





Geschäftsbericht 2023  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien



„Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen.“ Dieser Claim, den sich die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) im Jahr 2023 gegeben hat, fasst die DNA der Landeszentrale gut zusammen: Jetzt und in Zukunft stehen wir für Qualität, Glaubwürdigkeit und Transparenz. Darin möchten wir auch Medienschaffende wie Nutzende unterstützen. Denn in einer Welt, in der Medien allgegenwärtig sind, ist es unerlässlich,

reflektiert und sicher damit umgehen zu können. Die freie Meinungsbildung zu schützen und das Vertrauen in die Medien zu stärken, ist der BLM in Zeiten von Krieg und Krisen wichtiger denn je.

2023 war ein herausforderndes Jahr: Pandemie-Nachwirkungen, die Kriege in der Ukraine und in Nahost sowie die Inflation haben auch Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation der lokalen Medien.

Auch wenn sich Lokalradio und Lokalfernsehen laut Funkanalyse Bayern (FAB) 2023 in der digitalen Welt mit relevanten Reichweiten nach wie vor gut behaupten, so sind die Zeiten immer neuer Rekordzahlen in Zeiten von Podcasts, Streaming & Co. doch vorbei. Hinzu kommt, dass sich Erlösstrukturen lokaler Medien durch verändertes Nutzungsverhalten, neuen Wettbewerb durch die Tech-Giganten

und nach mehreren Krisenjahren grundsätzlich verändern.

Wie kann der Lokalfunk klug reagieren, um auch in Zukunft relevant zu bleiben? Für mich steht fest: Er muss seine Einzigartigkeit noch sichtbarer machen. So zeigt die FAB 2023 ganz deutlich, wie wichtig Lokalradio und Lokalfernsehen für die regionale und lokale Informationsvermittlung sind. Sie bieten qualitativ hochwertige und einzigartige Inhalte, die in der konvergenten Medienwelt präsent und auffindbar sein müssen.

Um hier die richtigen Weichen zu stellen, hat die BLM 2023 gemeinsam mit den Anbietern zukunftsweisende Strategien für Audio und Bewegtbild entwickelt. So enthält die Audiostrategie 2025 Antworten darauf, wie sich die unter Druck stehende lokale Hörfunk-Branche in Bayern in den nächsten Jahren aufstellen sollte. Es geht beispielsweise darum, Kooperationen zu ermöglichen, die Lokaltät zu erhalten, die Aus- und Fortbildung zu optimieren, die digitale Transformation weiter zu befördern oder medienrechtliche Versorgungsgebiete festzulegen.

Ein wesentlicher Baustein der Audiostrategie ist zudem ein einheitliches Migrationskonzept von UKW zu DAB. Zentrale Ziele sind dabei der Erhalt lokaler Vielfalt und die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Rundfunklandschaft, wie sie auch im neuen Koalitionsvertrag der Bayerischen Staatsregierung festgelegt sind.

Lokales und regionales Fernsehen modern und flexibel fördern – das ist der Ansatz des Lokal-TV-Konzepts 2025. Die Handlungsempfehlungen gingen 2023 an

den bayerischen Gesetzgeber, der die Lokal-TV-Förderung zum 1. Januar 2025 neu aufstellen muss.

Ich bin davon überzeugt: Zentral mit Blick auf das Lokal-TV ist in Zukunft die zielgerichtete Verbreitung lokaler Inhalte auf klassischen Wegen und auf neuen Plattformen. So ist aktuell der Satellit zwar noch ein wichtiger Empfangsweg für das Lokalfernsehen. Das Nutzungsverhalten der Menschen wird sich aber weiter in Richtung online verlagern. Wir sind daher für eine Förderung, die sich nicht mehr nur auf die Verbreitungswege konzentriert, sondern noch stärkere Impulse für lokale Inhalte und innovative Formate gibt.

Beide Strategien geben dringend nötige Digitalisierungsimpulse für die Branche. Wir müssen nach vorne blicken und Herausforderungen mutig annehmen.

Denn Künstliche Intelligenz (KI) ist allgegenwärtig und beschleunigt den Transformationsprozess von Radio und Fernsehen zusätzlich. Neue Verbreitungswege, neue Formate, mehr Programmvielfalt – wir als BLM haben im vergangenen Jahr alles dafür getan, dass gerade lokale Sender von den Chancen der KI nicht abgehängt werden. Als moderne Aufsicht arbeitet auch die BLM erfolgreich mit KI und nutzt etwa im Jugend- und Nutzerschutz einen „Crawler“, der mit Hilfe Künstlicher Intelligenz automatisiert das Internet nach Verdachtsfällen durchsucht, die dann Expertinnen und Experten der Landeszentrale bewerten.

Doch wir dürfen uns von der KI nicht treiben lassen. Wir müssen gestalten. Rechtliche, ethische und gesellschaftspolitische Fragen stellen. Ziel ist es, die Brücke zu schlagen von der künstlichen zur menschlichen Intelligenz – gerade in einem für die Meinungsbildung so sensiblen Bereich wie den Medien. Das war 2023 das große Thema bei den Medientagen München, die sehr erfolgreich im „House of Communication“ stattgefunden haben. Passend dazu ergriff der Medienrat der BLM die Initiative und verabschiedete kurz vor Beginn des Kongresses Leitlinien für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Journalismus. Sie wollen das Verantwortungsbewusstsein in den Medienhäusern stärken, ohne Innovationen zu beschneiden.

Wie groß das Verantwortungsbewusstsein in den Medien ist, hat 2023 auch die Entwicklung des Nachhaltigkeitspakts Medien Bayern sehr deutlich gemacht. So konnten wir neue Paktpartner gewinnen und haben gemeinsam mit vier Stiftungspartnern erstmals den Nachhaltigkeitspreis Medien Bayern verliehen.

Lesen Sie mehr über die vielfältigen Aktivitäten der BLM im vorliegenden Geschäftsbericht. Ich freue mich über Ihr Interesse!



DR. THORSTEN SCHMIEGE  
Präsident der BLM



Links mit weiterführenden Informationen sind gekennzeichnet.

-  externer Link
-  Sprungmarke im Dokument
-  Video
-  Download

## Rechtsgrundlagen und Organisation

- 7 Rechtsgrundlagen
- 9 Die Organe der Landeszentrale
- 15 Organigramm der BLM
- 16 Länderübergreifende Zusammenarbeit
- 18 Struktur der Medienaufsicht
- 19 Compliance
- 19 Nachhaltigkeit
- 20 Beteiligungen und Mitgliedschaften

## Plattformregulierung

- 21 Medienplattformen und Benutzeroberflächen
- 24 Medienintermediäre

## Inhalteorganisation

- 26 Programmorganisation Hörfunk
- 28 Programmorganisation Fernsehen
- 33 Rundfunkangebote in Bayern

## Aufsicht

- 36 Jugend- und Nutzerschutz
- 39 Werbung
- 42 Journalistische Sorgfaltspflichten
- 42 Hassrede, Desinformation und Extremismusprävention
- 44 Gewinnspiele
- 44 Impressumspflicht

## Inhalteverbreitung und technische Förderung

- 45 Programmverbreitung Hörfunk
- 47 Lokale/regionale Hörfunkangebote über DAB in Bayern
- 48 Technische Reichweite der DAB-Netze Netze in Bayern
- 51 Programmverbreitung Fernsehen
- 54 Lokales Fernsehen in Bayern
- 57 Technische Förderung

## Inhalte und Inhaltförderung

- 60 Programmakzeptanz
- 62 Programmebeobachtung
- 64 Programm- und Innovationsförderung
- 66 Finanzierungsbeitrag
- 67 Film- und Fernsehförderung

## Aus- und Fortbildung

- 68 BLM Fortbildungsworkshop
- 70 Aus- und Fortbildungsprogramme der Media School Bayern

## Mediennutzung und Wirtschaftlichkeit

- 73 Hörfunknutzung
- 77 Fernsehnutzung
- 82 Wirtschaftliche Lage

## Medienkompetenz

- 86 Projekte und Initiativen
- 91 Medienpädagogische Veranstaltungen und Informationsmaterialien

## Medienforschung

- 93 Media-Analyse: ma Audio
- 94 AGF Videoforschung
- 97 Funkanalyse Bayern
- 99 Medienwirtschaftliches Kennzahlensystem
- 100 Online-Audio-Monitor 2023
- 100 Audio- und Video-Trends
- 101 Online-Video-Monitor
- 101 Transparent-Check
- 102 Mediale Meinungsmacht in Deutschland
- 103 Studie zur Landtagswahl 2023



## Medienstandort und Innovation

- 105 Medientage München
- 107 Blauer Panther TV & Streaming-Award
- 108 MedienNetzwerk Bayern
- 110 XPLR: MEDIA in Bayern
- 112 Media Lab Bayern
- 115 Start Into Media
- 116 XR HUB Bavaria
- 118 Games/Bavaria

## Information

- 119 Publikationen
- 122 Internet
- 123 Social Media Aktivitäten
- 124 Veranstaltungen
- 129 Archiv und Dokumentation

## Datenschutz

- 130 Die Datenschutzbeauftragte
- 132 Der Medienbeauftragte für den Datenschutz

## Finanzielle Entwicklung

- 136 Jahresabschluss 2023
- 140 Anhang für das Geschäftsjahr 2023
- 157 Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023
- 170 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- 175 Wirtschaftsplan 2023
- 178 Beschluss des Verwaltungsrats
- 178 Zustimmung des Medienrats

### Impressum

#### Herausgeber

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

#### Verantwortlich

Veit Olischläger, Nikolaus Lörz (Finanzbericht)

#### Redaktion

Dagmar Grigoleit

Visuelles Konzept, Layout  
 Mellon Design GmbH, Augsburg

#### Cover

SAINT ELMO'S Germany GmbH & Co. KG

#### Bildnachweis

BLM: Gaby Hartmann, Seite 3

# Rechtsgrundlagen und Organisation

Nach der Bayerischen Verfassung darf Rundfunk in Bayern ausschließlich in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben werden. Die Trägerschaft für die privaten Rundfunkangebote in Bayern liegt bei der Landeszentrale. Die geforderte angemessene Beteiligung der in Betracht kommenden bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen an der Kontrolle des Rundfunks erfolgt durch den Medienrat. Organe der Landeszentrale sind daneben der Verwaltungsrat und der Präsident sowie weitere Kommissionen, die nach dem Medienstaatsvertrag in Rahmen der länderübergreifenden Zusammenarbeit fallweise tätig werden.

## Rechtsgrundlagen



Rechtsgrundlagen und Satzungen der BLM in der jeweils aktuellen Fassung finden sich auf der [BLM Homepage](#).

Rechtsgrundlage für den in öffentlicher Verantwortung und öffentlich-rechtlicher Trägerschaft der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) betriebenen Rundfunk ist neben Art. 111 a der Bayerischen Verfassung (BV) das Gesetz über die Entwicklung, Förderung und Veranstaltung privater Rundfunkangebote und anderer Telemedien in Bayern (Bayerisches Mediengesetz – BayMG), zuletzt geändert durch Gesetz vom 24. März 2022.

Wichtige Rechtsgrundlagen sind außerdem der Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland (Medienstaatsvertrag – MStV), der Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) und das Telemediengesetz (TMG) sowie das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen und die Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die

Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (AVMD-Richtlinie). Seit dem Jahr 2023 ist ferner das EU-Gesetz über digitale Dienste (sog. Digital Services Act) für die Arbeit der Landeszentrale relevant, dessen Bestimmungen im Bundesgesetz über digitale Dienste (DDG) sowie im MStV und dem JMStV Eingang finden.

### **Medienstaatsvertrag**

Der Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland ist am 7. November 2020 in Kraft getreten. Der im Jahr 2023 beschlossene Vierte Staatsvertrag zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Vierter Medienänderungsstaatsvertrag) beinhaltet Regelungen zur Stärkung der Compliance, Transparenz und Gremienkontrolle im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Nach der Ratifizierung in den Landesparlamenten ist er am 1. Januar 2024 in Kraft getreten.

### **Gesetz über digitale Dienste (DSA)**

Mit dem Gesetz über digitale Dienste entsteht ein neuer, europäischer Rechtsrahmen für digitale Dienste, welcher im Berichtszeitraum in Teilen Wirkung entfaltet: Seit August 2023 müssen sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen mit mehr als 45 Millionen Nutzern pro Monat in der EU zahlreiche Vorgaben umsetzen und (Compliance-) Pflichten einhalten. Dadurch sollen illegale Inhalte schneller und effektiver entfernt werden. Die Plattformen sollen außerdem für mehr Transparenz sorgen und den Nutzenden mehr Kontrolle über ihre Daten geben. Dabei setzt die Ver-

ordnung auf ein nach Art und Größe der Dienste abgestuftes System von Pflichten. Die Einhaltung der Pflichten für die sehr großen Online-Plattformen und Suchmaschinen wird durch die EU-Kommission überwacht. Nationale Behörden, zu denen auch die Landeszentrale zählt, werden die Beseitigung von illegalen Inhalten künftig gegenüber den Plattformen – unabhängig vom Sitzland der jeweiligen Plattform – anordnen können.

Seit Februar 2024 gelten die Bestimmungen des Gesetzes über digitale Dienste auch für kleinere Plattformen. Die Einhaltung der Pflichten überwachen die Mitgliedstaaten selbst. Näheres, insbesondere die Zuständigkeiten, regelt in Deutschland das „Digitale-Dienste-Gesetz (DDG)“, das am 14. Mai 2024 in Kraft getreten ist. Die Zuständigkeit für von Artikel 28 Absatz 1 des DSA erfasste konkrete Einzelmaßnahmen nach den Regelungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages verbleibt bei den Medienanstalten. Im DDG geht auch das Telemediengesetz (TMG) auf.

## Die Organe der Landeszentrale

Art. 111 a Abs. 2 Satz 2 der Bayerischen Verfassung verlangt die angemessene Beteiligung der in Betracht kommenden bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen an der Kontrolle des Rundfunks. Diese Aufgabe nimmt der Medienrat als Organ der Landeszentrale wahr. Weitere Organe der Landeszentrale sind gem. Art. 10 Abs. 2 BayMG der Verwaltungsrat und der Präsident sowie fallweise nach § 104 Abs. 2 MStV die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM). Die Aufgaben der Landeszentrale werden jeweils durch diese Organe wahrgenommen.

### Der Medienrat

Der Medienrat wahrt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 1 BayMG die Interessen der Allgemeinheit, sorgt für Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt in den von der Landeszentrale genehmigten Programmangeboten und überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze. Der Aufgabenbereich des Medienrats umfasst gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 BayMG u. a. Entscheidungen über Angelegenheiten von grundsätzlicher medienrechtlicher oder medienpolitischer Bedeutung, die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats und des Präsidenten, Entscheidungen über die Verbreitung und Weiterverbreitung

von Rundfunkprogrammen im Rahmen des BayMG sowie die Aufstellung von Richtlinien zu den Programmgrundsätzen, die Zustimmung zum Haushalts- und Finanzplan und zum Jahresabschluss der Landeszentrale sowie die Beschlussfassung über Fördermaßnahmen.

Zur Vorbereitung seiner Beratungen hat der Medienrat beratende  **Ausschüsse** gebildet. Die Ausschussstruktur wurde im Jahr 2023 an die Veränderungen in der Medienlandschaft angepasst.

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

Zu seiner 9. Amtsperiode konstituierte sich der Medienrat am 12. Mai 2022. Der Medienrat hielt im Jahr 2023 insgesamt sechs Sitzungen ab. Die Ausschüsse des Medienrats traten im Jahr 2023 zu insgesamt 30 Sitzungen zusammen.

Weitere Informationen über die Mitglieder und die Arbeit des Medienrats und seiner Ausschüsse unter  [www.blm.de](http://www.blm.de).

**Vorsitzender**

- Walter Keilbart (Industrie- und Handelskammern)

**Stellv. Vorsitzende**

- Katharina Geiger (Evangelische kirchliche Frauenorganisationen)

**Schriftführer**

- Thomas Rebensburg (Komponistenorganisationen)

**Bayer. Staatsregierung**

- Prof. Dr. Michael Piazzolo, MdL, Staatsminister a.D. (bis 22.11.2023)
- Dr. Fabian Mehring, MdL, Staatsminister (seit 28.11.2023)

**Bayer. Landtag**

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

**Katholische Kirche**

- Prof. Dr. Klaus Stüwe

**Evangelische Kirche**

- Prof. Johanna Haberer

**Israelitische Kultusgemeinden**

- Dr. h.c. Charlotte Knobloch

**Gewerkschaften**

- Herbert Hartinger
- Christa Hasenmaile

**Bayer. Bauernverband**

- Günther Felßner
- Anneliese Göller (bis 30.04.2023)
- Christine Reitelshöfer (seit 01.05.2023)

**Handwerkskammern**

- Hans-Peter Rauch

**Bayer. Städtetag**

- Franz Krah

**Bayer. Landkreistag**

- Dr. Oliver Bär

**Bayer. Gemeindetag**

- Dr. Birgit Kreß

**Verbände der Heimatvertriebenen**

- Paul Hansel

**Verbandsvertreter Freizeit, Tourismus, Gastronomie und Hotel**

- Frank-Ulrich John

**Katholische kirchliche Frauenorganisationen**

- Ulla Kriebel

**Bayer. Jugendring**

- Ilona Schuhmacher

**Bayer. Landessportverband**

- Elke Baumgärtner
- Helmut Schmidbauer

**Schriftstellerorganisationen**

- Arwed Vogel

**Musikorganisationen**

- Wilhelm Lehr

**Intendanten der Bayer. Staatstheater**

- Dr. Katja Funken-Hamann

**Leiter der Bayer. Schauspielbühnen**

- Werner Müller

**Bayerischer Journalistenverband**

- Michael Busch

**Bayer. Zeitungsverlegerverband**

- Dr. Markus Rick

**Bayer. Hochschulen**

- Prof. Dr. Uta M. Feser

**Lehrerverbände**

- Michael Schwägerl

**Elternvereinigungen**

- Toni Lenhart

**Organisationen der Erwachsenenverbände**

- Dr. Roland Gertz

**Bayer. Heimattag**

- Dr. Michael Stephan

**Familienverbände**

- Sabine Engel

**Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft**

- Christine Völzow

**Bund Naturschutz in Bayern**

- Peter Rottner

**Verband der freien Berufe**

- Dr. Thomas Kuhn

**LAG Selbsthilfe Bayern**

- Dr. Nicosia Nieß

**Arbeitsgemeinschaft der Ausländer-, Migranten- und Integrationsbeiräte Bayerns**

- Nesrin Gül

**Ausschüsse des Medienrats\*:****Vorsitzendenausschuss (13 Mitglieder)**

- Vorsitzender Walter Keilbart

**Ausschuss für Grundsatz-, Finanz- und Strategiefragen (12 Mitglieder)**

- Vorsitzender Dr. Thomas Kuhn

**Ausschuss für Medienkompetenz und Inhalte (13 Mitglieder)**

- Vorsitzender Michael Schwägerl

**Ausschuss für Aufsicht und Inhalteregulierung (13 Mitglieder)**

- Vorsitzende Christine Völzow

**Ausschuss für Infrastruktur, Medienentwicklung und Innovation (12 Mitglieder)**

- Vorsitzender Berthold Rüth, MdL

**Programmausschuss (10 Mitglieder)**

- Vorsitzender Paul Hansel

\* Ausschussstruktur ab 16.02.2023

Stand 31.12.2023

### Der Verwaltungsrat

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

Der Verwaltungsrat konstituierte sich zu seiner 9. Amtsperiode am 22. November 2019. Die Amtszeit beträgt fünf Jahre.

Der Verwaltungsrat trat 2023 zu insgesamt vier Sitzungen zusammen.

### Der Präsident

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

Präsident der Landeszentrale ist seit 1. Oktober 2021 Dr. Thorsten Schmiege. Der Präsident wird vom Medienrat gewählt. Die Amtszeit beträgt 5 Jahre. Die Geschäftsführung der Landeszentrale wird seit diesem Zeitpunkt durch Dr. Annette Schumacher wahrgenommen; der Medienrat hatte dem diesbezüglichen Vorschlag des Präsidenten für die Dauer von fünf Jahren zugestimmt.

#### Vorsitzender des Verwaltungsrats

- Roland Richter (vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

#### Stellv. Vorsitzende

- Stefanie Stalf (vom Medienrat gewähltes sonstiges Mitglied)

#### Vertreter der Gemeinden und Gemeindeverbände

- Martin Bayerstorfer
- Henry Schramm

#### Vertreter der Anbieter

- Alexandra Holland
- Willi Schreiner

#### Vom Medienrat gewählte sonstige Mitglieder

- Angela Haas
- Dr. Holger Enßlin
- Susanne Wiegräfe

Stand 31. 12. 2023

#### Präsident

- Dr. Thorsten Schmiege

#### Geschäftsführung und Stellvertretung des Präsidenten

- Dr. Annette Schumacher

Stand 31. 12. 2023

### Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK)

Die aus den gesetzlichen Vertretern der Landesmedienanstalten bestehende  ZAK konstituierte sich erstmals am 9. September 2008. Die ZAK hielt im Berichtsjahr 2023 insgesamt acht Sitzungen ab.

#### Vorsitzender der ZAK

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK Baden-Württemberg)

#### Mitglieder

- Dr. Thorsten Schmiede (BLM, Bayern)
- Dr. Eva Flecken (Medienanstalt Berlin-Brandenburg)
- Cornelia Holsten (brema, Bremen)
- Eva-Maria Sommer (MA HSH, Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Prof. Dr. Murad Erdemir (Medienanstalt Hessen)
- Bert Lingnau (MMV, Mecklenburg-Vorpommern)
- Prof. Christian Krebs LL.M. (NLM, Niedersachsen)
- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)
- Dr. Marc Jan Eumann (Medienanstalt Rheinland-Pfalz)
- Ruth Meyer (LMS, Saarland)
- Prof. Dr. Markus Heinker (SLM, Sachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Jochen Fasco (TLM, Thüringen)

Stand 31. 12. 2023

### Die Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK)

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

Die Gremiovorsitzendenkonferenz trat 2023 zu sechs Sitzungen zusammen.

#### Vorsitzender der GVK

- Albrecht Bähr (Medienanstalt Rheinland-Pfalz)

#### Mitglieder

- Dr. Wolfgang Epp (LFK, Baden-Württemberg)
- Walter Keilbart (BLM, Bayern)
- Martin Gorholt (Medienanstalt Berlin-Brandenburg)
- Andrea Buchelt (brema, Bremen)
- Sebastian Schulze (MA HSH, Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Jörg Steinbach (Medienanstalt Hessen)
- Sandra Nachtweih (MMV, Mecklenburg-Vorpommern)
- Elisabeth Harries (NLM, Niedersachsen)
- Prof. Dr. Werner Schwaderlapp (Landesanstalt für Medien NRW)
- Prof. Dr. Stephan Ory (LMS, Saarland)
- Katrin Kleeberg (SLM, Sachsen)
- Markus Kurze (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)
- Dr. Ute Zacharias (TLM, Thüringen)

Stand 31. 12. 2023

### Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Die  KEK, die sich erstmals am 15. Mai 1997 konstituierte, wurde durch den 10. RÄndStV in ihrer Zusammensetzung verändert. Neben sechs Sachverständigen des Rundfunk- und Wirtschaftsrechts, aus denen der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz zu bestimmen sind, sind seit 1. September 2008 auch sechs gesetzliche Vertreter von Landesmedienanstalten Mitglieder. Diese dürfen nicht gleichzeitig Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sein. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder haben am 17. März 2022 die Sachverständigen der KEK für die vom 1. April 2022 bis 31. März 2027 laufende Amtsperiode berufen.

Die KEK tagte im Jahr 2023 sieben Mal.

#### Vorsitzender der KEK

- Prof. Dr. Georgios Gounalakis

#### Stellv. Vorsitzende

- Prof. Dr. Insa Sjurts

#### Mitglieder

- Prof. Dr. Wilhelm Althammer
- Prof. Dr. Christian von Coelln
- Prof. Dr. Ralf Müller-Terpitz
- Prof. Dr. Anne Paschke

#### Ersatzmitglieder

- Prof. Dr. Rupprecht Podszun
- Dr. Simone Schelberg

#### Gesetzliche Vertreter der Landesmedienanstalten

- Dr. Thorsten Schmiege (BLM, Bayern)
- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK, Baden-Württemberg)
- Prof. Dr. Murad Erdemir (Medienanstalt Hessen)
- Prof. Christian Krebs LL.M. (NLM, Niedersachsen)
- Ruth Meyer (LMS, Saarland)
- Prof. Dr. Markus Heinker (SLM, Sachsen)

#### Ersatzmitglieder

- Eva-Maria Sommer (MA HSH, Hamburg/Schleswig-Holstein)
- Dr. Eva Flecken (Medienanstalt Berlin-Brandenburg)

Stand 31. 12. 2023

## Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

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

Die KJM besteht aus zwölf Sachverständigen: sechs Direktorinnen und Direktoren von Landesmedienanstalten, vier Mitgliedern, die von den für den Jugendschutz zuständigen obersten Landesbehörden benannt und zwei Mitgliedern, die von der für den Jugendschutz zuständigen obersten Bundesbehörde benannt werden. Bei der Erfüllung ihrer Aufgaben sind sie nicht an Weisungen gebunden. Die Sachverständigen der KJM haben jeweils eine Stellvertretung. Durch diese Zusammensetzung ist neben der verstärkten länderübergreifenden Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zugleich auch eine engere Vernetzung zwischen Landesmedienanstalten, Ländern und Bund in Fragen des Jugendschutzes in Rundfunk und Telemedien gewährleistet.

Die KJM trat 2023 zu acht Sitzungen zusammen.

### Direktoren der Landesmedienanstalten

#### Vorsitzender der KJM

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

#### 1. stv. Vorsitzender der KJM

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

- Cornelia Holsten (brema, Bremen)  
Stellvertreter: Dr. Thorsten Schmiege  
(BLM, Bayern)
- Eva-Maria Sommer (MA HSH, Hamburg/  
Schleswig-Holstein)  
Stellvertreter: Prof. Christian Krebs LL.M.  
(NLM, Niedersachsen)
- Martin Heine (Medienanstalt  
Sachsen-Anhalt)  
Stellvertreter: Prof. Dr. Markus Heinker  
(SLM, Sachsen)
- Bert Lingnau (MMV, Mecklenburg-  
Vorpommern)  
Stellvertreterin: Dr. Eva Flecken  
(Medienanstalt Berlin-Brandenburg)

### Vertreter der obersten Bundesbehörde

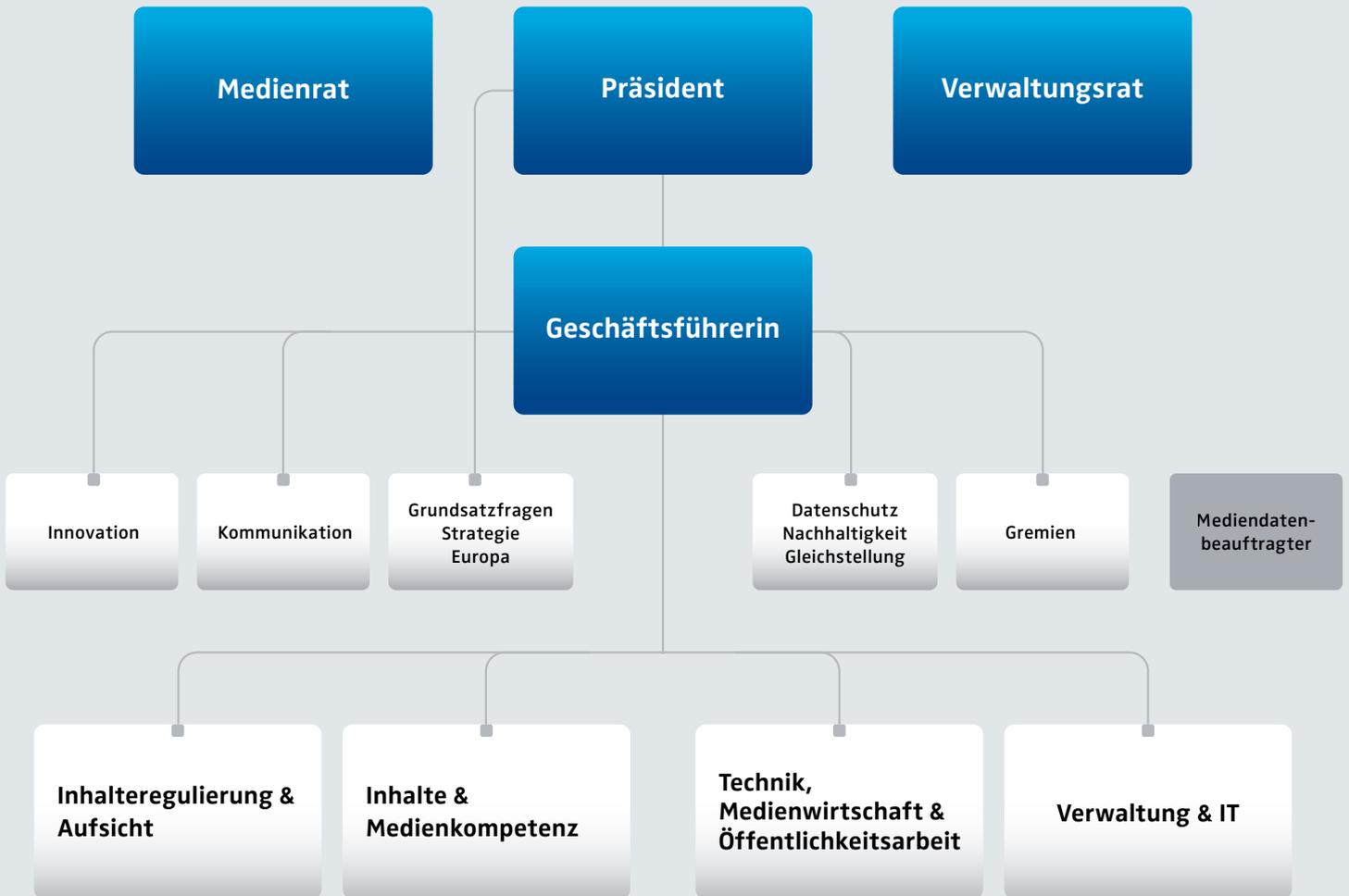
- Sebastian Gutknecht (Bundeszentrale für  
Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ))  
Stellvertreter: Thomas Salzmann (Bundes-  
zentrale Kinder- und Jugendschutz (BzKJ))
- Maja Wegener (Bundesarbeitsgemein-  
schaft Kinder- und Jugendschutz e. V.)  
Stellvertreter: Thomas Krüger  
(Bundeszentrale für politische Bildung)

### Vertreter der obersten Landesjugendbehörden

- Britta Schülke (Arbeitsgemeinschaft  
Kinder- und Jugendschutz Landesstelle  
Nordrhein-Westfalen e. V.)  
Stellvertreterin: Eva Hanel (Landesstelle  
Jugendschutz Niedersachsen)
- Sabine Seifert (Oberste Landes-  
jugendbehörde bei der Freiwilligen Selbst-  
kontrolle der Filmwirtschaft (FSK))  
Stellvertreter: Henning Fietze (Offener  
Kanal Schleswig-Holstein AdöR)
- Petra Müller (Institut für Film und Bild)  
2. stv. Vorsitzende  
Stellvertreter: Olaf Schütte (Servicestelle  
Kinder- und Jugendschutz von fjp>media)
- Prof. Dr. Tanja Witting (Ostfalia Hoch-  
schule für angewandte Wissenschaften)  
Stellvertreterin: Bettina Keil-Rüther  
(Staatsanwaltschaft Erfurt)

Stand 31.12.2023

# Organigramm der BLM



Stand 31. 12. 2023

## Länderübergreifende Zusammenarbeit

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

Insgesamt traten im Jahr 2023 die Gesamtkonferenz zu zwei, die Gremiovorsitzenden zu sechs und die DLM zu acht Arbeitssitzungen zusammen.

Vorsitzender der DLM ist seit 1. Januar 2020 Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg. Aus dem Kreis der Direktorinnen und Direktoren wurde je ein Beauftragter für Europaangelegenheiten (Dr. Tobias Schmid, Landesanstalt für Medien NRW), für Haushalt (Martin Heine, Medienanstalt Sachsen-Anhalt) und für Medienkompetenz (Jochen Fasco, Thüringer Landesmedienanstalt) bestellt. Vorsitzender der Gremiovorsitzendenkonfe-

renz ist seit dem 1. Januar 2022 Albrecht Bähr, Vorsitzender der Versammlung der Medienanstalt Rheinland-Pfalz.

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

Die Entscheidungen der ZAK und der DLM werden vorbereitet im Fachausschuss für Regulierung bzw. im Fachausschuss für Infrastruktur und Innovation, dessen Koordinator der Präsident der Landeszentrale ist.

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

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

Der Präsident der BLM gehört als gesetzlicher Vertreter der Landeszentrale der ZAK an und ist zudem stellvertretender ZAK-Vorsitzender. Er ist ferner Mitglied der KEK und stellvertretendes Mitglied der KJM.

Eine  **Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten** (Berlin) organisiert und koordiniert als zentrale Anlaufstelle



Eine Auflistung der Mitglieder der Organe finden Sie auf den  **Seiten 12–14.**

die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten zu grundsätzlichen Fragen und bundesweit ausgerichteten Angeboten, für europarechtliche Fragestellungen, Fragen der Digitalisierung und des Zugangs zu digitalen Kapazitäten sowie auch Fragen des Jugendschutzes und der Medienkonzentration. Dazu zählen insbesondere die Sitzungsbegleitung und die Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den jeweiligen Funktionstragenden. Die inhaltliche Arbeit wird weiterhin in den Landesmedienanstalten vor Ort geleistet.

Eine zentrale Aufgabe der Medienanstalten im Jahr 2023 bestand u.a. in der Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben zur leichten Auffindbarkeit privater Public-Value-Angebote auf Benutzeroberflächen. Schwerpunkt war in diesem Zusammenhang auch die weitere Durch-

führung der Regulierung von Intermediären und Einhaltung und Umsetzung bestehender Transparenzverpflichtungen bei Medienintermediären, Medienplattformen und Benutzeroberflächen. Die Medienanstalten haben sich zudem in die Diskussion maßgeblicher nationaler und europäischer Rechtsakte eingebracht.

Im Bereich des Kinder- und Jugendmedienschutzes wurden 2023 vor allem die gerichtlichen Verfahren gegen Pornografie-Plattformen vorangetrieben, die Umsetzung des europarechtlichen Digital Services Act (DSA) vorbereitet und die Fortentwicklung der technischen Systeme zur Erfüllung des gesetzlichen Jugendmedienschutzes erörtert.

## Zusammenarbeit der Medienanstalten

### Direktorenkonferenz (DLM)

#### Vorsitzender

- Dr. Wolfgang Kreißig (LFK, Baden-Württemberg)

#### Stellvertretende Vorsitzende

- Prof. Christian Krebs LL.M. (NLM, Niedersachsen)
- Dr. Thorsten Schmiege (BLM, Bayern)

### Gremiovorsitzendenkonferenz

#### Vorsitzender

- Albrecht Bähr (Vorsitzender der Versammlung der Medienanstalt Rheinland-Pfalz)

### Koordinatoren der Fachausschüsse der ZAK

#### Fachausschuss Regulierung

- Prof. Christian Krebs LL.M. (NLM, Niedersachsen)

## Fachausschuss Infrastruktur und Innovation

- Dr. Thorsten Schmiege (BLM, Bayern)

### Beauftragte der DLM

#### Beauftragter für Europa

- Dr. Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW)

#### Beauftragter für Haushalt

- Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt)

#### Beauftragter für Medienkompetenz

- Jochen Fasco (TLM, Thüringen)

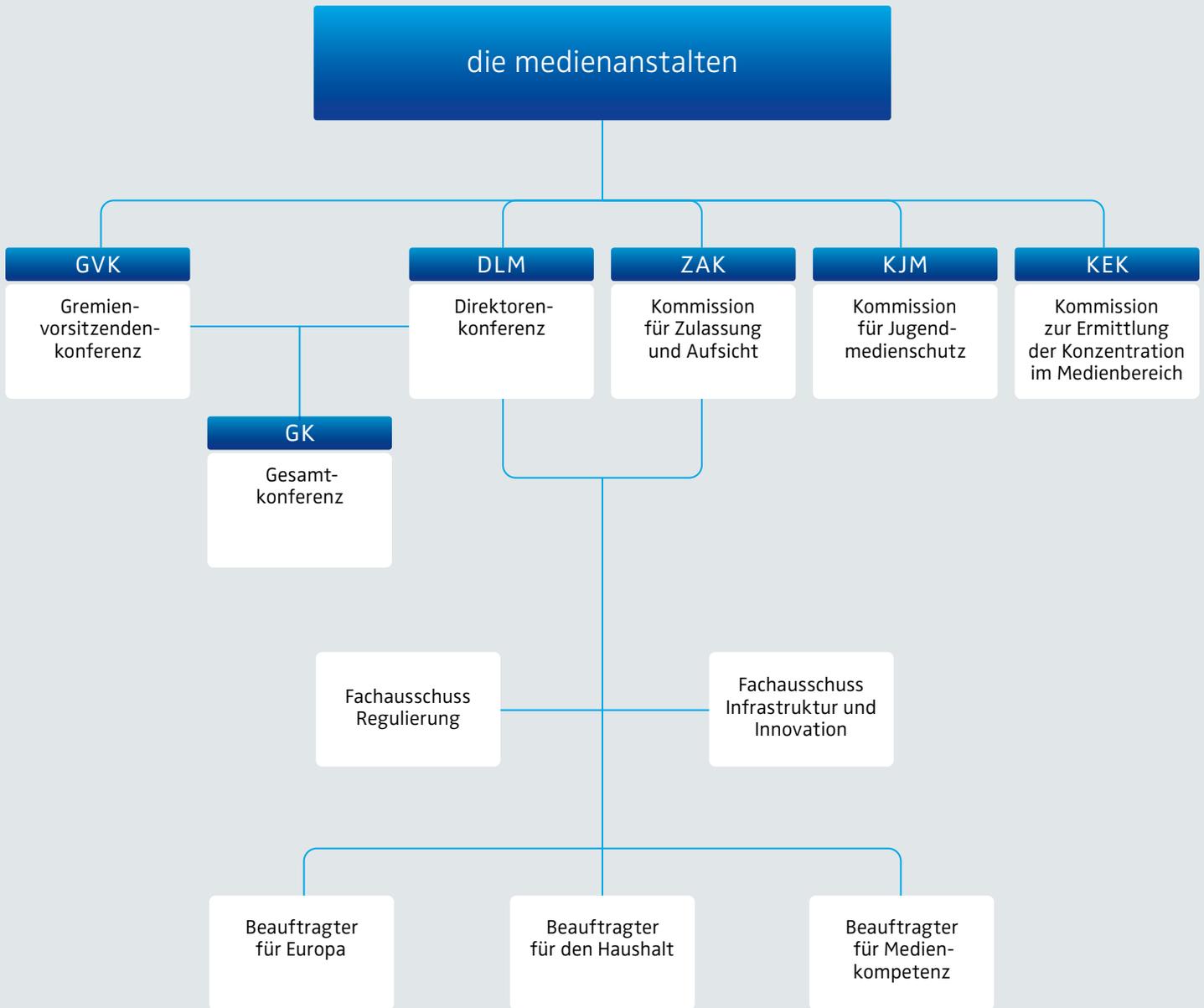
### AG Technik

#### Vorsitzende

- Dr. Annette Schumacher (BLM, Bayern)

Stand 31.12.2023

# Struktur der Medienaufsicht



Stand 31. 12. 2023



## Compliance

Die BLM hat einen Verhaltenskodex aus den Jahren 2011/2014, der u. a. vorsieht, dass die Annahme von Geschenken und Einladungen durch Mitarbeitende grundsätzlich der Genehmigung ihrer jeweiligen Vorgesetzten bedarf, um potenzielle „Fraud-Fälle“ zu erfassen. Im Rahmen der schrittweisen Evaluierung der Compliance-Organisation wurden 2023 zwei Dienstanweisungen eingeführt. Eine dieser Anweisungen betrifft den Geschäftsablauf und die andere Anweisung betrifft die Unterschriftenbefugnis.

Nachdem das Hinweisgeberschutzgesetz zum 2. Juli 2023 in Kraft getreten ist, war die BLM gesetzlich verpflichtet, ein Hinweisgebersystem einzuführen. Dazu wurde eine interne Meldestelle eingerichtet. Hinweisgebende können dort vermeintliche Verstöße gegen Gesetze sowie gegen interne Richtlinien oder Dienstanweisungen melden.

## Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit hat für die BLM schon seit einigen Jahren einen hohen Stellenwert: So veröffentlicht die Landeszentrale nicht nur regelmäßig Nachhaltigkeitsberichte, sondern hat im Jahr 2022 auch den Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern ins Leben gerufen, der bayerische Medienunternehmen dabei unterstützt, aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Medienwirtschaft mitzuwirken.

Im Jahr 2023 sind neue Mitglieder dem  **Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern** beigetreten. Im Rahmen der Medientage München 2023 ist von vier Gründungspartnern des Paktes der erste Nachhaltigkeitspreis Medien Bayern verliehen worden, um an konkreten Beispielen zu zeigen, wie publizistische Verantwortung nachhaltig wahrgenommen werden kann.

2023 hat die BLM zudem erstmals einen  **Bericht** gemäß dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) abgegeben. Der DNK stellt einen Rahmen für die Berichterstattung dar und ermöglicht, die Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen anhand von 20 Kriterien in den Bereichen Strategie, Prozessmanagement, Umwelt und Gesellschaft zu quantifizieren, zu vergleichen und zu objektivieren. Dieser anerkannte Standard, initiiert vom Rat für nachhaltige Entwicklung, ist ein effektives Instrument für eine professionelle und kriteriengeleitete Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der DNK-Bericht der BLM bezog sich auf das Jahr 2022. Die darin enthaltenen Fakten und Daten dienen als Grundlage für eine vergleichende Darstellung in den Folgejahren.

Zum Thema Ressourcenmanagement war einer der Höhepunkte des Jahres 2023 die Inbetriebnahme einer BLM-eigenen Fotovoltaikanlage. Zudem konnte der Papierverbrauch in der Landeszentrale seit 2020 um 35 Prozent reduziert werden. Durch die Verringerung von Dienstreisen konnten im Vergleich der Jahre 2019 und 2023 sogar rund 65 Prozent an Ausgaben eingespart werden. Im Bereich

Die Landeszentrale hat im Jahr 2023 erstmals einen  **Bericht** gemäß dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex abgegeben.

Innovation war die Einführung des neuen Claims der BLM ein wichtiger Meilenstein. Seit 2023 kümmert sich die Arbeitsgruppe Garten um Flora und Fauna auf den Grünflächen der BLM. Ein weiteres Gemeinschaftsprojekt war die Teilnahme eines BLM-Teams an der Radl-Challenge beim Münchener Stadtradeln.

## Beteiligungen und Mitgliedschaften

### I Gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der BLM

- Bayern Digital Radio GmbH, München (9 % indirekt über die bmt)
- Bayerische Medien Technik (bmt) GmbH, München (90 %)
- FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München (8 %)
- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München (62 %)
- Medien.Bayern GmbH, München (100 %)
- WERK1.Bayern GmbH, München (4,9 %)

### II Mitgliedschaften der BLM

- Akademie der Bayerischen Presse e.V., München
- Akademie für Neue Medien Kulmbach e.V.
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma), Frankfurt
- Bayerische Akademie für Fernsehen e.V. (BAF), München
- Deutsche Journalistenschule e.V., München
- Deutsche TV-Plattform e.V., Frankfurt
- Digitalradio Deutschland e.V., Berlin
- Festring Perlach e.V., München
- Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., Bonn
- Institut für Urheber- und Medienrecht e.V., München

- Internet-ABC e.V., Düsseldorf
- Landesmediendienste Bayern e.V., München
- Medien-Campus Bayern e.V., München
- Münchner Kreis, Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung e.V., München
- Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V., Nürnberg
- Radiozentrale e.V., Berlin
- Programmberatung für Eltern e.V., München
- Verein deutscher Archivare e.V. (VdA), Frankfurt

### III Mitgliedschaften, die über die DLM gehalten werden

- DVB-Projekt, Genf
- EPRA european platform of regulatory authorities, Straßburg
- World DAB-Forum, Genf

### IV Stiftungen

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

Stand 31.12.2023

# Plattformregulierung

Die Regulierung von Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediären dient der Sicherung von Meinungs- und Angebotsvielfalt. In der Zuständigkeit der Landeszentrale befindet sich eine Vielzahl an Angeboten deutscher, aber auch internationaler Anbieter ohne Sitz in Deutschland, die zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind (§ 1 Abs. 8 MStV). Neben der Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen – insbesondere von Rundfunk und Public-Value-Angeboten – sind der Zugang zu Medienplattformen, die Herausstellung europäischer Werke, Diskriminierungsverbote und Transparenz wichtige Themen.

## Medienplattformen und Benutzeroberflächen

Nutzerinnen und Nutzer sollen möglichst frei zwischen Medienangeboten wählen können. Um dies sicherzustellen, sind Plattformen, die Rundfunkprogramme, rundfunkähnliche Telemedien oder Angebote der Online-Presse bündeln (Medienplattformen), reguliert. Auch für Benutzeroberflächen, also für die Anzeige- und Steuerungsebenen von Medienplattformen, gelten seit Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags im November 2020 Vorgaben.

Anbieter von Medienplattformen und Anbieter von Benutzeroberflächen müssen sowohl formale wie auch inhaltliche Vorgaben einhalten. Über 90 Medienplattformen und Benutzeroberflächen werden diesbezüglich von der Landeszentrale beaufsichtigt.

### **Grundsätze**

Die Vorgaben für Medienplattformen und Benutzeroberflächen sollen sicherstellen, dass dort eine Vielfalt an meinungsrelevanten Angeboten und damit eine Vielfalt an Meinungen stattfinden kann. Enthält die Plattformregulierung

Auch In-Car-Entertainment-Systeme können als Benutzeroberflächen oder Medienplattformen qualifiziert sein.

für Medienplattformen vor allem Vorgaben betreffend den Zugang von Angeboten, regelt sie bei Benutzeroberflächen insbesondere die Auffindbarkeit von Angeboten.

### **Anzeige**

Jede Medienplattform und jede Benutzeroberfläche muss vor ihrer Inbetriebnahme bei der zuständigen Landesmedienanstalt angezeigt werden – egal, ob es sich um ein bundesweites, landesweites, regionales oder lokales Angebot handelt.

Welche Vorgaben für die Medienplattformen und Benutzeroberflächen gelten, hängt vor allem davon ab, ob es sich um ein privilegiertes oder ein nicht privilegiertes Angebot handelt. Wenn ein Angebot einen bestimmten Schwellenwert an z. B. angeschlossenen Wohneinheiten und deren Benutzeroberflächen oder tatsächlichen Nutzern im Monatsdurchschnitt erreicht (§ 78 MStV), ist es nicht (mehr) privilegiert. Erst dann gelten die meisten der Vorgaben des Medienstaatsvertrags für dieses Angebot. Nur nicht privilegierte Angebote werden in der funktionell zuständigen Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) behandelt.

Durch Anschreiben und Branchengespräche machte die Landeszentrale auf die bestehende Anzeigepflicht aufmerksam. 29 Medienplattformen und 17 Benutzeroberflächen, darunter sieben nicht privilegierte Medienplattformen und sieben nicht privilegierte Benutzeroberflächen wurden 2023 von insgesamt 33 unterschiedlichen Anbietern bei der

BLM angezeigt. Darunter waren auch Benutzeroberflächen von zwei bayerischen Automobilherstellern. Da In-Car-Entertainment-Systeme in Autos zunehmend als Benutzeroberflächen und teilweise auch als Medienplattformen zu qualifizieren sind, wird auch die Automobilbranche von Vorgaben des MStV erfasst.

### **Zugang und Belegung**

Anbieter von infrastrukturebundenen Medienplattformen müssen bestimmte, sogenannte Must-Carry-Programme verbreiten. Hierzu gehören die regionalen und lokalen Rundfunkprogramme aus Bayern sowie die Regionalfensterprogramme. Zudem sorgt die Landeszentrale dafür, dass alle Anbieter nicht privilegierter Medienplattformen den Inhalteanbietern den Zugang zu ihren Angeboten diskriminierungsfrei ermöglichen und Angebote, die nicht verbreitet werden dürfen, nicht verbreitet werden.

### **Leichte Auffindbarkeit und Public Value**

Kern der Vorgaben für Benutzeroberflächen ist die Auffindbarkeitsregulierung. Bestimmte Angebote, insbesondere die sogenannten Public-Value-Angebote aber auch die Gesamtheit aller Rundfunkprogramme, müssen leicht auffindbar sein – und zwar auf der ersten Auswahlebene der Benutzeroberfläche. Bei Public-Value-Angeboten handelt es sich um Rundfunkprogramme und Telemedienangebote, die in besonderem Maß einen Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt leisten.

Nachdem im Jahr 2022  **Public-Value-Angebote** durch die Landesmedienanstalten bestimmt worden waren und Fragen zur Umsetzung der leichten Auffindbarkeit in Form von  **FAQs** beantwortet worden sind, hat der Fachausschuss für Infrastruktur und Innovation unter Federführung der Landeszentrale 2023 vor allem überprüft, ob und wie die Vorgabe umgesetzt wurde.

Unter anderem wurde mit Hilfe eines Gutachtens der Benutzeroberflächenmarkt analysiert, um ein möglichst genaues Bild darüber zu bekommen, welche Angebote im Besonderen relevant sind und welche Anbieter für diese Angebote tatsächlich verantwortlich zeichnen. Zudem wurde eine Auswahl von 32 besonders relevanten, da besonders nutzungsstarken Benutzeroberflächen von 22 unterschiedlichen Anbietern durch die Landeszentrale und weitere Landesmedienanstalten gesichtet und bewertet – hierunter Oberflächen von Autos, OTT-Angeboten, Set-Top-Boxen, Smart-TVs und TV-Sticks. Die Ergebnisse dieser Sichtung legten offen, dass in den meisten der im deutschen Markt relevanten Benutzeroberflächen die Vorgaben betreffend Public Value bis dahin nicht bzw. nur rudimentär, teilweise unzureichend und nur selten vollständig umgesetzt worden waren.

Im Austausch mit Marktteilnehmern wie beispielsweise Vertreterinnen und Vertreter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde zudem diskutiert, welche Folgen die Auffindbarkeits- und

insbesondere Public-Value-Vorgaben des Medienstaatsvertrags für Fernbedienungen und die Vorinstallation von Apps, aber auch für algorithmisch oder durch KI gesteuerte Empfehlungen haben.

### **Europäische Werke**

Gemäß europarechtlicher Vorgaben, die durch den MStV umgesetzt worden sind, müssen europäische Werke in den Katalogen rundfunkähnlicher Telemedien wie beispielsweise Mediatheken mindestens 30 Prozent der enthaltenen Werke ausmachen und dort zudem herausgestellt werden. Näheres regelt die  **Satzung zu europäischen Produktionen gemäß § 77 Medienstaatsvertrag**, die unter anderem konkretisiert, was europäische Werke sind und wie diese herausgestellt werden können.

Die betroffenen Anbieter haben der Landeszentrale regelmäßig die Einhaltung der Quote für europäische Werke nachzuweisen, indem sie ihr die hierfür notwendigen Informationen und Unterlagen zur Verfügung stellen.

### **Transparenz**

Gemäß § 85 Medienstaatsvertrag müssen die Anbieter von Medienplattformen und Benutzeroberflächen den Nutzerinnen und Nutzern transparent machen, nach Maßgabe welcher Grundsätze und Kriterien Angebote ausgewählt und sortiert werden. Das beinhaltet auch Angaben nach welchen grundlegenden Kriterien Empfehlungen erfolgen, die oftmals Algorithmen und teilweise Methoden der Künstlichen Intelligenz nutzen.

Inwieweit die Vorgaben zur Transparenz inzwischen umgesetzt worden sind, wurde im Sommer 2023 ebenfalls untersucht. Bei mehr als der Hälfte der gesichteten Benutzeroberflächen fehlten Transparenzangaben noch gänzlich; in den restlichen Fällen waren die Vorgaben zur Transparenz überwiegend noch nicht ausreichend umgesetzt worden. Die Landeszentrale suchte zunächst mit den Anbietern, die in ihre Zuständigkeit fallen, den Dialog. Sofern keine Abhilfe geschaffen wird, kann die Landeszentrale aufsichtliche Maßnahmen ergreifen und Bußgelder verhängen.

## Medienintermediäre

Die Landeszentrale ist seit Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags auch zuständig für die Beaufsichtigung sogenannter Medienintermediäre, sofern diese zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind und einen Zustellungsbevollmächtigten in Bayern benannt haben.

Bei Medienintermediären handelt es sich um Dienste, die u. a. journalistisch-redaktionelle Inhalte zwischen Inhalteanbietern und Nutzerinnen und Nutzern vermitteln. Vor allem Suchmaschinen und Soziale Netzwerke fallen unter den Begriff des Medienintermediärs. Die Landeszentrale ist für entsprechende Angebote von Amazon, Apple, LinkedIn, Microsoft, Twitch, X (vormals Twitter) und Yahoo zuständig.

Zu den Medienintermediären gehören v. a. Suchmaschinen und Soziale Netzwerke. Die BLM ist u. a. zuständig für Angebote von Amazon, Apple, LinkedIn, Microsoft, X, Twitch und Yahoo.

2023 hat die Landeszentrale vor allem in Gesprächen mit Anbietern die Umsetzung der Vorgaben vorangetrieben. Zudem wurde die Klärung der Frage angestoßen, inwieweit es sich bei der Vielzahl der neuen KI-Anwendungen um Medienintermediäre handelt.

### Diskriminierungsverbot und Transparenz

Die Landeszentrale wirkte darauf hin, dass die Medienintermediäre Grundsätze und Kriterien ihrer Arbeits- und Wirkweise transparent machen und entsprechende Informationen leicht auffindbar vorhalten. Hierzu gehören auch Informationen über die Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen und damit auch zu Modellen der Künstlichen Intelligenz.

Auch die Frage, ob Medienintermediäre journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote diskriminieren, wird von der Landeszentrale überprüft. Tätig kann sie diesbezüglich jedoch nur werden, wenn ein Verstoß offensichtlich ist oder eine Beschwerde vorliegt. In zwei Fällen prüfte die Landeszentrale 2023 einen möglichen Diskriminierungsverstoß durch Twitter, das im Juli 2023 in X umbenannt wurde; ein Verstoß konnte in beiden Fällen letztlich nicht festgestellt werden.

# Inhalteorganisation

Die Landeszentrale ist zuständig für die Organisation der privaten Fernseh- und Hörfunkprogramme in Bayern. Dabei achtet die BLM auf ein ausgewogenes Angebot und die Meinungsvielfalt sowie auf wirtschaftlich tragfähige Rahmenbedingungen. Lokal, landesweit und bundesweit gibt es rund 300 Radio- und Fernsehangebote, die von der BLM als Rundfunkangebote genehmigt bzw. zugewiesen sind. Die Zuweisung von Übertragungskapazitäten insbesondere für UKW und DAB an Hörfunkprogramme, über DVB-T2 HD an Fernsehprogramme sowie die Zuweisung von Kabelkanälen für Lokalprogramme erfolgt durch die Landeszentrale. Diese werden befristet erteilt.

Bei Rundfunk- oder Telemedienangeboten sind die maßgeblichen gesetzlichen Bestimmungen des Medienstaatsvertrags (MStV) und des Bayerischen Mediengesetzes (BayMG) zu beachten. Für bundesweit ausgerichtete Rundfunkprogramme besteht in der Regel eine Zulassungspflicht (§§ 52 f. MStV). Auch Programme mit landesweiter Ausrichtung auf Bayern bedürfen einer Genehmigung, es sei denn, sie werden ausschließlich über das Internet verbreitet oder erreichen im Durchschnitt von sechs Monaten weniger als 20.000 gleichzeitige Nutzer. Dagegen sind lokal und regional ausge-

richtete Programmangebote gemäß Art. 26 BayMG grundsätzlich genehmigungsfrei und gelten als zugelassen. Genehmigungsfreie Angebote mit lokaler, regionaler oder landesweiter Ausrichtung sind der Landeszentrale vorab anzuzeigen. Für Rundfunkprogramme, die nicht für den Empfang im Bundesgebiet bestimmt sind und dort auch tatsächlich nicht empfangen werden können (sog. Auslandsprogramme), gelten für das Genehmigungsverfahren die Bestimmungen des BayMG. Telemedienangebote sind grundsätzlich zulassungsfrei (§ 17 MStV).

Die der BLM zur Verfügung stehenden, nicht zugewiesenen Übertragungskapazitäten (UKW, DAB, Kabelfernsehkanäle) werden unter Berücksichtigung der Konzeptverantwortung der Landeszentrale in der Regel ausgeschrieben. Gibt es mehr Bewerbungen als Kapazitäten zur Verfügung stehen, trifft die Landeszentrale durch den Medienrat eine Auswahlentscheidung. Gibt es genügend Kapazitäten für alle Interessenten, wie etwa über Satelliten oder im Kabel, genehmigt die Landeszentrale nur das Programm und der Plattformbetreiber belegt die vorhandenen Kapazitäten unter Beachtung der Regeln des MStV.

## Programmorganisation Hörfunk

### Kapazitätszuweisungen

#### ■ Neuzuweisungen

##### □ Gong 96,3 in Ingolstadt

Auf eine im Februar 2023 erfolgte Ausschreibung wurde der Radio Gong 2000 Programmanbieter GmbH & Co. Hörfunk für München KG als einzige Bewerberin eine DAB-Kapazität zur Verbreitung des Hörfunkangebots „Gong 96.3 in Ingolstadt“ im DAB-Netz Ingolstadt 6A vom 1. Juli 2023 bis zum 30. Juni 2033 zur Nutzung zugewiesen.

Das Musikformat und die redaktionellen Inhalte werden vom Programm „Gong 96.3“ (aus München) übernommen. Allerdings werden lokale Inhalte für Ingolstadt und die Region im Programm platziert. Programmlich handelt es sich um ein Contemporary Hitradio (CHR) mit

aktuellen Charthits aus den Bereichen Pop, Pop-Rock und Dance, das im Kern auf die Altersgruppe der 25- bis 39-Jährigen fokussiert ist und auch Pendler mit relevantem Service bedient.

##### □ Radio Charivari Regensburg

Ebenfalls im Februar 2023 erfolgte eine Ausschreibung von zwei Datenkapazitäten im DAB-Versorgungsgebiet Oberpfalz (Block 6C). Diese waren bislang bereits im Rahmen eines Pilotprojekts von der Neue Welle Antenne Regensburg Hörfunk- und Fernsehprogramm GmbH, der Verlag Tages-Anzeiger GmbH und der Musik und Technik Rundfunkanbieter GmbH (M.U.T) zur Verbreitung des lokalen Hörfunkangebots Radio Charivari Regensburg genutzt worden. Die beiden Datenkapazitäten wurden erneut den oben genannten Anbietern, die sich als einzige Bewerber gemeinsam mit dem Konzept einer „dynamischen Rekonfiguration“ auf die Ausschreibung beworben hatten, vom 1. Juli 2023 bis zum 30. Juni 2033 zugewiesen. Zudem wurde den Anbietern eine weitere Kapazitätszuweisung ebenfalls zur Verbreitung des Hörfunkangebots Radio Charivari Regensburg im Rahmen der dynamischen Rekonfiguration bis zum 30. Juni 2033 verlängert.

Bei der „dynamischen Rekonfiguration“ werden in fünf Teilgebieten (Regensburg, Cham, Kelheim, Neumarkt i. d. Oberpfalz und Schwandorf) zeitweise diversifizierte „Radio Charivari Regensburg“-Varianten ausgestrahlt, die sich zu bestimmten Sendezeiten bei redaktionellen Programmelementen und Werbung

unterscheiden. Dabei werden auf einer DAB-Kapazität immer drei Teilgebiete gebündelt, auf den beiden weiteren DAB-Kapazitäten werden parallel andere Inhalte exklusiv jeweils für ein Teilgebiet ausgestrahlt.

Programmlich handelt es sich bei Radio Charivari Regensburg um ein 24-Stunden-Vollprogramm, das sich mit einem modernen AC-Format mit einem Mix aus Pop- und Rockmusik an die Zielgruppe der 30- bis 59- Jährigen wendet.

#### □ **rt1 in the mix**

Auf die im Februar 2023 erfolgte Ausschreibung einer digitalen Übertragungskapazität im lokalen DAB-Versorgungsgebiet Ingolstadt 6A zum Ausgleich technischer DAB-Versorgungsdefizite in benachbarten medienrechtlichen Versorgungsgebieten (technische Arrondierung) gingen fünf Bewerbungen ein.

Die Übertragungskapazität wurde im Rahmen einer Auswahlentscheidung der rt1.digital broadcast GmbH zur Verbreitung des Hörfunkangebots rt1 in the mix vom 1. Juli 2023 bis zum 30. Juni 2025 zugewiesen.

Gründe für die Auswahlentscheidung waren, dass die rt1.digital broadcast GmbH an einem starken Versorgungsdefizit in ihrem originären DAB-Versorgungsgebiet Augsburg litt und ihr bisher noch keine Kapazität zur technischen Arrondierung zur Nutzung zugewiesen worden war. Zudem stellt das Musikformat „DJ Mix“ von rt1 in the mix eine Alternative zu den in Ingolstadt verbreit-

teten Programmen dar und bringt somit programmlich den größten Vielfaltsgewinn. Medienwirtschaftlich hat die Zulassung von rt1 in the mix die geringsten negativen Auswirkungen auf das Verbreitungsgebiet Ingolstadt.

#### ■ **Verlängerungen**

Die folgenden Kapazitätszuweisungen wurden im Jahr 2023 verlängert:

- **DAB-Netz Oberbayern Süd**  
Kapazitätszuweisung bis 31. Dez. 2025
- **Top FM**
- **DAB-Netz Oberpfalz**  
Kapazitätszuweisung bis 30. Juni 2033
- **gong fm**
- **Radio Charivari Regensburg**
- **DAB-Netz Allgäu-Donau-Iller**  
Kapazitätszuweisung bis 30. Juni 2033
- **AllgäuHIT**
- **DAB-Netz Oberfranken**  
Kapazitätszuweisung bis 30. Sept. 2033
- **Radio Bamberg mit dem Spartenanbieter Erzdiözese Bamberg**
- **DAB-Netz Unterfranken**  
Kapazitätszuweisung bis 31. Okt. 2033
- **Radio Primavera**
- **Radio Galaxy Aschaffenburg mit dem Spartenanbieter Stadtjugendring Aschaffenburg**
- **DAB-Netz Oberfranken**  
Kapazitätszuweisung bis 28. Feb. 2034
- **Radio Mainwelle**

### Audio-Strategie 2025

Die BLM hat 2023 zukunftsweisende Strategien für Audio und Bewegtbild entwickelt. Die Audio-Strategie 2025 wurde vom Medienrat der Landeszentrale in seiner Sitzung am 7. Dezember 2023 beschlossen. Sie enthält Maßnahmen und Vorschläge für die digitale Transformation und die unter Druck stehende lokale Hörfunk-Branche in Bayern. So geht es darum, Kooperationen zu ermöglichen, die Lokalität zu erhalten, die Aus- und Fortbildung zu optimieren, die digitale Transformation weiter zu befördern oder medienrechtliche Versorgungsgebiete festzulegen.

Als einen von vielen Bausteinen umfasst das Strategiepapier zudem ein einheitliches Migrationskonzept von UKW zu DAB. Zentrale Ziele hierbei sind der Erhalt lokaler Vielfalt und die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Rundfunklandschaft.

Bezüglich der im Jahr 2025 auslaufenden UKW-Zuweisungen hat der Medienrat im Rahmen der Verabschiedung der Audio-Strategie das sog. „5+2(+3)“-Modell beschlossen. Danach werden die auslaufenden UKW-Zuweisungen zunächst um fünf Jahre bis in das Jahr 2030 verlängert. Sollte der Bayerische Rundfunk im Jahr 2030 weiterhin seine Radioprogramme über UKW übertragen oder sollte die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Radiobranche auch weiterhin eine UKW-Verbreitung erfordern, verlängern sich die UKW-Zuweisungen automatisch nochmals um zwei Jahre bis 2032.

Im Jahr 2032 können die Zuweisungen nochmalig auf Antrag des Anbieters um drei Jahre, d. h. bis längstens 2035, verlängert werden, wenn eine UKW-Verbreitung für die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Radiobranche weiterhin erforderlich oder der Bayerische Rundfunk die Verbreitung über UKW noch nicht eingestellt hat.

## Programmorganisation Fernsehen

### Neugenehmigungen

- **Fernsehen bundesweit**
- **DAZN FAST, DAZN FAST+**

Der DAZN DACH GmbH wurde die Genehmigung zur Verbreitung der bundesweit ausgerichteten Fernsehprogramme „DAZN FAST“ und „DAZN FAST+“ erteilt. Beides sind Fernsehspartenprogramme mit dem Schwerpunkt Sport. Es sollen Übertragungen von verschiedenen Sportarten und Programmen mit Sportbezug angeboten werden. Im Programm von „DAZN FAST+“ sollen zusätzlich auch Livesport und speziell für das Programm produzierte Shows gezeigt werden. „DAZN FAST“ und „DAZN FAST+“ sollen Nutzerinnen und Nutzern unentgeltlich oder im Rahmen kostenpflichtiger Abonnements von anderen Plattformbetreibern in Deutschland und Österreich zum Abruf zur Verfügung gestellt werden. Zudem sollen die beiden Programme über das Internet-Fernsehspartenprogramm „DAZN“ verfügbar sein.

#### □ DAZN Rise

Der DAZN DACH GmbH wurde die Genehmigung zur Verbreitung des bundesweit ausgerichteten Fernsehprogrammes „DAZN Rise“ erteilt. „DAZN Rise“ ist ein Spartenprogramm mit Schwerpunkt Unterhaltung (Sport). Das Programm soll aus Übertragungen von verschiedenen Sportarten sowie aus Sendungen mit Sportbezug bestehen. Übertragungen soll es unter anderem von der Frauen-Bundesliga, Frauen-Boxen, EHF Championsleague der Frauen, UEFA Women's Champions League und Women's National Basketball geben. Das kostenpflichtige Angebot richtet sich an Abonnentinnen und Abonnenten in Deutschland und Österreich. Die Verbreitung erfolgt über IPTV und das Internet.

#### □ Just Cooking

Der High View GmbH wurde die Genehmigung zur Verbreitung des bundesweit ausgerichteten frei empfangbaren Fernsehspartenprogramms mit Schwerpunkt Unterhaltung „Just Cooking“ erteilt. Das deutschsprachige Kochprogramm widmet sich täglich 24 Stunden frischen neuen Food-Trends, klassischer und traditioneller Küche sowie kulinarischen Dokumentationen.

#### □ Kabel Eins Classics, SAT.1 emotions und ProSieben FUN

Der Seven.One Entertainment Group GmbH wurde nach einer konzerninternen Umstrukturierung von der Landeszentrale die Genehmigung zur Verbreitung der bundesweit ausgerichteten Fernsehprogramme „Kabel Eins Classics“, „SAT.1

emotions“ und „ProSieben FUN“ erteilt. Die drei Pay-TV Programme waren zuvor von der Seven.One Pay TV GmbH auf der Basis einer Zulassung der Medienanstalt Berlin-Brandenburg verbreitet worden.

Das Unternehmen mit Sitz in Unterföhring bei München hatte bei der BLM eine Rundfunkzulassung für die Programme beantragt, da die Seven.One Pay TV GmbH auf die Seven.One Entertainment Group GmbH verschmolzen werden sollte. Die Genehmigung wurde mit Eintragung der Verschmelzung gültig.

Bei „Kabel Eins Classics“, „SAT.1 emotions“ und „ProSieben FUN“ handelt es sich um Fernsehspartenprogramme (Unterhaltung). Während auf „Kabel Eins Classics“ Spielfilme vielfältiger Genres sowie sog. Kult-Serien ausgestrahlt werden, zeigt „SAT.1 emotions“ einen Mix aus deutschen und internationalen Serien und Filmen. ProSieben FUN bietet eine Mischung der Show- und Comedyformate von ProSieben, internationale Blockbuster, US-Serien sowie ausgewählte deutsche und internationale Action-Sport-Events.

#### □ Sky UHD, Sky Sport UHD, Sky Sport Bundesliga UHD

Der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG wurde die Genehmigung zur Verbreitung der bundesweit ausgerichteten Fernsehprogramme „Sky UHD“, „Sky Sport UHD“ und „Sky Sport Bundesliga UHD“ erteilt. Das Unternehmen mit Sitz in Unterföhring bei München hatte je eine Rundfunkzulassung für die Spartenprogramme der Kategorie Unterhaltung („Sky UHD“) bzw. Sport („Sky Sport UHD“, „Sky Sport Bundesliga UHD“)

beantragt. Die drei Pay-TV-Programme sollen UHD-Highlights aus dem gesamten Sky-Angebot als lineares 24-stündiges Programm in Ultra-High-Definition-Qualität über Satellit enthalten. Die UHD-Programme belegen dabei technisch wechselseitig eine Bandbreite, haben aber je nach gezeigtem Programminhalt eine andere Programmplatznummer und den jeweiligen Programmnamen. Jedes UHD-(Live)-Event wird auch parallel auf einem HD-Kanal zu empfangen sein. Die UHD-Programmierung außerhalb der Live-Event-Ausstrahlung setzt sich aus Wiederholungen aus den bereits auf der UHD-Bandbreite ausgestrahlten Inhalten zusammen. Es sollen zudem Programminhalte aus non-fiktionalen und fiktionalen Programmen gezeigt werden. UHD/4K hat doppelt so viele Pixelspalten und Pixelzeilen wie Full-HD und somit insgesamt die 4-fache Auflösung. Der Empfang ist ausschließlich mittels UHD-Fernseher und Sky-Receiver möglich, die das Fernsehsignal über Satellit (Astra 19,2 Grad Ost) empfangen bzw. über das Angebot Magenta TV (Telekom) und Giga TV (Vodafone).

#### □ Junior

Die STUDIO 100 MEDIA GmbH hat den Sendebetrieb des Programms „Junior“ am 31. Dezember 2022 eingestellt und in der Folge die Genehmigung für das Programm zurückgegeben.

### ■ Fernsehen für das europäische Ausland

#### □ Crime+Investigation Romania

Der AETN UK Germany GmbH wurde die Genehmigung zur Verbreitung des Fernsehspartenprogramms „Crime+Investigation Romania“ erteilt. Das nicht auf den Empfang in Deutschland ausgegerichtete Pay-TV-Angebot wird ausschließlich verschlüsselt und nur in Rumänien verbreitet. Die maßgeblichen redaktionellen Entscheidungen werden am Unternehmenssitz in München getroffen.

### Verlängerung von Kapazitätsszuweisungen

Die folgende Kapazitätsszuweisung wurde im Jahr 2023 verlängert:

#### ■ Fernsehen landesweit

Kapazitätsszuweisung bis 31. Dez. 2023

- 17:30 SAT.1 Bayern mit dem Spartenanbieter Evangelischer Presseverband für Bayern

### Änderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse

#### ■ Fernsehen bundesweit

#### □ DAZN DACH GmbH

Die Landeszentrale bestätigte die medienrechtliche Unbedenklichkeit der folgenden, von der Anbieterin angezeigten, mittelbaren Veränderungen der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse an der DAZN DACH GmbH.

An der DAZN Group Ltd. ist die AI Perform Holdings LLP nur noch mit 63,45 Prozent (zuvor 82,78 %) beteiligt. Neue Gesellschafter sind die Perform Holdings 2 bis 5 LLC, die zusammen weitere 23,05 Prozent der Anteile halten. Bei diesen, wie auch bei der AI Perform Holdings LLP, handelt es sich um 100 %ige Tochtergesellschaften der Access Industries, Inc. Die Global Sports Investments LLC hat ihre Anteile von 9,03 auf 3,82 Prozent reduziert. Der Anteil der Minderheitsgesellschafter und des Managements liegt nunmehr bei 3,47 Prozent (zuvor 8,19 %). Hinzu kommen Anteilseigner, die insgesamt kumuliert über 6,21 Prozent der Anteile verfügen (jeweils einzeln unter 5 %), aber nicht stimmberechtigt sind. Ferner wurde die DAZCAY Ltd. als Zwischengesellschaft zwischen der DAZN Group Ltd. und der DAZN Sports Media Ltd. eingefügt. Zudem kam es zu einer Änderung der Beteiligung bei der mittelbar an der Veranstalterin beteiligten Dentsu Group, Inc.. Größter Anteilseigner ist danach mit 17,72 Prozent The Master Trust Bank of Japan Ltd. (zuvor 12,84 %). Auch die Anteile der weiteren Aktionäre mit Anteilen von über 5 Prozent haben sich geringfügig verändert.

#### □ Joyn GmbH

Die Landeszentrale bestätigte die medienrechtliche Unbedenklichkeit der folgenden Veränderung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse an der Joyn GmbH. Demnach ist die Seven.One Entertainment Group GmbH Alleingesellschaf-

terin der Joyn GmbH geworden. Die Joyn GmbH war zuvor eine jeweils 50 %ige Tochtergesellschaft der Seven.One Entertainment Group GmbH und der Discovery Communications Europe Ltd. Die Eintragung im Handelsregister erfolgte am 3. November 2022.

#### □ ProSiebenSAT.1 Media SE

Die ProSiebenSAT.1 Media SE ist die Muttergesellschaft der Anbieter Seven.One Entertainment Group GmbH und der Joyn GmbH (s. oben).

Seit 2019 ist die Familie Berlusconi (Media for Europe (MFE)) maßgeblich an der ProSiebenSAT.1 Media SE beteiligt. Im Laufe des Berichtszeitraums wurden mehrfach Anpassungen der Beteiligungshöhe der Media for Europe (MFE) angezeigt. Eine Erhöhung der Beteiligung von bisher 22,72 auf 26,58 Prozent wurde von der Landeszentrale nach Prüfung durch die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) als medienrechtlich unbedenklich bestätigt. Die Bestätigung beinhaltete umfasste auch eine interne Umstrukturierung innerhalb des MFE-Konzerns.

Ferner ist im Berichtszeitraum die Frau Renáta Kellnerová zuzurechnende PPF IM Ltd. (vormals Acolendo Ltd.) als meldepflichtige Aktionärin in Erscheinung getreten. Eine Beteiligung von 11,60 Prozent wurde von der Landeszentrale nach Prüfung durch die ZAK und die KEK als medienrechtlich unbedenklich bestätigt.

Im Berichtszeitraum fanden zudem konzerninterne Veränderungen statt, die zur Straffung der Beteiligungsverhältnisse und zur Zulassung der Programme „Kabel Eins Classics“, „SAT.1 emotions“ und „ProSieben FUN“ bei der Landeszentrale geführt haben (s. oben).

#### □ Sport1 GmbH

Die Landeszentrale bestätigte 2023 die medienrechtliche Unbedenklichkeit der folgenden, von der Anbieterin 2022 angezeigten, mittelbaren Veränderungen der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse an der Sport1 GmbH. Die Highlight Communications AG erhöht ihren Anteil an der Sport1 Medien AG im Zuge eines aktienrechtlichen Verfahrens zum Ausschluss von Minderheitsaktionären (Squeeze-Out) von 94,71 Prozent auf 100 Prozent. Weitere geringfügige Beteiligungsveränderungen betreffen die größte Aktionärin der Highlight Communications AG, die Highlight Event and Entertainment AG: Die AM Portfolio AG hat ihre Anteile am Stammkapital der HLEE auf nunmehr 7,06 Prozent erhöht. Darüber hinaus haben sich die Anteile der weiteren Aktionäre der HLEE geringfügig verringert. Die Beteiligungen der Aktionäre Miralco Holding und René Camenzind sind dabei unter die 5-Prozent-Grenze gefallen. Statt der Stella Finanz AG (zuvor 5,35 %) hält nunmehr die Stella Holding AG Anteile von 4,87 Prozent.

#### **Lokal-TV Strategie 2025**

Um seine Vielfältigkeit zu bewahren, die Anbieter wirtschaftlich zu stärken, wettbewerbsfähig zu machen und in die

digitale Zukunft zu führen, braucht das bayerische Lokalfernsehen finanzielle Unterstützung.

Mit Außerkrafttreten des aktuellen Art. 23 BayMG am 31. Dezember 2024 enden die derzeitigen Betrauungsverträge als Basis der Lokalfernsehförderung. Um dem Gesetzgeber Impulse für die Förderung bzw. Betrauung von Lokalfernsehen ab 2025 zu geben, hat die Landeszentrale im Jahr 2023 ein Konzept erarbeitet, das nach Diskussion in den Gremien der BLM Anfang 2024 an die Staatskanzlei übermittelt wurde.

Neben der derzeit noch unverzichtbaren, aber kostenintensiven Verbreitung der Lokalfernsehprogramme über Satellit soll verstärkt auf die Verbreitung über IP oder eine gemeinsame Medienplattform gesetzt werden.

Zudem soll den Anbietern eine größere Flexibilität bei der Produktion ermöglicht werden, damit sie besser auf neue Herausforderungen wie die digitale Transformation, Crossmedialität und Krisensituationen reagieren können und es bestenfalls auch schaffen, neue Zuschauerschichten und jüngere Zielgruppen anzusprechen. Gleichzeitig ist bei immer größer werdender Konkurrenz durch Social-Media-Plattformen und alternative On-Demand-Angebote die Programmqualität ausschlaggebend für den Erfolg des Lokalfernsehens. Deshalb plant die Landeszentrale ihre Unterstützung in Form von geeigneten Workshop-Angeboten bei Aus- und Fortbildung, beim Recruiting oder in der Schulung des Marketingpersonals weiter auszubauen.

# Rundfunkangebote in Bayern

Genehmigung bzw. Kapazitätszuweisung durch die BLM  
(mit Spartenanbietern und Zulieferern)

## Lokaler/regionaler Hörfunk

- **Radio Fantasy (Allgäu)**
- **Radio 8, Ansbach**
  - Hörfunkredaktion des Erzbistums Bamberg<sup>1</sup>
  - Evang.-Luth. Dekanat Ansbach<sup>1</sup>
- **Galaxy Mittelfranken, Ansbach**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Galaxy Aschaffenburg**
  - Stadtjugendring Aschaffenburg
  - Evang. Presseverband für Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Primavera Aschaffenburg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Diözese Würzburg, Bereich Medien („Kirche im Lokalfunk“)<sup>1</sup>
- **Fantasy Classix, Augsburg**
- **Fantasy Lounge, Augsburg**
- **Hitradio RT1, Augsburg**
  - Sankt Ulrich Verlag GmbH
  - Anbietergemeinschaft Evang. Bildungswerk Augsburg
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Mega Radio 80s, Augsburg**
- **Mega Radio Mix, Augsburg**
- **Radio Augsburg**
- **Radio Fantasy, Augsburg**
  - Kanal C
- **rt1 in the mix, Augsburg**
- **rt1 relax, Augsburg**
- **Smart Radio, Augsburg**
- **Radio Alpenwelle, Bad Tölz**
  - Sankt Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Galaxy Oberfranken, Bamberg**
  - Akademie für neue Medien Kulmbach<sup>1</sup>
  - Bezirksjugendring Oberfranken
  - Universität Bayreuth<sup>1</sup>
- **Radio Bamberg**
  - Erzbistum Bamberg Hörfunkredaktion
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Mainwelle, Bayreuth**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Inn-Salzach-Welle, Burgkirchen**
  - Radio Regenbogen
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Kath. Radiobüro des Bistums Passau<sup>1</sup>
- **Radio BUH, Chiemgau**
- **Radio Eins, Coburg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Hitradio RT1 Nordschwaben, Donauwörth**
  - Sankt Ulrich Verlag GmbH<sup>1</sup>
- **Campusradio Funklust, Erlangen<sup>3</sup>**
- **Bayernwelle Südost, Freilassing / Traunstein**
  - Ensemble am Chiemsee GmbH<sup>1</sup>
  - Radio Regenbogen
  - Sankt Michaelsbund e.V.
  - Watzmann-Saalach-Welle<sup>1</sup>
- **Radio Top FM, Fürstenfeldbruck**
  - Sankt Michaelsbund e.V.
- **Donau 3 FM, Günzburg**
  - Christlicher Rundfunk Günzburg e.V.
- **extra radio, Hof**
- **Radio Euroherz , Hof**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Galaxy Ingolstadt**
  - Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Radio Pegasus)<sup>1</sup>
- **Gong 96.3 in Ingolstadt**
- **Hoamatwelle, Ingolstadt**
- **Oldie Welle Ingolstadt**
- **Radio IN, Ingolstadt**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.
  - Bistum Eichstätt (GKL, Radio K1)
  - Verein zur Förderung kultureller Belange in der Region Ingolstadt e.V.
- **Allgäuer Heimatmelodie, Kempten**
- **AllgäuHit, Kempten**
- **Galaxy Allgäu, Kempten**
- **Griaß di Allgäu, Kempten**
- **RSA Radio, Kempten**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **RSA Radio (Ostallgäu), Kempten**
- **RSA Radio (Westallgäu), Kempten**
- **Das neue Radio Seefunk, Konstanz**
- **Radio Plassenburg, Kulmbach**
  - Akademie für Neue Medien e.V.<sup>1</sup>
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Galaxy Landshut**
- **Radio Trausnitz, Landshut**
  - Sankt Michaelsbund e.V.
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Hitradio RT1 Südschwaben, Memmingen**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **089 Kult, München**
  - lulu.fm
- **95.5 Charivari, München**
  - Sankt Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>
- **CRM 92.4, München<sup>3</sup>**
- **Digital Classix, München**
- **Energy München**
- **Gong 96.3, München**
- **M94.5, München<sup>3</sup>**
- **Münchner Kirchenradio, München<sup>3</sup>**
- **Radio 2Day, München**
- **Radio Arabella, München**
  - Sankt Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Feierwerk, München<sup>3</sup>**
  - Radio BUH<sup>1</sup>
- **Radio Horeb München<sup>3</sup>**
  - Sankt Michaelsbund e.V.
- **Radio Lora, München<sup>3</sup>**
- **Radio München<sup>3</sup>**
- **Radio Oberland, Murnau**
  - Sankt Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>
  - Sankt Ulrich Verlag GmbH<sup>1</sup>
- **Hitradio RT1 Neuburg-Schrobenhausen**





- **Charivari 98.6, Nürnberg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Energy Nürnberg**
- **Gong 97.1, Nürnberg**
- **Hit Radio N1, Nürnberg**
  - A.R.E.F. Anbietergem. Rundfunk Evang. Freikirchen
  - Christliche Medieninitiative Franken e.V. (Camillo 92.9)
  - Meilensteine Medien e.V.
  - Pray Nürnberg e.V.
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V. (über Camillo 92.9)<sup>1</sup>
- **max neo, Nürnberg**<sup>3</sup>
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Meilensteine Medien e.V.
  - Medienzentrum Parabol e.V. (Funkenflug)
  - funklust e.V.<sup>1</sup>
  - Medienfachberatung für den Bezirk Mittelfranken<sup>1</sup>
  - Hochschule Ansbach (Rabbit Radio)<sup>1</sup>
- **Mein Lieblingsradio, Nürnberg**
- **N90 4 Beat, Nürnberg**
- **Pirate Radio, Nürnberg**
- **Radio F**
  - Jazzstudio Nürnberg e.V.
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Z, Nürnberg**<sup>3</sup>
- **Star FM, Nürnberg**
- **Galaxy Passau/Deggendorf**
- **Oldie Welle Niederbayern, Passau**
- **unser Radio, Passau/Deggendorf**
  - Sankt Michaelsbund e.V.
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **gong fm, Regensburg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Charivari, Regensburg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Bischöfl. Presse- und Medienabt. der Diözese Regensburg<sup>1</sup>
- **Galaxy Rosenheim**
  - Kreisjugendring Berchtesgadener Land
  - Radio Regenbogen
  - Q3 – Quartier für Medien.Bildung. Abenteuer<sup>1</sup>
- **Radio Charivari Rosenheim**
  - Ensemble am Chiemsee GmbH
  - Radio Regenbogen
  - Sankt Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>

- **Radio Schwaben, Schwabmünchen**
- **Radio Hashtag+, Schweinfurt**
- **Radio PRIMATON, Schweinfurt**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Diözese Würzburg, Radioredaktion<sup>1</sup>
- **Radio AWN, Straubing**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Hochschule Deggendorf<sup>1</sup>
  - Bischöfl. Presse- und Medienabt. der Diözese Regensburg<sup>1</sup>
- **Radio 7, Ulm**
- **Galaxy Amberg /Weiden**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Ramasuri, Weiden**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - Bischöfl. Presse- und Medienabt. der Diözese Regensburg<sup>1</sup>
- **Radio Charivari Würzburg**
  - Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt<sup>1</sup>
  - Diözese Würzburg, Radioredaktion
  - Julius-Maximilians-Universität<sup>1</sup>
  - Radio Opera
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Gong, Würzburg**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>

## Landesweiter Hörfunk

- **Antenne Bayern**
  - Sankt Michaelsbund e.V.
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.
- **Arabella Bayern**
- **egoFM**
  - Bayerischer Jugendring<sup>1</sup>
- **Galaxy Bayern**
  - Evang. Presseverband f. Bayern e.V.<sup>1</sup>
  - St. Michaelsbund e.V.<sup>1</sup>
- **Radio Teddy**
- **Rock Antenne Bayern**
  - M94.5<sup>1</sup>

## Bundesweiter Hörfunk

- **Absolut Bella**
- **Absolut Hot**
- **Absolut Oldie**
- **Absolut relax**
- **Absolut Top**
- **Radio Horeb**
- **Rock Antenne**

## Lokales Fernsehen

- **allgäu.tv, Kempten**
  - Plenum TV
  - katholisch1.tv<sup>1</sup>
- **a.tv, Augsburg**
  - Plenum TV
  - Dimensionen/crtv<sup>1</sup>
  - katholisch1.tv<sup>1</sup>
- **Franken Fernsehen, Nürnberg**
  - Medienwerkstatt
  - Point
  - Kirche in Bayern
  - Polaris
  - Plenum TV
- **münchen.tv**
  - abm
  - M94.5
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
  - CFM – Christliches Fernsehen München<sup>1</sup>
- **Niederbayern TV Deggendorf-Straubing**
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
- **Niederbayern TV Landshut**
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
- **Niederbayern TV Passau**
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
- **Oberpfalz TV, Amberg**
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
- **Regio TV Schwaben, Neu-Ulm/ Ulm**
  - Kirche in Bayern
  - Plenum TV
- **rfo, Rosenheim**
  - ISW Fernsehen





- Kirche in Bayern
- Plenum TV
- **TVA, Regensburg**
- Kirche in Bayern
- Plenum TV
- **tv.ingolstadt**
- Kirche in Bayern
- Plenum TV
- **TV Mainfranken, Würzburg**
- Kirche in Bayern
- Plenum TV
- **tvo, Hof**
- KidsNews
- Kirche in Bayern
- Plenum TV
- Campus TV<sup>1</sup>

### Landesweite Fernsehfensterprogramme

- **17:30 SAT.1 Bayern**
- Lebensformen (EPV)
- bavariaone<sup>1</sup>
- **TV Bayern live**
- Sankt Michaelsbund
- Niederbayern TV/Sport<sup>1</sup>

### Bundesweites Fernsehen

- **Animal Planet**
- **Anixe+**
- **AXN Black**
- **AXN White**
- **bsTV4 Badminton sport Television<sup>2</sup>**
- **Cartoon Network**
- **Cartoonito**
- **Crime Time**
- **dasWort TV<sup>2</sup>**
- **DAZN FAST<sup>2</sup>**
- **DAZN FAST+<sup>2</sup>**
- **DAZN for Business<sup>2</sup>**
- **DAZN Rise<sup>2</sup>**
- **Deluxe Charts**
- **Deluxe Dance**
- **Deluxe Flashback**
- **Deluxe Rap**
- **Der Aktionär TV<sup>2</sup>**
- **Discovery Channel**

- **Donnerstag Abend (Gebetshaus Augsburg)<sup>2</sup>**
- **eSPORTS1**
- **Eurosport1**
- **Eurosport2**
- **Eurosport2 HD Xtra**
- **FC Bayern TV**
- **GoldStar TV**
- **Golf TV**
- **HD Plus**
- **HGTV**
- **Hip Trips**
- **History**
- **Hyperraum.TV<sup>2</sup>**
- **isarrunde<sup>2</sup>**
- **Joyn Originals**
- **Just Cooking**
- **Kabel Eins**
- **Kabel Eins CLASSICS**
- **Latizón TV<sup>2</sup>**
- **M94.5**
- **Motorvision TV**
- **MS Sport**
- **MyTeam TV Basketball**
- **MyTeam TV Eishockey**
- **MyTeam TV Fußball**
- **N24 Doku**
- **One Terra**
- **Prime Video Live<sup>2</sup>**
- **ProSieben**
- **ProSieben FUN**
- **Rally.tv**
- **ran.de<sup>2</sup>**
- **Red Adventure**
- **Romance TV**
- **SAT.1 emotions**
- **series +**
- **sissorstream<sup>2</sup>**
- **Sky Cinema Best of**
- **Sky Cinema Family**
- **Sky Documentaries**
- **Sky Krimi**
- **Sky Nature**
- **Sky One**
- **Sky Replay**
- **Sky Showcase**

- **Sky Sport 1–10** (temporäre multifeed channel)
- **Sky Sport Bundesliga**
- **Sky Sport Bundesliga UHD**
- **Sky Sport F1**
- **Sky Sport Golf**
- **Sky Sport Mix**
- **Sky Sport Mix II**
- **Sky Sport News HD**
- **Sky Sport Premier League**
- **Sky Sport Tennis**
- **Sky Sport Top Event**
- **Sky Sport UHD**
- **Sky UHD**
- **Sky.de<sup>2</sup>**
- **Sport1**
- **Sport1 Livestream<sup>2</sup>**
- **Sport1+**
- **SPOX.com<sup>2</sup>**
- **Tele 5**
- **TLC**
- **Warner TV Comedy**
- **Warner TV Film**
- **Warner TV Serie**
- **Welt**
- **Welt der Wunder**
- **XPLORE**

### Teleshoppingsender

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

<sup>1</sup> Zulieferer

<sup>2</sup> Verbreitung nur über Internet

<sup>3</sup> Gemeinnütziger Anbieter

Weitere 47 Angebote werden auf Grundlage einer sog.  **Auslandsgenehmigung** der BLM ausgestrahlt, richten sich aber an Zuschauer\*innen in anderen europäischen Ländern.

Stand 31.12.2023



# Aufsicht

Die Programmverantwortung und -aufsicht der BLM umfasst alle von ihr genehmigten lokalen, landesweiten und bundesweiten Radio- und Fernsehprogramme. Außerdem beaufsichtigt sie Internetangebote mit Sitz in Bayern, sogenannte Telemedien. Auch für Angebote auf Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre ist die BLM zuständig. Inhaltlich erstreckt sich die Aufsichtstätigkeit der BLM über den Jugend- und Nutzerschutz, die Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen, die journalistischen Sorgfaltspflichten, Gewinnspiele, Desinformation, Hassrede und Extremismusprävention bis hin zur Impressumspflicht.



Nähere Informationen bietet der Jugend- und Nutzerschutzbericht 2023 der Landeszentrale

## Jugend- und Nutzerschutz

Grundlage für die Zuständigkeit der Medienaufsicht im Internet ist der  **Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)**.

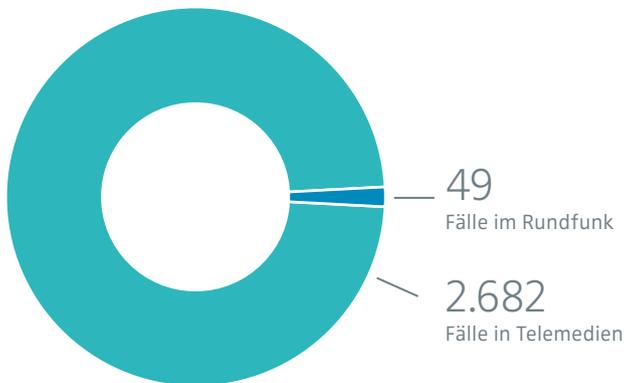
Der Fokus der Jugendschutzaufsicht der BLM liegt, aufgrund der großen Anzahl an Rechtsverstößen, auf unzulässigen Inhalten in Telemedien (Internet), besonders auf Social-Media-Plattformen. Unter den Telemedien-Angeboten mit Sitz in Bayern

sind große Medienunternehmen bis hin zu Einzelpersonen. Wichtig ist auch: Anbieter nach dem JMStV sind in erster Linie die Inhaltenanbieter, nicht die Plattformen selbst.

Im Rundfunk beaufsichtigt die BLM anlassbezogen v. a. die von ihr zugelassenen Fernsehanbieter. Ein eigenes Risikomonitoring erfolgt nicht, neue Fälle fallen ausschließlich durch Bürgerbeschwerden und Hinweise von außen auf.

Im Jahr 2023 hat die BLM im Jugend- und Nutzerschutz insgesamt über 2.700 Fälle geprüft.

## Geprüfte Inhalte 2023



### Aufsicht über Telemedien

Mit 2.682 Fällen entfiel der Großteil der geprüften Inhalte auf Telemedien und Plattformen, hier v. a. auf Posts in Social-Media-Angeboten. Bei ihrem Risiko-Monitoring setzt die Landeszentrale u. a. das KI-Tool KIVI ein, das mittels Crawler-technologie eine stichwort- und linkbasierte Suche nach Inhalten im Netz, vor allem in Social-Media-Angeboten ermöglicht.

Über das KI-Tool KIVI werden mittels Crawler unzulässige Inhalte im Internet aufgespürt.

Inhaltliche Schwerpunkte bei den Fällen in Telemedien waren v. a. Inhalte im Kontext von Rechtsextremismus und Antisemitismus wie die Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, Volksverhetzung, Holocaustleugnung und -verharmlosung, zunehmend auch in Verbindung mit Gewalt, sowie unzulässige Darstellungen in Form von Pornografie. Ein weiteres größeres Problemfeld waren Darstellungen von Drogen- und Alkoholkonsum.

Bei allen Fällen wird geprüft, ob Verstöße gegen den JMStV vorliegen. Bei den Bestimmungen zu den (absolut)

unzulässigen Angeboten (§ 4 Abs. 1 und Abs. 2 JMStV) gibt es dabei Überschneidungen mit dem Strafgesetzbuch (StGB). Deshalb wird auch geprüft, ob ein Anfangsverdacht auf einen Strafrechtsverstoß gegeben ist. Bestätigt sich der Verdacht auf einen Rechtsverstoß, geht die BLM dagegen vor. Sie nutzt dafür unterschiedliche Wege: abhängig von der Brisanz der Inhalte und Schwere der Verstöße sowie von der Kooperationsbereitschaft der Anbieter, ihrem Sitz (In- oder Ausland) und den Möglichkeiten der Erreichbarkeit und Kontaktaufnahme. In Frage kommen Meldeverfahren bzw. Hinweise oder Aufsichtsverfahren.

Neben Fällen, die sich neu im jeweiligen Jahr ergeben, ist die BLM immer auch mit Fällen aus den Vorjahren befasst, weil manche Verfahren über einen längeren Zeitraum andauern.

### ■ Hinweise an Anbieter

Aufgrund von Hinweisen der BLM an Anbieter wurden im Jahr 2023 in sieben Fällen entsprechende Jugendschutzmaßnahmen umgesetzt oder die problematischen Inhalte entfernt. In einem Fall gab es keine Reaktion. Hier wird im nächsten Schritt ein medienrechtliches Aufsichtsverfahren eingeleitet.

### ■ Meldeverfahren bei Plattformen

Vor allem bei ausländischen Plattformen, wie z. B. Twitter/X mit Sitz in Irland oder Amazon mit Sitz in Luxemburg, nutzt die BLM Meldeverfahren. Im Jahr 2023 wurden auf diesem Weg 606 Fälle gemeldet. In der Regel werden die gemeldeten Inhalte zügig entfernt.

### ■ DSA-Anhörungen gegenüber Plattformen

Sind Verfahren gegen Inhalte-Anbieter nicht möglich und reagieren die Plattformen nicht auf die Löschanregungen, sind gesetzliche Verfahren gemäß dem  **Gesetz über digitale Dienste (DSA)** der Europäischen Union ein weiterer Weg für die Medienaufsicht, um gegen Rechtsverstöße im Netz vorzugehen.

Die BLM verfasste in 2023 100 DSA-Anhörungsschreiben, die an die Plattformen Facebook und Twitter/X übermittelt wurden. Die Plattformen reagierten weitgehend zügig und löschten einen Großteil der gemeldeten Inhalte.

### ■ Aufsichtsverfahren

Im Jahr 2023 gab die BLM 84 Fälle an Strafverfolgungsbehörden ab. Davon betrafen 60 Fälle Hasspostings, 24 Fälle betrafen Pornografie.

In acht Fällen hat die BLM in 2023 medienrechtliche Aufsichtsverfahren wegen des Verdachts auf Verstöße gegen die Bestimmungen des JMStV geführt. Vier der Verfahren wurden, nach Entscheidung durch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), abgeschlossen. In drei dieser Fälle wurden Verstöße festgestellt und die BLM setzte die beschlossenen Aufsichtsmaßnahmen um. Die Verfahren zu vier weiteren Fällen – alle mit Inhalten aus dem Kontext des Extremismus, teils in Kombination mit Gewaltdarstellungen – sind noch nicht abgeschlossen. Hier führte die BLM in 2023 Anhörungen durch und bereitete die Vorgänge für die abschließende Entscheidung der KJM auf.

### ■ Kooperationen bei der Telemedienaufsicht

Eine große Herausforderung bei der Aufsicht über Telemedien ist, dass viele Inhalte von Anbietern anonym oder aus dem Ausland verbreitet werden. Dann ist oft nicht ermittelbar, wer dahintersteckt. Medienrechtliche Aufsichtsverfahren nach dem JMStV, mit Beanstandungen, Untersagungen oder Bußgeldern, sind hier nicht möglich. Trotzdem geht die BLM auch in solchen Fällen gegen die rechtswidrigen Inhalte vor und arbeitet eng mit Strafverfolgungsbehörden und anderen relevanten Stellen zusammen.

Die Landeszentrale kooperiert seit Juni 2023 mit dem Bundeskriminalamt und der dort angesiedelten Zentralen Meldestelle für strafbare Inhalte im Internet (ZMI BKA). Die bereits seit 2022 bestehende Kooperation mit der Zentralstelle zur Bekämpfung von Extremismus und Terrorismus (ZET) bei der Generalstaatsanwaltschaft München wurde 2023 weiter ausgebaut. Schwerpunkt sind auch hier Inhalte im Kontext von Hass und Hetze. Zudem wird seit Anfang Oktober 2023 eine Kooperation mit der Meldestelle „REspect! – Gegen Hetze im Netz“ in einer Testphase erprobt.

Gemäß JMStV sind bei Anbietern, die jugendgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte in ihren Angeboten verbreiten, Jugendschutzbeauftragte vorgeschrieben. Problemfälle können über den Kontakt mit den Jugendschutzbeauftragten oft schnell gelöst und Verstöße gegen die Jugendschutzbestimmungen von vornherein vermieden werden.

Bei einigen weiteren Plattformen bestehen Mitgliedschaften bei anerkannten Selbstkontrolleinrichtungen, die die Aufgaben der Jugendschutzbeauftragten übernehmen. Hier kann die BLM bei Bedarf mit den Selbstkontrollen in Kontakt treten.

Insbesondere wenn keine Jugendschutzbeauftragten benannt sind, setzt die BLM zunehmend auf die Zustellungsbevollmächtigten der Social-Media-Anbieter. Die BLM adressiert die Löschanordnungen bzgl. rechtswidriger inländischer Telemedienangebote, deren Sitz nicht ohne weiteres ermittelbar ist, an Plattformen und Medienintermediäre, wenn diese einen Zustellungsbevollmächtigten mit Sitz in Bayern haben.

### **Aufsicht über Rundfunk**

Im Bereich Rundfunk wurden im Jahr 2023 49 neue Fälle durch Bürgerbeschwerden und Hinweise von Dritten gemeldet.

#### ■ **Hinweise an Anbieter**

Alle länderübergreifenden zulassungspflichtigen TV-Veranstalter haben Jugendschutzbeauftragte. Die BLM ist mit ihnen regelmäßig im Dialog.

Im Jahr 2023 wurde die Landeszentrale in einem Fall per Hinweis tätig. Anlass war die versehentliche Ausstrahlung eines Horrorfilms mit FSK-Freigabe „ab 16“ ohne Jugendschutzvorsperre tagsüber bei einem digitalen TV-Sender aufgrund eines technischen Fehlers.

#### ■ **Aufsichtsverfahren im Rundfunk**

Bei zwei Fällen konnte die Landeszentrale im Jahr 2023 medienrechtliche Aufsichtsverfahren abschließen. In den Sendungen war ein problematischer Umgang mit Alkohol und Tabletten als Teil eines Spiels zu Unterhaltungszwecken eingesetzt worden. Die BLM beanstandete nach abschließender Prüfung und Entscheidung durch die KJM die Ausstrahlung im Hauptabendprogramm vor 22 Uhr und die Wiederholung im Tagesprogramm.

## Werbung

Werbeeinnahmen sind eine wesentliche Grundlage für die Existenz von privaten Rundfunk- und Online-Angeboten. Damit leistet Werbung einen wertvollen Beitrag zur Sicherung der Meinungsvielfalt und eines facettenreichen Mediensystems. Wichtig ist in diesem Zusammenhang jedoch, den Einfluss von Werbetreibenden auf Medieninhalte zu verhindern und Mediennutzende vor versteckter oder sie schädigender Werbung zu schützen.

Aus diesem Grund gibt es gesetzliche Vorgaben für Werbung in den Medien. Für die werberechtliche Aufsichtstätigkeit der BLM sind die Werbebestimmungen des BayMG, des MStV – der die europarechtliche Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umsetzt – sowie die  **Werbesatzung** der Landesmedienanstalten maßgeblich.

Im Wesentlichen geht es bei den gesetzlichen Vorgaben darum, Transparenz zu schaffen. Das heißt, Mediennutzende sollen jederzeit erkennen können, bei welchen Inhalten es sich um Werbung handelt – dieser Grundsatz gilt für Fernsehen, Radio und Internet-Angebote gleichermaßen. Zudem geht es um die Regulierung von Werbeinhalten, z. B. bei politischer Werbung, Tabakwerbung oder Glücksspielwerbung. Qualitative Vorgaben für Werbeinhalte zum Schutz von Kindern und Jugendlichen finden sich im JMStV.

### **Rundfunk**

Die Aufsicht zur Einhaltung der werberechtlichen Bestimmungen erfüllt die Landeszentrale im Rahmen ihrer dauerhaften Programmebeobachtung, bei der auf der Grundlage von Stichproben sowohl das Gesamtprogramm als auch einzelne Formate der von ihr zugelassenen Fernseh- und Hörfunkanbieter überprüft werden. Nachgegangen wird auch jeder Bürgeranfrage oder -beschwerde, in der mutmaßliche Werbeverstöße angezeigt werden. Die Aufsicht und Entscheidungen über bundesweite Fernsehprogramme erfolgen dabei im Zusammenwirken aller Landesmedienanstalten.

Für die bundesweit ausgerichteten Programme gelten die Vorschriften des Medienstaatsvertrages, insbesondere §§ 8 bis 10 MStV unmittelbar. Für lokale, regionale und landesweite Programmangebote erklären die Art. 8 und 9 BayMG die Vorschriften des Medienstaatsvertrags zur Werbung bzw. zum Sponsoring für anwendbar.

### ■ **Fernsehen**

Auf das Fernsehen bezogen hat die Landeszentrale im Jahr 2023 bei insgesamt 115 ausgestrahlten Sendungen/ Programmteilen mutmaßliche Verstöße gegen die Werbebestimmungen geprüft. 36 Verdachtsfälle betrafen das nationale und 79 das lokale Fernsehen. Ein Schwerpunkt der werberechtlichen Problemfälle lag mit insgesamt 61 Fällen bei möglichen Verstößen gegen das Verbot von Themenplatzierung und Schleichwerbung, gefolgt von 21 Fällen, die die Einhaltung von Trennungs- und Kennzeichnungsvorgaben betrafen.

Insgesamt wurden 59 Verstöße festgestellt, auf die die Anbieter hingewiesen wurden oder bei denen zum Zwecke der Rechtsdurchsetzung Beanstandungen erfolgten.

### ■ **Hörfunk**

Im Hörfunk hat die Landeszentrale bei insgesamt elf im Jahr 2023 ausgestrahlten Sendungen/ Programmteilen einen mutmaßlichen Anfangsverdacht auf Verstoß gegen die Werbebestimmungen geprüft. Knapp die Hälfte der Fälle (5) drehte sich um das Verbot von Themenplatzierung und Schleichwerbung. Rückläufig waren die Fälle, die Verstöße gegen die Sponsoringbestimmungen betrafen (3).

Es wurden insgesamt acht Verstöße festgestellt, auf die die Hörfunkanbieter hingewiesen wurden. In einem Fall wurde ein Verfahren mit einer Beanstandung abgeschlossen.

## Telemedien

Nach § 74 MStV gelten für alle rundfunkähnlichen Telemedien die Werbe- und Sponsoringbestimmungen für Rundfunkangebote „entsprechend“. Das Trennungs- und Unterscheidbarkeitsgebot von Werbung und redaktionellen Inhalten ist demnach im Internet ebenso zu beachten wie das Schleichwerbeverbot und die Bestimmungen zu Sponsoring. Für alle Telemedien, also auch für solche, die nicht rundfunkähnlich sind, gilt, dass Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein muss.

Die Landeszentrale hat im Jahr 2023 insgesamt 188 Fälle zu Telemedienangeboten bearbeitet. Die meisten Fälle betrafen die fehlende oder unzureichende Kennzeichnung werblicher Inhalte auf Instagram-Accounts (53 Fälle). Gezielt wurden zudem Inhalte auf den Plattformen Twitch und TikTok auf die Einhaltung der Werbebestimmungen des Medienstaatsvertrags hin untersucht (32 Fälle).

Im Bereich Telemedien wurden insgesamt 170 Verstöße festgestellt. Die Prüfverfahren konnten in der Regel niederschwellig per Hinweis abgeschlossen werden.

## Präventive Aufsicht

Neben einer wirksamen Fallbearbeitung liegt der Fokus der BLM Werbeaufsicht zunehmend auf der sogenannten präventiven Aufsicht. So besteht für Rundfunkanbieter sowie für Betreibende von Online-Angeboten die Möglichkeit, sich

an die BLM zu wenden, wenn Informationsbedarf besteht – sei es bei der Umsetzung eines redaktionellen Tipps, bei Fragen zur Formulierung von Sponsorhinweisen oder in Bezug auf die werberechtskonforme Umsetzung eines Gewinnspiels bei Instagram. Die BLM führt außerdem regelmäßig Workshops durch, um Medienschaffende über die Werbebestimmungen zu informieren. Zudem liefert die BLM in ihrer neuen Werbebrochure  **So geht Transparenz!** praktische Hinweise, wie Werbung in TV, Radio und Internet zu kennzeichnen ist. Im Online-Magazin  **Obacht!** berichtet die BLM zweimal jährlich von aktuell relevanten Werbe- und Aufsichtsthemen und beleuchtet spannende Einzelfälle sowie Gerichtsurteile.

## Antrag auf Normenkontrolle gegen Werbesatzung

Am 21. Februar 2022 hatten die Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG, die Seven.One Entertainment Group GmbH und die WeltN24 GmbH beim Bayerischen Verwaltungsgerichtshof (BayVGH) Anträge auf Normenkontrolle zur Gültigkeit der Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des Medienstaatsvertrags eingereicht. Dabei wurde die Satzungscompetenz der Landeszentrale bestritten und andererseits die Rechtmäßigkeit einzelner Bestimmungen der Satzung in Frage gestellt (vgl. Geschäftsbericht 2022). Als Termin für die mündliche Verhandlung wurde vom BayVGH zwischenzeitlich der 15. Oktober 2024 anberaumt.



Im Online-Magazin **Obacht!** werden zweimal jährlich aktuelle Fälle aus der Werbeaufsicht beleuchtet.

## Journalistische Sorgfaltspflichten

Ereignisse wie der Angriff der Hamas auf Israel und der andauernde russische Krieg in der Ukraine haben das Problem der Verbreitung von Desinformation in den letzten Jahren massiv verstärkt. Der Landeszentrale ist ein Vorgehen gegen Desinformation im Internet ein zentrales Anliegen. Mit § 19 MStV werden Anbieter journalistisch-redaktionell gestalteter Telemedien verpflichtet, die anerkannten journalistischen Grundsätze einzuhalten. Die Landeszentrale hat auf dieser Grundlage mehrere Prüfungen wegen möglicher Verletzungen journalistischer Sorgfaltspflichten durchgeführt und, sofern erforderlich, auch Verfahren eingeleitet.

Zu möglichen Verstößen gegen journalistische Sorgfaltspflichten oder den Pflichten aus § 6 MStV erreichten die Landeszentrale im Berichtszeitraum rund zehn Beschwerden, woraus mehrere abgeschlossene und noch andauernde Verfahren resultieren. Zudem ist die Landeszentrale selbst auf entsprechende Angebote aufmerksam geworden. In wenigen Fällen war die BLM formal nicht zuständig, da der Sitz des Angebots nicht in Bayern lag. Vereinzelt konnte trotz potentiellen Verstoßes kein Verfahren eingeleitet werden, weil es sich um Telemedienangebote nach § 19 Abs. 1 Satz 1 MStV handelte oder der Anbieter dem Pressekodex und der Beschwerdeordnung des deutschen Presserates unterliegt. Die Landeszentrale kann Verstöße gegen journalistische Sorgfaltspflichten bei Angeboten, die Inhalte

traditioneller Print-Medien wiedergeben, lediglich überwachen, nicht aber verfolgen (vgl. § 109 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 MStV).

## Hassrede, Desinformation und Extremismusprävention

Die BLM setzt sich auch präventiv gegen Extremismus, Antisemitismus, Hass und Hetze in den Medien ein. Besonders wichtig sind dabei die Vernetzung und der Erfahrungsaustausch mit Partnern. So ist die BLM Mitglied im Landesweiten Beratungsgremium Bayern gegen Rechtsextremismus und im Bayerischen Bündnis für Toleranz, das sich seit 2023 unter dem Motto „#zuwertvollfuerhass – Gemeinsam für Respekt und Toleranz im Netz“ verstärkt Sozialen Medien widmet.

Die BLM beteiligte sich außerdem am Demokratiedialog „Starke Demokratie für ein starkes Bayern“ im Bayerischen Landtag, nahm angesichts des Anstiegs antisemitischer Vorfälle an einem Fachaustausch mit dem Sozialministerium teil und lud die Mitglieder der BLM-Expertenrunde „Extremismus im Internet“ zu einem Treffen ein.

Einen weiteren Beitrag zur Extremismusprävention stellte die Übersetzung der  Broschüre „Von der flachen Erde bis zur Lügenpresse: Warum Verschwörungsmymen ein Problem sind und was Eltern und Fachkräfte dagegen tun können“ in neuen Varianten dar: In Leichter Sprache sowie in drei Fremdsprachen (türkisch, englisch, arabisch).



Die Broschüre zu Verschwörungsmymen erschien im Jahr 2023 in Leichter Sprache sowie auf türkisch, englisch und arabisch.

Neben der Bekämpfung von Hass und Hetze ging es bei den Aktivitäten der BLM auch darum, Fake News und Desinformation im Netz etwas entgegenzusetzen und so einen Beitrag zur Demokratiestärkung zu leisten.

### **Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“**

Die von der Landeszentrale und dem Bayerischen Staatsministerium der Justiz im Herbst 2019 gestartete  Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“ wurde im November 2023 um ein weiteres Jahr verlängert. Medienhäuser, freie Journalistinnen und Journalisten sowie seit Ende 2022 auch Internetplattformen können mit einem speziell entwickelten Online-Verfahren Hasspostings direkt der Generalstaatsanwaltschaft München, die die zentrale Meldestelle für ganz Bayern ist, melden. Die Initiative ist ein Signal für Meinungsfreiheit und gegen Hass, Antisemitismus und Volksverhetzung im Netz.

119 Medienhäuser unterstützen die Initiative „Konsequent gegen Hass im Netz“. Die Landeszentrale hat bisher 18 Schulungen für Redakteurinnen und Redakteure organisiert. Bis Ende 2023 wurden 335 Medienschaffende zu dem Onlineverfahren geschult und 130 Kontaktpersonen aus den Medienhäusern für die Staatsanwaltschaft München benannt.

Dank der Initiative ist die Sensibilität für die Notwendigkeit der Strafverfolgung deutlich gestiegen und es wurden bislang knapp 1000 Prüfbitten zu Hasspostings über das vereinfachte Verfahren an die Justiz übermittelt. In ca. 90 Prozent der Fälle konnten die Urheberinnen und Urheber der strafbaren Posts identifiziert werden. Mehr als 200 Gerichtsverfahren führten zu 146 rechtskräftigen Verurteilungen.

Die Initiative kooperiert seit Juni 2023 über die Generalstaatsanwaltschaft München als offizieller Kooperationspartner in verschiedenen Bereichen mit der Zentralen Meldestelle für strafbare Inhalte im Internet im Bundeskriminalamt. Seit Januar 2022 wird in der BLM der Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Bekämpfung von Hassrede getestet. Die mit einem „Crawler“ identifizierten Hate-Speech-Fälle werden als Prüfbitten an die Zentralstelle zur Bekämpfung von Extremismus und Terrorismus (ZET) bei der Generalstaatsanwaltschaft München übermittelt.

Zur Verstärkung der generalpräventiven Wirkung wird die Initiative durch öffentlichkeitswirksame Maßnahmen, wie eine Website und einen Infolyer, begleitet. Im Herbst 2023 fanden in der BLM zwei Workshops zum Thema  „Hass im Netz“ statt.



Seit dem Start der Initiative im Herbst 2019 wurden knapp 1000 Prüfbitten an die Justiz übermittelt.

## Gewinnspiele

Gewinnspielsendungen im Rundfunk sowie in rundfunkähnlichen Telemedien unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. Diese in § 11 Medienstaatsvertrag aufgestellten Grundsätze werden durch die von allen Landesmedienanstalten verabschiedete  **Gewinnspielsatzung** konkretisiert.

Im Jahr 2023 gingen keine Beschwerden zu Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen bei der Landeszentrale ein.

Bei einem Großteil der Fälle machte die Landeszentrale die Anbieter zunächst auf den Verstoß aufmerksam, woraufhin der Anbieter das Impressum im Regelfall gesetzeskonform anpasste. Jedoch war es auch trotz zeitintensiver Recherchen und Ermittlungen nicht immer möglich, den jeweiligen Anbieter ausfindig zu machen, da teilweise bewusst falsche Angaben gemacht wurden, um die eigene Identität zu verschleiern, beispielsweise bei sogenannten Fake-Shops.

## Impressumpflichten

§ 18 MStV enthält Informationspflichten für Telemedienanbieter. Geschäftsmäßige Anbieter von Internetangeboten müssen zudem gem. § 5 TMG weitere Pflichtangaben in einem Impressum verfügbar machen. Nur Internetangebote, die ausschließlich persönlichen und familiären Zwecken dienen, sind von der Impressumspflicht befreit.

Im Jahr 2023 hat die Landeszentrale 263 Hinweise auf Verstöße gegen die Impressumspflicht bearbeitet. Aufgrund der im April 2022 neu hinzugekommenen Zuständigkeit der Landeszentrale für das Telemediengesetz kam es erwartungsgemäß zu einer steigenden Anzahl von Hinweisen und Beschwerden. Zumeist erfolgten die Hinweise von anderen (Strafverfolgungs-) Behörden, Privatpersonen oder potentiellen Wettbewerbern.

# Inhalteverbreitung und technische Förderung

Die Landeszentrale entwickelt und fördert teilweise die technische Infrastruktur zur Versorgung der bayerischen Bevölkerung mit privaten Rundfunkangeboten in allen Landesteilen des Freistaats. So konnte in Bayern eine vielfältige Medienlandschaft entstehen. Eine Vielzahl an privaten Radio- und Fernsehangeboten sind lokal/regional, landesweit oder auch bundesweit über die Verbreitungswege DAB, UKW, DVB-T2 HD, Satellit, im Kabel oder über das Internet empfangbar. Ziel der Förderung der Landeszentrale ist die Schaffung von zuverlässigen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkprogramme und die Förderung innovativer Rundfunktechnologien.

## Programmverbreitung Hörfunk

Radio ist das letzte verbliebene elektronische Medium, das analog verbreitet wird. In Bayern sind insgesamt über 200 terrestrische UKW-Frequenzen für private Radioprogramme in Betrieb. Da das überaus knappe UKW-Frequenzspektrum keinen Spielraum mehr für Verbesserungen und zusätzliche Programme lässt, hat die BLM die Digitalisierung der terrestrischen Hörfunkübertragung über DAB bereits früh angestoßen und kooperiert seit 2016 beim Netzausbau in Bayern mit

dem Bayerischen Rundfunk. Die Verbreitung über DAB ermöglichte die Genehmigung weiterer lokaler, landesweiter und auch bundesweiter Programme die ausschließlich digital verbreitet werden. Der mittelfristige Übergang zur rein digital terrestrischen Verbreitung (DAB) unter anderem zur Reduktion der Verbreitungskosten ist ein wichtiges Projekt der Landeszentrale.

Ende 2023 waren in Bayern insgesamt 85 lokale Hörfunkprogramme mit einer Genehmigung der Landeszentrale auf Sendung. 58 lokale Hörfunkprogramme werden simulcast über UKW und DAB

verbreitet, weitere 25 Programme senden originär über DAB. Zwei Lokalprogramme sind ausschließlich digital über Kabel empfangbar.

Zur landesweiten Verbreitung genehmigt waren Ende 2023 in Bayern sechs private Hörfunkprogramme. Die Programme sind über DAB, Antenne Bayern zudem auch über UKW empfangbar.

Acht von der Landeszentrale genehmigte Programme werden bundesweit über DAB verbreitet. Antenne Bayern, Rock Antenne, egoFM und Radio Horeb senden zudem über Satellit.

### Lokal/regionaler Hörfunk

#### ■ Verbreitung über UKW

Für Lokalradio waren in Bayern Ende 2023 insgesamt 188 terrestrische UKW-Frequenzen in Betrieb. Die UKW-Sendeanlage Moosinning 99,4 MHz (Radio TOP FM) wurde abgeschaltet. Damit war es weiterhin für rund 11,6 Mio. Einwohner im Freistaat möglich, mindestens ein Lokalradioprogramm zu empfangen. Jeder zweite Einwohner ist zudem technisch in der Lage, mindestens zwei Lokalradioprogramme über UKW zu empfangen. Für etwa 20 Prozent der bayerischen Bevölkerung, vornehmlich in den Ballungsräumen, besteht sogar die Möglichkeit, zwischen mehreren unterschiedlichen lokalen Hörfunkangeboten auswählen zu können.

Einige der 58 über UKW verbreiteten Programme teilen sich Frequenzen: Das gemeinnützige Hörfunkprogramm Radio Z sendet mit Star FM in Nürnberg

über UKW und in München teilen sich die gemeinnützigen Hörfunkprogramme Radio Lora, Radio Feuerwerk, CRM, Radio München und Radio Horeb München die UKW-Frequenz 92,4 MHz.

#### ■ Verbreitung über DAB

Auf Basis der Kooperationsvereinbarung zwischen der Landeszentrale und dem Bayerischen Rundfunk (BR) werden in den Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken sowie Oberpfalz und Niederbayern in den DAB-Netzen des BR je nach Region zwischen vier und elf private Hörfunkprogramme neben den Programmen des BR ausgestrahlt. Die Bayern Digital Radio (BDR) hat die freien Kapazitäten in den regionalen Netzen des BR für private Hörfunkanbieter angemietet. Die BDR betreibt die regionalen DAB-Netze München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Allgäu-Donau-Iller und Oberbayern Süd (Regionen Oberland und Südostoberbayern) für die Verbreitung von privaten Hörfunkprogrammen.

Über die elf lokalen/regionalen DAB-Ensembles in den Regionen München, Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt, Unterfranken, Mittelfranken, Oberfranken, Oberpfalz, Niederbayern, Allgäu-Donau-Iller und Oberbayern Süd wurden Ende 2023 insgesamt 82 lokale und regionale Programmangebote verbreitet, vier davon in mehr als einem Multiplex (MEGARADIOmix, Münchner Kirchenradio, Radio Schwaben und rt1 in the mix). Radio Top FM wird im Rahmen einer technischen Arrondierung zusätzlich im DAB-Netz Oberbayern-Süd verbreitet.

## Oberfranken (Kanal 10B)

extra radio  
Galaxy Oberfranken  
Radio Bamberg  
Radio Eins  
Radio Euroherz  
Radio Mainwelle  
Radio Plassenburg

## Unterfranken (Kanal 10A)

Galaxy Aschaffenburg  
Radio Charivari Würzburg  
Radio Gong 106,9  
Radio Hashtag+  
Radio Primaton  
Radio Primavera

## Mittelfranken (Kanal 8C)

Galaxy Mittelfranken  
Radio 8

## Augsburg (Kanal 9C)

Fantasy lounge	Radio Fantasy
Hitradio RT1	Radio Fantasy Classix
MEGA Radio	
MEGARADIOmix	Radio Schwaben
MEGA 80s	rt1 in the mix
Radio Augsburg	rt1 relax
Radio Fantasy	Smart Radio

## Allgäu-Donau-Iller (Kanal 8B)

AllgäuHIT  
Das neue Radio Seefunk<sup>1</sup>  
Donau 3 FM<sup>1</sup>  
Galaxy Allgäu  
Hitradio RT1 Südschwaben  
Radio 7<sup>1</sup>  
Radio Fantasy Allgäu  
Radio Schwaben  
RSA Radio

## Ingolstadt (Kanal 6A)

Galaxy Ingolstadt  
Hoamat Welle  
Radio Gong 96.3 in Ingolstadt  
Radio IN  
Radio IN Oldie Welle  
rt1 in the mix

## München (Kanal 11C)

o89 Kult	MEGARADIOmix
95.5 Charivari	Münchner Kirchenradio
Digital Classix	Radio 2Day
Energy München	Radio Arabella
Feierwerk/CRM	Radio Gong 96,3
LORA/Radio	Radio Horeb München
M94.5	Radio München
MEGA Radio	Radio TOP FM

## Oberpfalz (Kanal 6C)

Galaxy Amberg/Weiden  
gong fm  
Radio Charivari Regensburg  
Radio Ramasuri

## Nürnberg (Kanal 10C)

Charivari 98,6	Ngo.4Beat
Energy Nürnberg	Pirate Radio
Hit Radio N1	Radio Gong 97,1
max neo	Radio F
MEGA Radio	Radio Z
MEGARADIOmix	Star FM
Mein Lieblingsradio	

## Niederbayern (Kanal 7D)

Galaxy Landshut  
Galaxy Passau/Deggendorf  
Oldie Welle Niederbayern  
Radio AWN  
Radio Trausnitz  
unser Radio

## Oberbayern Süd (Kanal 7A)

Alpin FM  
Bayernwelle SüdOst  
Galaxy Rosenheim  
Münchner Kirchenradio  
Radio Alpenwelle  
Radio BUH  
Radio Charivari Rosenheim  
Radio ISW  
Radio Oberland  
Radio Top FM



DAB-Verbreitung  
DAB und UKW-Verbreitung

## Landesweiter Hörfunk

Antenne Bayern  
Arabella Bayern  
egoFM  
Galaxy Bayern  
Radio Teddy  
Rock Antenne Bayern

<sup>1</sup> Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt

# Technische Reichweite der DAB-Netze in Bayern

## Regionale DAB-Netze

### DAB Nürnberg, Kanal 10C

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

### DAB Unterfranken, Kanal 10A

Bezug: Regierungsbezirk Unterfranken	
Indoor	ca. 96 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 97 % Straßenabdeckung

### DAB Oberfranken, Kanal 10B

Bezug: Regierungsbezirk Oberfranken	
Indoor	ca. 96 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

### DAB Mittelfranken, Kanal 8C

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

### DAB Oberpfalz, Kanal 6C

Bezug: Regierungsbezirk Oberpfalz und Teil Lkr. Kelheim	
Indoor	ca. 95 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 98 % Straßenabdeckung

### DAB Niederbayern, Kanal 7D

Bezug: Regierungsbezirk Niederbayern	
Indoor	ca. 94 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

### DAB Ingolstadt, Kanal 6A

Bezug: Planungsregion Ingolstadt	
Indoor	ca. 91 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 98 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

### DAB Augsburg, Kanal 9C

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

### DAB München, Kanal 11C

Bezug: Planungsregion München	
Indoor	ca. 80 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 94 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 92 % Straßenabdeckung

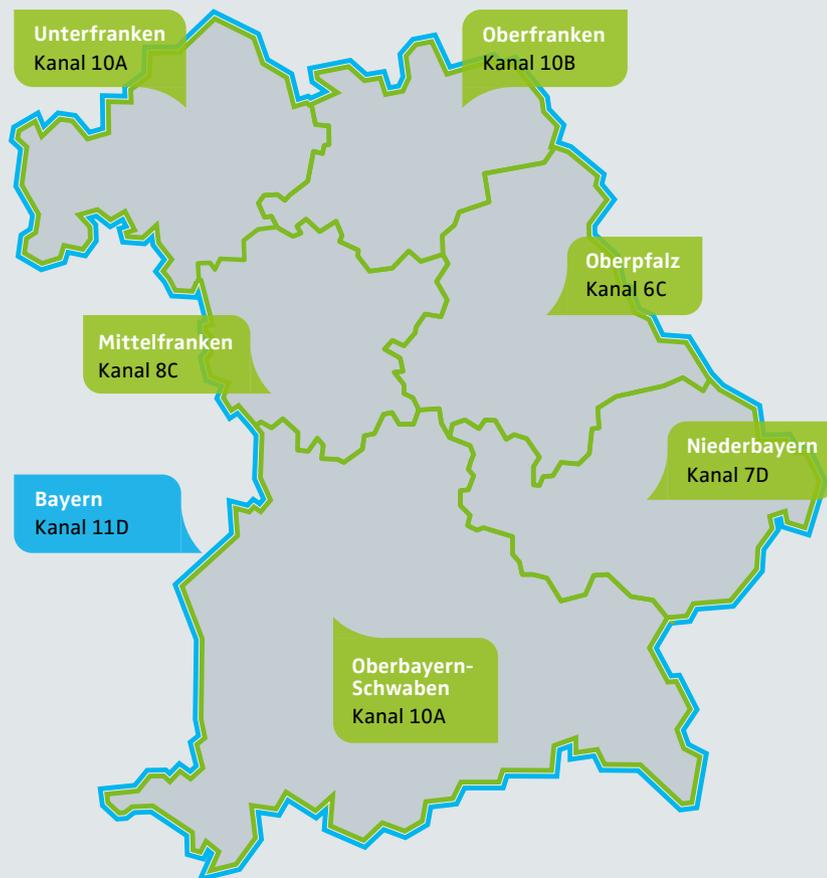
### DAB Allgäu-Donau-Iller, Kanal 8B

Bezug: Region Allgäu + Region Donau Iller	
Indoor	ca. 96 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

### DAB Oberbayern Süd, Kanal 7A

Bezug: Region Oberland und Region Südostoberbayern	
Indoor	ca. 92 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 99 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

## Landesweite DAB-Netze



### DAB Bayern, Kanal 11D

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

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

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

## Bundesweite DAB-Netze

### DAB Deutschland, 1. Multiplex: Kanal 5C

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 88 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 97 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 99 % Straßenabdeckung

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

Bezug: Bayern	
Indoor	ca. 58 % der Bevölkerung
Portabel outdoor	ca. 78 % der Bevölkerung
Mobil	ca. 84 % Straßenabdeckung

Insgesamt konnten ca. 11,95 Mio. Hörer (Vorjahr 11,49 Mio.) in Bayern lokale Digitalradioprogramme in Indoor-Qualität empfangen. Die jeweiligen Versorgungsdaten zum Stand 31. Dezember 2023 können den Tabellen auf  Seite 48 entnommen werden.

### Landesweiter Hörfunk

#### ■ Verbreitung über UKW

Das Radioprogramm Antenne Bayern ist über 42 Frequenzen in Bayern nahezu flächendeckend über UKW empfangbar. Ca. 99 Prozent der Bevölkerung können Antenne Bayern stationär empfangen.

#### ■ Verbreitung über DAB

Ebenfalls auf Basis der Kooperationsvereinbarung mit dem BR werden für die Verbreitung der landesweiten Programme über DAB in Bayern mehrere Sendernetze betrieben.

Das Programm Antenne Bayern wird über das DAB-Netz Bayern 11D landesweit verbreitet.

Die vier privaten Digitalradio-Programme Rock Antenne Bayern, Arabella Bayern, egoFM und Radio Teddy werden über die Sendernetze Unterfranken 10A, Mittelfranken 8C, Oberfranken 10B, Niederbayern 7D, Oberpfalz 6C und Oberbayern/Schwaben 10A verbreitet. Zudem wird das ebenfalls für eine landesweite Verbreitung genehmigte Programm Radio Galaxy in den DAB-Netzen Augsburg 9C und München 11C regional verbreitet.

Landesweite Digitalradioprogramme konnten Ende 2023 von 12,84 Mio. Einwohner in Bayern (Vorjahr 12,67 Mio.) in Indoor-Qualität empfangen werden. Das entspricht ca. 97,9 Prozent der bayrischen Bevölkerung.

### Bundesweiter Hörfunk

#### ■ Verbreitung über DAB

Am 1. August 2011 startete der 1. bundesweite DAB-Multiplex mit 27 Sendern im Netz 5C. Dank eines zügigen Netzausbaus waren Ende 2023 165 Sender für diesen Multiplex in Betrieb. Diese versorgen insgesamt 90 Prozent der Bevölkerung Deutschlands bzw. 74,6 Mio. Einwohner in Indoor-Qualität.

In Bayern konnten die bundesweiten Digitalradio-Programme im Netz 5C Ende 2023 von ca. 11,6 Mio. Einwohnern zuhause bzw. von 12,8 Mio. Einwohnern mobil empfangen werden. Auf diesem Multiplex senden neben den Programmen des Deutschlandfunks neun private Programme, zwei davon – Radio Horeb und Absolut Relax – mit einer Genehmigung der Landeszentrale.

Seit 5. Oktober 2021 ist ein 2. bundesweiter Multiplex als DAB-Plattform in Betrieb. Ende 2023 wurden 16 private Hörfunkprogramme im Sendernetz 12D/5D/8C/9B über 75 Standorte verbreitet. Sieben Programme senden mit einer Genehmigung der Landeszentrale (s. u.). In Bayern konnten Ende 2023 ca. 7,6 Mio. Einwohner (58 Prozent) zuhause bzw. 10,2 Mio. Einwohner (78 Prozent) mobil die Programme des 2. bundesweiten DAB-Multiplex empfangen.

### ■ Verbreitung über Satellit

Antenne Bayern, Rock Antenne, egoFM und Radio Horeb senden zudem über Satellit. Sie können über den Satelliten ASTRA (19,2° Ost) empfangen werden.

### ■ Verbreitung über UKW-Stützfrequenzen

Die bundesweiten Hörfunkprogramme egoFM, Klassik Radio und Rock Antenne werden in Bayern auch über technische UKW-Stützfrequenzen terrestrisch ausgestrahlt: egoFM über sieben, Klassik Radio über fünf und Rock Antenne Bayern über zwei UKW-Frequenzen. Radio Horeb sendet auf Kleinleistungsfrequenzen in den Gemeinden Ursberg und Balder- schwang.

## Privater Hörfunk bundesweit über DAB

### 1. Multiplex

- Absolut relax
- Energy (Deutschland)<sup>1</sup>
- ERF Plus<sup>1</sup>
- Klassik Radio<sup>1,2</sup>
- Radio Bob!<sup>1</sup>
- Radio Horeb<sup>2</sup>
- Schlagerparadies<sup>1</sup>
- Schwarzwaldradio<sup>1</sup>
- sunshine live<sup>1</sup>

### 2. Multiplex

- 80s80s<sup>1</sup>
- 90s90s<sup>1</sup>
- Absolut Bella
- Absolut Germany
- Absolut Hot
- Absolut Oldie
- Absolut Top
- AIDAradio<sup>1</sup>
- Beats Radio<sup>1</sup>
- Brillux Radio<sup>1</sup>
- dpd Driversradio<sup>1</sup>
- Nostalgie<sup>1</sup>
- Oldie Antenne
- Rock Antenne
- RTL Radio<sup>1</sup>
- Toggo Radio<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Programme mit Genehmigung einer anderen Landesmedienanstalt

<sup>2</sup> Bundesweites Programm mit UKW-Stützfrequenzen in BY

Stand 31. 12. 2023

## Programmverbreitung Fernsehen

Die von der Landeszentrale genehmigten lokalen, landesweiten und bundesweiten Fernsehprogramme können seit 2019 ausschließlich digital über eine Vielzahl verschiedener Verbreitungswege empfangen werden. Neben der Verbreitung über Satelliten sind dies die Einspeisung im Kabel, die digital-terrestrische Ausstrahlung über DVB-T2 HD, der Empfang über IPTV und OTT sowie über Apps. Durch die Veränderung der Nutzungsgewohnheiten insbesondere jüngerer Zuschauer wird auch für die Lokal-TV-Angebote die Verfügbarkeit auf allen technischen Plattformen zunehmend wichtiger.

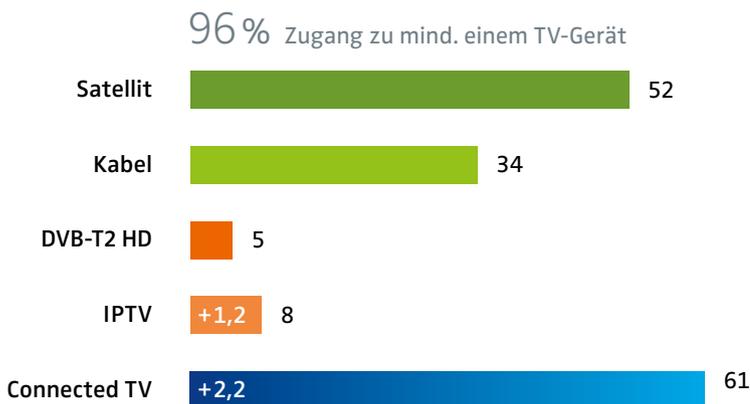
### Programmangebot

Ende 2023 sendeten in Bayern  **14 lokale TV-Programme**. Diese wurden ergänzt durch neun TV-Spartenangebote. Die lokalen TV-Programme werden zudem als Fenster im Programm von RTL montags bis freitags in der Zeit von 18:00 bis 18:30 Uhr in den großen Kabelnetzen und in München und Nürnberg über DVB-T2 HD ausgestrahlt.

Zwei private Fernsehfenster, 17:30 SAT.1 Bayern im Programm von SAT.1 (Montag bis Samstag) und TV Bayern live (Samstag) im Programm von RTL, sind landesweit via Satellit und im Kabel sowie über DVB-T2 HD und einige IPTV-Netze empfangbar. Zwei Spartenanbieter sind bei den landesweiten Fernsehfenstern genehmigt.

Mit einer Genehmigung der Landeszentrale sendeten  **bundesweit** Ende 2023 90 Fernsehprogramme und 5 Tele-shoppingsender.

## Fernsehempfang in Bayern



Ø 1,6 Empfangswege pro Person in TV-HH

Connected TV: Smart-TV connected oder TV-Gerät über ein anderes Gerät mit dem Internet verbunden;

Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten in Bayern; Angaben in %; zu 2,3% der Bevölkerung in TV-HH können keine Angaben gemacht werden.

Quelle: Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023

### Fernsehempfang in Bayern

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Fernsehen 2023 haben rund 96 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern ein Fernsehgerät zu Hause in Gebrauch. 51,5 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten erreicht das Fernsehsignal über Satellit (+0,6 Prozentpunkte), gefolgt vom Kabelanschluss mit 34,0 Prozent (-0,8). Einen Zuwachs um mehr als einen Prozentpunkt kann IPTV verzeichnen. Mittlerweile empfangen 8,2 Prozent der ab 14-Jährigen das TV-Signal über Magenta TV oder ein anderes infrastrukturgebundenes IPTV-Angebot. DVB-T2 HD



nutzten im Jahr 2023 4,8 Prozent (+0,3). In Summe empfangen wie im Vorjahr rd. 90 Prozent der Bevölkerung in TV-Haushalten in Bayern das Fernsehsignal über mindestens einen „klassischen“ Übertragungsweg, für einen kleinen Teil der Bevölkerung (2,3 %) liegen keine Angaben zum Fernsehempfang vor.

Es bleibt also ein Anteil von 7,7 Prozent der Bevölkerung mit Zugang zu mindestens einem TV-Gerät, der Fernsehprogramme jenseits der klassischen Empfangswege ausschließlich über das „offene“ Internet empfängt. Rechnet man zudem jene Personen dazu, die Fernsehsendungen nicht am TV-Gerät, sondern ausschließlich an anderen Geräten wie PC oder Laptop, Tablet oder Smartphone über das Internet schauen, summiert sich der Anteil der „OTT only's“ auf mittlerweile knapp 10 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern. Angesichts der wachsenden Zahl der Personen in TV-Haushalten mit Zugang zu mindestens einem TV-Gerät, das zumindest zeitweise mit dem Internet verbunden ist (61,1 %; +2,3) und des anhaltend hohen Anteils der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern, der Fernsehinhalte auch an anderen Geräten streamt (35,8 %; ± 0), ist anzunehmen, dass die klassische Rundfunkübertragung weiter an Bedeutung verlieren wird.

### **Verbreitung der lokalen Fernsehangebote**

Über IP-basierte Leitungen werden die Signale der 14 Lokal-TV-Programme in einem zentralen TV-Playout gesammelt und mit zusätzlichen Funktionalitäten (z. B. HbbTV, EPG) an Netzbetreiber und

Plattformen übergeben. Über ein im Jahr 2023 optimiertes Metadatenerfassungssystem für die TV-Studios können u. a. Online-Beiträge schnell erstellt werden, die komplette Sendeabwicklung geplant und Sendungen mit Untertiteln versehen werden.

### ■ **Verbreitung im Kabel**

Im Kabelangebot von Vodafone werden die gebietsrichtigen 24-Stunden-Lokal-TV-Programme in SD und HD verbreitet. Über andere Kabelnetzbetreiber sind diese Angebote nur teilweise empfangbar. In einigen kleinen Kabelnetzen werden weitere lokale TV-Programme oder Infokanäle verbreitet.

### ■ **Verbreitung über Satellit**

Über DVB-S werden die 14 Lokal-TV-Angebote seit 1. Juli 2021 über  sechs **Satellitenkanäle** verbreitet.

Im Rahmen eines Pilotprojektes hat rfo Regional Fernsehen Oberbayern ab diesem Zeitpunkt die klassische Verbreitung über Satellit eingestellt. Mit einer Infotafel wird auf alternative Empfangswege hingewiesen. Mittels HbbTV-fähiger Endgeräte ist ein direkter Start des Programms aus dem Internet möglich. Zeitgleich wurde die Verbreitung von rfo über das Internet stark ausgebaut.

### ■ **Verbreitung über IPTV und OTT**

Über technisch gesicherte IP-Verbreitung (IPTV) waren die bayerischen Lokal-TV-Programme im Angebot Magenta TV in SD sowie bei TVplus von M-net und 1&1 HD TV in HD empfangbar.

Auch bei Zattoo und HD+ ToGo, also bei Plattformen, die sich der Verbreitung über das offene Internet bedienen (OTT), konnten 2023 die bayerischen Lokal-TV-Programme empfangen werden. Darüber hinaus werden lokale TV-Angebote aus Bayern bei weiteren regionalen IPTV- und OTT-Anbietern verbreitet.

#### ■ **Hybrides Fernsehen**

Über den Standard HbbTV ermöglichen Smart-TV-Geräte Zugriff auf Streamingangebote und Mediatheken. Alle 14 bayerischen Lokal-TV-Stationen verfügen über eine HbbTV-Mediathek, die via Satellit und Kabel-TV mittels entsprechend angeschlossener Geräte aufgerufen werden kann. Speziell für die Giga-TV-Oberfläche von Vodafone wurde in 2022 eine eigene Applikation mit gleicher Funktionsweise entwickelt, die Anfang 2023 in Betrieb ging.

Das Lokal-TV-Portal ermöglichte den Empfang von mehr als 70 lokalen Fernsehprogrammen aus den Bundesländern Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Rheinland-Pfalz und bis Ende 2023 auch Berlin/ Brandenburg über Satelliten- und DVB-T2 HD-Empfänger, die ans Internet angeschlossen sind und die HbbTV-Funktion besitzen. Das Lokal-TV-Portal ist seit Mai 2022 auf TV-Geräten von Samsung als App verfügbar und seit 2023 auch bei LG-Geräten, Amazon Fire TV, Android TV, Vestel und dem OTT-Produkt von Magenta TV.

#### ■ **Streaming und Apps**

Über eigene Apps sind die Streamingangebote und Mediatheken der bayerischen Lokal-TV-Anbieter auf mobilen und stationären digitalen Endgeräten (z. B. fire-tv-stick, Apple TV, Samsung, u. a.) zu sehen.

#### **Verbreitung der bayerischen Fernsehfenster**

Fensterprogramme mit lokalen und landesweiten Inhalten sind nach den Vorgaben des MStV in den beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernseh-Vollprogrammen aufzunehmen. Im Programm von SAT.1 wird werktags (Mo.– Fr. 17:30 bis 18:00 Uhr, Sa. 17:00 bis 18:00 Uhr) ein bayernweites Fensterprogramm „17:30 SAT.1 Bayern“ angeboten. Im Programm von RTL werden lokale Fensterprogramme montags – freitags von 18:00 bis 18:30 Uhr ausgestrahlt. Am Samstag wird „TV Bayern Live“, ein landesweites Fensterprogramm, das aus den einzelnen Regionen von TV Bayern zusammengestellt wird, von 17:45 bis 18:45 Uhr in das Programm von RTL geschaltet.

#### ■ **Verbreitung im Kabel**

Bei Vodafone werden die gebietsrichtigen lokalen sowie das landesweite RTL-Fensterprogramm und das SAT.1 Fensterprogramm (in SD und HD) verbreitet. Seit 2022 erfolgt eine Verbreitung von RTL-Fensterprogrammen (in SD) auch bei den Netzbetreibern komro, M-net, PÿUR, R-KOM und den Stadtwerken Schweinfurt.

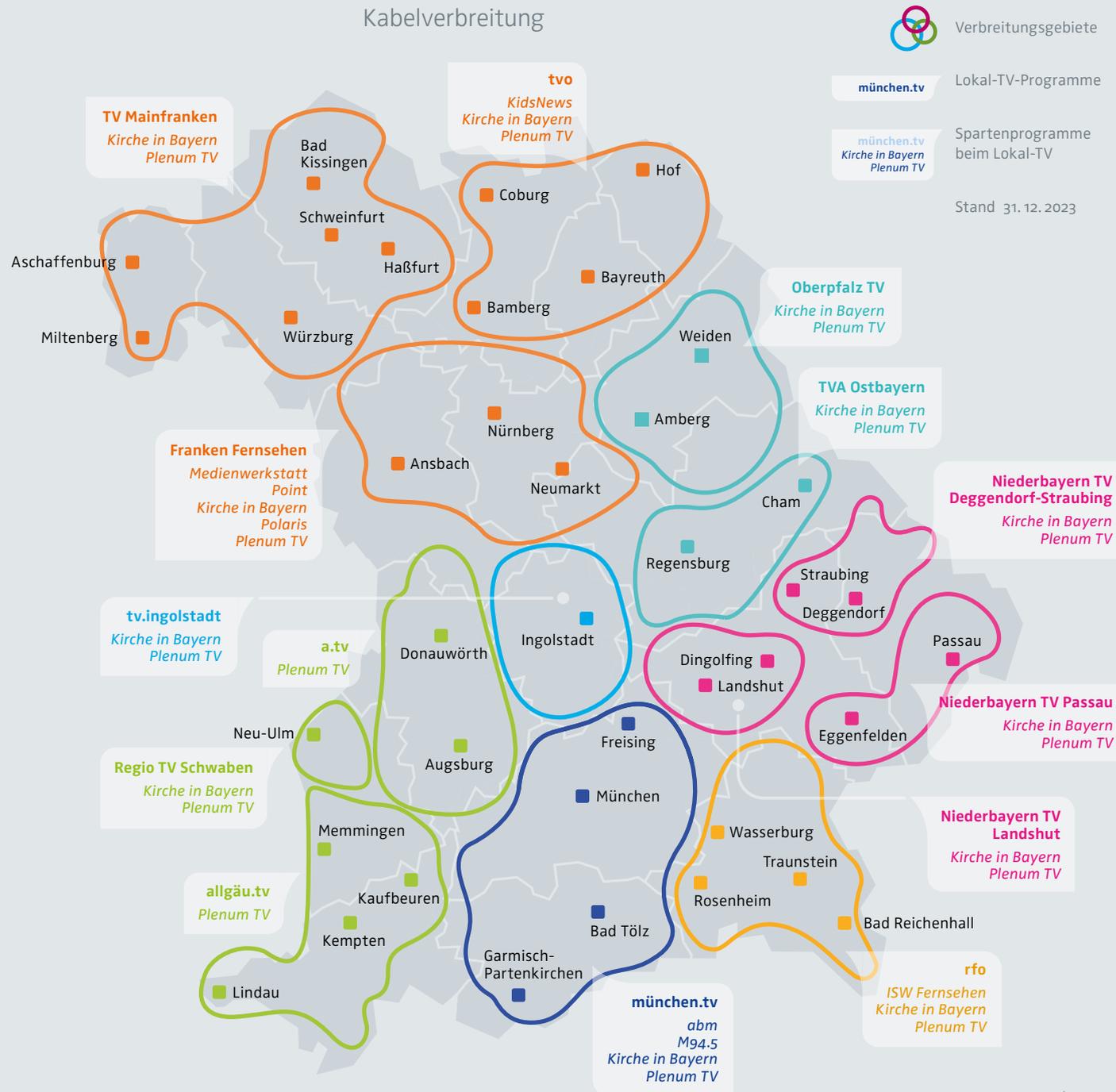
## Satellitenverbreitung

Die 14 bayerischen Lokal-TV-Programme werden seit 1. Juli 2021 über 6 SAT-Kanäle in HD verbreitet.

Satellit ASTRA 1L; Transponder 23; 19,2° Ost;  
11552 MHz; horizontal; 22 MSym/s; 2/3

a.tv HD	a.tv allgäu tv Regio TV Schwaben
münchen.tv HD	münchen.tv
Niederbayern TV HD	Niederbayern TV Landshut Niederbayern TV Passau Niederbayern TV Deggendorf-Straubing
OTVA HD	TVA Ostbayern Oberpfalz TV
Franken Plus HD	TV Mainfranken Franken Fernsehen tvo
tv.ingolstadt HD	tv.ingolstadt
rfo Regional Fernsehen Oberbayern HD	Standbildkanal und HbbTV-Streaming
Lokal-TV-Portal HD	Standbildkanal und HbbTV-Streaming

## Kabelverbreitung



### ■ **Verbreitung über Satellit**

17:30 SAT.1 Bayern wird im Programm von SAT.1 via Satellit verbreitet. Aus Kostengründen ist eine Verbreitung der lokalen Fernsehfenster im Programm von RTL über Satellit nicht möglich, das landesweite Fensterprogramm (Kennung „RTL Bayern“) kann empfangen werden.

### ■ **Verbreitung über Terrestrik**

In der terrestrischen Fernsehnorm DVB-T2 HD können an den Standorten München/Südbayern und Nürnberg die lokalen und landesweiten Fernsehfensterprogramme auf RTL und SAT.1 in HD empfangen werden, am Standort Augsburg nur das SAT.1-Fenster.

### ■ **Verbreitung über IPTV und OTT**

Bei einigen IPTV-Angeboten und OTT-Plattformen können landesweite Fensterprogramme empfangen werden, so z. B. bei Magenta TV, 1&1 HD TV und M-net. Bei weiteren regionalen IPTV- und OTT-Anbietern sind darüber hinaus auch die lokalen RTL-Fensterprogramme seit Mitte 2023 verfügbar.

### **Verbreitung bundesweiter TV-Programme**

#### ■ **Verbreitung über Terrestrik**

In den Empfangsgebieten München/Oberbayern, Nürnberg und Augsburg können ca. 40 Programme in Full-HD mittels Antenne über DVB-T2 HD empfangen werden. Hierbei handelt es sich um frei empfangbare öffentlich-rechtliche sowie private, zumeist verschlüsselte und somit kostenpflichtige Programme

auf der freenet TV-Plattform. Die Programmbelegung kann unter  [www.dvbt2hd.de](http://www.dvbt2hd.de) abgerufen werden.

### ■ **Verbreitung über Kabel, IPTV und Satellit**

Betreiber von Kabel- und IPTV-Netzen bieten ihren Kunden ein umfangreiches Angebot an Fernsehprogrammen, darunter eine Vielzahl bundesweit ausgerichteter  **Programme mit Genehmigung der BLM**. Über Satellit ist die Anzahl der empfangbaren Programme noch höher. Dabei nimmt die Zahl der in HD verbreiteten Programme weiter zu, auch UHD-Programme sind verfügbar. Ihre SD-Verbreitung stellten einzelne Programme im Jahr 2023 jedoch ein.

### ■ **Verbreitung über Streaming und Apps**

Einige der von der Landeszentrale genehmigten bundesweit ausgerichteten Programme sind nur im Internet empfangbar. Die meisten bundesweiten TV-Programme sind auch über Streamingdienste (OTT) und teilweise über eigene Apps empfangbar.

### **Medienplattform Bayern**

Die BLM konzipierte bereits vor einigen Jahren das Projekt „Medienplattform Bayern“ als Pilotprojekt, um ein Angebot zu schaffen, welches die Inhalte lokaler Medienanbieter in Bayern bündelt und auf möglichst vielen digitalen Plattformen verfügbar macht.

Im Jahr 2023 entschieden sich die Lokal-TV-Anbieter zur Umsetzung des Teilprojekts „Digitale Content-Drehscheibe“ als vorbereitende Maßnahme zur Realisierung der Medienplattform Bayern. Nachdem der Freistaat Bayern das Teilprojekts als förderfähig im Rahmen der Förderung nach Art. 23 BayMG anerkannt hatte, konnten die ersten Module konkretisiert und entwickelt werden. Dieses Teilprojekt der Medienplattform Bayern wird im Jahr 2024 abgeschlossen.

Die digitale Content-Drehscheibe besteht aus den folgenden fünf Modulen:

- **Content-Sharing-Plattform**
  - Zentrale Plattform zum Import und Export von Medieninhalten inkl. Rechtesystem und der Möglichkeit des Verkaufs von Content an Drittanbieter
  - Entwicklung einer Reporter-App für nutzergenerierte Inhalte
  - Option zur Integration externen Contents
  - Mögliche Einbindung der Inhalte auf externen Portalseiten für Reichweitenaufbau
- **Broadcast-Editor**
  - Software zur redaktionellen Aufbereitung des vorhandenen Contents für Zweitverwertungen auf sozialen Netzwerken und weiteren Distributionskanälen

- **Social-Planning-Tool**
  - Entwicklung eines Community-Managements zur Planung und Distribution erstellter Inhalte auf Social-Media-Plattformen
  - Modul zur Interaktion mit Nutzenden (Umfragen, aktive Reaktion zur Sendung)
- **Programmverwaltung**
  - Erweiterung der vorhandenen Programmverwaltung um die Erstellung von neuen Streams mit der Möglichkeit zu lokalem Ingest und lokaler Vermarktung (z. B. FAST Channels)
- **Reporting**
  - Erweiterung der bestehenden Statistik-Systeme um die Erfassung von Nutzungsquoten, Community-Feedback, redaktioneller Bearbeitung des Contents sowie Implementierung eines Community-Management Tools für den gezielten Austausch mit den Nutzenden.

Hierauf aufbauend werden unter Federführung der Landeszentrale seit Mitte 2023 Konzepte entwickelt und mit den Beteiligten diskutiert, wie die Anwendung z. B. in einer gemeinsamen Gesellschaft der Anbieter umgesetzt und betrieben werden kann. Auch stellen sich für einen kommerziellen Regelbetrieb zahlreiche rechtliche und organisatorische Fragen. Die Landeszentrale prüft, ob und wie das Konzept der Lokalfernsehanbieter zur Weiterentwicklung hin zu

einer umfassenden Online-Distribution der Lokal-TV-Inhalte zusätzlich unterstützt werden kann. Damit kann ein wesentliches Ziel des Projektes, nämlich die Stärkung der Onlinepräsenz bzw. der digitalen Transformation der lokalen Medieninhalte erreicht werden.

## Technische Förderung

Das Ziel der technischen Förderung ist die Schaffung von zuverlässigen und gleichwertigen Versorgungsbedingungen für private Rundfunkangebote (Hörfunk und Fernsehen) in Bayern sowie die Förderung innovativer Rundfunktechnologien.

### Technische Förderung Hörfunk

Die Förderung der technischen Infrastruktur und technischer Innovationen der privaten Hörfunkanbieter erfolgt gemäß der  **Richtlinie** zur Förderung der Technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten nach dem BayMG.

Für die technische Infrastrukturförderung wurden im Jahr 2023 Mittel in Höhe von insgesamt 1.732,3 TEUR ausgereicht. Davon stammten aus dem Haushalt der Landeszentrale 884,9 TEUR und 847,5 TEUR aus dem bayerischen Staatshaushalt.

#### ■ **Verbreitung kommerzieller Programme**

Für die Förderung der digitalen Verbreitung kommerzieller Hörfunkprogramme über DAB-Netze standen Mittel in Höhe 1.370,4 TEUR zur Verfügung. Bei

förderbaren Netzkosten in Höhe von 4.630,6 TEUR ergibt sich eine Gesamtförderquote von 29,6 Prozent.

Die Simulcastverbreitung über UKW und DAB im Zuge der Digitalisierung stellt für die Anbieter eine fortlaufende Doppelbelastung dar. Diese wiegt umso schwerer, als auf die Corona-Krise mit dem daraus resultierenden anhaltend niedrigen Niveau der Buchungen im Bereich der lokalen Werbung in den Jahren 2022 und 2023 die Energiekrise folgte. Deshalb beschloss die Landeszentrale zusammen mit der Bayerischen Staatskanzlei, über DAB verbreitete lokale und regionale Hörfunkangebote im Förderjahr 2023 nochmals durch eine temporäre Anhebung der Prozentsätze bei der Förderung der DAB-Kapazitätskosten um 15 Prozentpunkte auf 40 Prozent zusätzlich zu unterstützen.

Die zusätzliche Förderung half, inflationsbedingte Insolvenzrisiken einzelner Hörfunkveranstalter zu reduzieren, mit dem Ziel, die Meinungs- und Informationsvielfalt und redaktionelle Arbeitsplätze in Bayern zu sichern.

#### ■ **Verbreitung gemeinnütziger Programme**

Gemäß der Förderrichtlinie wurden die Sendernetzkosten der analogen Verbreitung gemeinnütziger Anbieter lokaler Hörfunkprogramme in Bayern zu 70 Prozent, die der digitalen Verbreitung zu 90 Prozent gefördert.

Im Jahr 2023 erhielt dementsprechend der Aus- und Fortbildungskanal max neo 10,9 TEUR für die analoge terrestrische

Verbreitung. Für die digitale terrestrische Verbreitung erhielten die Aus- und Fortbildungsangebote in Nürnberg (max neo) und München (M94,5) Fördermittel in Höhe von 84,0 TEUR.

Die Verbreitungskosten der gemeinnützigen Radioanbieter Radio Lora, Radio Z, Feierwerk e.V., Radio Horeb (München), Christliches Radio München, Radio München und Radio BUH wurden 2023 mit 32,9 TEUR (UKW) und 234,2 TEUR (DAB) gefördert.

■ **Sonderförderung Digitalisierung**

Im Rahmen der Sonderförderung zur Digitalisierung des Hörfunks standen Mittel in Höhe 26,0 TEUR zur Verfügung. Bei förderbaren Kosten von kommerziellen Hörfunkanbietern in Höhe von 30,6 TEUR ergibt sich eine Gesamtförderquote von 84,5 Prozent.

Förderung der technischen Infrastruktur 2023 (in TEUR)

Kommerzielle Hörfunkanbieter	1.370,4
Gemeinnützige Hörfunkanbieter	267,0
Mediaschool (Radios)	94,9
<b>Gesamt</b>	<b>1.732,3</b>

**Technischer Betrieb**

Der technische Betrieb der privaten Rundfunkangebote wird zudem durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen der Landeszentrale unterstützt. Hierfür wurden im Jahr 2023 insgesamt 363,7 TEUR aufgewendet.

Förderung technischer Betrieb (in TEUR)

Standortoptimierung	87,4
Versorgungsanalyse und -messung	29,9
Medien-Informationssystem (MEDIS)	36,8
TV-Hörfunk-Aufzeichnungen/ Bürgerradio/Schulradio	68,8
Sende-Betrieb-Service (SBS)	61,4
Frequenzplanung/Abwicklung technische Infrastrukturförderung	78,4
Rundfunknetze	1,0
<b>Gesamt</b>	<b>363,7</b>

**Förderung von Lokal-TV nach Art. 23 BayMG**

Nach Art. 23 Abs. BayMG kann die Landeszentrale zugelassene, lokale und regionale Fernsehanbieter betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätsvolle Fernsehprogramme in gleichgewichtiger Weise zum Ausdruck zu bringen (Abs. 2).

Die Förderung dieser nach Art. 23 BayMG betrauten Fernsehprogramme erfolgt aus Mitteln des Staatshaushalts und aus Mitteln der BLM. Die Landeszentrale ist Erstempfängerin der staatlichen Förderung und reicht diese an die Anbieter bzw. unmittelbar an die technischen Dienstleister weiter. Die Förderung von lokalen und regionalen Fernsehangeboten nach Art. 23 BayMG ist bis Ende 2024 befristet.

Im Jahr 2023 wurden insgesamt staatliche Mittel in Höhe von 11,35 Mio. Euro sowie Mittel aus dem Haushalt der Landeszentrale in Höhe von 1,63 Mio. Euro ausgereicht. Gefördert werden die Ausgaben für  **Programmherstellung** und technische Verbreitung.



■ **Förderung der technischen Programmverbreitung TV**

Mit der Förderung der technischen Verbreitung der Programmangebote über Kabelanlagen, via Satellit und zunehmend auch über Plattformen und Internet wird eine gleichwertige Versorgung in Bayern ermöglicht. Die technische Infrastruktur zur Heranführung und Verbreitung von lokalen/regionalen Fernsehprogrammen konnte auch 2023 nur durch Fördermittel gesichert werden. Gefördert werden dabei grundsätzlich nur die Verbreitungskosten, die für die betraugungsfähigen Programmteile anfallen. Der Aufwand für nicht betraute Sendezeiten ist von den Anbietern zu finanzieren. 2023 entstanden für die Ausstrahlung lokaler/regionaler Angebote über Kabel, Internet und Satellit Kosten in Höhe von 6,57 Mio. EUR, die mit 6,42 Mio. EUR gefördert wurden.

■ **Sonderförderung zur Liquiditätssicherung**

Die Landeszentrale reichte im 1. und 4. Quartal 2023 Sonderförderungen für Liquiditätshilfen in Höhe von 411 TEUR an drei der nach Art. 23 BayMG betrauten Hauptanbieter von Lokal-TV in Bayern aus. Hintergrund waren drohende Liquiditätseingpässe, aufgrund stark rückläufiger Werbeeinnahmen infolge der auf die Pandemie folgenden Energiekrise.

12,98 Mio. Euro  
Förderung nach  
Art. 23 BayMG  
gesamt 2023



6,15 Mio. Euro  
Förderung der  
Programmerstellung

0,41 Mio. Euro  
Sonderförderung zur  
Liquiditätssicherung

6,42 Mio. Euro  
Förderung der technischen  
Verbreitung der  
Programme

237 TEUR  
Leitungskosten für  
die Heranführung der  
Programme

544 TEUR  
Technischer Betrieb

287 TEUR  
HbbTV

5.351 TEUR  
Verbreitung über  
Kabel, Satellit, IPTV  
und Internet

# Inhalte und Inhalteförderung

Nach dem Bayerischen Mediengesetz hat die BLM die Aufgabe, Vielfalt und Qualität der privaten bayerischen Rundfunkangebote zu fördern. Dazu gehören kulturelle, kirchliche, soziale und wirtschaftliche Inhalte und Eigenproduktionen der Radio- und TV-Anbieter. Daten der Funkanalyse Bayern ermöglichen Rückschlüsse auf die Akzeptanz der Programme beim Publikum. Mittels der Programmbeobachtung beurteilt die Landeszentrale die Programmqualität und überprüft, ob Fördervorgaben, Genehmigungsaufgaben, gesetzliche Bestimmungen, Richtlinien und Satzungen in den Programmen eingehalten werden. Für die Produktion qualitativ hochwertiger Sendungen sowie für die Programmherstellung können bayerische Anbieter Fördermittel bei der Landeszentrale beantragen.

## Programmakzeptanz

Im Rahmen der Funkanalyse Bayern werden unter anderem Daten zu Image und Beliebtheit der lokalen und landesweiten Fernseh- und Hörfunkprogramme in Bayern erhoben. Die praxisorientierte Konzeption der qualitativen Fragen ermöglicht den lokalen Hörfunk- und Fernseh-Anbietern Rückschlüsse auf die programmliche Akzeptanz und dient der Weiterentwicklung ihrer Angebote. Durch den Vergleich mit den Ergebnissen der Vorjahre sind weitere Erkenntnisse möglich.

Über 80 Prozent der Zuschauenden finden Lokalfernsehen ist glaubwürdig, ist sympathisch und ist aktuell.

## Fernsehen

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Fernsehen 2023 schneiden bei der Bewertung der Programminhalte im Durchschnitt aller 14 Lokal-TV-Programme nach wie vor die „Information aus der Region“ (56,2% sagen „gefällt mir sehr gut/gut“) und „...aus Bayern“ (48,9%) am besten ab. Die „Informationen aus dem Wohnort“ (40,2%) liegen traditionell eher weiter hinten – vermutlich, weil nicht alle Wohnorte von allen Befragten immer in den jeweiligen Programmen vorkommen und auch nicht vorkommen können, wenn es

Auch die bayerischen Privatradioprogramme erhalten von den Hörerinnen und Hörern gute Kompetenzwerte in wichtigen Bereichen.

keine berichtenswerten Ereignisse oder Themen gibt. Verschlechterungen gibt es bei „lokale politische Themen“ (–2,6 Prozentpunkte) und „lokale wirtschaftliche Themen“ (–3,4 Prozentpunkte).

Beim Image des Lokalfernsehens gibt es nach wie vor hohe Zustimmungswerte zu „ist glaubwürdig“ (82,4 % „stimme voll und ganz zu/stimme zu“), „ist sympathisch“ (83,1 %) und „ist aktuell“ (80,8 %). Bei zwei neuen Items – „präsentiert die Themen verständlich“ und „bringt auch neue Informationen“ – erhielt das Lokalfernsehen in Bayern auf Anhieb sehr gute Zustimmungswerte von 83 und 74 Prozent.

Regelmäßige Zuschauerinnen und Zuschauer schätzen an Lokal-TV im Vergleich zu gelegentlichen Seherinnen und Sehern besonders, dass Themen gebracht werden, die sie persönlich interessieren und über die sie sich mit anderen unterhalten können. Und schließlich: Rund sechs von zehn befragten Personen sagen explizit, dass Lokalfernsehen eine wertvolle Hilfe bei der eigenen Meinungsbildung ist.

## Hörfunk

Auch zu Image und Akzeptanz der Hörfunkprogramme werden im Rahmen der Funkanalyse Bayern jährlich Daten erhoben. 2023 zeigten sich bei der Bewertung der einzelnen Programmelemente, dass bayerische Privatprogramme von Hörerinnen und Hörern weiterhin sehr gute Kompetenzwerte in wichtigen Bereichen zugesprochen werden:

So gaben 55,2 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren bei ihrer Befragung an, dass sie sich „gut informiert über Wichtiges aus der Gegend“ fühlen. Dies unterstreicht die Stärke der Lokalradios, aktuell und nahe an Themen aus den Regionen der Hörerinnen und Hörer zu sein.

Auch „Musik nach ihrem Geschmack“ wird für 65,3 Prozent der Befragten im Radio ausgestrahlt. Die richtige Musikfarbe der jeweiligen Zielgruppe zu treffen, ist und bleibt neben den aktuellen Wortinhalten und der Moderation ein wichtiger Einschaltimpuls für das Radio. Rund 47 Prozent der Hörenden attestieren den bayerischen Privatradios „besonders professionell gemacht“ zu sein.

Die bayerischen Lokalradios können aber auch bei den Programmkompetenzen „nützliche Verkehrshinweise“ (54,4 %), „interessante Veranstaltungshinweise“ (45,3 %) und bei „Aktionen oder Veranstaltungen in der Gegend“ (46,7 %) überzeugen.

## Programmbeobachtung

Mittels der Inhaltebeobachtung überprüft die Landeszentrale, ob Fördervorgaben, Genehmigungsaufgaben, gesetzliche Bestimmungen, Richtlinien und Satzungen in den von ihr genehmigten Programmen eingehalten werden. Zudem wird die Programmqualität beurteilt. Über die Ergebnisse der Programmbeobachtung werden in regelmäßigen Abständen Berichte erstellt.

### Bewegtbild

#### ■ **Betraute Programme** (Förderung gem. Art. 23 BayMG)

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

Um die Einhaltung der Vorgaben gem. Art. 23 BayMG zu überprüfen, wurden Stichproben des Lokalprogramms im Umfang von meist einer Woche untersucht. Bei 14 lokalen Programmen bedeutet das einen Beobachtungsumfang von

insgesamt 70 Ausgaben der täglichen Nachrichtenmagazine (2.100 Minuten) sowie über 110 verschiedene Special-Interest-Formate (2.900 Minuten). Darüber hinaus wurden im Jahr 2023 über 35 neue Formate oder Sondersendungen mit einer Gesamtdauer von über 2.600 Minuten beobachtet.

Für die Monate Juli bzw. August 2023 wurden alle gemeinsamen Satellitenmagazine der Lokal-TV-Anbieter auf a.tv HD, Franken Plus, OTVA und Niederbayern TV mit den jeweiligen lokalen Nachrichtenmagazinen verglichen, um mögliche Mehrfachverwertungen von Programmmaterial zu identifizieren (ca. 2.000 Minuten).

Außerdem wurden von den derzeit neun nach Art. 23 BayMG betrauten und geförderten Spartenanbietern jeweils mehrere Sendungen qualitativ beobachtet (ca. 1.500 Minuten).

#### ■ **Landesweite Fenster**

Von den beiden landesweiten Fenstern auf RTL und SAT.1 am Wochenende wurden, wie jedes Jahr, vier Ausgaben beobachtet (zusammen 480 Minuten) und u. a. auf Erfüllung der Vorgaben der Fernsehfensterrichtlinie überprüft.

### Audio

In der Hörfunk-Programmbeobachtung wurden im Jahr 2023 insgesamt 332 Programmstunden nach inhaltsanalytischen Kriterien untersucht – sowohl quantitativ als auch qualitativ.

Die Ergebnisse liefern vor allem Erkenntnisse über Umfang und Zusammensetzung des Wortprogramms sowie

Die Programmbeobachtung Audio liefert u. a. Erkenntnisse über Umfang und inhaltliche Zusammensetzung des Wortprogramms.

über Genres und Aktualität der gespielten Musik. Dabei liegen die Schwerpunkte beim Wortanteil auf dem Umfang der lokalen Berichterstattung, der thematischen Vielfalt und der journalistischen sowie handwerklichen Qualität der Beiträge. Auch der Anteil der Werbung (lokal und überregional) sowie der Umfang und die Anmutung der Eigenwerbung (Promotion) wird erfasst. In Sonderauswertungen kann ein Programm auch nach speziellen Kriterien untersucht werden.

Ergänzend werden auch die Aktivitäten der Anbieter im Bereich Online und Social Media beobachtet. Untersucht werden Anzahl und Inhalt von Webstreams, Mediatheken, Apps und Social-Media-Kanälen. Ebenso wird das Off-Air-Engagement der Anbieter bewertet, z. B. Major-Promotions, Events und Gewinnspiele.

### ■ Stichproben

Bei den turnusmäßigen Stichproben wurden 37 Programme im Umfang von 222 Stunden untersucht. Hier wurden insbesondere die hörerstarken Sendezeiten am Morgen (Primetime zwischen 05:00 Uhr – 10:00 Uhr) beobachtet und qualitativ bewertet sowie die Online-Aktivitäten der Programme erfasst.

### ■ Sonderbeobachtungen

Im Umfang von 110 Stunden wurden anlassbezogene Sonderbeobachtungen und Recherchen zu verschiedenen Fragestellungen bei lokalen Anbietern durchgeführt, wie Programmkooperationen

und neue Programme. Die beobachteten Sendestunden oder Einzelbeiträge wurden teilweise nach quantitativen und teilweise qualitativen Kriterien untersucht. Zudem wurden die Programmaktionen von Anbietern während der Funkanalyse-Abfrage im ersten Quartal 2023 erfasst sowie 15 Bürgerbeschwerden zu Sendungen und Programmen geprüft und bearbeitet.

### ■ „Mach Dein Radio“

Auf der BLM-Plattform „Mach Dein Radio“ haben interessierte Schulradio-Gruppen, Podcaster und Bürgergruppen aus Bayern die Möglichkeit, eigene Sendungen und Beiträge im Internet zu veröffentlichen. Hier werden regelmäßig Stichproben der Inhalte durchgeführt, im Jahr 2023 im Umfang von 144 Stunden.

### Beobachtung geförderter Programme

Als programmlicher Nachweis für die nach Art. 11 BayMG von der BLM geförderten Hörfunk- und Fernseh-Projekte werden von den Anbietern jeweils die Mitschnitte der geförderten Sendungen und Sendereihen in digitaler Form an die Landeszentrale übermittelt. Im Jahr 2023 umfasste das Sendematerial gut 1.016 Stunden an Hörfunkprojekten (909 Stunden Magazinsendungen plus 107 Stunden reine Wortbeiträge) und gut 22 Stunden an Fernsehprojekten (Magazinsendungen und Dokumentationen).

In der Regel werden pro gefördertem Projekt jeweils mehrere Stichproben daraufhin überprüft, ob die beantragten

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

Konzeptangaben eingehalten wurden, so z. B. Sendungslänge, Umfang des Wortanteils, behandelte Themen und gestalterische Umsetzung des Programmvorhabens. Zum anderen werden die geförderten Programme auch qualitativ nach journalistischen Kriterien beurteilt, die sich aus der  **Programmförderungs-Richtlinie** ergeben. So werden unter anderem der Informationsgehalt der Sendungen, der vermutliche Rechercheaufwand, der dramaturgische Aufbau von Beiträgen und Sendungen, der gestalterische Aufwand und die Qualität der technischen Produktion bewertet. Bei geförderten Fernsehprojekten werden zudem auch die Bild- und Tongestaltung der Sendungen sowie die Abstimmung von Bild und Ton beurteilt.

Sofern bereits geförderte Sendereihen im darauffolgenden Jahr wieder zur Förderung beantragt werden, fließen die Ergebnisse der qualitativen Bewertungen in die Förderentscheidungen mit ein.

## Programm- und Innovationsförderung

Die Landeszentrale fördert Programme der privaten, lokalen und landesweiten Hörfunk- und Fernsehanbieter auf verschiedene Art und Weise. Nach Art. 23 BayMG wird die Programmherstellung der lokalen/regionalen Haupt- und Spartenprogramme aus Mitteln des BLM-Haushalts und des Freistaats Bayern gefördert. Daneben gibt es die BLM-Programmförderung für Sendungen mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaft-

lichen Inhalt gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 3 BayMG. Im Jahr 2023 wurde von der BLM zudem zum zweiten Mal eine sog. Innovationsförderung für besondere Audio- und Bewegtbild-Projekte im lokalen Rundfunk ausgereicht.

### Förderung der Programmherstellung nach Art. 23 BayMG

Gemäß Art. 23 BayMG erfolgt nicht nur eine  **Förderung der technischen Verbreitung**, gefördert werden auch die Ausgaben der Programmherstellung der betrauten Anbieter von lokalen und regionalen Fernsehangeboten. Im Jahr 2023 wurde die Programmherstellung mit staatlichen Mitteln in Höhe von 4,53 Mio. Euro sowie mit Mittel aus dem Haushalt der Landeszentrale in Höhe von 1,62 Mio. Euro gefördert.

Der Umfang der Förderung der Programmherstellungskosten wird aus dem Vergleich der für die Erstellung des betrauungsfähigen Programmangebots notwendigen Ausgaben mit den durch die Ausstrahlung dieses Programmangebots erzielten Einnahmen ermittelt. Bei den Hauptanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von 21.280 TEUR und Ausgaben in Höhe von 30.529 TEUR ein Förderbedarf in Höhe von 9.249 TEUR der mit 5.324 TEUR (Vorjahr 4.280 TEUR) gefördert wurde (Förderquote 57,6%). Bei den Spartenanbietern ergab sich bei Einnahmen in Höhe von ca. 250 TEUR und Ausgaben in Höhe von ca. 1.314 TEUR ein Förderbedarf in Höhe von 1.064 TEUR der mit 830 TEUR (Vorjahr 830 TEUR) gefördert wurde (Förderquote 77,9%).

Nach Art. 23 Abs. 2 BayMG kann die Landeszentrale lokale und regionale Fernsehanbieter damit betrauen, die bestehende Vielfalt der Meinungen im jeweiligen Versorgungsgebiet durch qualitätvolle Fernsehprogramme in gleichgewichtiger Weise zum Ausdruck zu bringen.

Die Landeszentrale fördert die Programme der privaten Hörfunk- und Fernsehanbieter mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichen Inhalt gemäß Art. 11 Satz 1 Nr. 3 Bay MGt.

## Programmförderung nach Art. 11 BayMG

Im Jahr 2023 wurden besondere Programmangebote mit sozialem, kulturellem, kirchlichem oder wirtschaftlichem Inhalt im Gesamtumfang von 548,2 TEUR gefördert. Davon entfielen 374,0 TEUR auf Hörfunkbeiträge und 174,2 TEUR auf Fernsehbeiträge. Gut 90 Prozent der ausgereichten Förderung entfielen 2023 auf gemeinnützige Anbieter und Zulieferer.

Insgesamt hatten 25 Anbieter, Spartenanbieter und Zulieferer 47 Anträge (40 Hörfunk, 7 Fernsehen) auf die Ausschreibung der Landeszentrale eingereicht. Eine Förderung bewilligt wurde für 32 Sendungen von 23 Antragstellern, wovon ein Projekt jedoch nicht realisiert wurde. Für drei Hörfunkprojekte wurde eine Förderzeitraumverlängerung bis Ende März 2024 beantragt.

Im Hörfunk wurden 27 Projekte von 18 verschiedenen Antragstellern gefördert. Der Schwerpunkt der Förderung lag bei medienpädagogischen Projekten. So wurden gut 70 Prozent des Gesamtfördervolumens im Hörfunkbereich an medienpädagogische Sendungen von Kindern, Jugendlichen, Studierenden oder Menschen mit Behinderung ausgereicht (rund 263 TEUR).

Im Fernsehen wurden vier Sendungen von unterschiedlichen Spartenanbietern bzw. Zulieferern gefördert. Hierbei handelt es sich um landesweit verbreitete Angebote, die keine Förderung der Programmherstellung nach Art. 23 BayMG erhalten. Der Zuschuss für die einzelnen Anbieter fiel sehr unterschiedlich aus und

6.752 TEUR  
Inhaltförderung  
2023 gesamt



lag zwischen 9,1 TEUR (Sankt Michaelsbund e. V.) und 133 TEUR (abm).

Das von der Landeszentrale festgelegte Schwerpunktthema für 2023 „Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung in Bayern“ wurde in gut 45 Prozent aller geförderten Projekte aufgegriffen.

### Förderung innovativer Projekte

Ziel der Förderung der Landeszentrale für innovative Audio- und Bewegtbild-Projekte ist die Weiterentwicklung der bayerischen Rundfunklandschaft. Die Attraktivität und Bedeutung der lokalen und regionalen Rundfunkprogramme und ihre Präsenz in der digitalen Medienwelt soll gestärkt werden. Gefördert wird der Einsatz neuer digitaler Möglichkeiten und Technologien. Förderwürdig sind zudem crossmedial verbreitete Inhalte oder Social Media-Inhalte, die sich auf Audio- oder Bewegtbildinhalte in den lokalen und regionalen Rundfunkprogrammen

6.154 TEUR  
Förderung der  
Programmherstellung  
nach Art. 23 BayMG

50 TEUR  
Förderung für  
Innovative Projekte

548 TEUR  
Programmförderung  
nach Art. 11 BayMG  
davon  
174,2 für Fernsehen  
374,4 für Hörfunk

beziehen. Im Jahr 2023 wurden rd. 9,8 TEUR an ein crossmediales Projekt eines lokalen Fernsehanbieters ausgereicht. Weitere rd. 40,0 TEUR wurden eingesetzt, um die Webseiten von verschiedenen gemeinnützigen Hörfunkanbietern zu erneuern und auf einen zeitgemäßen Stand zu bringen.

## Finanzierungsbeitrag

Nach dem Medienstaatsvertrag der Länder in Verbindung mit dem BayMG und § 15 der Rundfunksatzung müssen die bundesweiten Fernsehanbieter einen finanziellen Beitrag zur Sicherstellung der Finanzierung der lokalen/regionalen und landesweiten Fensterprogramme leisten.

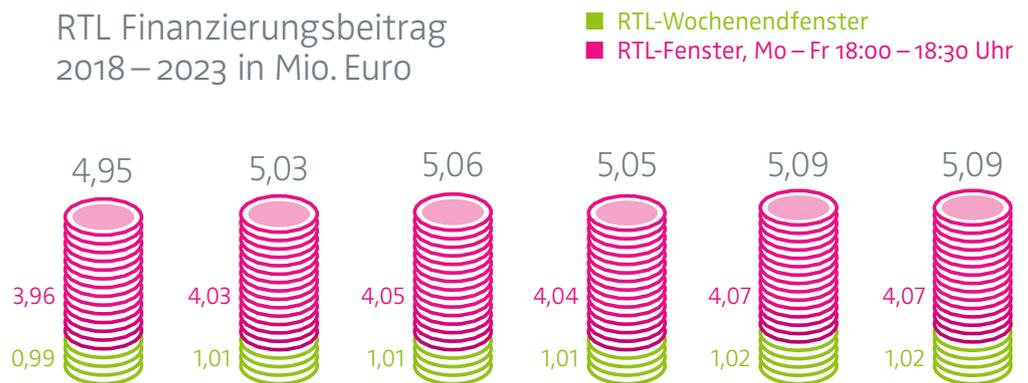
Der Finanzierungsbeitrag wird von der Landeszentrale seit 1994 erhoben. Die Einzelheiten zur Erhebung und Verteilung werden in der  **Rundfunksatzung** sowie in der  **Richtlinie zum Finanzierungsbeitrag** geregelt.

Die Verpflichtung zur Aufnahme landesweiter oder regionaler Fensterprogramme und zur Sicherstellung deren Finanzierung ist seit 2005 auf die beiden bundesweit verbreiteten reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme begrenzt.

Der Finanzierungsbeitrag für jeden Fernsehhaushalt in Bayern beläuft sich seit 1. Januar 2015 auf 0,85 Euro. Auf dieser Grundlage standen im Jahr 2023 5.091,5 TEUR zur Ausschüttung an die lokalen und landesweiten Fensterprogramme im Programm von RTL zur Verfügung. Von diesem Betrag entfielen wie im Vorjahr 4.073,2 TEUR auf die lokalen Fensterangebote.

Die Finanzaufwendungen von SAT.1 an das landesweite Fernsehfenster im Programm von SAT.1 werden nach der Finanzierungsbeitragsrichtlinie auf den Finanzierungsbeitrag von SAT.1 angerechnet, soweit dadurch die Finanzierung des Fensterprogramms insgesamt sichergestellt ist.

RTL Finanzierungsbeitrag 2018 – 2023 in Mio. Euro



	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Anzahl TV-Haushalte in Bayern*	5,82	5,92	5,95	5,94	5,99	5,99
Beitrag pro HH in Euro	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85

\* lt. AGF Videoforschung (jew. Vorjahr) in Mio.

## Film- und Fernsehförderung

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

Die Landeszentrale hat 2023 aus ihrem Haushalt 1.278 TEUR für die bayerische Film- und Fernsehförderung zur Verfügung gestellt. Damit erbringt sie die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) in Art. 11 Satz 2 Nr. 1 vorgesehene Förderung freier, mittelständischer Film- und Fernsehproduktionen. Die Förderung trägt dazu bei, die Leistungsfähigkeit der bayerischen Filmproduzenten zu stärken. Darüber hinaus wird damit ein Beitrag zur Vielfalt der deutschen und europäischen Filmkultur erbracht. Die Mittel werden nach der  **Richtlinie des FFF** vergeben.

Stv. Vorsitzender des FFF-Aufsichtsrats ist der Präsident der Landeszentrale Dr. Thorsten Schmiege. Mitglied im Vergabeausschuss ist Geschäftsführerin Dr. Annette Schumacher. Der Ausschuss entscheidet in jährlich fünf Sitzungen über die Auswahl der geförderten Pro-

jekte. Als Stellvertreterin ist Jutta Schirmacher, stv. Gruppenleiterin Medien- und Nutzerkompetenz, benannt. Im Vergabeausschuss Games, der dreimal jährlich über Fördermittel für Produktionen im digitalen Spielebereich entscheidet, war 2023 Verena Weigand, stv. Vorstandsvorsitzende der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern, vertreten.

# Aus- und Fortbildung

Die Arbeit im Medienbereich erfordert unterschiedlichste Kompetenzen. Nach dem Bayerischen Mediengesetz hat die BLM „zur Aus- und Fortbildung von Fachkräften für den Medienbereich einen Beitrag zu leisten“. Dementsprechend wurden zahlreiche Konzepte und Maßnahmen entwickelt, um den Mediennachwuchs zu fördern. Für den Bereich Aus- und Fortbildung wurden 2022 finanzielle Mittel in Höhe von 1,06 Mio. Euro aufgewendet.

## BLM Fortbildungsworkshops

Journalistische Kompetenz ist entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg im Wettbewerb der Medien. Das journalistische Handwerkszeug muss deshalb von jedem redaktionellen Beschäftigten der Lokalprogramme in Bayern erlernt und sicher beherrscht werden. Aus diesem Grund bietet die BLM Fortbildungsworkshops an, in denen Basisfertigkeiten zu täglichen Redaktionsabläufen vermittelt und intensiv geübt werden. Die Dozentinnen und Dozenten haben in der Regel langjährige Praxis in den Bereichen Hörfunk und Fernsehen.

Die Fortbildungsangebote der Landeszentrale für Volontärinnen und Volontäre und weitere Beschäftigte in den Redaktionen der lokalen, regionalen und landesweiten Hörfunk- und TV-Stationen in Bayern werden seit vielen Jahren sehr gut angenommen. Im Jahr 2023 wurden an 113 Tagen Workshops durchgeführt.

Die hybriden Basiskurse für Volontierende im Hörfunk und Fernsehen bestehen aus zwei Teilen: E-Learning und Präsenz-Workshops. Die vorgelagerten E-Learning-Einheiten enthalten Video-Tutorials erfahrener Dozentinnen und Dozenten aus der Praxis und werden von den Teilnehmenden selbstständig auf einer Lernplattform erarbeitet. Dazu gehören auch Pflichtübungen,

die für die späteren Präsenz-Workshops vorbereitet werden müssen. Während der Präsenz-Woche in München wird die erlernte Theorie vertieft und durch Praxisübungen ergänzt und gefestigt.

Für TV-Volontierende stehen im E-Learning die Themen Medienrecht, Dramaturgie und Text für den Fernsehbeitrag, Interview, Nachrichten im Fernsehen, Kamera, Ton & Licht sowie Freies Sprechen und Moderieren im Fernsehen zur Verfügung. Für Hörfunk-Volontierende sind es die Themen Medienrecht, Radiobasics von A bis Z, Interview, Nachrichten im Radio und Moderation im Radio sowie die Radio-Reportage.

In 2023 fanden aufgrund der hohen Nachfrage insgesamt fünf hybride Basis-kurse Hörfunk und drei hybride Basis-kurse TV statt. Als neues Angebot für den Nachwuchs im Bereich Online und Social Media wurde erstmals der Basis-kurs „Onlinejournalismus“ angeboten, der sich sowohl an TV- als auch Radio-Stationen richtete. Hier wurden Themen wie Online-Recherche und Fakt-Checking, Social Media und Community Management sowie Mobile Reporting vermittelt. Der Basiskurs wurde eingeführt, um den journalistischen Nachwuchs für die wachsenden Anforderungen durch die zunehmende Digitalisierung der Medien umfassend fortzubilden.

Neben den Basiskursen für die Volontierenden bot die Landeszentrale weitere ein- bis zweitägige journalistische Workshops an. Diese richteten sich insbesondere an Volontärinnen und Volontäre im zweiten Ausbildungsjahr oder Beschäftigte in der Redaktion und Moderation.

Der neue Basiskurs „Onlinejournalismus“ macht den journalistischen Nachwuchs fit für die mit der Digitalisierung der Medien verbundenen Anforderungen.

#### **Die Schwerpunkte der Ausbildungsaktivitäten der Landeszentrale sind:**

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

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

- Akademie für neue Medien (Kulmbach)
- Bayerische Akademie für Fernsehen (BAF)
- Deutsche Journalistenschule (DJS)
- MedienCampus Bayern (München)
- Initiative Radiosiegel

#### **Finanzielle Unterstützung von der Landeszentrale erhielten 2023 folgende Ausbildungsinstitutionen:**

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

Insgesamt wurden sechs eintägige Workshops veranstaltet zu Themen wie z. B. „Künstliche Intelligenz“, „Reportage im Radio“ (zwei Termine) oder „Moderation im Radio und TV“. Eine besonders hohe Nachfrage gab es beim Workshop „KI-Turbo für lokale Redaktionen: Das Potenzial von ChatGPT und Midjourney“ (Hörfunk und Fernsehen), so dass ein Zusatztermin angeboten wurde. Zudem wurden drei zweitägige Workshops zu den Themen „Moderation im Radio“ und „Moderation im TV“ angeboten sowie „Social Media & Community Management“ für Beschäftigte von Radio und TV.

Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Marketing und Verkauf von Hörfunk- oder Fernsehanbietern veranstaltete die Landeszentrale zwei Workshops zu den Themen „Total lokal als Marktchance: B2B-Marketing für regionale und lokale Sender“ und „KI im Marketing: Eine Revolution im Verkauf“.

Für Jugend- und Campusradios wurde im Rahmen des BLM Projekts „Mach Dein Radio“ der Workshop „Mach Dein Radio – Sprechtraining“ veranstaltet. Der kostenfreie Workshop fand während der Lokalrundfunktage 2023 in Nürnberg statt.

An den Basiskursen und redaktionellen Workshops der Landeszentrale haben in 2023 insgesamt 172 Personen von 60 verschiedenen bayerischen Hörfunk- und Fernseh-Anbietern teilgenommen. An den Marketing- und Verkaufsworkshops nahmen 25 Personen von 17 lokalen Hörfunk- und Fernseh-Anbietern teil. Den kostenfreien „Mach Dein Radio“ Workshop im nichtkommerziellen Bereich besuchten 13 Teilnehmende.

## Aus- und Fortbildungsprogramme der Mediaschool Bayern

Die Mediaschool Bayern ist mit den Radioprogrammen M94.5 in München und max neo in Nürnberg sowie den TV-Programmfenstern auf münchen.tv und verschiedenen Online-Formaten die Anlaufstelle für die ersten Schritte in der Medienausbildung in Bayern. Seit 1995 bietet sie eine exzellente journalistische Ausbildung, fördert jungen und innova-

### Gesellschafter der Mediaschool Bayern

in alphabetischer Reihenfolge  
(Stand 31.12. 2023; von A bis Z)

Akademie für Neue Medien Kulmbach, Antenne Bayern, Bayerische Akademie für Fernsehen und Digitale Medien, Bayerischer Jugendingring, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Bayerischer Rundfunk, BLR, Die Neue Welle, Discovery Communications Deutschland, Evangelischer Presseverband für Bayern, Landeshauptstadt München, München Live TV, Privatfernsehen in Bayern, Radio NRJ, Rock Antenne, rt1.media group, RTL 2, Sankt Michaelsbund, Konrad Schwingenstein, Seven.One Entertainment Group, Sky Deutschland, Sport 1, Stadt Nürnberg, Studio Gong und Vodafone Deutschland.

tiven Journalismus, ermöglicht Persönlichkeitsbildung und stellt ein Netzwerk in der Branche zur Verfügung. Die Angebote sind journalistisch unabhängig und für die Teilnehmenden kostenfrei.

Neben dem großen Angebot an Praktika und der Mitarbeit in den Studierenden-Redaktionen und Ressorts wurden im Jahr 2023 vier Crossmedia-Volontierende und vier Auszubildende in der Mediengestaltung Bild und Ton ausgebildet. Ein- bis zweiwöchige Schülerpraktika ergänzen das Ausbildungsangebot. Daneben kooperiert M94.5 für ein sechsmonatiges Stipendium im Bereich Videojournalismus mit der Hochschule Ansbach und der Hubertus-Altgelt-Stiftung, die das Stipendium finanziert.

Die BLM ist als Hauptgesellschafterin mit 62 Prozent an der gemeinnützigen Mediaschool Bayern gGmbH beteiligt. Darüber hinaus engagieren sich weitere

24 private und öffentliche Gesellschafter. Die Mediaschool Bayern gGmbH ist unter anderem für Infrastruktur, Finanzen und Administration verantwortlich. M94.5 in München und max neo in Nürnberg sind als gemeinnützige Anbietervereine organisiert. Sie halten die Sendelizenzen und gewährleisten die journalistische Unabhängigkeit der Programme.

### M94.5 in München

Die Mediaschool Bayern bündelt unter der Marke „M94.5“ sowohl ein Radio- und Fernsehprogramm als auch die Social-Media-Kanäle und Podcast-, Twitch- und YouTube-Formate. Der Mediennachwuchs lernt im Audio- und Video-Bereich unter realen Bedingungen Inhalte zu erstellen und für verschiedene Plattformen zu produzieren.

Im Radio strahlt M94.5 ein 24-Stunden-Programm über DAB aus. Das Musikprogramm, die Sendungen und Inhalte richten sich an eine junge, urban geprägte Zielgruppe. Zudem wird die zweistündige Sendung „Young Stars“ für Rock Antenne Bayern erstellt. Im Video- und TV-Bereich produziert M94.5 ein einstündiges Sendefenster „M94.5 – Aus- und Fortbildungsfernsehen: Die Fernsehmacher von Morgen!“, das im Programm von münchen.tv ausgestrahlt wird. Auf Twitch und YouTube gibt es eigene (Live-) Video-Formate.

Ausbildung bei M94.5 in Zahlen:

- Ca. 180 Studierende in Teilzeit in den Radio- und TV-Redaktionen und Ressorts
- Ca. 60 Orientierungspraktika
- Ca. 12 Langzeitpraktika, u. a. Erasmus+ und LMU-Summer-school
- 177 Workshops und Kurse

### Highlights im Jahr 2023 bei M94.5

#### ■ Neuer Standort in Ismaning bei München

Seit April 2023 ist M94.5 im AGROB-Medienpark Ismaning beheimatet. Mit dem Umzug konnte eine moderne Bewegtbild-Architektur für alle gängigen und innovativen Formen der Medienproduktion realisiert werden, z. B. agile Live-Streaming-Sets für Twitch-Produktionen und E-Sports-Events. Der Studio-Campus wurde durch die Bayerische Staatskanzlei gefördert.

#### ■ BLM-Sonderpreis für die Social-Media-Reihe „Pocketnews“

Für die Sendereihe „Pocketnews“ auf Instagram, einem Kurzformat für Nachrichten, erhielt M94.5 2023 den BLM-Sonderpreis der Jury für das „Beste On-Demand Format“.

#### ■ Future Skills Förderung 2023 durch START INTO MEDIA

Durch die „Future Skills Förderung“ konnte die Konzeption und Weiterentwicklung eines Twitch-Studios für interaktive Live-Streaming-Formate realisiert werden. Neben dem technischen Equipment wurden Workshops für den Mediennachwuchs umgesetzt.

#### ■ Kooperationspartner ART-Projekt

Im Rahmen des bayerischen Projektes Announcement Radio Toolbox (ART) im DAB-Testnetz 10D ist M94.5 für die redaktionelle Konzeption und Zulieferung von Meldungsinhalten verantwortlich.

## max neo in Nürnberg

Das Nürnberger Aus- und Fortbildungsradio „max neo“ produziert ein 24-Stunden-Radioprogramm auf UKW, DAB und via Livestream und App für die junge Zielgruppe ab 14 Jahren. Darüber hinaus erstellt das Team aus Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten Content für maxneo.de, Instagram und Twitch sowie Audio-Podcasts.

Im Radioprogramm spielt max neo einen Mix aus Indie-Pop und -Rock und Bands aus der Region, ergänzt um journalistische Inhalte und Sendungen des Radionachwuchs. In den Abendstunden senden Mitglieder des „Mediaschool Bayern Anbieterverein Nürnberg e.V.“ ihre Inhalte, z. B. Studierende der Universitäten Erlangen und Bamberg und der Hochschule Ansbach, aber auch Mitglieder der Vereine „Radio Meilensteine“ und „Rockin' Radio e.V.“ und „funklust e.V.“. Zudem gibt es wöchentlich je zwei medienpädagogisch betreute, vorproduzierte Jugendmagazine (Medienzentrum Parabol und Kreisjugendring Nürnberg-Stadt).

max neo bietet dem Mediennachwuchs die Möglichkeit, die Grundlagen des Hörfunk- und Online-Journalismus zu erlernen und diese Kenntnisse im realen Sendebetrieb auszuprobieren und zu vertiefen.

Ausbildung von max neo in Zahlen:

- 1 Crossmedia-Volontär
- 48 Praktikantinnen und Praktikanten in der Redaktion
- 25 Mitglieder im „Freundeverein“, die ehrenamtlich am Programm mitarbeiten
- Ca. 40 Kurse und Workshops mit internen und externen Dozentinnen und Dozenten

Highlights im Jahr 2023 bei max neo

- **Radiosiegel 2023**  
max neo erhielt im Jahr 2023 erneut das Radiosiegel, eine Auszeichnung für eine fundierte und multimediale Ausbildung.
- **„Mikroperspektive – der Poetry-Slam-Talk“**  
Das 2023 eingeführte Format vereint Live-Radio, Podcast und Videocontent. Die Live-Show wird im Anschluss als Podcast und bei Instagram verbreitet.
- **Landtagswahl 2023**  
max neo interviewte im Vorfeld der Bayerischen Landtagswahl 2023 Vertreterinnen und Vertreter aller Parteien im demokratischen Spektrum. Am Wahlabend wurde eine vierstündige Livesendung mit Hintergründen, Hochrechnungen, Interviews und Liveschaltungen zu den Wahlpartys vor Ort ausgestrahlt.
- **Medienpartner für NBG SOUNDS**  
Auf der Talentbühne NBG SOUNDS gab es für neun Bands die Chance, einen Startplatz beim Festival „Nürnberg Pop“ zu gewinnen. Alle Bands wurden im Vorfeld von max neo interviewt und bekamen Airplays im Programm. Der Content wurde als Audio und Video produziert.
- **max neo Wandertag**  
Besuche bei Radio ENERGY Nürnberg, dem Funkhaus Nürnberg sowie STAR FM ermöglichten dem journalistischen Nachwuchs einen ersten direkten Kontakt mit den Programmverantwortlichen der Sender und damit zu potenziellen Arbeitgebern in der Medienbranche.

# Mediennutzung und Wirtschaftlichkeit

Bei der Erledigung ihrer Aufgaben ist die Landeszentrale gesetzlich dazu verpflichtet, wirtschaftliche Sachverhalte zu berücksichtigen. Dies gilt sowohl bei organisatorischen Grundlagenentscheidungen wie der Festlegung von Versorgungsgebieten als auch bei der nachfolgenden Genehmigung von Angeboten. Um zweckdienliche Daten im erforderlichen Umfang und der notwendigen Tiefe zu erhalten, fördert die Landeszentrale die jährliche Erhebung von Nutzungszahlen der privaten bayerischen Angebote und entwickelt ein Medienwirtschaftliches Kennzahlensystem. Diese Daten bilden die Grundlage für die konzeptionelle Weiterentwicklung der privaten Rundfunklandschaft in Bayern.

## Hörfunknutzung

### Funkanalyse Bayern

Die Tagesreichweite der bayerischen Lokalprogramme entwickelte sich auch in 2023 leicht rückläufig: In Summe erreichte der Lokalfunk in Bayern von montags bis freitags im Durchschnitt 2,69 Millionen Hörerinnen und Hörer. Das entspricht 24,3 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren und bedeutet einen Verlust um 1,4 Prozentpunkte bzw. 170.000 Hörer und Hörerinnen im Vergleich zum Vorjahr. Da die bayerischen Lokalprogramme nicht nur etwas weniger, sondern auch etwas

kürzer gehört wurden (40 Min.; –2 Min.), sank der Marktanteil um 1,2 Prozentpunkte auf 17,6 Prozent.

Im Vergleich zur Tagesreichweite Montag bis Freitag von Radio gesamt (81,3 %; –1,1 Prozentpunkte) verloren die Lokalprogramme überproportional stark. Noch deutlicher ging die Tagesreichweite von Antenne Bayern zurück (18,8 %; –2,7). Mit Ausnahme von Bayern 1 (29,6 %; +0,1) mussten auch die Programme des BR leichte Verluste verzeichnen. Trotz des Rückgangs positionierten sich die bayerischen Lokalradios in Summe somit weiterhin vor Antenne Bayern und Bayern 3 (18,1 %; –0,9).

# 24,3%

In Summe erreichten die bayerischen Lokalradios täglich ein Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern (Tagesreichweite Mo–Fr).

Zum Rückgang der Tagesreichweite der bayerischen Lokalprogramme und der Privaten tragen maßgeblich zwei Veränderungen bei. Radio verliert weiter insbesondere bei den unter 50-Jährigen. Besonders auffällig ist dabei der Rückgang bei den 40- bis 49-Jährigen im Vergleich zum Vorjahr (Mo–Fr 80,3 %; –4,1). Zudem finden über 50 Prozent der Radionutzung (Dauer) der unter 60-Jährigen außer Haus statt. Es wird also immer weniger Radio zu Hause gehört, auch im Vergleich zu den Jahren vor Corona. Außer Haus wird Radio hauptsächlich im Auto (46,3 %; +1,9) und bei der Arbeit (16,8 %; +1,8) gehört.

In der jüngeren Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen blieben die Lokalradios auch 2023 klare Spitzenreiter: Mit einer Tagesreichweite montags bis freitags von 27 Prozent (–2,8) positionierten sie sich bei den unter 50-Jährigen deutlich vor Bayern 3 (22,1 %; –1,4), Antenne Bayern (20,8 %; –4,8) und Bayern 1 (17,6 %; –0,2).

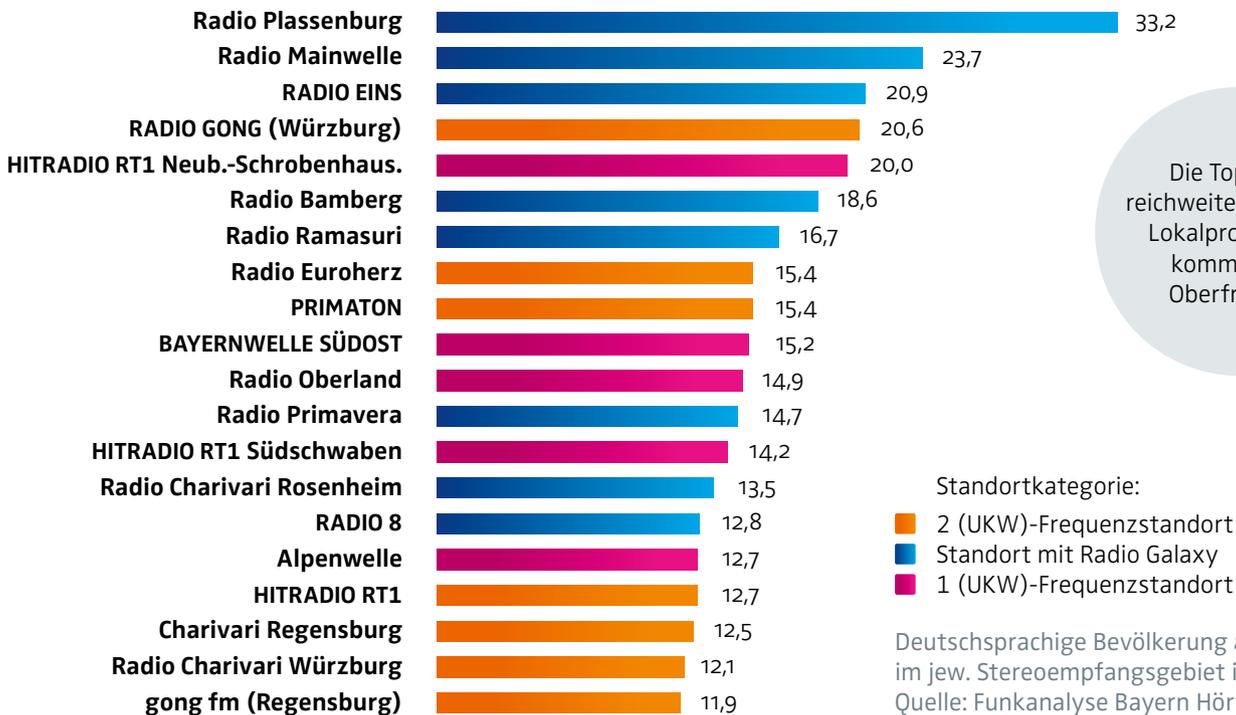
Auch die „jungen“ Galaxy-Stationen blieben erfolgreich und erreichten in Bayern rund 200.000 Hörerinnen und Hörer täglich. Das landesweite Programm egoFM konnte mit 123.000 Hörerinnen und Hörern zumindest seinen Abwärtstrend aus dem letzten Jahr stoppen, und auch Arabella Bayern blieb mit einer Tagesreichweite von 107.000 Hörerinnen und Hörern im sechsstelligen Bereich. Rock Antenne steigerte seine Tagesreichweite auf 633.000.

## Tagesreichweite Hörfunk 2016–2023 in Bayern

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Radiohören gesamt</b>	87,8	86,8	86,3	85,5	84,4	83,4	82,4	81,3
<b>Bayerische Lokalprogramme gesamt</b>	30,5	29,0	29,2	26,7	26,4	26,7	25,7	24,3
ANTENNE BAYERN	31,0	30,0	28,4	28,9	24,1	22,1	21,5	18,8
ROCK ANTENNE gesamt <sup>1</sup>	2,0	3,4	3,6	3,9	5,0	5,1	5,4	5,7
Radio Galaxy gesamt	3,0	3,2	2,6	2,5	2,5	2,1	2,1	1,6
egoFM	1,3	1,4	1,2	1,4	0,9	1,5	1,1	1,1
Radio Arabella Bayern						0,6	1,0	1,0
<b>Bayerische Privatsender gesamt</b>	54,8	53,2	52,4	51,1	47,3	47,5	46,2	41,1
Bayern 1	29,1	29,1	29,5	28,5	29,7	29,6	29,5	29,6
Bayern 2	4,9	5,2	5,3	5,1	5,4	5,8	5,6	5,0
Bayern 3	23,0	21,7	22,4	22,1	20,0	17,6	18,9	18,1
BR Klassik	1,8	1,8	2,1	2,2	2,0	2,1	2,3	2,1
BR24	6,2	6,4	6,1	6,8	7,1	7,3	6,7	5,8
<b>Bayerischer Rundfunk gesamt</b>	52,6	51,6	53,2	51,8	52,2	50,5	51,6	49,2

1) Nettoreichweite von ROCK ANTENNE Bayern und ROCK ANTENNE national in Bayern  
 Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern; Montag bis Freitag in Prozent  
 Quelle: Funkanalyse Bayern Hörfunk 2016–2023

## Tagesreichweite Mo – Fr: TOP 20 Lokalprogramme



### Digitales Radiohören

31%

Rund 31 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern hören an einem Durchschnittstag Radio (auch) über DAB.

#### Digitale Radionutzung

Die Nutzung digitaler Empfangswege steigt weiter an: Laut Funkanalyse Hörfunk 2023 haben mittlerweile 48 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern mindestens ein DAB-Gerät in der Wohnung oder im Auto. Das ist ein Anstieg von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Überproportional zugenommen hat die Zahl der DAB-Geräte in Autos (33,2%; +5,9 Prozentpunkte).

31,3 Prozent der ab 14-Jährigen in Bayern hörten an einem Durchschnittstag unter der Woche Radio (auch) über

DAB, das entspricht einem Zuwachs um 3,5 Prozentpunkte. Zusammen mit den Empfangsmöglichkeiten über Kabel, Satellit und Web/IP erreichte Radio eine digitale Tagesreichweite von 44,4 Prozent (+2,4). Bezogen auf alle, die von montags bis freitags Radio hören, sind das bereits 57 Prozent (+4). Der Anteil der täglichen Hörerinnen und Hörer, die ausschließlich UKW nutzen sank 2023 dagegen weiter auf 43 Prozent (-5).

Dank der zunehmenden Ausstattung und Nutzung von DAB konnten auch die regionalen und lokalen DAB-Programme, die nicht über UKW verbreitet



werden, ihre Reichweite steigern. Sie erreichten in Summe von Montag bis Freitag durchschnittlich 243.000 Hörer und Hörerinnen pro Tag (Vorjahr 210.000).

🔄 **Audio-Streaming-Dienste**, allen voran Spotify und YouTube, beanspruchen einen immer größeren Teil des Medienzeitbudgets insbesondere der jüngeren Bevölkerung unter 50 Jahren für sich. Diesen Wettbewerb bekommen die bayerischen Lokalprogramme und die landesweiten Privaten zu spüren – denn sie erreichen bis dato überproportional viele jüngere Hörerinnen und Hörer. Besonders deutlich wird dies mit Blick auf die gesamte Audionutzung der 14- bis

29-Jährigen. Bei ihnen entfiel 2023 nicht mal mehr die Hälfte der Zeit, die mit dem Hören von Audioinhalten verbracht wird, auf Radio (48,3 %). In der mittleren Altersgruppe 30 bis 49 Jahre lag der Marktanteil von Radio mit 75 Prozent deutlich höher. Doch auch hier lässt sich klar ein Trend Richtung Online-Audio und andere Tonträger ausmachen (Vorjahr 79,6 %, –4,6). Selbst bei den ab 50-Jährigen ist der Anteil der Radiozeit an der gesamten Audiozeit leicht rückläufig (–0,8) und im Durchschnitt der Gesamtbevölkerung ist ein Rückgang um 2,1 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr auf 77,1 Prozent zu verzeichnen.

## Marktanteile Audio Mo – Fr nach Alter 2023

### Gesamt ab 14 Jahre



### 14–29 Jahre



### 30–49 Jahre



### 50+ Jahre



- Radio
- Eigene Musik, Hörbücher oder Hörspiele (z.B. als MP3s, CDs)
- Inhalte aus dem Internet (z.B. Musik-Streaming, Podcast)

Bevölkerung ab 14 Jahre in Bayern, Angaben in Prozent  
Quelle: Funkanalyse Bayern Hörfunk 2023

### ma 2023 Audio II

Nach der bundesweiten Media-Analyse ma 2023 Audio II (Update) schalteten 22 Prozent der Bevölkerung unter der Woche täglich mindestens ein Programm aus dem Bayern Funkpaket ein. Gemeinsam mit Rock Antenne und einigen weiteren landesweiten Programmen wie egoFM und Radio Arabella Bayern erreichten sie von Montag bis Freitag zwischen 6 und 18 Uhr durchschnittlich 914.000 Hörer und Hörerinnen ab 14 Jahren pro Stunde. Nur Bayern 1 erzielte mit 1.146.000 noch mehr Kontakte pro Durchschnittsstunde.

Bei der jungen Zielgruppe konnte das Privatrado punkten. Die im Bayern Funkpaket zusammengeschlossenen bayerischen Lokal- und landesweiten Programme (inklusive Rock Antenne) behaupteten mit 485.000 Kontakten ihren Spitzenplatz bei den 14- bis 49-Jährigen vor Antenne Bayern und Bayern 3.

## Fernsehnutzung

### Lokales/Regionales Fernsehen

Nach den Ergebnissen der Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023 wurden die lokalen Fernsehprogramme an einem durchschnittlichen Werktag (Montag bis Freitag) von 746.000 Personen ab 14 Jahren gesehen. Die Tagesreichweite zeigt sich mit 6,7 Prozent (+ 0,4 Prozentpunkte) im Verhältnis zu den vorherigen Befragungswellen als vergleichsweise stabil (2022: 6,3 %, 2019: 6,9 %).

Bei Haushalten mit Kabelempfang lag die Reichweite der bayerischen Lokalprogramme von Montag bis Freitag bei 11,3 Prozent und ist damit um 0,6 Prozentpunkte leicht angestiegen. Die überproportional hohe Tagesreichweite der bayerischen Lokalprogramme in Kabel-TV-Haushalten bestätigt die anhaltend hohe Relevanz des Kabelempfangs

## Kontakte pro Ø-Stunde

Montag bis Freitag, 6–18 Uhr

	ab 14 Jahren			14–49 Jahre		
	ma 2022 Audio II	ma 2023 Audio I	<b>ma 2023 Audio II</b>	ma 2022 Audio II	ma 2023 Audio I	<b>ma 2023 Audio II</b>
Bayern Funkpaket	1.051	1.031	<b>914</b>	561	540	<b>485</b>
ANTENNE BAYERN	735	703	<b>646</b>	377	384	<b>366</b>
ROCK ANTENNE	363	345	<b>295</b>	201	209	<b>177</b>
Bayern 1	1.076	1.061	<b>1.146</b>	252	258	<b>288</b>
Bayern 3	615	599	<b>583</b>	342	331	<b>330</b>

Deutschland gesamt Montag bis Freitag; deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Tsd.

Quelle: ma 2022 Audio II (UPDATE) – ma 2023 Audio II (Update)

und der RTL-Fenster. Die Tagesreichweite in Haushalten mit SAT-Empfang ist im Vergleich zur vorherigen Erhebung ebenfalls leicht gestiegen (5,3 %, + 0,6 Prozentpunkte).

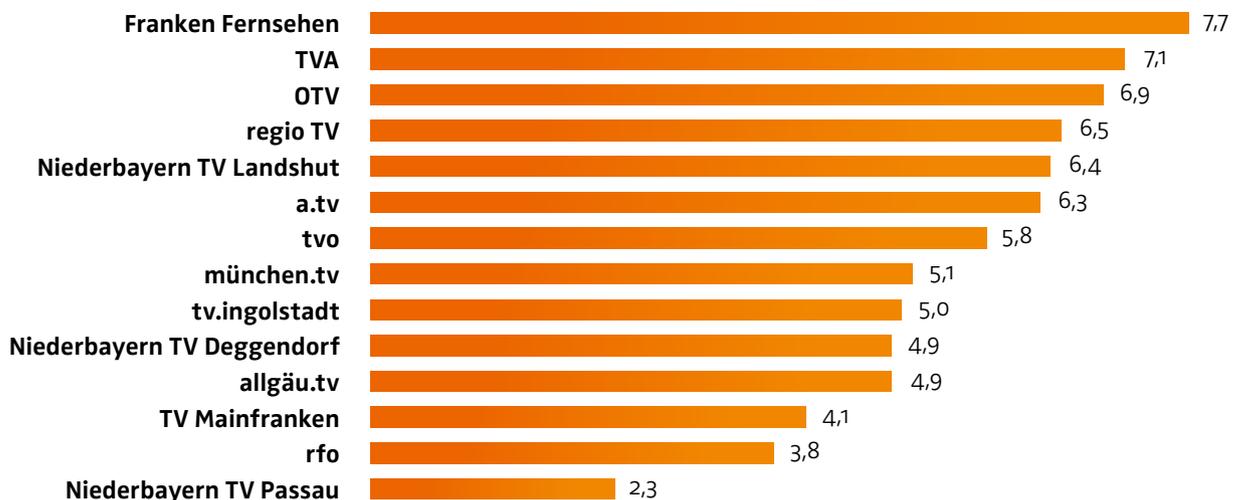
Mit Blick auf die einzelnen Lokal-TV-Stationen in ihren jeweiligen Versorgungsgebieten erreichte Franken Fernsehen die beste werktägliche Tagesreichweite und positionierte sich mit 7,7 Prozent vor TVA Fernsehen für Ostbayern mit 7,1 Prozent und Oberpfalz TV mit 6,9 Prozent.

Das Programm von 17:30 Sat.1 Bayern konnte seine hohe Tagesreichweite 2023 beinahe halten: 392.000 Personen ab 14 Jahren kamen im Durchschnitt montags bis freitags mit dem Angebot in Kontakt (2022: 410.000 Personen). Der Marktanteil in der Sendezeit von 17:30 bis 18:00 Uhr (Montag – Freitag) in SAT.1-Fensterhaus-

halten ist im Vergleich zur Erhebung 2022 leicht um 0,7 Prozentpunkte auf 10,9 Prozent gestiegen. 17:30 SAT.1 Bayern behauptete sich damit in den SAT.1-Fensterhaushalten zur Sendezeit des Programms an vierter Stelle nach den öffentlich-rechtlichen Angeboten BR Fernsehen, ZDF und Das Erste.

Die annähernd stabile Entwicklung der Tagesreichweiten bestätigt die Relevanz der bayerischen Lokal-TV-Programme im zunehmend konvergenten Bewegtbildmarkt. Der klassische Fernseher ist zwar nach wie vor weit verbreitet: 96 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Bayern haben Zugang zu mindestens einem TV-Gerät. Über ein Drittel der bayerischen Bevölkerung schaut TV-Sendungen aber auch am PC oder Laptop, Tablet oder Smartphone (36 %). Strea-

## Lokal-TV-Programme: Tagesreichweite 2023



Tagesreichweite Mo–Fr, Bevölkerung ab 14 Jahre im jew. Versorgungsgebiet, Angaben in Prozent  
Quelle: Funkanalyse Bayern 2023

ming-Dienste wie Netflix, Amazon oder Disney+ sind hier ausgenommen. 42 Prozent gaben im Rahmen der Befragungen zur Funkanalyse Bayern 2023 an, dass sie auch das laufende TV-Programm am TV-Gerät oder an anderen Geräten streamen.

Der Blick auf den Weitesten Seherkreis der bayerischen Lokalprogramme zeigt aber auch, dass das Publikum momentan noch stärker klassische Empfangswege nutzt als im Vergleich zu Bayern gesamt. So nutzten 2023 mit 55 Prozent über die Hälfte der Zuschauerinnen und Zuschauer im Weitesten Seherkreis Fernsehangebote im linearen Programm (Bayern gesamt: 50 %). Diese Gruppe wird in einer Typologie zur Fernsehnutzung den „Traditionalisten“ zugeordnet. Gut vier von zehn Personen (41 %) im Weitesten Seherkreis schauten Fernsehen über klassische Empfangswege, streamten aber auch TV-Sendungen am Connected TV und werden somit den „Mixed Viewern“ zugeordnet (Bayern gesamt: 39 %). Smart Viewer, die Fernsehangebote nur über Connected TV nutzen oder an anderen Geräten streamen, machten 2023 nur 5 Prozent am Weitesten Seherkreis aus (Bayern gesamt: 10 %).

Für die Lokalprogramme gilt es also, einen herausfordernden Balanceakt zu meistern: Einerseits müssen sie die Transformation in die konvergente Mediennutzung mitgehen, um die Bedürfnisse der Zuschauer im Zuge der sich ändernden Bewegtbildnutzung bedienen

zu können. Andererseits muss aber auch denjenigen weiterhin die Teilhabe an Lokal-TV ermöglicht werden, die länger an klassischen Empfangswegen festhalten.

### Bundesweites Fernsehen

An einem durchschnittlichen Wochentag hat das lineare Fernsehen im Jahr 2023 59,2 Prozent der Bevölkerung ab 3 Jahren in bayerischen TV-Haushalten erreicht und damit erneut deutlich weniger als im Jahr zuvor (62,0 %). Auch die Sehdauer ist im Durchschnitt pro Fernsehzuschauer ab 3 Jahren in Bayern im Vergleich zum Vorjahr weiter um 11 Minuten auf 162 Minuten pro Tag zurückgegangen. Tagesreichweite und Sehdauer haben auch bundesweit nachgelassen, es gilt aber nach wie vor: In Bayern wird traditionell weniger ferngesehen als im Bundesdurchschnitt (Tagesreichweite bundesweit: 61,5 %; –2,5; Sehdauer bundesweit: 182 Minuten; –13).

Insbesondere die unter 50-Jährigen kehren dem linearen Fernsehen den Rücken. Die Tagesreichweite der 14- bis 49-Jährigen in Bayern ging im Jahr 2023 um knapp vier Prozentpunkte weiter zurück auf 45,4 Prozent. Nach einem geradezu dramatischen Einbruch der Sehdauer in dieser Altersgruppe von 2021 auf 2022 (–25 %) nimmt auch diese weiter ab. Im Durchschnitt schauten die 14- bis 49-Jährigen in 2023 nur noch 82 Minuten fern und damit 12 Minuten weniger als im Jahr zuvor.

# 59,2 %

Die Tagesreichweite des linearen Fernsehens liegt im Jahr 2023 in Bayern nur noch bei 59,2 Prozent.

## Marktanteile nationaler TV-Programme 2023

	Marktstandard TV DE gesamt	Marktstandard TV Bayern	2023/2022 in Prozentpunkten	Marktstandard Bewegtbild Bayern
ZDF	14,6	14,0	-0,6	14,0
Dritte Programme	13,8	13,5	0,3	13,5
<i>davon BR-Fernsehen</i>	2,1	7,6	0,3	7,6
Das Erste	11,9	12,0	-1,0	12,1
RTL	7,9	7,1	0,8	7,0
VOX originär	4,7	4,4	0,1	4,4
SAT.1	4,7	4,3	0,0	4,3
RTLup	2,5	3,4	0,7	3,3
ProSieben	3,0	3,2	-0,2	3,2
Kabel Eins	3,2	2,9	0,1	2,9
SAT.1 GOLD	2,1	2,4	0,2	2,3

Marktanteile Gesamtpublikum (3+ Jahre) in Prozent

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.5; 01.01.2023-31.12.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; BY/DE; Marktstandard: Bewegtbild; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; nutzungsbezogen

Die Öffentlich-Rechtlichen Programme führen weiterhin die Top 10 der Sender mit den größten Zuschaueranteilen an. RTL unterstreicht mit einem Zuwachs um 0,8 Prozentpunkte seine Position als reichweitenstärkstes Privatprogramm im Freistaat (7,1 %; +0,8). SAT.1 verliert hingegen weiter an Boden (4,3 %; -0,1) und muss, anders als im bundesweiten Durchschnitt, VOX (originär) an sich vorbeiziehen lassen (4,4 %; +0,1). RTLup macht zum zweiten Mal in Folge einen Satz nach vorne und platziert sich mit einem Zuschaueranteil von 3,4 Prozent (+0,7) vor ProSieben (3,2 %; -0,2), Kabel Eins (2,9 %; +0,1) und SAT.1 Gold (2,4 %; +0,2).

An der Rangreihe ändert auch der neue  **Marktstandard „Bewegtbild“** nichts, den die AGF Videoforschung in 2023 endgültig etabliert hat und der ab 2024 die Berichtsbasis für von der AGF ermittelte Kennwerte darstellt. Im Marktstandard „Bewegtbild“ bilden die Leistungswerte für das lineare Fernsehen neben der klassischen TV-Nutzung auch die 24/7-Livestreamnutzung ab. Zudem erweitert sich die Basis der AGF-Zahlen um Personen in den sog. „Non-TV-Haushalten“, die Bewegtbild nur an anderen Geräten als einem TV-Gerät nutzen. Die sog. Grundgesamtheit steigt damit um rd. 390.000 auf insgesamt 12,516 Mio.

Personen ab drei Jahren in Bayern an. Die Auswirkungen auf die Zuschaueranteile, die sich durch die erweiterte Grundgesamtheit und die Berücksichtigung der Livestreamnutzung an anderen Geräten ergeben, sind minimal. Der Zuschaueranteil von Das Erste liegt um 0,1 Prozentpunkte höher als nach der alten Rechnung, die Marktanteile von RTL und RTLup jeweils um 0,1 Prozentpunkte niedriger.

Betrachtet man die Sendergruppen, so ist die RTL Group im Jahr 2023 der große Gewinner in Bayern. In Summe konnten die Sender der Gruppe ihren Marktanteil bei den Zuschauern ab 3 Jahre um 1,4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr steigern. Mit 21,7 Prozent liegen sie zwar nach wie vor weit hinter den öffentlich-rechtlichen Programmen

mit in Summe 49,9 Prozent (Vorjahr 51,5 %, –1,7), der Abstand konnte aber um mehr als drei Prozentpunkte verringert werden. Vergrößert hat sich hingegen der Abstand zwischen der RTL Group und ProSiebenSat.1, da die Programme aus Unterföhring ihren Marktanteil (15,1 %) im Vergleich zum Vorjahr lediglich stabil halten konnten.

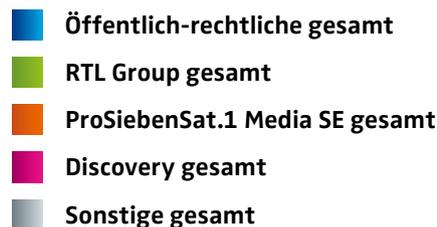
Dieselben Entwicklungen lassen sich in verstärktem Ausmaß für die Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen feststellen. Die Öffentlich-Rechtlichen bleiben in Summe vorne (28,6 %, –2,7), haben aber deutlich verloren. Die RTL Group (28,3 %, +1,8) und auch die ProSiebenSat.1 Media SE (25,2 %, +06) können in dieser Altersgruppe Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr aufweisen.

## Marktanteile der Konzerne/Sendergruppen in Bayern 2023

Zuschauer ab 3 Jahre; in Prozent



Erwachsene 14–49 Jahre; in Prozent



Personen ab 3 Jahre in Bayern, Montag bis Sonntag, Marktanteile in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.5; 01.01.2023 – 31.12.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; BY.

## Wirtschaftliche Lage

Die Gesamt-Nettowerbeeinnahmen der Medien, die im Jahr 2022 aufgrund der veränderten Wirtschaftslage infolge des Ukraine-Kriegs rückläufig waren, sind in 2023 wieder geringfügig gestiegen – um 0,7 Prozent auf 25,869 Milliarden Euro. Auf der Erlösseite profitierten die einzelnen Gattungen aber sehr unterschiedlich. Das lineare Fernsehen verzeichnete mit minus 9,2 Prozent einen deutlichen Rückgang. Auch der Bereich Audio/Radio erzielte mit minus 0,7 Prozent ein negatives Ergebnis. Einen deutlichen Zuwachs der Werbeeinnahmen gab es dagegen bei In-Stream Video und In-Stream Audio.

### Hörfunk

Die Entwicklung der Werbeeinnahmen für Radio/Audio gesamt gilt im Wesentlichen auch für die bayerischen Lokalradioanbieter. Nur in Ausnahmefällen konnte nach den im Rahmen des  Medienwirtschaftlichen Kennzahlensystems der BLM vorliegenden Anbieterdaten an die Ergebnisse vor dem pandemiebedingten Einbruch angeknüpft werden. Vielmehr zählt im Geschäftsjahr 2023 zu den Gewinnern, wer das Niveau der Werbeerlöse aus dem Vorjahr halten konnte.

Da die Verunsicherung vieler Werbekunden vor Ort laut Auskunft der Anbieter den eigenen Vertriebserfolg zunehmend erschweren, stellen die überregionalen und nationalen Werbeumsätze für den lokalen Hörfunk eine umso wichtigere Ertragssäule dar. Laut Auskunft der Bayerische Lokalradio-Werbung GmbH (BLW) haben sich diese erfreulicherweise

## Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2022 und 2023

in Mio. Euro

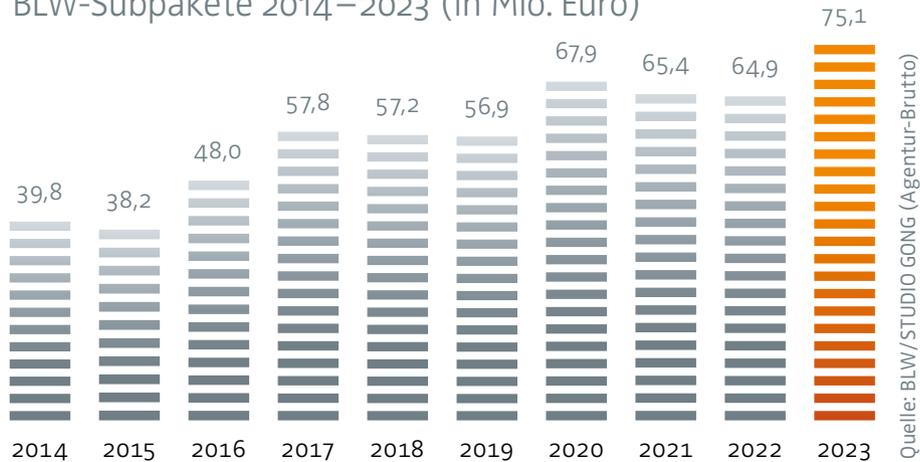
	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
<b>TV/Bewegtbild</b>	5.321,21	5.083,13	-4,5%
davon Fernsehwerbung	4.018,21	3.648,53	-9,2%
davon In-Stream-Werbung	1.303,00	1.434,60	10,1%
<b>Radio/Audio</b>	812,18	806,70	-0,7%
davon lineares Radio	715,58	699,30	-2,3%
davon In-Stream Audio	96,60	107,40	11,2%
<b>Medien gesamt</b>	25.686,25	25.868,50	0,7%

Quelle: ZAW, Werbung 2024

75,1

Mit 75,1 Mio. Euro sind die überregionalen Brutto-Werbeumsätze im Jahr 2023 deutlich gestiegen und bilden eine wichtige Ertrags säule für den lokalen Hörfunk.

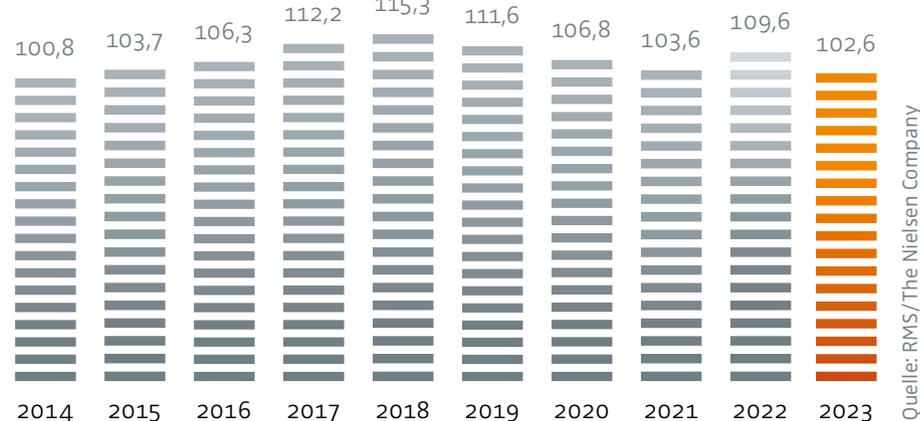
### Brutto-Werbeumsätze Bayern Funkpaket/ BLW-Subpakete 2014–2023 (in Mio. Euro)



102,6

Antenne Bayern erzielt mit 102,6 Mio. Euro Brutto-Werbeumsatz den niedrigsten Wert in den letzten neun Jahren.

### Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern 2014–2023 (in Mio. Euro)



leicht positiv entwickelt – allerdings nicht in dem Ausmaß, wie man mit Blick auf den Sprung der überregionalen Brutto-Werbeumsätze von 64,1 Mio. Euro im Vorjahr auf 75,1 Mio. Euro 2023 vielleicht vermuten möchte. Die Bruttoangaben sind nur bedingt aussagekräftig, sie geben eher Aufschluss über den Werbedruck als über die tatsächlichen Einnahmen der Anbieter.

Dies gilt grundsätzlich auch für die Brutto-Werbeumsätze der Antenne Bayern Group, die nach einem Peak in 2022 auf ein fast historisches Tief zurückfallen: Laut Nielsen belaufen sich die Brutto-Werbeumsätze von Antenne Bayern in 2023 auf 102,6 Mio. Euro. Das bedeutet ein Minus um 4,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und ist der niedrigste Wert in den letzten neun Jahren.

## Fernsehen

Die Netto-Werbeinnahmen des werbefinanzierten linearen Fernsehens belaufen sich laut Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für das Jahr 2023 auf 3,649 Mrd. Euro. Somit verzeichnete der Bereich Fernsehwerbung einen Umsatzrückgang von minus 9,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2022: 4,018 Mrd. Euro). Der Anteil des linearen Fernsehens an den  **Umsätzen aller Medien** ging damit weiter von 15,6 Prozent im Vorjahr auf 14,1 Prozent in 2023 zurück. Die Umsätze im Bereich In-Stream-Videowerbung wuchsen gleichzeitig um 10,1 Prozent auf 1,435 Mrd. Euro (2022: 1,303 Mrd. Euro).

Der ZAW veröffentlicht keine Daten zu den Nettowerbeeinnahmen einzelner Sender. Die ProSiebenSat.1 Media SE berichtet in ihrem  **Geschäftsbericht 2023** von um 6 Prozent niedrigeren TV-Werbeumsätzen in der DACH-Region. Der Konzern schloss das Geschäftsjahr 2023 mit einem Minus von 134 Mio. Euro (Vorjahr minus 49 Mio. Euro) ab. Auch die  **RTL Group** verzeichnete für das Jahr 2023 insgesamt – trotz eines guten zweiten Halbjahres und höherer Marktanteile als 2022 – einen Rückgang bei Umsatz und Gewinn, für den maßgeblich der Rückgang der TV-Werbeumsätze um rd. 8 Prozent verantwortlich sei.

Die Lokal-TV-Anbieter in Bayern erwirtschaften ebenfalls rückläufige Werbeerlöse und sind u.a. auf Grund der hohen Verbreitungskosten auf die Förderung aus Mitteln des Freistaats Bayern und der BLM gemäß Art. 23 BayMG angewiesen.

# Medienkompetenz

Fake News erkennen, Deepfakes hinterfragen und KI sinnvoll einsetzen – Medien- und Nutzerkompetenz ist der Schlüssel für eine selbstbestimmte Mediennutzung. Die Vermittlung dieser Kompetenz sowie die Förderung von medienpädagogischen Projekten für Kinder und Jugendliche, Erwachsene sowie pädagogisch Tätige gehören zu den Kernaufgaben der BLM. Neben der Vermittlung von Wissen über Medien gehört dazu auch die Förderung der Fähigkeit, Medien und mediale Angebote zu reflektieren, zu beurteilen und verantwortungsvoll zu nutzen.



Weiterführende Informationen bieten die [Jahresberichte Medienkompetenz der BLM](#).

Im Jahr 2023 wurden von der Landeszentrale für medienpädagogische Aktivitäten rund 681 T€ aufgewendet. Im Rahmen dieser Aktivitäten ermöglicht die BLM auch die Ausstrahlung von Produktionen medienpädagogischer Institutionen auf den Aus- und Fortbildungsprogrammen der [Mediaschool Bayern gGmbH](#), deren Hauptgesellschafterin sie ist, sowie in anderen lokalen Programmen mit Mitteln der Programmförderung. Die medienpädagogisch begleiteten Jugendredaktionen produzieren regelmäßig Sendungen für die Programme M94.5

in München und max neo in Nürnberg. Die Redaktionen sind journalistisch unabhängig und für Teilnehmerinnen und Teilnehmer kostenlos.

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

### Zusammensetzung des Forums Medienpädagogik 2023

#### 16 Mitglieder des Medienrats der BLM

#### 5 Mitglieder des Rundfunkrats des Bayerischen Rundfunks

#### 20 Vertretende folgender Institutionen

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

## Projekte und Initiativen

### FLIMMO

 **FLIMMO** – Elternratgeber für TV, Streaming & YouTube ist ein Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e.V. Mitglieder sind zwölf Landesmedienanstalten, die BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern und das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Mit der Durchführung ist das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis beauftragt. FLIMMO ist ein medienpädagogischer Ratgeber für Eltern und unterstützt sie seit 1997 bei der altersgerechten Medien-erziehung ihrer Kinder. Ende 2023 legte Verena Weigand nach 27 Jahren den Vorsitz im Verein Programmberatung für Eltern e.V. nieder. Im Rahmen der Mitgliederversammlung am 6. Dezember 2023 wurde ein neuer Vorstand für die Amts-

periode 2024/25 gewählt. Den Vorsitz übernimmt BLM-Präsident Dr. Schmiege.

Das Beratungsangebot von FLIMMO, insbesondere die Website, wird stetig ausgebaut und in Hinblick auf die Nutzerfreundlichkeit optimiert. Im Jahr 2023 wurde eine weitere Filter-Möglichkeit bereitgestellt: Die Besprechungen können nun auch nach Genre gefiltert werden. Zudem wird die Anzahl der Suchergebnisse angezeigt.

FLIMMO unterstützte auch 2023 Eltern beispielsweise in Form von Online-Specials zu den Feiertagen oder einer Broschüre zum Schulstart mit einer Auswahl von TV-Highlights für unterschiedliche Altersgruppen, mit Hinweisen auf Geeignetes bei YouTube und Tipps dazu, wie die Mediennutzung von Kindern bestmöglich begleitet werden kann. Um das Angebot weiter bekannt zu machen, wurde im Rahmen einer bundesweiten

# FLIMMO

FLIMMO unterstützt Eltern bei der Auswahl geeigneter Bewegtbildinhalte für ihre Kinder.

Versandaktion auf die Möglichkeit zur kostenlosen Bestellung von FLIMMO-Flyern hingewiesen. Der FLIMMO-Flyer wurde zudem in das Materialpaket des Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern aufgenommen und so für zahlreiche Elternabende bereitgestellt.

### **jung.engagiert.online**

Unter dem Titel  **jung.engagiert.online** unterstützen die BLM und das JFF in Kooperation mit dem Bayerischen Jugendring (BJR) seit 2023 junge Menschen im Netz. Im Fokus stehen dabei drei Zielgruppen: Jugendliche und junge Erwachsene, die redaktionelle Inhalte für Social Media erstellen wollen, Mikro-Influencerinnen und -Influencer, die eigenen Content produzieren und eine kleine Community haben sowie Jugendleitungen, die in ihrer ehrenamtlichen Arbeit mit den Fragen junger Menschen rund um Medien in Berührung kommen. Angesichts problematischer Inhalte wie Hate Speech, Fake News oder Verschwörungsmymen ist es wichtig, ihnen Tipps für eine sichere Mediennutzung zu bieten, um einen verantwortungsvollen Umgang mit Instagram, TikTok und Co. zu ermöglichen. Die Zielgruppen sollen in drei unterschiedlichen Modulen adressiert werden. Entscheidend dabei ist, dass die Inhalte der Module von der Zielgruppe maßgeblich mitgestaltet werden. Die Umsetzung der Module erfolgt schrittweise und wird wissenschaftlich begleitet und evaluiert.

Begonnen wurde Ende 2023 im ersten Modul mit dem Konzept für eine bayernweite, medienpädagogisch begleitete

TikTok-Redaktion, in der Jugendliche aus ganz Bayern vertreten sein werden und Inhalte für einen neuen, betreuten Kanal erstellen. Themen des Kanals sind Risiken und Herausforderungen in der Online-Welt und wie Jugendliche damit umgehen können. Zwei weitere Module sind für das Jahr 2024 geplant.

### **Internet-ABC**

Die Förderung eines verantwortungsvollen und selbstbestimmten Umgangs mit Medien bei Kindern im Grundschulalter ist das Ziel der Initiative Internet-ABC. Als Gemeinschaftsprojekt der Landesmedienanstalten stellt der gemeinnützige Verein Internet-ABC auf der Website  [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de) speziell zugeschnittene Angebote und Informationen zur Medienerziehung von Kindern zwischen fünf und zwölf Jahren zur Verfügung. Die BLM unterstützte die Initiative im Jahr 2023 und ist sowohl Vereins- als auch Vorstandsmitglied.

Aus Anlass des 20-jährigen Bestehens der Internet-ABC e.V. fand am 28. September 2023 in der Bertelsmann Stiftung in Berlin mit geladenen Gästen aus Politik und Bildungspraxis eine Jubiläumsfeier statt.

Auf der Website des Internet-ABC stehen seit Ende 2023 insgesamt 15 im Berichtszeitraum überarbeitete Online-Lernmodule mit interaktiven Übungsformaten zur Verfügung.

2023 wurde zudem die Ausarbeitung von Materialien für die Cybergrooming-Prävention an Grundschulen fortgeführt. Das neue Materialpaket wurde im Februar 2024 veröffentlicht.

### Stiftung Zuhören

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

2023 wurde das bewährte und erfolgreiche Projekt „Lilo Lausch“ an bestehenden Projekt-Einrichtungen fortgeführt sowie an vielen neuen Kitas ausprobiert. Das Projekt möchte pädagogische Fachkräfte, Tageseltern, Familien und Kinder zwischen zwei und sieben Jahren für das Zuhören als wesentlicher Schlüssel für positive Beziehungen begeistern. Dafür steht die Lilo-Lausch-Materialbox in mehr als 50 verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Insgesamt konnten bundesweit bereits 80.000 Kinder und deren Familien in über 600 Kindertageseinrichtungen erreicht sowie 2.000 Fachkräfte geschult werden. Weitere 5.000 Menschen konnten mit der neuen digitalen Lernplattform des Angebots  „Zuhörbox“ erreicht werden. Die Plattform wurde 2022 aufgebaut und seitdem kontinuierlich erweitert. Dort können Interessierte anhand von Informationen, Materialien oder praktischen Angeboten lernen und üben, wie Zuhören funktioniert.

### Mach Dein Radio

Mit dem Projekt „Mach Dein Radio“ unterstützt die BLM nichtkommerzielle Radioprojekte von Schulen, Jugendarbeit, Studierenden und privaten Radiobegeis-

terten in Bayern. Die Teilnehmenden erlernen die Grundlagen des Radiojournalismus und den Umgang mit dem Medium Radio, indem sie eigene Beiträge und Sendungen produzieren und auf  [www.machdeinradio.de](http://www.machdeinradio.de) veröffentlichen.

Die BLM unterstützte im Schuljahr 2022/23 insgesamt 45 bayerische Schulradioprojekte mit der Vermittlung und Finanzierung von Radiocoachings, der Mach Dein Radio-Box oder einer Projektbegleitung.

Im Rahmen von Mach Dein Radio wurden zudem vielfältige  **Veranstaltungen** durchgeführt: So beteiligte sich die BLM anlässlich des Tags der Pressefreiheit am 2. Mai 2023 als Kooperationspartner mit einem Online-Panel zum Thema „Vom Schulradio ins Lokalradio: Ein perfekter Einstieg in die Audiowelt“ an den Schülermedientagen der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit (BLZ). Und im Juli 2023 informierten sich Campusradio-Machende im Rahmen der Lokalrundfunktage über die neuen Audiotrends und tauschten sich untereinander bei einem Netzwerktreffen in Nürnberg aus. Zudem unterstützte die BLM 2023 das Jugendradio Klangbrett in Aschaffenburg im Rahmen des Podcast-Projekts „Was geht ab – Gedanken & Gefühle von Jugendlichen“.

### BLM Stiftung

#### Medienpädagogik Bayern

Die gemeinnützige BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern setzt sich seit 2008 bayernweit bei allen Altersgruppen für die Förderung eines selbstbestimmten

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



Die BLM Stiftung Medienpädagogik hat 2023 ein neues Logo bekommen.



und kritischen Umgangs mit Medien ein. Zu diesem Zweck führt die Stiftung eigene Projekte und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz durch. Detaillierte Informationen finden sich im  **Tätigkeitsbericht 2023** der Stiftung.

### ■ **Medienführerschein Bayern**

Der Medienführerschein Bayern bietet Lehrkräften, pädagogischen Fachkräften und Kursleitungen Ideen und Anregungen zur Förderung der Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Das von der Bayerischen Staatskanzlei geförderte Angebot umfasst Materialien für den Elementarbereich, für Grund- und weiterführende Schulen, Berufliche Schulen, den Bereich der sonderpädagogischen Förderung, für Horte und die außerschulische Jugendarbeit. Passend zur jeweiligen Zielgruppe und Altersstufe greifen die Materialien aktuelle medienpädagogische Themen auf. Auch auf der Online-Lernplattform mebis des Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus (StMUK) gibt es gefördert aus Mitteln des StMUK mit den  **Medienführerschein Werkstätten** ein eigenes Angebot.

Im Jahr 2023 veröffentlichte die Stiftung zahlreiche neue Angebote:

- Materialpaket „Wenn Nachrichten Angst machen“ für Grund- und weiterführende Schulen mit großer Versandaktion zum Safer Internet Day
- Handreichung zur Planung und Durchführung einer Medienkompetenz-Woche an weiterführenden Schulen (Unterstufe)
- Sechs Kompakt-Einheiten für die 5., 6. und 7. Jahrgangsstufe für kurzfristig anfallende Unterrichtsstunden
- Drei Medienführerschein Werkstätten auf mebis für die 3./4. und 8./9. Jahrgangsstufe sowie für Berufliche Schulen
- Online-Fortbildungskurs „Medienkompetent im Hort“ für pädagogische Fachkräfte in bayerischen Horten, die Kinder im Grundschulalter betreuen (entwickelt in Kooperation mit dem Staatsinstitut für Frühpädagogik und Medienkompetenz und gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales)
- **Medienpädagogisches Referentennetzwerk Bayern**  
Das Medienpädagogische Referentennetzwerk Bayern unterstützt bayerische Bildungseinrichtungen bei der Planung und Durchführung medienpädagogischer Informationsveranstaltungen und stellt kostenfrei Referentinnen und Referenten für Vorträge zur Verfügung. Die Elternabende des Referentennetzwerks werden im Präsenz- und Online-Format angeboten. Zur Auswahl stehen Informationsveranstaltungen für Eltern von unter 3- bis 6-Jährigen, von 6- bis 10-Jährigen und von 10- bis 14-Jährigen. Für die letzten beiden Altersgruppen stehen die Schwerpunktthemen „Internet und Smartphone“, „Fake News“, „Digitale Spiele“, „Internet“, „Social Media“ sowie „Cyber-Mobbing“ zur Auswahl. Als zusätzliches Angebot gibt es für jede Altersgruppe auch eine Informationsveranstaltung in Leichter Sprache.

Im Berichtszeitraum wurden 200 Elternabende des Referentennetzwerks von Kindergärten, Schulen und Familienzentren aus ganz Bayern gebucht und durchgeführt. Auch im Jahr 2023 beteiligte sich die Stiftung mit einer Aktion zum Safer Internet Day mit bayernweiten Infoabenden. Eine Fachtagung für die Mitglieder des Referentennetzwerks fand im Juni 2023 online statt und rückte das Thema Künstliche Intelligenz in den Fokus. Das Referentennetzwerk wurde im Berichtszeitraum von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert.

### ■ **Medienpädagogische Unterstützung der Erziehungspartnerschaft mit Eltern**

Im Rahmen des Pilotversuchs „Digitale Schule der Zukunft“ des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus erweiterte die Stiftung im Jahr 2023 die bestehenden Themenbereiche „Medien in der Familie“, „Social Media“, „Verletzendes Online-Handeln“ und „Jugendschutz und Sicherheitseinstellungen“ um das Thema „Sexualisierte Inhalte“. Komplexe medienpädagogische Aspekte und umfassende Medienthemen wurden für Eltern z. B. in Erklär-Videos aufbereitet. Für Lehrkräfte entwickelte die Stiftung u. a. neue Praxisbeispiele wie anklickbare Grafiken und interaktive Schaubilder, die bei medienpädagogischen Elternabenden eingesetzt werden können. Alle  **Materialien** stehen auf der Online-Lernplattform mebis digital zur Verfügung.

Als zusätzliches Angebot wurden für die Eltern der teilnehmenden Pilotklassen rund 30 Informationsveranstaltungen des Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern online angeboten. Das Projekt Medienpädagogische Unterstützung der Erziehungspartnerschaft mit Eltern wurde im Berichtszeitraum vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus gefördert.

#### **Weitere Projekte und Initiativen, die von der BLM unterstützt werden:**

-  Stiftung Bildungspakt Bayern, eine Initiative für Kooperationsprojekte von Wirtschaft und Schulen zur Verbesserung der Bildungsqualität
-  Stiftung Wertebündnis Bayern, eine gemeinnützige Stiftung zur Stärkung des Wertebewusstseins in Bayern
-  ELTERN TALK, ein medienpädagogisches Elternbildungsprojekt der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e. V.
-  Medien kindersicher, informiert Eltern über technische Schutzlösungen für die Geräte, Dienste und Apps ihres Kindes.
-  #UseTheNews, ein Angebot für junge Medieninteressierte, Journalistinnen und Journalisten sowie Lehrkräfte zur Förderung von Informationskompetenz
-  DOK.digital, der Preis für neue Erzählformate
-  Technik-Scouts, ein Wettbewerb zur Unterstützung von Jugendlichen in der Phase der Berufsorientierung
-  Smart Surfer – Fit im digitalen Alltag, eine Seminarreihe für eine selbstbestimmte und kompetente Internetnutzung der Generation 50plus

## Medienpädagogische Veranstaltungen und Informationsmaterialien

### Fortbildung Medienkompetenz

Erzieherinnen und Erzieher können bereits in der Kita wichtige Impulse zur reflektierten Mediennutzung geben und Kinder im Rahmen von aktiver Medienarbeit für Chancen und Risiken digitaler Medien sensibilisieren. Bei der zweitägigen Fortbildung Medienkompetenz für angehende Erzieherinnen und Erzieher am 21. und 22. September 2023 hatten rund 100 Studierende der Fachakademie für Sozialpädagogik St. Hildegard in Würzburg in insgesamt 10 Workshops die Möglichkeit, sich selbst in der aktiven Medienarbeit auszuprobieren und zu reflektieren, wie praktische Medienprojekte in ihrem zukünftigen Arbeitsfeld mit Kindern umgesetzt werden können. Ein Workshop zu den Grundlagen der Medienpädagogik gab den 25 Lehrkräften der Fachakademie neue Impulse für ihren Unterricht.

### Veranstaltungen zu medienpädagogischen Themen

Die BLM beteiligte sich auch im Jahr 2023 wieder gemeinsam mit der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern am  **Safer Internet Day**.

Die  **8. Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** der BLM beschäftigte sich am 26. April 2023 mit den Chancen und Risiken digitaler Medien auf die physische und psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen.

Unter dem Titel „Viva la Generation – Die Generationendebatte in den Medien“ fand am 24. November 2023 die 19. Interdisziplinäre Tagung in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis statt.

Die 28. Fachtagung des Forums Medienpädagogik am 30. November 2023 nahm den Umgang mit Informationen in Zeiten von Algorithmen und KI unter dem Titel „Youngsters zwischen Prompting und Faktencheck“ genauer unter die Lupe.

### Informationsangebot

#### ■ Publikationen

Die BLM stellt eine Reihe von Informationsmaterialien zu aktuellen medienpädagogischen Themen digital zum kostenfreien Download über ihre  **Website** zur Verfügung. Die Printausgaben der Broschüren der BLM können von Adressaten in Bayern ebenfalls kostenlos angefordert werden. Neu erschienen ist 2023 die 2. Ausgabe des Kindermagazins Mini Media für Kinder von 6 bis 10 Jahren zum Thema  **Wissen und Spaß** rund um Fernsehen, Grusel und Helden. Die Broschüren  **Gefährliche Verschwörungsgeschichten. Das können Sie dagegen tun** und  **Sicher im Internet unterwegs** erschienen in leichter Sprache. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum rund 50.000 Broschüren verschickt.

Ebenfalls neu erschienen ist der Infolyer  **Kompetenz stärken – Medien sicher nutzen. Medien- und Nutzerkompetenz für Bayern**, der eine schnelle



Ein neuer Infolyer gibt eine Übersicht über die Angebote der BLM.

Übersicht über die vielfältigen Angebote im Bereich Medien- und Nutzerkompetenz der BLM für verschiedene Zielgruppen bietet.

2023 veröffentlichte die BLM die Expertise „Dark Patterns und Digital Nudging in Social Media – wie erschweren Plattformen ein selbstbestimmtes Medienhandeln?“ von Prof. Dr. Rudolf Kammerl, Professor für Pädagogik mit dem Schwerpunkt Medienpädagogik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, als  **Band 110** der BLM-Schriftenreihe. Im Fokus steht die Untersuchung von Social-Media-Angeboten wie TikTok, Instagram, Snapchat oder YouTube auf manipulative Mechanismen wie Dark Patterns und Digital Nudging als Ursache hoher Nutzungszeiten. Die Ergebnisse der Expertise wurden am 12. Juli 2023 im Rahmen der  **Online-Veranstaltung** vorgestellt.

#### ■ **Kurzvideo-Reihe How2ActOnline**

Ende 2023 begann die BLM für die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen animierte Erklär-Clips zu verschiedenen Themen aus dem Bereich Medien- und Nutzerkompetenz zu entwickeln. Die fünf Clips, die seit Mai 2024 auf der Website der BLM zum  **Abruf** verfügbar sind, nehmen die Themen „Desinformation und Verschwörungsmythen“, „Digital-Nudging-Strategien“, „Urheberrecht“, „Recht am eigenen Bild“ sowie „Selbstdatenschutz“ in den Fokus.

#### ■ **Plakataktion an bayerischen Kitas**

Um auf medienpädagogische Angebote für Kinder zwischen drei und sechs Jahren der BLM sowie ihrer Stiftung Medienpädagogik Bayern aufmerksam zu machen, verschickte die BLM im Dezember 2023 ein dafür neu gestaltetes Plakat an rund 8.700 Kindergärten, Kinderkrippen und weitere Kindertageseinrichtungen in ganz Bayern. Über einen QR-Code führt das Plakat Eltern auf die neue Rubrik  **Medientipps für Eltern** auf der BLM-Website, die einen Überblick über den Online-Ratgeber FLIMMO, das Kindermagazin MiniMedia sowie die „Angebote für Daheim“ des Medienführerscheins Bayern, die Elternabende des Referentennetzwerks Bayern und die Infobroschüren der BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern bietet.

# Medienforschung

Zu den Aufgaben der BLM gehört die Durchführung medien- und kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungen zu Programminhalten, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit der privaten Rundfunkangebote in Bayern. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten dienen der BLM als Grundlage zur Bewertung und Weiterentwicklung der bestehenden Organisationskonzepte, zur Stabilisierung der Wirtschaftlichkeit und zur Fortentwicklung der Qualität der in Bayern angebotenen Rundfunkprogramme in Trägerschaft der BLM. Weitere regelmäßige Projekte der BLM-Medienforschung befassen sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Mediennutzung und -vielfalt. Im Jahr 2023 wurden insgesamt rund 750 T€ für die Forschungstätigkeiten der BLM aufgewendet.

## Media-Analyse: ma Audio

Die BLM vertritt als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e. V. (agma) die Interessen der bayerischen Lokalradios. Die agma ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 Unternehmen der deutschen Werbewirtschaft und versteht sich als offene Dachorganisation für alle Medien. Ihr Ziel ist die wissenschaftlich fundierte Erhebung aller messbaren Werbeträger im Konsens aller beteiligten Medienanbieter und Vermarkter, Werbeagenturen und Werbungtreibenden. Die

BLM ist in der Arbeitsgruppe Radio/Audio vertreten und bereitet mit weiteren Mitgliedern die Sitzungen der Technischen Kommission vor, die den Vorstand und Arbeitsausschuss fachlich-methodisch berät. Seit 2023 ist die BLM zudem in der Unter-Arbeitsgruppe „Zukunft der ma Audio“ vertreten, die sich mit der methodischen Weiterentwicklung der ma Audio befasst.

In einem wiederkehrenden Rhythmus veröffentlicht die agma ihre Forschungsergebnisse, die Media-Analysen (ma). Von besonderer Bedeutung für die Landes-

zentrale ist die zweimal pro Jahr veröffentlichte ma Audio (ma Audio I im März und ma Audio II im Juli eines Jahres), die die Nutzung von Radio und anderen Audioangeboten auf Basis von rund 67.000 computergestützten Telefoninterviews pro Jahr ermittelt.

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

Seit der Vollintegration der DAB+-Reichweitenstudie im Herbst 2022 werden zentrale Kennwerte zur digitalen Radionutzung in der ma Audio ausgewiesen. Regulatorische Entscheidungen hinsichtlich der Digitalisierung des Hörfunks können nun auf Basis von Zahlen zur digitalen Radionutzung getroffen werden.

Ein Bezug ausgewählter Daten aus der ma Audio zur Entwicklung der Empfangspotenziale und zur Nutzung der Empfangswege durch die Landesmedienanstalten wurde im Juni 2023 vertraglich geregelt. In diesem Zuge wurde innerhalb der Landesmedienanstalten auch entschieden, ab 2024 auf die eigene Erhebung der Daten zur Radiogeräteausstattung der Haushalte zu verzichten.

## AGF Videoforschung

Auf Grundlage eines Lizenzvertrags mit der Arbeitsgemeinschaft Videoforschung stehen der Landeszentrale ausgewählte Daten der GfK zur Verfügung, die vor allem im Hinblick auf Konzentrationsrechtliche Fragen herangezogen werden. Zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben nach dem Medienstaatsvertrag erhält die KEK als zuständiges Organ der Landesmedienanstalten von der BLM monatlich eine Übersicht über die aktuellen Zuschaueranteile der klassisch-linearen Fernsehprogramme.

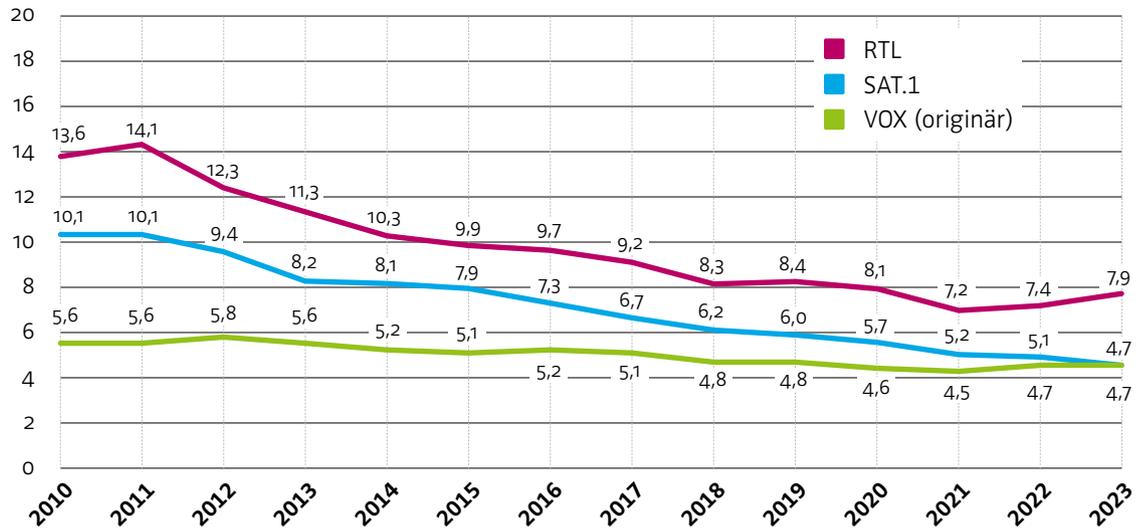
Die Beobachtung der Marktanteile ist von besonderem Interesse, weil die beiden reichweitenstärksten Programme gemäß § 59 MStV die Verpflichtung zur Bereitstellung eines Fernsehfensters haben. Bislang müssen RTL und SAT.1 dieser Verpflichtung nachkommen. Über die letzten Jahre war zu beobachten, dass VOX (originär), ebenfalls aus der RTL Group, auf SAT.1 aufschließt. Das Jahr 2023 schließen beide Sender mit einem Zuschauermarktanteil von jeweils 4,7 Prozent ab. Diese Entwicklung hat den Gesetzgeber zwischenzeitlich veranlasst, die Verpflichtung laut MStV nicht wie bislang auf die beiden reichweitenstärksten privaten Fernsehsender insgesamt, sondern auf den jeweils reichweitenstärksten Sender innerhalb der größten Sendergruppen, also der RTL Group und ProSiebenSat.1 Media SE, zu beziehen.

# 15,1%

ma 2023 Audio II: 15,1 %  
der Bev. 14+ in Deutschland  
hören montags  
bis freitags Radio  
über DAB (ma 2022  
Audio II: 13,6 %)

## TV-Marktanteile RTL, SAT.1, VOX (originär) 2010 – 2023

in Prozent



Quelle: AGF Videoforschung; AGF Scope 1.5;  
Marktstandard: TV; Zuschauer ab 3 Jahre in Deutschland, Angaben in Prozent

Einmal pro Jahr erstellt die BLM auf Basis der Daten zudem einen Jahresbericht zur Fernsehnutzung in Deutschland für die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Neben Reichweiten und Zuschauermarktanteilen des linearen Fernsehens sind dort auch Ergebnisse zur Programmstruktur der reichweitenstärksten Sender sowie zur von der AGF gemessenen Streamingnutzung enthalten.

Neben der Beobachtung der Entwicklung der Fernsehnutzung in Bayern im Vergleich zu Deutschland gesamt liefern die Daten der AGF Videoforschung der Landeszentrale wichtige Informationen zu der Vergabe von Fördergeldern wie z. B. die Anzahl der TV-Haushalte in Bayern zur Festlegung des  **Finanzierungsbeitrags**, der Verteilung der Förderung der Herstellungskosten für das Lokalfernsehen und

für die konzeptionelle Weiterentwicklung von Lokal-TV in Bayern.

### Vom „Marktstandard TV“ zum „Marktstandard Bewegtbild“

Die Zunahme der Streamingnutzung nahm die AGF Videoforschung zum Anlass, die Umstellung vom „Marktstandard TV“ auf den „Marktstandard Bewegtbild“ ab 2024 vorzubereiten. Durch eine Erweiterung der Grundgesamtheit wird eine gemeinsame Basis geschaffen, um TV- und Streaming-Reichweiten gegenüberzustellen und die veränderte Angebots- und Wettbewerbsstruktur abzubilden. Berücksichtigt werden dann neben den TV-Haushalten standardmäßig auch Haushalte, die kein TV-Gerät besitzen, aber mindestens ein Gerät, mit dem Online-Content empfangen werden kann (z. B. PC, Laptop, Smartphone oder Tablet).

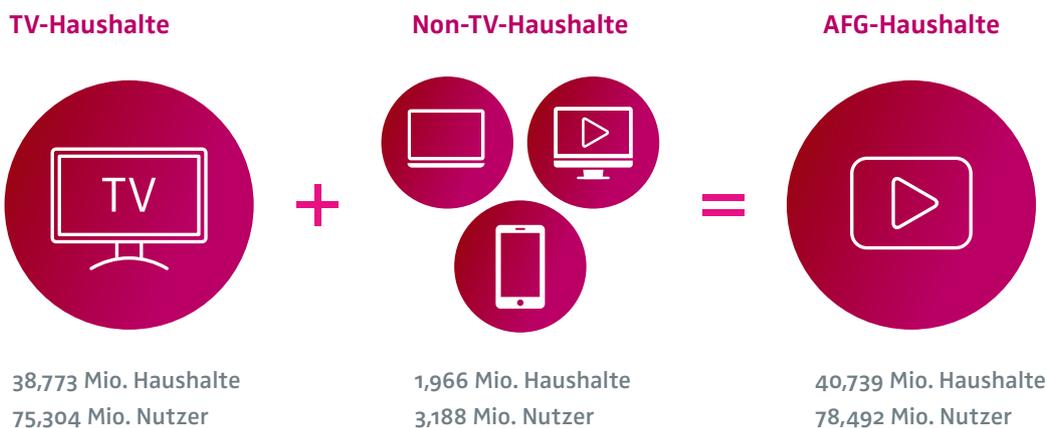
Zusätzlich wird neben der linearen TV-Nutzung auch die lineare und non-lineare Nutzung von Streaming-Angeboten über nahezu alle Endgeräte berücksichtigt. Bereits 2023 erfolgte die Messung auf Basis der erweiterten Grundgesamtheit, ausgewertet wurden die erhobenen Daten sowohl im 2023 noch gültigen Marktstandard TV als auch testweise im neuen Marktstandard Bewegtbild.

Die inhaltliche Erweiterung wird begleitet von der Einführung der Auswertungssoftware AGF SCOPE als browserbasierte Web-Applikation zur Auswertung der Bewegtbildnutzung. AGF SCOPE ersetzt das Auswertungstool VIDEO-SCOPE. Bereits Ende 2022 hatte die Landeszentrale die vertraglichen und technischen Voraussetzungen für den 2023 erfolgten Übergang geschaffen.

### Reichweitenmessung (von Lokal-TV) über HbbTV

Zu den wichtigsten aktuellen Themen der AGF Videoforschung gehören die Messung von Streaming-Diensten und Plattformen via Routern im Projekt AGF Smart Meter, die Messung von crossmedialen Kampagnenreichweiten mit Nielsen DAR sowie die Integration von Return Path Data (RPD) in das AGF-System. Die Integration von RPD in die Reichweitenmessung der AGF erfolgt insbesondere auf Forderung kleinerer landesweiter Programme hin, die sich dadurch eine valide Abbildung innerhalb der AGF erhoffen. Die Pilottests sollen in 2024 abgeschlossen werden.

## Erweiterung der Grundgesamtheit der AGF-Messung 2023



Haushalte bzw. deutschsprachige Bevölkerung ab 3 Jahre

## Funkanalyse Bayern

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

Auftraggeber der Funkanalyse Bayern sind die bayerischen Lokalrundfunk-Anbieter, die landesweiten Programme mit Genehmigung der BLM sowie weitere Beteiligte. Die Landeszentrale ist Fördergeberin und Koordinatorin der Studie. Ihre Funktion umfasst insbesondere die Konzeption, Ausarbeitung und Kommunikation des Beteiligungs- und Finanzierungsmodells für die beiden Studien Hörfunk und Fernsehen sowie die Vorbereitung und Organisation der Treffen der jeweiligen Steuerungsgruppen und Arbeitskreise.

### Funkanalyse Bayern Hörfunk

In Wahrnehmung der öffentlichen Verantwortung und ihrer Trägerschaft für die privaten Rundfunkangebote in Bayern hat die Landeszentrale die gesetzliche Aufgabe, auf positive wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Programm-anbieter hinzuwirken. Da die wirtschaftliche Situation der privaten Anbieter ganz wesentlich durch Einnahmen aus Werbe-

schaltungen bestimmt wird, werden zur Unterstützung des Marketings aktuelle Untersuchungsergebnisse benötigt, die die Leistungsfähigkeit der bayerischen Programme als Werbeträger belegen. Eine besondere Rolle spielt hier die Funkanalyse Bayern Hörfunk. In Ergänzung zur ma Audio, in der die meisten lokalen Hörfunkanbieter zusammengeschlossen im Bayern Funkpaket ausgewiesen werden, stellt sie nicht nur für jedes einzelne Programm aktuelle Reichweitenergebnisse für die Akquisition lokaler Werbung und Daten zur Programmakzeptanz zur Verfügung, ihre Ergebnisse bilden darüber hinaus die Grundlage für eine leistungsgerechte Verteilung der überregionalen Werbeerlöse durch die  BLW. Zudem wird die Verfügbarkeit verschiedener Radioempfangsmöglichkeiten im Haushalt und deren Tagesreichweite ermittelt.

Im Rahmen der  **Funkanalyse Bayern 2023 Hörfunk** wurden von Anfang Januar bis Ende März 2023 von der Kantar GmbH repräsentative Daten zur Hörfunknutzung von insgesamt 22.780 Personen ab 14 Jahren erhoben. Die Erhebung erfolgte größtenteils über computergestützte Festnetz- und Mobil-Telefoninterviews. Ein Teil der Befragungen wurde als Online-Interviews in einem Online-Access-Panel realisiert. Für die im Rahmen der Funkanalyse Bayern 2023 Hörfunk erbrachten Basisleistungen wurden insgesamt rund 1,26 Mio. € aufgewendet. Der Anteil der Landeszentrale an diesen Kosten betrug planmäßig rund 23 Prozent, der als Förderung an die Anbieter ausgereicht wurde. Hinzu kommen zusätzliche Leistungen, in erster

Linie für Sonder- und Sekundärauswertungen, aber auch für die Weiterentwicklung der Erhebungsmethode und Berichtslegung der Funkanalyse. Dazu zählen insbesondere diverse Sonderanalysen und Tests zur Optimierung der Stichprobe für die Funkanalyse Hörfunk. So wurde u. a. geprüft, ob die Reichweiten-erhebung um die Erhebung der Übertragungswege ergänzt werden könne, ohne die Reichweiten zu beeinflussen. Im Ergebnis wurde jedoch festgestellt, dass sehr umfangreiche Eingriffe in den Fragebogenablauf notwendig wären und diese den Trendcharakter der Funkanalyse gefährden würden.

#### ■ Sekundärauswertungen Funkanalyse Bayern Hörfunk

Aus den im Rahmen der Funkanalyse erhobenen Daten erstellt die Landeszentrale für ausgewählte lokale Hörfunksendegebiere in Bayern Grafikreports, in denen Reichweiten und Programmimages in ihrer Entwicklung dargestellt sind. Darüber hinaus fördert die BLM einzelne Anbieter, die individuelle Programmreports zur detaillierten Analyse der aktuellen Ergebnisse im Wettbewerbsfeld und Trends direkt bei Kantar in Auftrag gegeben haben. Diese Auswertungen unterstützen die Hörfunkveranstalter bei der Programmoptimierung und dienen der BLM und ihren Gremien als Entscheidungshilfen bei der strategischen Weiterentwicklung des lokalen Hörfunkkonzepts in Bayern.

Im Zuge der Entwicklung der Audio-Strategie 2025 wurden einige Sonderanalysen zur Hörfunknutzung in Bayern

und zur Ausstattung der Haushalte mit DAB in Auftrag gegeben, um den Status quo darzustellen und auf Basis der Entwicklung der letzten Jahre mögliche Szenarien für die nahe Zukunft zu schätzen.

#### Funkanalyse Bayern Fernsehen

In erster Linie aus forschungsökonomischen Gründen wurde entschieden, die Funkanalyse in ein sog. „rollierendes System“ zu überführen. Beim rollierenden System geht jede Erhebungswelle in zwei aufeinanderfolgenden Jahren in die Berichterstattung ein. Für die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023 werden die Ergebnisse aus den Erhebungswellen 2022 sowie 2023 zusammengefasst. In den Folgejahren wird innerhalb des rollierenden Systems fortlaufend die ältere durch die neue Welle ersetzt. Dadurch kann die Fallzahl pro Jahr reduziert und damit eine erhebliche Kosteneinsparung realisiert werden.

Für die Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023 wurden von der Gesellschaft für innovative Marktforschung (GIM) insgesamt 8.894 Interviews (87 % CATI; 13 % CAWI) durchgeführt. Wegen der Befürchtung, dass die FIFA Fußball-WM der Herren 2022 einen verzerrenden Einfluss auf die Reichweitenerhebung haben könnte, fand die Befragung ausnahmsweise nur in Q1 2023 statt (statt in Q4 2022 und in Q1 2023).

Die Gesamtkosten für die Funkanalyse Bayern Fernsehen 2023 beliefen sich auf rund 500 T€. Die Landeszentrale beteiligte sich mit 50 Prozent an dem Projekt, die als Förderung an die Lokal-

TV-Anbieter und 17:30 SAT.1 BAYERN ausgereicht wurden. Die Ergebnisse zur Akzeptanz bzw. Reichweite der lokalen und regionalen Fernsehanbieter sowie zur Bewertung ihrer Programme und Images wurden bei den Lokalfunktagen 2023 in Nürnberg präsentiert.

Ähnlich wie die Funkanalyse Hörfunk für die Audio-Strategie 2025 liefert die Funkanalyse Fernsehen der Landeszentrale wichtige Informationen für die Weiterentwicklung des Lokal-TV-Konzeptes, z. B. zur Bedeutung der Empfangsarten für die Tagesreichweite der Lokal-TV-Programme.

#### ■ Sekundärauswertungen Funkanalyse Bayern Fernsehen

In von der Landeszentrale geförderten Workshops präsentierte und erläuterte GIM auf Wunsch jedem Lokalfernsehanbieter individuell die wichtigsten Ergebnisse der Funkanalyse Bayern. Programmnahe Auswertungen und aufschlussreiche Vergleiche zum Vorjahr bieten den Lokal-TV-Anbietern und der Landeszentrale fundierte Informationen für eine Optimierung der Programme und weitere Verbesserung ihrer Akzeptanz.

## Medienwirtschaftliches Kennzahlensystem

Vor dem Hintergrund der digitalen Transformation und krisenbedingter wirtschaftlicher Risiken sieht die Landeszentrale eine wachsende Bedeutung von medienwirtschaftlichen Analysen. Die digitalen Medienmärkte entwickeln sich dynamisch. Sie gestalten sich schnelllebig und deutlich schwerer planbar, als dies noch in der analogen Welt der Fall war. Das betrifft die Anbieter der BLM und ihr unternehmerisches Handeln – und auch die Landeszentrale selbst, die für den bayerischen privaten Rundfunk die Konzeptverantwortung trägt.

Um fundierte und nachhaltige Konzeptentscheidungen treffen zu können und damit aussagekräftige Analysen durchführbar werden, wurden passend zum jeweiligen Untersuchungsgegenstand bzw. Organisationsverfahren für die Bereiche Verlängerungen, Ausschreibungen, Marktbefragungen und Unternehmenskrisen Fragebögen entwickelt, die erstmals 2022 zum Einsatz kamen. Neben inhaltlichen Optimierungen ist künftig die Überführung in ein IT-System geplant, das eine datenschutzkonforme, effiziente und nutzerfreundliche Bedienung und Analyse der Daten seitens der Teilnehmenden wie auch seitens der BLM ermöglicht.

Im Jahr 2023 konnte bei verschiedenen Organisationsverfahren der Landeszentrale die medienwirtschaftliche Würdigung eines Antragstellers dank der

Kabel-TV generierte im Jahr 2023 mit 56 Prozent nach wie vor mehr als die Hälfte der Tagesreichweite Mo-Fr der bayerischen Lokal-TV-Programme, gefolgt vom Satellitenempfang mit 34 Prozent.

Fragebögen auf Basis fundierter Informationen erfolgen. Die Bewertung erfolgt dabei jeweils ohne Nennung konkreter (Umsatz-) Zahlen. Ebenso verfahren wurde bei der medienwirtschaftlichen Prüfung des Standortes Augsburgs dahingehend, ob der Markt weitere DAB-Angebote „tragen“ könne.

Im Rahmen des Befragungssystems „Medienwirtschaftliche Kennzahlen der BLM“ führte die Landeszentrale im zweiten Halbjahr 2022 schließlich eine  **Schwerpunktstudie** zum Thema „regionalisierte Werbung“ durch, deren Ergebnisse im Januar 2023 veröffentlicht wurden.

## Online-Audio-Monitor

### Online-Audio-Monitor 2023 Bayern

- Knapp drei Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Bayern hören Online-Audio-Angebote (73 %).
- 64% der regelmäßigen Online-Audio-Nutzenden hören Online-Audio (auch) im Auto
- Gut ein Viertel (26%) hört Webradio oder Audio-on-Demand am Smart-TV-Gerät

Der  **Online-Audio-Monitor (OAM)** wurde auch im Jahr 2023 durch das Marktforschungsinstitut mindline media GmbH durchgeführt. Auftraggeber waren neben der BLM die Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) Baden-Württemberg, die Landesanstalt für Medien NRW sowie auf Marktseite der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), der Verband Privater Medien (VAUNET) und Radio Marketing Service (RMS).

Insgesamt wurden rund 8.100 Personen ab 14 Jahren befragt. Dabei setzte sich die Stichprobe aus 38 Prozent telefonischen Interviews (CATI) und 62 Prozent Onlineinterviews (CAWI) zusammen. Die Studie liefert bevölkerungsrepräsentative

Daten zur Entwicklung der Online-Audio-Nutzung in Deutschland. Sie gibt detailliert Auskunft darüber, wie häufig welche Formate, Inhalte und Endgeräte für Online-Audio genutzt werden. Die jährlich durchgeführte Studie beleuchtet darüber hinaus aktuelle Trends im Markt wie die Nutzung über Smart Speaker oder die Rolle von Podcasts als tagesaktuelles Info-Medium. In 2023 wurde darüber hinaus die Nutzung von Online-Audio unterwegs sowie über das Smart-TV-Gerät in den Fokus genommen.

Die Ergebnisse 2023 wurden im Rahmen einer Online-Veranstaltung am 14. September 2023 präsentiert und unter den Leitfragen „Fair Play im Cockpit?“ und „Sind smarte Fernseher die besseren Radiogeräte?“ von Experten und Expertinnen eingeordnet. Ausgewählte Ergebnisse wurden zudem in die  **Audio Trends 2023** der Landesmedienanstalten eingebunden.

## Audio und Video Trends

Die Medienanstalten begleiten den Prozess der Digitalisierung des Rundfunks nun schon seit vielen Jahren. Dabei dienen die jährlich erscheinenden Audio und Video Trends (ehemals Digitalisierungsbericht Video bzw. Audio) als kontinuierliche und zuverlässige Informationsquelle für alle Beteiligten. Die BLM ist, neben Vertretern der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGS) und der mabb, Mitglied der Expertengruppe, die die Studie methodisch und inhaltlich begleitet. Die Erhebungen zu

den Video Trends und Audio Trends wurden weiterhin in einer Befragung angelegt. Insgesamt wurden für die bevölkerungsrepräsentative Erhebung rund 6.450 Interviews durchgeführt und zwar zu 67 Prozent telefonisch und zu 33 Prozent als Online-Interviews. Rund 750 davon entfallen auf Bayern und ermöglichen eine separate Betrachtung einiger Aspekte. Wie in den Vorjahren waren ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast, Vodafone und HD+ Mitauftraggeber der Studien. Die Ergebnisse der  **Audio Trends 2023** und der  **Video Trends 2023** wurden bei den Medientagen München 2023 präsentiert.

## Online-Video-Monitor

Über Entwicklungen auf dem Online-Video-Markt in Deutschland berichtet auch seit 2010 regelmäßig der Online-Video-Monitor (bis 2019 Web-TV-Monitor). Seit 2015 ist er ein Gemeinschaftsprojekt der Landeszentrale und der LFK.

Der Online-Video-Monitor verfolgt einen modularen Ansatz: In den Modulen „Strukturdatenanalyse“ und „Plattformanalyse“ werden alle Online-Video-Angebote mit eigener Webpräsenz sowie alle deutschen YouTube-Kanäle mit 500+ Abonnenten und die größten Facebook- und Instagram-Profilen erfasst und analysiert. Im Modul „Anbieterbefragung“ werden die Schaffenden selbst befragt (n=225), um die Sicht der Content-Anbieter kennenzulernen. Die Befragung deckt neben der ökonomischen Situation der Anbieter (z. B. Zufriedenheit mit wirt-

schaftlicher Situation, wichtigste Erlösquellen) inkl. ihrer Erwartungen, wohin sich der Online-Video-Markt entwickeln wird (z. B. Entwicklung der Relevanz der einzelnen Plattformen) auch regulatorisch relevante Aspekte ab wie z. B. die Kenntnis der Details zu den Geschäftsmodellen der Plattformen oder aber auch der bestehenden Kennzeichnungspflichten.

2023 enthielt der Online-Video-Monitor darüber hinaus eine  **Sonderanalyse zu Twitch** sowie eine Recherche und Analyse regionaler, journalistischer Online-Video-Angebote in Bayern und Baden-Württemberg.

Präsentiert wurde die Studie 2023 im Rahmen des Media Tastings der LFK im Juni 2023. Zudem wurden die wichtigsten Ergebnisse an zwei Terminen bei einem von der BLM gemeinsam mit der LFK veranstalteten sog. „Forschungsfrühstück“ den Landesmedienanstalten online präsentiert und im Hinblick auf die Arbeit der Landesmedienanstalten diskutiert.

## Transparenz-Check

Der  **Transparenz-Check** ist eine etablierte Studienreihe des Fachausschusses Regulierung der Medienanstalten. Mit diesem erfolgreich implementierten Instrument lassen sich die Wirkungen von medienrechtlichen Transparenzvorgaben prüfen. Es handelt sich konkret um bevölkerungsrepräsentative Befragungen mit Testcharakter. Ermittelt wird, ob die Vorgaben zur Herstellung von Transparenz bei Werbung und Falsch-

nachrichten in der Umsetzung durch die Anbieter ihre jeweiligen Ziele bei den Nutzenden erreichen.

In 2023 wurden zwei Transparenz-Checks publiziert. Im August 2023 erschien ein Transparenz-Check zum Umgang mit Falschinformationen. Die Erhebung legt dar: Ist eine Kennzeichnung vorhanden, wird Falschinformation auch daran erkannt. Fehlt die Kennzeichnung, wird ein Beitrag deutlich weniger oft als Falschinformation eingeordnet. Der Transparenz-Check vom Dezember 2023 befasste sich mit Werbung in Podcasts. Es zeigte sich, dass eine gute Kennzeichnung der wichtigste Hinweis ist, um Werbeinhalte in Podcasts zu erkennen. Bei mittelmäßiger bis schlechter Kennzeichnung hängt das Erkennen maßgeblich von konkreten Produkterwähnungen ab.

Die Transparenz-Check-Reihe wird von einer Expertengruppe verantwortet, bestehend aus Mitarbeitenden der GGS, der BLM und weiteren Landesmedienanstalten (LFK, LMS, MSA und mabb).

## Mediale Meinungsmacht in Deutschland

### Medienvielfaltsmonitor

Der Medienvielfaltsmonitor (MVM), den die BLM im Jahr 2012 zum ersten Mal vorlegte, basiert auf einem empirisch fundierten Ansatz, der – losgelöst vom noch geltenden Rundfunkbegriff – die Medienvielfalt in der konvergenten Medienwelt und die mögliche Gefahr vorherrschender Meinungsmacht gattungsübergreifend misst. Seither gibt er Aufschluss über die

vorherrschenden Besitzverhältnisse im Medienmarkt. Das Modell umfasst Angebote aus den Mediengattungen TV, Radio, Internet und Print. Seit 2015 ist der  **Medienvielfaltsmonitor** fester Bestandteil des Angebots der Medienanstalten zur Schaffung von Transparenz am Meinungsmarkt. Das Projekt wird seither von der „MVM-Expertengruppe“, in der neben der BLM die mabb, LFK und GGS vertreten sind, begleitet. Die Berechnung des Medienvielfaltsmonitors sowie die Erstellung der Berichte erfolgen federführend durch die BLM.

Der  **Medienvielfaltsbericht** wird seit 2023 statt wie bisher halbjährlich nur noch einmal jährlich veröffentlicht. Er dient als Lieferant einer Indikation hinsichtlich einer potentiellen zustandsbezogenen Gefährdungskontrolle und als Inputgeber für den geforderten Gefährdungsbericht der KEK.

### Mediengewichtungsstudie

Ein wesentlicher Bestandteil des Medienvielfaltsmonitors ist die im Auftrag der Medienanstalten durchgeführte  **Mediengewichtungsstudie**, die kontinuierlich und repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland die Relevanz der Mediengattungen TV, Radio, Online, Tageszeitungen und Zeitschriften für die Meinungsbildung erhebt. Die Studie liefert aber längst nicht nur die empirische Basis für die Gewichtung der Nutzeranteile in verschiedenen Mediengattungen. Seit 2016 wird im Rahmen der Gewichtungstudie die Nutzung und Bedeutung der

Nach den Ergebnissen der Mediengewichtungsstudie

- nutzt im Jahr 2023 täglich rd. ein Fünftel der Bevölkerung ab 14 Jahren mindestens einen News-Feed oder News-Aggregator
- unter den 14- bis 29-Jährigen liegt die Tagesreichweite mit 29% deutlich höher

Intermediäre für die Meinungsbildung umfassend und differenziert ermittelt. Seit 2018 ermittelt die Gewichtungsstudie zudem die Informationsnutzung zu lokalen und regionalen Themen. Im Jahr 2019 erfolgte eine zusätzliche Erweiterung des Fragenprogramms zum Thema Wahrnehmung politischer Botschaften und Werbung in sozialen Netzwerken, und seit 2022 werden auch News-Aggregatoren als Informationsquelle berücksichtigt.

Um der crossmedialen Mediennutzung gerecht zu werden, wird die Mediengewichtungsstudie ab 2024 weiterentwickelt zu einem „Info-Monitor“, der dokumentieren soll, wo und wie sich Menschen in Deutschland informieren.

### **bidt-Projekt „Meinungsmacht messen“**

Das Konsortialprojekt des bidt und der BLM „Meinungsmacht messen“ hat die Defizite des Medienvielfaltsmonitors und der Mediengewichtungsstudie systematisch aufbereitet und schließlich mit Handlungsempfehlungen versehen. Das Projekt wurde durch Frau Prof. Stark von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Herrn Prof. Reinemann von der Ludwig-Maximilians-Universität München und ihren Teams betreut. Als vorrangiges Ziel des Projektes war zwischenzeitlich festgelegt worden, ein „Gefährdungsmonitoring“ zu entwickeln, das anhand geeigneter Indikatoren Teilbereiche zu identifizieren vermag, in denen vermutet werden kann, dass sie die Meinungsvielfalt negativ beeinträchtigen. Das Konzept

wurde im Februar 2023 der KEK vorgestellt und im Rahmen des BLM-Workshops „Meinungsmacht messen – Methodische Herausforderungen und Implikationen für die Regulierung“ im Juli 2023 diskutiert. Anfang 2024 ist das abschließende  **Impulspapier** erschienen, das die Problemstellung und Handlungsempfehlungen noch einmal erläutert.

## Studie zur Landtagswahl 2023

Wenngleich die Wissenschaft darüber streitet, ob und ggf. wie Medien auf die konkrete Wahlentscheidung Einfluss nehmen, steht für die politischen Akteure außer Frage: Wer keinen medialen Wahlkampf organisieren kann, ist praktisch chancenlos. Denn die Wählerinnen und Wähler informieren sich in den Medien und begegnen dort unterschiedlichen Perspektiven auf Themen, Parteien, Kandidaten und Kandidatinnen. Aber welche Medien spielen für wen eine (besondere) Rolle als Informationsquelle im Hinblick auf die Landtagswahl? Dieser zentralen Frage ging die Studie „Relevanz von medialen Informationsquellen im Kontext der Landtagswahlen in Bayern 2023“ nach. Dafür wurden über 1.100 wahlberechtigte Personen direkt vor der Landtagswahl (28. 9. – 7. 10. 2023) online befragt. Die Studie wurde von pollytix strategic research im Auftrag der BLM durchgeführt.

Die 18- bis 24-jährigen Erst- und Jungwählenden kommen vor allem in Sozialen Medien mit Infos in Kontakt.



Der Abschlussbericht des Konsortialprojekts von bidt und BLM „Meinungsmacht messen“ erläutert die Problemstellung und die Handlungsempfehlungen.

## Zusammenhang von Medienskepsis und Demokratievertrauen nach Parteipräferenz

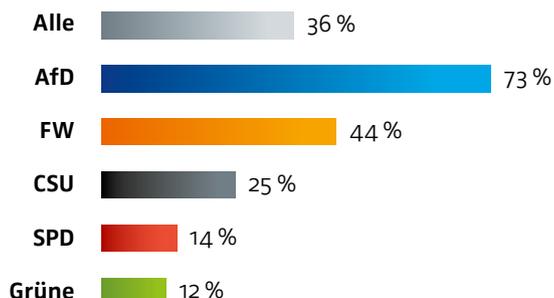
Inwiefern stimmen Sie den Aussagen jeweils zu?

10er Skala

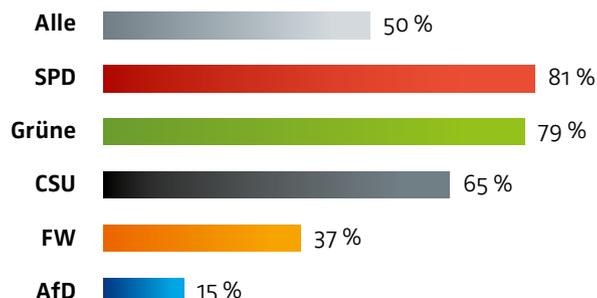
0 = stimme überhaupt nicht zu  
10 = stimme voll und ganz zu

Dargestellt sind „stimme eher/voll“ und „ganz“ zu (6–10)

„Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.“



„Alles in allem funktioniert das demokratische System in Deutschland gut.“



Basis: Wahlberechtigte zur Landtagswahl 2023 in Bayern, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben.  
Quelle: Studie „Relevanz von medialen Informationsquellen im Kontext der bayerischen Landtagswahl 2023“.

Nach den Ergebnissen der BLM Studie zur Landtagswahl in Bayern 2023 hängen Medienvertrauen und Demokratievertrauen eng zusammen.

Zudem sind für sie die Kommunikationsangebote von Parteien, Politikerinnen und Politikern (z. B. Plakate, Programme, Veranstaltungen und Social Media) als Infoquelle gleichermaßen relevant wie journalistische Angebote. Dass der Journalismus – gerade, aber nicht nur – in Wahlkampfzeiten sein Alleinstellungsmerkmal und seine Rolle als Gatekeeper verloren hat, ist nur eins aus vielen weiteren Ergebnissen, die im finalen  Bericht zu finden sind. Relevante Erkenntnisse für die Werbeaufsicht wurden darüber hinaus im BLM-Magazin zu Werbefragen  OBACHT! veröffentlicht.

Die Ergebnisse der Studie zeigen unter anderem, dass bei einem Drittel der Wahlberechtigten große Medienskepsis herrscht. Der Vertrauensverlust in die Medien geht dabei Hand in Hand mit einem geringen Vertrauen in unser demokratisches System. Beide Einstellungen zeigen einen klaren Zusammenhang mit individuellen Parteipräferenzen.

# Medienstandort und Innovation

Die Vernetzung von Medienunternehmen zur Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern gehört zu den gesetzlichen Aufgaben der Landeszentrale. Darüber hinaus soll sie einen Beitrag zur Stärkung der nationalen und internationalen Sichtbarkeit des Medienstandorts leisten. Diese Aufgaben übernimmt die Medien.Bayern GmbH, eine 100%ige Tochter der BLM. Für Innovationsförderung und Vernetzung wurden im Jahr 2023 474,4 TEUR aus dem Haushalt der Landeszentrale aufgewendet.

**MEDIEN.  
BAYERN**

Den Medienstandort Bayern zu stärken und Innovationen zu fördern, sind die Ziele der Medien.Bayern GmbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der BLM. Die Projekte, die die Medien.Bayern GmbH umsetzt, werden zum überwiegenden Teil von der Bayerischen Staatskanzlei und dem Bayerischen Staatsministerium für Digitales gefördert. Mit ihren acht Marken Blauer Panther – TV & Streaming Award, Games/Bavaria, Media Lab Bayern, Mediennetzwerk Bayern, Medientage München, Start into Media, XPLR: Media in Bavaria und XR Hub Bavaria werden alle Zielgruppen in der Medienbranche angesprochen.

## Medientage München

### **MTM Special FUTURE VIDEO**

Am 16. Mai 2023 fand mit 200 Teilnehmenden erstmals das MTM Special Future Video, das Nachfolgeformat der Konferenz „Connect! The Future of TV“ in der neuen Location House of Communication (HoC) in München statt. Das neue Veranstaltungskonzept ermöglicht eine Erweiterung und Fortentwicklung des bisherigen Themenspektrums über Smart TV hinaus. Im Mittelpunkt des Tages standen Topthemen wie AVoD, FAST, OTT oder Social TV. Diskutiert wurde, welche Business-Modelle, Content-



Die Medientage München organisieren jährlich eine Reihe hochkarätiger Veranstaltungen zu Medienthemen.

und Media-Strategien sich durchsetzen und welche Technologien und Player künftig den Ton angeben werden, und auch, wie sich generell die Nutzung des „großen Bildschirms“ bis 2030 verändern wird. Neu im Tagesprogramm war zudem ein Programmtrack mit Workshops zu Themen wie „Kreationen in der Werbung im AVoD-Umfeld“ oder „YouTube Shorts – Erfolgsfaktoren für Reichweite und Vermarktung“.

### Lokalrundfunktage 2023

Am 4. und 5. Juli trafen sich über 900 Teilnehmende aus den lokalen Radio- und Fernsehstationen im NCC Mitte in Nürnberg zu den 31. Lokalrundfunktagen, um sich über Trends, Technologien und Produkte der Branche zu informieren. Über 90 Expertinnen und Experten diskutierten über lokales Radio und Fernsehen und die Zukunft des Lokalfunks in der digitalen Welt. Besonderer Fokus lag dabei auf den neuesten Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz für das lokale Radio und Fernsehen.

An Tag zwei der Lokalrundfunktage wurden Masterclasses, Workshops und Vorträge u. a. zu den Themen Künstliche Intelligenz (KI), Social Media, Podcasts und Radio angeboten.

Im Rahmen der Lokalrundfunktage 2023 wurden auch wieder die  **BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise** sowie der Galaxy Music Award vergeben, der diesmal an KAMRAD verliehen wurde. Außerdem wurden die Ergebnisse der  **Funkanalyse Bayern 2023** präsentiert.

### MEDIENTAGE MÜNCHEN 2023

Die 37. Medientage München mit über 5.000 Teilnehmenden fanden 2023 erstmals im House of Communication (HoC) und im umliegenden Werksviertel statt. Der Konferenz-Titel „Intelligence“ spiegelte sich bei insgesamt mehr als 100 Veranstaltungen mit mehr als 300 Fachleuten in den unterschiedlichsten Facetten wider. Referierende und Diskussions teilnehmende aus den Bereichen Medienwirtschaft und -politik, Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft diskutierten an den drei Konferenztagen darüber, welche Potenziale mit dem disruptiven Einsatz von Künstlicher Intelligenz in unterschiedlichen Mediensektoren verbunden sind, aber auch, wo die Grenzen dieser maschinellen Intelligenz liegen. Der Einsatz generativer KI müsse möglichst transparent erfolgen, waren sich Medienmacher sowie Vertretende aus Medienpolitik und -aufsicht einig. Auch darüber, dass die KI-Zukunft klug und transparent reguliert werden müsse, herrschte Konsens.

Auf insgesamt fünf Konferenz-Bühnen wurden Panel-Diskussionen und Vorträge angeboten, darunter wieder prominent besetzte Gipfelveranstaltungen: Ergänzend zum Medientage-Gipfel, zum Audio-Gipfel, zum TV-Gipfel sowie zu Europatag und Journalism Summit fand 2023 erstmals ein KI-Gipfel statt, bei dem es vor allem um das Spannungsfeld zwischen technologischer Revolution und sozialer Verantwortung ging. Das Konferenz-Programm der Medientage München bot neben KI auch Veranstaltungen in den Bereichen Politik & Gesell-



Die Medien Bayern GmbH ist Organisator des „Blauer Panther – TV & Streaming Award“.

schaft, Nachhaltigkeit, Diversity, Equity & Inclusion, Europa, TV & Streaming, Social Media, Web3, Journalismus & Publishing, Audio & Hörfunk, Werbung & Marketing, Education & Recruiting sowie Games und XR. Hinzu kamen zahlreiche kreative und kommunikative Formate – darunter zum Beispiel Masterclass-Angebote – von Partnern und Sponsoren.

Zu den Events zählten die Nacht der Medien in der BMW Welt, die Verleihung des „Blauer Panther – TV & Streaming Award“, die MTM Female Media Night, außerdem die  **Riesenrad-Talks**, die Expo Party und das Speakers' Dinner.

Im Expo-Bereich präsentierten sich mehr als 30 ausstellende Unternehmen. Die acht Marken der Medien.Bayern GmbH präsentierten sich auf einem Gemeinschaftsstand als Initiative für den Medienstandort Bayern.

Hinzu kam die Career-Erlebnismesse  **Media For You** zum Thema Jobs und Ausbildung.

### Münchner Bücherschauen 2023

Im Jahr 2023 unterstützten die Medientage München den Börsenverein des deutschen Buchhandels erneut bei der Umsetzung des digitalen Angebots der Münchner Bücherschauen. Die digitale Plattform der Medientage bot dabei für die Münchner Bücherschau junior im Münchner Stadtmuseum (11. bis 19. März 2023) und die Münchner Bücherschau im Haus der Kunst (16. November bis 3. Dezember 2023) begleitend zu den Präsenzveranstaltungen wieder digitale Bücherkataloge, Lesungen und weitere Angebote der teilnehmenden Verlage.

## Blauer Panther – TV & Streaming Award

Mit dem Blauen Panther werden jährlich deutsche TV-Produktionen, deutsche Produktionen von Streaminganbietern sowie deutsche Bewegtbildformate von Web-Creators für Social-Media-Plattformen in den Kategorien Information/Journalismus, Fiktion, Entertainment und Kultur/Bildung ausgezeichnet. Die Medien.Bayern GmbH ist seit 2022 Organisator des „Blauer Panther – TV & Streaming Award“ und Veranstalter der Preisverleihung.

### Blauer Panther: Organisationsstruktur

Der Blaue Panther wird vom Bayerischen Staatsministerium für Digitales sowie der Bayerischen Staatskanzlei gefördert. Zudem wirken folgende Träger mit:

- Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
- Bayerischer Rundfunk (BR)
- Prime Video
- RTL Deutschland
- Seven.One Entertainment Group GmbH
- Sky Deutschland
- Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)/3sat

Die  **Jury** des Blauen Panthers setzt sich zusammen aus jeweils einem Mitglied der Förderer und Träger sowie vier externen Fachleuten.

Die Verleihung des Blauen Panthers an die  **Preisträger 2023** fand im Rahmen der Medientage München in der BMW Welt mit rund 850 Gästen am 25. Oktober statt. Die Jury vergab elf Preise, hinzu kamen der Ehrenpreis des Ministerpräsidenten sowie zwei Publikumspreise.

## MedienNetzwerk Bayern



Das MedienNetzwerk Bayern informiert über wichtige Entwicklungen und vernetzt die Medienteilbereiche untereinander und mit angrenzenden Branchen.

Hauptaufgabe des MedienNetzwerk Bayern ist die Vernetzung der Medienteilbereiche untereinander und mit angrenzenden Branchen sowie die Information über wichtige Entwicklungen in der Medienbranche.

### Branchen-Updates

In seinen Branchen-Updates befragt das MedienNetzwerk Bayern regelmäßig Akteure der bayerischen Medienunternehmen zu aktuellen Herausforderungen und fasst die Ergebnisse in Berichten zur Lage der bayerischen Medien- und Kommunikationsbranche für die politischen Entscheidungsträger zusammen. Die zentrale Frage im Jahr 2023 war: Wie können Medien kostenschonender und technologieoffener zusammenarbeiten, ohne dabei die (lokale) Vielfalt zu gefährden?

### Veranstaltungen

#### ■ MEDIA meets

Sport war im Jahr 2023 das Thema der Veranstaltungsreihe MEDIA meets. Ziel war es, die vielschichtigen Beziehungen zwischen Sport und Medien zu verdeutlichen, den Dialog zwischen den beiden

Branchen zu fördern und die Bedeutung des Segments für Technologietrends, Content sowie gesellschaftliche Entwicklungen zu beleuchten.

#### ■ Media Insights

Eine Stunde, eine Teilbranche, eine Herausforderung: Das digitale Eventformat des MedienNetzwerks bringt Medienakteure aus medialen Teilbereichen zusammen, um über konkrete Problemstellungen zu diskutieren und Lösungsansätze kennenzulernen. Alle vier Termine des Jahres 2023 befassten sich mit dem Thema Künstliche Intelligenz (KI):

- „Bedeutung der KI-Bildgenerierung für Medienmarken“ am 9. März 2023
- „Prompt Design – Sprechen mit der Maschine, aber wie“ am 7. September 2023
- „Synthetisch, praktisch, gut? Wie KI die Audio-Branche prägt“ am 14. September 2023
- „KI trifft Web3 – Die Zukunft der Medienwelt“ am 4. Dezember 2023

#### ■ Media Date

Im Fokus der Veranstaltungsreihe Media Date stand 2023 die Print- und Publishing Branche. Zum Thema „Ressourcenknappheit – Mehr Resilienz in der Publishing-Branche“ am 28. Februar 2023 diskutierten Fachleute aus der Verlagsbranche und von Druckereien ein weiterhin brisantes Thema: Die Papierkrise. Es wurde versucht, Antworten auf die Frage zu finden, wie Verlage adäquat und nachhaltig darauf reagieren und diese Lösungsansätze künftig in ihre Unternehmensstrategien integrieren können.

### ■ **Netzwerktreffen Technologieaustausch**

Am 14. Juli 2023 veranstaltete das MedienNetzwerk Bayern das erste Netzwerktreffen zum Technologieaustausch. Angeknüpft wurde damit an ein TV-Branchengespräch, zu dem Staatsminister Dr. Florian Herrmann am 30. Januar 2023 eingeladen hatte. Ziel war es, eine Bewegtbild-Allianz privater und öffentlich-rechtlicher Akteure für den Medienstandort Bayern zu bilden. Auf Bitten des Staatsministers hin schuf das MedienNetzwerk mit dem Netzwerktreffen die Plattform für einen Austausch zu aktuellen Chancen und Herausforderungen technologischer Entwicklungen und zum Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten. Eingeladen waren alle Teilnehmenden des TV-Branchengesprächs im Januar.

Das zweite Netzwerktreffen „Technologieaustausch: Media over IP“ fand am 28. November 2023 statt. Ziel war es vor allem, Know-how zum Thema „Media over IP“ zu erlangen, reale Use-Cases kennenzulernen und potenzielle Kooperationsmöglichkeiten in diesem Feld auszuloten.

### ■ **Roundtables**

Am 20. April 2023 lud das MedienNetzwerk Bayern gemeinsam mit der Schwestermarke Start into Media HR-Entscheider aus verschiedenen Medienbereichen zu einem Roundtable zum Thema Recruiting-Strategien ins House of Communication ein.

„Sicherheit von Journalistinnen und Journalisten auf Veranstaltungen und Demonstrationen“ war das Thema von drei Roundtables, die im März 2023 in

Kooperation mit dem Bayerischen Journalisten-Verband und dem Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration in München, Nürnberg und Würzburg stattfanden. Gefördert wurden die Veranstaltungen von der Bayerischen Staatskanzlei. Vertretende der Bayerischen Polizei und der in Bayern ansässigen Medien tauschten sich über ihre Erfahrungen auf Versammlungen aus und sammelten Lösungsansätze für eine verbesserte Zusammenarbeit zwischen Medien und Polizei. Die Ergebnisse wurden in einer Handreichung zusammengetragen, die zum Tag der Pressefreiheit veröffentlicht wurde und auf der Website des MedienNetzwerk Bayern zum  **Download** zur Verfügung steht.

### ■ **Web3 Thinktank**

Mit einer Auftaktveranstaltung am 25. April 2023 eröffnete das MedienNetzwerk Bayern seinen Thinktank zum Thema Web3. Mit Kooperationen, Education-Formaten, Input-Sessions, Events und Content-Angeboten verschafft der Thinktank tiefe Einblicke in Web3 und zugleich einen Überblick über den Status quo. Die erste Veröffentlichung in Form eines Deepdives zum Thema „Authentifizierung digitaler Inhalte mit Web3-Technologien“ erklärt anhand von konkreten Beispielen, wie Web3 dabei helfen kann, Desinformation im Internet zu bekämpfen. Das Whitepaper steht auf der  **Website** zum Download bereit.

## XPLR: MEDIA IN BAVARIA

### Ziel der Initiative

XPLR: MEDIA in Bavaria ist es, die Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern zu verbessern.

### ■ Medientage München

Im Rahmen der Medientage München veranstaltete das MedienNetzwerk Bayern gemeinsam mit den Schwestermarken Start into Media und XPLR: MEDIA in Bavaria als Fortsetzung des HR-Roundtable im April 2023 ein Speeddating-Format, das HR-Entscheidern und Ausbildungsinstitutionen ermöglichte, sich über fachliche und Meta-Kompetenzen des Mediennachwuchses sowie Praktika bzw. Werkstudentenstellen in den Unternehmen auszutauschen.

Zudem bot das MedienNetzwerk Bayern ein außergewöhnliches Side Event an: Im Riesenrad Umadum im Werksviertel am Ostbahnhof konnten Teilnehmende der Medientage an exklusiven Themenfahrten teilnehmen, um mit den jeweiligen Gondel-Captains und anderen Mitfahrenden über aktuelle Trends aus den Medienbereichen zu diskutieren.

Das MedienNetzwerk organisierte zudem drei Panels im Programm der Medientage:

- Von der KI oder echt? Content-Authentifizierung mit Web3- und Open-Source-Lösungen
- Medienentwicklungen 2023
- Who Drives the Dashboard? Die Evolution des Medienkonsums

## XPLR: MEDIA in Bavaria

XPLR: MEDIA informiert über die Medienunternehmen in Bayern, gibt Einblicke in deren Wandel und aktuelle Trends und zeigt bayerische Best Cases, um Medienschaffende zu inspirieren und die Innovationskraft des Medienstandorts abzubilden. Die Arbeit von XPLR: MEDIA basiert vor allem auf zwei Säulen: Inhalte auf digitalen und analogen Kanälen sowie Auftritte bei relevanten Medienveranstaltungen.

### Onlinemagazin

Das  **Onlinemagazin** von XPLR: MEDIA ist das Herzstück des Webauftritts und wird ergänzt durch einen  **Eventkalender**. Das Magazin behandelt in Interviews, Berichten und Portraits die aktuellen Trends der Medienbranche und zeigt innovative bayerische Medienprojekte und -unternehmen. Im Fokus standen 2023 die Themen Künstliche Intelligenz, GenZ und Audio. Die Geschichten wurden durch Videoinhalte und Social-Media-Formate kanalübergreifend aufbereitet.

### Reports

In seinen  **Reports** greift XPLR: MEDIA in Bavaria Trends auf und zeigt Perspektiven für Medien in der digitalen Transformation. Die Reports unterstreichen mit aussagekräftigen Best Cases die Stärken des Medienstandorts Bayern. Den thematischen Schwerpunkt setzte XPLR: MEDIA 2023 auf den Bereich Streaming.

### **KI-Studie „Chancen, Risiken und Perspektiven für Medien“**

Mit der  Studie zum Thema Künstliche Intelligenz untersuchte XPLR: MEDIA, wie die Technologie die Medienbranche verändern wird und in welchem Umfang sie bereits in bayerischen Medienunternehmen zum Einsatz kommt. Um ein Bild der aktuellen Lage zeichnen zu können, hat XPLR: MEDIA in Kooperation mit 1E9 zehn KI-Fachleute interviewt und 176 Brancheninsider aus Bayern befragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Künstliche Intelligenz bereits großflächig und regelmäßig in bayerischen Medienunternehmen eingesetzt und der Technologie generell ein sehr hoher Stellenwert eingeräumt wird. Die Studie wurde im Rahmen der Medientage München vorgestellt.

### **Printprodukte**

Die 4. Ausgabe des XPLR: Magazins, die bei der Frankfurter Buchmesse und den Medientagen München verbreitet wurde, widmet sich dem Thema „Das neue Werkzeug KI“. Das Heft porträtiert außergewöhnliche Akteure und Pioniere in der Anwendung neuer Technologien am Standort Bayern.

Außerdem publizierte XPLR: MEDIA einen Beileger zum Schwerpunkt „Wie Medienunternehmen die GenZ erreichen“. Ein weiterer Beileger rund um das Thema „KI in der Medienbranche“ diente zur Vermarktung der KI-Studie. Die beiden Publikationen wurden relevanten Branchenmagazinen wie Meedia, Medium Magazin, Horizont, kress pro oder Journalist beigelegt.

### **Messe- und Eventauftritte**

Auf nationalen und internationalen Messen und Events präsentierte XPLR: MEDIA in Bavaria innovative bayerische Medienunternehmen und bot Medien-schaffenden Orientierung und Informationen zu relevanten Trends.

XPLR: MEDIA in Bavaria nahm 2023 erstmals an der Digital- und Kreativkonferenz SXSW in Austin, Texas, teil. Bei einem „Region Pitch“ machte die Initiative ein internationales Publikum auf die Standortvorteile Bayerns aufmerksam und stellte beim „Immersive Media Breakfast“ seine Web3-Studie vor.

2023 war XPLR: MEDIA bei den Radio-days Europe in Prag zu Gast und vernetzte bei einem Abendevent in der bayerischen Repräsentanz bayerische Akteure mit internationalen Teilnehmenden.

Auf der Republica in Berlin machte XPLR: MEDIA an seinem Stand mit Anwendungsbeispielen des bayerischen Technologieunternehmens TNG Technology Consulting auf die Chancen und Risiken von künstlicher Intelligenz für Medienunternehmen aufmerksam.

Bei der Frankfurter Buchmesse war XPLR: MEDIA in Bavaria erneut mit einem Stand vertreten und präsentierte bayerische Innovationsprojekte aus dem Bereich Publishing. Mit dabei war neben enna, kadegu und dem Kjona Verlag auch der Web3-Thinktank des MedienNetzwerk Bayern. Außerdem präsentierten sich der bayerische Buchpreis sowie Bayerns beste Independent Bücher am Stand und in kleinen Diskussionsrunden.

## Media Lab Bayern



Das Media Lab Bayern fördert Startups und bietet Medienhäusern, innovativen Talenten und Studierenden vielfältige Unterstützung.

Das Media Lab Bayern ist der Innovation Hub für digitale Medien und Journalismus mit Standorten in München und Ansbach. Mit Startup-Förderung, Unterstützung von Medienhäusern und Angeboten für innovative Talente und Studierende schafft das Media Lab einen Raum für alle, die Medien digital neu denken wollen.

### Veranstaltungen des Media Lab Bayern

Das  **Media Lab Innovation Festival (MIF)**, das das Media Innovation Camp Munich (MICMUC) ablöste, fand mit ca. 200 Gästen im Mai 2023 im House Of Communication in München statt und brachte Medien-Startups mit Vertretern der Medienbranche zusammen. Der erste Tag war als Barcamp für die Medien-Startups gestaltet, der zweite Tag bot den Teilnehmenden interessante Talks und eine Startup-Expo, auf der die Startups dem Fachpublikum ihre Lösungen und Entwicklungen demonstrieren konnten.

Bei den Medientagen München waren mit  **Media for Peace** und  **Media Tech Lab** zwei Förderprogramme des Media Lab Bayern mit eigenen Panels vertreten.

### Aktivitäten am Standort München

#### ■ **Media Startup Fellowship**

In dem neunmonatigen Förderprogramm  **Media Startup Fellowship** lernen die teilnehmenden Teams in drei Phasen alles über Produktentwicklung, Sales und Investments und erhalten bis zu 40 TEUR Förderung. Im Jahr 2023 wurden insgesamt 21 Medien-Startups im Media Lab gefördert.

#### ■ **Grow Fellowship**

Das Grow Fellowship richtet sich an Alumni des Media Startup Fellowship. Es unterstützt besonders vielversprechende Startups im Wachstumsstadium dabei, die Zeit bis zu ihrer Finanzierung durch passende Investoren zu überbrücken. Die Förderung beträgt dabei bis zu 50 TEUR. 2023 wurden Stipendien an die Alumni-Startups Nesoma und Cinemacalc vergeben.

#### ■ **R&D-Fellowship**

Das Research&Development Fellowship ermöglicht es den Geförderten, ein Medienthema ausführlich zu recherchieren und geeignete Lösungen zu entwickeln. Die  **Resultate** werden auf der Website des Media Lab kostenlos zum Download zur Verfügung gestellt. Im Jahr 2023 sind dabei ein Playbook für Futures Journalism, ein Whitepaper, das aufzeigt, wie mehr Arbeiterkinder einen Platz in der Medienbranche finden können, ein Chatbot, der Fragen zu den Chancen und Herausforderungen

von Fiktion im Journalismus kompetent beantwortet sowie ein CO2 Rechner für Medienhäuser entstanden.

#### ■ **Media Tech Lab**

Mit dem Media Tech Lab wird die Entwicklung von neuen Tools und Software-Lösungen für die Medienbranche gefördert, die nach der Fertigstellung als Open Source Lösungen kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Das Media Tech Lab förderte 2023 zehn Projekte. Betreut wird das Media Tech Lab von einem externen Chief Technology Officer.

#### ■ **Media Company Fellowship**

Das Media Company Fellowship ist ein Förderprogramm für Medienhäuser in Bayern. 2023 wurden der Evangelische Presseverband, der Meramo Verlag und Kugel und Niere (Podcast Produktion) von Fachleuten aus dem Netzwerk des Media Lab Bayern dabei unterstützt, ein innovatives Projekt umzusetzen. Ein Newsletter zum Thema Innovationskultur informiert über die Ergebnisse.

#### ■ **Media for Peace**

Im Rahmen des Forschungs- und Entwicklungsprojekts Media for Peace wird von elf Fellows aus Afghanistan und dem Libanon eine Plattform für konflikt-sensitiven, deeskalierenden und friedensfördernden Journalismus entwickelt und evaluiert. Ende 2023 wurde eine Plattform erfolgreich gelauncht. „What if“ ist ein Dialog-Magazin, das anhand der Methode „Futures Thinking“ konstruktive Dialoge mit Betroffenen in Krisenregionen führt, diese journalistisch aufbe-

reitet und veröffentlicht. Das Media Lab Bayern ist bei diesem Projekt seit 2022 Praxispartner der Universität der Bundeswehr München und des  dttec.bw – Zentrum für Digitalisierungs- und Technologieforschung der Bundeswehr. Das Projekt wird nach aktuellem Stand bis ins Jahr 2025 weitergeführt.

#### ■ **Lab Report Künstliche Intelligenz**

Im Spätsommer 2023 wurde ein  **Report Künstliche Intelligenz** veröffentlicht. Vorgestellt werden 17 Case Studies aus den Förderprogrammen des Media Lab seit 2016, bei denen KI genutzt wurde, um Inhalte zu generieren, Recherchen zu erleichtern oder den Arbeitsalltag von Medienschaffenden zu verbessern.

#### **Aktivitäten am Standort Ansbach**

Das Media Lab Ansbach ist der zweite Standort des Media Lab Bayern mit inhaltlichem Fokus auf die Förderung von Studierenden, Absolventinnen und Absolventen und jungen Talenten.

#### ■ **Media Innovation Traineeship**

Während des sechsmonatigen Media Innovation Traineeships werden die Teilnehmenden in Workshops und Einzelcoachings für einen Berufseinstieg im Bereich Medieninnovation ausgebildet. Zur praktischen Anwendung des Erlernten arbeiten die Trainees an innovativen Projekten in Partner-Medienhäusern. Im April 2023 wurde Batch #3 des Programms mit vier Trainees erfolgreich beendet. Im November 2023 startete Batch #4 mit vier neuen Trainees. Zudem wurden Teile des Coaching-Programms

erstmalig auch interessierten Volontierenden der Partner-Medienhäuser zugänglich gemacht.

Medienpartner der Batches #3 und #4 waren: BR Next, Mediengruppe Oberfranken, Oberpfalz Medien, pd digital, Radio Gong 96.3 und der Verlag Nürnberger Presse.

### ■ **media.projects**

Im Rahmen der media.projects-Förderung wurde von November 2022 bis April 2023 eine Trainee-Stelle beim Sender Radio Gong 96.3 zur Unterstützung beim Launch eines neuen Radiokanals finanziert.

### ■ **Fellowship Abschlussarbeiten**

Das Media Lab Ansbach möchte Studierende motivieren, sich im Rahmen ihrer Abschlussarbeit mit einem innovativen Medienthema auseinanderzusetzen. Im Jahr 2023 erhielten 14 junge Talente aus ganz Deutschland ein bis zu sechsmonatiges Stipendium mit einer monatlichen Förderung von 600 Euro. Begleitet werden die Stipendiaten durch regelmäßige Feedbackgespräche und Coaching-Angebote. Darüber hinaus erhalten die Fellows Zugriff auf das umfangreiche Netzwerk des Media Lab Bayern.

### ■ **Projektförderung und Open Space**

Gefördert wurden im Jahr 2023 zwei weitere Medienprojekte mit einer jeweiligen Gesamtfördersumme von 3.600 Euro. Es handelte sich dabei um die Vertestung eines Konzepts für ein Reportageformat sowie die Vertestung eines Prototypen für einen vollautomatisierten Wetter-

bericht für den Radio- und Audio-On-Demand-Bereich.

Der Open Space in Ansbach steht den Empfängern von Stipendien aber auch anderen vom Media Lab geförderten Projekten und Nutzenden offen.

### ■ **Hochschulprogramm**

Auch im Jahr 2023 wurde im Sommer und im Wintersemester das Wahlpflichtmodul „Innovative Produktentwicklung“ an der Hochschule Ansbach fortgesetzt. Insgesamt arbeiteten darin rund 35 Studierende unterschiedlicher Studiengänge in fächerübergreifenden Projekt-Teams an Ideen und Lösungen für aktuelle Herausforderungen der Medienbranche. Neben den festen Seminarreihen wurden auch mehrere individuelle Workshops für Hochschulen organisiert, z. B. für unterschiedliche Studiengänge der HS Ansbach sowie der FAU Erlangen-Nürnberg. Weitere Workshopangebote fanden im Juni auf der Transforming Media in Würzburg, im September auf dem Z2X-Festival in Berlin sowie im Oktober auf der Media For You im Rahmen der Medientage München statt.

### ■ **Media Future Camp**

Vom 25. bis 28. September 2023 fand zum ersten Mal das Media Future Camp vor Ort in Ansbach mit dem Thema „KI & Medien“ statt. Die 24 Teilnehmenden aus ganz Deutschland erlangten Einblicke in unterschiedliche KI-Tools, die Möglichkeiten einer Kopplung mit agilen Arbeitsmethoden und der Nutzung für die eigene Medienarbeit. Zudem wurde eine abendliche Exkursion

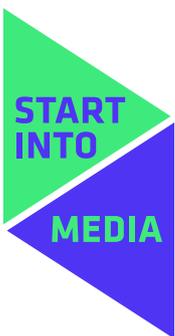
an das „AN[ki]T – das interdisziplinäre Forschungs- und Transferzentrum für angewandte KI der HS Ansbach“ angeboten.

#### ■ Events im Media Lab Ansbach

Im Jahr 2023 bot das Media Lab Ansbach sieben Talks der Online-Eventreihe „Innovation Experts“ an. Dieses Format wurde weiterentwickelt und startete im Dezember 2023 erstmal als hybride Veranstaltung unter dem Namen „Media Future Talks“. Sechs Fachleute stellten an einem Abend rund 40 Teilnehmenden „Neue Ideen für mehr Vielfalt in den Medien“ vor.

Ende Juli 2023 fand darüber hinaus ein erstes Community-Event mit insgesamt 22 vor Ort teilnehmenden Alumni und Fellows des Media Lab Ansbach statt.

## START INTO MEDIA



Start Into Media inspiriert junge Talente, sich für eine berufliche Zukunft in den Medien zu entscheiden, und informiert über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Die Initiative Start Into Media informiert junge Talente über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in den Medien und unterstützt die bayerischen Ausbildungsanbieter bei der Weiterentwicklung von Ausbildungsangeboten und dem Recruiting von Nachwuchs. Ziel ist, dem Fachkräftemangel in der Medienbranche entgegenzuwirken.

#### Events für Ausbildende

Die Veranstaltungen von Start Into Media bringen Fachleute der Medien- und der Ausbildungsbranche zusammen und ermöglichen einen Austausch über die

Herausforderungen in der Medienausbildung und mögliche Lösungswege. Die Erkenntnisse fließen direkt in eine zielgerichtete Programmgestaltung bei Start Into Media ein. 2023 fanden sieben Round Tables, ein Webinar und der Ausbildertag mit Netzwerktreffen Bewegtbild sowie Speedating und Ausbilderfrühstück statt.

#### Angebotsdatenbank

Eine Angebotsdatenbank mit aktuell 642 Einträgen bietet Informationen über Qualifizierungsangebote für Medienberufe in Bayern. Ergänzend informiert die  Studie „Fit für die Medien – Überblick über alle Qualifizierungsangebote in Bayern“ über die regionale Verteilung dieser Bildungsangebote.

#### Future Skills Förderung

Die Future Skills Förderung, eine Anstoßfinanzierung für innovative und zukunfts-trächtige Ausbildungsangebote, erhielten im Jahr 2023 sechs Projekte mit je 15 TEUR und zwei Projekte mit je 5 TEUR. Besonders Augenmerk lag neben der Umsetzbarkeit vor allem auf den Kriterien Originalität, wirtschaftliche Nachhaltigkeit für den Medienstandort Bayern sowie Unterstützung von Barrierefreiheit und Förderung der Diversität in der bayerischen Medienausbildung.

#### Media For You

Bereits zum zweiten Mal fand 2023 die Career-Erlebnismesse „Media For You“ im Rahmen der Medientage München mit einem auf die junge Zielgruppe zugeschnittenem Konzept unter dem Motto



Der XR Hub Bavaria gestaltet Entwicklungen im Bereich Extended Reality mit und trägt dazu bei, die Sichtbarkeit Bayerns als XR-Standort zu erhöhen.

„Medien zum Anfassen“ statt. Insgesamt rund 1.500 Schülerinnen und Schüler sowie Studierende arbeiteten an drei Tagen in Hands-on-Workshops mit Medienpartnern, erkundeten die „Media Spaces“ im interaktiven Ausstellungsbereich und konnten auf der Media Idols Stage viele erfolgreiche junge Medienakteure hautnah erleben.

### Info-Plattform und Social Media

Die Info-Plattform auf der Homepage von Start Into Media bietet Orientierung zum Thema Ausbildung, Studium oder Karriere in der Medienbranche. Ende 2023 wurden auf der Plattform bereits über 100 Ausbildungen, Studiengänge, Berufe und Weiterbildungen in den Medien vorgestellt. Dieses Portfolio wird stetig erweitert und aktualisiert. Da Social-Media-Kanäle für die junge Zielgruppe als Hauptinformations- und Interaktionsquellen dienen, ist Start Into Media auch auf Instagram, Tiktok und YouTube aktiv. Ziel ist der Aufbau einer Community. Auf Instagram erreichte Start Into Media im Jahr 2023 insgesamt 400.000 Accounts.

## XR HUB Bavaria

Ziel des XR HUB Bavaria/Munich ist es, die Entwicklungen im Bereich Extended Reality mitzugestalten und die Sichtbarkeit Bayerns als XR-Standort zu erhöhen. Dies erfolgt in Kooperation mit den weiteren Standorten des XR HUB Bavaria in Nürnberg und Würzburg.

Die drei Säulen „Inspiration, Community und Support“ prägen die Arbeit in München:

- Informationen und Inspiration bieten das Magazin, der Newsletter und der New Realities Podcast in Kooperation mit dem Media Lab Bayern-Startup 1Eg.
- Der XR HUB vernetzt XR-Entwickelnde mit Forschungseinrichtungen und zahlreichen Anwendenden, unterstützt Veranstaltungen und hilft beim Einstieg in das Thema. Große XR-Ausstellungen gab es beim Festival der Zukunft der 1Eg Community in Kooperation mit dem Deutschen Museum und auf den Medientagen München.
- Der XR HUB beantwortet Fragen jeder Art und hilft beim Finden geeigneter Partner, der richtigen Förderprogramme, relevanter Inhalte etc.

Thematische Schwerpunkte lagen 2023 auf Bildung und Training, Industrieanwendungen, Kunst & Kultur sowie dem Metaverse.

### **XR LAB**

Seit Dezember 2022 bietet der XR HUB auch reale XR-Erlebnisse im XR LAB in München an. Das XR LAB befindet sich seit September 2023 im Forum der Zukunft im Deutschen Museum. Für über 500 Besuchende in kleinen Gruppen konnten 2023 hier möglichst passgenau zusammengestellte Inhalte von Augmented über Mixed Reality bis zu Virtual Reality, Social VR-Anwendungen und XR-Sport erleben.

### **XR SPACES**

Der XR HUB hilft mit einem wachsenden Angebot an virtuellen Räumen auf Basis einer Open Source Software für verschiedenste Zwecke von Ausstellungen, Showrooms, Bildung, Meeting und Kollaborationsräumen bis zu Unterhaltungsangeboten beim Einstieg in das Metaverse. Zudem kann er Auskunft geben zu weiteren Social VR-Plattformen.

### **XR STAGE**

Das vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst geförderte Sonderprojekt: XR STAGE richtet sich an die freie Szene in Bayern und hat für sie und mit ihr virtuelle Räume geschaffen, und bietet Workshops zu XR-Technologien (von Spart AR bis zu Motion Capture) zur Erweiterung der Ausdrucksmöglichkeiten sowie Netzwerkveranstaltungen an.

### **XRExplorer Schools**

Das Projekt XRExplorer School richtet sich an Schulen, die mit XR Technologien den Unterricht neu gestalten wollen. Schulen, die sich nachvollziehbar und längerfristig dem Thema XR widmen, werden als XRExplorer School ausgezeichnet und werden Teil des XRExplorer-Netzwerkes. Ein regelmäßiger Blog und eine Sammlung von XR-Inhalten auf einer eigenen Webpage sowie Videos auf Social-Media-Plattformen flankieren das Thema. 2023 konnten vier weitere Schulen in das Netzwerk aufgenommen werden.

Der XR HUB Bavaria hat auch die Entstehung des neuen IHK-Ausbildungsberufs „Gestalter/-in Immersive Medien“, der seit August 2023 angeboten wird, aktiv unterstützt und lädt die Berufsschule Fürth sowie die Ausbildungsbetriebe regelmäßig zum Austausch ein.

Schließlich unterstützt der XR HUB das Projekt Perlen 4.0 der Stiftung Bildungspakt Bayern.

### **Medientage München**

Der XR HUB Bavaria präsentierte im XR SPACE als Teil der Expo bei den #MTM23 u. a. die Projekte XRExplorer Schools und XR Stage. Mit ausgewählten Cases wie „Die unendliche Bibliothek“ von Mika Johnson und dem Goethe Institut, „Lebendige Archäologie“ von ArcTron 3D oder der „VR Speech Trainer“ von Straightlabs bot sich den Besuchenden die Möglichkeit, aktuelle XR-Projekte hautnah zu erleben.

## Games/Bavaria



Games/Bavaria ermöglicht Firmen und Kreativschaffenden in Bayern, ihr volles Potenzial zu entwickeln.

Die Schwerpunkte von Games/Bavaria sind Netzwerkkoordination der Gamesbranche in Bayern, Standortmarketing für den Games-Standort Bayern sowie die wirtschaftliche Förderung der Gamesbranche. Über die eigenen Social-Media-Kanäle und die Website bleiben Interessierte immer auf dem neuesten Stand zu allen wichtigen Themen und den Aktivitäten rund um #GamesinBavaria. Games/Bavaria berichtet über Aktivitäten und Errungenschaften von Game Developern aus Bayern sowie über die Landes- und Bundesförderung der Videospielementwicklung in Bayern.

### Netzwerkkoordination und Standortmarketing

Mit eigenen Events, Sponsoring und Unterstützung bei der Organisation von Community-Events sowie einer Community auf der Plattform Discord bringt Games/Bavaria Gamesschaffende zusammen.

Ein Highlight des Jahres 2023 war die Umsetzung der ersten bayerischen Games-Messe, GG Bavaria, die von knapp 2000 Interessierten an zwei Tagen im Februar besucht wurde. In der Alten Kongresshalle in München war ein Austausch mit der Community aus Games und eSports möglich und es konnten über 30 Indie-Games aus Bayern angespielt und die Angebote der Artists angeschaut werden. Im Rahmenprogramm begeisterten Programmpunkte wie der Cosplay-Contest oder das Streaming mit namhaften Games-Influencern auf der Bühne.

2023 unterstützte Games/Bavaria unter anderem erneut den Münchner Auftritt des Global Game Jam, bei dem Spieleentwickler innerhalb von 48 Stunden ein weltweit einheitliches Thema in Spiele umsetzen, und das traditionelle GameCampMunich.

Um Games aus Bayern über die Grenzen des Freistaats hinaus sichtbar zu machen, organisiert der Games Hub Auftritte auf (inter-)nationalen Events und arbeitet mit wichtigen Partnern aus Kultur und Industrie zusammen. So zeigten auf der gamescom 2023 in Köln mehrere bayerische Games-Firmen ihre Spiele an Gemeinschaftsständen. Matchmaking-Events, professionelle PR sowie Streaming vor Ort ergänzten das Angebot.

### Wirtschaftliche Förderung

Games/Bavaria schafft die strukturellen Rahmenbedingungen für Games am Wirtschaftsstandort Bayern. Der Career Day bringt Unternehmen und Game Developer zusammen. Gründer und junge Unternehmen unterstützt der Games Hub mit Mentoring und Workshops sowie Acceleration-Programmen.

Das Mentoring-Programm begleitet die Entwicklung von Spielen mit Beratungsangeboten. Die Partnerschaft mit einem B2B-Acceleration-Programm ermöglichte darüber hinaus ausgewählten Developern, mit Experten an ihren Pitch Decks und Spielekonzepten zu arbeiten, um im Rahmen verbindlich vereinbarter Termine Investoren, Businesspartner oder Publisher zu akquirieren.

# Information

Transparenz, Information und Serviceangebote für die Öffentlichkeit sind der Landeszentrale ein wichtiges Anliegen. Über ihre Aufgaben und Positionen informiert die BLM offline und online. Dafür nutzt sie verschiedene Kommunikationskanäle wie Pressemitteilungen, Publikationen, verschiedene Newsletter und das BLM Magazin „Tendenz“. Neben der Website [www.blm.de](http://www.blm.de) hat der Social Media-Auftritt der BLM einen wesentlichen Anteil an der Online-Kommunikation. Darüber hinaus sind Veranstaltungen ein wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Neben ihren in der Medienbranche etablierten und immer gut besuchten Veranstaltungsreihen, organisiert die Landeszentrale eine Vielzahl von Einzelevents zu aktuellen Themen.

## Publikationen

### Neuer BLM-Auftritt mit Claim

Auf den Medientagen 2023 hat die BLM ihren neuen Markenauftritt präsentiert – erstmals mit einem Claim, der die Kernkompetenzen und Werte der BLM spiegelt. Er lautet „Kompetenz stärken. Vertrauen schaffen“.

Um reflektiert und sicher mit Medien umgehen zu können, braucht es Kompetenz bei den Nutzenden. Und: Verantwortungsbewusstsein bei Medienschaffenden und Unternehmen. In einer Medienwelt, die sich sehr schnell verändert, will

die Landeszentrale mit Blick auf ihre beiden Kernzielgruppen für Kompetenz, Vertrauen und Orientierung sorgen. Und dabei Menschen und Medien verbinden, so die im Markenkern formulierte Aussage. Zu den Aufgaben der BLM gehört es, Medienvielfalt zu sichern und dadurch die freie Berichterstattung zu schützen. Eine sichere Mediennutzung wird durch die Stärkung der Medienkompetenz ermöglicht. Beides zusammen schafft Vertrauen. So soll die BLM nicht nur in ihrer Aufsichtsfunktion, sondern auch über ihre Schutz- und Ratgeberrolle wahrgenommen werden.

Kompetenz  
stärken.  
Vertrauen  
schaffen.

Die BLM präsentierte ihren neuen Claim auf den Medientagen München 2023.



Zweimal jährlich erscheint das Medienmagazin der Landeszentrale.

Das im Claim ausgedrückte Selbstverständnis erfordert eine vielfältige Kommunikation. Deshalb ist im Corporate Design die Verbindung zwischen Logo und Claim durch eine Sprechblase symbolisiert. Der Claim ist im Rahmen des Außenauftritts der BLM auf Rollups, beim mobilen Messestand, auf Werbemitteln, auf der Website [www.blm.de](http://www.blm.de), in Publikationen und im neuen **Imagefilm** umgesetzt worden.

### Pressemitteilungen und Newsletter

2023 hat die Landeszentrale 80 Pressemitteilungen veröffentlicht. Zudem sind die Ergebnisse der Sitzungen des Medienrats und seiner Ausschüsse sowie die Berichte des BLM-Präsidenten und des Medienrats-Vorsitzenden online abrufbar.

Außerdem publiziert die Landeszentrale drei verschiedene **Newsletter**. Im BLM-Newsletter sind die wichtigsten Nachrichten aus den Rubriken Medienpolitik, Radio, Fernsehen, digitale Trends, Medienkompetenz, Jugendschutz, Forschung, Netzwerk und Termine zu finden.

Ihre Veranstaltungen kündigt die Landeszentrale in einem Event-Newsletter an, der Themen, Referenten und eine Anmeldemöglichkeit enthält.

Auch die vier digitalen Ausgaben des BLM-Magazins „Tendenz“ werden jeweils in einem Newsletter angekündigt.

### Tendenz

**Tendenz**, das Medienmagazin der Landeszentrale, erscheint zweimal jährlich zu einem Schwerpunktthema aus der Medien- und Kommunikationsbranche als Print-Magazin und online auf der Website [www.blm.de](http://www.blm.de).

Das Schwerpunktthema der ersten Ausgabe, die im Mai 2023 erschien, lautete: „Generation Z – wie sie tickt und welche Rolle Medien dabei spielen“. Sie befasste sich mit Themen wie Veränderung des Mediennutzungsverhaltens, Informationskompetenz, New Work, Markenvertrauen und Nutzerschutz. Die zweite Ausgabe der Tendenz orientierte sich am Motto der Medientage München und beschäftigte sich mit dem Thema „Künstliche Intelligenz in der Medienwelt“.

### BLM-Broschüre

Aktualisiert wurde zu den Medientagen München 2023 auch die **BLM-Broschüre**. Anhand von Beispielen werden wesentliche Aufgaben, Ziele und Projekte der Landeszentrale beschrieben – ergänzt durch Daten und Fakten. Jeweils eine Doppelseite ist den Themen Vielfalt, Programm, Technik, Ausbildung, Medienkompetenz, Werbung, Nutzerschutz, Jugendschutz, Online-Aufsicht, Forschung, Vernetzung und Innovation gewidmet. Da sich vor allem die Aktivitäten und Vorgehensweisen im Nutzerschutz, im Jugendschutz und in der Online-Aufsicht geändert haben, sind diesen Aufgaben jetzt eigene Kapitel gewidmet.

### Service-Ratgeber und Informationsmaterialien

Ein verantwortlicher Umgang mit digitalen Medien erfordert Kompetenz. Ob es um die richtige Werbekennzeichnung in Online-Medien geht oder um Informationen über Verschwörungsmythen: Die Landeszentrale hat 2023 eine Reihe von Service-Ratgebern und Informationsmaterialien zu [Werbung](#), [Medienkompetenz](#) sowie zu [Verschwörungsmythen](#) herausgegeben und dadurch ihre Präventionsarbeit intensiviert.

Alle Broschüren und Informationsmaterialien können über die Website der [BLM](#) bzw. der [BLM Stiftung Medienpädagogik](#) entweder als Printausgabe bestellt oder kostenlos heruntergeladen werden.

### BLM-Schriftenreihe

Studien oder Rechtsgutachten im Auftrag der Landeszentrale werden in der BLM-Schriftenreihe veröffentlicht. Im Berichtszeitraum ist als [Band 110](#) die Expertise „Dark Patterns und Digital Nudging in Social Media – wie erschweren Plattformen ein selbstbestimmtes Medienhandeln?“ erschienen. Untersucht wird die Frage, was gegen die manipulative Gestaltung sozialer Medien getan werden kann, um eine exzessive Nutzung zu verhindern (s. a. Seite 92).

### Jahresberichte

Wie stark das Engagement der BLM für den Jugendschutz ist, zeigt der [Jugend- und Nutzerschutzbericht 2023](#). Mit über 2.700 geprüften Fällen, die hauptsächlich aus dem Bereich Teleme-

dien (Internet) kommen, gab es im Jahr 2023 einen neuen Rekord. Dank des Einsatzes von KI-Technologie in der Aufsicht kann die BLM den Kampf gegen Online-Verstöße aber erfolgreich vorantreiben, so ein Fazit des Berichtes, der sich auch intensiv mit den Initiativen gegen Hass im Netz auseinandersetzt.

Im Fokus des [26. Jahresbericht Medienkompetenz 2022/2023](#) steht das Thema Soziale Medien, denn die intensive Social-Media-Nutzung durch Kinder und Jugendliche birgt Chancen und Risiken. Nach dem Motto „Zeitgemäße Medienkompetenz-Vermittlung muss Neugier und Verständnis wecken statt Verbote auszusprechen“ dokumentiert der Bericht die zahlreichen Projekte und Initiativen im Sinne aktiver Medienarbeit, wie z. B. „Mach Dein Radio“.

Die Aufsichts- und Förderaufgaben der BLM sind vielfältig. Seit 2021 gehört auch die Förderung der Nachhaltigkeit im Medienbereich dazu. Der [3. Nachhaltigkeitsbericht](#) der BLM zeigt anhand kleiner Projekte und großer Initiativen, wie die nachhaltige Transformation in der Landeszentrale und der gesamten Medienbranche vorangetrieben wird. Die Landeszentrale hat zudem im Jahr 2023 erstmals einen [Bericht](#) gemäß dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex abgegeben.

Zu den jährlich erscheinenden BLM-Publikationen gehört vor allem der [Geschäftsbericht](#), der die Aktivitäten, die Aufgaben und den Finanzbericht der Landeszentrale enthält.

Ein Überblick über alle Publikationen der Landeszentrale ist [hier zu finden](#).

## Internet

Die Website der BLM  [www.blm.de](http://www.blm.de) macht die Aufgaben und Tätigkeiten der BLM sowie ihrer Gremien einer breiten Öffentlichkeit zugänglich. Sie bietet Medienschaffenden, Auszubildenden und medieninteressierten Bürgerinnen und Bürgern ein umfassendes Informationsangebot zum privaten Rundfunk und zu Telemedien in Bayern. Auch Eltern, Erziehende und medienpädagogisch Tätige finden dort ein breites Spektrum an wertvollen Informationen und Materialien für den erzieherischen Alltag oder ihre Arbeit.

Im Jahr 2023 wurde die Seite einer umfangreichen Überarbeitung unterzogen. Ziel des sog. „Rebrush“ war es, die Aufgaben der BLM auf den ersten Blick noch deutlicher zu machen: Unter den Navigationspunkten „Wer wir sind“, „Wir regulieren“, „Wir fördern“, „Wir forschen“ und „Wir informieren“ werden Struktur und Organisation der BLM sowie ihre Kernaufgaben dargestellt. Unter dem Punkt „Wir für Sie“ finden sich Informationen zu Events, FAQs, Stellenangeboten und das  **Bestellsystem** für medienpädagogische Materialien. Die Möglichkeit zur Beschwerde rundet das erweiterte Serviceangebot ab. Für Pressevertreterinnen und -vertreter steht ein DirektEinstieg zur Verfügung.

Den Aufgaben und Tätigkeiten des Medienbeauftragten für den Datenschutz ist ein eigener Navigationspunkt  **Datenschutz** gewidmet. Hier haben die Nutzenden die Möglichkeit, eine Datenpanne oder eine Datenschutzverletzung zu melden.

Eine wichtige Neuerung ist der smarte BLM-Assistent. Er leitet die Nutzenden direkt auf Themen ihres Interesses und ermöglicht so eine individuellere Nutzererfahrung. Unter der Prämisse „schneller zum Ziel“ werden zu Schwerpunkten wie „Medien sicher nutzen“, „Hass & Fake News“, „Werbung & Influencermarketing“ oder auch „Arbeiten in den Medien“ und „Medienstandort & Innovation“ ausgewählte Inhalte aus den einzelnen Navigationspunkten der BLM-Website bereitgestellt.

Weitere Kerninhalte der Seite sind weiter die Sendersuche sowie ein Projekte- und Initiativen-Slider. Im Passwortgeschützten Bereich des sog. „Gremien-Intranets“ rufen Gremienmitglieder der BLM Sitzungsunterlagen und weitere Informationen ab. Das Angebot „Leichte Sprache“ bietet Nutzenden mit geistiger Beeinträchtigung und/oder Lese- bzw. Spracheinschränkungen einen Überblick über die Aufgaben und Tätigkeiten der Landeszentrale.

Die Farbgestaltung der Seite orientiert sich am BLM-Design. Im Hinblick auf starke Kontraste im Rahmen einer barrierefreien Programmierung dominiert ein dunkles Blau mit weißem Mouse-Over-Effekt. In der Formensprache geht das Design neue Wege und greift das Motiv der Kompassnadel im BLM-Logo auf. Das Logo und der neue Claim „Kompetenz stärken, Vertrauen schaffen“ sind auf jeder Seite prominent platziert und bieten mit einem Klick ein bequemes „Zurück“ zur Startseite.

### Weitere Internetangebote

Die Website [www.konsequent-gegenhass.de](http://www.konsequent-gegenhass.de) flankiert die Initiative „Justiz und Medien – konsequent gegen Hass“. In einem geschützten Bereich werden den Mitwirkenden Infos, Downloads und Schulungsunterlagen bereitgestellt.

Die Radioplattform [Mach dein Radio](#) der BLM steht allen bayerischen, nichtkommerziellen Radio-Interessierten zur Verfügung. Hier können Schulradio-AGs, Jugendradiomacher, Campusradios oder auch interessierte Bürgerinnen und Bürger selbst einen Radiokanal anlegen, Beiträge produzieren und somit zur Meinungsvielfalt beitragen.

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

Die Webseite [www.medien.bayern](http://www.medien.bayern) bietet einen Überblick über die Aktivitäten der Medien.Bayern GmbH und Zugang zu den Websites ihrer [8 Teilmarken](#).

Die Webpräsenz des von mehreren Landesmedienanstalten getragenen Forschungsprojekts [„Online-Audio-Monitor“](#) wird von der BLM redaktionell betreut.

Profil des Präsidenten [Dr. Thorsten Schmiege](#) vertreten. Außerdem gibt es einen eigenen [YouTube-Kanal](#) der BLM, auf dem zum Beispiel Videomitschnitte aus Veranstaltungen, Interviews oder themenbezogene Umfragen eingestellt werden.

Aufgrund der problematischen Entwicklung von Twitter/X nach der Übernahme durch Elon Musk hat sich die BLM im Herbst 2023 entschieden, dieses Profil vorerst nicht mehr zu bespielen.

Der Dialog mit den Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzern bezieht sich in der Regel auf Fachthemen wie Aus- und Fortbildung sowie Fragen und Beschwerden zur Werbe- und Jugendschutzaufsicht. Bei LinkedIn zeigt die rege Interaktion und die stark steigende Zahl der Follower, dass Medienunternehmen sowie Persönlichkeiten aus der Branche immer stärker in diesem Business-Netzwerk vertreten sind.

Die Vernetzung mit den Profilen der Medientage München, des Media Lab Bayern, des Mediennetzwerkes Bayern und XPLR:MEDIA in Bavaria bringt Synergien für alle Beteiligten, da in diesem digitalaffinen Umfeld Posts aus den Themenbereichen Innovation, digitaler Journalismus und Startups gut angenommen werden.

## Social-Media-Aktivitäten

Einen wesentlichen Anteil an der Online-Kommunikation der BLM hat der Social-Media-Auftritt mit Profilen auf [Facebook](#) und [Instagram](#). Im Business-Netzwerk LinkedIn ist die [BLM als Institution](#) und mit einem eigenen

### Medientage-Blog

Zur Platzierung und Diskussion von Fachthemen sowie zur Vernetzung mit der Medienbranche eignen sich auch die Blogbeiträge der Landeszentrale. Im Rahmen des [Medientage-Blogs](#)

Auf großes Interesse stieß der [BLM-Beitrag](#) für den Medientage-Blog zur Social-Media-Nutzung der Gen Z.

erscheinen regelmäßig Beiträge der BLM, u. a. Berichte aus Veranstaltungen, über Ergebnisse aus Forschungsarbeiten der BLM oder medienpolitische Positionen des BLM-Präsidenten.

## Veranstaltungen

Erfolgreiche Veranstaltungsreihen wie der Safer Internet Day, die Augsburger Mediengespräche oder Fachtagungsreihen wurden auch 2023 fortgesetzt. Zudem fand eine Reihe von Einzelevents zu aktuellen Themen statt.

Das  **MedienNetzwerk Bayern** und die  **Medientage München GmbH** kooperieren bei einigen Veranstaltungen mit der Landeszentrale und organisieren zudem eine Reihe weiterer Veranstaltungen. Auch  **Mach Dein Radio** veranstaltet regelmäßig Events für jede Altersgruppe sowie Lehrerfortbildungen.

### Safer Internet Day

Die BLM beteiligte sich im Jahr 2023 bereits zum 17. Mal am Safer Internet Day. Über die BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern wurden insgesamt 40 Elternabende des Medienpädagogischen Referentennetzwerks Bayern zum Thema „Sicheres Internet“ angeboten, die sowohl online als auch in Präsenz vom 6. bis 10. Februar 2023 kostenlos stattfanden. Zehn dieser Elternabende wurden durch eine Zusatzförderung der BLM ermöglicht. Rund 1.500 Eltern erhielten konkrete Praxistipps zur sicheren Internetnutzung sowie weiterführende Informationen anhand medienpädagogischer Materialien.

### 5G Media Initiative

Die  **5G Media Initiative** vernetzt Medien, Wissenschaft und Industrie um Know-how auszutauschen, gemeinsame Positionen zu erarbeiten und Forschungsprojekte zu initiieren. Dabei steht der Medienbezug im Vordergrund der Tätigkeiten. Neben der BLM sind eine Reihe namhafter Institutionen Partner der Initiative. Die Landeszentrale finanzierte zusammen mit dem Bayerischen Rundfunk im Jahr 2023 drei Online-Sitzungen der 5G Media Initiative, die die Bayerische Medien Technik GmbH (bmt) im Auftrag durchführte.

### Gefährliche Verschwörungsgeschichten

Die Veranstaltung  **Gefährliche Verschwörungsgeschichten – Beiträge zu Medienthemen in Leichter Sprache** richtete sich am 18. April 2023 sowohl an Fachkräfte als auch an Menschen mit Leseschwierigkeiten. Im Vordergrund stand die Frage, was für die verschiedenen Zielgruppen wichtig ist und wie man gute Materialien bekannter machen kann. Expertinnen und Experten diskutierten hierzu in Panels und gaben Impulse für die praktische Anwendung. Sie stellten Best-Practice-Beispiele vor und standen danach für Fragen und Anregungen aus dem Publikum zur Verfügung.

## BLM Veranstaltungen 2023

- **6. bis 16. Februar**  
BLM/Stiftung Medienpädagogik  
**Safer Internet Day**  
*OnlineAmLimit*  
Info-Abende an verschiedenen  
Schulen in Bayern
- **17. März /14. Juli /20. Oktober**  
bmt/BLM/BR  
*5G Media Initiative*
- **18. April**  
BLM/Aktion Jugendschutz,  
Landesarbeitsstelle Bayern e.V. (aj)  
*Gefährliche Verschwörungs-  
Geschichten – Beiträge zu  
Medienthemen in leichter Sprache*
- **26. April**  
BLM  
**Fachtagung Jugend- und  
Nutzerschutz**  
*Fit, gesund und aufgeklärt dank  
Social Media? Der Einfluss digitaler  
Medien auf junge Nutzerinnen  
und Nutzer*
- **27. April**  
BLM  
**Rechtssymposium**  
*Künstliche Intelligenz: Heraus-  
forderungen für das Medienrecht*
- **3. bis 21. Mai**  
DOK.fest/BLM  
**DOK.fest München**  
**DOK.digital Preis**
- **17. Mai**  
BLM/SIN Studio im Netz/  
Referat für Bildung und Sport  
der LH München/GMK  
**Fachtag „Kinder in der  
Wissensgesellschaft“**  
*„25 Jahre MuLa – Pionierprojekt  
frühkindlicher Medienbildung  
feiert Jubiläum“*
- **27. Juni**  
BLM  
**Infoveranstaltung zum Nach-  
haltigkeitspakt Medien Bayern**  
*Nachhaltigkeit leben,  
publizistische Verantwortung  
wahrnehmen!*
- **4. bis 5. Juli**  
Medien.Bayern GmbH/BLM  
**Lokalrundfunktage Nürnberg**  
**Verleihung BLM Preise**
- **12. Juli**  
BLM  
*Wie Social-Media-Anwendungen  
versuchen, junge Nutzerinnen  
und Nutzer in den Bann zu ziehen*
- **14. September**  
BLM/mabb/LFK/Landesanstalt  
für Medien NRW/BVDW/VAUNET/  
RMS  
**Präsentation Online-Audio-  
Monitor**
- **11. Oktober**  
BLM/BStMJ)  
**Konsequent gegen Hass**  
*Workshop „Strategien und  
Impulse gegen Hass im Netz“*
- **25. bis 27. Oktober**  
Medien.Bayern GmbH/BLM  
**Medientage München 2022**
- **6. November**  
BLM  
**Augsburger Mediengespräche**  
*Übernimmt jetzt die KI?  
Auswirkungen der Künstlichen  
Intelligenz auf Medien und Ge-  
sellschaft*
- **17. November**  
BLM/BtMJ/GFF/Lumen –  
Harvard Universität/Meldestelle  
REspect!/TUM Think Tank  
**Multi-Stakeholder-Workshop  
des TUM Think Tanks**  
*Konstruktiven Dialog  
ermöglichen – Online-Hassrede  
bekämpfen*
- **24. November**  
JFF/BLM/BtMAS  
**Interdisziplinäre Fachtagung**  
*Viva la Generation – Die Genera-  
tionendebatte in den Medien*
- **30. November**  
BLM  
**Fachtagung des Forums Medien-  
pädagogik**  
*Youngsters zwischen Prompting  
und Faktencheck – Der Umgang  
mit Informationen in Zeiten  
von Algorithmen und KI*

### Fachtagung Jugendschutz- und Nutzerkompetenz

Digitale Interaktionen, also beispielsweise die Kontaktpflege über Facebook, WhatsApp, Snapchat und Co., sind ein wichtiges Instrument, um Gleichgesinnte zu finden, soziale Kompetenzen zu stärken und Wertschätzung zu erfahren. Mit der Frage, welche gesundheitlichen Risiken die digitale Mediennutzung haben kann, beschäftigte sich am 26. April 2023 die  **Fachtagung Jugendschutz und Nutzerkompetenz** mit dem Titel „Fit, gesund und aufgeklärt dank Social Media? Der Einfluss digitaler Medien auf junge Nutzer und Nutzerinnen“. Das Thema wurde interdisziplinär behandelt und diskutiert. Expertinnen und Experten vermittelten den Teilnehmenden praxisnahe Tipps. Gelegenheit zum Austausch boten verschiedene Infostände und eine Ideenbörse in der Pause.

### Rechtssymposium

Das Rechtssymposium „Anforderungen an die Medienregulierung“ der BLM am 27. April 2023 in den Räumen der BLM bildete den ersten Teil des zweitägigen Symposiums  **Künstliche Intelligenz: Herausforderungen für das Medienrecht**, das in Kooperation mit dem Institut für Urheber- und Medienrecht e.V. (IUM) durchgeführt wurde. Es folgte am 28. April unter der Federführung des  **IUM** im Literaturhaus in München der zweite Teil, der sich mit den Veränderungen der Medienlandschaft durch eigenständig agierende algorithmische Entscheidungssysteme (ADM-Systeme) beschäftigte.

### **DOK.fest München @home und im Kino**

Das DOK.fest München fand dieses Jahr erneut dual statt: Die rund 130 Filme aus 55 Ländern waren sowohl in Münchner Partnerkinos (vom 3. bis 14. Mai 2023) als auch zuhause auf der digitalen Leinwand (vom 8. bis 21. Mai 2023) zu sehen. So fanden die sorgfältig kuratierten Dokumentarfilme den Weg zum größtmöglichen Publikum – und das so barrierefrei wie möglich. Die Landeszentrale fördert das DOK.fest mit einem Zuschuss.

#### ■ **DOK.digital**

Im Rahmen des DOK.forums auf dem Internationalen Dokumentarfilmfestival München wurde auch der von der BLM gestiftete und mit 2.500 Euro dotierte Preis für digitale Erzählformate DOK.digital verliehen. Ziel ist es, die Entstehung neuer innovativer Projekte, die verschiedene mediale Formate und Plattformen sinnvoll mit dem Inhalt verbinden, zu fördern. Die Preisverleihung an das Projekt „Truth Detectives“ fand am 7. Mai 2023 in der HFF München statt.

### **Fachtag „Kinder in der Wissensgesellschaft“**

Am 17. Mai 2023 fand in der BLM der Fachtag  **Kinder in der Wissensgesellschaft** statt. Der Fachtag wird jährlich im Rahmen des Langzeitprojekts  **MuLa – Multimedia-Landschaften für Kinder** organisiert. Unter dem Motto „25 Jahre MuLa – Pionierprojekt frühkindlicher Medienbildung feiert Jubiläum“ blickte der Veranstalter „Studio im Netz“ gemeinsam mit den Kooperationspartnern

und Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Veranstaltung zurück auf die MuLa-Anfangstage, gab Einblicke in die Kita-Praxis und setzte sich mit derzeitigen Entwicklungen und neuen Trends auseinander. Zudem gab es wieder kreative Ausprobier-Stationen vor Ort.

MuLa wird seit 1997 in München in enger Kooperation und im Austausch mit dem Referat für Bildung und Sport der Landeshauptstadt München und den beteiligten Kindertagesstätten realisiert. Partner der Veranstaltung ist neben der BLM auch die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) e.V.

### **Infoveranstaltung Nachhaltig- keitspakt Medien Bayern**

Die hybride  **Infoveranstaltung zum Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern** stellte den Pakt am 27. Juni 2023 allen Interessierten vor und erläuterte Medienunternehmen die Möglichkeiten, einen eigenen Nachhaltigkeitsansatz zu finden oder bestehende Nachhaltigkeitsstrategien weiterzuentwickeln. Bei einem anschließenden Get-together bot sich die Gelegenheit zum persönlichen Gespräch mit aktiven Teilnehmern und der koordinierenden BLM.

### **Lokalrundfunktage und Verleihung der BLM-Hörfunk- und Lokalfernseh-Preise**

Die  **Lokalrundfunktage** in Nürnberg sind deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk. Am 4. und 5. Juli 2023 wurde den Teilnehmenden wieder ein ausführli-

ches Workshop-Angebot, Seminare und eine Präsentation neuester Broadcast-Produkte geboten. Die Lokalrundfunktage werden von der Medien Bayern GmbH mit Unterstützung der Landeszentrale veranstaltet. Im Rahmen der Lokalrundfunktage wurden die Ergebnisse der aktuellen Funkanalyse Bayern 2023 Hörfunk präsentiert und die BLM-Hörfunk- und -Lokalfernseh-Preise für herausragende Leistungen im privaten lokalen Rundfunk in Bayern verliehen. Außerdem gab es zum vierten Mal den BLM-Publikumspreis in beiden Kategorien. Alle  **Gewinnerbeiträge** stehen über die BLM Homepage zum Download zur Verfügung.

### **Ursachen hoher Nutzungszeiten von sozialen Plattformen**

Die Online-Veranstaltung  **Wie Social-Media-Anwendungen versuchen, junge Nutzerinnen und Nutzer in den Bann zu ziehen** präsentierte am 12. Juli Forschungsergebnisse, die sich mit Ursachen hoher Nutzungszeiten von sozialen Plattformen wie TikTok, Instagram und Co befassen.

Prof. Dr. Rudolf Kammerl, Professor für Pädagogik mit dem Schwerpunkt Medienpädagogik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, ist im Auftrag der BLM der Frage nachgegangen, welche Rolle dabei sogenannte Dark Patterns und Digital-Nudging-Strategien spielen. Auch die Wahrnehmung der Jugendlichen bezüglich solcher Mechanismen und das Bewusstsein über manipulative Designs wurden erhoben. Weitere Expertinnen und Experten trugen mit ergänzenden Überlegungen zu einer

interdisziplinären Perspektive auf das Thema bei. Schließlich wurde diskutiert, wie die Medienkompetenzvermittlung mit den komplexen Herausforderungen umgehen kann.

### **Präsentation Online-Audio-Monitor**

Als bevölkerungsrepräsentative Studie gibt der  **Online-Audio-Monitor (OAM)** Auskunft über die Nutzung von Webradio, Musik-Streaming, Hörbüchern und Podcasts und beleuchtet aktuelle Trends im weiter boomenden Online-Audiomarkt. Die Ergebnisse des OAM 2023 wurden am 14. September per Livestream präsentiert und im Anschluss daran auch diskutiert.

### **Strategien und Impulse gegen Hass im Netz**

Am 11. Oktober 2023 fand in der BLM exklusiv für die Unterstützenden der Initiative ein ganztägiger Workshop unter dem Titel „Strategien und Impulse gegen Hass im Netz“ statt. Nach fast vier Jahren erfolgreicher Arbeit wurde so – neben dem fachlichen Austausch – ein persönliches Kennenlernen und eine Vernetzung aller Aktiven ermöglicht. Neben BLM-Präsidenten Dr. Thorsten Schmiege sprachen die Hate-Speech-Beauftragte der Bayerischen Justiz Teresa Ott sowie der Beauftragte der Bayerischen Polizei gegen Hasskriminalität, insbesondere Antisemitismus, Michael Weinzierl zu den mehr als 60 Zuhörerinnen und Zuhörern. Anschließend fand ein intensiver Austausch in Workshopgruppen zu Themen wie „KI und Hate Speech“ sowie „Hate Speech beim Community-Management“ statt.

## MEDIENTAGE MÜNCHEN

Die  37. Medientage München fanden unter dem Motto „Intelligence“ vom 25. bis zum 27. Oktober im House of Communication statt. Die Medientage München werden von der Medien Bayern GmbH veranstaltet und von der Bayerischen Staatskanzlei und der BLM gefördert.

### ■ BLM Veranstaltungen

Im Rahmen der Medientage fanden insgesamt 13 Veranstaltungen der BLM statt. Zuständig war die BLM v. a. für den Audio-Gipfel und die Audio- und Radioschiene, organisierte aber auch Panels zu den Themen Public Value, Nachhaltigkeit und Nachrichtennutzung.

### ■ Europatag

Darüber hinaus veranstaltete die BLM in Kooperation mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) erneut den Europatag. Schwerpunkt der Veranstaltung am 27. Oktober 2023 war die Regulatory Intelligence – es wurden die Entwicklungen Künstlicher Intelligenz sowie deren Regulierung besprochen.

### ■ Mach dein Radio Stars

Am 27. Oktober wurde außerdem bereits zum 5. Mal der Nachwuchspreis  **Mach dein Radio Star** vergeben. Teilnehmen konnten alle bayerischen Schul-, Jugend- und Campusradios, die einen eigenen Radiokanal auf dieser Webseite eröffnet hatten. Dabei gab es ein Preisgeld von jeweils 400 Euro.

## Augsburger Mediengespräche

Die  **Augsburger Mediengespräche**, die von der BLM in Zusammenarbeit mit den Augsburger Hörfunk- und Fernsehsendern und der Stadt Augsburg am 6. November zum neunzehnten Mal veranstaltet wurden, beschäftigten sich mit den Auswirkungen, die Künstliche Intelligenz und ihre Anwendungen auf Gesellschaft, Medien, Bildung und auch auf unsere Wirtschaft haben. Diskutiert wurde mit Medienexperten und Wissenschaftlern und einem Lehrer im Goldenen Saal des Augsburger Rathauses.

## Konstruktiven Dialog ermöglichen – Online-Hasrede bekämpfen

Am 17. November 2023 fand in der BLM der zweite Tag des Multi-Stakeholder-Workshops des TUM Think Tanks unter dem Motto „Konstruktiven Dialog ermöglichen – Online-Hasrede bekämpfen“ statt. Die BLM, das Bayerische Staatsministerium der Justiz, die Gesellschaft für Freiheitsrechte, Lumen – Harvard University, die Meldestelle REspect! sowie der TUM Think Tank führten diese bilinguale Veranstaltung als kollaboratives Projekt durch.

## Interdisziplinäre Fachtagung des JFF und der BLM

Unter dem Motto  **Viva la Generation – Die Generationendebatte in den Medien** setzte sich die 19. Interdisziplinäre Tagung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Kooperation mit der BLM und gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales am 24. November 2023 mit den folgenden Fragen auseinander:

- Was macht Mediengenerationen aus?
- Wie unterscheiden sie sich und inwiefern ist der Blick auf sie hilfreich oder hinderlich?
- Ist es angesichts großer gesellschaftlicher Herausforderungen und Anforderungen sinnvoll, eine Gesellschaft nach Alterskohorten zu unterscheiden?
- Wie kann intergenerational gedacht werden und wie können die unterschiedlichen Generationen voneinander profitieren, um aktuellen und kommenden Herausforderungen in Medien und mit Medien kompetent zu begegnen?
- Wie können alle Generationen über Medien gemeinsam Zukunft gestalten?

### **Fachtagung des Forums**

#### **Medienpädagogik der BLM**

Bei der  28. Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM mit dem Titel „Youngsters zwischen Prompting und Faktencheck – Der Umgang mit Informationen in Zeiten von Algorithmen und KI“ am 30. November 2023 wurden Chancen und Risiken beim Umgang mit Informationen in unserer heutigen Zeit beleuchtet sowie konkrete Einsatzmöglichkeiten von KI-Tools für die pädagogische Praxis aufgezeigt. Expertinnen und Experten gaben Tipps und Anregungen für den schulischen und außerschulischen Bereich. Verschiedene Informationsstände und eine Ideenbörse boten in den Pausen zudem die Möglichkeit zum Austausch und zur vertiefenden Diskussion.

## Archiv und Dokumentation

Der tägliche elektronische Pressespiegel gibt den Mitarbeitenden der BLM sowie einer Reihe anderer Landesmedienanstalten einen Überblick über Presseartikel zu Medienthemen und ermöglicht damit, wichtige Themen frühzeitig zu erkennen und die Entwicklungen von Märkten, Institutionen und Personen zu beobachten.

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

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

### **Medienarchiv**

Im Medienarchiv der BLM werden seit 1985 Sendemitschnitte aufbewahrt, die der Landeszentrale im Rahmen ihrer Programmaufsicht überlassen oder von ihr aufgezeichnet wurden. Es umfasst aktuell rund 70.000 Audio- oder Videobeiträge.

Zwar wird nur ein kleiner Teil der Programmleistungen der privaten Anbieter aufbewahrt und gespeichert, dennoch vermag es die programminhaltlichen Entwicklungen der privaten Rundfunkangebote in Bayern mit Originalmitschnitten zu dokumentieren.

# Datenschutz

Mit der Geltung der Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) seit Mai 2018 ist der Medienbeauftragte für den Datenschutz (Mediendatenbeauftragter) als unabhängige Aufsichtsbehörde im Sinne der Art. 51 DS-GVO mit allen Aufgaben und Befugnissen einer solchen ausgestattet und bereichsspezifisch für die Landeszentrale, bestimmte Beteiligungsunternehmen sowie die Anbieter nach dem BayMG zuständig. Daneben berät ein/e eigenständige Datenschutzbeauftragte/r die Landeszentrale gemäß Art. 20 Abs. 10 BayMG.

## Die Datenschutz- beauftragte

Die behördliche Datenschutzbeauftragte bei der Landeszentrale ist zusätzlich als betriebliche Datenschutzbeauftragte für die Stiftung Medienpädagogik Bayern, für die Media School Bayern GmbH, die Bayerische Medientechnik GmbH sowie für die Medien.Bayern GmbH eingesetzt. In dieser Rolle unterrichtet und berät sie die Geschäftsführung, Auftragsverarbeiter und Mitarbeitende hinsichtlich der Verarbeitung von Daten. Des Weiteren überwacht sie die Einhaltung der Datenschutzvorschriften, unterstützt bei

Datenschutzfolgenabschätzungen und kooperiert mit der Aufsichtsbehörde, dem Mediendatenbeauftragten.

### **Verarbeitungsverzeichnis**

Die BLM ist verpflichtet ein Verzeichnis von Verarbeitungen zu führen, das auf Verlangen der Aufsichtsbehörde vorzulegen ist. Das Verarbeitungsverzeichnis gibt einen fundierten Gesamtüberblick über alle Verarbeitungstätigkeiten der BLM, die im Hinblick auf personenbezogene Daten anfallen. Unter den Begriff

Verarbeitung können bereits einfache standardisierte Verarbeitungen im niederschweligen nichtautomatisierten Bereich, wie etwa Adresslisten, Verteilerlisten für Einladungen zu Veranstaltungen oder Newsletter-Verteiler etc. fallen. Den Verarbeitungen liegt eine umfassende Dokumentationsarbeit zugrunde. Diese Dokumentationspflicht (Accountability) ist nicht nur verpflichtend, um die Einhaltung der Grundsätze einer ordnungsgemäßen Verarbeitung darzulegen. Sie dient auch in Beschwerdefällen dazu, der Aufsicht die Einhaltung der Grundsätze einer ordnungsgemäßen Verarbeitung nachzuweisen, was den Verantwortlichen im Hinblick auf Sanktionen entlasten kann. Zudem sind bei den Verarbeitungen von personenbezogenen Daten immer der Mitarbeiterdatenschutz sowie der Schutz von betroffenen Personen zu berücksichtigen. Dem wird gegebenenfalls mit einer Risikoanalyse sowie durch Zurverfügungstellung von Datenschutzhinweisen Rechnung getragen. Sofern personenbezogene Daten Dritten offengelegt werden, sind in der Regel Auftragsverarbeitungsverträge abzuschließen.

Im Jahr 2023 wurden neue Datenverarbeitungsprozesse eingeführt und bestehende Prozesse überprüft. Zu den neuen Prozessen gehörte beispielsweise die Nutzung eines QR-Codes in einer Plakatkampagne, um auf medienpädagogische Ressourcen auf der BLM-Website hinzuweisen. Dadurch konnten die Zugriffe auf die Website quantitativ erfasst werden, um den Bedarf genauer zu ermitteln. Des Weiteren wurden alle

Datenverarbeitungsprozesse im Zusammenhang mit den Gremien der BLM einer Evaluation unterzogen. Darüber hinaus wurden einige Auftragsverarbeitungsverträge abgeschlossen.

Die Verarbeitung personenbezogener Daten ist im Zeitalter des technischen Fortschritts oft eng mit der Nutzung von Betriebsmitteln verbunden. Hierbei werden häufig serverbasierte Software (on-premise) oder cloudbasierte Softwarebereitstellungsmodelle (Software as a Service = SaaS) eingesetzt. Im Jahr 2023 lag ein Schwerpunkt auf der Prüfung, ob und wie KI-basierte Tools verwendet werden sollten und wie sichergestellt werden kann, dass selbst eingegebene Daten nicht als Trainingsdaten dienen.

### **Datenschutzverletzungen/ Aufsichtsverfahren**

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

tatsächlichen Verletzung nicht verwirklicht hat. Des Weiteren wurden keine Aufsichtsverfahren eingeleitet.

### Sensibilisierungen

Im Jahr 2023 wurden alle Mitarbeitenden einschließlich der Führungsebene im Datenschutz durch die Datenschutzbeauftragte sensibilisiert und geschult.

## Der Medienbeauftragte für den Datenschutz

Näheres zur Tätigkeit des Medienbeauftragten für den Datenschutz findet sich in seinen  **Tätigkeitsberichten**.

Neben dem Bayerischen Landesbeauftragten für Datenschutz für den öffentlichen Bereich und dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht für den privaten Bereich ist als sektorspezifische Aufsichtsbehörde mit einem mehrköpfigen Team der Medienbeauftragte für den Datenschutz zuständig für den von der Landeszentrale getragenen „privaten“ Rundfunkbereich, also für die BLM, deren wesentliche Beteiligungsunternehmen und vor allem ihre Anbieter.

Er überwacht bei diesen Stellen die Einhaltung der Vorgaben des Datenschutzrechts. Sein Zuständigkeits- und Aufsichtsbereich ist dabei nicht auf die speziell für den Medienbereich geltenden Datenschutzvorschriften – wie etwa das Medienprivileg – beschränkt, sondern umfasst alle Datenschutzbereiche, die ansonsten den staatlichen Aufsichtsbehörden nach der DS-GVO zugewiesen sind. Zu diesen gehören beispielsweise auch der Mitarbeiterdatenschutz, der Schutz von Gesundheitsdaten oder auch der Schutz von Bank- und Kontaktdaten.

Zum Tagesgeschäft des Mediendatenbeauftragten gehört neben der Primäraufgabe aller Aufsichtsbehörden, die Anwendung der DS-GVO zu überwachen und durchzusetzen, vor allem die Bearbeitung von Beschwerden und Kontrollanregungen sowie von Datenschutzvorfällen. Ebenso umfasst das Tätigkeitsfeld die Beratung der BLM, ihrer Tochterunternehmen sowie der Anbieter rund um das Thema (Medien-)Datenschutz wie auch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit und insbesondere von Kindern und Jugendlichen für Themen des Mediendatenschutzes.

Eine weitere Aufgabe ist die Information und Fortbildung der oben genannten Zielgruppen zu aktuellen Entwicklungen und Fragestellungen aus dem Bereich des Mediendatenschutzes. Hierfür finden regelmäßig Anbieterworkshops statt, in denen aktuelle Rechtsentwicklungen, Veröffentlichungen der Datenschutzkonferenz (DSK), des Europäischen Datenschutzausschusses (EDSA) oder aus den Task Forces des EDSA vorgestellt werden.

Der Medienbeauftragte für den Datenschutz ist in Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen und genießt bei der inhaltlichen Ausgestaltung seiner Aufsichtstätigkeit die im Europarecht hierfür vorgesehene völlige Unabhängigkeit. Er unterliegt dementsprechend auch keiner Rechts- oder Fachaufsicht. Näheres zu seiner Stellung ist in Artikel 20 Abs. 1 bis 9 BayMG sowie in der von der Landeszentrale erlassenen  „**Satzung über den Medienbeauftragten für den Datenschutz nach dem Bayerischen Mediengesetz**“ geregelt.

## Europäische Task Forces zum Datenschutz

Bereits seit dem Herbst 2020 nahm der Mediendatenbeauftragte regelmäßig an den Sitzungen der europäischen Task Force „101 Beschwerden“ und dann auch der Task Force „Banner“ des EDSA teil.

Die Task Force „101 Beschwerden“ untersuchte Beschwerdefälle, in deren Zentrum die Einbindung bestimmter Analysetools von Google und Facebook auf Webseiten und der damit verbundene Datentransfer in die USA stand.

Die Task Force „Banner“ befasste sich vor allem mit den an Einwilligungsersuchen zu stellenden Anforderungen, die eine freiwillige und informierte Entscheidung der Nutzer im Hinblick auf die Verarbeitung und Weitergabe ihrer Daten sicherstellen sollen. Der Verein noyb (My Privacy is non of your business) hatte hierzu verschiedene „Verstoßtypen“ herausgefiltert, die in der Task Force mit dem Ziel einer einheitlichen Aufsichtspraxis untersucht wurden.

Die maßgeblichen Berichte der  Task Force „Banner“ und der  Task Force „101 Beschwerden“ wurden zu Beginn des Jahres 2023 veröffentlicht.

Die darin enthaltenen Handlungsempfehlungen wurden in der Folge von den nationalen Datenschutzaufsichtsbehörden aufgegriffen und deren Umsetzung auch im Rahmen der DSK und ihrer Arbeitskreise diskutiert. Ziel ist es, zu einer möglichst einheitlichen Linie in der Praxis zu gelangen. So bestand ein Teil der Arbeit des Mediendatenbeauftragten in der Umsetzung und Anwendung dieser

Ergebnisse und der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen. Konkret bedeutete dies beispielsweise bei der Task Force „Banner“, dass der Mediendatenbeauftragte bei den in der Task Force angesprochenen zumeist internationalen Anbietern Verfahren einleitete, Rechtsverstöße untersuchte und anschließend im Benehmen mit den betroffenen Anbietern abstellte. Inhaltlich ging es vor allem um die Implementierung von alternativen Handlungsmöglichkeiten zu den zumeist erbetenen umfassenden Einwilligungen für Nutzer auf erster Ebene, wie z. B. „Ablehn-Button“. Eine solche Alternative muss vorhanden und leicht als solche erkennbar sein; ein Akzeptieren der zur Verfügung stehenden Cookies muss immer freiwillig erfolgen.

Als Nebeneffekt konnte dabei auch die Zusammenarbeit mit den nationalen Kollegen der DSK wie auch im Rahmen des EDSA mit den Kollegen aus den anderen europäischen Datenschutzaufsichtsinstitutionen intensiviert werden.

### Anbieterworkshop:

#### Austausch zu Cookie Bannern

Um die Ergebnisse aus den Task Forces direkt weiterzugeben, führte der Mediendatenbeauftragte am 11. Mai 2023 einen Workshop für Anbieter durch und schloss so an seine 2020 ins Leben gerufene und regelmäßig stattfindende Workshopreihe an.

Der Workshop „Alles Cookie? Regeln und praktische Empfehlungen zur Gestaltung von Einwilligungsersuchen“ setzte sich zum Ziel, den Anbietern die neuge-

Der Verein noyb vertritt Nutzerinteressen im Bereich des Datenschutzes gegenüber Unternehmen europaweit, indem er gezielt und gebündelt gegen Datenschutzverletzungen von (zumeist großen) Unternehmen antritt und ganze Beschwerde- und Klagewellen initiiert. Um dem von Aufsichtsseite koordiniert zu begegnen und eine einheitliche Aufsichtspraxis zu gewährleisten, wurden auf europäischer Ebene verschiedene Task Forces gegründet.

Auf der  Website des Europäischen Datenschutzausschusses werden regelmäßig neue Veröffentlichungen u. a. der Task Forces bekannt gegeben.

wonnenen Erkenntnisse und Auslegungsregeln näherzubringen und zu erläutern, um eine datenschutzkonforme Gestaltung von Cookies zu erleichtern. Grundlage hierfür waren vor allem die Ergebnisse der Task Force Banner. Ein kurzer Abriss der rechtlichen Grundlagen leitete über zur Vorstellung konkreter Fallbeispiele, die sich an den in der Task Force festgelegten Verstößtypen orientierten. Verstößtypen sind beispielsweise „no reject Button on the first Layer“. Dazu gehören der fehlende Ablehn-Button auf der ersten Ebene, „pre-ticked Boxes“, also bereits angehakte Kästchen für die Auswahl der Cookies, oder „deceptive Link Design“, also täuschende oder manipulative Gestaltungen von Links auf Websites. Anhand der Beispiele konnten Fragestellungen diskutiert und Änderungsvorschläge dargestellt werden.

### **Gestaltung von Consent Management Platforms**

Ebenfalls aufbauend auf den Erkenntnissen aus der Task Force „Banner“ untersuchte der Medienbeauftragte für den Datenschutz im Rahmen einer Feldforschung Websites zum Zweck einer Sachstandsanalyse.

Insbesondere wurde die Gestaltung von Content Management Platforms (CMPs) und in diesem Zusammenhang vor allem die von Cookie Bannern in den Blick genommen. Einen weiteren maßgeblichen Gesichtspunkt bildeten die Vorgaben des im Dezember 2021 in Kraft getretenen „Gesetzes zur Regelung des Datenschutzes und des Schutzes der

Privatsphäre in der Telekommunikation und bei Telemedien“ ( TTDSG). Dabei waren vor allem auch die im Hintergrund ablaufenden Prozesse zu betrachten, wie zum Beispiel ob Cookies oder andere Technologien geladen werden, zu welchem Zeitpunkt dies passiert und welche Folgen zu beobachten sind.

Anhand der Ergebnisse dieser Sachstandsanalyse wird zunächst eine Bewertung der vorzufindenden Marktgegebenheiten und der häufigsten Schwierigkeiten und Herausforderungen bei der Erfüllung der in dieser Hinsicht gegebenen gesetzlichen Anforderungen für den Zuständigkeitsbereich des Mediendatenbeauftragten zu erstellen sein. In einem nächsten Schritt sollen daraus Verstößtypen erarbeitet werden, die dann die Grundlage für Erörterungen mit den Verantwortlichen bilden können, in welcher Weise künftig bestehenden Mängeln abgeholfen und eine rechtskonforme Gestaltung von Cookies und eingesetzten Technologien erreicht werden kann. Hierzu ist auch die Durchführung weiterer Workshops vorgesehen.

# Finanzielle Entwicklung

## **Jahresabschluss 2023**

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

# Jahresabschluss 2023

## Bilanz zum 31. Dezember 2023

AKTIVA	EUR	31. 12. 2023 EUR	31. 12. 2022 TEUR
<b>A. Anlagevermögen</b>			
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
1. Entgeltlich erworbene ähnliche Rechte und Werte und EDV-Software		413.046,50	424
2. Geleistete Anzahlungen		69.821,18	43
		<u>482.867,68</u>	<u>467</u>
<b>II. Sachanlagen</b>			
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	13.069.080,76		13.441
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	14.739,00		8
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	684.865,08		917
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	77.790,61		71
		<u>13.846.475,45</u>	<u>14.437</u>
<b>III. Finanzanlagen</b>			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	532.773,64		533
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.036.258,40		1.713
3. Beteiligungen	3.111.724,32		3.112
4. Sonstige Ausleihungen	2.500.000,00		2.500
		<u>7.180.756,36</u>	<u>7.858</u>
		<b>21.510.099,49</b>	<b>22.762</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			
<b>I. Vorräte</b>			
Betriebsstoffe		15.753,92	13
		<u>15.753,92</u>	<u>13</u>
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14.219,33		4
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00		0
3. Sonstige Vermögensgegenstände	2.239.181,45		1.321
		<u>2.253.400,78</u>	<u>1.325</u>
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		26.275.738,49	21.246
		<b>28.544.893,19</b>	<b>22.584</b>
<b>C. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>246.628,72</b>	<b>171</b>
<b>Summe Aktiva</b>		<b>50.301.621,40</b>	<b>45.517</b>



## Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2023

	EUR	2023 EUR	2022 TEUR
<b>1. Erträge</b>			
a) Anteil am Rundfunkbeitrag	27.235.345,72		25.639
b) Gebühren	79.741,35		63
c) Finanzierungsbeitrag TV-Fensterprogramme	5.091.500,00		5.092
d) Sonstige Erträge	1.968.207,84		2.051
		34.374.794,91	32.845
e) Förderung gem. Art. 23 BayMG		11.287.211,97	11.009
		45.662.006,88	43.854
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>		471.711,50	1.182
		46.133.718,38	45.036
<b>3. Personalaufwand</b>			
a) Löhne und Gehälter	-7.244.181,81		-6.724
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-4.046.418,10		-1.895
davon für Altersversorgung	-2.778.560,70		-785
		-11.290.599,91	-8.619
<b>4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen</b>		-1.008.008,72	-1.063
<b>5. Aufwendungen für den Einzug des anteiligen Rundfunkbeitrags</b>		-677.364,26	-846
<b>6. Aufwendungen für Fördermaßnahmen</b>			
a) Programmförderung	-597.997,93		-599
b) Fernsehproduktionsförderung	-1.278.000,00		-1.278
c) Finanzierung TV-Fensterprogramme	-5.091.500,00		-5.091
d) Förderung technische Infrastruktur	-1.732.305,23		-1.934
e) Kosten des technischen Betriebes	-363.675,25		-372
f) Medienforschung	-750.446,36		-847
g) Ausbildungsförderung	-1.147.295,94		-1.060
h) Medienpädagogik	-677.291,84		-671
i) Mitgliedsbeiträge	-74.846,57		-74
j) Öffentlichkeitsarbeit/Veranstaltungen	-1.129.474,31		-1.015
k) BLM-Anteil Förderung gem. Art. 23 BayMG	-1.637.098,41		-1.656
l) Innovationsförderung	-250.000,00		-225
m) Mediennetzwerk	-227.439,93		-158
		-14.957.371,77	-14.980

	EUR	2023 EUR	2022 TEUR
<b>7. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>			
a) Förderung gem. Art. 23 BayMG	-11.287.211,97		-11.009
b) Aufwendungen für Organe der BLM und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	-1.412.900,21		-1.478
c) Übrige	-2.691.886,47		-2.776
		-15.391.998,65	-15.263
<b>8. Erträge aus Beteiligungen</b>		0,00	0
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		0,00	0
<b>9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens</b>		44.713,16	57
<i>davon aus verbundenen Unternehmen</i>		22.463,16	33
<b>10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</b>		567.988,55	7
<b>11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>		-132.829,55	-357
<b>12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>		0,00	0
<b>13. Ergebnis nach Steuern</b>		<b>3.288.247,23</b>	<b>3.972</b>
<b>14. Sonstige Steuern</b>		-167,95	0
<b>15. Jahresüberschuss</b>		<b>3.288.079,28</b>	<b>3.972</b>
<b>16. Entnahme aus der Investitionsrücklage</b>		0,00	0
<b>17. Entnahme aus der Allgemeinen Haushaltsrücklage</b>		0,00	0
<b>18. Einstellung in die Ausbildungsrücklage</b>		-810.000,00	0
<b>19. Einstellung in die Allgemeine Haushaltsrücklage</b>		-2.478.079,28	-3.972
<b>20. Bilanzgewinn</b>		<b>0,00</b>	<b>0</b>

## Anhang für das Geschäftsjahr 2023

### Jahresabschluss 2023

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

### Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

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

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

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

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

#### ■ Aktiva

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Sie werden über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung pro rata temporis. Die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer der immateriellen Vermögensgegenstände liegt dabei zwischen zwei und fünf Jahren.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um die planmäßigen Abschreibungen, bewertet. Das Sachanlagevermögen wird linear abgeschrieben. Im Zugangsjahr erfolgt die Abschreibung zeitanteilig.

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

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

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

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ist im Anlagepiegel dargestellt.

Die Vorräte werden mit ihren Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet. Bestandsminderungen, die sich aus der Lagerdauer oder der verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden durch Abwertungen berücksichtigt.

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

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

#### ■ Passiva

Das Eigenkapital wird zum Nennwert angesetzt.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach anerkannten versicherungsmathematischen Grundsätzen unter Anwendung des Anwartschaftsbarwertverfahrens (Projected-Unit-Credit-Methode) ermittelt. Als biometrische Rechnungsgrundlagen wurden die Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt.

Für die Abzinsung der Pensionsverpflichtungen wurde pauschal eine durchschnittliche Restlaufzeit von 15 Jahren unterstellt und dafür der von der Deutschen Bundesbank auf den Bilanzstichtag ermittelte durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre von 1,82 % p.a. angesetzt (Vj: 1,78 % p.a.). Die Bewertung erfolgte unter Einbezug eines Gehaltstrends von 2,00 % p.a. sowie eines Rententrends von 2,00 % p.a.

Aus der Abzinsung der Rückstellungen für Pensionen mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre ergibt sich im Vergleich zur Abzinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von 115,8 TEUR.

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

Für die Abzinsung der Verpflichtungen aus lebenslänglichen Beitragszahlungen zur Beihilfe- und Krankenversicherung wurde pauschal eine durchschnittliche Restlaufzeit von 15 Jahren unterstellt und dafür ein Rechnungszins von 1,74 % p.a. angesetzt. Für die Beitragszahlungen bei der BayBeamKK wurde keine jährliche Anpassungsdynamik, jedoch die altersabhängige Stufenanpassung berücksichtigt.

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

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag am Bilanzstichtag angesetzt.

Unter den passiven Rechnungsabgrenzungsposten werden Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Erträge für einen bestimmten Zeitraum danach darstellen.

Erträge werden grundsätzlich nach erbrachter Leistung realisiert. Aufwendungen werden nach erhaltener Leistung erfasst.

## Erläuterungen zur Bilanz

### ■ Aktiva

Unter den **immateriellen Vermögensgegenständen** sind erworbene Rechte und Werte und EDV-Software und Anzahlungen auf Software ausgewiesen. Im Geschäftsjahr wurden 271,1 TEUR (im Vorjahr 317,6 TEUR) investiert. Bei Restbuchwert-Abgängen von 0,0 TEUR (im Vorjahr 75,6 TEUR) sowie Abschreibungen von 255,3 TEUR (im Vorjahr 326,6 TEUR) hat sich der Restbuchwert um 15,8 TEUR auf 482,9 TEUR erhöht.

Der Buchwert der **Sachanlagen** hat sich um 590,2 TEUR auf 13.846,5 TEUR verringert. Die Veränderung ergibt sich aus Zugängen von 188,0 TEUR (im Vorjahr 413,5 TEUR), Buchwertabgängen von 25,5 TEUR (im Vorjahr 1,4 TEUR) und Abschreibungen von 752,7 TEUR (im Vorjahr 736,4 TEUR). Die Investitionen des Geschäftsjahres betreffen das Grundstück (0,3 TEUR), die Betriebs- und Geschäftsausstattung (172,1 TEUR), Rundfunktechnische Anlagen (9,1 TEUR) sowie das Bürogebäude (6,5 TEUR).

Unter den **Finanzanlagen** (7.180,8 TEUR, im Vorjahr 7.857,9 TEUR) sind Anteile an verbundenen Unternehmen, Ausleihungen an verbundene Unternehmen, Beteiligungen und sonstige Ausleihungen erfasst.

Die **Anteile an verbundenen Unternehmen** enthalten wie im Vorjahr Anteile an folgenden Unternehmen:

- MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München (18,0 TEUR)
- Medien.Bayern GmbH, München (138,3 TEUR)
- Bayerische Medien Technik GmbH, München (376,5 TEUR)

Die **Beteiligungen** bestehen an folgenden Unternehmen:

- FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München (4,1 TEUR)
- Stiftung Zuhören, Gießen (1 EUR)
- BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern, München (3.100,0 TEUR)
- WERK1.Bayern GmbH, München (7,6 TEUR)

Unter **den Ausleihungen an verbundene Unternehmen** ist ein in 2018 an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichtes Darlehen von ursprünglich 4.000,0 TEUR erfasst. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren und war im ersten Jahr (bis 30.06.2019) tilgungsfrei. Der Zinssatz beträgt 1,6 % p.a. Im Geschäftsjahr 2023 wurden 677,2 TEUR getilgt.

Die **sonstigen Ausleihungen** betreffen einen am 17.05.2022 gezeichneten Hypothekennamenspfandbrief (2.500,0 TEUR). Schuldnerin ist die UniCredit Bank AG in München. Der Pfandbrief hat eine Laufzeit von 3 Jahren (bis 17.05.2025) und wird mit 0,89 % p.a. verzinst.

## Entwicklung des Anlagevermögens 2023

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	Stand 1. 1. 2023 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Um- buchungen EUR	Stand 31. 12. 2023 EUR	Stand 1. 1. 2023 EUR	Abschreibung 2023 EUR	Abgänge EUR	Stand 31. 12. 2023 EUR	31. 12. 2023 EUR	31. 12. 2022 EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>											
1. Entgeltlich erworbene ähnliche Rechte und Werte und EDV-Software	1.778.691,43	141.034,22	515.981,12	102.935,00	1.506.679,53	1.354.316,93	255.269,22	515.953,12	1.093.633,03	413.046,50	424.374,50
2. Geleistete Anzahlungen	42.721,00	130.035,18	0,00	-102.935,00	69.821,18	0,00	0,00	0,00	0,00	69.821,18	42.721,00
<b>Summe immaterielle Vermögensgegenstände</b>	<b>1.821.412,43</b>	<b>271.069,40</b>	<b>515.981,12</b>	<b>0,00</b>	<b>1.576.500,71</b>	<b>1.354.316,93</b>	<b>255.269,22</b>	<b>515.953,12</b>	<b>1.093.633,03</b>	<b>482.867,68</b>	<b>467.095,50</b>
<b>II. Sachanlagen</b>											
1. Grundstücke und Geschäftsbauten	24.145.270,08	284,41	0,00	0,00	24.145.554,49	10.704.179,82	372.293,91	0,00	11.076.473,73	13.069.080,76	13.441.090,26
2. Rundfunk- und fernsehtechnische Anlagen und Einrichtungen	181.776,65	9.077,50	57.987,57	0,00	132.866,58	174.291,65	1.821,00	57.985,07	118.127,58	14.739,00	7.485,00
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.019.613,26	172.122,59	301.810,04	0,00	3.889.925,81	3.102.759,18	378.624,59	276.323,04	3.205.060,73	684.865,08	916.854,08
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	71.261,07	6.529,54	0,00	0,00	77.790,61	0,00	0,00	0,00	0,00	77.790,61	71.261,07
<b>Summe Sachanlagen</b>	<b>28.417.921,06</b>	<b>188.014,04</b>	<b>359.797,61</b>	<b>0,00</b>	<b>28.246.137,49</b>	<b>13.981.230,65</b>	<b>752.739,50</b>	<b>334.308,11</b>	<b>14.399.662,04</b>	<b>13.846.475,45</b>	<b>14.436.690,41</b>
<b>Zwischensumme I. und II.</b>	<b>30.239.333,49</b>	<b>459.083,44</b>	<b>875.778,73</b>	<b>0,00</b>	<b>29.822.638,20</b>	<b>15.335.547,58</b>	<b>1.008.008,72</b>	<b>850.261,23</b>	<b>15.493.295,07</b>	<b>14.329.343,13</b>	<b>14.903.785,91</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	532.773,64	0,00	0,00	0,00	532.773,64	0,00	0,00	0,00	0,00	532.773,64	532.773,64
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.713.417,80	0,00	677.159,40	0,00	1.036.258,40	0,00	0,00	0,00	0,00	1.036.258,40	1.713.417,80
3. Beteiligungen	3.211.723,32	0,00	0,00	0,00	3.211.723,32	99.999,00	0,00	0,00	99.999,00	3.111.724,32	3.111.724,32
4. Sonstige Ausleihungen	2.500.000,00	0,00	0,00	0,00	2.500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.500.000,00	2.500.000,00
<b>Summe Finanzanlagen</b>	<b>7.957.914,76</b>	<b>0,00</b>	<b>677.159,40</b>	<b>0,00</b>	<b>7.280.755,36</b>	<b>99.999,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>99.999,00</b>	<b>7.180.756,36</b>	<b>7.857.915,76</b>
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>38.197.248,25</b>	<b>459.083,44</b>	<b>1.552.938,13</b>	<b>0,00</b>	<b>37.103.393,56</b>	<b>15.435.546,58</b>	<b>1.008.008,72</b>	<b>850.261,23</b>	<b>15.593.294,07</b>	<b>21.510.099,49</b>	<b>22.761.701,67</b>

## Anteile an anderen Gesellschaften gem. § 285 Nr. 11 HGB

Gesellschaft	Eigenkapital	Beteiligungsquote	Ergebnis	
	TEUR	%	JAHR	TEUR
<b>Anteile an verbundenen Unternehmen</b>				
MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH, München	2.098,2	62	2022	(-) 1.184,8
Medien.Bayern GmbH, München	1.444,6	100	2022	(-) - 38,6
Bayerische Medien Technik GmbH, München	3.155,5	90	2022	(+) 569,4

Das Umlaufvermögen von 28.544,9 TEUR (im Vorjahr 22.584,3 TEUR) umfasst neben Vorräten an Büro- und EDV-Material (15,8 TEUR, im Vorjahr 12,7 TEUR), sowie Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen (2.253,4 TEUR, im Vorjahr 1.325,4 TEUR) vor allem den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten (26.275,7 TEUR, im Vorjahr 21.246,3 TEUR).

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (14,2 TEUR, im Vorjahr 4,6 TEUR) handelt es sich um offene Forderungen an Anbieter aus Hörfunk und Fernsehen. Ausfallrisiken für zweifelhafte Forderungen wurden durch Wertberichtigungen (4,2 TEUR, im Vorjahr 6,6 TEUR) wertmindernd berücksichtigt.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen (2.239,2 TEUR, im Vorjahr 1.320,8 TEUR) werden im Wesentlichen die Restforderungen des anteiligen Rundfunkbeitrages 2023 (906,4 TEUR, im Vorjahr 485,8 TEUR), die Gehaltsvorschüsse für Januar 2024 (368,7 TEUR, im Vorjahr 385,1 TEUR), die Restforderung gegenüber der Staatskanzlei aufgrund der Technischen Infrastrukturförderung 2023 (447,5 TEUR, im Vorjahr 0,0 TEUR), sowie die Rückforderungen gegenüber den Anbietern aus der Förderung gemäß Art. 23

BayMG (267,4 TEUR, im Vorjahr 0,0 TEUR) ausgewiesen.

Von den gesamten Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen in Höhe von 2.253,4 TEUR sind zum Prüfungszeitpunkt noch 384,2 TEUR offen. Davon entfallen auf Forderungen aus der Förderung gemäß Art. 23 BayMG 267,4 TEUR.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände weisen wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr auf.

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten betragen zum Bilanzstichtag 26.275,7 TEUR (im Vorjahr 21.246,3 TEUR).

### ■ Passiva

Das anstaltseigene Kapital beträgt per 31.12.2023 insgesamt 35.079,1 TEUR.

In die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen wurde erstmalig im Geschäftsjahr 2023 für die Verpflichtungen aus lebenslänglichen Beitragszahlungen zur Beihilfe- und Krankenversicherung ein Betrag in Höhe von 1.746,4 TEUR eingestellt.

Die sonstigen Rückstellungen (1.086,4 TEUR, im Vorjahr 954,8 TEUR) betreffen im Wesentlichen Rückstellun-

## Kapitalentwicklung

	Stand 01. 01. 2023	Einstellung des Jahresüberschuss 2023	Einstellung/Entnahmen im Geschäftsjahr	Stand 31. 12. 2023
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>1. Kapital</b>	20.668.590,89	0,00	0,00	20.668.590,89
<b>2. Zweckgebundene Rücklagen</b>				
a) Investitionsrücklage	1.000.000,00	0,00	0,00	1.000.000,00
b) Ausbildungsrücklage	0,00	810.000,00	0,00	810.000,00
c) Allgemeine Haushaltsrücklage	10.122.459,70	2.478.079,28	0,00	12.600.538,98
	11.122.459,70	3.288.079,28	0,00	14.410.538,98
<b>Anstaltseigenes Kapital</b>	<b>31.791.050,59</b>	<b>3.288.079,28</b>	<b>0,00</b>	<b>35.079.129,87</b>

gen für Urlaubsrückstände 2023 (792,7 TEUR, im Vorjahr 685,1 TEUR), Prozesskosten (95,0 TEUR, im Vorjahr 87,0 TEUR), Überstundenansprüche (53,9 TEUR, im Vorjahr 79,3 TEUR) sowie Kosten für die Erstellung und Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses (79,5 TEUR, im Vorjahr 42,3 TEUR). Außerdem sind zur Deckung latenter Risiken aus einer Inanspruchnahme der BLM aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen von Infrastrukturbetreibern 38,0 TEUR (im Vorjahr 37,0 TEUR) zurückgestellt.

Aus Lieferungen und Leistungen schuldete die BLM am Bilanzstichtag 402,9 TEUR (im Vorjahr 555,2 TEUR). Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und der sonstigen Verbindlichkeiten betragen wie im Vorjahr weniger als ein Jahr. Ein wesentlicher Teil der Kreditorenverpflichtungen entfällt mit 120,7 TEUR auf Kosten der elektronischen Datenverarbeitung, mit 80,6 TEUR auf Kosten der Rechtsberatung/Gutachten und mit 49,9 TEUR auf den Bereich Gebäudebetriebskosten.

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (803,8 TEUR, im Vorjahr 1.059,2 TEUR) werden im Wesentlichen Nachschussverpflichtungen für das Jahr 2024 gegenüber der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH in Höhe von 762,5 TEUR (im Vorjahr 775,0 TEUR) ausgewiesen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten (482,5 TEUR, im Vorjahr 553,0 TEUR) enthalten für 2023 bewilligte, am Bilanzstichtag noch nicht abgerufene Zuwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur (37,3 TEUR, im Vorjahr 71,4 TEUR), zur Programmförderung (46,0 TEUR, im Vorjahr 30,9 TEUR) und der Förderung nach Art. 23 BayMG (13,1 TEUR, im Vorjahr 10,7 TEUR). Ferner bestanden Verbindlichkeiten gegenüber der Bayerischen Staatskanzlei (165,9 TEUR, im Vorjahr 191,9 TEUR).

Zusätzlich sind Verbindlichkeiten gegenüber der Steuerverwaltung (152,7 TEUR, im Vorjahr 133,7 TEUR), gegenüber Teilzeitkräften und Gremienmitgliedern aus den Dezembervergütungen (42,8 TEUR, im Vorjahr 78,7 TEUR) und Verbindlichkeiten gegenüber den Sozialversicherungsträgern (22,4 TEUR, im Vorjahr 32,6 TEUR) enthalten.

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### ■ Erträge

Aus den Rundfunkbeiträgen gem. §§ 112 und 122 des Medienstaatsvertrages (MStV) standen der Landeszentrale 2023 zur Finanzierung ihrer Aufgaben Erträge in Höhe von 27,2 Mio. EUR (im Vorjahr 25,6 Mio. EUR) zur Verfügung. Die Erträge basieren auf einer Vorausschätzung des Beitragsaufkommens 2023 durch den ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice und auf den tatsächlichen Zuflüssen an die BLM.

Die Erträge gem. Art. 22 BayMG (79,7 TEUR, im Vorjahr 63,4 TEUR) beinhalten Gebühren und Auslagen für Amtshandlungen der BLM im Vollzug des BayMG und des MStV.

Die von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme im Berichtsjahr erhobenen Finanzierungsbeiträge (5.091,5 TEUR, im Vorjahr 5.091,5 TEUR) gem. § 15 der Rundfunksatzung wurden in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht.

Die sonstigen Erträge (1.968,2 TEUR, im Vorjahr 2.050,9 TEUR) enthalten im Wesentlichen Fördermittel der Bayerischen Staatskanzlei zur Digitalisierung privater Hörfunkangebote in Bayern (847,5 TEUR, im Vorjahr 937,2 TEUR), Erlöse aus Ausbildungs-Workshops (50,0 TEUR, im Vorjahr 43,8 TEUR), eine Erstattung aus der Abrechnung des Rundfunkbeitrages 2022 (175,0 TEUR, im Vorjahr 948,3), und eine Abfindungszahlung aufgrund der vorzeitigen Auflösung des Mietvertrages von Büroflächen in der Rosenheimer Straße (810,0 TEUR, im Vorjahr 0,0 TEUR).

Die Bayerische Staatskanzlei hat der Landeszentrale mit Bescheid vom 08.05.2023, geändert durch den Bescheid vom 21.12.2023 Fördermittel für das Projekt „Technische Verbreitung von digitalen Hörfunkangeboten in Bayern“ bis zur Höhe von 1.288,7 TEUR bewilligt. Bewilligungszeitraum ist der 01.01.2023 bis 30.06.2024. Die Projektförderung geschieht im Wege der Anteilsfinanzierung. Die Landeszentrale leitet die Fördermittel an die zuwendungsberechtigten Hörfunkanbieter weiter. Die Förderung unterstützt die Anbieter im Zuge der Digitalisierung des Hörfunks bei der technischen Verbreitung ihrer Hörfunkangebote in Bayern.

Die periodenfremden Erträge betragen 470,8 TEUR (im Vorjahr 1.695,9 TEUR). Im Wesentlichen handelt es sich dabei um die Nachzahlung von Rundfunkbeiträgen für 2022 in Höhe von 175,0 TEUR (im Vorjahr 948,3 TEUR) und um Erträge aus der Rückerstattung von Fördergeldern in Höhe von 135,0 TEUR (im Vorjahr 144,1 TEUR).

Die Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens belaufen sich auf 44,7 TEUR (im Vorjahr 56,8 TEUR). Davon entfallen 22,3 TEUR (im Vorjahr 13,9 TEUR) auf den in 2022 gezeichneten Hypothekennamenspfandbrief. Aus dem in 2018 an die BMT gewährten Darlehen konnten Zinsen in Höhe von 22,4 TEUR (im Vorjahr 33,2 TEUR) erwirtschaftet werden.

Tagesgeldzinsen wurden in Höhe von 568,0 TEUR (im Vorjahr 7,2 TEUR) vereinbart.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Jahr 2023 weiterhin

über das Förderprogramm gemäß Art. 23 BayMG unterstützt. Dafür wurden 11.287,2 TEUR (im Vorjahr 11.009,0 TEUR) als Zuwendung von der Bayerischen Staatskanzlei zur Verfügung gestellt. Die Finanzierung der im Jahr 2023 an die Anbieter ausgereichten Mittel über insgesamt 12.924,3 TEUR (im Vorjahr 12.665,1 TEUR) erfolgte aus Steuermitteln des Freistaates Bayern (11.287,2 TEUR, im Vorjahr 11.009,0 TEUR) und aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale (1.637,1 TEUR, im Vorjahr 1.656,1 TEUR).

#### ■ Aufwendungen

In den Personalaufwendungen (11.290,6 TEUR, im Vorjahr 8.619,3 TEUR) sind die laufenden Gehälter (7.244,2 TEUR, im Vorjahr 6.724,2 TEUR) und Sozialabgaben (1.267,9 TEUR, im Vorjahr 1.110,2 TEUR) sowie die Aufwendungen für Altersversorgung (2.778,5 TEUR, im Vorjahr 784,9 TEUR) enthalten. Die Ansätze beinhalten für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften Gehälter (288,6 TEUR, im Vorjahr 327,6 TEUR), Sozial-

abgaben (37,9 TEUR, im Vorjahr 46,5 TEUR) und Aufwendungen für Altersversorgung (14,7 TEUR, im Vorjahr 16,4 TEUR).

Nach Art. 10 Abs. 4 Rundfunkbeitragsstaatsvertrag in der ab 01.01.2013 geltenden Fassung haben die Landesmedienanstalten sowie ARD und ZDF die Kosten des Beitragseinzugs entsprechend ihrem Anteil am Rundfunkbeitrag (vgl. Tabelle Erträge) zu tragen. Der Aufwand 2023 der BLM beträgt 677,4 TEUR (im Vorjahr 846,1 TEUR) und beruht auf einer Beitragsschätzung des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice.

Gem. Art. 11 Satz 2 Nr. 9 und 10 BayMG hat die Landeszentrale auf der Grundlage der vom Medienrat beschlossenen Richtlinie zur Förderung besonderer Rundfunkprogrammangebote nach dem Bayerischen Mediengesetz – BayMG (Programmförderungsrichtlinie – PFR) vom 13. Oktober 2003 (St.Anz. Nr. 42), zuletzt geändert durch Richtlinie vom 8. Oktober 2015 (AMBl 2015, S. 24), im Berichtsjahr Fördermittel in Höhe von

## Erträge

	2023		2022	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Erträge gemäß Art. 21 (1) Nr. 2 BayMG	27.235,3	76,8	25.639,3	75,2
Erträge gemäß Art. 21 (1) Nr. 3 BayMG	79,7	0,2	63,4	0,2
Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.091,5	14,4	5.091,5	14,9
Sonstige Erträge	1.968,2	5,6	2.050,9	6,0
Sonstige betriebliche Erträge	471,7	1,3	1.181,8	3,5
Erträge aus Finanzanlagen	44,7	0,1	56,8	0,2
Zinsen und ähnliche Erträge	568,0	1,6	7,2	0,0
<b>Erträge Allgemeiner Haushalt</b>	<b>35.459,1</b>	<b>100,0</b>	<b>34.090,9</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gemäß Art. 23 BayMG</b>	<b>11.287,2</b>	<b>–</b>	<b>11.009,0</b>	<b>–</b>

598,0 TEUR (im Vorjahr 598,6 TEUR) an bayerische Anbieter ausgereicht.

In 2023 hat die BLM gem. Art. 11 Abs. 2 Nr. 1 BayMG im Rahmen der bayerischen Film- und Fernsehförderung der FilmFernsehFonds Bayern GmbH, München einen Betrag von 1.278,0 TEUR (im Vorjahr 1.278,0 TEUR) zur Verfügung gestellt.

Von den Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme wurden im Jahr 2023 Finanzierungsbeiträge (5.091,5 TEUR; im Vorjahr 5.091,5 TEUR) gemäß § 15 der Rundfunksatzung erhoben, welche in gleicher Höhe an die bayerischen Fernsehfensteranbieter ausgereicht wurden.

Auf Grundlage von Art. 11 Satz 2 Nr. 7 und 10 BayMG sind im Berichtsjahr wieder umfangreiche Mittel (1.732,3 TEUR, im Vorjahr 1.934,1 TEUR) zur Verbesserung der technischen Infrastruktur von terrestrischen Hörfunkangeboten eingesetzt worden. Gefördert wird insbesondere die digitale terrestrische Verbreitung der Programme. 847,5 TEUR (im Vorjahr 937,2 TEUR) des Förderbetrages stammen aus Staatsmitteln, 884,8 TEUR (im Vorjahr 996,9 TEUR) aus Haushaltsmitteln der Landeszentrale.

Für Versorgungsmessungen und Sendernetzoptimierungen wurden insgesamt 117,3 TEUR (im Vorjahr 105,2 TEUR) aufgewendet. Zusätzlich entstanden Kosten für den technischen Betrieb von insgesamt 246,4 TEUR (im Vorjahr 266,4 TEUR).

Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Rundfunkprogramme wurden 2023 die Reichweitenuntersuchungen (Funkanalyse Bayern

2023/2024) für den lokalen Hörfunk und lokale TV-Angebote (530,5 TEUR, im Vorjahr 508,9 TEUR) fortgesetzt sowie Inhaltsanalysen und Image-/Akzeptanzuntersuchungen (75,8 TEUR, im Vorjahr 66,6 TEUR) und sonstige Forschungsvorhaben (144,1 TEUR, im Vorjahr 271,7 TEUR) durchgeführt.

Zur Förderung der Ausbildung von Hörfunkjournalisten und anderen Medienschaffenden hat die Landeszentrale 2023 erneut Ausbildungsmaßnahmen und -institutionen unterstützt (46,0 TEUR, im Vorjahr 46,0 TEUR) und eigene Ausbildungsveranstaltungen (Workshops) mit 110,8 TEUR (im Vorjahr 104,0 TEUR) finanziert. Für den Aus- und Fortbildungskanal (MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH) wurde in 2023 für 2024 ein Betrag von 762,5 TEUR (im Vorjahr 775,0 TEUR) als Nachschussverpflichtung sowie 228,0 TEUR (im Vorjahr 135,0 TEUR) an Förderbeträgen aufgewendet.

Medienpädagogische Initiativen und Projekte wurden im Berichtsjahr mit insgesamt 677,3 TEUR (im Vorjahr 670,6 TEUR) unterstützt. Der seit 1996 bestehende Verein Programmberatung für Eltern e.V., München, hat hiervon einen Betrag von 118,0 TEUR (im Vorjahr 136,2 TEUR) erhalten. Der Verein ist Herausgeber des medienpädagogischen Programmratgebers für Eltern „FLIMMO“. Die Stiftung Medienpädagogik Bayern, die im Rahmen ihrer Mitgliedschaft im Verein Programmberatung für Eltern die administrative Abwicklung des Projekts FLIMMO übernimmt, hat von der BLM dafür Fördergelder in Höhe von 290,0 TEUR (im Vorjahr 290,0 TEUR) er-

halten. Daneben wurden weitere Fördergelder in Höhe von 79,6 TEUR (im Vorjahr 100,0 TEUR) an die Stiftung Medienpädagogik Bayern ausgereicht. Für medienpädagogische Fachtagungen und sonstige Projekte wurden 189,6 TEUR (im Vorjahr 144,4 TEUR) aufgewendet.

Die im Jahr 2023 bezahlten Mitgliedsbeiträge belaufen sich auf 74,8 TEUR (im Vorjahr 74,2 TEUR).

Die Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit betragen insgesamt 1.129,5 TEUR (im Vorjahr 1.014,5 TEUR). Im Wesentlichen werden unter dieser Position die Ausgaben für die BLM-Zeitschrift (35,9 TEUR, im Vorjahr 35,7 TEUR) und weitere Publikationskosten (75,0 TEUR, im Vorjahr 117,1 TEUR), für die MEDIENTAGE MÜNCHEN (349,7 TEUR, im Vorjahr 350,0 TEUR), die Lokalrundfunktage Nürnberg einschließlich BLM-Hörfunk/TV-Preis (398,8 TEUR, im Vorjahr 342,6 TEUR) und für die Durchführung von Fachveranstaltungen (169,1 TEUR, im Vorjahr 97,9 TEUR) dargestellt. Für sonstige Maßnahmen und Projekte der Öffentlichkeitsarbeit wurden insgesamt 101,0 TEUR (im Vorjahr 71,2 TEUR) aufgewendet.

Zur Förderung von Programmangeboten gemäß Art. 23 BayMG leistete die BLM im Jahr 2023 einen eigenen Anteil in Höhe von 1.637,1 TEUR (im Vorjahr 1.656,1 TEUR).

Im Rahmen der Innovationsförderung wurden im Berichtsjahr insgesamt 250,0 TEUR (im Vorjahr 225,0 TEUR) aufgewendet. Dieser Betrag entfällt in voller Höhe auf die Förderung für das bei der Medien.Bayern GmbH angesiedelte Projekt Media Lab Bayern.

Zur Förderung des Projektes Medien-Netzwerk Bayern und des Projektes XR Hub Bavaria wurden im Berichtsjahr 227,4 TEUR (im Vorjahr 158,0 TEUR) aufgewendet.

An die Mitglieder des Medien- und des Verwaltungsrats wurden im Jahr 2023 auf der Grundlage der Satzung über die Aufwandsentschädigungen der Mitglieder des Medienrats und des Verwaltungsrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien vom 12. Dezember 2013 (AMBl 2013 S. 8), in der derzeit gültigen Fassung vom 14. Juli 2022 (AMBl 2022 S. 24), Zahlungen in Höhe von 651,4 TEUR (im Vorjahr 644,4 TEUR) geleistet. Sonstige Kosten im Zusammenhang mit dem Medien- und Verwaltungsrat belaufen sich auf 11,0 TEUR (im Vorjahr 31,4 TEUR). Zur Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten wurden im Berichtsjahr 750,6 TEUR (im Vorjahr 802,7 TEUR) aufgewendet.

Im Posten „Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen“ (2.691,9 TEUR, im Vorjahr 2.776,0 TEUR) sind als wesentliche Einzelposten Bewirtschaftungskosten für das Bürogebäude inklusive Betriebsrestaurant (913,0 TEUR, im Vorjahr 1.175,8 TEUR), Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten einschließlich Gutachten (309,0 TEUR, im Vorjahr 221,6 TEUR), EDV-Kosten (681,7 TEUR, im Vorjahr 612,2 TEUR), Reisekosten (55,1 TEUR, im Vorjahr 48,5 TEUR), die Kosten für Fremdpersonal, freie Mitarbeiter und Personalnebenkosten (117,1 TEUR, im Vorjahr 94,2 TEUR), Bürokosten (129,8 TEUR, im Vorjahr 128,3 TEUR) und Aufwendungen für Porto, Telefon, Internet und E-Mail

(117,0 TEUR, im Vorjahr 140,5 TEUR) zusammengefasst.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 143,8 TEUR (im Vorjahr 145,0 TEUR). Wesentlich handelt es sich dabei um die Rückzahlung von Fördermaßnahmen in Höhe von 96,7 TEUR (im Vorjahr 133,2 TEUR).

Die Zinsaufwendungen (132,8 TEUR, im Vorjahr 356,5 TEUR) betreffen wesentlich den Zinsanteil (Verzinsung als auch

Zinsänderung) aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung (127,0 TEUR, im Vorjahr 323,5 TEUR).

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wurde im Rahmen des Förderprogramms gemäß Art. 23 BayMG auch im Jahr 2023 wieder aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Für die so finanzierte Förderung von Verbreitungskosten wurden im Berichtsjahr 11.287,2 TEUR (im Vorjahr 11.009,0 TEUR) aufgewendet.

## Aufwendungen

	2023		2022	
	TEUR	%-ANTEIL	TEUR	%-ANTEIL
Personalaufwendungen	11.290,6	35,1	8.619,3	28,6
Abschreibungen	1.008,0	3,1	1.063,0	3,5
Aufwendungen für den Einzug des Rundfunkbeitrags	677,4	2,1	846,1	2,8
Programmförderung	598,0	1,9	598,6	2,0
Fernsehproduktionsförderung	1.278,0	4,0	1.278,0	4,2
Finanzierung TV-Fensterprogramme	5.091,5	15,8	5.091,5	16,9
Förderung technische Infrastruktur/technischer Betrieb	2.096,0	6,5	2.305,8	7,7
Medienforschung	750,4	2,3	847,3	2,8
Ausbildungsförderung	1.147,3	3,6	1.060,0	3,5
Medienpädagogik	677,3	2,1	670,6	2,2
Mitgliedsbeiträge	74,8	0,2	74,2	0,3
Öffentlichkeitsarbeit / Veranstaltungen	1.129,5	3,5	1.014,5	3,4
BLM-Anteil Förderung gemäß Art. 23 BayMG	1.637,1	5,1	1.656,1	5,5
Innovationsförderung	250,0	0,8	225,0	0,8
Mediennetzwerk	227,4	0,7	158,0	0,5
Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben	1.412,9	4,4	1.478,5	4,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.691,9	8,4	2.776,0	9,2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	132,8	0,4	356,5	1,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige Steuern	0,2	0,0	0,0	0,0
<b>Aufwendungen Allgemeiner Haushalt</b>	<b>32.171,1</b>	<b>100,0</b>	<b>30.119,1</b>	<b>100,0</b>
<b>Förderung gemäß Art. 23 BayMG</b>	<b>11.287,2</b>	<b>–</b>	<b>11.009,0</b>	<b>–</b>

### Ergebnisverwendung

Der Jahresüberschuss lt. Gewinn- und Verlustrechnung 2023 in Höhe von 3.288.079,28 EUR wird in die Allgemeine Haushaltsrücklage in Höhe von 2.478.079,28 EUR, sowie erstmalig in die Ausbildungsrücklage in Höhe von 810.000,00 EUR eingestellt (Ergebnisverwendung).

### Sonstige Angaben

Zum Abschlussstichtag bestehen u. a. folgende finanzielle Verpflichtungen:

#### 1. Angaben zu den Haftungsverhältnissen

Aus der Anmietung von sendetechnischen Anlagen bei Infrastrukturbetreibern trägt die Landeszentrale bei vorzeitiger Kündigung eines Überlassungsverhältnisses oder der Aussetzung der

Sendegenehmigung für den Anbieter das Mietausfallrisiko gegenüber der Bayerische Medien Technik GmbH (BMT), jedoch erst nach Ablauf von drei Monaten. Für dieses Mietausfallrisiko hat die BLM 38,0 TEUR (im Vorjahr 37,0 TEUR) zurückgestellt. Das Risiko der Inanspruchnahme ist für die BLM als gering einzuschätzen. Die Kosten der ersten drei Monate des Ausfallzeitraumes trägt die BMT als direkter Vertragspartner der Infrastrukturbetreiber.

Der Nettowert der Überlassungsverhältnisse als Berechnungsgrundlage beträgt zum Stichtag 31.12.2023 insgesamt 15,2 Mio. EUR (Vj. 14,75 Mio. EUR).

Für terrestrische Hörfunknetze einschließlich Zuführungen wurden 2023 von der Landeszentrale im Rahmen der technischen Infrastrukturförderung 1.732,3 TEUR getragen.

## Wert der Überlassungsverhältnisse (Rückstellung für Mietausfallrisiko)

	<b>NETTO EUR</b>
<b>Bezeichnung</b>	
Kabelgebundener Hörfunk – lokal	39.483,20
Fenster und Vollprogramme Fernsehen – lokal	445.868,36
Terrestrischer Hörfunk – lokal	4.967.471,22
Terrestrischer Hörfunk – landesweit	0,00
Terrestrischer Hörfunk – Stützfrequenzen	0,00
Terrestrisches Fernsehen – lokal	0,00
Terrestrisches Fernsehen – national	0,00
	5.452.822,78
Digital Radio – landesweit	1.581.840,00
Digital Radio – lokal	2.984.840,24
Kabeleinspeisung Digital Radio – landesweit	2.133,36
Kabeleinspeisung Digital Radio – lokal	0,00
TV Betrieb HbbTV und DVB-S	5.175.600,00
<b>Gesamt</b>	<b>15.197.236,38</b>

**2.** Angaben zu den sonstigen finanziellen Verpflichtungen

Aufgrund gesellschaftsrechtlicher Bindungen mit der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH übernimmt die BLM (Hauptgesellschafter mit Anteil 62 %) satzungsgemäß Nachschussverpflichtungen. Abgestellt auf den theoretisch frühestmöglichen Austritt aus der Gesellschaft zum 31.12.2024 belaufen sich die Nachschussverpflichtungen der Landeszentrale auf 762,5 TEUR. Die Nachschussverpflichtung von 762,5 TEUR hat die BLM zum Bilanzstichtag als Verbindlichkeit gegenüber verbundenen Unternehmen ausgewiesen.

**3.** Bei den aus der Bilanz nicht ersichtlichen sonstigen finanziellen Verpflichtungen (355,7 TEUR) aus Dauerschuldverhältnissen handelt es sich im Wesentlichen um Verpflichtungen aus Miet-, Leasing-, Wartungsvereinbarungen und sonstigen Verträgen.

**4.** Angaben über das Abschlussprüferhonorar (§ 285 Nr. 17 HGB)

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers, der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, beträgt für das Geschäftsjahr 2023 63,1 TEUR. Das Honorar betrifft Abschlussprüfungsleistungen für den Einzelabschluss mit 48,8 TEUR und für den Konzernabschluss mit 14,3 TEUR. Da die BLM nicht zum Abzug der Vorsteuer berechtigt ist, ist im Gesamthonorar Umsatzsteuer in Höhe von 10,1 TEUR enthalten.

Die Landeszentrale erstellt seit dem Abschluss 31.12.2012 freiwillig einen Konzernabschluss für den größten und kleinsten Kreis von Unternehmen. Der Konzernabschluss ist zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses noch nicht aufgestellt und wird nach Aufstellung nicht veröffentlicht.

**Personalbericht**

Mit dem Wirtschaftsplan für 2023 war vom Verwaltungsrat und Medienrat ein Stellenplan für 87,0 Vollzeitstellen genehmigt worden, davon 5,5 Stellen für den Mediendatenschutz.

Von den per 31.12.2023 angestellten 95 Bediensteten (mit Präsident und Geschäftsführerin) waren 60 weibliche und 35 männliche Mitarbeiter mit Einzelvertrag verpflichtet worden. Davon waren 35 Beschäftigte in Teilzeitverhältnissen tätig. Nicht erfasst sind Mitarbeiterinnen mit ruhendem Arbeitsverhältnis (Elternzeit).

Im Berichtsjahr waren durchschnittlich 93 festangestellte Mitarbeiter beschäftigt (vgl. § 285 Nr. 7 HGB i.V. mit § 267 Abs. 5 HGB). Die beiden Stellen für den Präsidenten und die Geschäftsführerin sind bei der Ermittlung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen nicht eingerechnet.

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl (93) verteilt sich auf die Bereichsleitungen (4), den Mediendatenschutz (7) und alle weiteren Angestellten (82).

Die Vergütungen und Sozialabgaben für eine bedarfsabhängige Anzahl von Teilzeitkräften zusätzlich zum Stellenplan sind unter den Personalaufwendungen ausgewiesen.

Im Dezember 2023 erhielten alle Beschäftigten der Landeszentrale (ausgenommen der Präsident und der Medienbeauftragte für den Datenschutz) eine Inflationsausgleichsprämie von 1.800 EUR je Vollzeitstelle. Die Landeszentrale übernimmt mit der Zahlung der Inflationsausgleichsprämie von 1.800 EUR die Regelungen des Tarifvertrages der Länder (TV-L). Die weiteren 1.200 EUR Inflationsausgleichsprämie werden in gleichen Beträgen von 120 EUR in den Monaten Januar bis Oktober 2024 ausbezahlt. Die Geschäftsführerin erhielt im Dezember 2023 eine Inflationsausgleichsprämie in Höhe von 3.000 EUR.

Eine tarifvertragliche Bindung besteht für die Angestellten der Landeszentrale nicht. Grundlage für die Entlohnung der Beschäftigten der BLM ist eine vom Verwaltungsrat beschlossene Gehaltsstruktur mit sechs Vergütungsgruppen. Die derzeit gültige Gehaltsstruktur ist am

1. August 2023 in Kraft getreten und ist bis zum 31.12.2025 befristet. Das Gehaltsmodell gilt für alle unbefristet und befristet angestellten Arbeitnehmer/-innen der BLM, die eine Stelle im Stellenplan einnehmen. Auf die Geschäftsleitung (Präsident, Geschäftsführerin), die Bereichsleiter/-innen und AT-Mitarbeiter/-innen findet das Gehaltsmodell keine Anwendung.

Gemäß der ab 01.01.2017 geltenden Regelung in Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Tarifstrukturen und außertariflichen Vereinbarungen, die vom Verwaltungsrat beschlossen wurden.

Jeder Vergütungsgruppe ist ein Gehaltsband zugewiesen. Das Gehaltsband wird entsprechend den tariflichen Erhöhungen angepasst.

Daneben sieht das Gehaltsmodell leistungsbezogene Bonuszahlungen und Vorrückungen vor. Grundlage für leistungsbezogene Bonuszahlungen und Vorrückungen ist die jährlich durchzuführende Leistungsbeurteilung gemäß Dienstvereinbarung zur Beurteilung der Mitarbeitenden.

## Gehaltsband 2023

	<b>Monatsgehalt ab 1. 8. 2023</b>	
<b>Vergütungsgruppen</b>	<b>von EUR</b>	<b>bis EUR</b>
Vergütungsgruppe I – Referent/-in 1	6.328,24	9.307,28
Vergütungsgruppe II – Referent/-in 2	5.202,98	8.335,39
Vergütungsgruppe III – Fachreferent/-in 1	4.711,09	7.550,31
Vergütungsgruppe IV – Fachreferent/-in 2/Sachbearbeiter/-in 1	4.218,63	6.626,55
Vergütungsgruppe V – Assistenz/Sachbearbeiter/-in 2	3.600,00	5.891,84
Vergütungsgruppe VI - Allgemeine Dienste	2.814,31	4.422,41

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 21.11.2016 eine ab 2017 geltende Gehaltsstruktur für Bereichsleitungen und Sonderfunktionen beschlossen (Gehaltsstruktur AT-Verträge). Hierunter fallen insgesamt sechs Beschäftigte, für die außertarifliche Verträge abgeschlossen worden sind.

Nach Art. 15 Abs. 5 BayMG veröffentlicht die Landeszentrale die Bezüge aus der außertariflichen Vereinbarung mit dem Mediendatenbeauftragten, Herrn Andreas Gummer. Die Jahresbezüge von Herrn Gummer betragen 168.864,00 EUR. Das künftige Ruhegehalt von Herrn Gummer bemisst sich nach der Beamtensoldungsstufe A 16. Der Barwert der

für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31.12.2023 auf 1.567.975 EUR. Im Geschäftsjahr 2023 wurden für Herrn Gummer 40.452 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

Entsprechend dem Beschluss des Verwaltungsrates vom 20.09.2010 erfolgt der Ausweis der Bezüge von Präsident und Geschäftsführerin im Anhang des Geschäftsberichtes.

#### PRÄSIDENT

Dr. Thorsten Schmiege (ab 01.10.2021)

#### GESCHÄFTSFÜHRERIN

Dr. Annette Schumacher (ab 01.10.2021)

Stufe	AT-Verträge	
	Grundvergütung 31. 12. 2023	
	EUR p. M.	EUR p. a.
1	9.735,36	116.824,32
2	10.188,58	122.262,96
3	10.754,62	129.055,44
4	11.547,07	138.564,84
5	12.226,30	146.715,60
6 (stv. Geschäftsführer)	13.780,00	165.360,00

## Bezüge 2023

	<b>Jahresbezüge Grundgehalt EUR</b>	<b>Leistungsbezogene Zulagen EUR</b>	<b>Sachbezüge/ Priv. Kfz-Nutzung EUR</b>	<b>Gesamt EUR</b>
Dr. Thorsten Schmiege	222.781	0	6.908	229.689
Dr. Annette Schumacher	165.027	5.636	6.370	177.033
<b>Summe</b>	<b>387.808</b>	<b>5.636</b>	<b>13.278</b>	<b>406.722</b>

## Altersversorgung

	<b>Barwert der Pensionsverpflichtung 31. 12. 2023 EUR</b>	<b>Zuführung zu den Pensionsrückstellungen im Jahr 2023 EUR</b>	<b>Verbrauch/ Auflösung im Jahr 2023 EUR</b>	<b>Umlage an den Versorgungsverband für das Jahr 2023 EUR</b>
Dr. Thorsten Schmiege	395.063	0	0	10.690
Dr. Annette Schumacher	0	0	0	0
<b>Summe</b>	<b>395.063</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.690</b>

Das Ruhegehalt des zum 30. 09. 2021 ausgeschiedenen Präsidenten, Herrn Siegfried Schneider, wurde vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beitragszahlungen bis 2021 wurden als Aufwand erfasst. Folglich ist keine Pensionsrückstellung zu bilden.

Der ab 01. 10. 2021 amtierende Präsident, Herr Dr. Thorsten Schmiege, ist beurlaubter Beamter des Freistaats Bayern. Die BLM leistet für die Aufrechterhaltung seiner Pensionsansprüche einen Versorgungszuschlag an den Freistaat Bayern (2023: 34,4 TEUR). Ferner wurden für das Geschäftsjahr 2023 für Herrn Dr. Schmiege 10,7 TEUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

Das Ruhegehalt der seit 01. 10. 2021 amtierenden Geschäftsführerin, Frau Dr. Annette Schumacher, wurde vollumfänglich über eine beitragsfinanzierte Unterstützungskassen-Versorgung abgewickelt. Die Beitragszahlungen werden als Aufwand (2023: 48,0 TEUR) erfasst. Eine Pensionsrückstellung ist deshalb nicht zu bilden.

Das Ruhegehalt des zum 30. 09. 2019 ausgeschiedenen Geschäftsführers, Herrn Gebrande, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 8. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31. 12. 2023 auf 2.090.820 EUR. Im Geschäftsjahr 2023 wurden für Herrn Gebrande 68.757 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

Das Ruhegehalt des ehemaligen Präsidenten, Herrn Prof. Dr. Ring, bemisst sich nach der Beamtenbesoldungsstufe B 11. Der Barwert der für ihn gebildeten Pensionsrückstellung beläuft sich zum 31.12.2023 auf 1.268.093 EUR. Im Geschäftsjahr 2023 wurden für Herrn Prof. Dr. Ring 81.035 EUR an Umlage an den Versorgungsverband abgeführt.

An pauschalen Sitzungsgeldern und Fahrtkostenerstattungen gemäß Aufwandsentschädigungssatzung vom 12.12.2013 in der ab 01.01.2014 geltenden Fassung wurden im Geschäftsjahr 2023 vergütet an:

a) Medienrat	558.204 EUR
b) Verwaltungsrat	93.158 EUR

Mitglieder des Verwaltungsrats der BLM

- Herr Roland Richter (Vorsitzender), Geschäftsführender Gesellschafter
- Frau Stefanie Stalf (Stv. Vorsitzende), Geschäftsführerin
- Herr Martin Bayerstorfer, Landrat
- Herr Henry Schramm, Bezirkstagspräsident von Oberfranken
- Frau Alexandra Holland, Verlegerin
- Herr Willi Schreiner, Geschäftsführer
- Frau Angela Haas, Steuerberaterin
- Herr Dr. Holger Enßlin, Jurist
- Frau Susanne Wiegräfe, Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin

## Nachtragsbericht

Ereignisse von wesentlicher Bedeutung traten nach dem Bilanzstichtag 31.12.2023 nicht ein. Es haben sich keine wesentlichen grundsätzlichen Veränderungen des Geschäftsfeldes ergeben, in dem die Landeszentrale tätig ist. Die rechtliche Unternehmensstruktur wie auch die Organisationsstruktur blieben in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres 2024 unverändert.

München, 26. Juli 2024

PRÄSIDENT

Dr. Thorsten Schmiege

GESCHÄFTSFÜHRERIN

Dr. Annette Schumacher

## Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023

### Grundlagen der Landeszentrale

Die Landeszentrale ist als eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland zuständig für die Aufsicht und Organisation der privaten Radio- und Fernsehprogramme in Bayern. Außerdem beaufsichtigt sie Internetangebote mit Sitz in Bayern, sogenannte Telemedien. Auch für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre wie zum Beispiel Prime Video, Twitch, Twitter und Yahoo ist die Landeszentrale zuständig. Die Aufgaben der Landeszentrale sind geregelt in Art. 11 BayMG (Bayerisches Mediengesetz – BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), zuletzt geändert durch § 1 des Gesetzes vom 24. März 2022 (GVBl. S. 70) sowie im Medienstaatsvertrag (MStV – in der Fassung der Bekanntmachung des Staatsvertrags zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland vom 23. April 2020 (GVBl. S. 450, 421, 2021 S. 14, BayRS 02-33-S), zuletzt geändert durch Art. 1 des Vertrags vom 16. Mai 2023 (GVBl. S. 534)).

Zum 01.01.2024 wurden nach der Landtagswahl im Herbst 2023 zwölf neue Mitglieder vom Bayerischen Landtag in den Medienrat der Landeszentrale entsandt. Die CSU entsandte fünf, die AfD, Bündnis 90/Die Grünen und die Freien Wähler jeweils zwei Mitglieder sowie die SPD ein Mitglied. Im Dezember 2023 war mit dem bayerischen Digitalminister,

Dr. Mehring, als Nachfolger des aus der Staatsregierung ausgeschiedenen Staatsministers für Unterricht und Kultus, Professor Piazzolo, der Vertreter der Staatsregierung im Medienrat benannt worden.

### Geschäftsverlauf

Die Landeszentrale hat 84 lokale und regionale Hörfunkprogramme und 21 Spartenprogramme (UKW, DAB Kabel und gemeinnützig), sechs landesweite (fünf davon nur über DAB+) und zwei Spartenprogramme sowie neun zusätzliche bundesweite Hörfunkprogramme genehmigt. Hinzu kommen zwei Ausbildungsprogramme im Hörfunk sowie ein Campusradio.

Im Bereich Bewegtbild sind durch die Landeszentrale 14 lokale Fernseh- und neun lokale Spartenprogramme genehmigt, die über Kabel und Satellit empfangbar sind, und 22 lokale Programme, die nur über das Internet oder kleine BK-Netze verbreitet werden. Hinzu kommen zwei landesweite Fernsehfensterprogramme inkl. zwei Spartenanbieter auf den Frequenzen von RTL und Sat.1, 87 bundesweite Programme (Free TV, Pay TV und IP only), sechs Teleshoppingangebote sowie 47 Fernsehprogramme, die nur im Ausland empfangbar sind (Free TV, Pay TV und IP only).

Insgesamt hat die Landeszentrale 122 Hörfunk- und 187 Fernsehprogramme genehmigt (Stand: Dezember 2023).

## Hörfunk

### ■ Audiostrategie 2025

Der Medienrat der Landeszentrale hat im Dezember 2023 die Audiostrategie 2025 beschlossen. Diese zukunftsweisende Digitalstrategie enthält Antworten darauf, wie sich die unter Druck stehende lokale Hörfunk-Branche in Bayern in den nächsten Jahren aufstellen sollte. So geht es darum, Kooperationen zu ermöglichen, die Lokalität zu erhalten, die Aus- und Fortbildung zu optimieren, die digitale Transformation weiter zu befördern oder medienrechtliche Versorgungsgebiete festzulegen. Als einen von vielen Bausteinen umfasst das Strategiepapier ein einheitliches Migrationskonzept von UKW zu DAB+.

Zentrale Ziele sind der Erhalt lokaler Vielfalt und die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Rundfunklandschaft, wie sie auch im neuen Koalitionsvertrag der Bayerischen Staatsregierung festgelegt sind. Deshalb koppelt die Audiostrategie 2025 die Migration nicht an ein bestimmtes Datum, sondern orientiert sich flexibel daran, wie sich der Markt entwickelt. Entscheidend ist dabei die Entwicklung des ganzen Marktes und nicht das Interesse einzelner Marktteilnehmer.

### ■ Digitalradio (DAB+)

Die im Juli 2023 veröffentlichte Funkanalyse Bayern Hörfunk zeigt, wie gut DAB+ bei den bayerischen Hörerinnen und Hörern ankommt: Danach hatten 48 Prozent (Vj. 44 Prozent) der Bevölkerung ab 14 Jahren Zugang zu DAB+ im Haus-

halt und jede und jeder Dritte schaltete im Schnitt täglich auch Digitalradio ein. Das sind täglich rund 3,5 Millionen DAB+-Hörerinnen und -Hörer. Der Besitz von DAB+-Autoradios ist überproportional um etwa sechs Prozentpunkte angestiegen. Ein Drittel der ab 14-Jährigen hat Zugang zu mindestens einem DAB+-Autoradio (33,2 Prozent). DAB+ baut damit seine Führung als digitaler Ausspielweg aus – vor Webradio mit einer seit drei Jahren quasi stagnierenden Tagesreichweite von 17 Prozent (2022: 16,5 Prozent, 2021: 16,8 Prozent).

## Fernsehen

### ■ Lokal-TV-Konzept 2025

Das Lokal-TV-Konzept 2025, das der Medienrat in seiner Sitzung im Dezember 2023 beschlossen hat, beschäftigt sich mit der Frage nach der Ausgestaltung einer zukünftigen Medienförderung in Bayern, um damit Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen weiter mit hochwertigem Lokalfernsehen zu versorgen. Diese Expertise mit ihren Handlungsempfehlungen richtet sich an den Bayerischen Gesetzgeber für dessen Lokal-TV-Förderung ab dem 01.01.2025.

Durch wachsende Konkurrenz im Streaming-Bereich, aber auch aufgrund von Krisen, Kriegen und Inflation befindet sich die Fernsehbranche im Umbruch. Darüber hinaus wird sich zukünftig das Nutzungsverhalten der Menschen weiter in Richtung online verlagern und der für das Lokalfernsehen klassische Verbreitungsweg Satellit an Bedeutung verlieren.

Das Lokal-TV-Konzept gibt Handlungsempfehlungen zu mehr Flexibilität bei der Produktion, zu Digitalisierung und Auffindbarkeit, zu Ausbildung und Recruiting, zu Programmqualität und Kooperationen. Ziel einer neuen Förderung muss mehr Flexibilität sein, die sich nicht mehr nur auf die Verbreitungswege konzentriert, sondern noch stärkere Impulse für lokale Inhalte und innovative Formate gibt.

### ■ Lokales Fernsehen

Die 14 bayerischen lokalen Fernsehprogramme erreichen an einem durchschnittlichen Tag unter der Woche 746.000 Zuschauerinnen und Zuschauer (im Vorjahr 706.000).

Prime Time für das Lokalfernsehen bleibt die Zeit der Hauptnachrichtensendung zwischen 18:00 und 18:30 Uhr: Im Schnitt schalten hier pro Tag unter der Woche 314.000 Personen ab 14 Jahren ein. Über zwei Drittel davon leben in RTL-Fensterhaushalten.

Die klassischen TV-Empfangswege bestätigen weiterhin ihre Relevanz: 56 Prozent der Tagesreichweite stammen aus Haushalten mit Kabel-TV-Empfang. 34 Prozent der Zuschauerinnen und Zuschauer an einem Durchschnittstag unter der Woche leben in Satelliten-TV-Haushalten. Fast zwei Drittel der bayerischen Bevölkerung haben mittlerweile aber auch Zugang zu Connected TV – und über ein Drittel konsumiert TV auch über andere Geräte als den Big Screen.

Das Publikum schätzt das Lokalfernsehen vor allem aufgrund seiner Programmqualität. Mehr als die Hälfte der Befrag-

ten in der Funkanalyse 2023, die in den letzten zwei Wochen ein Lokal-TV-Programm gesehen haben, vergibt Bestnoten für „Informationen aus der Region“. Auch darüber hinaus hat das lokale Fernsehen beeindruckende Imagewerte. Es ist aus Sicht der Zuschauerinnen und Zuschauer sympathisch, präsentiert die Themen verständlich und wird als glaubwürdig, aktuell und nah am Menschen wahrgenommen.

17:30 SAT.1 Bayern konnte sein Spitzenresultat aus dem Vorjahr fast wieder erzielen und erreicht werktäglich 392.000 Menschen ab 14 Jahren in Bayern (Vorjahr 410.000). Zur Sendezeit auf Sat.1 unterstreicht das Programm in den Sat.1-Fensterhaushalten mit rund 11 Prozent Marktanteil erneut seine Bedeutung.

### Aus- und Fortbildung

Wer qualitativ hochwertige Programme anbieten will, braucht gut ausgebildete Talente. Deshalb fördert die Landeszentrale die Ausbildung des Radio- und Fernsehnachwuchses mit einem eigenen Workshop-Angebot und der Unterstützung von Ausbildungsinstitutionen. Die Landeszentrale ist bei der Aus- und Fortbildung von journalistischen Nachwuchskräften ein wichtiger Partner der bayerischen Radiostationen.

An insgesamt 113 Tagen fanden Workshops statt, davon 70 Tage in Präsenz und 43 Tage als E-Learning auf der BLM-E-Learning Plattform. Der Anstieg ist auf einen zusätzlich geplanten Basiskurs Hörfunk zurückzuführen, der aufgrund der großen Nach-

frage bei den lokalen Hörfunkstationen im Dezember 2023 eingeplant wurde. Insgesamt fanden fünf hybride Basiskurse für Hörfunk-Volontierende statt und drei hybride Basiskurse für TV-Volontierende. Alle Basiskurse waren mit jeweils zwölf Teilnehmenden ausgebucht.

Ein Highlight in 2023 war der neu eingeführte, sechstägige „Basiskurs Onlinejournalismus“ zu den Themen Online und Social Media, der sich sowohl an TV- als auch Radiostationen richtete. Hier wurden Themen wie Online-Recherche und Fakt-Checking, Social Media und Community Management sowie Mobile Reporting vermittelt. Der Basiskurs wurde eingeführt, um den journalistischen Nachwuchs in den Lokalstationen auch bei den neu hinzukommenden Anforderungen durch die zunehmende Digitalisierung der Medien umfassend fortzubilden.

### **Nachhaltig handeln**

Nachhaltigkeit ist gerade in Krisenzeiten von großer Bedeutung. Medien und Medienregulierung spielen in der Demokratie eine besondere Rolle für die freiheitliche Meinungsbildung. Aus dieser Überzeugung heraus engagiert sich die Landeszentrale dafür, die Medienezukunft nachhaltig zu gestalten. Im Berichtsjahr legte sie den 3. Nachhaltigkeitsbericht vor, der die vielfältigen Aktivitäten und Initiativen des 2021 erstmals veröffentlichten Berichts weiter fortschreibt. Im Geschäftsjahr hat sich die BLM der Herausforderung gestellt, eine Erklärung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitsko-

dex (DNK) zu veröffentlichen und damit ihre Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit zu dokumentieren. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex ist ein anerkannter Berichtsstandard, der vom Rat für Nachhaltige Entwicklung ins Leben gerufen wurde. Der DNK stellt einen Rahmen für die Berichterstattung dar und ermöglicht, die Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen anhand von 20 Kriterien in den Bereichen Strategie, Prozessmanagement, Umwelt und Gesellschaft zu quantifizieren, zu vergleichen und zu objektivieren. Dieser anerkannte Standard, initiiert vom Rat für nachhaltige Entwicklung, ist ein effektives Instrument für eine professionelle und kriteriengeleitete Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Der DNK-Bericht der BLM bezieht sich auf das Jahr 2022. Die darin enthaltenen Fakten und Daten dienen als Grundlage für eine vergleichende Darstellung in den Folgejahren. Der dritte Nachhaltigkeitsbericht präsentiert konkrete Maßnahmen und Aktivitäten der BLM aus dem Jahr 2023.

Auch dem im Jahr 2022 von der Landeszentrale ins Leben gerufenen Nachhaltigkeitspakt traten im Geschäftsjahr vier weitere Mitglieder bei.

Die Landeszentrale hat in 2023 erstmals den Nachhaltigkeitspreis gemeinsam mit vier Stiftungspartnern aus dem Nachhaltigkeitspakt Medien Bayern (Bayerischer Rundfunk, egoFM, Prime Video Deutschland, ProSiebenSat.1) vergeben. Damit werden Medienunternehmen für ihren systematischen Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit

ausgezeichnet. Der Gewinner des ersten Nachhaltigkeitspreises Medien Bayern 2023 sind die Nachrichtenangebote WEB.DE News/GMX News. Zur Begründung führte der Präsident der Landeszentrale, Dr. Thorsten Schmiede, aus, dass Nachhaltigkeit in den Medien bedeute, mit Informationen verantwortlich umzugehen. Das sei in Zeiten von Fake News unglaublich wichtig. WEB.DE News/GMX News gehöre zu den reichweitenstärksten Nachrichtenangeboten in Deutschland, übernehme publizistische Verantwortung und überzeuge mit ihrem neuen Transparenzbereich.

### **Finanzierungsgrundlagen und Finanzlage**

#### ■ **Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren**

Die Geschäftsführung zieht zur internen Unternehmenssteuerung die Erträge aus dem Anteil an dem Rundfunkbeitrag sowie das Jahresergebnis als bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren heran.

#### ■ **Ertragslage**

Der Großteil der Erträge der Landeszentrale zur Finanzierung ihrer Aufgaben nach Art. 11 BayMG entfallen auf den Anteil an dem Rundfunkbeitrag nach § 122 MStV i. V. m. §§ 10 und 11 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags. Der Rundfunkbeitrag muss vom Beitragschuldner pro Wohnung oder Betriebsstätte bezahlt werden und deckt alle Angebote auf allen Verbreitungswegen ab.

Die Höhe des Anteils der Landeszentrale beträgt seit dem 01.01.2013 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens (§ 10 Abs. 1 Satz 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag).

Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) ermittelt. Die KEF stellte in ihrem am 20.02.2020 veröffentlichten Bericht für 2021 bis 2024 einen ungedeckten Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von 1,525 Mio. EUR fest. Sie empfahl ab Januar 2021 eine Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags um 86 Cent auf 18,36 EUR. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder einigten sich in einer Konferenz am 12.03.2020 einstimmig auf eine Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags in Deutschland.

Das Bundesverfassungsgericht entschied am 20.07.2021, dass das Land Sachsen-Anhalt durch das Unterlassen seiner Zustimmung zum Ersten Staatsvertrag zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge vom 10. bis 17. Juni 2020 (Erster Medienänderungsstaatsvertrag) die Rundfunkfreiheit aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes verletzt hat und die Bestimmungen des Art. 1 des Ersten Medienänderungsstaatsvertrags vorläufig mit Wirkung vom 20. Juli 2021 bis zum Inkrafttreten einer staatsvertraglichen Neuregelung über die funktionsgerechte Finanzierung der Beschwerdeführer durch den Rundfunkbeitrag gelten. Damit werden sowohl das Beitragsvolumen, die Aufteilung der Rund-

funkbeiträge zwischen der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio als auch die Erhöhung der Finanzausgleichsmasse für Radio Bremen und den Saarländischen Rundfunk im Rahmen des Finanzausgleichs erfasst. Die Höhe des Rundfunkbeitrags beträgt ab 20.07.2021 18,36 EUR im Monat.

Die Landeszentrale stellt zur finanziellen Steuerung ihrer Aufgaben jährlich einen Wirtschaftsplan auf, der in der Regel ein ausgeglichenes Ergebnis vorsieht. Über einen monatlichen Soll-/Ist-Vergleich können Abweichungen festgestellt und erforderliche Maßnahmen durchgeführt werden. Die im Wirtschaftsplan enthaltenen Vollzugsbestimmungen regeln dabei nach festgelegten Betragsgrenzen das Verfahren für eine notwendige Anpassung des Wirtschaftsplans an die geänderten Rahmenbedingungen.

Der Wirtschaftsplan 2023 wurde durch den Verwaltungsrat gemäß Art. 14 Abs. 1 Satz 1 BayMG in seiner Sitzung am 21.11.2022 genehmigt. Die erforderliche Zustimmung des Medienrats gemäß Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG erfolgte in dessen Sitzung am 16.12.2022.

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 09.10.2023 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2023 beschlossen, da die Landeszentrale im Jahr 2023 eine Abstandszahlung, aufgrund der vorzeitigen Beendigung des Mietvertrages in der Rosenheimer Str. 145c, in Höhe von 810,0 TEUR erhalten hatte und die Finanzerträge aufgrund der Zinserhöhungen um 260,0 TEUR höher ausfielen. Ferner wurden verschiedene Aufwandsposten

der laufenden Entwicklung angepasst. Der Medienrat erteilte seine Zustimmung am 19.10.2023.

Mit Zuwendungsbescheid der Bayerischen Staatskanzlei vom 10.03.2023 in der Fassung des Änderungsbescheids vom 23.05.2023, geändert durch den zweiten Änderungsbescheid vom 24.07.2023, wurde der Landeszentrale als Erstempfängerin eine Zuwendung in Höhe von bis zu 11.952.018,58 EUR im Wege der Festbetragsfinanzierung für die Förderung der Herstellungs- und Verbreitungskosten der lokalen und regionalen Fernsehangebote nach Art. 23 BayMG in 2023 bewilligt. Im Einzelplan Förderung nach Art. 23 BayMG, der Bestandteil des Wirtschaftsplans 2023 ist, wurden entsprechend Einnahmen und Ausgaben in Höhe von 11,952 Mio. EUR budgetiert.

Im Geschäftsjahr wurde das lokale und regionale Fernsehen über das auf Grund des Art. 23 BayMG errichteten Förderprogramms mit 11.287,2 TEUR (im Vorjahr 11.009,0 TEUR) aus Steuermitteln des Freistaates Bayern unterstützt. Auf Grundlage von Art. 23 Abs. 7 Satz 4 BayMG in der ab 01.01.2017 geltenden Fassung leistete die Landeszentrale im Geschäftsjahr einen Förderbeitrag aus Eigenmitteln in Höhe von 1.637,1 TEUR (im Vorjahr 1.656,1 TEUR).

Die Landeszentrale finanziert sich aus Entgelten, dem Anteil an dem Rundfunkbeitrag nach § 112 i. V. m. § 122 Medienstaatsvertrag, §§ 10, 11 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag sowie aus sonstigen Einnahmen (Art. 21 Abs. 1 BayMG). Diese Form der Finanzierung gewährleistet es

der Landeszentrale, ihre in Art. 11 BayMG konkretisierten Aufgaben in eigener Verantwortung und staatsunabhängig zu erfüllen. Dazu gehört insbesondere die Sicherstellung einer ausgewogenen landesweiten Rundfunkstruktur und die Förderung der Herstellung, Verbreitung und Digitalisierung von Rundfunkprogrammen zur Erhöhung von Vielfalt und Qualität in Bayern.

Die Landeszentrale schließt das Geschäftsjahr 2023 mit einem Jahresüberschuss von 3.288,1 TEUR (im Vorjahr 3.971,8 TEUR) ab. Das Ergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr um 683,7 TEUR verschlechtert.

Dies ist im Wesentlichen auf die erstmalige Bildung einer Beihilferückstellung für Verpflichtungen aus lebenslänglichen Beitragszahlungen zur Beihilfe- und Krankenversicherung von aktiven und ausgeschiedenen Mitarbeitern der BLM in Höhe von 1.746,4 TEUR (im Vorjahr 0,0 TEUR) und daraus resultierend einen entsprechenden Anstieg der Aufwendungen für Altersversorgung zurückzuführen.

Die Erträge der Landeszentrale (inkl. der Förderung gem. Art. 23 BayMG) haben sich im Geschäftsjahr um 1.807,8 TEUR auf 45.662,0 TEUR (im Vorjahr 43.854,2 TEUR) erhöht.

Die Ertragssteigerung betrifft ganz wesentlich den Anteil am Rundfunkbeitrag. Dieser ist um 1.596,0 TEUR auf 27.235,3 TEUR (im Vorjahr 25.639,3 TEUR) gestiegen. Aufgrund des gestiegenen Zinsniveaus konnte die Landeszentrale Zinserträge in Höhe von 568,0 TEUR (im Vorjahr 7,2 TEUR) realisieren. Die Förderung

nach Art. 23 BayMG ist sowohl als Ertrag als auch als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung enthalten und wirkt sich daher nicht auf das Ergebnis aus.

Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich um 710,0 TEUR auf 471,7 TEUR (im Vorjahr 1.181,8 TEUR) vermindert. Die Minderung hängt wesentlich mit dem Ausbleiben von Sondereffekten durch Auflösungen von Rückstellungen von nur 4,9 TEUR (im Vorjahr 560,1 TEUR) zusammen. Ferner sind im Geschäftsjahr 2023 Versicherungsentschädigungen nur in Höhe von 20,3 TEUR (im Vorjahr 297,7 TEUR) zugeflossen.

Der Anstieg des Personalaufwandes der Landeszentrale (2.671,3 TEUR) entfällt auf einen Anstieg der Gehälter um 520,0 TEUR, einen Anstieg der Sozialabgaben um 157,7 TEUR und einen Anstieg der Aufwendungen für Altersversorgung um 1.993,6 TEUR.

Der Anstieg bei den Gehältern in Höhe von 520,0 TEUR ist insbesondere dadurch begründet, dass im Dezember 2023 eine Inflationsausgleichsprämie ausbezahlt wurde und unterjährig Gehaltsanpassungen bei einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchgeführt wurden.

Die sozialen Abgaben erhöhen sich korrespondierend zu den Gehaltsanpassungen.

Bei der Aufwandserhöhung für Altersversorgung um 1.993,6 TEUR handelt es sich ganz wesentlich in Höhe von 1.746,4 TEUR um die erstmalige Berücksichtigung der Verpflichtungen aus lebenslänglichen Beitragszahlungen zur Beihilfe- und Krankenversicherung

aktiver und ausgeschiedener Mitarbeiter der Landeszentrale.

Der Stellenplan umfasste 87,0 Planstellen, was einer Erhöhung im Vergleich zum Vorjahr (85,5 Planstellen) um 1,5 Planstellen entspricht.

Die Aufwendungen zur Förderung der technischen Infrastruktur haben sich um 201,8 TEUR auf 1.732,3 TEUR (im Vorjahr 1.934,1 TEUR) vermindert.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich geringfügig um 84,1 TEUR auf 2.691,9 TEUR (im Vorjahr 2.776,0 TEUR) vermindert.

Die Minderung der Zinsaufwendungen um 223,7 TEUR auf 132,8 TEUR (im Vorjahr 356,5 TEUR) entfällt auf einen um 196,5 TEUR geringeren Zinsanteil aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung.

#### ■ Vermögenslage

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 4.784,7 TEUR auf 50.301,6 TEUR (im Vorjahr 45.516,9 TEUR).

Das anstaltseigene Kapital ist in Höhe des Jahresüberschusses von 3.288,1 TEUR auf 35.079,1 TEUR (im Vorjahr 31.791,0 TEUR) angestiegen.

Die Pensionsrückstellungen haben sich um 96,8 TEUR erhöht.

Im Geschäftsjahr 2023 wurde erstmalig in Höhe von 1.746,4 TEUR eine Rückstellung für die Verpflichtungen der lebenslänglichen Beitragszahlungen zur Beihilfe- und Krankenversicherung aktiver und ausgeschiedener Mitarbeiter der Landeszentrale gebildet.

Die sonstigen Rückstellungen liegen um 131,6 TEUR über dem Vorjahreswert. Der Anstieg entfällt mit 107,6 TEUR wesentlich auf die Erhöhung der Urlaubsrückstellungen auf 792,7 TEUR (im Vorjahr 685,1 TEUR).

Trotz der Investitionen im Laufe des Geschäftsjahres in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen in Höhe von 459,1 TEUR (wovon 271,1 TEUR auf immaterielle Vermögensgegenstände und 188,0 TEUR auf Sachanlagen entfallen), hat sich das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von Abgängen sowie der planmäßigen Abschreibungen per 31.12.2023 um 1.251,6 TEUR auf 21.510,1 TEUR verringert. Der Rückgang entfällt u. a. mit 677,2 TEUR auf die Tilgung des unter den „Ausleihungen an verbundene Unternehmen“ ausgewiesenen Darlehens an die Bayerische Medien Technik GmbH über ursprünglich 4.000,0 TEUR.

Das Umlaufvermögen beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 28.544,9 TEUR und liegt damit um 5.960,6 TEUR über dem Vorjahreswert (22.584,3 TEUR). Der Erhöhungsbetrag entfällt mit 5.029,5 TEUR auf die flüssigen Mittel. Ursache ist hier neben dem erzielten Jahresüberschuss auch der Liquiditätszufluss über 677,2 TEUR aus der Tilgung des an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichten Darlehens.

#### ■ Finanzlage

Die liquiden Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten sind im Vergleich zum Vorjahr von 21.246,2 TEUR um 5.029,5 TEUR auf 26.275,7 TEUR zum Bilanzstichtag gestiegen.

Unter den Ausleihungen an verbundene Unternehmen ist ein in 2018 an die Bayerische Medien Technik GmbH ausgereichtes Darlehen von ursprünglich 4.000,0 TEUR erfasst. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 7 Jahren und war im ersten Jahr (bis 30. Juni 2019) tilgungsfrei. Der Zinssatz beträgt 1,6 % p. a. Im Geschäftsjahr 2023 wurden 677,2 TEUR getilgt. Zum Bilanzstichtag besteht noch eine Darlehensforderung gegenüber der Bayerischen Medien Technik GmbH in Höhe von 1.036,3 TEUR.

Wesentliche Investitionsverpflichtungen oder nicht genutzte Kreditlinien bestehen nicht.

### **Gesamtaussage zur Lage**

Der Jahresüberschuss in 2023 von 3.288,1 TEUR wird den zweckgebundenen Rücklagen und davon in Höhe von 2.478,1 TEUR der Allgemeinen Haushaltsrücklage und in Höhe von 810,0 TEUR der Ausbildungsrücklage zugeführt. Der im Wirtschaftsplan 2023 berechnete Jahresüberschuss von 810,0 TEUR hat sich um 2.478,1 verbessert. Ursächlich waren insbesondere die im Geschäftsjahr 2023 gestiegenen Einnahmen aus dem Anteil am Rundfunkbeitrag, die höheren Zinserträge durch die gestiegenen Guthabenzinsen, die niedrigeren sonstigen betrieblichen Aufwendungen und die geringeren Aufwendungen für Fördermaßnahmen.

Entsprechend den Berechnungen des Norddeutschen Rundfunks im Kalenderjahr 2022 zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesme-

dienanstalten wurde ein Rundfunkbeitragsaufkommen für die Landeszentrale mit einem durchschnittlichen Wert bis 2028 von rund 26 Mio. EUR prognostiziert. Der Anteil am Rundfunkbeitrag der Landeszentrale ist im Geschäftsjahr 2023, stärker als erwartet, auf 27.235,3 TEUR (im Vorjahr 25.639,3 TEUR) gestiegen.

Die Landeszentrale verfolgt auch weiterhin ein konsequentes Kostenmanagement. Durch die gute finanzielle Ausstattung, die sich auch in der gestiegenen zweckgebundenen Rücklage „Allgemeine Haushaltsrücklage“ widerspiegelt, kann die Landeszentrale ihre gesetzlichen Aufgaben in den nächsten Jahren erfüllen. Die Geschäftsleitung war mit der Geschäftsentwicklung zufrieden.

Die Landeszentrale war und ist zu jeder Zeit in der Lage, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

### **Risikobericht**

#### **■ Rechtliche Risiken**

Die Landeszentrale ist für die Aufsicht und Organisation der privaten Radio- und Fernsehprogramme und für Medienplattformen, Benutzeroberflächen und Medienintermediäre zuständig. Ferner beaufsichtigt sie die Internetangebote mit Sitz in Bayern (sog. Telemedien).

Bei dieser Tätigkeit ist es nicht auszuschließen, dass Rechtsakte der Landeszentrale angegriffen werden, so dass ein Risiko besteht, verklagt zu werden. Dies sind in der Regel verwaltungsgerichtliche Verfahren.

### ■ **Rechtsstreit C.A.M.P. TV vs. Landeszentrale**

Die am 28.12.2012 erhobene Klage der C.A.M.P. TV Fernsehgesellschaft mbH (C.A.M.P. TV) gegen die Landeszentrale wurde mit Urteil des OLG München vom 29.10.2020, Az. 1 U 3572/18, abgewiesen. Der BGH hat mit Beschluss vom 29.09.2022 die Nichtzulassungsbeschwerde der Klägerin (Az. III ZR 317/20) zurückgewiesen, weil weder die Rechtsache grundsätzliche Bedeutung hat noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts erfordert. Der Klägerin wurden die Kosten des Beschwerdeverfahrens auferlegt.

Im Rahmen des noch anhängigen Kostenfestsetzungsverfahrens wurde von Seiten der Landeszentrale eine weitere Kostenfestsetzung in Höhe von 95.514,99 EUR nebst Zinsen hieraus seit 25.10.2022 in Höhe von 5 %-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz zur Erstattung beantragt. Dieser Betrag resultiert aus der Rechnung des Prozessbevollmächtigten der Landeszentrale beim BGH vom 10.10.2022. Über den Kostenfestsetzungsantrag ist bis heute nicht entschieden.

Gegen den Beschluss des BGH vom 29.09.2022 hat die Klägerin beim Bundesverfassungsgericht Verfassungsbeschwerde (Az. 1 BvR 2266/22) eingereicht. Über die Verfassungsbeschwerde wurde noch nicht entschieden. Über den Stand des Verfahrens erhält die Landeszentrale als Nichtbeteiligte keine Auskünfte.

Die Verfassungsbeschwerde hindert jedoch nicht die Rechtskraft des Urteils des OLG München vom 29.10.2020.

### ■ **Finanzielle Risiken**

Die Landeszentrale finanziert sich aus einem Anteil des Rundfunkbeitrags (1,8989 %, § 10 RFinStV). Die Höhe des Rundfunkbeitrags wird durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) alle vier Jahre festgelegt. Die Landeszentrale partizipiert an den möglichen Erhöhungen des Rundfunkbeitrags. Eine Reduzierung des Rundfunkbeitrags ist unwahrscheinlich. Nachdem die Planungen des Norddeutschen Rundfunks zum Anteil der Landeszentrale am Rundfunkbeitrag bis 2028 von einem konstanten Betrag von rund 26 Mio. EUR ausgeht, bestehen derzeit keine finanziellen Risiken.

### ■ **IT-Risiken**

Auch bei der Landeszentrale kommt der in allen Geschäftsbereichen eingesetzten Informationstechnologie (IT) eine stetig wachsende Bedeutung zu. Risiken bestehen hier insbesondere im Hinblick auf einem unbefugten Zugriff auf sensible Daten sowie die mangelnde Verfügbarkeit der Systeme als Folge von Störungen und Katastrophen. Dem Risiko eines unbefugten Zugriffs wird mit dem Einsatz von IT-Sicherheitstechnologien, zum Beispiel Firewall-Systemen sowie der mehrfachen Absicherung der Zugriffe begegnet. Zusätzlich wird die Sicherheit durch die restriktive Vergabe von Zugriffsberechtigungen auf Systeme und

Informationen sowie durch das Vorhalten von Backup-Versionen der Datenbestände erhöht. Mit einer redundanten Auslegung unserer IT-Infrastrukturen sichern wir uns gegen Risiken ab, die im Störungs- oder Katastrophenfall eintreten können. Wir setzen im Rahmen gültiger Standards marktübliche Technologien zur Absicherung unserer IT-Landschaft ein. Um ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern, standardisieren und erneuern wir sie kontinuierlich. Die Landeszentrale ergänzt die technischen Maßnahmen durch Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter.

#### ■ Technische Risiken

Technische Risiken bestehen nicht im wesentlichen Umfang.

#### ■ Sonstige Risiken

Wie alle Unternehmen muss sich auch die Landeszentrale bei der Personalplanung dem demographischen Wandel stellen. Derzeit gehen die geburtenstarken Jahrgänge in den Ruhestand, so dass ein erheblicher Bedarf an Neueinstellungen besteht. Zwar ist der Einstellungsprozess aufwändiger geworden als noch in der Vergangenheit, aber die Landeszentrale kann immer noch die freiwerdenden Stellen qualitativ gleichwertig und in der Regel auch zeitnah nachbesetzen.

### Risikomanagement

Wöchentliche Besprechungen der Bereichsleitungen mit der Geschäftsführung sichern organisatorisch eine frühzeitige Identifikation und Kommunikation wesentlicher Risiken sowie bestandsgefährdender Entwicklungen. Als Frühwarnsignal wird auch die monatliche Analyse von Abweichungen zum Wirtschaftsplan betrachtet.

### Chancenbericht

Mit dem im November 2020 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrag wurden die Aufgaben der Landeszentrale als Landesmedienanstalt erheblich erweitert. Durch diese neuen Aufgaben und aufgrund der Tatsache, dass die Landeszentrale für zahlreiche, auch internationale Anbieter wie Amazon Prime Video, Twitch, Twitter oder Bing zuständig ist, kann die Landeszentrale ihre Stellung als wichtige Landesmedienanstalt weiter ausbauen und gleichzeitig dazu beitragen, dass der Medienstandort Bayern, der sich immer mehr vom klassischen TV-Markt zum Streaming-Standort entwickelt, gestärkt und für weitere Anbieter attraktiv wird.

### Prognosebericht

Die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale wird zum einen durch die Höhe des Rundfunkbeitrags und zum anderen durch den ihr daraus zustehenden Anteil bestimmt. Die Höhe des Rundfunkbeitrags liegt seit 20.07.2021 bei 18,36 EUR pro Monat (Beschluss des BVerfG vom 20.07.2021, Az: 1 BvR 2756/20, 2775/20 und 2777/20). Der ihr

seit 01.01.2013 zustehende Anteil am Rundfunkbeitrag beträgt 1,8989 % des Rundfunkbeitragsaufkommens.

Den Berechnungen des Norddeutschen Rundfunks vom 28.06.2023 zur mittelfristigen Planung des Rundfunkbeitragsanteils der Landesmedienanstalten liegt der erhöhte Rundfunkbeitrag von 18,36 EUR im Monat zugrunde. Diese Prognosen für das Rundfunkbeitragsaufkommen der Landeszentrale gehen von einem durchschnittlichen Wert bis 2028 von rund 26 Mio. EUR p. a. aus.

Ob die von der KEF in ihrem 24. Bericht vom 23.02.2024 ab 2025 empfohlene Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags auf 18,94 EUR, was einer Erhöhung um 58 Cent entspricht, durch die Länder in einem geänderten Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag umgesetzt und dann von allen Länderparlamenten beschlossen wird, ist nach den Aussagen verschiedener Ministerpräsidenten fraglich. Gleichzeitig bestehen noch keine gesicherten Erkenntnisse, ob die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wieder eine Klage vor dem Bundesverfassungsgericht in Erwägung ziehen.

Unabhängig von diesen Unsicherheiten ist die Landeszentrale auf Grund ihrer vorausschauenden und sparsamen Wirtschaftsführung und ihren Rücklagen in der Lage, ihre Aufgaben auch ohne eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags mittelfristig zu erfüllen.

Die Landeszentrale plant für das Geschäftsjahr 2024 mit einem Jahresfehlbetrag von 884,4 TEUR, was auf den hohen Tarifabschluss des öffentlichen Diensts vom Dezember 2023, den die Landeszentrale entsprechend anwenden wird, höhere betriebliche Aufwendungen durch Kostensteigerungen und notwendige höhere Fördermaßnahmen zurückzuführen ist. Auf Grund der in der Vergangenheit aufgebauten Rücklagen ist die Finanzierung gesichert.

Durch den Jahresüberschuss 2023 von 3.288,1 TEUR steigt die allgemeine Haushaltsrücklage auf 12.600,5 TEUR an, während die Investitionsrücklage bei 1.000,0 TEUR konstant bleibt. In 2023 wurde auch eine neue zweckgebundene Rücklage für Ausbildung in Höhe von 810,0 TEUR gebildet, so dass die Landeszentrale über zweckgebundene Rücklagen in Höhe von 14.410,5 TEUR verfügt. Schließlich führen konstante bis leicht steigende Erträge zu einer weiterhin positiven Entwicklung, so dass die Finanzierung der Aufgaben der Landeszentrale gesichert ist.

In Anbetracht des vielfältigen gesetzlichen Aufgabenspektrums der Landeszentrale und der Unsicherheiten bezüglich der Entscheidung des Rundfunkbeitrags ist auch weiterhin erforderlich, die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmittel gezielt einzusetzen und das konsequente Kostenmanagement fortzusetzen.

### **Nachtragsbericht**

Wir verweisen an dieser Stelle auf die Erläuterungen im Anhang.

München, 26. Juli 2024



PRÄSIDENT

Dr. Thorsten Schmiede

GESCHÄFTSFÜHRERIN

Dr. Annette Schumacher

## Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

### **An die Bayerische Landeszentrale für neue Medien Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, München:**

#### **Prüfungsurteile**

Wir haben den Jahresabschluss der Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, München, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2023 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, München, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts zum 31. Dezember 2023 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 und

- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

#### **Grundlage für die Prüfungsurteile**

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise

ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

### **Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Verwaltungsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht**

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

### **Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts**

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW)

festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren.

Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir Darstellung, Aufbau und Inhalt des Jahresabschlusses insgesamt einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts vermittelt.
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der rechtsfähigen Anstalt des öffentlichen Rechts.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den

zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

München, den 26. Juli 2024

Rödl & Partner GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Mainka-Klein  
WIRTSCHAFTSPRÜFER

gez. Mattheus  
WIRTSCHAFTSPRÜFERIN

## Wirtschaftsplan 2023

Dem vom Verwaltungsrat am 21. November 2022 beschlossenen Wirtschaftsplan 2023 wurde in der 9. Sitzung des Medienrats am 16. Dezember 2022 die Zustimmung erteilt.

Aufgrund der Entwicklungen im Geschäftsjahr 2023 verabschiedete der Verwaltungsrat am 09. Oktober 2023 einen Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2023, dem der Grundsatzausschuss des Medienrats am 10. Oktober 2023 zustimmte.

Die Abrechnung der Ist-Ergebnisse aus dem Vollzug des Wirtschaftsplans wird in den Tabellen A, B und C dargestellt.

Danach konnten im Haushaltsjahr 2023 Erträge von 35,5 Mio. EUR (ohne Förderung gem. Art. 23 BayMG) erzielt werden. Beim Anteil am Rundfunkbeitrag ergaben sich Mehrerträge von 763,3 TEUR und bei den Kostenerlösen (Gebühren und Auslagen) von 13,7 TEUR. Die sonstigen Erträge überschreiten die Planwerte um 64,6 TEUR.

Das Mehrergebnis bei den sonstigen betrieblichen Erträgen (439,7 TEUR) entfällt wesentlich mit 112,4 TEUR auf Entlastungen nach dem Strom-/Wärmepreisbremsengesetz, ferner auf die Rückerstattung von Fördermitteln nach Art. 23 BayMG in Höhe von 116,2 TEUR und auf einen Überschuss der Kosten des Beitragsservice von 117,3 TEUR. Die Mehrerträge bei den Finanzerträgen (293,0 TEUR) sind durch das gestiegene Zinsniveau begründet.

Laufende Aufwendungen sind in Höhe von 32,2 Mio. EUR angefallen. Sie lagen um 903,7 TEUR unter den Plandaten. Wesentliche Einsparungen betreffen die Aufwendungen für Abschreibungen (–147,0 TEUR), die sonstigen betrieblichen Aufwendungen (–887,9 TEUR), die Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags (–143,3 TEUR), die Förderung von technischer Infrastruktur/technischem Betrieb (–230,7 TEUR), die Medienforschung (–109,1 TEUR), die Öffentlichkeitsarbeit (–135,5 TEUR), die Innovationsförderung (–130,0 TEUR) und die Zinsaufwendungen (–367,2 TEUR).

Überschreitungen der Planansätze ergaben sich bei den Aufwendungen für das Personal (+1.238,9 TEUR), für das Mediennetzwerk (+17,4 TEUR) und den außerordentlichen und periodenfremden Aufwand (+78,8 TEUR).

Der Jahresüberschuss 2023 (3.288,1 TEUR) wird der Allgemeinen Haushaltsrücklage (+2.478,1 TEUR) und der Ausbildungsrücklage (+810,0 TEUR) zugeführt.

Die Investitionsausgaben für Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen erfolgten in Höhe von 459,1 TEUR. Ausgabereste aus dem Investitionshaushalt von 1.000,0 TEUR werden mit entsprechender Deckung auf das Jahr 2024 vorgetragen.

## A. Ertrags- und Aufwandsplan (Betriebshaushalt)

	<b>Wirtschaftsplan 2023 TEUR</b>	<b>Ist-Ergebnis 2023 TEUR</b>	<b>Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR</b>
<b>Erträge</b>			
1. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 2 BayMG	26.472,0	27.235,3	763,3
2. Erträge gem. Art. 21 Abs. 1 Nr. 3 BayMG	66,0	79,7	13,7
3. Sonstige Erträge	1.903,6	1.968,2	64,6
4. Geldbußen gem. Art. 37 BayMG	0,0	0,0	0,0
5. Finanzierungsbeitrag gem. Art. 3 Abs. 3 BayMG	5.091,5	5.091,5	0,0
6. Sonstige betriebliche Erträge	32,0	471,7	439,7
7. Finanzerträge	319,7	612,7	293,0
<b>Summe</b>	<b>33.884,8</b>	<b>35.459,2</b>	<b>1.574,4</b>
<b>Aufwendungen</b>			
1. Personalaufwendungen	10.051,7	11.290,6	1.238,9
2. Abschreibungen	1.155,0	1.008,0	-147,0
3. Sonstige Steuern	0,2	0,2	0,0
4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0
5. Aufwendungen für Organe und Gemeinschaftsaufgaben der Landesmedienanstalten	1.469,5	1.412,9	-56,6
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.436,0	2.548,1	-887,9
7. Kosten für den Einzug des Rundfunkbeitrags	820,7	677,4	-143,3
8. Programmförderung	600,0	598,0	-2,0
9. Förderung technische Infrastruktur und technischer Betrieb	2.326,7	2.096,0	-230,7
10. Medienforschung	859,5	750,4	-109,1
11. Ausbildungsförderung	1.159,0	1.147,3	-11,7
12. Medienpädagogik	681,0	677,3	-3,7
13. Fernsehproduktionsförderung	1.278,0	1.278,0	0,0
14. Mitgliedschaften	76,0	74,8	-1,2
15. Öffentlichkeitsarbeit	1.265,0	1.129,5	-135,5
16. Finanzierungsbeitrag TV-Fenster	5.091,5	5.091,5	0,0
17. Förderung nach Art. 23 BayMG/BLM-Anteil	1.650,0	1.637,1	-12,9
18. Innovationsförderung	380,0	250,0	-130,0
19. Mediennetzwerk	210,0	227,4	17,4
20. Zinsaufwendungen	500,0	132,8	-367,2
21. A.o. und periodenfremder Aufwand	65,0	143,8	78,8
<b>Summe</b>	<b>33.074,8</b>	<b>32.171,1</b>	<b>-903,7</b>
<b>Jahresüberschuss (+)/Jahresfehlbetrag (-)</b>	<b>810,0</b>	<b>3.288,1</b>	<b>2.478,1</b>
Entnahme aus zweckgebundenen Rücklagen	0,0	0,0	0,0
Einstellung in zweckgebundene Rücklagen	-810,0	-3.288,1	-2.478,1
<b>Bilanzgewinn (+)/Bilanzverlust (-)</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

## B. Finanzplan (Investitionshaushalt)

	Wirtschaftsplan 2023 TEUR	Ist-Ergebnis 2023 TEUR	Überschreitung (+) Unterschreitung (-) TEUR
<b>Mittelherkunft</b>			
1. Jahresüberschuss	810,0	3.288,1	2.478,1
2. Abschreibungen	1.155,0	1.008,0	-147,0
3. Entnahme aus Rücklagen	0,0	0,0	0,0
4. Veränderung der Pensionsrückstellungen	216,6	1.843,2	1.626,6
5. Mittelrückfluss aus Finanzanlagen	677,2	677,2	0,0
6. Übertrag aus Finanzplan Vj.	1.000,0	1.000,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>3.858,8</b>	<b>7.816,5</b>	<b>3.957,7</b>
<b>Mittelverwendung</b>			
1. Investitionen (ohne Finanzanlagen)	2.852,0	459,1	-2.392,9
2. Finanzanlagen	50,0	0,0	-50,0
3. Tilgung aufgenommener Darlehen	0,0	0,0	0,0
4. Gewährte kurzfristige Kredite	0,0	0,0	0,0
5. Einstellung in Rücklagen	810,0	3.288,1	2.478,1
6. Jahresfehlbetrag	0,0	0,0	0,0
7. Sonstige	146,8	4.069,3	3.922,5
<b>Summe</b>	<b>3.858,8</b>	<b>7.816,5</b>	<b>3.957,7</b>

## C. Einzelplan

	Wirtschaftsplan 2022 TEUR	Ist-Ergebnis 2022 TEUR	Mehrerträge (+) Mindererträge (-) TEUR
<b>Förderung nach Art. 23 BayMG</b>			
<b>1. Erträge</b>			
1.1 Förderung Staatshaushalt	11.952,0	11.287,2	-664,8
<b>Summe</b>	<b>11.952,0</b>	<b>11.287,2</b>	<b>-664,8</b>
<b>2. Aufwendungen</b>			
2.1 Technische Verbreitungskosten	11.952,0	11.287,2	-664,8
<b>Summe</b>	<b>11.952,0</b>	<b>11.287,2</b>	<b>-664,8</b>

## Beschluss des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat hat in seiner Sitzung am 30. September 2024 den Jahresabschluss 2023 gem. Art. 14 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 BayMG beraten und beschlossen. Beratungsgrundlagen waren der Prüfungsbericht der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Zweigniederlassung München) vom 26. Juli 2024, der Bericht der Geschäftsführung der BLM über den Haushaltsvollzug 2023 sowie der Geschäftsbericht der BLM.

Der Verwaltungsrat stellt den Jahresabschluss 2023 mit Haushaltsrechnung fest und erteilt der Geschäftsführung der BLM aufgrund des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Zweigniederlassung München), die Entlastung.

Der Verwaltungsrat empfiehlt dem Medienrat, dem Jahresabschluss 2023 mit Haushaltsrechnung die Zustimmung zu erteilen.

München, 30. September 2024



DER VORSITZENDE DES VERWALTUNGSRATS

Roland Richter

## Zustimmung des Medienrats

Der Medienrat stimmt gem. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 Nr. 4 BayMG dem von der Rödl & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Zweigniederlassung München) mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehenen und vom Verwaltungsrat festgestellten Jahresabschluss per 31. Dezember 2023 zu.

München, 17. Oktober 2024



DER VORSITZENDE DES MEDIENRATS

Walter Keilbart