

Medien

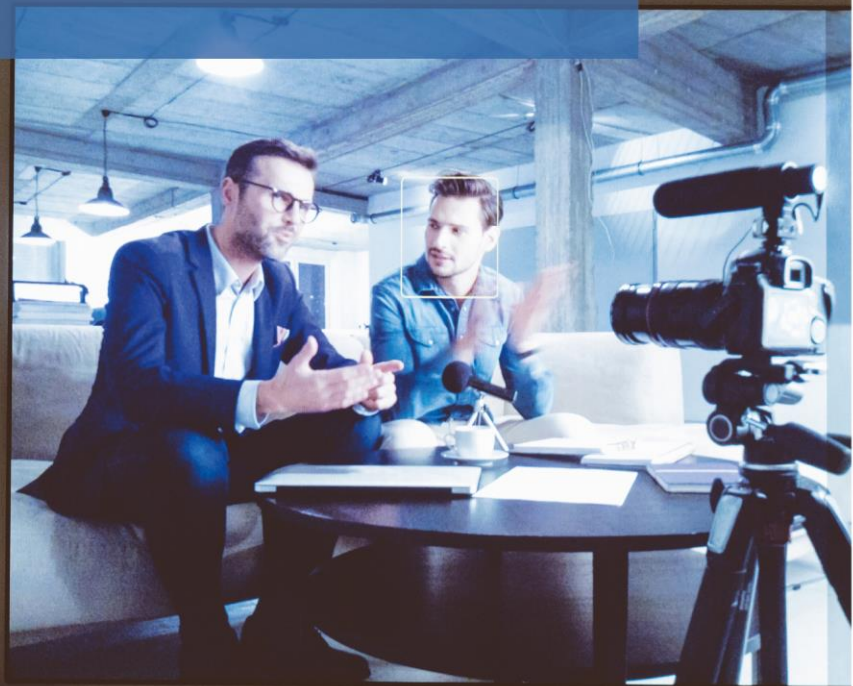
# Pilotprojekt für Kooperationsmodelle zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien

Analyse

Stand: September 2021

vbw

Die bayerische Wirtschaft



Hinweis

Zitate aus dieser Publikation sind unter Angabe der Quelle zulässig.

## Vorwort

Kooperationen sind notwendig, um Zukunftschancen zu nutzen.

Mit den Positionspapieren *Konsensleitlinien für eine Auftrags- und Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (2018)* und *Kooperationsorientierte Weiterentwicklung der Medienordnung (2019)* sowie einem von einer interdisziplinären Expertengruppe begleiteten Workshop hat die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. umfangreiche Arbeiten zur Diskussion über die Entwicklungsmöglichkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland vorgelegt.

Die vbw fordert eine kooperationsorientierte Weiterentwicklung der dualen Medienordnung, um der heimischen Medienbranche auch in der digitalen Welt den Aufbau eines nachhaltigen Eigengewichts der nationalen Medienproduktion trotz einer Übermacht der globalen Internetkonzerne zu ermöglichen. Eine Weiterentwicklung der Medienordnung ist nicht nur aus wirtschaftlichen, sondern auch aus gesellschaftlichen Gründen notwendig. Denn Qualitätsjournalismus und hochwertige Filmproduktionen haben eine wichtige identitätsstiftende Funktion für unser Gemeinwesen.

Im Juli 2020 haben die Mitglieder des vbw Ausschusses Medienwirtschaft intensiv über Kooperationsmodelle zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk diskutiert und die vbw gebeten, im Rahmen eines Pilotprojekts die Chancen und Nutzen anbieterübergreifender Kooperationen auszuloten.

Eine erste Arbeitsgruppen-Sitzung mit dem Bayerischen Rundfunk (BR), der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und privaten Anbietern fand im Dezember 2020 statt.

Danach wurden in Expertengruppen die Bereiche Aus- und Weiterbildung, Technische Infrastruktur sowie Archiv- und Rechercheverbund/Audio Innovationen analysiert und Handlungsempfehlungen für konkrete Modelle zu Kooperationsmöglichkeiten zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern abgeleitet.

Teilnehmer waren Prof. Dr. Dr. Birgit Spanner-Ulmer, Thomas Hinrichs und Stefan Wittich (BR), Siegfried Schneider und Dr. Thorsten Schmiege (BLM), Felix Kovac (Vereinigung Bayerischer Rundfunkanbieter e. V. (VBRA)) und Willi Schreiner (Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL) e. V.), Katja Schlendorf-Elsässer (ibw – Informationszentrale der Bayerischen Wirtschaft e. V.), Moderation Dr. Peter J. Thelen (vbw).

Bertram Brossardt  
27. September 2021

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Aus- und Weiterbildung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangssituation	1
1.2	Bestandsaufnahme	1
1.3	Zielsetzung	1
1.4	Zielgruppen	1
1.5	Ideen für eine Zusammenarbeit	2
1.5.1	Berufsorientierung	2
1.5.2	Erste Schritte	2
1.5.3	Volontariat	3
1.5.4	Young Professionals	3
1.6	Strategische Weiterentwicklung der MEDIASCHOOL BAYERN	3
1.7	Mitglieder der Expertengruppe	4
<b>2</b>	<b>Technische Infrastruktur</b>	<b>5</b>
2.1	Ausgangssituation	5
2.2	Bestandsaufnahme	5
2.3	Zielsetzung	5
2.4	Zielgruppen	5
2.5	Projektideen für eine Zusammenarbeit: 5G-Campus-Netze für die Produktion in Hörfunk und Fernsehen	6
2.5.1	Preisgünstiger Zugang	6
2.5.2	Einfache Antragstellung	6
2.5.3	Mögliche Einsatzbereiche für 5G-Campus-Netze	6
2.5.4	Nächste Schritte	7
2.5.5	Projektplan	7
2.6	Mitglieder der Expertengruppe	7
<b>3</b>	<b>Archiv- und Rechercheverbund / Audio Innovationen</b>	<b>8</b>
3.1	Ausgangssituation	8
3.2	Bestandsaufnahme	8

3.3	Zielsetzung	9
3.4	Zielgruppen	9
3.5	Projektideen für eine Zusammenarbeit	9
3.5.1	Projekt A: Pilotprojekt Oberfranken (Technik-Kooperation)	9
3.5.2	Projekt B: Pilotprojekt Oberfranken (Inhalte-Kooperation)	10
3.6	Interessengemeinschaft schaffen	10
3.7	Mitglieder der Expertengruppe	10
	Ansprechpartner/Impressum	11

# 1 Aus- und Weiterbildung

## Mit Kooperationen Mehrwert schaffen

### 1.1 Ausgangssituation

Im Rahmen des Arbeitskreises Aus- und Weiterbildung wurden Maßnahmen erarbeitet, die anbieterübergreifend (öffentlich-rechtlich – privat landesweit – privat lokal) ergriffen werden können, um die Aus- und Fortbildungssituation von Mitarbeitern des Rundfunks zu verbessern.

Die Teilnehmer des Arbeitskreises vertreten zum Teil Unternehmen und Rundfunkanstalten, die zueinander im direkten Wettbewerb um Hörer und Kunden, aber auch um die besten Mitarbeiter stehen. „Content Business is People’s Business“ – die Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter entscheiden maßgeblich über den Erfolg der Angebote.

### 1.2 Bestandsaufnahme

Erste Formen der Zusammenarbeit, wie beispielsweise Teilnahme der Praktikanten von max neo in Nürnberg beim Stadtradio Nürnberg des Bayerischen Rundfunks. Ebenso ist es heute bereits üblich, dass innerhalb der privaten Sender eine Volontariats-Station bei einem externen privaten Sender absolviert wird.

### 1.3 Zielsetzung

Ziel des Arbeitskreises war es, zu identifizieren, durch welche übergreifenden Kooperationen Mehrwert für alle Beteiligten entsteht, ohne dass die Beteiligten dadurch in Wettbewerb geraten.

### 1.4 Zielgruppen

- Orientierungsfunktion für Medienberufe durch Schnupperpraktika für Schüler
- Vorausbildung vor Studium oder Ausbildung für junge Medieninteressierte
- Auszubildende Mediengestalter Bild und Ton und Kaufleute für audiovisuelle Medien
- Auszubildende
- Volontäre
- Young Professionals
- Weiterbildungsinteressierte

## 1.5 Ideen für eine Zusammenarbeit

- Geeignete Kommunikationsmaßnahmen für die Berufsorientierung des Nachwuchses gemeinsam etablieren.
- Statt Institutionensdschungel eine für alle Ausbildungsanbieter tätige Anlaufstelle zu positionieren, die Information, Orientierung und Strukturierung bietet. So ist beispielsweise Medien.Bayern *Start into Media* eine gute Basis, die kontinuierlich fortentwickelt wird und zukünftig eine gute Orientierungsmöglichkeit bietet.
- Umfassende Aufklärung über alle Arbeitsbereiche (über Moderation hinaus), die den Rundfunk als vielfältig, spannend und vor allem digital präsentiert.
- Nutzung vorhandener Einrichtungen (beispielsweise der Bayerischen Akademie für Fernsehen und Digitale Medien e. V.) für z. B. Postproduktion von Projekten in der Ausbildung.
- Gemeinsame Studientage/Workshops (vgl. „1700 Jahre jüdisches Leben in Deutschland“ für Volontierende des BR und der Lokalrundfunkstationen in einem gemeinsamen Workshop von BLM und BR).
- Hackathons (Hotspots für Ideen) zu unterschiedlichen Themenbereichen, um neue Auspielformen zu kreieren.
- Empfehlung und Austausch von kompetentem Trainerpersonal. Hierbei sind auch gemeinsame Trainings, Seminare und Fortbildungen denkbar, solange es die Zahl der Teilnehmer und die Didaktik des Seminars zulassen.
- In allen Redaktionen (mit Ausnahme der BR-geführten ARD-Auslandsstudios) können Volontierende anderer Medienanbieter, Absolventen von Journalistenschulen sowie Hospitanten aller Studienrichtungen Praktika absolvieren bis zu drei Monaten Länge. Ebenso sind bei allen privaten bundesweiten, landesweiten und lokalen Sendern (Radio, TV) Praktika bis zu drei Monaten Länge möglich. Die Voraussetzungen dazu sind Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife.
- Überlegungen für eine E-Learning-Plattform mit digitalen Lerninhalten – Nutzung gegen Gebühr ist denkbar.

### 1.5.1 Berufsorientierung

- Informationszugang vereinfachen. Das heißt: Klare Bündelung der Institutionen und Anlaufstellen statt undurchsichtigem Nebeneinander vieler Namen, Begriffe und Zuständigkeiten.
- Interesse an „Audio und Bewegtbild aus Bayern“ wecken.
- Vielfältiges, attraktives Tätigkeitspektrum aufzeigen.

### 1.5.2 Erste Schritte

- MEDIASCHOOL BAYERN stärken.
- Praxisaustausch intensivieren (beispielsweise: ROCK ANTENNE Young Stars).

### 1.5.3 Volontariat

- Aktuell: BLM Workshops für Lokalradio-/Lokalfernseh-Volontäre.
- Integration der hybriden Variante in einen MEDIASCHOOL E-Learning-Bereich auf der Medientage-Plattform (Grundlagen Fachwissen und Soft Skills).
- Öffnung der digitalen E-Learning-Plattform für Auszubildende und Volontierende aller Mitarbeitenden der MEDIASCHOOL BAYERN-Gesellschafter (gegebenenfalls gegen Entgelt).

### 1.5.4 Young Professionals

- Angebot weiterer E-Learning-Inhalte über MEDIASCHOOL, z. B. Video-Tutorials, Podcasts, Media Hacks (gegebenenfalls in Gemeinschaftsproduktion mit Gesellschaftern und Studierenden).

## 1.6 Strategische Weiterentwicklung der MEDIASCHOOL BAYERN

Die MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH ist mit ihren Vereinen und den TV- und Radioprogrammen nach Meinung der Expertengruppe ein ganz hervorragendes Angebot, um erste praktische Schritte im Medienbereich zu unternehmen und sich in diesem Feld frei von Erfolgsdruck auszuprobieren. Gemeinsames Ziel soll es sein, die MEDIASCHOOL BAYERN zu stärken und als die praxisorientierte, anerkannte Know-How-Schmiede für angehende Medienmacher zu positionieren. Dies verlangt eine strategische Weiterentwicklung und auch eine wohl überlegte Standortwahl.

Eine lebendige E-Learning-Plattform könnte dann im Sinne eines „Lifetime Learnings“ auch für Mitarbeitende aller MEDIASCHOOL BAYERN Gesellschafter geöffnet werden: im Volontariat und von (Young) Professionals als Weiterbildungsplattform mit einer entsprechenden Nutzungsgebühr an den Arbeitgeber/Ausbildungsbetrieb.

Als neuer und hervorragender Standort für die MEDIASCHOOL BAYERN und die Zusammenfassung aller Aus- und Weiterbildungsinitiativen öffentlich-rechtlicher und privater Medien wäre das BR-Gebäude an der Arnulfstraße in München durch die Zusammenlegung von Studio und Schulungsräumen geeignet. Die Stadt München hat derzeit einen Bebauungsplan für den BR-Standort am Rundfunkplatz ausgeschrieben für die Zeit nach dem Umzug zahlreicher BR-Redaktionen an den Standort Freimann. (Wann das ist, ist noch nicht terminiert – eventuell 2023/24.) Möglicherweise könnten sich dort Optionen ergeben.

Zusätzlich müssten der Standort Nürnberg und der Nürnberger MEDIASCHOOL Verein gestärkt werden, insbesondere für die nordbayerischen Lokalanbieter. Auch hierzu müsste ein geeigneter Standort gefunden werden.



Die strukturelle Ausrichtung (Organisation und Finanzierung) der MEDIASCHOOL BAYERN gGmbH mit den beiden gemeinnützigen MEDIASCHOOL Vereinen in München und Nürnberg, die die Sendelizenzen haben, wird auch mittelfristig so bleiben. Die inhaltlichen und organisatorischen Fort- und Ausbildungsmaßnahmen werden weiterhin am Bedarf der Medienwirtschaft weiterentwickelt.

Weiteres Vorgehen:

- Politische Unterstützung für das Projekt über die bayerische Staatskanzlei
- Planungsstab
- Umsetzung bis 2024 bzw. vor der bayerischen Landtagswahl

Finanzbedarf muss noch geklärt werden.

## 1.7 Mitglieder der Expertengruppe

Clemens Finzer, Leiter Ausbildung, BR

Doris Grau, CFO/Leitung HR, Antenne Bayern

Heinz Heim, Bereichsleiter Inhalte und Programmaufsicht, BLM

Willi Schreiner, 1. Vorsitzender, Verband Bayerischer Lokalrundfunk (VBL) e. V.

## 2 Technische Infrastruktur

### Technische Kooperationen auf der gesamten Wertschöpfungskette

#### 2.1 Ausgangssituation

Die Expertengruppe Technische Infrastruktur hat unterschiedliche Ansätze für mögliche Pilotprojekte ausgearbeitet. Wobei auch hier das Prinzip betont wird: Kooperation bei der Technik, Konkurrenz bei den Inhalten! Darauf beruht die Zusammenarbeit zwischen BLM und BR in Verbreitungs- und Produktionstechnik seit 30 Jahren, um die uns Privatsender, Landesmedienanstalten und auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk anderer Bundesländer beneiden.

#### 2.2 Bestandsaufnahme

Allgemein wurde zunächst festgestellt, dass durch den Wegfall des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) einige wichtige Themenfelder unterbesetzt sind, wie z. B. eine weitergehende Zusammenarbeit in den Bereichen HbbTV, Barrierefreiheit und 5G. Die Vertreter der privaten Medienunternehmen wünschen sich darüber hinaus eine stärkere Zusammenarbeit beim Thema IT-Sicherheit, wobei der BR seine Bereitschaft zur Abstimmung bereits signalisiert hat. Ein Austausch zum Bereich 5G/5G Broadcasting wurde mit der 5G Media Initiative durch BR und BLM in Folge des Wegfalls des IRT neu aufgestellt.

#### 2.3 Zielsetzung

Auf der gesamten Wertschöpfungskette besteht große Bereitschaft Möglichkeiten der technischen Kooperation zu prüfen. Insbesondere auf dem Bereich 5G-Campus-Netze scheint eine Zusammenarbeit zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern dringend geboten, um gegenüber den bekannten Plattformanbietern eine eigenständige Lösung etablieren zu können.

Über 5G hinaus sollen auch die sich rapide entwickelnden Zukunftsthemen XR (Extended Reality, VR, AR) und Next Generation Audio (MPEG-H 3D Audio) evaluiert werden und wie diese Querschnittsthemen im Medienkontext mit einem Mehrwert genutzt werden können.

#### 2.4 Zielgruppen

Öffentlich-rechtliche und private Anbieter in allen Bereichen.

## 2.5 Projektideen für eine Zusammenarbeit: 5G-Campus-Netze für die Produktion in Hörfunk und Fernsehen

Preisgünstiger Zugang zu 5G-Netzen bietet für lokale Übertragungen von jedweder Form von Berichterstattung (im Betriebsgelände, Rucksackreporter, bei Events, Sportveranstaltungen etc.) neue Möglichkeiten. Durch sehr einfache Beantragung können Lizenzen auch von Unternehmen günstig erworben werden. ARD-Rundfunkanstalten haben sich im Laufe des letzten Jahres bereits Lizenzen für ihre jeweiligen Betriebsgelände (stationäre Lizenzen) gesichert. Gegenwärtig finden Untersuchungen statt, um Anwendungsfälle zu beschreiben, um in der Funk-, IP- und Studioteknik die Möglichkeiten der 5G-Technologie sukzessive auszuschöpfen.

### 2.5.1 Preisgünstiger Zugang

Schon im Vorfeld der Auktion der 5G-Frequenzbänder hatte der Bund angekündigt, einen Teil des Spektrums nicht zu versteigern, sondern per Antragsverfahren zu vergeben. So wurden 100 MHz (Frequenzbereich 3.700 bis 3.800 MHz) für lokale Funknetze der Industrie gegen eine vergleichsweise geringe Verwaltungsgebühr (einige tausend Euro für mehrjährige Lizenzdauer) bereitgestellt. Diese sogenannten Campus-Netze sollen die Digitalisierung von Fabriken sowie der Land- und Forstwirtschaft in Deutschland voranbringen.

### 2.5.2 Einfache Antragstellung

Antragsberechtigt sind Grundstückseigentümer oder sonstige Nutzungsberechtigte (Miete oder Pacht). Benötigt werden lediglich Grundstücksdaten und technische Parameter. Außerdem müssen Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit nachgewiesen werden. Neben z. B. BASF, BMW und Daimler erwarben auch ARD-Rundfunkanstalten wie BR und SR erste Lizenzen. Die Rundfunkanstalten erwarten sich mit 5G-Campus-Netzen flexiblere und wirtschaftlichere Produktionsmöglichkeiten. Schon seit einigen Jahren erforschen EBU, BBC, RAI, SWR sowie IRT die Optionen für Produktion und Distribution, außerdem gestalten sie aktiv die internationale 5G-Standardisierung mit.

### 2.5.3 Mögliche Einsatzbereiche für 5G-Campus-Netze

- Mobile Sendeeinheiten per Reporterrucksack über breitbandige Netzzugänge an Medienhaus anbinden.
- Ü-Wagen kann zum mobilen 5G-Standort auf dem Betriebsgelände oder bei Außenproduktion werden.
- Austragungsorte für Festivals, Sportereignisse oder Wahlsendungen lassen sich kurzzeitig als Campus-Netz gestalten.
- In Studios/auf dem Betriebsgelände ergeben sich neue Möglichkeiten für drahtlose Produktionstechnik und generellen Datenaustausch.

- Eigenständige Netztechnologie kann die hohen Anforderungen an Verfügbarkeit, Handover und Sicherheit besser gewährleisten als ein öffentliches Mobilfunknetz oder offenes W-LAN.

#### 2.5.4 Nächste Schritte

Stück für Stück müssen jetzt bestehende Prozesse in die neue 5G-Technologie migriert werden. Dabei sind Campus-Netze heute schon bei den Lizenzkosten unschlagbar. Für die vier Standorte des Bayerischen Rundfunks – das Funkhaus München, das Fernsehgelände Freimann, Ismaning und das Studio Franken in Nürnberg – fallen für 100 MHz über zehn Jahre nur 12.000 Euro an.

#### 2.5.5 Projektplan

- In einer gemeinsamen Initiative von BLM und BR soll zunächst ein Informationsaustausch auf Anwenderseite stattfinden, um sich gegenseitig über die wesentlichen Use Cases und die Anforderungen an die Technik zu informieren.
- Zielgruppen wären private Programmanbieter aus Hörfunk und Fernsehen in Bayern sowie Produktionsfirmen und Anbieter von Außenübertragungs- oder Infrastruktortechnik.
- In einem zweiten Schritt ist der Austausch mit Anbietern von 5G-Komponenten vorgesehen, für einen Plausibilitätscheck der Realisierbarkeit der Anforderungen.
- Im dritten Schritt wird der Kontakt mit Anbietern von Komplettlösungen hergestellt.

## 2.6 Mitglieder der Expertengruppe

Michael Kerscher, CTO, Antenne Bayern  
Andreas Lang, Geschäftsführer, Studio Gong  
Helwin Lesch, Leiter HA Verbreitung und Controlling, BR  
Veit Olischläger, Bereichsleiter Technik, BLM  
Stefan Sutor, Medien.Bayern und Digitale Entwicklung BLM

## 3 Archiv- und Rechercheverbund / Audio Innovationen

### Kooperationen zur Erfüllung von Nutzerbedürfnissen

#### 3.1 Ausgangssituation

In der Expertengruppe herrscht Einigkeit darüber, dass keine Projekte angestoßen werden sollen, die nicht klar auf die Erfüllung eines Nutzerbedürfnisses ausgerichtet sind. Nur Kooperationen, die für alle Beteiligten einen Nutzen erbringen, werden als sinnvoll erachtet. Da inhaltliche Kooperationen unter diesen Gesichtspunkten eher schwierig zu realisieren wären, wird Kooperationen im Bereich der Infrastruktur der Vorzug gegeben. Dennoch wird auch zum Thema Inhalte-Kooperationen ein Projektvorschlag gemacht.

#### 3.2 Bestandsaufnahme

Besonderes Gewicht legt die Expertengruppe auf den Technologiebaustein „Voice/Audio“, da hier verhindert werden könnte, dass (wieder) alleine die Tech-Konzerne die Spielregeln festlegen.

Eine besondere Rolle wird auch dem Thema „KI für journalistische Angebote“ zugeschrieben, bis hin zu dem Vorschlag, bei der Politik die Einrichtung eines medien-spezifischen KI-Lehrstuhls anzuregen. Parallel dazu sollte auch das Gebiet Medienethik einbezogen werden (evtl. Hochschule für Philosophie).

Ebenfalls soll das Thema Spatial 3D Audio beleuchtet werden. Aktuell wird dies etwa von Apple in verschiedensten Formen den Nutzern zur Verfügung gestellt (Apple Music mit Dolby Atmos, Facetime, AppleTV) und auf YouTube erfreuen sich sogenannte 8D-Audio Inhalte über hunderter von Millionen Klicks. Auch in den Bereichen Automotive, Home Entertainment (Soundbars, Smartspeaker) und Hearables boomt der Raumklang.

Dies zeigt, dass die nötige Technologie bereits vorhanden ist und die Konsumenten bereit für das dreidimensionale Hören sind, jedoch noch viel Unklarheit darüber herrscht, welche Medieninhalte überhaupt gut funktionieren. Die klassische Film-Vertonung als Surround reizt das Potenzial des zukünftigen Hörerlebnisses nicht aus. Ton muss im kreativen und technischen Workflow neu gedacht werden.

### 3.3 Zielsetzung

Sowohl für Technik-Kooperationen als auch für Inhalte-Kooperationen sehen die Experten Ansatzpunkte zwischen öffentlich-rechtlichen wie auch privaten Medienanbietern und Institutionen. Besonders die Region Oberfranken bietet dafür gute Voraussetzungen, da sich dort Standorte von BR, und diverse private Medienanbieter sowie Korrespondenten von Antenne Bayern befinden. Das Media Lab Bayern könnte aus Ansbach unterstützen. In Oberfranken könnte ein regional begrenztes Pilotprojekt angesiedelt werden. Inhaltliche Kooperationsmöglichkeiten werden, bei einem nicht-kommerziellen Thema, z. B. Corona, gesehen, welches für alle offen ist.

### 3.4 Zielgruppen

Öffentlich-rechtliche und private Anbieter in den Bereichen Hörfunk, Fernsehen und auf allen anderen Ausspielkanälen, beispielsweise auf die Plattform Automobil.

### 3.5 Projektideen für eine Zusammenarbeit

#### 3.5.1 Projekt A: Pilotprojekt Oberfranken (Technik-Kooperation)

Austauschgespräch BR mit TV Oberfranken und Radio Bamberg, Radio Mainwelle (Bayreuth), Radio Plassenburg (Kulmbach), Radio Euroherz (Hof) und Galaxy Oberfranken

- Technische Ausstattung, insbesondere für Social-Media-Produktionen
- Nutzung und Erfahrungen mit Plattformen, Beitragsgestaltung
- Programm-/Beitragsaustausch
- Zusammenarbeit Produktion
- Zusammenarbeit Archivierung
- Entwicklung eines nativen Äquivalents zu US-Plattform-Lösungen wie „Clubhouse“
- Automationen bei der Content Erstellung via „Text2Speech“
- Business Intelligence und KI bei der Content-Zusammenstellung und -Auslieferung

Der Mediendemonstrator des MedienNetzwerks Bayern ermöglicht die gemeinsame Erarbeitung von Medien-Anwendungen im Auto (der Zukunft). Durch die eingebaute Voice- und Gestensteuerung können gemeinsam Grundlagen für neue Formate für die Plattform Automobil erarbeitet werden.

Mit dem Media Lab Bayern kann die BLM grundsätzliche Unterstützung bei der Durchführung von Innovationsprojekten im Medienbereich anbieten.

### 3.5.2 Projekt B: Pilotprojekt Oberfranken (Inhalte-Kooperation)

- Denkbar wäre ein Pilotprojekt zu einem übergreifenden, nicht-kommerziellen Thema (z. B. Corona) in einer vorher abgesteckten Testregion (im Gespräch war im Arbeitskreis z. B. Oberfranken), um nutzwerte, öffentlich-relevante Themen in geeigneter Form (App, mobile Website, Podcast, etc.) in einem vorher definierten Zeitraum auszuspielen.
- Aggregation von Inhalten (z. B. Corona) bezogen auf regionalen Kommunikationsraum (z. B. Oberfranken), um den Nutzern in der Region Mehrwert zu bieten. Interessant wäre hier zudem der Versuch, die Inhalte bevorzugt an bestimmte (z. B. junge) Zielgruppen auszuspielen.
- Aggregation von Inhalten im Rahmen des Pilotprojekts Medienplattform Bayern, die zunächst nur auf Video basiert, aber perspektivisch auch um Audio erweitert werden soll. Zielrichtung: Unterstützung bei der Onlineauspielung von Inhalten.

## 3.6 Interessengemeinschaften schaffen

Um auf der gleichen Welle bei Audio Innovationen, zumindest was die Musik betrifft, surfen zu können, sind gemeinsame Verhandlungen und Vereinbarungen mit der GEMA und GVL Voraussetzung, um eine einheitliche Position durchzusetzen.

Neben den erwähnten Gatekeepern sollen auch Streaming-Anbieter mit einbezogen werden, die mit ihrer dynamischen Entwicklung Innovationstreiber sein können.

## 3.7 Mitglieder der Expertengruppe

Christian Daubner, Leiter Strategie und Produktmanagement, Programmdirektion, BR  
Heinz Heim, Bereichsleiter Inhalte und Programmaufsicht, BLM  
Stefan Sutor, Medien.Bayern und Digitale Entwicklung BLM  
Vasco Winkler, CDO, Antenne Bayern  
Falk Zimmermann, CDO, Die neue Welle

## Ansprechpartner/Impressum

---

### Dr. Peter J. Thelen

Abteilung Strategie und Politischer Dialog

Telefon 089-551 78-333

Telefax 089-551 78-331

Peter.Thelen@vbw-bayern.de

### Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich ohne jede Diskriminierungsabsicht grundsätzlich auf alle Geschlechter.

### Herausgeber

**vbw**

Vereinigung der Bayerischen  
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5  
80333 München

[www.vbw-bayern.de](http://www.vbw-bayern.de)

© vbw September 2021