

Bilanz der Selbstverpflichtungserklärung des ZDF 2011 - 2012

Bilanz der Selbstverpflichtungserklärung 2011-2012

Lese-Hinweis: Die folgende Bilanz fasst die Umsetzung der Programm-Perspektiven 2011 – 2012 zusammen, bewertet und ordnet die Ergebnisse ein. Sie geht dabei nicht auf jedes der in den Programm-Perspektiven 2011 – 2012 angekündigten Programmprojekte detailliert ein. Dies ist im 10. bis 17. Tätigkeitsbericht des Intendanten geschehen. Den rundfunkrechtlichen Vorgaben des § 11 RfStV folgend, nach § 3 Abs. 4 der ZDF-Satzung, gibt das ZDF alle zwei Jahre eine Selbstverpflichtungserklärung über die Schwerpunkte seiner Programm-angebote ab. Die vorliegende Bilanz der Selbstverpflichtungserklärung, die der Fernsehrat am 15.10.2010 genehmigt hat, dient dem Fernsehrat zur Überprüfung, ob und wie das ZDF seine Selbstverpflichtungen im Programm eingelöst hat. Ihre Anmerkungen dienen dem ZDF als Hinweis bei der künftigen Akzentsetzung und sind damit wichtiges Instrument der Qualitätssicherung. Ihre Einbringungen werden daher in den folgenden Programmperspektiven 2013 - 2014 ihren Niederschlag finden, die ich Ihnen in Ihrer Oktobersitzung vorlegen werde.

Inhalt:

I. Zusammenfassung	S. 3
II. Bilanzierung der Einzel-Kapitel	S. 5
II.1. Zeitgeschehen und Themen der Zeit aktuell, umfassend, verständlich und hintergründig darstellen und erklären	S. 5
II.2. Kultur und Bildung anschaulich, verständlich und anregend vermitteln	S. 8
II.3. Im fiktionalen Programm Themen der Zeit unterhaltsam und fesselnd erzählen	S. 10
II. 4. Unterhaltung mit Nutzwert verbinden	S. 12
II.5. Live- und Eventprogramme herausstellen	S. 13
II.6. Die Modernisierung des Programms fortsetzen	S. 15
II.7. Im Online-Angebot cross-mediale Formate und aktive Beteiligungsmöglichkeiten verstärken	S. 19
II.8. Soziale Verantwortung wahrnehmen	S. 21

Zusammenfassung

Die Qualität seiner Programme und den Ausbau des Portfolios aus Kanälen und Online-Portalen zu einer zeitgemäßen, vielfältigen Angebots-Ausprägung öffentlich-rechtlichen Fernsehens hat das ZDF in der Selbstverpflichtungserklärung 2011 – 2012 (im ff. „SVE 2011“; vgl. FR 12/10, S. 2ff.) zum zentralen Ziel seiner Programmarbeit dieser Jahre benannt. Zusammengefasst sind folgende Ergebnisse zu berichten:

1. Das ZDF hat im Berichtszeitraum in seinen Programmen die zentralen Fragen der politisch-gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung gespiegelt und Beiträge zum gesellschaftlichen Diskurs geleistet. Hierzu haben alle Programmgenres von Nachrichten und Dokumentationen bis hin zu Fernsehfilmen und Unterhaltungssendungen beigetragen. Die Programm- und Themen-Mischung des Hauptprogramms unterscheidet sich weiterhin mit einem knapp 50-prozentigen Informationsanteil und dem höheren Anteil politischer und gesellschaftlicher Themen wahrnehmbar von den unterhaltenderen Kanälen kommerzieller Anbieter. Die Digital- und Partnerkanäle stellen die Programmgattungen Information und Kultur besonders heraus.

2. Das ZDF-Hauptprogramm bleibt eines der drei meistgenutzten Programme des deutschen Fernsehens. Mit 12,7 % Marktanteil bei Zuschauern ab 3 Jahren 2010, 12,1 % 2011 und bislang 12,3 % 2012 sowie mit der Marktführerschaft in der Primetime (14,2 bis 14,7 % im gleichen Zeitraum) hat das ZDF-Hauptprogramm seine Marktposition behauptet. Sie mit vielfältigen, ausgewiesenen Qualitäts-Angeboten zu halten, gehört zu den Kernaufgaben der Programmarbeit der kommenden Jahre.

3. Das ZDF hat die Modernisierung seiner Programme durch zahlreiche neue Formate im Hauptprogramm und den Digitalkanälen voran-

getrieben und gehört weiterhin in zahlreichen Genres zu den kompetentesten Anbietern am Markt. Neben den Digitalkanälen, die zu Probierbühnen für neue Formate und Tonalitäten im Programm geworden sind, sind im Hauptprogramm bestehende Erfolgsformate weiterentwickelt und zahlreiche neue Formate gestartet worden. In elf Genres gehört das ZDF im Urteil der Zuschauer zu den kompetentesten Anbietern. Mit neuen Sendeplätzen wie z.B. **ZDF zoom** für zeitkritische Dokumentationen und der **heute-Show** am Freitag als Nachrichtensatire hat es stark wahrgenommene neue Akzente gesetzt. Zugleich besteht bis hinein in nach wie vor erfolgreiche ZDF-Genres wie Show und Serie Neuerungsbedarf, um gegenüber Wettbewerberentwicklungen die eigene Position auch künftig halten zu können.

4. Das ZDF hat den Marktstandard mehrkanaliger Publikumsansprache mit dem Relaunch der Digitalkanäle nachvollzogen. Mit der Neuausrichtung seiner Digitalkanäle hat das ZDF das Wettbewerbserfordernis mehrkanaliger Publikumsansprache als letzter der „großen Anbieter“ in seiner Angebotskonzeption umgesetzt. Kommerzielle Anbieter haben es mit der Gründung zahlreicher Zielgruppen- und Genre-Kanäle wie z.B. in letzter Zeit sixx und RTL Nitro als Marktstandard ausgeprägt. Im fragmentierten Markt der durchschnittlich über 80 pro Haushalt empfangbaren Kanäle wird das ZDF ihm mit den Zielgruppen- und Sparten-orientierten Digitalkanälen besser gerecht. Mit ZDFneo hat die Senderfamilie neben dem ARD/ZDF-Kinderkanal ein zweites Zielgruppen-Angebot gewonnen, das ein eher jüngeres Familienpublikum anspricht und mit amerikanischen Kaufserien und Spätabendshows erfolgreich eigene Akzente zeigt. ZDFinfo hat sein Profil erfolgreich auf die Sujets Zeitgeschichte, Service und interaktives Gespräch zum Zeitgeschehen gebaut. ZDFkultur hat mit Popkonzerten, neuartigen Magazinen, Kulturtalks und Gaming den klassischen hochkulturellen Ansatz

öffentlich-rechtlichen Fernsehens ausgeweitet und damit Kulturangebote für jüngere Publika profilbildend ins Fernsehen geholt. Diese Profile sorgen für nötige Trennschärfe zu den öffentlich-rechtlichen Partnerkanälen *ARTE*, *3sat* und *PHOENIX*. Derzeit tragen die ZDF-Digitalkanäle im nationalen Maßstab knapp ein Prozent zum Marktanteil der ZDF-Senderfamilie von rund 15 Prozent im Gesamtmarkt bei. Von ihnen stammen somit bei weit niedrigerem Anteil am Programmbudget rund sechs Prozent des Marktanteilserfolgs. Die effiziente, synergetische Nutzung von ZDF-Programm-Ressourcen mit eigenen Profil-Akzenten zu verbinden, die Orientierung an genuin öffentlich-rechtlichen Programm-Sparten als Besonderheit erfolgsorientiert weiterzuentwickeln und die ZDF-Kanäle untereinander noch deutlicher zu profilieren und von einander abzugrenzen, bleibt Aufgabe der kommenden Jahre.

5. Die Verjüngung des ZDF-Publikums ist mit einer Reihe von Einzelprogrammen, aber noch nicht durchgängig gelungen. Mit Modernisierungsakzenten sind im Berichtszeitraum eine ganze Reihe von Einzelerfolgen erzielt worden. Die drei Digitalkanäle sowie ZDF-Online haben gezeigt, dass auch strukturell Verjüngungserfolge erzielt werden können. ZDFneo ist auch bei den 14- bis 49-jährigen erfolgreich und hat 2011 die Verluste des Hauptprogramms in dieser Zielgruppe gegenüber 2009 mehr als ausgeglichen. Zu einer spürbaren, sich in aggregierten Marktanteilswerten in den Zielgruppen 14-49 und 30-59 Jahre ausdrückenden Verjüngung des Publikums des ZDF-Hauptprogramms und damit der Senderfamilie haben sie aber noch nicht ausgereicht. Diese gilt es in den kommenden Jahren vorzubereiten und umzusetzen.

6. Das ZDF hat sein Mediengattungsprofil geschärft. Die Weiterentwicklung der drei Digitalkanäle ZDFneo, ZDFinfo und ZDFkultur von Oktober 2010 bis September 2011 hat öffentlich-rechtliche Vielfalt als Fundament der ZDF-Kanal-Familie herausgestellt. Damit und mit dem im Frühjahr 2012

erfolgten Bewegtbild-orientierten Relaunch der ZDF-Online-Portale hat das ZDF die Kreation und Produktion qualitativ hochwertiger Bewegtbildangebote als Kern seiner Positionierung im Medienmarkt unterstrichen. Wenn wie derzeit die klassischen Grenzen zwischen Bewegtbild-, Print- und audiovisuellen Medien im für alle Anbieter technisch unumgänglichen Online-Angebot zu verschwimmen beginnen, ist die Schärfung des eigenen Mediengattungsprofils zugleich eine Schärfung der eigenen Identität und damit Unterscheidbarkeit im Medien-Wettbewerb. Der derzeit beginnende Einstieg neuer Online- und Telekommunikationsanbieter in die Produktion von Bewegtbildformaten wie Serien etc. lässt erwarten, dass das ZDF in den kommenden Jahren weiter daran arbeiten muss.

7. Das ZDF hat soziale Verantwortung und Gemeinwohlorientierung nicht nur zum Berichterstattungsgegenstand, sondern auch zum Maßstab des eigenen Handelns gemacht. In der Technikentwicklung hat sich das ZDF für offene Standards wie HbbTV, stark gemacht, um technische oder wirtschaftliche Barrieren für die Teilhabe an neuen Möglichkeiten zu verhindern. Barrierefreie Zugänge zum Programm für Menschen mit Behinderung durch Untertitelte und per Gebärdensprache gedolmetschten Sendungen sind seit Oktober 2010 weiter ausgebaut worden. Fragen des Jugendschutzes sowie der Medienethik und -kompetenz hat das ZDF durch Spot-Kampagnen sowie Studien und Tagungen in die gesellschaftliche und politische Fachdiskussion getragen. Zugunsten sozialer Zwecke haben Unterhaltungssendungen des ZDF seit Herbst 2010 rund 42,2 Mio. € an Spenden erbracht.

In den folgenden Kapiteln möchte ich Ihnen die Bilanz im Detail erläutern.

Dr. Thomas Bellut

1. Zeitgeschehen und Themen der Zeit aktuell, umfassend, verständlich und hintergründig darstellen und erklären

Den Zuschauer live und direkt teilhaben zu lassen an Geschehnissen aus aller Welt wie auch an Ereignissen vor der eigenen Haustür, ist eine besondere Kernkompetenz des Berichtens in Bewegtbildern – sei es via Fernsehgerät, Computer oder Smartphone. Die Umbrüche in der arabischen Welt, die Tsunami-/Atomkatastrophe in Japan, die europäische Wirtschafts- und Währungskrise, aber auch die politischen Entwicklungen in Deutschland erforderten schnelle programmliche Reaktionsfähigkeit und Flexibilität. Die ZDF-Senderfamilie bediente neben dem dringlichen Informationsbedürfnis stets auch die bei sich überstürzenden Ereignissen besonders erforderliche hintergründige Einordnung der Geschehnisse, ob im Rahmen der zahlreichen Liveübertragungen vom Tahirplatz in Kairo, aus Tokio/Fukushima, mit den Berichten aus den europäischen Hauptstädten oder rund um die Entwicklungen im Bundespräsidialamt. Dazu haben in den über 80 **ZDFspezial**-Sendungen, verlängerten **heute-journal**-Ausgaben, zusätzlichen Dokumentationen und zahlreichen Schwerpunktsetzungen innerhalb der Regelformate nicht zuletzt die fachkundigen Einschätzungen der ZDF-Korrespondenten vor Ort beigetragen.

Um den Anforderungen solcher *breaking news* besser vorbereitet zu begegnen, bietet das ZDF seit Januar 2012 werktäglich eigenproduzierte **heute**-Sendungen um 9.00 Uhr und 12.00 Uhr an. Dadurch kann die Senderfamilie nicht nur rascher auf aktuelle Ereignisse reagieren, ihren Onlineangeboten steht nun außerdem durchgängig morgens eigenes Videomaterial zur Verfügung – vor allem für die **heute.de**-Seite.

Die vertiefende Einordnung durch die Magazinformate und eine gründliche dokumentarische Aufarbeitung ergänzten die aktuelle Berichterstattung von Anfang an. Insbesondere die Energiewende als Folge der Atomkatastrophe in

Verpflichtung	Beispiele
Erkennbarere Markierung wichtiger gesellschaftlicher und politischer Ereignisse in Spezial- und ereignisorientierten Sendeformen	Über 80 ZDFspezial -Sendungen; ZDFInfo : Live-Übernahme des Signals von <i>Al Arabiya</i> bzw. des japanischen Senders <i>NHK</i> ; PHOENIX : Live-Strecken zu Stuttgart 21
Schärfung des Profils der Magazine durch längere Beiträge und Hintergrund-Erläuterungen sowie deutlichere Akzentuierung der Dokumentation als Genre der umfassenden Darstellung von Themen	<i>Was nun, Nahost?</i> / <i>Was nun, Atomkraft?</i> ; <i>Der zerbrechliche Traum – Das Morgenland nach der Revolution</i> ; <i>heute-journal</i> -“Fächer“; früherer Sendeplatz für das <i>auslandsjournal</i> ; Einführung von ZDF zoom ; Umfokussierung von <i>zdf.umwelt</i> zur Doku-Reihe <i>planet.e</i> ; Weiterentwicklung von <i>ML mona lisa</i>

Japan führte zur Beschäftigung mit der Thematik u.a. in Gestalt des **Was nun...?**-Formats. Die Großereignisse 2011 boten zudem Anlass für Versuche, **Was nun...?** für spezielle Themen zu weiten und sich unter dem neuen Label **Was nun? - Das Thema** komplexen Sachverhalten mit unterschiedlichen Gästen neu zu nähern: eine Formatweiterentwicklung, die auf intensive Interviews und Debatten jenseits des Talkshowansatzes setzt und in ihrer Profilierung noch weiter entwickelt werden soll.

Im Zuge einer nachhaltigen Berichterstattung wurden die Folgen der Umbrüche in der arabischen Welt ebenso kontinuierlich weiter begleitet wie die Situation nach der Tsunamikatastrophe in Japan. Die zahlreichen dokumentarischen Angebote, beispielsweise rund um den Jahrestag des Erdbebens in Japan, sind dafür deutliche Belege.

Insgesamt stellte das Jahr 2011 mit den genannten Großereignissen, den sieben **Landtagswahlen** und dem **Deutschlandbesuch des Papstes** besonders hohe Anforderungen an die tagesaktuelle journalistische Berichterstattung. Auch das im Hinblick auf *breaking news*-Ereignisse bislang etwas ruhigere 2012 bot bereits viel Anlass für Sonderberichterstattung, insbesondere im innenpolitischen Bereich mit zwei außerplanmäßigen **Landtags-** und einer **Bundespräsidentenwahl**. Gewohnt breiten Raum nahmen daneben Berichte über bedeutsame Themen im Bund (z.B. Debatte um die **Pflegeversicherung**) und den Ländern (z.B. **Stuttgart 21**) ein.

Die Eurokrise prägte die Berichterstattung 2011 und 2012 in besonderem Maße, erforderte sie doch durch die hohe Dynamik ständig neuer Debatten und Konflikte immer wieder die Schilderung komplexer Sachverhalte und Lösungsszenarien, die journalistisch dargestellt, eingeordnet, diskutiert und kritisch hinterfragt werden mussten.

Sondersendungen wie **ZDFspezial**, **Dokumentationen**, **Reportagen** oder **heute im Parlament** befassten sich mit der Wirtschaftskrise in Griechenland und den Rettungsplänen, die auf Sondergipfeln erarbeitet und im Deutschen Bundestag debattiert wurden. Mit eigenen Schwerpunkten haben die europäischen Partnerprogramme 3sat (**Im Focus: Europa**) und ARTE (**Zerbricht die Union am Euro?**) die Sichtweise der Nachbarländer auf die Krise intensiv beleuchtet.

Das Europamagazin **Yourope**, das von ZDF und ARD für ARTE produziert wird, beleuchtet die rasanten Entwicklungen und die unterschiedlichen Lebenskonzepte in den Ländern Europas.

Auch die politische Talkshow **maybrit illner** befasste sich schwerpunktmäßig mehrfach mit der Euro-Krise und ihren finanzpolitischen Folgen. Komplexe



Klare Analysen auch in Umbruchszeiten: Korrespondent Dietmar Ossenberg im Schaltgespräch mit Theo Koll

Fragen wie die nach den geeigneten Hilfsmaßnahmen für Griechenland wurden in den unterschiedlichen Runden verständlich und differenziert aufgearbeitet. Gerade auch mit diesen vielschichtigen Diskussionen ist es **maybrit illner** gelungen, die tägliche Talk-Offensive der ARD selbstbewusst und erfolgreich abzuwehren. Möglich war dies u.a. durch eine Modernisierung des Studios, das Varianzen der Gesprächsführung erlaubt und auf der großen Videowand eine starke optische Unterstützung der Gesprächsthemen bietet.

Neben den Folgen der Eurokrise behielt **WISO** auch das übrige wirtschaftliche Geschehen im Blick. Formatimmanent bleibt hier die dezidiert verbrauchernahe Perspektive, um bei aller globalen Hektik des Wirtschaftslebens die Auswirkungen auf den Geldbeutel des einzelnen Zuschauers nicht aus dem Blick zu verlieren.

Dem Bedarf nach hintergründiger Wirtschaftsberichterstattung trägt 3sat mit dem neuen Format **makro** Rechnung, das im März 2011 die **3satbörse** ablöste und gegenüber dem Vorgänger einen weitergefassten Blick auf die globalen und längerfristigen ökonomischen Entwicklungen wirft. **makro** ist dabei zugleich als Magazinformat konzipiert, das in monothematischen Ausgaben verschiedene Aspekte eines größeren Zusammenhangs beleuchtet, als auch als Dokumentationsformat, das besonders relevante Themen wie die Eurokrise in besonderer Weise vertieft.

Auch in anderen Formaten wurden frische, jugendaffinere Erkläransätze getestet und eingeführt. Im Umfeld der Tsunamiberichterstattung und der schwierigen wissenschaftlichen Fragen rund um Kernenergie, Sicherheit etc. stieß die Einbindung von bekannten Wissenschaftsmoderatoren als Experten beim Publikum auf hohe Nachfrage. Das ZDF hat hier mit Harald Lesch erste positiv beachtete Sondersendungen gestaltet. Der Vergleich mit anderen Sendern zeigt, dass hier noch weitere Potentiale in der Gestaltung und Wissensvermittlung über Formatgrenzen hinaus liegen.

Mit der Schemaveränderung zugunsten eines früheren Sendetermins für das **auslandsjournal** und der Einführung eines regulären Programmplatzes für investigativ-zeitkritische Dokumentationen bei **ZDFzoom** hat das ZDF seine Informationskompetenz weiter ausgebaut. Im ersten Jahr entstanden dabei sehr beachtenswerte Dokumentationen wie „Toxic City“ oder „Mister Karstadt“, ein Porträt über Nicolas Berggruen. Für den Dienstagsdokumentationsplatz um 20.15 Uhr geht die Profilierungsarbeit nach vielen Experimenten 2011 weiter. Die ersten Konzepte, den Dokumentationsplatz mit einem einheitlichen Label für alle Dokuformate (**ZDFzeit**), einer den Sehgewohnheiten der Zuschauer folgenden episodischen Erzählweise und einer saisonalen Themensetzung attraktiver auszurichten, haben die gewünschten Resultate bisher nicht gebracht. Nun werden substantziellere Themen gesucht.



Neue Wege: ZDFzoom nimmt den Zuschauer bei der Recherche mit.

Die Verlagerung von **ML mona lisa** auf Samstag 18.00 Uhr ging einher mit der Öffnung des Magazins gegenüber allgemeinen gesellschaftspolitischen Themen. Mit dem Motto „Frauen, Männer und mehr“ präsentiert sich die Sendung inzwischen deutlich moderner im Look mit einem gelungenen Mix aus den bewährten investigativen Recherchen plus Themen rund um die Beziehungen in Familie und Gesellschaft.

Das gesellschaftliche Gespräch mit ganz eigener Handschrift voranzutreiben ist nach wie vor Markenzeichen von **37°**, besonders bewegend etwa zum Thema Alzheimer in dem vielbeachteten Porträt **Rudi Assauer – ‚Ich will mich nicht vergessen!‘**

2. Kultur und Bildung anschaulich, verständlich und anregend vermitteln

Das digitale Zeitalter hat den Kulturbegriff stark verändert. Popkultur ist längst selbstverständlicher Teil der Kultur, die Grenze zwischen produzierend-professioneller Avantgarde und Konsumenten verschwimmt. Das Spielerische wird damit zum Element vieler Kulturerlebnisse. Aufgabe des ZDF im Berichtszeitraum war es, seine Kulturangebote für diese Neuerungen zu öffnen. Gleichzeitig wurden Sendungen und Formate, die klassische Kultur transportieren, weitergeführt und neu akzentuiert.

Auch eine traditionsreiche Marke wie **Terra X** bezieht sich auf ein weites Kulturverständnis und erschließt sich stets neue Darstellungsweisen und Perspektiven, etwa mit der populären Bildungsreise **Unterwegs in der Weltgeschichte - mit Hape Kerkeling** oder den spektakulären Bildern in **Deutschland von oben** und **Schneller als das Auge - Die Superzeitlupe**. Ähnliches gilt für **ZDF History**, das sein Portfolio um Ranking-Sendungen erweitert (**Lieder/Bilder, die Geschichte machten**), sowie **aspekte**, das Prominente wie Anke Engelke und Frank Schätzing als Gast-Moderatoren einsetzte. Maßnahmen wie diese erweitern den Markenkern, ohne den Anspruch auf die Qualitäts-Marktführerschaft in den jeweiligen Genres aufzugeben.

Neben den ausgewiesenen Kulturmagazinen hat vor allem das **heute-journal** seine regelmäßige Kulturberichterstattung intensiviert und ausgebaut. Zur regelmäßigen Auseinandersetzung mit literarischen Neuerscheinungen lädt **Das blaue Sofa** führende Autoren aus dem In- und Ausland. Mit der **Sommernachtsmusik** haben die Stars der klassischen Musik wie Anna Netrebko eine feste Verabredung im ZDF.

Im Mai 2011 startete der Digitalkanal ZDFkultur, der mit jungen Kulturangebo-

Verpflichtung	Beispiele
Untermauerung der Position des Standard-Setzers im modernen dokumentarischen Bildungsfernsehen	<i>Terra X: Deutschland von oben, Unterwegs in der Weltgeschichte, Die Superzeitlupe; ZDF History: Deutschland – Deine Werbung, Lieder/Bilder, die Geschichte machten</i>
Erweiterung des Kanons klassischen Kultur- und Bildungsfernsehens um neue, spielerische, den Kulturbegriff auf moderne popkulturelle Sujets und Genres ausdehnende Angebote	Ausrichtung und Positionierung von ZDFkultur; <i>Der Marker; Open-Air-Festivals; Roche & Böhmermann; For the win</i>
Verstärkung des Ereignischarakters von Kultur- und Bildungsprogrammen durch hochwertige produktionsnahe Auflösung und Programmschwerpunkte	<i>Lohengrin</i> -Übertragung von den Bayreuther Festspielen; <i>Rigoletto</i> -Live-Inszenierung an Original-Schauplätzen in Mantua; <i>Echo der Stars</i> mit Gottschalk-Moderation

ten und einem subjektiv-spielerischen Ansatz besonders die Zielgruppe der 14- bis 35-Jährigen in den Fokus nimmt. Tragende Programmsäulen sind die Popkultur mit besonderem Fokus auf Popmusik, Performing Arts und alle Formen des Spiels – vom Theaterspiel bis zur Internet- und Computerspielkultur.

ZDFkultur bietet die Möglichkeit, junge Themen und eine junge Form der Ansprache, die im ZDF bislang keinen oder nur wenig Raum hatten, für die Marke ZDF zu gewinnen. Das gilt für die Ansprache im Kulturformat **Der Marker** oder bei **Roche und Böhmermann** sowie thematisch für die

Popmusik, insbesondere in Gestalt der **Open-Air-Festivals** und die Übertragung der eSports-Liga unter dem Titel **For the win**.

Die kanalprägende Sendung von ZDFkultur ist das täglich um 20.00 Uhr ausgestrahlte Kulturformat **Der Marker**. Die Bandbreite der gezeigten Inhalte reicht von der Alltags-, Pop-, Jugend-, Sub- und Netzkultur bis hin zu politischen und gesamtgesellschaftlich relevanten Themen mit besonderem Fokus auf das Internet und einer dezidiert subjektiven Haltung. Der Gesamtmarktanteil von ZDFkultur ist, v.a. in den Abendflächen einzelner Werktage, noch steigerungsfähig. An der Resonanz im Netz lässt sich jedoch das Potenzial des neuen Ansatzes ermessen.

3sat profiliert sich seit Frühjahr 2012 mit dem Konzept des **Wissenschaftsdonnerstags**, der in der Primetime Wissenschafts-Dokumentationen mit einer thematisch entsprechenden Ausgabe der Sendung **scobel** en bloc programmiert anbietet, als Wissenschaftssender.

Daneben ist die Übertragung exponierter Kulturereignisse eine tragende Programmsäule der Kulturaktivitäten der ZDF-Familie, wobei vor allem Ereignisse mit Strahlkraft über den alltäglichen Kulturbetrieb hinaus bei den Zuschauern erfolgreich sind (z.B. die **Wiedereröffnung des Moskauer Bolschoi**). Der ZDF-Kulturverbund hat außerdem regelmäßig kulturelle Großereignisse und Jubiläen aus den Feldern Film, Theater, Musik und Literatur abgebildet, etwa den **100. Todestag Gustav Mahlers**, den **100. Geburtstag Max Frischs**, die **Berlinale**, das **Berliner Theatertreffen**, die **Tage der deutschsprachigen Literatur**, den Theaterpreis **FAUST** sowie die **Frankfurter und Leipziger Buchmesse**. Eine kulturpolitische Premiere war Richard Wagners **Lohengrin**, den das ZDF 2011 erstmals live von den Bayreuther Festspielen auf ARTE eingebracht hat. Auch die umfangreichere Beteiligung an der Produktion deutscher Kinofilme wie **Maria, ihm schmeckt's nicht** dient unmittelbar der Sicherung eines Kulturguts.



Wandlungsfähig unterwegs in der Weltgeschichte: Hape Kerkeling als Azteken-Herrscher Montezuma in Terra X.

Das Sachgebiet Philosophie hat 3sat mit Themenwochen zu den Fragen um Tod, Vergänglichkeit und die Angst vor Verlust (**Was am Ende zählt**) sowie zu Sekten (**Seelenfänger**) markiert.

3. Im fiktionalen Programm Themen der Zeit unterhaltsam und fesselnd erzählen

Im Genre Fernsehfilm setzt das ZDF weiterhin den Maßstab für den deutschen Markt. Mit seinem wöchentlichen Angebot am Montag um 20.15 Uhr bindet es regelmäßig rund fünf Millionen Zuschauer. Dabei setzt es wichtige und auch schwierige Themen unserer Zeit gewichtig um: Vergewaltigung (**Es war einer von uns**), Eifersucht und Scheidung (**Liebesjahre**) oder exzessive Jugendgewalt (**Vater Mutter Mörder**), aber auch konflikträchtige Stoffe in zeitgeschichtlicher Perspektive, wie etwa Zwangsarbeit (**Das Kindermädchen**) oder die Unterdrückung der Frauen in dem Grimme-Preis-dekorierten Historienfilm **Die Hebamme – Auf Leben und Tod**. Dass dabei auch jüngere Zuschauer an ein traditionsreiches, spezifisch öffentlich-rechtliches Fiction-Angebot herangeführt werden, ist nicht zuletzt das Verdienst des Aufgreifens von Lebenswelten, die für ein jüngeres Publikum besondere Relevanz haben, wie etwa in dem eindringlich erzählten Drama **Die Lehrerin**.

Darüber hinaus zeigt das ZDF sowohl am Montag als auch am Donnerstag, wie vielseitig die Programmpalette Komödie sein kann. Fernsehfilme wie **Lotta und die großen Erwartungen**, **Familie Fröhlich – Schlimmer geht immer** oder **Bankraub für Anfänger** belegen, dass auch ernste Themen wie Alter, Arbeitslosigkeit und Finanzkrise mit diesem Genre erschlossen werden können, ohne dass der Publikumserfolg mit Klamauk erkaufte wird, sondern mit einer unigen Mischung aus leicht erzählter Ernsthaftigkeit, die gerade vom für die Verjüngung angestrebten Publikum unter 50 Jahren angenommen wird.

Die **Vorabendserien** um 18 und 19.25 Uhr sowie die **Freitagkrimis** tragen mit dem besten Ergebnis einer Serien-Leiste im deutschen Fernsehen weiterhin zur Zuschauerbindung an das ZDF-Hauptprogramm sowie zur Schaffung eines Repertoires an wiederholbaren Programmen wesentlich bei und setzen nach wie vor Standards im deutschen Serienfernsehen. Zugleich unternehmen die Wettbewerber immer größere Anstrengungen, neue Genrefarben und Sujets am Markt zu etablieren. Der Entwicklung von neuen

Verpflichtung	Beispiele
Aufgreifen von Trends und Themen der Zeit im Fernsehfilm und stärkere Akzentuierung des Genres Komödie	<i>Es war einer von uns; Liebesjahre; Vater Mutter Mörder; Die Lehrerin</i> <i>Familie Fröhlich – Schlimmer geht immer; Ladylike – Jetzt erst recht!; Meine Familie bringt mich um!; Bankraub für Anfänger</i>
Neue Serienakzente neben den lang laufenden und nachgefragten deutschen Serien des ZDF	<i>Flemming; Die Chefin; Die letzte Spur; ZDFneo: 30 Rock; Mad Men; The Big C... und jetzt ich</i>
Betonung europäischer Erzählweisen und Dramaturgien	<i>Stieg Larsson: Die Millennium-Trilogie; Kommissarin Lund – Das Verbrechen; Die Brücke – Transit in den Tod; Inspector Barnaby; Luther</i>



Wie erleben Schüler die Traumatisierung eines Amoklaufs? Szene mit Anna Loos in *Die Lehrerin*.

Serien-Formaten muss neben der Pflege etablierter Erfolgsformate daher in den kommenden Jahren besonderes Augenmerk gelten. Dies gilt auch für das Genre der täglichen Serie, in dem der Krankenhaus-Soap **Herzflimmern** kein Erfolg gelang. Mit der führenden Kompetenzposition im Genre deutscher Fernsehfilm sowie guten Kompetenzwerten in den Serien-Genres hat das ZDF eine gute Ausgangsposition im Wettbewerb, die es durch die Verstärkung innovativer Akzente zu untermauern gilt. Wie dies gelingen kann, zeigen die auf Anhub sehr gut akzeptierten Neuerungen in der Primetime am Freitag (**Flemming; Die Chefin; Die letzte Spur**).

Zugang zu einigen der progressivsten Serien am Markt sichert ZDFneo dem deutschen Publikum – etwa durch die Free-TV-Premiere der Sitcom **30 Rock** oder weitere Lizenzkäufe wie **Mad Men** und die Golden Globe-dekorierte Damedy **The Big C... und jetzt ich**, in der eine krebserkrankte Vorstadtmutter ihr Leben umkämpft.

Auf seinem Krimi-Sendeplatz am Sonntag um 22.00 Uhr versammelt das ZDF regelmäßig die auffälligsten und erfolgreichsten Produktionen des Genres aus dem europäischen Ausland. Dazu gehören internationale Exportschlager wie **Inspector Barnaby** oder **Stieg Larssons Millennium-Trilogie** ebenso wie stärker polarisierende Ermittler vom Schlage eines John **Luther** und Entdeckungen wie **Kommissarin Lund – Das Verbrechen** oder **Die Brücke – Transit in den Tod**. Damit weitet das ZDF den Blick seiner Zuschauer für fiktionale Erzählweisen und Dramaturgien unserer europäischen Nachbarn und knüpft mitunter Kontakte zur Realisierung bezahlbarer Ko-Produktionen von internationalem Rang.

Das nach wie vor stark frequentierte **Montagskino** bleibt der einzige in der Primetime beginnende Spielfilm-Termin, der an der Nahtstelle von populärem Hollywood-Kino und anspruchsvollem Programmkino operiert. Gezeigt werden Blockbuster wie die **Bourne-Trilogie** neben Programmkino-Perlen wie der Thriller der Coen-Brüder **No Country For Old Men** oder Woody Allens Oscar-prämierte Komödie **Vicky Cristina Barcelona**. Eine in allen Zielgruppen erfolgreiche Platzierung von Spielfilmen um 20.15 Uhr bleibt für das ZDF



Grenz-Begegnung: Eine Leiche mitten auf der Öresund-Brücke führt ein sehr ungleiches dänisch-schwedisches Ermittlerteam zusammen

dagegen schwierig und beschränkt sich auf herausgehobene Sendestrecken an Feiertagen und im Sommer (z.B. **Liebe braucht keine Ferien; Inside Man**).

4. Unterhaltung mit Nutzwert verbinden

Aus regelmäßigen qualitativen Sendungstests ist bekannt, dass der Wunsch nach Weiterbildung ein starkes Sehmotiv für Zuschauer von Quiz- und Spielesendungen ist. Dass dies über das bloße Mitraten an Hand vorgegebener Antwortmöglichkeiten weit hinaus gehen kann, beweist Jörg Pilawas Event-Show **Deutschlands Superhirn**: Die erstaunlichen Gedächtnisleistungen der Kandidaten regen zur Auseinandersetzung mit Fragen der Logik und der Mathematik an. Ein renommierter Experte gibt darüber hinaus konkrete Tipps für ein effizientes Gehirntraining. Ansätze wie diese werden rasch ausgebaut, um sie zu einer wiedererkennbaren Marke im ZDF zu machen.

Daneben stärken regelmäßige Ausgaben von **Rette die Million!** und **Die Quiz-Show mit Jörg Pilawa** sowie wiederkehrende Show-Events wie **Der Super-Champion** das neue Show-Portfolio des ZDF. Dieses gilt es über Quiz-Varianten hinaus mit eigenständigen Formatmustern gegen die Wettbewerber zu positionieren.

Mit dem bestens etablierten Kabarett **Neues aus der Anstalt** und einer ganzen Palette neuer Comedy-Formate erreicht das ZDF innerhalb kurzer Zeit eine eigene Positionierung in diesem Genre, die inhaltlich durch einen starken Aktualitätsbezug gekennzeichnet ist. Das gilt für die drei Mal in Folge mit dem Deutschen Comedypreis geehrte **heute-show** ebenso wie für den Satire-Talk **Pelzig hält sich** und die zuletzt hinzugekommene Boulevard-Satire **Leute, Leute!**, mit dem sich die unerschrockene Gastgeberin Monika Gruber ein neues Comedy-Sujet erschließt. Flankiert wird die Offensive durch bewährte 3sat-Kabarett-Marken wie **Volker Pispers und Gäste** oder das **Zeltfestival** sowie durch die durch unkonventionelle Talk-Dramaturgien gekennzeichneten Late-Shows **neoParadise** und **Stuckrad Late Night** auf ZDFneo.

Verpflichtung	Beispiele
Ausbau des Quiz-Angebots im Hauptabend	Event-Show <i>Der Super-Champion 2012</i> ; <i>Rette die Million!</i> ; <i>Die Quiz-Show mit Jörg Pilawa</i>
Für das Nachmittagsprogramm werden neue Formate entwickelt, die auf unterhaltsame Weise Wissen transportieren	<i>Topfgeldjäger</i> als Mischung aus Quiz- und Kochshow; Neu-Belebung des Quiz-Klassikers <i>Die Pyramide</i>



Unterhaltung, die schlau macht: Gehirn-Akrobatik mit Jörg Pilawa

Nachholbedarf besteht am ehesten in den Hybrid-Formen am Nachmittag (**Die Küchenschlacht**, **Topfgeldjäger**), die in der unterhaltsam-lehrreichen, aber in ihren dramaturgischen Möglichkeiten begrenzten Verknüpfung aus Quiz und Kochen von den Privaten stark konkurrenziert werden. Auch an einen erfolgsorientierten Ausbau von Factual Entertainment-Formaten (s. Kap. 6) ist hier zu denken.

5. Live- und Eventprogramme herausstellen

In der Liveberichterstattung hat sich einmal mehr die ausführliche Darstellung des Wintersports mit seinen Höhepunkten in Deutschland, der **Alpinen Ski-WM 2011** in Garmisch-Partenkirchen und der **Biathlon-WM 2012** in Ruhpolding als attraktives Programmangebot erwiesen. Bei beiden Veranstaltungen war das ZDF für die Produktion des Weltbildes zuständig und konnte somit neben der sportlichen Wertigkeit auch die Begeisterungsfähigkeit der deutschen Sportfans an den Wettkampfstätten in die Welt transportieren.

Bei dem Sporthöhepunkt des Jahres 2011, der **Frauen-Fußball-WM** in Deutschland, bestritten ZDF und ARD gemeinsam neue Wege in der Übertragungsdichte, indem sie alle Spiele der WM live ausstrahlten. Das Jahr 2012 bringt mit der **Fußball-EM** in Polen und der Ukraine, den **Olympischen Sommerspielen** in London sowie den **Paralympics** die maßgeblichen Live-Events. Bei diesen Ereignissen wird viel Wert auf die Hintergrund- und Rahmenberichterstattung gelegt, in der relevante politische und gesellschaftliche Aspekte aufgegriffen werden. Die Spiele der **Fußball-EM 2012** wird das ZDF moderativ von einer Bühne auf der Insel Usedom, in der Nähe der deutsch-polnischen Grenze präsentieren.

Der europäische Gedanke in der Sportberichterstattung des ZDF wird sich ab August 2012 dann in den Übertragungen der **UEFA Champions League** fortsetzen.

Besondere Programmhilights wurden 2011 und 2012 immer wieder durch die Kombination Film plus Dokumentation geschaffen. Mit **Schicksalsjahre**, **John Rabe – Der gute Deutsche von Nanking**, **Beate Uhse – Das Recht auf Liebe**, **Tsunami – Das Leben danach**, den **Borgia** oder anderen Projekten gelang durch dokumentarische Begleitung eine Vertiefung herausragender, opulent produzierter fiktionaler Stoffe, die als generationen-

Verpflichtung	Beispiele
Pflege und Ausbau der Live- und Ereignis-Formate	<i>Frauen-Fußball-WM</i> und <i>Alpine Ski-WM 2011</i> , <i>Biathlon-WM</i> , <i>Fußball-EM</i> und <i>Olympische Sommerspiele 2012</i> ; Fiction plus Doku-Programmierungen, Thementage und -wochen
Steigerung der Zahl der hoch aufgelösten HD-Produktionen	ZDF: 30% des Sendevolumens in nativem HD; <i>Die Huberbuam</i> und <i>Pina</i> bereits in 3D-Fassungen

übergreifendes Programm von jüngeren und älteren Zuschauern wahrgenommen und nachgefragt wurde.

Einen programmbereichsübergreifenden einwöchigen Schwerpunkt zum Thema Ressourcen setzte das ZDF im Herbst 2011. Unter dem Label **Burnout – Der erschöpfte Planet** thematisierten der zweiteilige Fernsehfilm **Verschollen am Kap** mit Heino Ferch, die beiden je zweiteiligen Dokumentationen **Machtfaktor Erde** von Claus Kleber resp. **Das Blut der Welt** von Claus Richter und Stefan Aust sowie ein direkt im Anschluss an den Ferch-Zweiteiler programmierter Talk von **maybrit illner** den Umgang mit Bodenschätzen. Begleitet wurde der Schwerpunkt in allen journalistischen Formaten. Heraus kam eine publizistisch vielbeachtete und durch die konsequenten Programmierungen in der Hauptsendezeit auffällige Themenwoche, deren durchschnittlicher Publikumserfolg allerdings hinter den Erwartungen zurückblieb.

Vor allem in den Partner- und Digitalkanälen, denen eine schemafremde Schwerpunkt-Programmierung in der Regel leichter fällt, zeigen Thementage und Themenwochen, dass vertikale Programmflächen vielen Zuschauern den

Zugang zu komplexeren Themen erleichtern, wobei selbstverständlich auch hier der Marktanteilserfolg je nach Thema, Machart und Wettbewerbslage unterschiedlich ausfallen kann. Einen achtbaren Erfolg hatte PHOENIX mit seinem Thementag *Es lebe die Republik!* zum Niedergang verschiedener Monarchien.

Neben kulturellen Programmakzenten wie *Die Preußen*, *Martin Walser zum 85. Geburtstag* oder *Deutsch in concert* (über deutsche Rock- und Popmusik) strahlte 3sat u.a. eine Themenwoche unter dem Titel *Anklage: Missbrauch* aus, die mit einigem zeitlichen Abstand zu den Enthüllungen des Jahres 2010 die Debatte um sexuellen Missbrauch an Kindern wieder aufnahm.

Längst nicht mehr nur bei großen Sportübertragungen strahlt das ZDF sein Programm in hochauflösender Qualität (HD-Standard) aus. Konnten 2010 lediglich gut 100.000 Programm-Minuten in HD-produzierter Qualität angeboten werden, waren es im Jahr darauf bereits knapp 140.000 Minuten und damit 29,9 % Prozent des gesamten ZDF-Programmaufkommens. HD ist damit auf dem Weg zur Standard-Produktionsform innerhalb kurzer Zeit ein großes Stück vorangekommen.

Mit der Weiterentwicklung dreidimensionaler Filmtechnik werden neue Grenzen des visuellen Erlebens ausgelotet. Auch hier ist die ZDF-Programmfamilie Vorreiter. Das in ZDF-Hauptprogramm, ZDFneo und ZDFinfo gezeigte Bergsteiger-Porträt *Die Huberbuam* kann in einer eigenproduzierten 3D-Version gesehen werden – per zdf.de-Download einer sogenannten anaglyphen Fassung sogar ohne 3D-fähigen Fernseher.

Daneben hat ARTE durch einen thematisch und visuell vielfältigen *3D-Tag* Erfahrungen mit der dritten Dimension gesammelt. Bemerkenswerter Effekt



Aufbruch in eine neue Dimension: Der Oscar-nominierte Dokumentarfilm Pina 3D

ist, dass auch auf den Verbreitungswegen, die keine 3D-Verbreitung erlauben, die Programme dieses 3D-Tages überdurchschnittlich liefen. Die ZDF/ARTE/3sat-Koproduktion *Pina 3D* von Wim Wenders, ein aufwändiger Dokumentarfilm über die verstorbene Choreografin Pina Bausch, wurde für den Oscar nominiert und war im Kino ein großer Erfolg. Dies demonstriert wiederum Notwendigkeit und Chance, durch Auffälligkeiten im Programm Aufmerksamkeit für ansonsten als schwierig geltende Themen zu schaffen.

6. Die Modernisierung des Programms fortsetzen

Die Jahre 2010 bis 2012 sind geprägt von einem Programmaufbruch, der sich sichtbar in der Etablierung der neuen Digitalkanäle sowie zahlreichen Format-Neuerungen und -Weiterentwicklungen niederschlägt. Seit 2010 sind die Digitalkanäle hierfür zu einer Erprobungsbühne geworden. Zugleich galt es, besonderes Augenmerk auf die Weiterentwicklung der Formate des Hauptprogramms zu legen, das nach wie vor rund 80 Prozent der Marktanteilsposition des ZDF trägt und damit auch für die Ansprache der Zuschauer unter 50 besondere Bedeutung hat. Die Ansprache der Altersgruppe um 40 Jahre stand im Mittelpunkt der Programm-Modernisierung und ist durch gezielte Format-Kreationen für Zuschauer unter und um 30 Jahre ergänzt worden.

Die **Nachrichtensendungen** sind in Dramaturgie und Präsentation unter Einbeziehung der mittlerweile Normalität gewordenen virtuellen Erkläräume zuschauernäher gestaltet worden. Daneben wurde als Unterscheidungsmerkmal zu kommerziellen Nachrichtenangeboten, der höhere Anteil an Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur fortgeschrieben. Mit rund 40 Prozent nehmen diese Themenfelder nach dem Nachrichten-Monitor des Instituts für empirische Medienforschung weiterhin rund den doppelten Umfang des entsprechenden Aufkommens kommerzieller Anbieter ein. Die laufende Modernisierung hat dazu beigetragen, dass das **heute-journal** nach wie vor das meistgesehene Nachrichtenmagazin des deutschen Fernsehens ist. Die Formatarbeit an der 19 Uhr-Hauptnachrichtensendung **heute** diene ihrer Stabilisierung im Wettbewerb. Sie muss angesichts des anhaltenden Wettbewerbsdrucks am frühen Abend weiter geführt werden, um die Kompetenzposition des ZDF bei Nachrichten zu untermauern.

Verpflichtung	Beispiele
Ausrichtung der Digitalkanäle auf spezifische Zielgruppen	<i>WISO plus, SportXtreme, Bambule, For the win, Roche & Böhmermann</i>
Modernisierung der Genre-Palette aller, d.h. auch der informierenden und kulturellen Programmformen	<i>Factual Entertainment-Ansätze</i>
Nachhaltige Weiterentwicklung der Kinderprogramme im Hauptprogramm und im KiKA	<i>Dein Song 2012; Die Jungs-WG; Die Mädchen-WG; Dance Academy</i>
Erneuerung der Online-Portale	Relaunch <i>zdf.de, heute.de, ZDFsport.de</i> und <i>tivi.de</i>
Nutzung virtueller und digitaler Techniken zur Entwicklung einer modernen Erklärsprache, die hilft, politische, wirtschaftliche, wissenschaftliche, technische und gesellschaftliche Zusammenhänge besser zu begreifen	Visuell attraktive 3D-Animationen aus dem virtuellen Nachrichtenstudio

Die **Informationsmagazine** des ZDF wurden seit 2010/11 der umfassendsten Erneuerungsarbeit im Magazin-Sektor seit den neunziger Jahren unterzogen: Stärkere Einbeziehung von Studio- und Zuschaueraktionen in **WISO**, die Öffnung des Themenprofils von **ML mona lisa** als Sendung zu Fragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens, die Neuausrichtung der Umweltsendung

planet.e als Dokumentationsformat, neue Präsentationsformen und Rubriken in *FRONTAL 21* und dem *auslandsjournal*, neue Formen der Politikberichterstattung in *zdf.infos Politix* sowie die mit der neuen Moderatorin Katty Salié stärker auf das laufende, aktuelle Kulturgeschehen orientierte Ausrichtung des Kulturmagazins *aspekte* bis hin zur Neuausrichtung des Wissensmagazins *TerraXpress* sowie der auf den Präsentator Harald Lesch ausgerichteten spätabendlichen Sendung *Abenteuer Forschung* und schließlich die Hinwendung von *ZDF History* zu alltagsgeschichtlichen thematischen Akzenten und neuen Darstellungsformen stehen dafür. Diese Formatarbeit hat wesentlich dazu beigetragen, dass das ZDF in den Augen der Zuschauer 2011 der kompetenteste Anbieter von Wissenschafts-, Wirtschafts- und Kulturmagazinen sowie Geschichtssendungen war.

Dokumentationen und *Reportagen* im ZDF sind im Berichtszeitraum mit zahlreichen neuen Akzenten versehen worden. Mit *ZDF zoom* ist im Zuge der Schemareform Anfang 2011 im ZDF-Hauptprogramm die klassische Form der Hintergrund-Dokumentation auf einem wöchentlichen neuen Abend-Sendetermin auffällig im Hauptprogramm etabliert worden. In den Digital-Kanälen sind mit *Herr Eppert sucht...*, der Existenzgründer-Serie *Start me up* sowie Dokusoaps wie *Umzug mit Herz* neue Ansätze angegangen worden, die den Darstellungs- und Nutzungsgewohnheiten der Generation Internet näher kommen. Diese Akzente haben mit dazu beigetragen, dem ZDF wie schon in den Jahren zuvor in 2011 die Position als kompetentester Anbieter von Dokumentationen zu verschaffen.

Im Genre *Talk* hat sich das Hauptprogramm mit Erfolg auf den Format-Schliff an *maybrit illner* sowie *Markus Lanz* konzentriert. Die anders als die ARD mit ihrer Ausweitung der Talkformate am Abend auf Format-Pflege im Hauptprogramm ergänzt um Formatversuche in den Digitalkanälen setzende



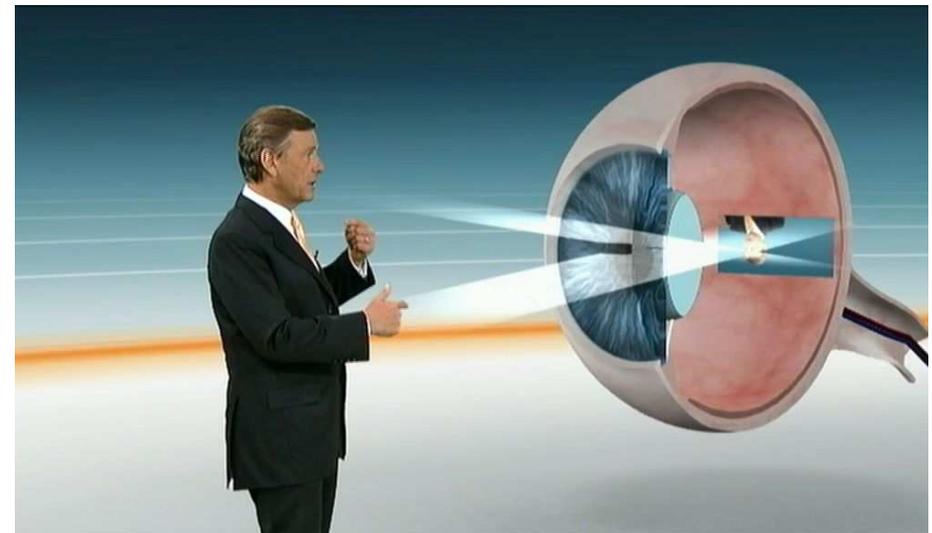
Sieht nicht nur anders aus: Late-Talk bei ZDFneo mit Joko Winterscheidt und Miss Piggy

Strategie des ZDF hat in den Augen der Zuschauer führende Kompetenzwerte für Talkshows am Abend eingebracht. Die Zuschauerzahlen signalisieren dabei, dass insbesondere für jüngere Zuschauergruppen die Arbeit an attraktiven Talkformaten weitergeführt und intensiviert werden müssen. Die in den Digitalkanälen stärker Interaktions- und Präsentatoren-bezogenen Talkformate *Log in*, *Roche und Böhmermann* sowie in *Stuckrad Late Night* und *neo Paradise* bieten Ansatzpunkte hierfür, die ausgebaut werden müssen.

Live- und Eventprogramme (vgl. 5.) als Unterscheidungsmerkmal der "großen" nationalen Vollprogramme sind insbesondere durch die verstärkte Kombination von herausragenden Fernsehfilmen mit thematisch anschließenden Dokumentationen gestärkt worden. Zugleich haben **neue technische Darstellungsmittel** wie Computergrafiken und HD-Auflösung Anschaulichkeit und Erlebnispotenzial der ZDF-Programme gestärkt. Zu einer modernen Erklärsprache gehört zunehmend eine anspruchsvolle, bildstarke grafische Komponente. Die wachsende Komplexität politischer, wirtschaftlicher, wissenschaftlicher, technischer oder auch gesellschaftlicher Entwicklungen wird auf allen Ausspielwegen des ZDF mittels prägnanter virtueller Erkläräume reduziert, wie sie das digitale Nachrichtenstudio ermöglicht. Nach Anlaufschwierigkeiten, was die Art der grafischen Umsetzung von Themen und die Workflows zur rechtzeitigen Umsetzung tagesaktueller Themen anging, ist der tägliche Einsatz auch opulenter 3D-Grafiken in den Nachrichtensendungen inzwischen selbstverständlich geworden.

Die **fiktionalen Programmangebote** sind nach der Schemareform Anfang 2011 am Donnerstag um einen Sendeplatz für komödiantische Produktionen verstärkt worden. Die europäischen Koproduktionen insbesondere mit skandinavischen Partnern haben 2011/12 neue erzählerische Akzente in Form der am amerikanischen Pay TV-Markt etablierten durcherzählten Geschichte in das Hauptprogramm eingebracht. Zusammen mit den Kaufserien auf ZDFneo (vgl. S. 2) ist damit die Palette des fiktionalen Programms im ZDF um zeitgemäße Genres, Sujets und erzählerische Formen für Zuschauer erweitert worden, die besonders Zuschauer mittleren Alters ansprechen.

Die **Unterhaltungsangebote** des ZDF haben mit dem Ausbau des Comedy-Portfolios einen wahrnehmbaren Beitrag zur Modernisierung der ZDF-



Im Erklärraum sieht man besser: Claus Kleber erklärt einen Chip, der kranke Netzhaut ersetzen kann

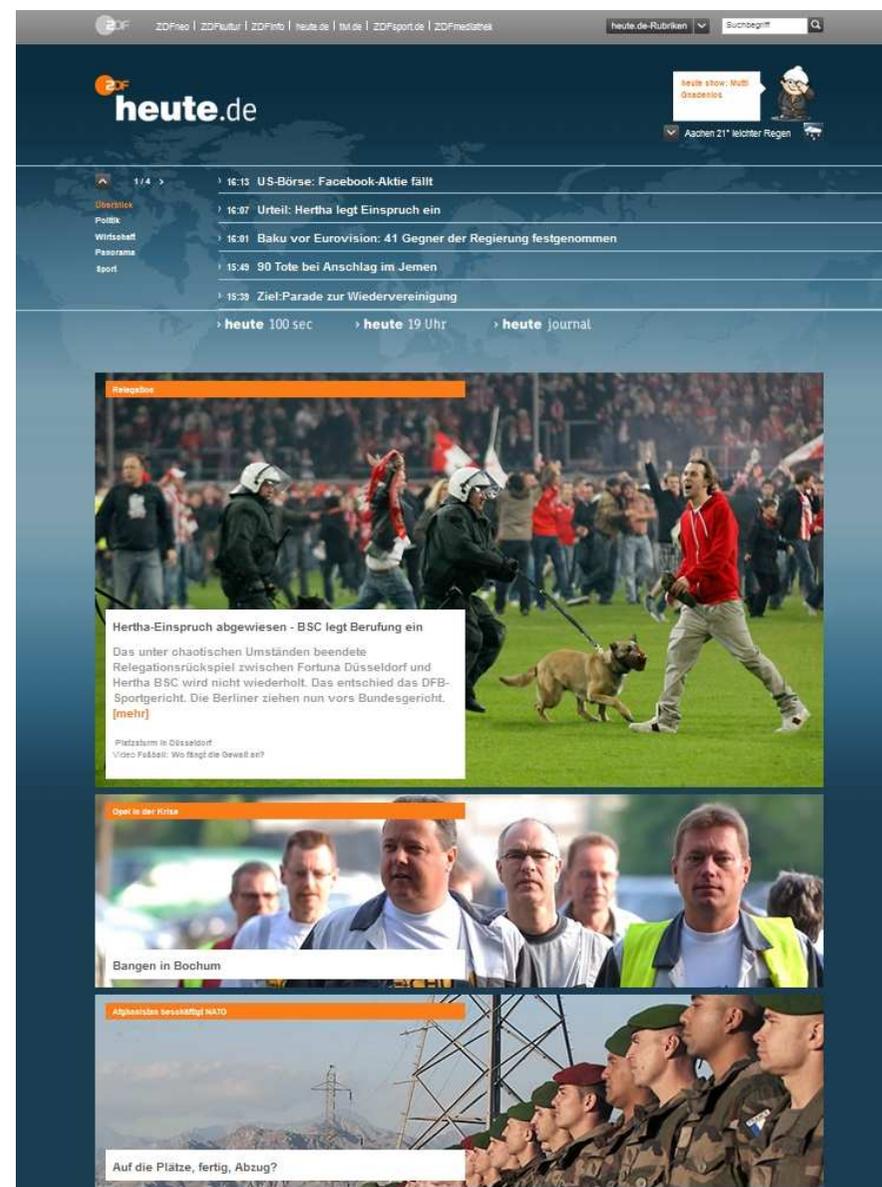
Programme durch Ansprache von Zuschauern mittleren Alters geleistet. Daneben ist das Quiz durch Elemente von Wettbewerbs-Spielen erweitert worden. Diese Ansätze gilt es ebenso wie die Weiterentwicklung des Show-Klassikers **Wetten, dass...?** in den nächsten Jahren zu verstärken, um die führende Kompetenzposition des ZDF in der Show zu unterstreichen.

Gleiches gilt für das von jüngeren Zuschauern stark nachgefragte Genre des sogenannten Factual Entertainment, das in einem Unterhaltungsrahmen auch (Service-)Information zur Alltagsbewältigung transportiert. Mit **Da wird mir übel!, schick & schön – Astrids Stylingshow, Immer diese Nachbarn!** u.a.m. haben ZDFneo und ZDFinfo als Experimentier-Plattform sowie das Hauptprogramm Formate erprobt, die aber noch nicht die angestrebte Publikumsresonanz erzielt haben. Hierzu muss an ihrer Originalität und an einem eigenen öffentlich-rechtlichen Stilmuster weiter gearbeitet werden.

Kinderprogramme sind per definitionem Bestandteil der Anstrengungen zur Verjüngung des ZDF-Publikums. In mehreren Genres haben sie im Berichtszeitraum auffällige Akzente gesetzt, die Profil mit Erfolg verbanden. So hat die Wettbewerbsshow **Dein Song** im KiKA gezeigt, dass Casting im Fernsehen nicht mit einer Ausstellung von Kandidaten einhergehen muss, sondern auch zur Präsentation und Entwicklung von Fähigkeiten dienen kann. Auch die internationalen Serienproduktionen (z.B. **H₂O – Plötzlich Meerjungfrau**, **Dance Academy**) sowie im KiKA stark nachgefragten Doku-Soaps (**Die Jungs-/Mädchen-WG**) zeigen entsprechende Formatkraft. Diese stärker zur Gestaltung zentraler Programmleisten des ZDF nutzbar zu machen, bleibt eine Aufgabe der Modernisierungsarbeit der nächsten Jahre. Darüber hinaus schaffen Formate wie **Terra MaX** als Spin-off von **Terra X** ebenso wie die **1, 2 oder 3-Jubiläumsshow** eine Verbindung zwischen Kinder- und Erwachsenenprogramm.

Das Online-Angebot **heute.de** ist durch die Einführung einer wöchentlichen Nachrichtenleiste am Vormittag gestärkt worden und kann seitdem ganztägig mit aktuellen Nachrichtenvideos und Korrespondentenberichten versorgt werden. Damit ist ein erheblicher Wettbewerbsnachteil der **heute.de** aufgehoben, indem sie das immer stärker auf Bewegtbild ausgerichtete Nutzerverhalten auch im aktuellen Nachrichten-Portal besser bedienen kann.

Nach Abschluss der Relaunches der Plattformen **zdf.de**, **heute.de**, **ZDFsport.de** und **tivi.de** stellen sich mit der Bewegtbildorientierung der ZDF-Portale neue Herausforderungen: bestehende Inhalte müssen an die Bedürfnisse von Web-, Smartphone- und Tablet-Applikationen angepasst werden, die insbesondere vom Publikum mittleren Alters zunehmend genutzt werden. Bereits etabliert und mit 843.000 Downloads allein von Apple-Nutzern sehr gut nachgefragt ist die Mediathek-App, die die in der Netzversion geschätzte und preisgekrönte intuitive Benutzerführung auf Mobilgeräte überträgt.



Neue Übersichtlichkeit: Die heute.de nach dem Relaunch

7. Im Online-Angebot cross-mediale Formate und aktive Beteiligungsmöglichkeiten verstärken

Der Anteil crossmedial geprägter Formate und Elemente hat im ZDF-Hauptprogramm sowie in den Digitalkanälen deutlich zugenommen – und zwar sowohl im Informationssektor als auch im fiktionalen Bereich. Im Informationsbereich sind Hinweise innerhalb der **heute**-Sendungen auf vertiefende Inhalte im Onlineangebot mittlerweile Routine. Sendungen mit jahrzehntelanger Tradition, wie die Interview-Reihe **Was nun?**, haben Facebook- und Forums-Fragen mit großer Selbstverständlichkeit in ihr Sendekonzept integriert. Auch in Wahlsendungen, im **ZDF-morgenmagazin** oder dem **ZDF-wochenjournal** sind crossmediale Elemente längst fester Bestandteil.

Gleichzeitig haben sich Formate entwickelt, für die Crossmedialität nicht nur zeitgemäße Ergänzung, sondern konstitutiv ist: **heute plus** – ein interaktives Begleitangebot in ZDFinfo, mit der sich die Hauptnachrichtensendung des ZDF den Zuschauern für Fragen und Kritik öffnet; **SportXtreme** – ein auch von Netzinhalten gespeistes Funsportmagazin; **my info** – eine Sendung aus den meistgenutzten Videos der Mediathek; **Elektrischer Reporter** – eine Sendung, die Netzrends über den bekannten Blogger Marius Sixtus zurück ins Fernsehen holt. Bereits eine crossmediale Formatgruppe ist mit der **log in**-Familie entstanden, die als regelmäßige interaktive Talkshow (**ZDF log in**) in Erscheinung tritt und darüber hinaus bei Landtagswahlen die Spitzenkandidaten mit konkreten Fragen der Web-User konfrontiert (**log in – Erst fragen, dann wählen**) und die Ergebnisse besonders bedeutsamer Wahlabende im Anschluss an die ZDFspezial-Sendung aus netzpolitischer Perspektive analysiert (**log in: Wahl im Web**).

Verpflichtung	Beispiele
Aufbau von cross-medialen Formaten	<i>SportXtreme; heute-journal plus; 101bielefeld.de; Die letzte Spur – Second Screen</i>
Verstärkte Interaktion mit und Beteiligung von Zuschauern	<i>ZDF-Log in; heute plus; My Video; Wer rettet Dina Foxx?; Moma Café</i>
Stärkere Verschränkung des ZDFinfokanals mit dem Online-Angebot und Entwicklung cross-medialer Formate	<i>log in-Familie; heute plus; SportXtreme; Elektrischer Reporter; my info</i>

Im zweiten Teil der Polit-Casting-Show **Ich kann Kanzler!** haben sich im Frühjahr 2012 mehr als 1000 politisch interessierte Bürger um die Teilnahme an der Fernsehsendung beworben. Durch das begleitende Online-Angebot auf **zdf.de** konnten die Nutzer sowie eine Experten-Jury über Blogs, Foren und einschlägige soziale Netzwerke die Wahlwerbung und Profile der 15 Finalisten bewerten und per Abstimmung einen Teilnehmer für die Sendung auswählen.

Im Bereich der fiktionalen Unterhaltung wurde mit dem crossmedialen Format **Wer rettet Dina Foxx?** der Talentschmiede **Das kleine Fernsehspiel** die beiden Medien Fernsehen und Internet ganz neu miteinander kombiniert. Der Krimi zu dem stark diskutierten Thema Datenschutz wurde zunächst zur Hälfte im Fernsehen ausgestrahlt, dann in der zweiten Hälfte über eine Art virtuellen Schnitzeljagd im Netz aufgelöst. Für weniger aktive Zuschauer gab es am Ende erneut eine Fernsehversion. Für 2012 ist eine Weiterentwicklung dieses publizistisch stark beachteten Formats geplant.

Ebenfalls sehr weitgehende Beteiligung räumt ZDFneo seinem Publikum ein: Hier kann der Zuschauer über das TV-Netz-Projekt **TVLab** entscheiden, welches von zehn Formaten in Serie gehen soll.

Die erfolgreiche Primetime-Krimiserie **Wilsberg** wurde Anfang 2012 in den beiden Folgen "Aus Mangel an Beweisen" und "Die Bielefeld-Verschörung" unter Einbeziehung der Zuschauer um ein Netzprojekt erweitert und über Diskussion und Kommentierung via Blog aufgeladen – mit der im Internet populären These, die Stadt Bielefeld gebe es gar nicht. Das Format stieß auf eine erfreulich junge Zuschauerschaft. Die Abrufzahlen in der ZDFmediathek konnten sich im Vergleich zu den älteren **Wilsberg**-Folgen nahezu verdoppeln.

Ebenfalls 2012 umgesetzt wurde das Projekt **Die letzte Spur**, eine Freitag-Abend-Krimiserie mit besonders intensiver Online-Begleitung. Dem Zuschauer wird online ein „Second Screen“ angeboten, um sich zeitgleich zur TV-Ausstrahlung über Charakter und Inhalte des Filmstoffs auszutauschen – und um dabei spielerisch und im Austausch mit anderen Zuschauern zu testen, ob man den richtigen Protagonisten für den Täter gehalten oder zu Unrecht verdächtig hat.

Im Bereich der Künste sucht ARTE 2012 nach Talenten. Das Projekt heißt **Alles für die Kunst** und startet im Netz. Eine Jury ermittelt aus den Online-Bewerbungen die Kandidaten, die an einer hochkarätig kuratierten und von einer Kamera begleiteten Masterclass teilnehmen.

Damit sind Crossmedialität und Interaktivität stärker zum regulären Bestandteil der Programmarbeit geworden. Diese Entwicklung wird die Agenda weiter bestimmen und das ZDF vor die Herausforderung stellen, auch im Kern des unterhaltenden Programms zuzulegen.

The screenshot displays the 'Die letzte Spur' Second Screen interface. At the top, it says 'DIE LETZTE SPUR' with the ZDF logo and navigation tabs for 'Whiteboard', 'Wärmebild', and 'Dossier'. The main area is a 'Whiteboard' with a 'Wärmebild' (heatmap) showing character positions. The heatmap has a red/yellow center for 'Täter' (perpetrator) and blue areas for 'Opfer' (victim), 'Freund des Verschwundenen' (friend of the missing), and 'Feind des Verschwundenen' (enemy of the missing). A 'Dossier' sidebar on the right shows user comments and a chat section. At the bottom, there's a 'Zeit bis zur Lösung' (time to solution) timer showing 26:52 and a 'Lösen' button.

Auf Täter-Suche mit der Netz-Gemeinschaft: Per „Second Screen“ kann der Krimi-Fan in Echtzeit ausloten, wie tatverdächtig jeder einzelne Protagonist ist.

8. Soziale Verantwortung wahrnehmen

In der Technikentwicklung hat sich das ZDF für offene Standards wie **HbbTV** stark gemacht, um technische oder wirtschaftliche Barrieren für die Teilhabe an neuen technischen Möglichkeiten aufzulösen.

Barrierefreie Zugänge zum Programm für Menschen mit Behinderung durch Untertitelte und per Gebärdensprache gedolmetschten Sendungen sind seit Oktober 2010 weiter ausgebaut worden. 2010 bot das ZDF 4918 **videotextuntertitelte Sendungen** mit 181.480 Minuten für hörgeschädigte Zuschauer. Sehgeschädigten Zuschauern wurde bei 94 **audiodeskribierten Sendungen** mit 4.805 Minuten die Teilnahme am Programm ermöglicht. 2011 stiegen die Zahlen leicht an: Hier waren es 5.199 videotextuntertitelte Sendungen mit 196.697 Minuten resp. 115 audiodeskribierte Sendungen mit 6.409 Minuten Sendezeit für Sehgeschädigte. 2012 und 2013 wird das ZDF diese Angebote weiter ausbauen.

Fragen des Jugendschutzes und der Medienethik hat das ZDF durch Spot-Kampagnen sowie Studien und Tagungen in die gesellschaftliche und politische Fachdiskussion getragen. Das seit 2003 realisierte Engagement in der Initiative „**Schau hin!**“ wurde mit der Ausstrahlung von 95 Spots allein in 2011 ausgeweitet. Die Diskussion über die aktuellen Problemstellungen des Jugendmedienschutzes in der digitalen Welt hat das ZDF zuletzt im November/Dezember 2011 zusammen mit der ARD, der Deutschen Bischofskonferenz sowie der Evangelischen Kirche Deutschlands im Rahmen einer großen **Fachtagung** fortgeführt. Eine große **repräsentative Studie** der ZDF-Medienforschung in Zusammenarbeit mit dem Hans Bredow Institut lieferte hierzu Material zu der Frage, wie Eltern zum Jugendmedienschutz stehen. Als ein Ergebnis der Diskussion wurde die besondere Bedeutung der Qualitätssicherung von Fernseh- und Online-Angeboten herausgestellt. Das

Verpflichtung	Beispiele
Offene technische Standards und Barrierefreiheit ermöglichen	HbbTV: <i>heute-journal plus</i> ; Videotext-Untertitel; Audiodeskription
Stärkung der Medienkompetenz	Jugendschutz-Initiative <i>Schau hin!</i> ; Fachtagungen; Untersuchungen
Soziales Engagement fortsetzen	Spenden-Galas <i>Carmen Nebel</i> (Dt. Krebshilfe), <i>Gut zu wissen!</i> (Dt. Welthungerhilfe), <i>Die schönsten Weihnachtshits</i> (Brot für die Welt/Misereor), <i>Ein Herz für Kinder</i>



ZDF hat diese im Berichtszeitraum durch interne Maßnahmen u.a. in seinen Programm-Datenbanken weiter verfeinert.

Zugunsten sozialer Zwecke haben Unterhaltungssendungen des ZDF seit Herbst 2010 rund 42,2 Mio. € an **Spenden** erbracht.