

## 7. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 12. Dezember 2025

### Zusammenfassung der Vorlagen

#### Stand und Entwicklung von funk

- Das Content-Netzwerk funk bindet seine Zielgruppe langfristig. Im neunten Jahr des Bestehens bleibt die Bekanntheit bei den 14- bis 29-Jährigen **konstant bei 89 %**. Drei Viertel der funk-Zielgruppe geben an, das Angebot auf Plattformen wie YouTube, TikTok, Instagram oder Spotify genutzt zu haben. Mindestens einmal pro Woche nutzen 38 % der 14- bis 29-Jährigen funk-Formate online.
- Die funk-Zielgruppe **verändert sich kontinuierlich**. Seit dem Start von funk 2016 sind rund 6,8 Mio. junge Menschen in sie hineingewachsen. Rund 9,5 Mio. haben sie im gleichen Zeitraum bereits wieder verlassen.
- Von den 65 Formaten wurden im Berichtszeitraum (01.01. bis 30.09.2025) insgesamt **19 Formate vom ZDF** verantwortet. Um bereits etablierte Formatmarken an ggf. jüngere Nutzergruppen heranzuführen, erweitert funk sein Angebot bestehender Formate auf Plattformen wie TikTok. Gleichzeitig werden hierzu geeignete Formatmarken, die sich auf TikTok etabliert haben, zu Langform-Videos auf YouTube erweitert.
- Um das Budget durch Plattformsynergien effizienter zu nutzen, müssen alle Formate ab 2026 **auf zwei unterschiedlichen Plattformen** distribuieren – also ihr Angebot ggf. breiter ausspielen als zuvor. Dadurch kann außerdem der Abhängigkeit von einer einzelnen Primärplattform entgegengewirkt werden.
- Das Content-Netzwerk hat weiterhin das Ziel, erfolgreiche, aber innerhalb der funk-Zielgruppe alternde **Formate ins ZDF zu überführen**. Seit September 2025 ist die Hauptredaktion Show maßgeblich an der Finanzierung des Unterhaltungsformats „Parshad“ beteiligt. Das Format „Der Fall“, das ursprünglich im ZDF verortet war, wurde an den SWR überführt.
- Mit über 52 Mio. Aufrufen auf YouTube ist das Informationsformat **„MrWissen2go“** das erfolgreichste Format aus der ZDF-Zulieferung und macht allein 32 % aller ZDF-funk-Sichtungen auf YouTube aus. Auf Platz 1 der ZDF-TikTok-Kanäle liegt das Unterhaltungsformat „Parshad“. Auf Instagram steht der funk-Dachmarken-Account an der Spitze, gefolgt vom Satireformat „smypathisch“.