, soll genauso geprüft werden wie eine verschärfte Haftung von Plattformen für Inhalte. „Das könnten wichtige Schritte für ein Level-Playing-Field im Medienbereich werden“, findet Schmiege.

Künstliche Intelligenz als Chance nutzen zu wollen, betont auch der Koalitionsvertrag. Aber mit Verantwortung in Regulierungsfragen. „Der AI-Act muss praxistauglich umgesetzt werden. Außerdem soll mit den Ländern eine Strategie „Kultur & KI“, entwickelt werden. Das gilt hoffentlich umso



BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege sieht Lösungsansätze für wichtige Medienthemen im Koalitionsvertrag.

mehr für Medien und KI“, so die Einordnung des BLM-Präsidenten.

Sein Fazit: „Das Kapitel Kultur und Medien trägt ganz klar eine föderale Handschrift. Und die offenen Umsetzungsfragen – UHF-Band, Subsidiarität im europäischen Medienrecht – klären wir auch noch.“

Meldungen

Erstmals BLM-Medienpreise auf #LRFT25 verliehen

Am 25. und 26. Juni trifft sich in der Nürnberger Messe wieder die Lokalrundfunk-Branche zum Austausch über Trends und Zukunftsthemen. Erstmals werden im Rahmen der Eröffnung auch die BLM-Medienpreise verliehen. Sie lösen die damit den BLM-Telly für Lokalfernsehbeiträge und den BLM-Hörfunkpreis ab. Da lokale Themen nicht mehr nur im Hörfunk oder TV stattfinden, sondern das Publikum täglich vielfach über begleitende Online- und Social-Media-Formate erreicht wird, folgt die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) dieser Entwicklung auch bei der Auszeichnung der besten lokalen Beiträge. Bayerische Anbieter konnten für den Preis erstmals begleitende oder originäre Online- oder Social-Media-Formate einreichen.

[Mehr zu den Preisen](#)

Angebunden oder abgekoppelt?

Ein Drittel der Bevölkerung droht den Anschluss an den politischen Diskurs zu verlieren. Die Gründe für die Abkoppelung: Überforderung, selektive Mediennutzung oder gezielte Abgrenzung. Damit alle Menschen am Diskurs teilnehmen können, müssen in der Informationsvermittlung die unterschiedlichen Bedürfnisse bedient werden. Das zeigt die neue Studie „Angebunden oder abgekoppelt?“ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in Zusammenarbeit mit dem rheingold Institut und der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Die Studie differenziert zwischen sechs Meinungsbildungstypen, die jeweils ein eigenes Informationsnutzungsmuster zeigen.

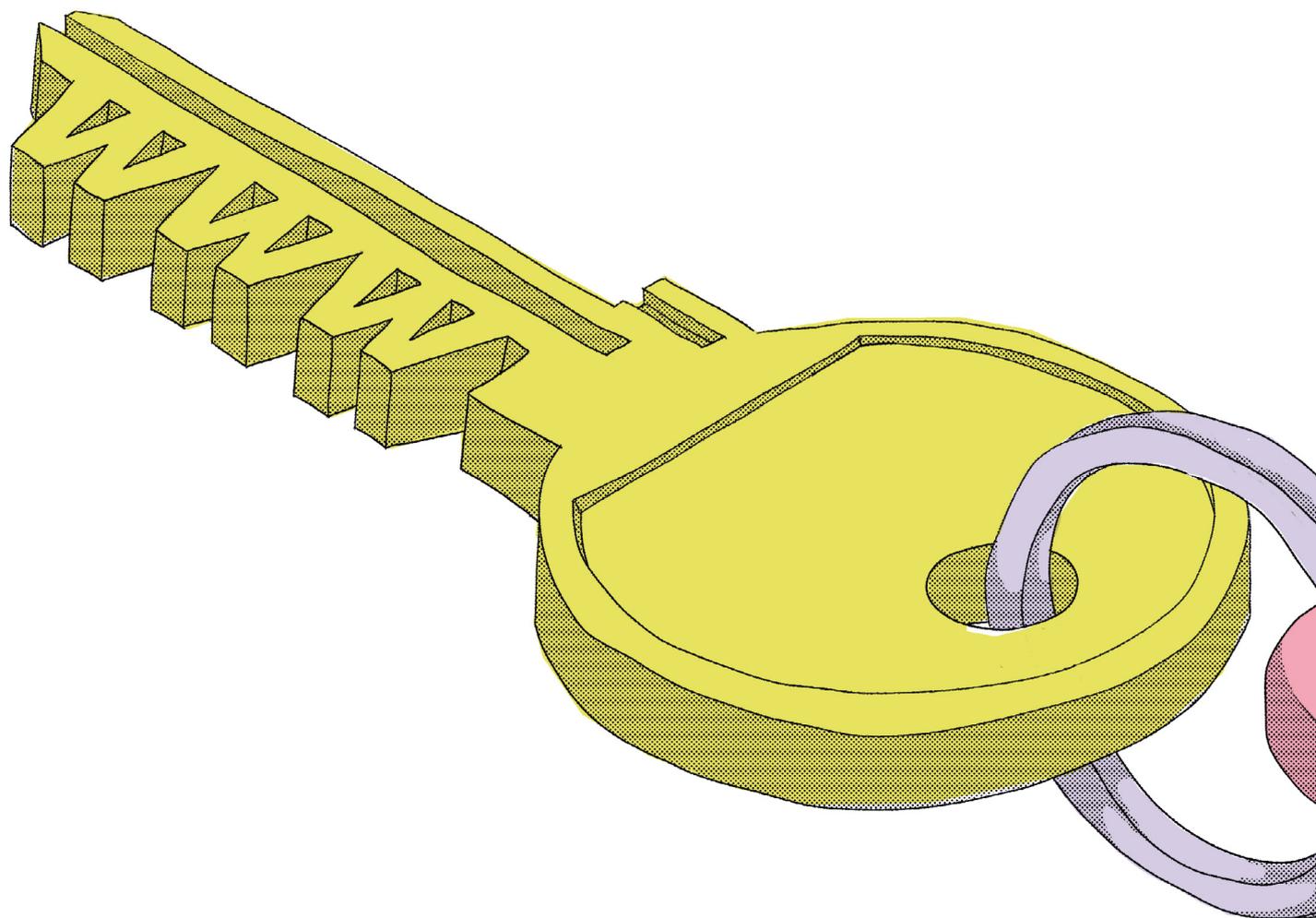
[Studie zum Download](#)

Politische Werbung im Storyquiz

Wie gut kennst du dich mit politischer Werbung aus? Ein neues Werbequiz der BLM richtet sich an Content Creators und Menschen, die viel posten. Am Beispiel der Story von „Influencerin Lynn und das Rätsel um die politische Werbung“, informiert die BLM, welche Formen politischer Werbung im Internet bzw. auf Social Media möglich sind und wann politische Werbung verboten ist, z.B. in Reels. Das Quiz ist hier abzurufen:



[Das Werbequiz](#)

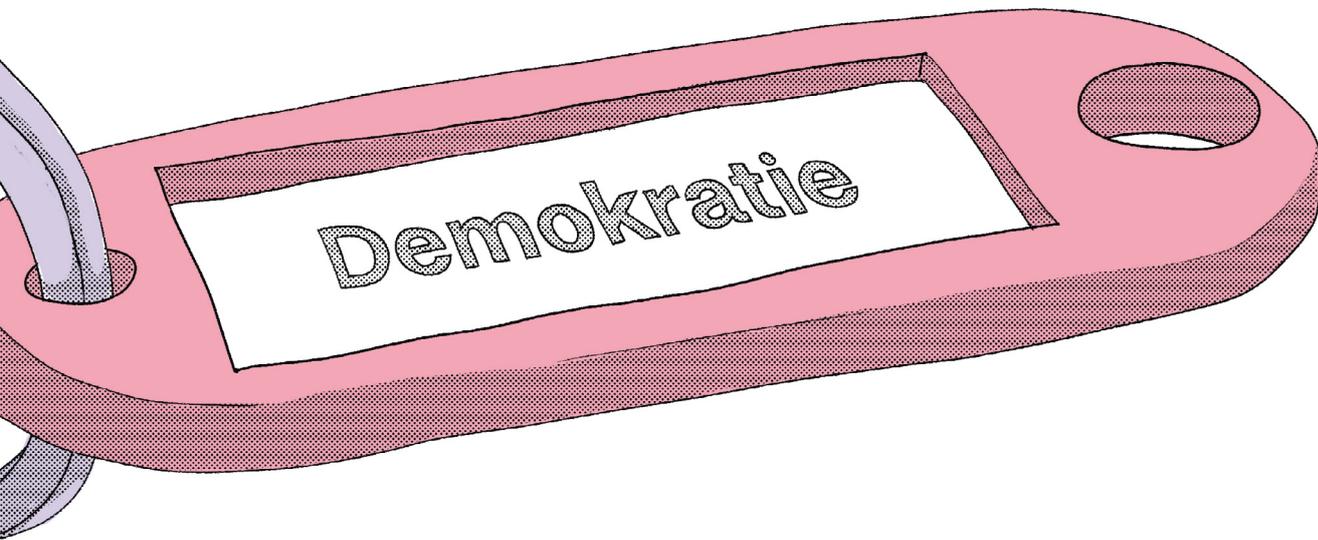


Medien- und Digitalkompetenz im Wandel

Demokratische Werte schützen – sichere Teilhabe ermöglichen

Medienkompetenz ist heute in aller Munde und wird als Schlüsselkompetenz für demokratische Gesellschaften im digitalen Zeitalter betrachtet. Aber so, wie sich im Laufe der Zeit die Bezeichnungen geändert haben, ändern sich auch die Herausforderungen für die Medienpädagogik durch den immer schnelleren Wandel der Medienwelt.

● Text: Verena Weigand



Früher war Medienpädagogik eine klassische „Bindestrich-Pädagogik“, durchlief dann die Phasen der Medienerziehung, der Medienbildung und der Medienkompetenz bis hin zur Digitalkompetenz. Nun kommt vermutlich die KI-Kompetenz hinzu. Auch die Zielrichtung hat sich verändert. Noch in den neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts sollten medienpädagogische Initiativen den Einzelnen vor allem dazu befähigen, Medien aktiv nutzen zu können, um seine Anliegen öffentlich zu artikulieren. Typische „Lern- und Ausspielstationen“ dafür waren die offenen Kanäle. In Bayern boten die afk Aus- und Fortbildungskanäle eine Plattform dafür. Daneben existierte in Deutschland ein ausgeprägter Jugendmedienschutz mit einer Reihe von Institutionen und Behörden, die schädliche Inhalte von Kindern und Jugendlichen fernhalten sollten.

World Wide Web ändert die medienpädagogische Perspektive

Der große Bruch kam mit dem Internet. Zum einen konnte der Jugendschutz keine flächendeckend umgesetzten Maßnahmen im World Wide Web mehr garantieren. Zum anderen wurde es immer einfacher für jeden, sich ohne Workshops oder Anleitungen öffent-

lich im Netz zu äußern. Damit gingen Verschiebungen der medienpädagogischen Perspektive einher. Diese Verschiebungen lassen sich auch in den Aktivitäten der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) auf diesem Gebiet nachzeichnen. Im Jahr 1991 wurde ganz im Sinne der aktiven Medienarbeit das Programm „In eigener Regie“ aufgesetzt. Es war in Deutschland einzigartig und ermöglichte Jugendlichen in ganz Bayern, durch finanzielle Förderung und fachliche Betreuung eigene Video- oder Audiobeiträge zu erstellen.

Bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt, im Jahr 1994, wurde das [Forum Medienpädagogik](#) der BLM ins Leben gerufen. Es bietet bis heute für alle Institutionen in Bayern, die sich mit diesem Thema beschäftigen, eine Plattform für den fachlichen Austausch. Eine große öffentliche Fachtagung des Forums, die viel Zuspruch findet, widmet sich jedes Jahr einem aktuellen Schwerpunktthema. 1996 wurde der Verein „Programmbewertung für Eltern“ gegründet, der von da an den [Flimmo](#) herausgab. Eltern wünschten sich damals eine pädagogisch fundierte Bewertung von Fernsehsendungen. Das Ampelprinzip des Flimmo bietet seit einigen Jahren eine einfache und anschauliche Lösung. Flimmo ist noch heute das größte medienpädagogische Projekt der Landesmedienanstalten, hat sich aber



über die Jahre hinweg stark den Veränderungen in der digitalen Welt angepasst, sowohl in den Inhalten als auch im Online-Auftritt. Den heutigen „Elternratgeber für TV, Streaming und YouTube“ gibt es inzwischen nur noch online.

Medienführerschein Bayern eine Erfolgsgeschichte

Ein deutliches Zeichen zur Stärkung der Medienkompetenz setzten Medienrat, Verwaltungsrat und Präsident mit der Durchsetzung und Gründung der [Stiftung Medienpädagogik Bayern](#) im Jahr 2008. Ein klares Signal für die Verstetigung dieser Aufgabe der Landeszentrale, die im Bayerischen Mediengesetz verankert ist. Ein Glücksfall war das zeitliche Zusammentreffen mit der Ankündigung des damaligen Staatskanzleichefs, einen [Medienführerschein Bayern](#) einzuführen. Die Stiftung wurde ausgewählt, den Medienführerschein zu entwickeln und herauszugeben. Es schloss sich eine nun bereits siebzehnjährige Erfolgsgeschichte an, die der Präsident der BLM als Vorsitzender des Stiftungsrats eng begleitet. 1,8 Millionen Medienführerschein-Urkunden sind mittlerweile verliehen worden. Mit dem zweiten großen Projekt der Stiftung, dem [Referentennetzwerk Bayern](#) gelang es, in ganz Bayern Informationsveranstaltungen für Eltern und Erziehende anzubieten, die regelmäßig schon zum Anfang des Jahres ausgebucht sind.

Sowohl die medienpädagogischen Aktivitäten im Bereich „Medienkompetenz und Jugendschutz“ als auch die Projekte der „Stiftung Medienpädagogik Bayern“ zielen auf eine selbstbestimmte und verantwortungsbewusste Mediennutzung. Sie sind breiten-

wirksam, sichtbar, effizient und möglichst passgenau auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten. Um junge Menschen im Netz auf Augenhöhe zu erreichen, ist im vergangenen Jahr beispielsweise das Projekt [„jung.engagiert.online“](#) gemeinsam mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis und dem Bayerischen Jugendring (BJR) aus der Taufe gehoben worden. Zu den drei unterschiedlichen Modulen gehört auch die TikTok-Redaktion „Riskantik“, in der junge Erwachsene redaktionelle Inhalte für Social Media erstellen.

Prävention, um positive Seiten der Digitalisierung nutzen zu können

Die BLM und ihre Stiftung reagieren mit ihren medienpädagogischen Ideen und Projekten auf die neuen und immer schnelleren Entwicklungen. So ist das Thema Fake News immer stärker in den Blick geraten, auch im Zusammenhang mit unseren demokratischen Werten. Wie kann darauf hingewirkt werden, dass Nutzer und Nutzerinnen von Plattformen, Formen oder Chatrooms Wahres von Falschem oder Gefälschtem unterscheiden können?

Hier kommt auch zunehmend die Künstliche Intelligenz mit ins Spiel, die aufgrund ihres inzwischen hohen technischen Standards Deep Fakes ermöglicht, die sogar Fachleute nicht immer sicher einordnen können. Bei diesen Themen rückt zwar der Präventionscharakter der Medienpädagogik in den Vordergrund. Nur so können wir es schaffen, allen Altersgruppen eine möglichst sichere Teilhabe an der Digitalisierung zu ermöglichen. ●



Literaturtipps

Bücher

Wolf-Dieter Ring (Hrsg.)

Aufbruch zur Medienvielfalt. Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern

CONTEXT VERLAG AUGSBURG 2019, ISBN: 978-3-946917-17-5
Wie kam es dazu, dass wir heute aus einer Fülle von privaten Radio- und TV-Angeboten wählen können? Die Beiträge zu diesem Sachbuch – mit vielen zum Teil bis dahin unveröffentlichten Abbildungen – erzählen die Geschichte des privaten Hörfunks und Fernsehens in Bayern. Es geht um einen Blick hinter die Kulissen. Dargestellt werden sollen interne Abläufe in der Politik und in wichtigen gesellschaftlichen Gruppen.



Paul Schick

Privater Hörfunk in Bayern. Kompetenzregelungen, medienpolitische Konflikte, gesellschaftliche Verflechtungen

REINHARD FISCHER VERLAG, MÜNCHEN 1991

Paul Schick analysiert die Einführung des privaten Hörfunks in Bayern. Er beleuchtet gesetzliche Kompetenzregelungen, politische Auseinandersetzungen und gesellschaftliche Verflechtungen, die den Aufbau und die Kontrolle des neuen Rundfunksystems maßgeblich beeinflussten.

Ludwig Maaßen

Der Kampf um den Rundfunk in Bayern. Rundfunkpolitik von 1945 bis 1973

VERLAG VOLKER SPIESS, BERLIN 1998

Ludwig Maaßen untersucht die Entwicklung der Rundfunkpolitik in Bayern von 1945 bis 1973. Im Fokus stehen Machtkämpfe zwischen Parteien, Institutionen und Medienakteuren um Einfluss, Kontrolle und Struktur des bayerischen Rundfunks in der Nachkriegszeit bis zur BR-Umgestaltung.

Artikel und Broschüren

Stephen Casper, David Krueger
und Dylan Hadfield-Menell

Pitfalls of Evidence-Based AI Policy

(ARXIV, 2025)

<https://doi.org>

Alex Moehring u. a.

Better Feeds: Algorithms That Put People First. A How-To Guide for Platforms and Policymakers

März 2025

[PDF Download](#)

<https://bit.ly/4mjUg2o>

Thorsten Schmiege

Wir brauchen Mut – Grußwort zur Eröffnung der Lokalrundfunktage 2024

Grußwort von BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege zur Eröffnung der Lokalrundfunktage am 25.06.2024

[Zum Grußwort](#)

Daniel Wirsching

BLM-Chef Siegfried Schneider: „Lokaler Rundfunk ist systemrelevant“

Augsburger Allgemeine 2020,
zuletzt abgerufen am 15.2.2021

www.augsburger-allgemeine.de

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen.

Die Infobroschüre der BLM

[DOWNLOAD](#)

Chronik der BLM

[DOWNLOAD](#)

Empfehlung der TENDENZ-Redaktion

Vielfalt vor Ort

40 Jahre BLM, 41 Jahre private Rundfunkangebote in Bayern: Beides ist untrennbar miteinander verbunden. Das zeigt die Publikation „Vielfalt vor Ort“, die vor allem die Struktur, das Programm und das Publikum des „Privatfunks“ in Bayern unter die Lupe nimmt.

Das Forschungsprojekt zur „Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern“ wurde von Prof. Dr. Manfred Tremel, dem langjährigen Vorsitzenden des Hörfunkausschusses im Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, angestoßen. Die Herausgeber sind Prof. Dr. Markus Behmer und Dr. Vera Katzenberger.

„Vielfalt vor Ort“ ist eine Publikation, in der die Geschichte der privaten Rundfunkangebote in Bayern wissenschaftlich und auch unterhaltsam aufgearbeitet wird. Deutlich wird darin vor allem, dass Bayern auch aufgrund der durch die BLM gesetzten strukturellen Rahmenbedingungen zu einem „Rundfunkmutterland mit der umfangreichsten Lokalradio- und Regionalfernsehlandschaft der alten wie dann auch der vereinten Bundesrepublik“ geworden ist.

Markus Behmer und Vera Katzenberger (Hrsg.):

Vielfalt vor Ort – Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern

BD. 34 DER SCHRIFTEN AUS DER FAKULTÄT GEISTES- UND KULTURWISSENSCHAFTEN DER OTTO-FRIEDRICH-UNIVERSITÄT BAMBERG, BAMBERG 2021.



Langfristiger Nutzen statt kurzfristiger Klicks

Wie lässt sich der demokratische Diskurs im Netz schützen, wenn Algorithmen, Künstliche Intelligenz, Soziale Medien und Videoplattformen zunehmend den Informationskonsum bestimmen? Torben Klaus von Agora Digitale Transformation plädiert dafür, nicht bei der Verantwortung für die Inhalte anzusetzen, sondern die Empfehlungssysteme auf einen längerfristigen demokratischen Nutzen zu optimieren.

● Ein Gastbeitrag von Torben Klaus

Wie viel Hugo Egon Balder hält eine Demokratie aus? Nach 40 Jahren privatem Rundfunk in Deutschland ist es an der Zeit, solche wirklich wichtigen Fragen zu stellen. Denn aus den Sorgen vor Balders „Tutti Frutti“ von damals lässt sich viel über die Misere der Medienregulierung von heute lernen. Und die beginnt mit der steten Angst vor dem demokratischen Niedergang, die neuen Medien anscheinend innewohnt. Bemerkenswert ist aus heutiger Sicht: Mit dieser Angst vor Hugo Egon Balder und dem Privatfernsehen wurde damals deutlich konstruktiver umgegangen als mit der heutigen Sorge vor Elon Musk und digitalen Plattformen. Doch der Reihe nach.

Als vor mehr als vier Jahrzehnten die Debatte aufkam, neben den öffentlich-rechtlichen Sendern auch privaten Rundfunk zu erlauben, wurden schnell Bedenken laut: Private Radio- und Fernsehsender einfach zulassen? Die Gefahr der Meinungsmacht der Sender schien viel zu groß. Was, wenn die Privaten mit „Tutti Frutti“ in Dauerschleife jegliches Interesse der Bürgerinnen und Bürger an politischer Bildung erstickten? Oder, noch schlimmer, sie einseitig beeinflussten? Die demokratische Meinungsbildung stand potenziell auf dem Spiel. Und das Bundesverfassungsgericht schob diesem Risiko einen Riegel vor: mit Regulierung auf Verdacht.

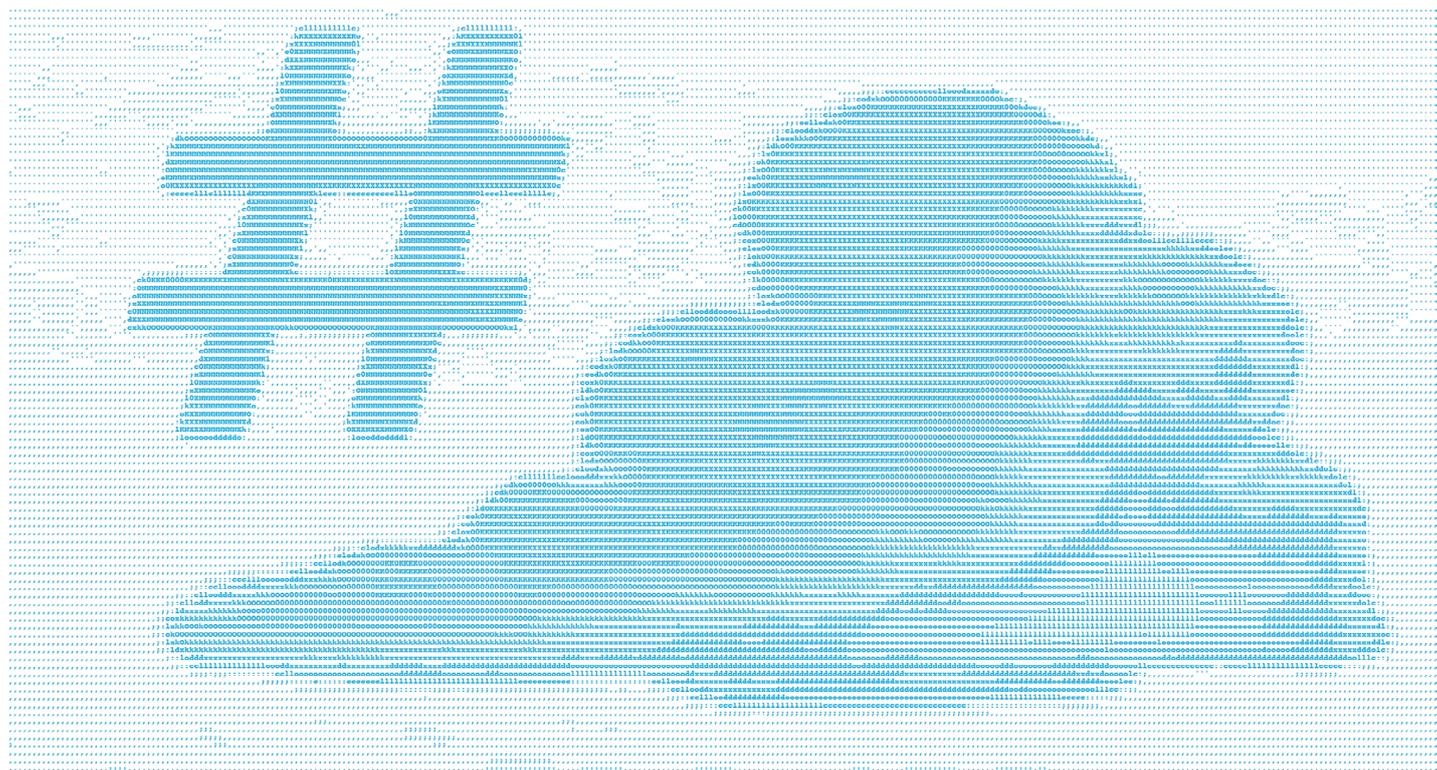
Zwar sei es ungewiss, ob privater Rundfunk sich wirklich zum Risiko für die demokratische Meinungsbildung entwickle, so das Gericht im Jahr 1981 in seiner Dritten Rundfunkentscheidung. Doch solange sich dieses Risiko „nicht mit letzter Gewissheit“ ausschließen lasse, müsse zumindest „eine hinreichende Wahrscheinlichkeit bestehen“, dass mit Hilfe von Regulierung auch die Privaten für Meinungsvielfalt sorgen. (vgl. BVerfGE 57, 295 (323 f.). In anderen Worten: Die Wirkung eines Mediums auf die Demokratie ist unklar? Dann muss der Staat einen Rahmen schaffen, der das Risiko minimiert.

Neue Form der Medienregulierung: Risiken belegen

40 Jahre später hat unsere Demokratie nicht nur „Tutti Frutti“ überstanden, sondern sieht sich inzwischen einer neuen Herausforderung gegenüber, die unsere Meinungsbildung in unklarem Ausmaß gefährdet. Von Google und Facebook über YouTube und TikTok bis zum KI-Tool ChatGPT: Unser Informationskonsum wird zunehmend durch digitale Technologien wie Soziale Medien, Videoplattformen und Künstliche Intelligenz (KI) bestimmt. Wie schon beim privaten Rundfunk, so ist auch bei den genannten digitalen Technologien nicht sicher, ob diese Entwicklung zugunsten oder zulasten der demokratischen Meinungsbildung beiträgt. Soweit die Parallelen.

Die Unterschiede hingegen liegen in unserer Reaktion auf die technologischen Trends. Zwar hat der Gesetzgeber auch in jüngerer Vergangenheit mit diversen Maßnahmen auf den digitalen Medienwandel reagiert – vom einstigen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) auf Bundesebene über den Medienstaatsvertrag der Länder (MStV) bis zu den Europäischen Rahmenwerken Digital Services Act (DSA), Digital Markets Act (DMA) und AI Act (Artificial Intelligence Act). Diese neuen Regelwerke verpflichten die digitalen Intermediäre aber gerade nicht dazu, die demokratische Meinungsbildung zu fördern. Stattdessen fordern sie von den neuen Machthabern des digitalen Informationszeitalters in erster Linie Transparenz. Die Idee dahinter heißt „evidenzbasierte Regulierung“: Wer Risiken per Gesetz einhegen möchte, muss zunächst belegen, wo und wie genau sie entstehen.

Kein Zweifel: Es steht einer Demokratie gut zu Gesicht, nicht einfach auf Verdacht die regulatorische Axt zu schwingen. Zu viel Zurückhaltung ist jedoch ebenfalls riskant. Denn wenn wir an die Regulierung unbekannter Technologien zu hohe Anforderungen



stellen, kommen wir möglicherweise zu spät, warnt ein Forscherteam um den MIT-Informatiker Stephen Casper (vgl. Literaturtipps). Im schlimmsten Fall gingen wir dabei sogar den Gefährdern auf den Leim. Die Forscher nennen als Beispiele die Gesundheitsgefahren des Rauchens und der menschengemachte Klimawandel. In beiden Fällen war die Forderung „evidenzbasierter Regulierung“ eine beliebte (und erfolgreiche) Strategie, um die Dringlichkeit von Maßnahmen herunterzuspielen, die Regulierung zu verzögern und die Interessen der Industrie zu schützen.

Demokratischen Diskurs im Netz schützen, aber wie?

Das Problem: Uns läuft die Zeit davon. Denn am Beispiel der USA sehen wir, wie schnell es gehen kann, demokratische Prozesse und Errungenschaften auszuhöhlen und zu Fall zu bringen – auch und gerade mit der Unterstützung großer Digitalplattformen. Wenn wir also zu lange überlegen, wie genau wir den demokratischen Diskurs im Netz schützen können, ist er möglicherweise schon weg. Die erste Erkenntnis aus 40 Jahren Privatsender für die Regulierung von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz lautet somit: Wir müssen überdenken, **wie** wir regulieren.

Die zweite Erkenntnis hat damit zu tun, **was** wir regulieren, oder besser: **wo** wir Regulierung ansetzen. Ein Beispiel: Die Forderung, dass Plattformen genauso wie Presse und Rundfunk für Inhalte haften sollen. Damit könnten Facebook, YouTube und Co. etwa für strafbare Inhalte Dritter stärker zur Verantwortung gezogen werden, so eine der Ideen dahinter. Doch eignen sich Inhalte als Anknüpfungspunkt für Regulierung?

Tatsächlich sind schon in der Presse- und Rundfunkregulierung der eigentliche Anker nicht die Inhalte. Das Medienrecht schreibt vielmehr vor, „mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt [...] zu prüfen“ (§ 6 Abs. 1 MStV). Mit anderen Worten: Wenn Redaktionen bei einer Recherche alle Sorgfaltspflichten einhalten, haben Journalisten und Journalistinnen auch bei einer Falschberichterstattung (außer einer Korrektur) nichts zu befürchten. Das Medienrecht knüpft hier an mediale Abläufe an, nicht an die Inhalte.

Empfehlungssysteme auf längerfristigen demokratischen Nutzen optimieren

Vor diesem Hintergrund wirkt es etwas anachronistisch, nun digitale Plattformen für Inhalte haften zu lassen, auf die sie noch dazu keinen Einfluss haben. Für bessere Regeln müssen wir uns stattdessen fragen: Über welche Mechanismen nehmen Plattformen Einfluss auf die Meinungsbildung? Dabei spielen weniger die Inhalte eine Rolle, als vielmehr ihre Auswahl und Zusammenstellung.

Derzeit optimieren Plattformen ihre Empfehlungssysteme überwiegend auf kurzfristige Klicks und Likes – und gerade nicht auf langfristigen demokratischen Nutzen. Dabei wäre das durchaus möglich. So schlägt ein Forschungsteam der Georgetown University in einem aktuellen Bericht eine Reihe entsprechender Maßnahmen vor. Darunter etwa: Sortier-Algorithmen zur Auswahl zu stellen, die sich am längerfristigen Nutzen der Rezipierenden orientieren statt an schneller Interaktion. Auch sogenannte „Bridging Algorithms“ sind eine Option. Diese priorisieren Inhalte, die in Online-Diskussionen verschiedene Positionen konstruktiv verbinden und Gräben überbrücken, statt den Konflikt anzuheizen.

Vor diesem Hintergrund können wir es uns nicht leisten, überkommene Regulierungsvorstellungen ins Internet zu übertragen. Vielmehr müssen wir an jenen Mechanismen ansetzen, mit denen digitale Plattformen unsere Meinungsbildung prägen – und sie zur Stärkung der Demokratie verpflichten. Denn was und wie wir regulieren, muss sich an den aktuellen Herausforderungen orientieren, nicht an Lösungen der Vergangenheit. Dann können wir auch Algorithmen und KI als Demokratie souverän begegnen – so wie wir das einst bei Hugo Egon Balder taten. ●

**Zur Haftung der Plattformen für Inhalte
vgl. auch die Position von BLM-Präsident
Dr. Thorsten Schmiege**

40 Jahre BLM: #BayernLiebtMedien

Erst 40 Jahre privater Rundfunk und 2025 dann 40 Jahre BLM – ein Grund, zurückzublicken und nach vorne zu schauen – auf all unseren Kanälen: im TENDENZ-Magazin, in unserer Online-Chronik, auf Instagram und LinkedIn und in Branchentalks mit Impulsen zur Zukunft der bayerischen Medienlandschaft. Ein Überblick über unsere Aktivitäten anlässlich des Jubiläums.



Medienminister Dr. Florian Herrmann gratuliert:

„Wir blicken mit großem Stolz auf die bayerische Medienlandschaft und den privaten Rundfunk als Teil dieser Erfolgsgeschichte. Von den ersten Gehversuchen bis zum etablierten Player – die Bayerische Landeszentrale für neue Medien ist die starke Stimme und zuverlässiger Partner der Privaten in Bayern. Private Medien sind durch den tiefgreifenden Transformationsprozess herausgefordert, aber nicht alleine: Die Bayerische Staatsregierung und die BLM stehen heute wie vor 40 Jahren felsenfest an der Seite der privaten Medienbranche in Bayern.“

Foto (v.l.n.r.): Dr. Thorsten Schmiege, Dr. Florian Herrmann, Walter Keilbart (Medienratsvorsitzender) und Roland Richter (Vorsitzender Verwaltungsrat).

BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege bei der Gremienfeier:

„40 Jahre BLM sind für uns Anlass, 40 Jahre Medienvielfalt in Bayern zu feiern. Bayern liebt Medien und es gibt 40 gute Gründe und Ideen, warum das auch in Zukunft so bleiben wird. Bezahlbarer Qualitätsjournalismus vor Ort, Kooperationsmöglichkeiten, ohne Relevanz zu verlieren, Innovationen und KI bis hin zur Vermarktung in der digitalen Welt sind die zentralen Themen. Die BLM tut alles dafür, die Branche für die Zukunft optimal aufzustellen.“

Foto (v.l.n.r.): die BLM-Präsidenten Siegfried Schneider, Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring und Dr. Thorsten Schmiege



WIR GLAUBEN AN QUALITÄT

**GUTES RADIO
UND TV FALLEN
NICHT VOM
HIMMEL**

Deshalb fördern wir seit
40 Jahren Medienvielfalt
in Bayern.

Glückwünsche und mehr: Social-Kampagne #BayernLiebtMedien

Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen. Dieses Leitbild setzt die BLM seit 40 Jahren um. In unserer Social Kampagne auf Instagram und LinkedIn erzählen prominente Radiomacher wie Mike Thiel genauso wie junge Talente und natürlich auch der BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege, warum die lokale Medienlandschaft für Bayern so wichtig ist, Qualität, Medienkompetenz und Ausbildung gefördert werden sollten und was sie eigentlich unter Meinungsfreiheit und Medienvielfalt verstehen.

40 gute Gründe, der BLM zu gratulieren: 40 Posts und Reels zu Schlüsselthemen oder Herausforderungen der Zukunft. Reinschauen und sich einen Überblick verschaffen auf Instagram unter @blm_bayernliebtmedien und auf LinkedIn.

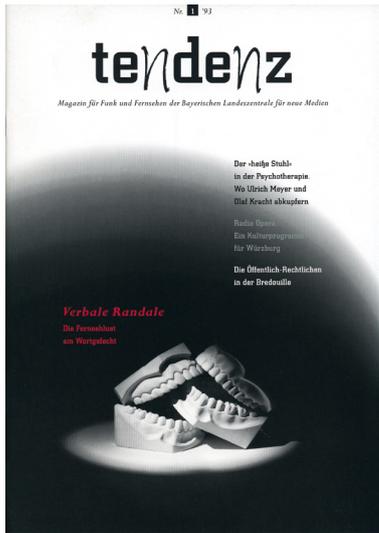
<https://www.blm.de/de/wer-wir-sind/40-jahre-blm/reel.cfm>

Zeitreise durch die Geschichte der BLM

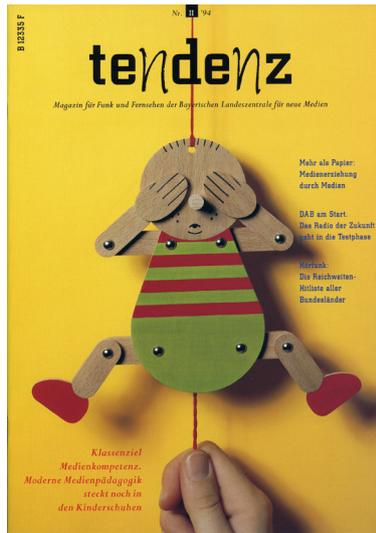
Entdecken und erforschen: Wussten Sie, mit wieviel Mitarbeitern die Bayerische Landeszentrale für neue Medien 1985 gestartet ist? Richtig, mit fünf Männern auf einem Schreibtisch. 1986 waren es schon mehr als 15 Mitarbeitende. Unsere BLM-Chronik in Wort und Bild zeigt online nicht nur die Aufgabenvielfalt der Landeszentrale, sondern vor allem auch wichtige Stationen in der Geschichte der bayerischen Medienlandschaft.

<https://www.blm.de/de/wer-wir-sind/chronik-der-blm/1985.cfm>

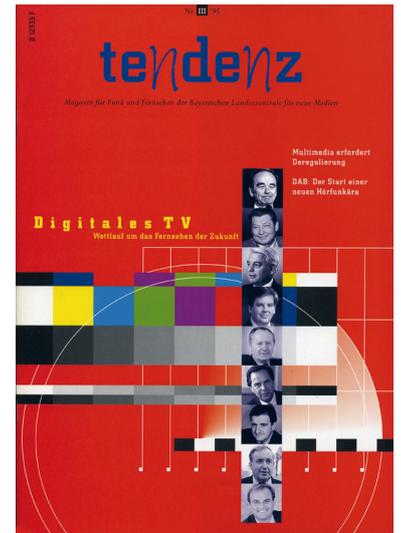




01/1993



02/1994



03/1995

40 Jahre BLM – 32 Jahre Tendenz

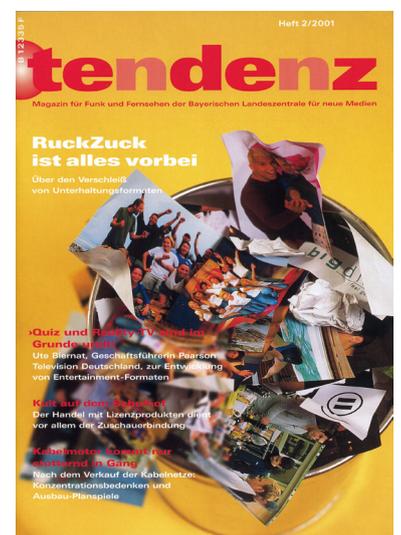
Seit 32 Jahren spürt TENDENZ, das Medienmagazin der BLM, Medientrends auf und begleitet die Medienentwicklung, erst im Rundfunk, später im Web, immer am Puls der Zeit. Eine Mediengeschichte in Covern.



03/1997



03/1999



02/2001



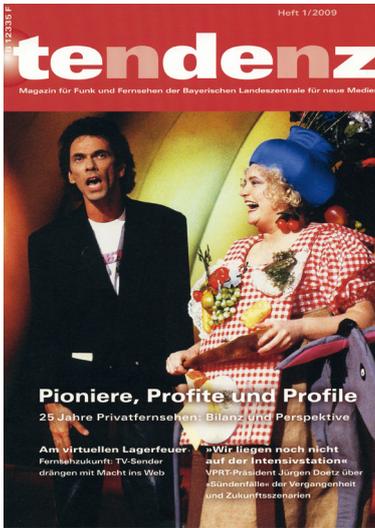
03/2004



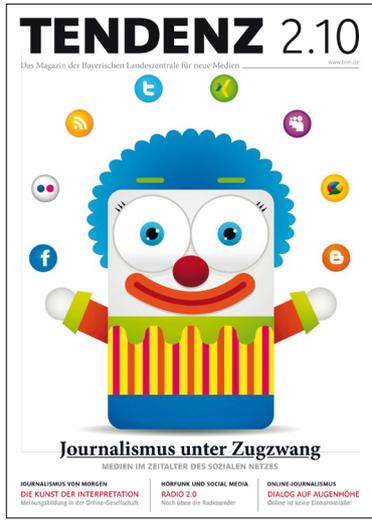
02/2005



03/2006



01/2009



02/2010



01/2012



02/2013



02/2014



03/2015



02/2016



02/2017



01/2018



01/2020



01/2021



01/2022



01/2023



01/2024

TENDENZ-Cover aus vier Jahrzehnten

Wortgefechte, Werbemacht & Lokal-TV-Krise – nicht nur die 90er Jahre waren wild. Und mitten-drin: das Medienmagazin der BLM, TENDENZ. Seit 32 Jahren spürt es Medientrends auf und begleitet die Medienentwicklung, erst im Rundfunk, später im Web, immer am Puls der Zeit. Unsere Cover-Galerie ausgewählter TENDENZ-Titel dokumentiert die wichtigsten Themen aus vier Jahrzehnten – visuell, zugänglich, kontrovers. Ein Stück Rundfunk- und Mediengeschichte zum Anschauen und Nachlesen. Denn ab 2004 gibt's alle Artikel auch als pdf zum Download. Außerdem: nicht vergessen, bei der Abstimmung zum besten TENDENZ-Cover ever auf unserer Website mitzumachen.

[Zur vollständigen Cover-Galerie auf unserer Seite geht es hier](#)



Termine

2025

25. – 26.06. | Nürnberg Lokalrundfunktage

Ort: Messe Nürnberg
www.lokalrundfunktage.de

25.06. | Nürnberg Verleihung der BLM-Medienpreise

Ort: Nürnberg Messe
www.blm.de/radiotv/blm-preise.cfm

17.07. | München Sitzung des BLM-Medienrates

Ort: BLM, München
www.blm.de

17.07. | München 10 Jahre Media Lab Bayern

Ort: München (auf Einladung)
www.media-lab.de

22.07. | München Internationaler Aktions- tag für die Betroffenen von Hasskriminalität

Veranstalter: Bayerisches Bündnis
für Toleranz und BLM
Ort: online
www.bayerisches-buendnis-fuer-toleranz.de

20. – 24.08. | Köln Gamescom 2025

Developer conference, business
area, congress
Ort: Köln Messe
www.gamescom.de

9. – 10.09. | Köln Verleihung Deutscher Fernsehpreis

Ort: Kölner Flora
www.deutscher-fernsehpreis.de

11.09. | Hamburg Verleihung Deutscher Radiopreis

Ort: Musical Theater Neue Flora,
Hamburg
www.deutscher-radiopreis.de

16.09. | online Präsentation Online Audio Monitor 2025

Ort: online
www.online-audio-monitor.de

22. – 24.10. | München Medientage München

Ort: Messe München
www.medientage.de

22.10. | München Verleihung Blauer Panther

Ort: BMW Welt München
www.blauer-panther.de

30.10. | München Sitzung des BLM-Medienrates

Ort: BLM, München
www.blm.de

13.11. | München 30. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM

Ort: BLM, München
www.blm.de

19.11. | Augsburg Augsburger Mediengespräche

Ort: Augsburg
www.blm.de

12.12. | München Sitzung des BLM-Medienrates

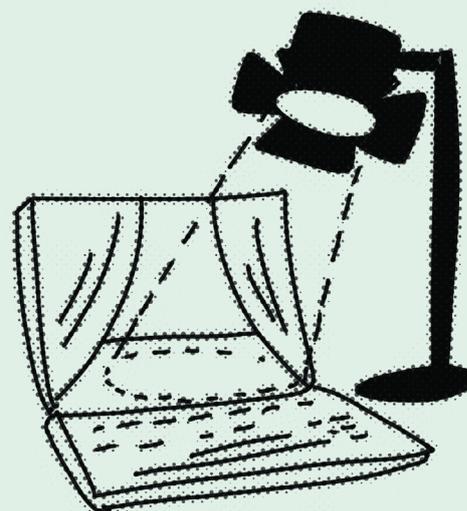
Ort: BLM, München
www.blm.de

Impressum

Das Magazin TENDENZ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien erscheint halbjährlich, der Bezug ist kostenlos. Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autoren verantwortlich; für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen.

Herausgeber und Anschrift der Redaktion:
Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
Heinrich-Lübke-Straße 27, 81737 München
Gruppe Kommunikation
Telefon: 089/6 38 08-318 | www.blm.de

Redaktion: Bettina Pregel, bettina.pregel@blm.de
Redaktionsschluss: 2. Juni 2025
Art Direction: Rose Pistola GmbH, rosepistola.de
Druck: novaconcept schorsch GmbH, Kulmbach
Das Papier stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft.





Kompetenz
stärken.
Vertrauen
schaffen.

