



## Gesetzentwurf

### der Staatsregierung

### zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes

#### A) Problem

Digitalisierung und Medienkonvergenz haben in der Medienbranche zu großen Veränderungen geführt. Insbesondere durch international tätige Marktteilnehmer werden etablierte Geschäftsmodelle und Marktstrukturen in Frage gestellt. Um in diesem veränderten Wettbewerbsumfeld bestehen zu können, müssen sich Medienunternehmen am Standort neu aufstellen und digitale Innovationen vorantreiben.

Der dynamischen und ständigen Veränderungen unterworfenen Medienmarkt stellt auch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien vor neue Herausforderungen. Die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) festgelegten Aufgaben der Landeszentrale müssen den Entwicklungen in der digitalisierten und zunehmend international ausgerichteten Medienlandschaft entsprechen.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern wird seit 2008 auf der Grundlage des BayMG aus Mitteln des Staatshaushalts gefördert. Diese Förderung wurde zweimal verlängert und ist aktuell bis zum Ende des Jahres 2020 befristet. Auch in Zukunft ist eine Aufrechterhaltung der Angebotsstruktur und flächendeckende Verbreitung des lokalen und regionalen Fernsehens ohne staatliche Förderung nicht möglich. Zudem bedarf es der Förderung, um bedeutende digitale Verbreitungswege, wie beispielsweise Medienplattformen, auch für die lokalen und regionalen Inhalte zu erschließen. Ein zukunftsgerichtetes lokales und regionales Fernsehen in Bayern muss neben den traditionellen Verbreitungswegen Kabel, Satellit und Terrestrik, zwingend auch den Online-Bereich in den Blick nehmen.

#### B) Lösung

Der Aufgabenbeschrieb der Landeszentrale wird zeitgemäß angepasst. Neben ihren unveränderten Aufgabenschwerpunkten soll sie zusätzlich zur Vernetzung von Medienunternehmen durch die Förderung von Gründern im Medienbereich einen Beitrag zur Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern leisten. Darüber hinaus soll die Landeszentrale die Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern national und international stärken.

Die Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens aus Mitteln des Staatshaushalts soll ab dem Jahr 2021 für einen Zeitraum von vier Jahren fortgeführt werden. Damit wird sichergestellt, dass hochwertige lokale und regionale Fernsehangebote weiterhin flächendeckend verbreitet werden, die aktuelle Struktur der Fernsehanbieter fortbesteht und auch alternative digitale Verbreitungswege erschlossen werden, um in Zukunft alle Altersgruppen der Bevölkerung Bayerns zu erreichen. Gleichzeitig erfolgt weiterhin eine Förderung aus Mitteln der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Die Organisation und Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens bleibt einer der Aufgabenschwerpunkte der Landeszentrale.

#### C) Alternativen

Keine

**D) Kosten****1. Für den Staatshaushalt**

Die Regelung zur Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens nach Art. 23 BayMG wird für den Zeitraum 2021 bis 2024 verlängert. Die Förderung erfolgt nach Maßgabe des Staatshaushalts.

**2. Für die Kommunen**

Keine.

**3. Für die Wirtschaft**

Die Regelung zur Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens nach Art. 23 BayMG wird für den Zeitraum 2021 bis 2024 verlängert. Die dabei für die Wirtschaft entstehenden Mehrkosten u.a. wegen getrennter Buchführung und Aufbewahrungspflichten bleiben bestehen. Im Ergebnis werden die Unternehmen aber durch die Förderung entlastet.

**4. Für die Bürger**

Keine.

## **Gesetzentwurf**

### **zur Änderung des Bayerischen Mediengesetzes**

#### **§ 1**

Das Bayerische Mediengesetz (BayMG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Oktober 2003 (GVBl. S. 799, BayRS 2251-4-S), das zuletzt durch § 1 Abs. 258 der Verordnung vom 26. März 2019 (GVBl. S. 98) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. Art. 11 Abs. 2 Nr. 4 wird wie folgt geändert:
  - a) In Buchst. c werden nach dem Wort „Medienunternehmen“ die Wörter „und Förderung von Gründern im Medienbereich“ eingefügt und der Punkt am Ende wird durch ein Komma ersetzt.
  - b) Folgender Buchst. d wird angefügt:  
„d) Stärkung der nationalen und internationalen Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern.“
2. Art. 12 Abs. 2 Satz 2 wird wie folgt geändert:
  - a) In Nr. 5 wird die Angabe „14 Abs. 7“ durch die Angabe „14 Abs. 8“ ersetzt.
  - b) In Nr. 9 wird die Angabe „Art. 11 Abs. 2 Nr. 3“ durch die Angabe „Art. 11 Abs. 2 Nr. 4“ ersetzt.
3. In Art. 23 Abs. 6 Satz 2 werden nach dem Wort „Digitalisierung,“ die Wörter „insbesondere die Möglichkeit der Verbreitung über Medienplattformen,“ eingefügt.
4. In Art. 26 Abs. 5 Satz 1 wird die Angabe „Art. 5 Abs. 7“ durch die Angabe „Art. 5 Abs. 8“ ersetzt.
5. In Art. 29 Abs. 1 Satz 6 wird die Angabe „Art. 26 Abs. 5“ durch die Angabe „Art. 26 Abs. 4“ ersetzt.
6. In Art. 37 Abs. 3 wird die Angabe „Abs. 2 Nrn. 1, 3 und 5“ durch die Angabe „Abs. 2 Nr. 1 und 4“ ersetzt.
7. In Art. 39 wird die Angabe „Art. 15 Abs. 2 Nr. 3“ durch die Angabe „Art. 15 Abs. 2 Satz 2 Nr. 3“ ersetzt.
8. Art. 40 wird aufgehoben.
9. Art. 41 wird Art. 40 und in Abs. 2 wie folgt geändert:
  - a) Die Nrn. 1 und 2 werden aufgehoben.
  - b) Nr. 3 wird Nr. 1 und die Angabe „31. Dezember 2020“ durch die Angabe „31. Dezember 2024“ ersetzt.
  - c) Nr. 4 wird Nr. 2.

#### **§ 2**

Dieses Gesetz tritt am ..... in Kraft.

**Begründung:****A) Allgemeines**

Digitalisierung und Medienkonvergenz haben in der Medienbranche zu großen Veränderungen geführt. Insbesondere durch international tätige Marktteilnehmer werden etablierte Geschäftsmodelle und Marktstrukturen in Frage gestellt. Um in diesem veränderten Wettbewerbsumfeld bestehen zu können, müssen sich Medienunternehmen am Standort neu aufstellen und digitale Innovationen vorantreiben.

Der dynamischen und ständigen Veränderungen unterworfenen Medienmarkt stellt auch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien vor neue Herausforderungen. Die im Bayerischen Mediengesetz (BayMG) festgelegten Aufgaben der Landeszentrale müssen den Entwicklungen in der digitalisierten und zunehmend international ausgerichteten Medienlandschaft entsprechen.

Der Aufgabenbeschrieb der Landeszentrale wird zeitgemäß angepasst. Neben ihren unveränderten Aufgabenschwerpunkten soll sie insbesondere dazu beitragen, zur Weiterentwicklung der digitalen Medien in Bayern Gründer im Medienbereich zu fördern und die Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern national und international weiter zu stärken.

Das lokale und regionale Fernsehen in Bayern (Lokal-TV) wird seit 2008 auf der Grundlage des BayMG aus Mitteln des Staatshaushalts gefördert. Diese Förderung wurde zweimal verlängert und ist aktuell bis zum Ende des Jahres 2020 befristet. Auch in Zukunft ist eine Aufrechterhaltung der Angebotsstruktur und flächendeckende Verbreitung des lokalen und regionalen Fernsehens ohne staatliche Förderung nicht möglich. Zudem bedarf es der Förderung, um bedeutende digitale Verbreitungswege, wie beispielsweise Medienplattformen, auch für die lokalen und regionalen Inhalte zu erschließen. Ein zukunftsgerichtetes lokales und regionales Fernsehen in Bayern muss neben den traditionellen Verbreitungswegen Kabel, Satellit und Terrestrik, zwingend auch den Online-Bereich in den Blick nehmen.

Die Förderung des lokalen und regionalen Fernsehens aus Mitteln des Staatshaushalts soll ab dem Jahr 2021 für einen Zeitraum von vier Jahren fortgeführt werden. Damit wird sichergestellt, dass hochwertige lokale und regionale Fernsehangebote weiterhin flächendeckend verbreitet werden, die aktuelle Struktur der Fernsehanbieter fortbesteht und auch alternative digitale Verbreitungswege erschlossen werden. Damit können in Zukunft alle Altersgruppen der Bevölkerung Bayerns erreicht werden. Gleichzeitig erfolgt weiterhin eine Förderung aus Mitteln der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Die Organisation und Förderung des Lokal-TV bleibt einer der Aufgabenschwerpunkte der Landeszentrale.

**B) Zu den einzelnen Bestimmungen****Zu Nr. 1***Zu Buchst. a*

Digitalisierung und Medienkonvergenz haben dazu geführt, dass alle modernen Medienunternehmen crossmedial aufgestellt und elektronische Angebote haben. Fast alle TV-Sender, Radiosender, Printprodukte wie Zeitungen, Zeitschriften oder Bücher haben dabei Online-Angebote. Zur erfolgreichen Positionierung am Markt bedarf es neuer Geschäftsmodelle, innovativer Produkte und Anwendungen. Neben anderen Bereichen, wie beispielsweise der Finanz- oder Versicherungsbranche, wo sich zahlreiche Startups erfolgreich am Markt etabliert haben, sog. FinTechs und InsurTechs, besteht auch in der Medienbranche großes Potenzial.

Mit ihrer technischen, medienwirtschaftlichen und rechtlichen Kompetenz hat die Landeszentrale alle Voraussetzungen und Möglichkeiten, dieses Potenzial zu heben und die Zukunft der elektronischen Medien in Bayern in diesem innovativen Bereich mitzugestalten. In Ergänzung zu den Aktivitäten der bayerischen Gründerzentren und zu ihren anderen Aufgaben soll die Landeszentrale einen Beitrag zur Unterstützung von Gründern in den digitalen Medien leisten. Mit der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, neuer Medientechniken und programmlicher Darstellungsformen sollen maßgebliche Impulse an einem starken Medienstandort Bayern gesetzt werden.

*Zu Buchst. b*

Bayern ist attraktiver Medienstandort, der im bundesweiten und europäischen Umfeld eine Spitzenstellung einnimmt. Bereits jetzt setzt die Landeszentrale mit ihren Initiativen, wie Aus- und Fortbildungsmaßnahmen, Vernetzung von Medienunternehmen, Veranstaltungen und Kongressen wie den Medientagen München, Zeichen bei der Außenwirkung des Standorts gegenüber Medienschaffenden und Unternehmen. In einer zunehmend global ausgerichteten Medienlandschaft und mit Blick auf die zahlreichen in Bayern angesiedelten internationalen Großunternehmen soll der Landeszentrale die Möglichkeit gegeben werden, neue Trends, Innovationen und die Leistungsfähigkeit des Standorts über alle Mediengattungen hinweg noch intensiver herauszustellen. Dabei geht es auch darum, zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Medienstandorts Talente und Experten aus dem Ausland nach Bayern zu holen. Dafür muss Bayern als Medienstandort national und international noch mehr Präsenz zeigen und diese Zielgruppen ansprechen, beispielsweise auf Messen und Kongressen oder durch Unterstützung von in Bayern ankommenden Medienschaffenden. In Ergänzung ihrer anderen Aufgaben soll die Landeszentrale daher auch einen Beitrag dazu leisten, die nationale und internationale Sichtbarkeit des Medienstandorts Bayern weiter zu stärken.

**Zu Nr. 2:***Zu Buchst. a*

Redaktionelle Anpassung.

*Zu Buchst. b*

Redaktionelle Anpassung.

**Zu Nr. 3:**

Seit 2008 werden nach Art. 23 hochwertige lokale und regionale Fernsehprogramme gefördert. Aktuell erhalten 14 Fernsehanbieter sowie neun Spartenanbieter eine Förderung zur Herstellung sowie technischen Verbreitung ihrer Programme.

Die technische Verbreitung des Lokal-TV erfolgt derzeit insbesondere über die Verbreitungswege Breitbandkabel und digitaler Satellit mit einer technischen Reichweite von fast 100 Prozent. Zudem wurden die bayerischen Lokal-TV Sender im Oktober 2019 auf die Internetplattform waipu.tv aufgeschaltet. waipu.tv ist eine Internetfernsehen- und Video-on-Demand-Plattform, die sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Medieninhalte anbietet.

Neben den etablierten Verbreitungswegen Kabel, Satellit und Terrestrik besteht die Möglichkeit, TV über Medienplattformen (wie z. B. MagentaTV der Telekom, Netflix oder Zattoo) zu verbreiten. Dies wird vom bayerischen Lokal-TV bislang nur wenig genutzt. Gleichzeitig wächst aber die Bedeutung von Medienplattformen bei der Verbreitung von Medieninhalten seit Jahren kontinuierlich und hat in den jüngeren Altersgruppen das lineare Fernsehen bereits verdrängt. Laut „Digitalisierungsbericht 2019 – Video“ bringen die Jüngeren im Alter von 14 bis 29 Jahren bereits rund 60 Prozent ihrer Videozeit für Video-on-Demand auf. Das klassische Fernsehen macht nur noch ein knappes Viertel im Gesamtzeitbudget aus. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) prognostiziert in ihrem 21. Jahresbericht 2018/2019, dass sich die tägliche Online-Videonutzung bis 2022 von 33 Prozent (2018) auf 53 Prozent steigern wird. Danach werden in zwei Jahren voraussichtlich von mehr als der Hälfte der Gesamtbevölkerung täglich Online-Videos konsumiert.

Bei der Verbreitung des Lokal-TV über Medienplattformen besteht daher Aufholbedarf im Vergleich zu den seit langem etablierten Verbreitungswegen. Aus diesem Grund soll die Landeszentrale in Zukunft die Möglichkeit der Verbreitung über Medienplattformen besonders berücksichtigen, um dem geänderten Mediennutzungsverhalten Rechnung zu tragen und das Lokal-TV hier zukunftsfähig zu machen.

Zum anderen soll der weitere Ausbau der Verbreitung über Medienplattformen langfristig auch dazu beitragen, die Satellitenverbreitung und die damit verbundenen hohen Kosten schrittweise und verträglich abzubauen. Für die Satellitenverbreitung muss ein

sehr hoher Betrag von rund 10 Mio. Euro pro Jahr aufgebracht werden, um am Tag durchschnittlich eine Stunde originäres Lokalprogramm über die europaweite Satellitenabdeckung zu verbreiten, während für die Kabelverbreitung Kosten in Höhe von rund 300 T Euro pro Jahr anfallen. Gerade für das Lokal-TV mit seinem typischerweise geringen originären Programmvolumen bietet sich eine „on demand“-Nutzung an. Die Zuschauer hätten dann die Möglichkeit, ihr Lokal-TV zu sehen, wann und wo immer sie das wollen. Die Aufschaltung der bayerischen Lokal-TV Sender auf waipu.tv war hier ein erster Schritt.

Die hohen Kosten für die Satellitenverbreitung fallen auch zunehmend ins Gewicht, weil die Zuschauerzahlen nach den Ergebnissen der letzten Funkanalyse Bayern (2018) rückläufig sind. 2018 erreicht das Lokal-TV an einem Tag noch knapp 7 Prozent der Bevölkerung in Bayern ab 14 Jahren. Das sind rund 730 000 Zuschauer und damit 16 Prozent weniger als im Vorjahr. Davon entfallen fast zwei Drittel auf die Altersgruppe 50 Jahre und älter, nur noch ein Drittel der Zuschauer ist der Altersgruppe 14 bis 49 Jahre zuzuordnen. Das bestätigt sich auch bei den Zahlen zum weitesten Seherkreis, also Zuschauer in den letzten zwei Wochen. Über den Zeitraum der letzten zehn Jahre ist der weiteste Seherkreis um rund 29 Prozent zurückgegangen. Überproportional viel mit minus 43 Prozent hat das Lokal-TV in diesem Zeitraum in der Altersgruppe der 14 bis 49-Jährigen verloren, also der Altersgruppe, die Medieninhalte überwiegend online und non-linear konsumiert.

#### **Zu Nrn. 4 bis 8:**

Redaktionelle Anpassungen.

#### **Zu Nr. 9:**

##### *Zu Buchst. a*

Art. 40 Abs. 1 ist mit Ablauf des 31. Mai 2017 außer Kraft getreten. Art. 36 ist mit Ablauf des 31. Dezember 2018 außer Kraft getreten. Die Regelungen zum Außerkrafttreten können damit aufgehoben werden.

##### *Zu Buchst. b*

Die staatliche Förderung, die von der Landeszentrale an die berechtigten Anbieter weitergeleitet wird, erfolgt vor dem Hintergrund, dass Lokal-TV allen TV-Nutzern in Bayern qualitätvolle authentische Informationen vor Ort bietet. Sie wird im Zeitraum 2021 bis einschließlich 2024 fortgesetzt mit dem Ziel, die Einwohner Bayerns weiterhin flächendeckend mit Lokal-TV zu versorgen und die aktuelle Struktur der lokalen und regionalen Fernsehanbieter zu erhalten. Die bisherige Förderung des Lokal-TV war von dem ausdrücklichen Wunsch des Landtags getragen. Dem soll weiterhin Rechnung getragen werden.

Die Förderung aus staatlichen Mitteln bleibt verbunden mit der Förderung aus Mitteln der Landeszentrale.

Die Landeszentrale mit ihrer technischen, medienwirtschaftlichen und rechtlichen Kompetenz hat auf Anfrage der Staatskanzlei im Rahmen einer Expertise einen Fragenkatalog zur Förderung des Lokal-TV in Bayern beantwortet. Die Expertise bildet zusammen mit Erkenntnissen aus weiteren Erhebungen die Grundlage für das Konzept einer Förderung nach Art. 23 aus Mitteln des Staatshaushalts nach 2020. In ihrer Expertise kommt die Landeszentrale zu dem Ergebnis, dass auch bei einer Ergänzung der aktuellen Verbreitungsstruktur um aktuelle Techniken weiterhin eine staatliche Förderung notwendig ist, da auch in Zukunft die Werbeeinnahmen und sonstigen Einnahmen des Lokal-TV in einem immer stärker umkämpften Werbemarkt nicht zur Deckung der Kosten ausreichen. Schon gar nicht könne auf die Satellitenverbreitung des Lokal-TV in den kommenden Jahren wegen zu hoher Reichweitenverluste ganz verzichtet werden.

Die Verbreitung des Lokal-TV über Medienplattformen kann nach Einschätzung der Landeszentrale die Satellitenverbreitung zumindest mittelfristig, in jedem Fall für die nächsten zwei bis drei Jahre, nicht ersetzen. Zwar haben laut Breitband-WLAN-Bericht 2019 des Bayerischen Staatsministeriums der Finanzen und für Heimat rund 94 Prozent der Haushalte in Bayern inzwischen Zugang zu schnellem Internet mit mindestens

30 MBit pro Sekunde. Vor allem in einigen ländlichen Regionen wäre nach Feststellung der Landeszentrale der Breitbandausbau aber noch nicht in dem Maße fortgeschritten, um eine ausreichende Bildqualität und damit eine entsprechende technische Reichweite sicherzustellen.

Nach Erhebung der Landeszentrale gehören zudem fast zwei Drittel der aktuellen Lokal-TV-Zuschauer der Altersgruppe 50 Jahre und älter an. Diese Altersgruppe nutzt aber in erster Linie noch lineares TV und greift bislang nur in geringem Maße auf non-lineare Nutzungsmöglichkeiten zurück. Die Verbreitung über Satellit generiert dagegen ein Drittel der Gesamtreichweite und damit auch entsprechende Werbeeinnahmen, die für die Lokal-TV Anbieter essentiell sind.

Die Satellitenverbreitung bleibt daher zum aktuellen Zeitpunkt tragende Säule für eine breite Nutzung des Lokal-TV in Bayern. Mit Blick auf das geänderte und sich weiter ändernde Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung Bayerns soll darüber hinaus aber im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel auch die Verbreitung des Lokal-TV über Medienplattformen ausgebaut werden.

In den kommenden Jahren wird die Breitbandversorgung in Bayern mit Nachdruck weiter vorangetrieben. Ende 2019 hat die Europäische Kommission die Bayerische Gigabitrichtlinie genehmigt, eine Förderrichtlinie für den Ausbau von Gigabit-Infrastrukturen in Bayern. Die Gigabitrichtlinie ermöglicht die Bereitstellung öffentlicher Mittel für solche Gebiete, in denen noch kein Zugang zu bestimmten Mindestgeschwindigkeiten besteht. Nach erfolgreicher Umsetzung soll das Netz dann Geschwindigkeiten von 200 Megabit pro Sekunde für Haushalte und 1 Gigabit pro Sekunde für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen bieten. Damit wird sich mittel- bis langfristig eine Alternative zur Satellitenverbreitung auch für den ländlichen Raum ergeben.

Der Trend zur Entlinearisierung hat erstmals auch die Altersgruppe der über 50-Jährigen erreicht und wird sich voraussichtlich in den kommenden Jahren weiter beschleunigen. Damit wird auch die aktuelle Zielgruppe des Lokal-TV zunehmend Angebote auf Abruf in Anspruch nehmen.

Zudem werden auch die jüngeren Altersgruppen, die derzeit noch nicht zum Kernpublikum des Lokal-TV gehören, älter und von den durch das Lokal-TV transportierten Werten wie Tradition und Heimat in Zukunft zunehmend angesprochen. Das Interesse an diesen Themen wird aber das erlernte Mediennutzungsverhalten nicht ändern. Vielmehr muss das Lokal-TV dann auf den für diese Altersgruppen relevanten Verbreitungswegen, insbesondere Medienplattformen, empfangbar sein.

Die bereits begonnene Übergangsphase soll daher auch in den nächsten Jahren zuschauerverträglich gestaltet werden. Klassische Verbreitungswege sollen weiterhin, wenn auch in abnehmendem Maße, bedient und finanziell unterstützt werden. Die Verbreitungsmöglichkeiten über Medienplattformen sollen zunehmend eingerichtet werden, damit alle Nutzergruppen gleichermaßen angesprochen werden.

Bei der Fortführung der Förderung werden die beihilferechtlichen Vorgaben beachtet, hier der Beschluss der Europäischen Kommission vom 20. Dezember 2011 über die Anwendung des Artikel 106 Absatz 2 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf staatliche Beihilfen in Form von Ausgleichsleistungen zugunsten bestimmter Unternehmen, die mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse betraut sind (2012/21/EU; Abl. L 7/3).

Aufgrund der EU-beihilferechtlichen Vorgaben ist über eine Festsetzung im Staatshaushalt hinaus eine gesetzliche Regelung erforderlich.

Die Förderung ist zeitlich befristet. Langfristig wird anstatt der teuren Satellitenverbreitung eine Verbreitung über Medienplattformen angestrebt. Anfang 2023 soll daher eine Evaluierung und insbesondere eine Überprüfung vorgenommen werden, ob eine Online-Verbreitung die teure Satellitenverbreitung nach 2024 ersetzen kann.

Da die gesetzliche Regelung der Förderung aktuell bis zum 31. Dezember 2020 befristet ist, muss diese Gesetzesänderung spätestens zum 31. Dezember 2020 in Kraft treten.

*Zu Buchst. c*

Folgeänderung.