ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

14.09.2020

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

in der 02. Sitzung
der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates
am 18. September 2020 in Mainz

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Sommer 2020 geht ohne Übertragung einer Fußball-EM zu Ende, ohne Olympische Spiele, ohne Paralympics. Anstatt von solchen Mega-Events und ihrer Logistik gefordert zu sein, sehen wir uns dieser Tage Programmstrecken mit hohem Wiederholungsanteil gegenüber. Die Corona-Pandemie hat uns mit dem Vorrat an frischem Programm und vor dem Lockdown fertiggestellten Produktionen haushalten gelehrt. Gleichzeitig tun wir als größter Einzelauftraggeber der deutschen TV-Produzent*innen, was wir können, um den Fortbestand der Kreativwirtschaft mit möglichst vielen Aufträgen sichern zu helfen. Das liegt in unserem eigenen Interesse.

Und doch sind unsere Inhalte auch jetzt gefragt, mehr als die jedes anderen Fernsehsenders in Deutschland. Marktanteile deutlich jenseits von 13 % in den Sommermonaten (vgl. die Seiten 11 bis 13 in diesem Bericht) sind wir ohne die genannten Sport-Events bislang kaum gewohnt. Und auch der Abstand zur linearen Konkurrenz ist immens. Das ist angesichts der Atomisierung des gesamten Bewegtbildmarktes schon erstaunlich. Denn die maßgeschneiderten, wenngleich kostenpflichtigen Digitalangebote für beinahe jeden Individualgeschmack nehmen weiter zu, und sie werden – wie übrigens auch die ZDFmediathek – gerade in der globalen Coronapandemie gefunden. Nach dem rasanten Markteintritt von Disney+ hat der Mega-Konzern gleich einen zweiten internationalen Streaming-Dienst angekündigt.

Der Zuspruch zu unserem Repertoire ist – neben der nach wie vor hohen Nachfrage nach unserem aktuellen Informationsangebot – ein ermutigendes Signal für unsere non-lineare Zukunft. Wir wollen und können uns nicht in allen Belangen mit den internationalen Streaming-Konzernen wie Netflix vergleichen – nicht bezüglich unseres umfassenden Profils zur Erfüllung unseres gesellschaftlichen Auftrags. Und schon gar nicht mit Blick auf die finanziellen Ressourcen. Dennoch braucht es ein dauerhaft verfügbares, wiederauffindbares Angebot an öffentlich-rechtlicher Fiction. Der ZDFmediathek mit deutschen und europäischen Serien und „Fernsehfilmen“, wie sie zu Recht noch eine ganze Weile lang heißen werden, zu noch mehr Reichweite zu verhelfen, ist für uns gerade in Zeiten der Pandemie eine der größten Herausforderungen.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

		Seite:
1.	**ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD**	**3**
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	4
1.3	Medientechnologie	6
1.4	ZDF-Finanzsituation	6
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**8**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	8
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	9
2.3	Hauptprogramm	13
2.3.1	Chefredaktion	13
2.3.2	Programmdirektion	15
2.4	ZDF-Digitalkanäle	17
2.4.1	ZDFneo	17
2.4.2	ZDFinfo	18
2.5	Partnerprogramme	19
2.5.1	ARTE	19
2.5.2	3sat	20
2.5.3	phoenix	21
2.5.4	KiKA	22
2.5.5	funk	23
2.6	Auszeichnungen/ Preise	24

Berichtszeitraum: 01.07.2020 – 08.09.2020

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Auswirkungen von Covid-19 auf die Auftragsproduktionen des ZDF

Covid-19 hat immer noch wesentliche Auswirkungen auf die Programmbeschaffung des ZDF, insbesondere im Bereich der Auftrags- und Koproduktionen. Als wesentliche Herausforderung hat sich dabei der Umgang mit einer möglichen zweiten Covid-19-Welle und damit verbundenen möglichen neuen Drehunterbrechungen herausgestellt. Solange Versicherungsunternehmen nicht bereit sind, Covid-19-bedingte Ausfallrisiken abzudecken, bestehen aufgrund mangelnden Versicherungsschutzes existenzbedrohende Risiken für die Produzentenlandschaft.

Das ZDF leistet zur Unterstützung der Produzent*innen in der Corona-Krise seinen Beitrag. Die Unterstützungsmaßnahmen wurden im vorangegangenen Tätigkeitsbericht dargestellt: Neben einer kontinuierlichen Neubeauftragung von Programmen trägt das ZDF seit Ausbruch der Pandemie 50 % der durch Covid-19-bedingte Drehunterbrechungen entstehenden Mehrkosten. Es wurde ein Fonds geschaffen, der die Liquidität von Produktionsunternehmen unterstützen soll. Mehrkosten, die durch die neuen Produktionsbedingungen, insbesondere Hygieneanforderungen entstehen, übernimmt der Sender zu 100 %.

Diese Maßnahmen belegen, dass das ZDF sich seiner Verantwortung als Auftraggeber von Auftragsproduktionen stellt. Gleichzeitig sind die finanziellen Möglichkeiten aber begrenzt, denn das ZDF vergibt jährlich ein Auftragsvolumen von über 600 Mio. €. Dies zeigt, dass Ausfallrisiken der selbstständigen Auftragsproduktionsunternehmen auf Dauer nicht im derzeitigen Umfang vom ZDF getragen werden können. Der Sender setzt sich daher für die Einrichtung eines maßgeblich von den Ländern finanzierten Ausfallfonds ein, der auch Fernsehproduktionen unterstützt. Der vom Bund eingerichtete Corona-Ausfallfonds deckt bisher nur Kino- und Highend-Serienproduktionen ab. Das ZDF ist dabei bereit, einen angemessenen Beitrag zu leisten.

Novelle des Filmfördergesetzes

Aufgrund der massiven Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf Kino und Kinofilm hat die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien entschieden, die anstehende Novellierung des Filmfördergesetzes (FFG) nur in kleinem Rahmen umzusetzen. Es sollen nur die unbedingt erforderlichen Anpassungen vorgenommen werden, um die Auswirkungen der Pandemie und den daraus resultierenden Anpassungsbedarf für das Kino und den Kinofilm sorgfältig analysieren zu können. Die im Referentenentwurf vorgesehenen Änderungen sind im Wesentlichen als sachgerecht zu erachten. Soweit jedoch vorgesehen ist, dass im Falle einer erneuten Kinoschließung aufgrund der Pandemie Sperrfristen flexibilisiert werden können, sollten von einer solchen Flexibilisierung nicht nur das Pay-TV und die – US-amerikanischen – Streaming-Plattformen profitieren können. Bei entsprechender finanzieller Kompensation sollten vielmehr auch den Free-TV-Anbietern die Möglichkeit einer vorzeitigen Auswertung eingeräumt werden.

Diskussion zur Umsetzung der europäischen Urheberrechts-richtlinien

Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz hat am 24.06.2020 einen zweiten Diskussionsentwurf zur Umsetzung der europäischen Urheberrechtsrichtlinien (die sog. DSM-RL und OnlineSatCab-RL) veröffentlicht. Es handelt sich dabei nicht um einen offiziellen Referentenentwurf, da er mit den anderen zu beteiligenden Ministerien nicht abgestimmt ist.

Für einen Teil der Regelung der DSM-RL (Leistungsschutzrecht für Verleger*innen, Verlegerbeteiligung, Text and Data Mining) gibt es bereits seit Januar einen Diskussionsentwurf. Der jetzige Entwurf setzt vor allem die übrigen Rechtsetzungsaufträge der DSM-RL und der OnlineSatCab-RL um. Dabei wird das Recht der Weitersendung von Rundfunkprogrammen technologieneutral und damit zukunftsfest ausgestaltet. Im Bereich der Online-Angebote von Sendeunternehmen werden vollfinanzierte Eigenproduktionen wie Nachrichtensendungen und Sendungen zum aktuellen Geschehen im Hinblick auf eine europaweite Empfangbarkeit privilegiert.

Kritisch sind die von der EU nicht vorgegebenen neuen Vorschläge zum Urhebervertragsrecht mit weiteren Verschärfungen und administrativ nicht zu bewältigenden jährlichen Auskunfts- und Rechenschaftspflichten für alle Urheber*innen und Mitwirkenden zu sehen. Das Urhebervertragsrecht wurde in Deutschland erst vor zwei Jahren nach schwierigen Diskussionen reformiert. Die vorgesehenen Regelungen würden vor allem den Verwaltungsaufwand und die Kosten erheblich erhöhen, ohne dass damit entsprechende Vorteile für Urheber*innen und Mitwirkende einhergingen. Im Gegenteil, Gelder, die in die Administration fließen, könnten nicht mehr für die Herstellung neuer Produktionen aufgewendet werden. Die Rechtsänderungen sollen aufgrund der Richtlinienvorgaben am 7. Juni 2021 in Kraft treten. Das ZDF hat sich gemeinsam mit der ARD u. a. mit einer gemeinsamen Stellungnahme in die Diskussion eingebracht (https://www.zdf.de/assets/positionen-berichte-108~original).

1.2 Medienbranche

Unternehmen kürzen in der Corona-Krise Werbeausgaben

Die Corona-Krise hat deutliche Auswirkungen auf alle Segmente des deutschen Werbemarktes. Laut Nielsen sind die Brutto-Einnahmen (vor Abzug von Rabatten, Skonti, etc.) auf dem deutschen Werbemarkt im ersten Halbjahr 2020 um -8,9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückgegangen. Vom Rückgang waren im ersten Halbjahr 2020 sämtliche Segmente des Marktes betroffen. Am stärksten war der Rückgang im Kino (-52,0 %), gefolgt vom Radio (-13,3 %), den Werbesendungen (-12,8 %) und den Printmedien (-10,4 %). Das Minus im TV-Werbemarkt betrug laut Nielsen im ersten Halbjahr 2020 -8,2 %. Den geringsten Verlust verzeichnete die Online-Werbung (-1,0 %). Die tatsächlichen Rückgänge im Werbegeschäft dürften nach Abzug von Rabatten, Skonti etc. deutlich über den von Nielsen ermittelten Werten liegen. RTL schätzt den Rückgang des deutschen Netto-TV-Werbemarktes im ersten Halbjahr 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf -20,0 bis -20,5 %.

Auswirkungen gibt es auch auf die Geschäftsentwicklung von Disney. Der Umsatz des Konzerns ist im zweiten Quartal 2020 um 42 % auf 11,8 Mrd. $ zurückgegangen. Während Disney im 2. Quartal 2019 noch einen Gewinn von 1,8 Mrd. $ erwirtschaftete, weist der Konzern im zweiten Quartal 2020 einen Verlust von 4,7 Mrd. $ aus. Verantwortlich für den Verlust sind vor allem die krisenbedingten Ausfälle in den klassischen Geschäftsfeldern Vergnügungsparks, Ferienressorts und Kreuzfahrten, in denen Disney in der Vergangenheit viel Geld verdient hat. Von der Krise profitiert hat Disney mit seinem Streaming-Dienst Disney+, der Ende 2019 startete. Laut Konzernchef Bob Chapek stieg die Zahl der Abonnements bis Anfang August weltweit auf rund 60 Mio. Nach Aussage von Disney liegt man damit weit über den prognostizierten Zahlen. In der Gewinnzone ist Disney+ allerdings noch nicht.

Disney kündigt Start eines weiteren internationalen Streaming-Dienstes an

Vor dem Hintergrund des Erfolgs von Disney+ hat der Konzern Anfang August den Start eines weiteren internationalen Streaming-Dienstes mit dem Namen „Star“ angekündigt, ohne Details wie einen Starttermin oder Preise für die Abonnements zu nennen. Über „Star“ sollen zukünftig die Inhalte angeboten werden, die nicht zum familienfreundlichen Image von Disney+ passen. Technisch plant der Konzern, den neuen Dienst auf der bereits vorhandenen Plattform von Disney+ aufzusetzen. Genauso wie für Disney+ sollen für „Star“ keine Inhalte von Dritten erworben werden. Disney setzt komplett auf eigene Inhalte, die das Unternehmen gezielt von anderen Diensten abzieht.

Zwischen April und Juni 2020 verbuchte Netflix über 10 Mio. neue Abonnements. Weltweit hatte das Unternehmen im Juni rund 193 Mio. Kund*innen. Für das dritte Quartal geht Netflix von einem langsameren Wachstum aus. Das Unternehmen hat sich hierfür 2,5 Mio. neue Abonnements vorgenommen. Der Umsatz von Netflix ist zwischen April und Juni um 25 % auf 6,2 Mrd. $ gestiegen. Der Gewinn verbesserte sich auf 720 Mio. $. Die Verschuldung des Konzerns beträgt mehr als 27 Mrd. $.

will 2021 neuen internationalen Streaming-Dienst starten

ViacomCBS hat für 2021 den Start eines internationalen Streaming-Dienstes angekündigt. Der US-Medienkonzern ist 2019 aus der Fusion von Viacom und CBS hervorgegangen und ist in den Bereichen TV, Film, Presse und Online aktiv. Zum Konzern gehören unter anderem die Paramount-Studios und die TV-Sender MTV, Nickelodeon und Comedy-Central. Starten soll der neue Streaming-Dienst in Australien, Lateinamerika und Skandinavien. In Deutschland und zahlreichen anderen Ländern hat der Konzern seine Inhalte bisher vor allem an Dritte vermarktet.

TV-Geschäft von ProSiebenSat.1 leidet unter der Corona-Krise, TV-fernes Digital-geschäft wächst

Der Umsatz von ProSiebenSat.1 ist zwischen April und Juni um 25 % auf 709 Mio. € zurückgegangen. Das bereinigte operative Geschäftsergebnis (EBITDA) sank parallel um fast 90 % auf 23 Mio. € ab. Die drei großen Geschäftsfelder des Konzerns haben sich in der Corona-Krise unterschiedlich entwickelt. Der Umsatz der SevenOne-Entertainment-Group, zu der das TV-Geschäft des Konzerns gehört, ging mit 34 % noch stärker als im Gesamtunternehmen zurück. Laut ProSiebenSat.1 ist die schlechte Geschäftsentwicklung nahezu ausschließlich auf den Rückgang bei den Werbeerlösen zurückzuführen. Auch im Geschäftsfeld Red-Arrow-Studios, in dem die TV-Produktionsaktivitäten des Konzerns gebündelt sind, ging der Umsatz mit 31 % noch stärker im Gesamtunternehmen zurück. Positiv entwickelte sich hingegen das Geschäft in der NuCom-Group, in der die TV-fernen Online-Portale des Konzerns zusammengefasst sind. In diesem Geschäftsfeld stieg der Umsatz um 5 %, vor allem aufgrund des Wachstums bei den Partnerbörsen und E-Commerce-Portalen.

Die RTL Group verzeichnete zuletzt einen Rückgang der Netto-TV-Werbeeinahmen von 40 %, gleichzeitig konnte die Zahl der Abonnements der RTL-Streaming-Dienste in den Niederlanden und Deutschland um 45 % auf 1,77 Mio. gesteigert werden. Da der Anstieg bei den Abonnements die Verluste bei der TV-Werbung nicht kompensieren konnte, ging der Umsatz der Mediengruppe RTL Deutschland im ersten Halbjahr um rund 17 % zurück. Das operative Geschäftsergebnis sank um fast 47 %, was die weiterhin hohe wirtschaftliche Bedeutung der Free-TV-Werbung für RTL unterstreicht.

Die im Vereinigten Königreich, Irland, Italien, Deutschland und anderen europäischen Ländern aktive Pay-TV-Gruppe Sky hat zwischen April und Juni 2020 einen deutlichen Umsatzrückgang erlitten. Der Umsatz reduzierte sich im Vergleich zum Vorquartal um 15,5 % auf 4 Mrd. €. Die Werbeeinnahmen gingen um 43 % zurück. Die Zahl der Abonnements reduzierte sich um 214.000 auf 23,72 Mio., die damit verbundenen Einnahmen um 9,4 %. Die Sky-Gruppe und ihr deutscher Ableger gehören seit 2018 zum US-Medienkonzern Comcast. Seit der Übernahme aus den USA werden keine Daten mehr zum Deutschlandgeschäft von Sky veröffentlicht.

Rückgänge bei Abos und Werbeumsätzen

1.3 Medientechnologie

Interaktive 3D-Stories für die ZDFheute-App

Seit im März 2020 die neu überarbeitete ZDFheute-App veröffentlicht wurde, können sich die Nutzer*innen damit 3D-Modelle interaktiv auf ihrem mobilen Gerät anschauen. Ziel der 3D-Stories ist es, nachrichtliche Information und Schauwert eines 3D-Modells interaktiv zu verknüpfen. Entwickelt wurde hierzu eine Art „Baukasten“ für die aktuelle Berichterstattung.

Damit erzählen die 3D-Stories anhand eines in Echtzeit berechneten 3D-Modelles Sachverhalte zu aktuell relevanten Themen. Die Nutzer*innen klicken im Verlauf einer 3D-Story mehrere Erzählschritte hintereinander durch, die Kamera nimmt neue Standpunkte innerhalb der Szenerie ein und erklärende Animationen werden am 3D-Modell ausgelöst. Dadurch können Details genauer betrachtet werden; das Tempo der einzelnen Erzählschritte bestimmen die Nutzer*innen selbst. Zudem lassen sich durch Bewegung der 3D-Szenerie weitere Infos entdecken, was den interaktiv unterhaltenden Effekt steigert.

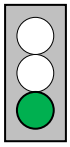
Gefertigt werden die 3D-Stories komplett intern. Dabei spielen auch synergetische Aspekte zwischen Online und On-Air-Präsentation eine Rolle: Die inhaltliche Zulieferung erfolgt durch die Grafikredaktion der Hauptredaktion Aktuelles. Idealerweise lässt sich ein erstelltes 3D-Modell sowohl innerhalb der Online-3D-Story als auch eines TV-Erklärraums im Nachrichtenstudio nutzen, beispielsweise für das „heute journal“.

1.4 ZDF-Finanzsituation

Haushaltsvollzug 2020

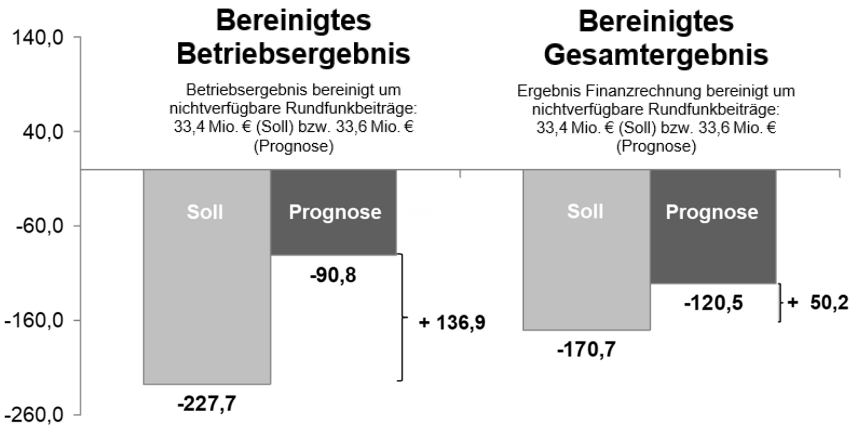
Das erste Halbjahr 2020 ist gekennzeichnet durch die Corona-Pandemie, die auch Auswirkungen auf das finanzielle Ergebnis des ZDF hat. Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.06.2020 werden folgende Ergebnisse prognostiziert:

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich derzeit ein Betriebsergebnis von ./. 57,2 Mio. € (Soll: ./. 194,3 Mio. €). Korrigiert um die nicht verfügbaren Beitragserträge in Höhe von 33,6 Mio. €, die der Sonderrücklage II zugeführt werden, ergibt sich ein bereinigtes Betriebsergebnis von ./. 90,8 Mio. €. Es ist damit um rd. 136,9 Mio. € besser als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./. 227,7 Mio. €.



In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, wird ein bereinigtes von ./. 120,5 Mio. € (Soll: ./. 170,7 Mio. €) prognostiziert, der um 50,2 Mio. € besser als das Soll ist. Die zur Deckung erforderliche Entnahme aus der Sonderrücklage I für Beitragsmehrerträge ist folglich um 50,2 Mio. € niedriger als geplant und die Sonderrücklage I beträgt damit Ende 2020 noch 159,7 Mio. €.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2020 und Prognose 31.12. 2020



Im Haushaltsvollzugsbericht per 30.04.2020 wurde von einer rein coronabedingten Ergebnisentlastung in Höhe von knapp 14,0 Mio. € ausgegangen. Aktuell wird dagegen eine coronabedingte Ergebnisbelastung in Höhe von 2,2 Mio. € prognostiziert. Hauptursache hierfür ist, dass die bisher nur nachrichtlich genannten Auswirkungen von Drehunterbrechungen und Drehstopps sowie arbeitsschutzbedingten Mehraufwendungen bei Produktionen für das Jahr 2020 in Höhe von derzeit 24,3 Mio. € als coronabedingte Mehraufwendungen berücksichtigt werden. Da diese Mehraufwendungen jedoch im Programm erwirtschaftet werden sollen, haben sie auf das prognostizierte Ergebnis des Haushaltsvollzugsberichts keine Auswirkung.

Die größten coronabedingten Veränderungen ergeben sich weiterhin neben einer Verringerung der Werbe- und Sponsoringerträge im Wesentlichen aus dem Saldo von Einsparungen beim Sendeaufwand und höherem Programmvermögen bei der Chefredaktion infolge der Verschiebung von Sportevents, insbesondere der Fußball-Europameisterschaft der Männer und der Olympischen Sommerspiele ins Folgejahr.

Größere Veränderungen gegenüber dem Haushaltsplan 2020

Bei den Erträgen aus dem Rundfunkbeitrag wird davon ausgegangen, dass der Ausfall durch die Beitragsfreistellung von Nebenwohnungen geringer sein wird als im Haushaltsplan berücksichtigt. Infolge der Corona-Pandemie, zu deren Auswirkung auf die Rundfunkbeiträge aktuell allerdings noch keine belastbaren Erkenntnisse vorliegen, ist damit zu rechnen, dass es im privaten Bereich zu zusätzlichen Befreiungen kommt. Auch im nicht-privaten Bereich würden Betriebsschließungen und Stellenstreichungen zu weniger Beiträgen sowie Zahlungsschwierigkeiten zu höheren Forderungsausfallquoten und damit zu geringeren Erträgen führen. Nach der derzeitigen Einschätzung gleichen sich die beiden gegenläufigen Effekte annähernd aus. Ertragseinbußen in Höhe von 42,0 Mio. € werden bei Werbung und Sponsoring infolge der Pandemie sowie dem Ausfall von Sportgroßereignissen 2020 prognostiziert.

Beim gesamten Personalaufwand ohne Altersversorgung wird von einer Unterschreitung des Haushaltsplanwerts um 3,9 Mio. € ausgegangen. Hierzu trägt insbesondere die im Haushaltsplan pauschal berücksichtigte Umschichtung von Freien Mitarbeiter*innen in feste Anstellungsverhältnisse bei, die erst später als geplant umgesetzt werden kann. Bis zum Stichtag 30.06.2020 konnten 148 Mitarbeiter*innen (146 Stellen) mit einem Volumen von rd. 5,8 Mio. € (ohne Versorgung) in Festanstellungen umgeschichtet werden, wobei Umschichtungen jeweils zu Beginn eines Quartals

erfolgen. Bei den Honoraraufwendungen, deren Planwerte entsprechend reduziert wurden, zeigt sich gegenläufig wegen der verzögerten Umschichtung eine Überschreitung. Bei der Altersversorgung ist die Zuführung zur Versorgungsrückstellung mit der aktuellen Hochrechnung des Versicherungsmathematikers berücksichtigt, die von einer Zuführung von 106,2 Mio. € ausgeht. Das sind rd. 3,2 Mio. € mehr als geplant, was vor allem auf die etwas höher als geplant ausgefallene Rentenanpassung 2020 zum Ausgleich der unterbliebenen Tariferhöhung 2019 zurückzuführen ist. Bei den Anderen Versorgungsleistungen (./. 3,5 Mio. €) zeigen sich u. a. Einsparungen bei den Rentenzahlungen.

Die Programmaufwendungen liegen um 156,7 Mio. € unter dem Soll. Hierin enthalten sind Einsparungen in Höhe von 124,0 Mio. € beim Sendeaufwand der Chefredaktion, die auf die coronabedingte Verschiebung der Sportgroßereignisse nach 2021 zurückzuführen sind. Dem stehen Veränderungen beim Programmvermögen in Höhe von rd. 73,2 Mio. € durch den Wegfall der Programmvorrats-Entnahmen für diese Sportgroßereignisse gegenüber, so dass sich per Saldo eine Ergebnisverbesserung von rd. 50,8 Mio. € ergibt.

Weitere Einsparungen zeigen sich bei der Programmverteilung (./. 7,0 Mio. €, insb. Kabelverbreitung sowie IP-Verbreitung wegen des Ausfalls der Sportevents), den Geschäftsaufwendungen (./. 3,2 Mio. €, u. a. geringere Reisekosten, diverse sonstige Einsparungen im Haushaltsvollzug, Mehraufwendungen im Zusammenhang mit der Auflösung der IRT) und den Anderen Aufwendungen (./. 19,9 Mio. €, u. a. niedrigere Abschreibungen und geringere Vorsteuerbelastung aufgrund Senkung der Steuersätze).

Im Finanzplan werden u. a. höhere Einnahmen im Zusammenhang mit der Zuführung zur Versorgungsrückstellung sowie niedrigere Abschreibungen prognostiziert. Auf der Ausgabenseite sind höhere Programminvestitionen insbesondere der Chefredaktion infolge der Verschiebung der Sportevents sowie eine geringere Zuführung zum Versorgungsstock zu verzeichnen.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

Bei der Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) vom Juli 2020 zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 71 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender (-1 PP gegenüber der gleichen Umfrage im April 2020). Damit bleibt die Einschätzung der Glaubwürdigkeit nach dem bislang höchsten Zustimmungswert im April 2020 auf weitgehend konstant hohem Niveau. Mit 28 % (+2 PP) haben ähnlich viele Befragte nur ein geringes oder gar kein Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF. Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen 20 Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 72 % im April 2020.

Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF, Top 2 Boxes: sehr groß/groß, Prozent

	Nov 2015	Jan 2016	Apr 2016	Jul 2016	Okt 2016	Jan 2017	Apr 2017	Jul 2017	Okt 2017	Jan 2018
Vertrauen sehr groß / groß	63	58	65	68	60	64	65	66	65	67
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	35	41	33	29	38	34	33	31	33	30
	Apr 2018	Aug 2018	Okt 2018	Jan 2019	Apr 2019	Aug 2019	Okt 2019	Jan 2020	Apr 2020	Jul 2020
Vertrauen sehr groß / groß	67	62	64	67	64	66	66	67	72	71
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	31	36	33	31	32	31	32	31	26	28

Frage: Wenn es um die Berichterstattung in öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern wie ARD und ZDF geht, ist dort Ihr Vertrauen, dass dort wahrheitsgemäß berichtet wird, sehr groß, groß, nicht so groß oder haben Sie gar kein Vertrauen?
November 2015 n = 1.262, Januar 2016 n = 1.380, April 2016 n = 1.380, Juli 2016 n = 1.271, Oktober 2016 n = 1.287, Januar 2017 n = 1.303, April 2017 n = 1.328, Juli 2017 n = 1.277, Oktober 2017 n = 1.325, Januar 2018 n = 1.332, April 2018 n = 1.285, August 2018 n = 1.294, Oktober 2018 n = 1.117, Januar 2019 n = 1.267, April 2019 n = 1.282, August 2019 n = 1.307, Oktober 2019 n = 1.226, Januar 2020 n=1282, April 2020 n=1323, Juli 2020 n=1226
FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Die Sommermonate stellen die Programmgestaltung des ZDF üblicherweise vor besondere Herausforderungen: einerseits macht der ressourcenschonende Umgang mit dem Programmvermögen – angesichts deutlich geringerer Zuschauerpotentiale – eine höhere Zahl von Wiederholungen unvermeidlich. Andererseits ist diese Zeit auch gut geeignet, besondere Programmvorhaben auffälliger zu platzieren und so im Wettbewerb mit den teils sehr aktiven kommerziellen Sendern eigene Akzente zu setzen. In diesem Jahr musste zudem die Aufgabe bewältigt werden, ein durch die Verschiebung der Sportgroßereignisse Fußball-EM bzw. Olympische/Paralympische Sommerspiele nach 2021 freigewordenes Programmvolumen von über 200 Stunden kurzfristig zu füllen.

Die Phase leichter Entspannung der Situation rund um die Corona-Pandemie im Frühsommer spiegelte sich im Programm durch eine deutliche Reduktion der „ZDF spezial“-Sendungen. Um aber nach wie vor die Gesamtlage mit Hintergrundberichten und Experteninterviews zu veranschaulichen, blieb es bei der im Frühjahr etablierten Verlängerung der Sendezeit der „heute“-Nachrichten um 17:00 und 19:00 Uhr sowie bis Ende Juli auch des „heute journals“. Letztere Maßnahme war auch bedingt durch die im Februar annoncierte Verlängerung der ARD-„Tagesthemen“ an Freitagen um 15 Minuten, die ungeachtet der ZDF-Intervention ab Anfang April umgesetzt wurde. Erste Analysen der Medienforschung zeigen, dass das „heute journal“ freitags auch weiterhin stärker eingeschaltet ist als die „Tagesthemen“. Beide Sendungen gewinnen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an Akzeptanz, was vermutlich auf das coronabedingte gesteigerte Informationsbedürfnis zurückzuführen ist. Die ARD gewinnt aber im Sendungsablauf auch durch die Verlängerung der „Tagesthemen“ Zuschauer*innen hinzu. Zwar verliert das „heute journal“ zeitgleich nicht an Akzeptanz – anders als beispielsweise RTL –, es ist aber nicht auszuschließen, dass die Sehbeteiligung unseres Formats ohne die Verlängerung der „Tagesthemen“ noch höher gelegen hätte. Wir werden diese neue journalistische Konkurrenzlage also weiterhin sehr kritisch betrachten. Das gilt auch für die Anfang September eingeführte fünfminütige Verlängerung der „Tagesthemen“ von Montag bis Donnerstag. Für belastbare Erkenntnisse ist es noch zu früh, aber bislang scheint die damit verbundene zusätzliche Regionalberichterstattung den Imageschaden einer öffentlich-rechtlichen Parallel-Programmierung nicht aufzuwiegen.

Juni 2020

Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

13,4%

Marktanteil

kum. Jahr 2020: 13,7% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,3

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
22,10	6,55	4,19	2,45
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,31	5,08	3,90	2,78

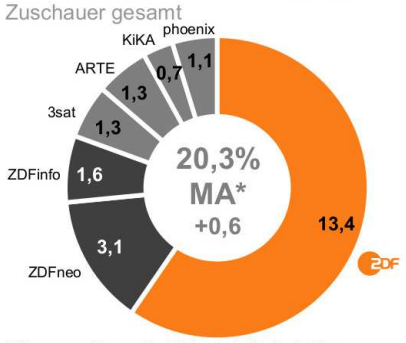
ZDFmediathek (zdf.de) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

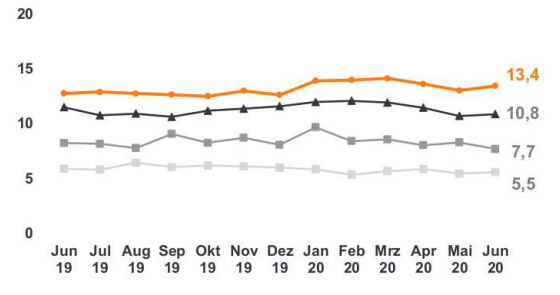


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 28 J.
phoenix: Ø 63 J.

Differenz zum Vormonat in PP; Durchschnittsalter in Jahren
*3sat/ARTE/KiKA/phoenix werden jeweils hälftig zum ZDF-Wert gerechnet

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

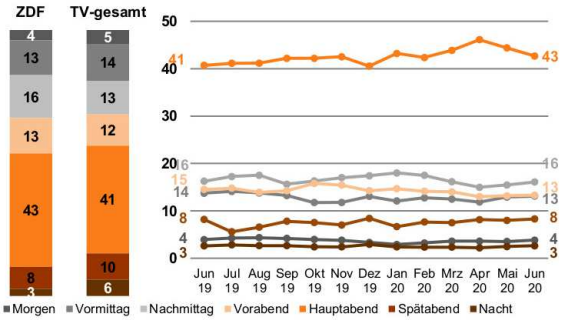
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	13,4	(+0,4)	RTL	10,4	(-0,3)
63	ARD	10,8	(+0,1)	PRO7	8,7	(-0,8)
53	RTL	7,7	(-0,6)	SAT.1	7,3	(-0,3)
52	SAT.1	5,5	(+0,1)	VOX	6,8	(-0,2)
51	VOX	4,7	(-0,2)	ARD	6,6	(+0,2)
51	Kabel 1	3,8	(+0,1)	ZDF	5,9	(-0,1)
43	PRO7	3,8	(-0,4)	Kabel 1	5,6	(+0,3)
60	ZDFneo	3,1	(+0,2)	RTL2	4,6	(-0,3)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
* Durchschnittsalter im Monat

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte	
						Mobil	CTV*
1	heute-show vom 12. Juni 2020	32:24	69	0,66	964.928	30	41
2	heute-show vom 5. Juni 2020	34:40	67	0,60	891.750	30	40
3	Mirage - Gefährliche Lügen (1/6)	47:37	34	0,37	1.087.298	9	80
4	Mirage - Gefährliche Lügen (2/6)	47:28	56	0,34	612.831	12	69
5	Mirage - Gefährliche Lügen (3/6)	50:59	55	0,27	498.844	12	70
6	Mirage - Gefährliche Lügen (4/6)	50:24	54	0,26	490.701	11	69
7	Herzkino: I. Lindström - Vier Frauen und…	88:17	49	0,26	526.502	29	41
8	Herzkino: Inga Lindström - Der Tag am See	88:15	48	0,24	492.583	27	45
9	Herzkino: Rosamunde Pilcher - Schutzengel	88:56	47	0,23	502.891	27	45
10	Mirage - Gefährliche Lügen (5/6)	48:46	64	0,23	357.122	13	68

Nutzung vom 01. bis 30.06.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie stärker als im Mai – auch bei 14-49-Jährigen (11,4 % MA / +0,2 PP dank der Digitalsender und arte).
- ZDF durch Gewinne bei ab 50-Jährigen besser als im Mai.
- Stärkste ZDF-Sendung: *Ein starkes Team – Tod einer Studentin* (06.06.: 6,37 Mio. / 20,8 % MA), insgesamt auf Platz 13 hinter 5x ARD-Krimi am Sonntag, 6x *Tagesschau* sowie 1x DFB-Pokal-Halbfinale in der ARD.
- ZDF-Onlineangebote bleiben trotz Verlusten auf hohem Niveau: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 4,04 Mio. Visits pro Tag (-11%) – ZDFfamilie: Ø 3,88 Mio. Sichtungen (-6%). Im Vergleich zu Juni 2019 steigern sich die Visits jedoch um +47% und die Sichtungen um +51%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.3; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Juli 2020

Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

13,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2020: 13,6% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,3

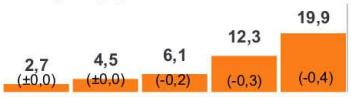
Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
20,98	6,32	4,02	2,22
3sat	ARTE	phoenix	KiKA
5,31	4,94	3,67	2,56

ZDFmediathek (zdf.de) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

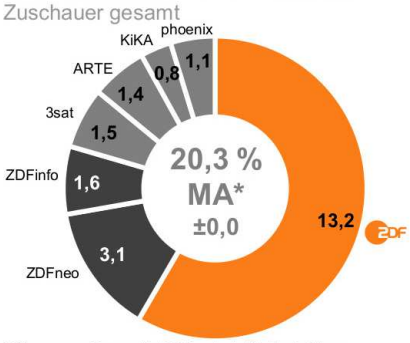
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

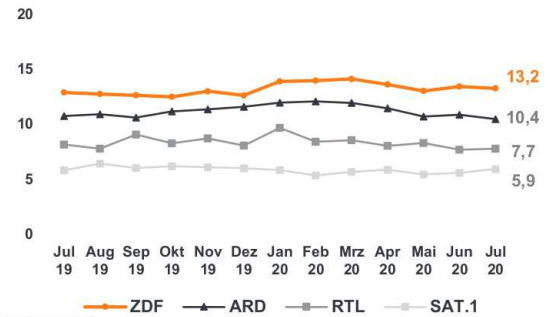


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 29 J.
phoenix: Ø 63 J.

Differenz zum Vormonat in PP; Durchschnittsalter in Jahren
*3sat/ARTE/KiKA/phoenix werden jeweils hälftig zum ZDF-Wert gerechnet

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

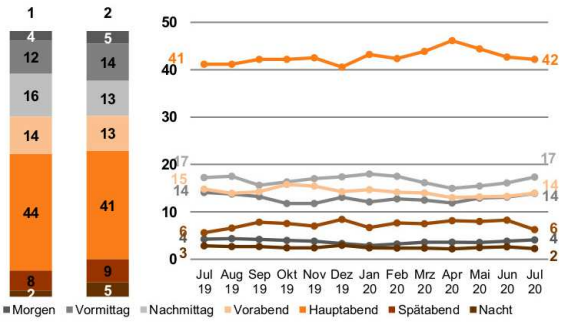
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	13,2	(-0,2)	RTL	10,8	(+0,4)
63	ARD	10,4	(-0,4)	PRO7	8,4	(-0,3)
53	RTL	7,7	(+0,1)	SAT.1	7,6	(+0,3)
53	SAT.1	5,9	(+0,3)	VOX	6,7	(-0,1)
51	VOX	4,5	(-0,2)	ARD	6,3	(-0,3)
53	Kabel 1	3,8	(±0,0)	ZDF	5,7	(-0,2)
44	PRO7	3,7	(-0,1)	Kabel 1	5,5	(-0,1)
60	ZDFneo	3,1	(±0,0)	RTL 2	4,9	(+0,3)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
* Durchschnittsalter im Monat

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte	
						Mobil	CTV*
1	Herzkino: I. Lindström - Kochbuch der Liebe	88:05	50	0,29	581.084	27	45
2	Sløborn: Ankunft	47:36	58	0,27	470.505	15	64
3	Sløborn: Wirt	47:36	66	0,23	353.237	13	63
4	Sløborn: Komplizen	47:36	64	0,22	343.823	13	63
5	Sløborn: Gegenwehr	48:36	63	0,21	337.051	13	64
6	Sløborn: Wahrscheinlichkeiten	47:36	63	0,21	334.536	13	63
7	Herzkino: R. Pilcher - Ein Doktor & drei Frauen	88:40	50	0,21	415.496	28	45
8	Lehrerin auf Entzug: Bildungsauftrag (1/6)	09:01	53	0,21	394.715	12	66
9	Herzkino: E. Richards - Sehnsucht nach Neuseeland	87:35	48	0,20	416.342	25	48
10	Sløborn: Landunter	47:36	64	0,20	309.928	13	64

Nutzung vom 01. bis 31.07.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF und ARD verlieren sowohl beim Gesamtpublikum als auch bei Jüngeren gegenüber Vormonat
- Stärkste ZDF-Sendung (Zuschauer gesamt): *Nord Nord Mord* (06.07.: 6,17 Mio. / 20,9 % MA), insgesamt auf Platz 5 hinter 2x ARD-*Tagesschau* und 1x ARD-*Tatort* und 1x *DFB-Pokal*.
- Stärkste ZDF-Sendung (14-49 Jahre): *Aktenzeichen XY... ungelöst* (01.07.: 1,01 Mio. / 13,6 % MA)
- ZDF-Onlineangebote erzielen trotz Verlusten eine gute Nutzung: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 3,63 Mio. Visits pro Tag (-10%) – ZDFfamilie: Ø 3,61 Mio. Sichtungen (-8%). Im Vergleich zu Juli 2019 steigern sich die Visits jedoch um +44% und die Sichtungen um +48%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.3; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

August 2020

Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

13,4%

Marktanteil

kum. Jahr 2020: 13,6% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,4

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
21,22	6,36	4,09	2,37
3sat	ARTE	phoenix	KiKA
5,05	4,82	3,99	2,75

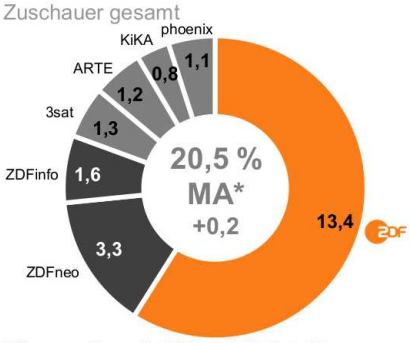
ZDFmediathek (zdf.de) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

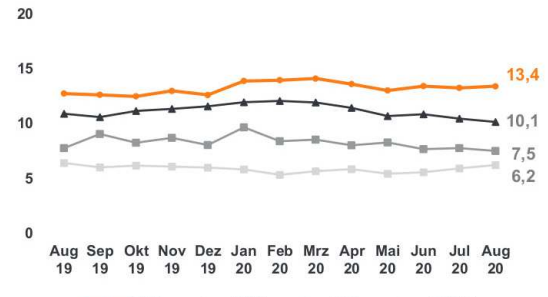


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 30 J.
phoenix: Ø 63 J.

Differenz zum Vormonat in PP; Durchschnittsalter in Jahren
*3sat/ARTE/KiKA/phoenix werden jeweils hälftig zum ZDF-Wert gerechnet

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

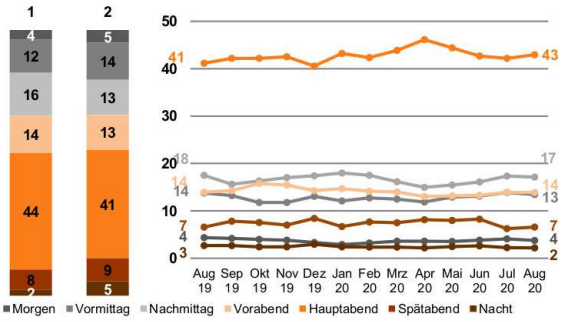
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	13,4	(+0,2)	RTL	10,0	(-0,8)
64	ARD	10,1	(-0,3)	PRO7	8,7	(+0,3)
53	RTL	7,5	(-0,2)	SAT.1	8,3	(+0,7)
53	SAT.1	6,2	(+0,3)	VOX	7,2	(+0,5)
52	VOX	4,7	(+0,2)	ZDF	6,3	(+0,6)
43	PRO7	3,8	(+0,1)	ARD	5,9	(-0,4)
52	Kabel 1	3,5	(-0,3)	Kabel 1	5,3	(-0,2)
60	ZDFneo	3,3	(+0,2)	RTL2	4,7	(-0,2)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
* Durchschnittsalter im Monat

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte	
						Mobil	CTV*
1	FdW (Sonstige): Nicht tot zu kriegen	94:03	47	0,30	636.652	19	56
2	Wild Bill: Boston, Lincolnshire	46:32	59	0,21	362.266	17	57
3	Unter anderen Umständen: Das Geheimnis der Schwestern	89:20	45	0,20	454.191	17	60
4	FdW (Sonstige): Ihr mich auch	88:10	52	0,20	379.287	23	50
5	Wild Bill: Piano Man	46:38	66	0,17	258.256	16	56
6	SOKO Leipzig: Kenny	43:58	71	0,17	233.412	23	50
7	Wild Bill: Alte und Einsame	46:39	67	0,16	245.976	16	57
8	Sløborn: Widerstand	48:36	59	0,16	280.055	14	62
9	Art of Crime: Der Da Vinci Code (1)	50:16	57	0,16	284.622	17	57
10	Sløborn: Ankunft	47:36	56	0,16	283.464	16	62

Nutzung vom 01. bis 31.08.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF steigert sich im August bei 14-49-Jährigen und liegt vor der ARD auf Platz fünf. Stärkster ZDF-MA bei Jüngeren seit März 2020 (6,5 % MA)
- Stärkste TV-Sendung insgesamt und bei 14-49: *FB UEFA CL Paris – Bayern München* im ZDF (23.08.: 12,81 Mio. / 39,6 % MA; 4,35 Mio. / 42,2 % MA).
- ZDF-Onlineangebote bleiben auf hohem Niveau: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 3,87 Mio. Visits pro Tag (+7%) – ZDFfamilie: Ø 3,67 Mio. Sichtungen (+2%). Im Vergleich zu August 2019 steigern sich die Visits und Sichtungen jeweils um +51%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.3; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

Deutscher EU-Ratsvorsitz

Am 01.07.2020 übernahm Deutschland den Vorsitz der EU-Ratspräsidentschaft. Neben der kontinuierlichen europapolitischen Berichterstattung hat „heute – in Europa“ aus diesem Anlass ab dem 29.06.2020 eine sechsteilige Serie über die Schwerpunkte der deutschen Agenda gesendet. Jedes Thema wurde mit einem Schaltgespräch zu einem*r hochrangigen Vertreter*in der im Europaparlament vertretenen deutschen Parteien vertieft. Darunter waren Gespräche mit Manfred Weber (29.06.2020: 2,35 Mio., 23,5 % MA), Katarina Barley (02.07.2020: 2,47 Mio., 24,0 % MA), Ska Keller (30.06.2020: 2,31 Mio., 22,2 % MA), Nicola Beer (01.07.2020: 2,39 Mio., 22,4 % MA) und Jörg Meuthen (03.07.2020: 2,47 Mio., 23,7 % MA). In der „ZDF-Morgenmagazin“-Sendung am 01.07.2020 wurden halbstündlich Live-Schalten zum Set am Pariser Platz vor dem Brandenburger Tor gesendet. In Beiträgen aus den Auslandstudios Wien und Brüssel wurde die Problematik der sogenannten „Sparsamen Vier“ und der Visegrád-Staaten analysiert.

Bundesaußenminister Heiko Maas wurde zu den Themen Wiederaufbaufonds, Handel mit China und Asylpolitik in Europa interviewt. Im Gespräch mit Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier ging es um den Wiederaufbaufonds, Digitalisierung, Handel mit China, CO_2-Grenzsteuer und Auswirkungen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft auf die deutsche Wirtschaft. Mit dem EVP-Fraktionsvorsitzenden Manfred Weber wurde über Einigkeit in Europa, Asylpolitik, Rechtsstaatlichkeit und den Green Deal gesprochen. Anschließend wurde ein Interview mit dem Autor Ferdinand von Schirach gesendet, der mit seinem Buch „Trotzdem“ zur europäischen Verfassung wochenlang auf den vorderen Plätzen der Spiegel-Bestsellerliste stand.

In der „heute“-Sendung um 19:00 Uhr am 01.07.2020 wurde über das Thema ebenfalls umfassend berichtet, mit grafischer Erklärung im Studio, einem Beitrag aus dem Hauptstadtstudio sowie einem analysierenden Schaltgespräch mit der Leiterin des Auslandsstudios Brüssel, Anne Gellinek. In der „heute journal“-Sendung des gleichen Tages wurde Bundesaußenminister Maas zu den Plänen der Bundesregierung interviewt. Am 03.07.2020 wurde EU-Kommissionspräsidentin von der Leyen im „heute journal“ interviewt. In der „heute“-Sendung um 19:00 Uhr vom 08.07.2020 wurde in einem Beitrag aus Brüssel über die Rede von Bundeskanzlerin Merkel berichtet, die vor dem Europaparlament die Ziele der sechsmonatigen Präsidentschaft im Rat der EU erläuterte.

Nach Abschluss des EU-Sondergipfels am 21.07.2020 wurde erneut EU-Kommissionspräsidentin von der Leyen in der „heute journal“-Sendung geschaltet. Im Anschluss kommentierte ZDF-Chefredakteur Peter Frey die Gipfel-Beschlüsse. ZDFheute richtete ein FAQ zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft ein (https://kurz.zdf.de/6Zyiu/). Seitdem sind alle Artikel, Videos und interaktive Online-Angebote zum Thema bei ZDFheute auf einer Themenseite gebündelt zu finden (https://kurz.zdf.de/eAR5/).

Der Formatidee folgend, zu größeren europäischen Anlässen Moderator*innen vor Ort zu schicken, möchte die Redaktion auch die deutsche EU-Ratspräsidentschaft mit einer kleinen „heute – in Europa“-

Serie weiter begleiten. Dafür bereist Andreas Klinner als On-Reporter vier Länder an den geografischen Rändern Europas und erforscht Haltungen zu Deutschland und Erwartungen an die deutsche Führungsrolle in der zweiten Jahreshälfte.

Sommer-Schwerpunkt

Am 22.07.2020 sendete das ZDF den ersten Teil von „Wachgeküsst – Urlaubsparadiese mitten in Deutschland“ (22:45 Uhr, 2,38 Mio., 14,3 % MA). Die Autor*innen gingen in der zweiteiligen Dokumentation auf die durch die Corona-Einschränkungen veränderte Urlaubs-Situation in Deutschland ein. Dabei nahmen sie nicht die üblichen deutschen Reiseziele wie die Nordsee oder Bayern in den Fokus, sondern zeigten Alternativen zu generell stark frequentierten Urlaubsorten in den Ländern auf. Städte, Flüsse, Seen und Landschaften wurden in den Filmen „wiederentdeckt“ – einstige Ferien-Paradise, als Reisen in die Ferne für viele unerschwinglich war. Die Filme zeigten auch, wie mühsam es für Hotelbesitzer*innen und Ferienhausvermieter*innen ist, mitten in der Corona-Krise einen neuen Ansturm zu bewältigen. Monatelang war die Reisebranche gelähmt. Hoteliers und Gastronom*innen haben sich zwar auf die Zeit nach den Lockerungen vorbereitet, stehen jedoch auch vor großen Herausforderungen, wie beispielsweise der Umsetzung strikter Hygienekonzepte.

Entwicklungsfeld

Am 07.09.2020 startete die neue Sendung „heute journal update“. Für das lineare Programmschema ergeben sich keine gravierenden Änderungen, denn die Sendung löst in gewisser Weise das Spätnachrichten-Magazin „heute+“ ab (montags bis freitags nach dem Spielfilm, der Talkleiste bzw. nach „aspekte“). Das späte Nachrichtenmagazin „heute+“ war 2015 gestartet, um das Konzept einer crossmedialen Ausspielung von Inhalten konsequenter umzusetzen. Neben der TV-Sendung wurden zusätzlich ein- bis zweimal die Woche Livestreams zu unterschiedlichen Themen im Netz gesendet. „heute+“ war wichtiger Impulsgeber bei Themensetzung und jungen Formatelementen, ihre Mission mit Beginn der Sommerferienzeit am 19.06.2020 erfüllt. Dennoch sollte mit der dann erfolgten Einstellung des Formats zweierlei sichergestellt bleiben: Zum einen sollte die erworbene crossmediale Kompetenz des „heute+“-Teams nicht verloren gehen. Zum anderen sollten die ZDF-Zuschauer*innen weiterhin zum Tagesabschluss nicht nur mit einer Kurznachrichtensendung, sondern mit einem einordnenden Nachrichtenmagazin versorgt werden.

Diesen Punkten trägt die weitergehende strukturelle Reform der aktuellen Berichterstattung Rechnung. Die Macher*innen der künftigen Spätnachrichtensendung tragen die Idee und erworbene Erfahrung in zwei Richtungen weiter:

- Eine Hälfte des Teams verstärkt die Redaktion „heute journal“, die künftig neben ihrer Hauptsendung um 21:45 Uhr eine zweite späte Sendung zum Tagesabschluss ausstrahlen wird: „heute journal update“. Hier verbindet sich die Seriosität und Qualität des Nachrichtenmagazins mit der netzaffineren Herangehensweise der bisherigen „heute+“-Sendung.
- Die andere Hälfte kümmert sich als Teil der „heute“-Redaktion um Live-Formate im Netz und stärkt damit das Profil von ZDFheute, u. a. und gerade in Breaking-News-Fällen.

Es ergibt sich damit eine klare Struktur und Aufstellung der ZDF-Nachrichten:

- für den TV-Tag zeichnet „heute“ mit verschiedenen Ausgaben zuständig;
- für den TV-Abend steht das „heute journal“ mit künftig zwei Ausgaben;
- für das Netz liefert ZDFheute rund um die Uhr zuverlässige Information.

30. Jahrestag der Wiedervereinigung

Am 03.10.2020 sendet der „Länderspiegel“ anlässlich von 30 Jahren Deutscher Einheit eine monothematische Sonderausgabe aus Mainz und Berlin. Im Anschluss ist die Dokumentation „Von wegen Bundesdorf – Boomtown Bonn“ geplant. Die alten Regierungsgebäude und Botschaften haben längst eine neue Bestimmung gefunden. Gerade bei jungen Familien und Student*innen ist Bonn sehr beliebt. Die Stadt hat seit Jahren eine der niedrigsten Arbeitslosenquoten und gilt als wirtschaftsstärkster Standort in Nordrhein-Westfalen. Der Film zeigt, wie Bonn früher aussah und was heute daraus geworden ist. Die „ZDFspezial“-Redaktion sendet ab 19:15 Uhr live aus Potsdam mit politischen Interviews, einem aktuellen Tagesbericht sowie bilanzierenden Einordnungen. Ab 19:30 Uhr wird die 45-minütige Dokumentation „Einland – was uns zusammenhält“ ausgestrahlt. Der Film ist ein Roadmovie zweier Landeskorrespondent*innen durch Deutschland. Dabei werden wichtige Stationen der 30-jährigen Geschichte des vereinten Deutschlands gezeigt, etappenweise gemeinsam mit prominenten Gästen, wie Udo Lindenberg, Matthias Platzeck, Jerôme Boateng oder Eva Padberg.

Die ZDFzeit-Dokumentation „Mensch Schäuble!“, Sendetermin am 22.09.2020 um 20:15 Uhr, nimmt besonders Wolfgang Schäubles Beitrag zur Einheit in den Blick. „ZDFzeit: Die große Ost-Bilanz – Gewinner und Verlierer der Einheit“, Sendetermin am 06.10.2020 um 20:15 Uhr, liefert anhand exklusiv für die Sendung erhobener Wirtschaftsdaten eine Ursachenanalyse der bestehenden Ungleichheiten zwischen Ost und West und geht der Frage nach, warum Ostdeutschland langfristig wohl schwerer unter den Folgen von Corona leiden dürfte.

2.3.2 Programmdirektion

Chor-Projekt „Unvergesslich“

Das ZDF möchte auch fremd wirkende oder belastende Themen so zugewandt und unterhaltsam erzählen, dass nicht nur Aufklärung geleistet werden kann, sondern auch Hemmungen und Vorurteile vermindert werden. In diesem Sinne startete im Januar 2020 das Projekt eines Chors für Menschen mit Demenz. Begleitet wurde es von einer wissenschaftlichen Studie, die ein Team des Bereichs Altersmedizin der Goethe-Universität Frankfurt am Main durchführte. Im Fokus der Studie stand die Frage: Kann gemeinschaftliches Singen die Lebensqualität und den Krankheitsverlauf von an Demenz erkrankten Menschen verbessern? Das Factual Entertainment-Format „Unvergesslich – Unser Chor für Menschen mit Demenz“ begleitete über drei Monate Teilnehmer*innen des Chores und ihre Angehörigen auf einer herausfordernden Reise. Schauspielerin Annette Frier war dabei selbst Teil des Chores, aber auch Beobachterin von Veränderungen bei den Teilnehmer*innen in deren Alltag. Die Verbindung von wissenschaftlichen Inhalten mit emotionalem Storytelling und die Empathie der Präsentatorin gegenüber den Teilnehmer*innen sorgten auch in den sozialen Netzwerken für emotionale Anteilnahme. Viele Interessens- und Sozialverbände machten auf das Projekt aufmerksam. Das Format lief als vierteilige Reihe wöchentlich ab dem 21.07.2020 um 22:15 Uhr (Folge 1) bzw. 22:45 Uhr (Folgen 2-4) im Hauptprogramm. Die Folgen erreichten im

Durchschnitt 1,49 Mio. Zuschauer*innen (8,7 % MA). In der ZDFmediathek konnten die vier Folgen bis einschließlich 03.08.2020 insgesamt 335.000 Sichtungen erzielen.

In drei Folgen begleitete die neue ‚Terra X'-Reihe „Abenteuer Freiheit" Familien bei ihren abenteuerlichen Reisen auf vier Rädern. In „Unterwegs auf der Seidenstraße" etwa brach ein Ehepaar mit zwei kleinen Kindern von Oberfranken aus mit einem selbstgebauten LKW auf, um in zwei Jahren und auf über 40.000 Kilometern die Seidenstraße zu erkunden. „Unterwegs am Polarkreis" begleitete zwei junge Leute aus Thüringen, die mit einem ausgebauten Jeep über den nördlichen Polarkreis bis ins tiefe Lappland reisten. Die Reihe schilderte somit diesmal die Abenteuer derjenigen, die sonst zu den ‚Terra X'-Zuschauer*innen gehören.

Hommage an Iris Berben

Zwei Tage vor Iris Berbens 70. Geburtstag präsentierte das ZDF den ‚Fernsehfilm der Woche' „Nicht tot zu kriegen". Iris Berben spielt hier mit großer Spielfreude und Selbstironie eine eigensinnige Film-Diva, die von einem Stalker bedroht wird. Um ihr Comeback als Sängerin zu retten, engagiert sie einen wortkargen Ex-Polizisten als Bodyguard (Murathan Muslu). Angeregt durch den Roman „Ein Schlag ins Gesicht" inszenierte Regisseurin und Drehbuchautorin Nina Grosse („Die Protokollantin") den Genremix als schillernde Hommage an Iris Berben.

‚Online first' für Serien

„Lehrerin auf Entzug" nahm sich als ZDFneoriginal-Webcomedy eines Themas an, das Millionen Familien in den vergangenen Monaten beschäftigt hat: Homeschooling. Das Format erreichte innerhalb der ersten zehn Tage ab Online-Stellung im Schnitt 0,07 Mio. Zuschauer*innen pro Folge (93.000 Sichtungen). Folge 1 erhielt mit 0,13 Mio. Zuschauern (234.000 Sichtungen) den größten Zuspruch. Nicht nur Familien – auch Lehrer*innen wurden von jetzt auf gleich nach Hause geschickt, um von dort die Kinder zu unterrichten. Ohne zu wissen, wie das überhaupt funktionieren soll. Gemeinsam mit der Produktionsfirma MadeFor wurde kurzfristig die Serie um Christine Eixenberger als Online-First-Format entwickelt. Christine Eixenberger ist dem ‚Herzkino'-Publikum als Hauptdarstellerin der Reihe „Marie fängt Feuer" bekannt, die studierte Grundschullehrerin tritt aber auch mit einem eigenen Kabarettprogramm in der Rolle einer Pädagogin auf. Mit ihrem Bühnenautor Tobias Oeller sind in kürzester Zeit die Bücher der sechsteiligen Serie entstanden, die von Regisseur Sinan Akkus mit kleinstem Team unter den aktuellen Hygieneschutzbedingungen in fünf Drehtagen umgesetzt wurden. Das Format mit ca. achtminütigen Folgen hat gezeigt, dass in der ZDFmediathek auch kurze Formate ihr Publikum finden und eine Ergänzung zu den üblichen Formatierungen darstellen können.

Familien-Quiz, neu gedacht

In der Wissens- und Familienshow „Einfach super!" dreht sich alles um Superlative und Rekorde. Auf zwei Kanälen und programmplanerisch aufeinander abgestimmt wurden im Berichtszeitraum drei Sendungen gezeigt. So liefen im August zunächst zwei 45-minütige Ausgaben zur Hauptsendezeit bei KiKA. Das Format mündete schließlich am 02.09.2020 in einer zweistündigen Abendshow im ZDF (20:15 Uhr, 2,82 Mio., 10,2 % MA). In der Neuauflage der Spielshow „1fach Super" aus dem Jahr 2003 treten Kinder mit außergewöhnlichen Talenten gegeneinander an und spielen um die Erfüllung ihres Herzenswunsches. Die Familienshow moderiert Elton, der bei Kindern und Erwachsenen gleichermaßen beliebt ist. Die Show entstand in Zusammenarbeit der beiden ZDF-Hauptredaktionen Show sowie Kinder und Jugend.

Musikalische Grenzen lösen sich auf

„Klassik im Club“ beschritt neue musikalische Wege im ZDF. Die Idee: junge Klassikstars teilen sich mit einem DJ die Bühne. Dabei treffen unterschiedliche musikalische Genres aufeinander – Klassik, Neoklassik, Folk und Techno. Es treten Künstler*innen auf, die neugierig sind auf das, was die anderen tun, verbunden durch das gemeinsame Ziel, neben ihrem gewohnten Repertoire auch etwas musikalisch Neues zu schaffen. Wie zum Beispiel DJ-Veteran Westbam und die Geigerin Eldbjørg Hemsing mit ihrer eigenen Version von Johann Sebastian Bachs „Air“. Die passende Location für „Klassik im Club“ mit seinen überraschenden Sounds und Arrangements ist das Berliner „Theater im Delphi“, ein ehemaliges Stummfilmkino aus den 1920er Jahren, das schon als Set für TV- und Filmproduktionen diente. Gastgeber der Sendung ist „aspekte“-Moderator Jo Schück, der die Künstler*innen den Zuschauer*innen in Gesprächen näherbringt. Das TV-Format wurde begleitet und erweitert durch zahlreiche Aktivitäten in der ZDFmediathek und in den Social-Media-Kanälen von ZDFkultur, darunter zusätzliche Videos vom Clubkonzert, Zitatkarten und unterschiedliche Clips von und mit den Künstler*innen auf Facebook sowie Instagram.

Entwicklungsfeld: Jan Böhmermann im Hauptprogramm

Am 06.11.2020 startet das neue Format von Jan Böhmermann im ZDF-Hauptprogramm. Nach sechs Jahren bei ZDFneo geht der Satiriker nun mit dem „ZDF Magazin Royale“ wöchentlich im Hauptprogramm auf Sendung, jeweils freitags um 23:00 Uhr im Anschluss an die „heute-show“. In Abgrenzung und Ergänzung zur Nachrichtensatire widmet sich Jan Böhmermann in seinem Format nicht dem Rückblick auf die politische Woche, sondern setzt eigene Schwerpunkte, zum Teil mit investigativen Recherchen in enger Zusammenarbeit mit den journalistischen Redaktionen des Hauses. Dabei werden die Themen mit Mitteln der satirischen Auseinandersetzung – Witz, Musik, Talk und Aktion – zugespitzt, um gesellschaftliche Debatten anzuregen und an ihnen teilzunehmen. Ebenso wie beim Vorgänger „NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann“ wird der Gastgeber vom Rundfunk-Tanzorchester Ehrenfeld in der Sendung begleitet. Im Gegensatz zu anderen Late-Night-Formaten ist das Orchester ein inhaltlich begründeter Bestandteil des Formats, um die satirische Auseinandersetzung mit den Mitteln der Musik zu führen. Das „ZDF Magazin Royale“ soll auch thematisch dezidiert junge Zielgruppen ansprechen. Um dieses strategische Ziel zu erreichen, wird die lineare Ausgabe um ein geeignetes Online-Angebot ergänzt, das die Themen und Debatten auf den non-linearen Plattformen fortführt.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

Kindergärten, Schulen und Spielplätze waren lange Zeit geschlossen, Verabredungen mit Kita- und Schulfreund*innen nicht möglich und Familien auf sich allein gestellt. Was löste die neue Situation bei Kindern unterschiedlichen Alters aus? Konnten Eltern, Lehrer*innen und Therapeut*innen dazu beitragen, mögliche Defizite auszugleichen? Haben die besonderen Umstände dazu geführt, dass Frauen in ein altes Rollenbild zurückgefallen sind? Moderatorin Collien Ulmen-Fernandes befragte am 18.07.2020 im Social Factual „Familien allein zu Haus 2 – Was bleibt?“ eine alleinerziehende Mutter, eine Schausteller-Familie und eine Krankenschwester im Schichtdienst, die ihr Familienleben während der Hochphase der Pandemie mit eigenen Videoaufnahmen dokumentiert haben. Außerdem sprach sie per Videochat mit der Soziologin Prof. Jutta Allmendinger, mit Margot Käßmann, der ehemaligen Bischöfin von Hannover, sowie mit einem

Kinderarzt und einem Psychologen. Sie berichteten von ihren Erfahrungen und Beobachtungen in der Gesellschaft in Zeiten von Corona.

„Sløborn“

Prophetisches Potential zeigte sich in der Dramaserie „Sløborn“ (23./24.07.2020, Ø 0,59 Mio., 2,6 % MA; in den ersten sieben Tagen durchschnittlich 295.000 Sichtungen pro Folge in der ZDFmediathek), die im Herbst 2019 – vor der Corona-Pandemie – entstand und Ereignisse vorwegzunehmen schien. Die Bewohner*innen der Nordseeinsel „Sløborn“ sind plötzlich einem tödlichen Virus ausgesetzt. So etwa Schülerin Evelin (Emily Kusche), die von ihrem Lehrer schwanger ist und das Trennungsdrama ihrer Eltern (Wotan Wilke Möhring, Annika Kuhl) erlebt. Doch statt sich um ihre Probleme kümmern zu können, muss sie drei jüngere Brüder beaufsichtigen und mit ihrer dauerhaften Übelkeit zurechtkommen. Mitschüler Herm (Adrian Grünewald), der sich mit seinem Schicksal als Mobbing-Opfer schon abgefunden hatte, erhält durch die neue Situation zum ersten Mal Macht über seinen ärgsten Feind. Und für einen kokainsüchtigen Bestseller-Autor (Alexander Scheer) wird das Virus zur unerwarteten Rettung. Zur Einordnung zeigte ZDFneo an beiden Erstsendetagen im Anschluss „Inside Sløborn“, in dem die Macher*innen beschreiben, wie sie die Parallelen der realen Corona-Pandemie zum fiktiven Virus in ihrer Serie erlebt haben.

„Die Höhle der Lügen“

Zwei Teams, zwei Challenges, eine Jury – gemeinsam mit Moderatorin Laura Karasek begeben sich die Kandidat*innen und Jurymitglieder in „Die Höhle der Lügen“ (Folge 1: 03.09.2020, 0,11 Mio., 0,6 % MA). Jedes Team stellt sich dabei einer Herausforderung, wie 48 Stunden zusammengekettet sein, 15 Meter über glühende Kohlen gehen oder ein Auto mit Fett betanken und damit nach Belgien fahren. Einspielfilme scheinen die Bewältigung der Aufgaben zu belegen. Doch erst im Studio stellt sich nach und nach heraus, ob die Teams ihre Challenge gemeistert haben, oder ob sie die Jury lediglich geschickt davon überzeugen konnten.

Entwicklungsfeld

Um das Angebot junger Fiction („ZDFneoriginal“) in der ZDF-Familie zu erweitern, entwickelt ZDFneo derzeit Stoffe aus den Genres Drama, Krimi und Sitcom, und identifiziert Koproduktionsprojekte im europäischen Markt. So wird nach der belgisch-deutschen Dramaserie „Missing Lisa“ im Oktober 2020 die auftragsproduzierte Dramaserie „Breaking Even“ mit Justus von Dohnányi und den weiblichen Nachwuchs-Talenten Lorna Ishema, Sinje Islinger und Laura Berlin starten.

Ausblick

Für die Bereiche Show und Factual erarbeitet ZDFneo neue Sendungskonzepte mit jungen Moderationstalenten. Ziel ist es, aus den Formatideen Staffeln neuer Show-Formate zu beauftragen. Im Herbst 2020 startet „Late Night Alter“ mit Ariane Alter, die junge Zuschauer*innen bereits aus dem Netzwerk funk kennen. Die Show beschäftigt sich mit Themen, die für 25- bis 39-Jährige relevant sind. Ernstes wird mit Studiogästen auch spielerisch verpackt.

2.4.2 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum blickte ZDFinfo im Vorfeld der US-Präsidentenwahl im November 2020 auf amerikanische Interessengruppen und Lobbyist*innen und hinterfragte ihren Einfluss auf den aktuellen Wahlkampf. Die Auftragsproduktion „Macht und Machenschaft USA – Gekaufte Politik“ ging der Frage nach, woher die gigantischen Summen im US-Wahlkampf stammen, und welche Ziele die Spender*innen verfolgen. Gemeinsam mit der Auftragsproduktion

„Election Game – Amerikas Wahlsystem in der Krise“, die auf die Schwächen des US-Politiksystems eingeht, werden die Produktionen in einer mehrstündigen Doku-Strecke zur US-Wahl eingebettet. Beide Dokumentationen werden auch im ZDF-Hauptprogramm gezeigt.

Einen Akzent in den Sommermonaten setzte ZDFinfo mit den ersten fünf Teilen der Reihe „Mythos – Die größten Rätsel der Geschichte“ über heroische Sagengestalten und fantastische Wesen. Die Auftragsproduktion versucht, diese Legenden wissenschaftlich und mit moderner Technik einzuordnen und zu erklären. Die insgesamt zehnteilige Reihe startete mit der Folge „Die Suche nach Attilas Grab“ und „Der Schatz der Nibelungen“.

Einen weiteren Schwerpunkt bildete die vierteilige Reihe „Lost Places – Geheime Welten“, die die Anziehungskraft und Ästhetik verlassener und verwitterter Orte untersuchte. Zahlreiche Bildbände, Blogs und YouTube-Kanäle zeugen von dieser Faszination. Zum Auftakt zeigte ZDFinfo die Folge „American Dream“ über drei verlassene Schauplätze des amerikanischen Traumes.

Mit fast 500.000 Sichtungen gehörte der Lizenzkauf der Dokumentation „Fahrenheit 11/9 von Michael Moore“ (Ø 0,24 Mio., 2,1 % MA) zur Spitze der non-linearen Angebote von ZDFinfo im Berichtszeitraum. Weitere Highlights von ZDFinfo trugen zum Erfolg der ZDFmediathek bei. Die positive Resonanz fließt direkt in die Weiterentwicklung der Digital-Strategie von ZDFinfo ein.

Zum Jahrestag der Deutschen Einheit wird ZDFinfo einen besonderen Schwerpunkt setzen. Dazu zählen unter anderem die Auftragsproduktionen „Deutschland ‘90 – Countdown zur Einheit“ und „Tatort Einheit“ über Verbrechen im Zuge der politischen Wende 1990.

2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Der fünfwöchige Sommerschwerpunkt auf ARTE stand in diesem Jahr unter dem Motto „Summer of Dreams“. Zum Auftakt zeigte ARTE die ZDF-Einbringung „Pop Utopia“ und damit die zweiteilige Referenzdokumentation des Sommers, die die großen gesellschaftlichen Träume, Utopien und Umwälzungen des 20. Jahrhunderts durch den Spiegel der Popkultur reflektierte. Darüber hinaus brachte das ZDF die Dokumentationen „Patrick Swayze - Hollywoods Traumtänzer“ (14.08.2020) und „Coldplay - A Head Full of Dreams“ (21.08.2020), das Konzert „Coldplay 2012 Live – Highlights der Mylo Xyloto-Tour“ (21.08.2020) sowie mehrere Spielfilme und weitere Dokumentationen ein.

„Patrick Swayze“

Mit „Salzburg für Jedermann“ feierte ARTE 100 Jahre Salzburger Festspiele und machte das einzige im Jahr 2020 stattfindende große Klassik-Event dem ARTE-Publikum überall in Europa zugänglich: An jedem Abend im August präsentierte Tobias Moretti um 20:30 Uhr einen Konzert-Stream von den Festspielen auf ARTE Concert. Darüber hinaus wurden im TV Mozarts Oper „Così fan tutte“ live übertragen sowie Konzerte („Igor Levit spielt Beethoven“, „West-Eastern Divan Orchestra – Daniel Barenboim“, „Wiener Philharmoniker – Andris Nelsons“) ausgestrahlt. Abgerundet wurde das Angebot mit der Dokumentation „Sternstunden der Musik – Der Rosenkavalier mit Karajan in Salzburg 1960“.

„Elektra“

Am 02.08.2020 endete nach 62 Folgen die Online-Konzertreihe „Hope@Home“ mit Geiger Daniel Hope. Das Projekt, das in der ZDF/ARTE-Koordination entwickelt wurde, erreichte in insgesamt fünf Staffeln rund 3,3 Mio. Abrufe auf ARTE Concert, den Social Media-Kanälen von ARTE sowie ZDFkultur. Gäste des Formates, das als Hauskonzert in Hopes Berliner Wohnzimmer startete und mit fortschreitender Öffnung zu Konzerten in ganz Deutschland vor kleinem Publikum weiterentwickelt wurde, waren u. a. Sir Simon Rattle, Katharina Thalbach, das Zürcher Kammerorchester und Tim Bendzko.

20 Jahre nach dem Absturz einer französischen Concorde bei Paris am 25.07.2000 erzählte die ZDF/ARTE-Dokumentation „Die Concorde – Absturz einer Legende“ die Geschichte des einzigen Überschall-Passagierflugzeugs der Welt. Mit rund 1,6 Mio. Abrufen (Stand: 07.08.2020) auf YouTube in Deutschland und Frankreich war der Film v. a. online nachgefragt.

Ende August berichtete die dreiteilige dokumentarische Reihe „Der Bruderkrieg – Deutsche und Franzosen 1870/71“ aus subjektiven Perspektiven von sieben Monaten Krieg. Sie formte mit Tagebuch-Eintragungen von Kriegsberichterstattern, historischen Fotografien, Aufnahmen der Originalschauplätze, Interviews, Karten und Erzählerstimmen ein Panorama des Krieges.

Ausblick

Bereits im Mai startete mit „Es wird Zeit“ eine internationale Medienkampagne von ARTE, an der weitere Fernsehsender, Pressepartner und NGOs aus aller Welt beteiligt sind. Ziel ist es, Menschen im Alter von 16 bis 34 Jahren in einer Langzeitstudie von Mai bis November 2020 zu gesellschaftspolitischen Themen zu Wort kommen zu lassen. Grundlage bildet eine Befragung mit ca. 130 Fragen in acht Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Japanisch, Thailändisch, Vietnamesisch, Chinesisch), die von einem internationalen Team von Soziolog*innen und Statistiker*innen entworfen wurde und an der sich bereits rund 350.000 Menschen weltweit beteiligt haben. Begleitet von Online-Aktivitäten und einem umfangreichen Digitalangebot wird die Kampagne im November mit einer Reihe von speziell produzierten Sendungen ihren Höhepunkt finden, u. a. mit der ZDF-Dokumentation „Es wird Zeit – How Dare You“.

Rund um die Frankfurter Buchmesse plant ARTE aktuell Aktivitäten sowohl vor Ort wie im TV und online. „Es wird Zeit“ soll mit Panels zu den zentralen Themen der Medienkampagne ebenfalls auf der Buchmesse ihren Platz finden. Trotz der physischen Absage des diesjährigen Gastlandes hält ARTE an einem Programmschwerpunkt zu Kanada im Umfeld der Buchmesse fest, u. a. mit der vierteiligen Dokumentationsreihe „Kanada – Literatur im Aufbruch!“, in der junge kanadische Schriftsteller*innen und ihre Werke im Mittelpunkt stehen.

Ein dokumentarisches Highlight des Herbstes ist die zehnteile Serie „Bautzen“, die im Wahljahr 2019 die Bürger*innen dieser Stadt in der Oberlausitz für fast ein halbes Jahr begleitet hat und unkommentiert die Verwerfungen in dieser Stadtgesellschaft zeigt, die als Beispiel für viele vergleichbare Gemeinden in Europa steht.

2.5.2 3sat

Einblicke in die Situation in berühmten Festspiel- und Festivalstädten in Deutschland, Österreich und der Schweiz während der Corona-Pandemie, darunter Bayreuth, Salzburg und Montreux, boten die Kultur-Dokumentationen „Festspielstädte und die Krise – Bayreuth und

Salzburg in Corona-Zeiten“ und „Kaminer Inside: Kultursommer mit Hindernissen“.

„Heimat ist ein Raum aus Zeit“

Eine deutsche Familiengeschichte zwischen Berlin und Wien vom Ersten Weltkrieg bis zur Wiedervereinigung erzählte der Dokumentarfilmer Thomas Heise. „Heimat ist ein Raum aus Zeit“ (05.09.2020), angelegt als Collage aus Briefen, Tagebüchern, Bild- und Tondokumenten, folgte den Spuren einer zerrissenen Familie, die seit dem Ersten Weltkrieg vom politischen Kampf für den Sozialismus geprägt war und davon, dass der jüdische Wiener Familienzweig in KZs deportiert und ermordet wurde. Seit der Premiere auf der Berlinale 2019 wurde der Film auf zahlreichen nationalen und internationalen Festivals gezeigt und mit Preisen ausgezeichnet.

Am 09.09.2020 widmete sich das „3sat Thema“ im Jubiläumsjahr der deutschen Einheit der Frage, „Was uns verbindet“. Empirische Studien zeigen immer wieder, dass die Unterschiede in Deutschland zwischen Ost und West weiter fortbestehen. Die Dokumentation „Wir 80 Millionen“ ging einen anderen Weg und suchte den gemeinsamen Nenner, auf den sich Ostdeutsche, Westdeutsche und Menschen mit Migrationshintergrund einigen können. Die Dokumentation wertete dazu die aktuellen Zahlen einer Studie der Bertelsmann Stiftung aus. Im anschließenden Talk warfen die Teilnehmer*innen aus Österreich und der Schweiz den Blick aus den 3sat-Ländern auf das wiedervereinigte Deutschland. Außerdem wurden die Fragen nach Identitätspolitik, Leitkultur und dem Entstehen eines Nationalgefühls in den drei Ländern aus 3sat-Perspektive beleuchtet. Mit diesem Programmakzent trug 3sat seiner Gründungsidee, dem sog. „Drei-Länder-Gedanken“ weiter Rechnung.

Ausblick

Helmut Newton war ein Großmeister der Fotografie, und dabei vieles zugleich: Voyeur, Geschichtenerzähler, Ästhet, Paparazzi, Revolutionär und vor allem: ein Verehrer der Frauen. Anlässlich seines 100. Geburtstags am 31.10.2020 erzählt der Dokumentarfilm „Helmut Newton – The bad and the beautiful“ nicht nur die berührende Lebensgeschichte des jüdischen Fotografen, sondern wirft dabei auch einen besonderen Blick auf sein Oeuvre: seine Inszenierung weiblicher Körper. Der Film lässt neben Helmut Newton selbst ausschließlich Frauen zu Wort kommen – Wegbegleiterinnen aus Film und Mode, wie Claudia Schiffer, Grace Jones, Catherine Deneuve und seine Ehefrau June Newton, aber auch distanzierte Stimmen von Susan Sontag und Germaine Greer. Dieser Ansatz ist auch deshalb so interessant, weil die Kulturwelt gegenwärtig eine Zeitenwende erlebt. Es geht nicht nur um moralisch strikt zu verurteilende und teilweise strafbare Übergriffe, sondern auch um das Forschen nach Ursachen: Der Blick der Kunst, von Malern, Fotografen und Filmemachern auf den weiblichen Körper steht auf dem Prüfstand.

2.5.3 phoenix

Siehe Fernsehratsvorlage FR 9/20.

2.5.4 KiKA

Der jährliche KiKA-Themenschwerpunkt beschäftigt sich seit dem 07.09.2020 unter „Respekt für meine Rechte! Gesund leben!“ mit dem Thema Gesundheit, das in der Zeit einer Pandemie besondere Relevanz erfährt. Das ZDF steuert exklusiv produzierte Formate bei. Den Schwerpunkt eröffnete die achtteilige Factual-Entertainment-Reihe „Küchenschlacht – Der Generationen-Contest“. Das Format bot ein Kochduell der Generationen, das Informationen zum Thema gesundes Essen früher, heute und in der Zukunft bereithielt. ZDF-Formate wie die Quizshow „1, 2 oder 3“, das Wissensmagazin „PUR+“ sowie die Doku-Reihe „stark!“ und „Die Sportmacher“ beteiligen sich am Themenschwerpunkt.

Die Sondersendung „Berlin und wir! Spezial“ berichtete am 06.09.2020 über Jugendliche aus den drei bisherigen Staffeln „Berlin und wir!“, die in den Jahren 2016, 2018 und 2019 erstausgestrahlt wurden. Anlass für diese Neuauflage war der fünfte Jahrestag des „Wir schaffen das“-Versprechens von Bundeskanzlerin Angela Merkel in der Flüchtlingskrise 2015. In der Sondersendung trafen zwei Berliner*innen und fünf geflüchtete Jugendliche aus den drei Staffeln aufeinander. Bei Aktivitäten wie Kanu-Fahren und Parcourstraining berichteten sie, was sich zwischenzeitlich in ihrem Leben verändert hat, und welche Zukunftspläne sie haben. Das 45-minütige Spezial im linearen Programm wurde im Netz durch drei Folgen à 25 Minuten mit vertiefenden Informationen ergänzt.

Am 16.07.2020 kam mit „Into the Beat“ der siebte Film aus der Initiative „Der besondere Kinderfilm“ in die Kinos. Die ZDF/KiKA-Koproduktion erzählt die Liebesgeschichte einer jungen Ballerina, die die Welt des Hip-Hop und Streetdance für sich entdeckt. Den Hauptcast Alexandra Pfeifer und Yalany Marschner ergänzen Trystan Pütter als Vater und die Sängerin und Schauspielerin Helen Schneider als Ballettlehrerin. Die Initiative fördert die Entwicklung und Verfilmung von Originalstoffen, aus denen in den letzten Jahren vom ZDF u. a. die Filme „Winnetous Sohn“ und „Auf Augenhöhe“ hervorgegangen sind.

Entwicklungsfeld

KiKA beteiligt sich im Herbst 2020 an der erstmals stattfindenden EBU-weiten Aktion zum Thema Freundschaft. Ziel der von den öffentlich-rechtlichen Sendern NRK in Norwegen und VRT in Belgien initiierten Aktion ist es, ein Zeichen für ein gutes Miteinander unter Kindern zu setzen und zugleich Stellung gegen Mobbing zu beziehen. Zeitgleich mit der Ausstrahlung in anderen europäischen Ländern wird am 12.11.2020 um 12:00 Uhr bei KiKA der diesjährige Freundschaftssong mit dazugehöriger Choreografie ausgestrahlt. Die Beteiligung an der Aktion wird von weiteren Maßnahmen flankiert. Die Teilnahme an der europaweiten Aktion soll 2021 zu einem KiKA-Themenschwerpunkt „Freundschaft“ ausgebaut werden.

Ausblick

Gleich zwei senderübergreifend produzierte Shows haben im November bei KiKA Premiere: der „Junior Eurovision Song Contest“ und der „KiKA Award“ – beide gemeinschaftlich umgesetzt von ARD, ZDF und KiKA. Den „KiKA Award“ verleiht KiKA im Rahmen einer Gala erstmals am Weltkindertag (20.11.2020). Er würdigt das außergewöhnliche gesellschaftliche Engagement von Kindern und Jugendlichen und zeichnet Projekte und Menschen aus, die sich beispielsweise für die Umwelt oder das Miteinander einsetzen. Am 29.11.2020 strahlt KiKA den „Junior Eurovision Song Contest“ live aus Warschau aus, an dem sich Deutschland in diesem Jahr zum ersten Mal beteiligen wird. Komponiert wird der deutsche Song vom letztjährigen „Dein Song“-Finalisten Levent Geiger, der das Casting

begleiten und dem*der jungen Interpret*in bis zur Show in Warschau zur Seite stehen wird. Im Vorfeld zur „Junior ESC“-Show bei KiKA zeigen zwei Dokus die Vorbereitung des*der jungen Künstler*in für den Auftritt in Polen.

2.5.5 funk

Mittendrin in einer Kundgebung von Rechtsextremen vor dem Bundeskanzleramt, ein kritischer Blick auf rechtsextreme Tendenzen beim Kommando Spezialkräfte und die Frage: Wie wird man eigentlich Terrorist*in? In einer Themenwoche hat funk verschiedene Formen von Extremismus in Deutschland beleuchtet. Auch vier Formate, die das ZDF für funk produziert, waren beim Themenschwerpunkt #ExtremLand dabei. Für „follow me.reports“ besuchte Gastreporter Malcolm eine Kundgebung von Rechtsextremen vor dem Bundeskanzleramt in Berlin (270.000 Views bei YouTube, 233.000 Views bei Facebook, Stand 11.08.2020) und stellte die Frage, wie groß die Gefahr von rechts außen ist. Der Frage nach Gründen für Radikalisierung ging „MrWissen2Go“ Mirko Drotschmann in dem Video „Könntest du ein Terrorist sein?“ nach. Zeitgleich warf er in einem neuen Video auf seinem YouTube-Kanal „MrWissen2Go Geschichte“ einen Blick auf die Entwicklung des Terrorismus in den vergangenen Jahrhunderten. Das Kommando Spezialkräfte (KSK) der Bundeswehr ist immer wieder wegen rechtsextremer Tendenzen in der Kritik. Das Bundestagsformat „represent“ ging der Frage nach, wie die Politik verhindern will, dass hier eine Bedrohung für die Demokratie entsteht.

Aurel Mertz, Kopf des Instagram-Comedy-Formats „Aurel” hat mit seinem Statement zum Tod von George Floyd große Aufmerksamkeit bei jungen Nutzer*innen erregt (1 Mio. Views bei Facebook, 486.000 Views auf Instagram). Alltagsrassismus war auch im Berichtszeitraum ein Thema, dem sich der Kanal satirisch widmete, zum Beispiel mit Videos wie „Ist das rassistisch?“, „Der Quotenfreud“ oder „Racism Tours – eine ehrliche Stadtführung“. Wie auf dem funk-Hub auf Instagram war auch auf dem Kanal „Aurel“ der Alltag in Zeiten der Corona-Pandemie immer wieder Thema.

Entwicklungsfeld

Besonders entwickelt hat sich im Berichtszeitraum der YouTube-Kanal „TruDoku“. Vor allem Geschichten über starke Persönlichkeiten aus der jungen Zielgruppe konnten hier Nutzer*innen gewinnen. So etwa das Video „Papa mit 18“, das den alleinerziehenden Vater eines Kleinkindes begleitet (747.000 Views bei YouTube, 2,4 Mio. bei Facebook) oder „Plötzlich ohne Beine“, das den Umgang einer jungen Frau mit ihrer Behinderung nach einem Unfall beschreibt (1,1 Mio. Views bei YouTube, 3,1 Mio. Abrufe bei Facebook). Interessant dabei ist, dass es durch solche Videos auch meist gelingt, die Aufmerksamkeit auf Stoffe aus dem Archiv der Kanäle zu ziehen. So sammelte inzwischen das Video „Terror in Halle: Wir haben überlebt“ über 170.000 Sichtungen bei YouTube und 350.000 Sichtungen bei Instagram (Stand 11.08.2020).

Einen Neuzugang gab es auch bei funk im ZDF: Die Humanmedizinerin Dr. med. Florence Randrianarisoa will auf ihrem Kanal wissenschaftlich fundiert, verständlich und mit einer Portion Augenzwinkern über Gesundheitsthemen aufklären. Der neue Kanal startete klein mit 4.000 Abrufen für „Baby trotz Pille“ oder 2.000 für „Broken-Heart-Syndrom – so gefährlich ist Schluss machen“. Hier besteht eine der Herausforderungen darin, den Kanal durch konzentrierte Formatarbeit, aber auch Vernetzung innerhalb des funk-Netzwerkes weiter aufzubauen.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Shanghai Television Festival 2020**
Sendung / Beitrag:	Terra X-Dreiteiler „Anthropozän - Das Zeitalter des Menschen“
Kategorie:	Magnolia Award
Zuständige Redaktion	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortlicher Redakteur:	Georg Graffe

Preis:	**Annecy 2020**
Sendung / Beitrag:	Shoooms abenteuerliche Reise
Kategorie:	Cristal Beste TV Produktion
Zuständige Redaktion	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Preis:	**Rockie Award International 2020**
Sendung / Beitrag:	Die Schnecke und der Buckelwal
Kategorie:	Children’s & Youth Animation: Children’s
Zuständige Redaktion	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Preis:	**Deutsch-Französischer Journalistenpreis 2020**
Sendung / Beitrag:	Frontal 21: Der große Betrug – Wie Kriminelle und Terroristen Europa plündern
Kategorie:	Kategorie Multimedia
Zuständige Redaktion	Chefredaktion
Verantwortliche Redakteurin:	Ilka Brecht

Preis:	**NaturVision Filmfestival 2020**
Sendung / Beitrag:	Die Wälder des Nordens
Kategorie:	Deutscher Filmpreis Biodiversität
Zuständige Redaktion	ARTE

Preis:	**International Dokumentarfilmfestival „UnderhillFest“**
Sendung / Beitrag:	Der Fluch des Tunnels
Kategorie:	Dandelion
Zuständige Redaktion	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Sabine Bubeck-Paaz

Dr. Thomas Bellut