ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

09.03.2021

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

in der 4. Sitzung
der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates
am 19. März 2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

während die Corona-Pandemie unseren Alltag und damit auch das Nachrichtengeschehen weiter fest im Griff hält, hat sich die Produktionslandschaft in Deutschland gut auf die aktuellen Arbeitsbedingungen eingestellt. Das ZDF ist bestrebt, die mittelständisch geprägte Kreativszene in dieser schwierigen Zeit mit Aufträgen zu unterstützen. Coronabedingte Mehrkosten aufgrund von Hygiene- und Arbeitsschutzanforderungen werden dabei weiterhin zu 100 % übernommen.

Nach wie vor kann es aufgrund des Infektionsgeschehens jederzeit zu Drehunterbrechungen kommen. Ich bin froh, dass der Großteil der Länder – seit Ende Februar auch Baden-Württemberg – dadurch entstehende Schäden mit einem Ausfallfonds für TV-Produktionen abzusichern hilft. Das ZDF beteiligt sich finanziell (siehe S. 5). Im Interesse der Fertigstellung unserer Produktionen bleibt es darüber hinaus erforderlich, dass wir uns an Schäden, die nicht vom Fonds übernommen werden, mit bis zu 50 % beteiligen.

Ich halte es für meine Pflicht, die durch die Pandemie entstehenden Mehrkosten in Kauf zu nehmen. Denn mit den Kreativen schützen wir uns selbst und unser wichtigstes Gut: das Programm. Rücklagen und Einsparungen können jetzt eingesetzt, weniger dringliche Investitionen in die Infrastruktur vielleicht noch etwas verschoben werden. Klar ist aber auch, dass das ZDF wegen der ausgebliebenen Anhebung des Rundfunkbeitrags um 86 Cent zum 01.01.2021 vorläufig geringere Erträge in Höhe von rund 150 Mio. € berücksichtigen muss. Dieser Betrag würde uns auch jeweils in den kommenden drei Jahren fehlen, sollte die Beitragserhöhung weiter ausbleiben. Etwa drei Viertel davon könnten dann nur durch Reduzierungen im Programm realisiert werden. Überwiegend betroffen wäre die fiktionale Auftragsproduktion. Die Auswirkungen auf die Lage der Produktionswirtschaft wäre erheblich – und damit auch bei der Qualität unserer Programme und hinsichtlich der Wettbewerbsfähigkeit der ZDF-Familie spürbar.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

		Seite:
1.	**ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD**	**3**
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	5
1.3	Medientechnologie	6
1.4	ZDF-Finanzsituation	7
1.5	Innerbetriebliche Regelungen	9
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**10**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	10
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	10
2.3	Hauptprogramm	17
2.3.1	Chefredaktion	17
2.3.2	Programmdirektion	18
2.4	ZDF-Digitalkanäle	21
2.4.1	ZDFneo	21
2.4.2	ZDFinfo	22
2.5	Partnerprogramme	22
2.5.1	ARTE	22
2.5.2	3sat	24
2.5.3	phoenix	24
2.5.4	KiKA	24
2.5.5	funk	25
2.6	Auszeichnungen/ Preise	27

Berichtszeitraum: 12.12.2020 – 19.03.2021

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Entscheidung des Bundes-verfassungs-gerichts zum Rundfunkbeitrag

Nach der Entscheidung des Ministerpräsidenten von Sachsen-Anhalt, den Staatsvertrag zur Erhöhung des Rundfunkbeitrags (Erster Medienänderungsstaatsvertrag) nicht zur Abstimmung im Landtag Sachsen-Anhalt zu bringen, haben ARD, ZDF und DRadio noch Anfang Dezember 2020 rechtliche Schritte vor dem Bundesverfassungsgericht ergriffen. Hierzu wurden sowohl Eilrechtsschutz gesucht, als auch eine Verfassungsbeschwerde in der Hauptsache erhoben.

Das Gericht hat die Anträge von ARD, ZDF und DRadio im Eilverfahren abgelehnt. Die beantragten Eilentscheidungen seien nicht erforderlich. Das Bundesverfassungsgericht könne dem Rechtsschutzbegehren der Beschwerdeführer auch noch nach Ablauf des Jahres 2020 in der Hauptsache entsprechen und im Wege einer Vollstreckungsanordnung dem Land Sachsen-Anhalt ein Inkraftsetzen der Änderungen des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags ermöglichen. Das Gericht erachtet es als möglich und zumutbar, dass bis zur Entscheidung in der Hauptsache vorhandene Etatmittel zur Bedarfsdeckung eingesetzt werden. In einer Hauptsacheentscheidung könnten außerdem gegebenenfalls zwischenzeitlich unterlassene Investitionen auch nachträglich kompensiert werden.

In der Sache hält das Gericht angesichts seiner bisherigen Rechtsprechung eine Verletzung der durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützten Rundfunkfreiheit für möglich.

Im deutschen Jugendmedienschutz gibt es sowohl auf Bundes- als auch auf Länderebene aktuell Reformbestrebungen:

Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Jugendschutz-gesetzes

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend hat den Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Jugendschutzgesetzes vorgelegt, der am 05.03.21 vom Bundestag beschlossen wurde. Ziel der Novelle ist es, den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet und in den sozialen Netzwerken zu verbessern. Dazu sollen die Anbieter von Internetdiensten verpflichtet werden, Vorkehrungen zu treffen, damit Kinder und Jugendliche vor sogenannten Interaktionsrisiken wie Mobbing, sexueller Belästigung, Tracking oder Kostenfallen geschützt werden. Darüber hinaus sollen Film- und Spiele-Plattformen, die ihre Angebote geschäftsmäßig als eigene Inhalte bereithalten, zur einheitlichen Alterskennzeichnung ihrer Programme verpflichtet werden. Die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten fallen nicht unter diese Regelung. In struktureller Hinsicht sieht der Entwurf die Weiterentwicklung der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien zu einer Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz vor. Diese Bundeszentrale soll die von sozialen Netzwerken und Spiele-Plattformen zu treffenden Vorsorgemaßnahmen überprüfen. Die Aufsichtsstruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bleibt von dem Entwurf hingegen unberührt.

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist eine weitere geplante Neuregelung des Entwurfs erfreulich, nach der erstmals auch die Altersbewertungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in ein System der wechselseitigen Durchwirkung von einmal getroffenen Altersbewertungen einbezogen werden sollen. Wenn der Entwurf den Bundesrat passiert, könnten die neuen Regelungen bereits zum 01.04.21 in Kraft treten.

Diskussionsentwurf für eine Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages

Am 22.05.20 übermittelten die Staatskanzleien von Rheinland-Pfalz und Sachsen einen Arbeitsentwurf für eine Fortentwicklung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages.

Die geplanten Neuregelungen sehen einen geräteübergreifenden Jugendschutz auf Ebene der marktrelevanten Betriebssysteme vor. Für Telemedienanbieter ist vorgesehen, dass sie Software-Schnittstellen schaffen und das über das jeweilige Betriebssystem übermittelte Alter der Nutzer*innen auslesen müssen. Hinzu käme die neue Anbieterpflicht, jedes einzelne Telemedienangebot mit einer Altersstufe zu versehen und diese für eine technische Auslesbarkeit verfügbar zu halten.

Die Länder haben bereits Fachgespräche mit jugendschutz.net, den großen Herstellern von Betriebssystemen, den maßgeblichen Inhalte-Anbietern (darunter auch ARD und ZDF) sowie den Regulierern geführt. Noch in diesem Jahr soll ein überarbeiteter Entwurf vorgelegt und zunächst unter den Ländern zur Diskussion gestellt werden.

Telekommunikationsgesetz

Im Berichtszeitraum hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie einen Referentenentwurf zur Neufassung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) vorgelegt. An einer Anhörung des BMWi hat sich das ZDF gemeinsam mit den Landesrundfunkanstalten der ARD und dem Deutschlandradio beteiligt.

Hauptgegenstand der Änderungen des TKG war die Umsetzung der geänderten europarechtlichen Vorgaben, die im sog. Europäischen Kommunikationskodex neugefasst wurden. Darüber hinaus wurden verschiedene Regelungen zur Verbesserung des Verbraucherschutzes vorgesehen. Die für den Rundfunk bedeutsamste Änderung ist die Abschaffung der Umlagefähigkeit des Kabelanschlusses über die Mietnebenkosten (oft auch „Nebenkostenprivileg“ genannt). Nach dieser Regelung ist ein*e Vermieter*in berechtigt, Kosten für einen vorhandenen Kabelanschluss Mieter*innen über die Nebenkosten in Rechnung zu stellen, und zwar unabhängig davon, ob dieser Rundfunkempfangsweg tatsächlich genutzt wird.

Die schrittweise Abschaffung dieser Umlagefähigkeit wurde durch ARD, ZDF und DRadio begrüßt, da dies eine Wahlmöglichkeit beim Rundfunkempfang auch für Mieter*innen ermöglicht. Zeitgleich wurde allerdings darauf hingewiesen, dass der Rundfunkempfang auch Empfänger*innen von Sozialleistungen weiterhin finanziell möglich bleiben muss. Hintergrund dieser Forderung ist, dass derzeit die Kosten des Kabelanschlusses im Rahmen der Übernahme von Wohnkosten übernommen werden und eine vergleichbare Regelung für die anderen Rundfunkverbreitungswege nicht existiert. Der Zugang zu den Rundfunkangeboten ist Teil der kulturellen Teilhabe.

Umsetzung des Medienstaatsvertrags

Nach Inkrafttreten des Medienstaatsvertrags haben die Landesmedienanstalten entsprechend des gesetzlichen Auftrags Satzungen zur Konkretisierung von Verfahren im Bereich der Regulierung von Medienplattformen und Medienintermediären vorgelegt und zur Anhörung gestellt. Das ZDF hat sich bei diesen Anhörungen eingebracht und dabei die effektive Durchsetzung der gesetzlichen Regelungen eingefordert. Insbesondere im Bereich der sog. privilegierten Auffindbarkeit von besonders vielfaltsfördernden Angeboten auf Benutzeroberflächen ist das ZDF der Auffassung, dass die ebenfalls berücksichtigten privaten Angebote zahlenmäßig angemessen limitiert sein müssen, um nicht durch überbordende Anzahl von privilegierten Angeboten die bevorzugte Auffindbarkeit

faktisch leer laufen zu lassen. Die Gespräche mit den Landesmedienanstalten hierzu dauern an.

Einrichtung eines Ausfallfonds für TV- und Streaming-produktionen

Das ZDF beauftragt seit Beginn der Pandemie weiterhin kontinuierlich Auftrags- und Koproduktionen. Dabei treten bei der Durchführung aufgrund der Entwicklung der Pandemie mittlerweile wieder punktuelle Drehunterbrechungen auf. Vor diesem Hintergrund begrüßt das ZDF, dass Länder und Sender in Abstimmung mit den Produzent*innen nun rückwirkend zum 01.11.20 den Ausfallfonds II für TV- und Streamingproduktionen in Kraft gesetzt haben.

Elf Länder haben dafür bislang knapp 50 Mio. € zur Verfügung gestellt (Stand Januar 2021). Seit 04.01.21 können Produzent*innen im Falle von Drehunterbrechungen Schäden bei der Filmförderungsanstalt anmelden, die den Ausfallfonds administriert. Im Falle eines coronabedingten Ausfallschadens erfolgt eine Schadensübernahme in folgendem Verhältnis: Länder 57,5 %, Sender 32,5 % und Produzent*in 10 %. Durch den Fonds erhalten die Produktionsunternehmen somit eine zusätzliche Absicherung. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Erstattung von Schäden genreabhängig durch maximale Schadenssummen begrenzt wird. Außerdem ist Voraussetzung, dass das antragsstellende Produktionsunternehmen seinen Hauptsitz in einem Land hat, das sich am Fonds beteiligt. Schließlich müssen entsprechende Gelder des Sitzlandes vorhanden sein.

Terms of Trade

Nach umfassenden Gesprächen mit Produzentenvertreter*innen hatte das ZDF seine Selbstverpflichtung zu den Terms of Trade für Auftragsproduktionen des ZDF in Kraft gesetzt. Diese hatten eine Geltungsdauer bis zum 31.12.20. Das ZDF hat zum Ende des Jahres 2020 nach Konsultation der Produzentenvertreter*innen entschieden, die bisherigen Bedingungen um mindestens ein Jahr zu verlängern. Dies ermöglicht, die Auswirkungen der Pandemie für das ZDF und die Auftragnehmer*innen zu evaluieren, die Entwicklung der Finanzsituation abzuwarten und gleichzeitig die Ressourcen zu bündeln, um die aktuellen Herausforderungen der Pandemie gemeinsam mit den Produzent*innen bewältigen zu können.

1.2 Medienbranche

Weitere US-Medienkonzerne setzen auf Streaming

Weitere internationale Medienkonzerne bereiten den Markteintritt ihrer Streamingangebote auf den europäischen Markt vor, wie z. B. AT&T mit HBO Max, NBC Universal/Comcast mit Peacock oder Viacom/CBS mit Paramount+. Der Weg in die Internationalisierung ist ein konsequenter Schritt, um weitere Einnahmequellen zu erschließen. Die US-Filmstudios wie Disney, Warner Bros. oder NBC Universal vermarkten mit zunehmender Tendenz ihre Inhalte in Eigenregie. Die Medienkonzerne profilieren damit ihre eigenen Streamingplattformen, anstatt die Inhalte an Amazon, Netflix oder an Kinos zu lizensieren. So ist zurzeit z. B. HBO Max (AT&T) nicht in Deutschland verfügbar, da es einen Output-Deal mit der europäischen Sky-Gruppe (Comcast) gibt. Inzwischen spricht der britische Sky-Content-Chef öffentlich darüber, dass man sich auf ein mögliches Ende des HBO-Deals vorbereite.

Die internationalen Medienkonzerne wenden im Vergleich zu nationalen Akteuren erhebliche Summen für die Inhalteproduktion auf. Die Rangliste der Ausgaben für Inhalte International (inklusive Streaming) führt 2019 Comcast mit 14,2 Mrd. € an, gefolgt von Netflix (14 Mrd. €), Disney (13,8 Mrd. €) und AT&T (10,9 Mrd. €).

Netflix mit deutlichem Zuwachs

Netflix hat im letzten Quartal 2020 weltweit 8,5 Mio. bezahlte Abos hinzugewonnen, deutlich mehr als prognostiziert. Im Gesamtjahr zählt Netflix 37 Mio. Neukund*innen – so viele wie noch nie. Netflix verfügt über 204 Mio. zahlende Abonnent*innen weltweit. Das macht sich auch in Umsatz und Gewinn bemerkbar. Netflix erzielte bei einem Umsatz von rund 25 Mrd. € einen Gewinn von 2,76 Mrd. €. Der Streamingdienst hat in den vergangenen Jahren – mit Ausnahme des Basistarifs – kontinuierlich an der Preisschraube gedreht.

Netflix weitet sein Angebot aus: Nach einer Testphase in Frankreich beabsichtigt der Konzern, weltweit sein lineares TV-Angebot „Netflix Direct“ auszurollen, das ähnlich wie traditionelles Fernsehen funktionieren soll. Der Unterschied ist, dass der Netflix-Algorithmus ein Programm zusammenstellt, das auf Grundlage des bisherigen Nutzungsverhaltens individuell auf den*die Nutzer*in zugeschnitten ist. Ein solches Angebot begrenzt die Auswahl und vermeidet eine aktive Programmsuche. Seit Herbst gibt es bereits die „Zufällige Wiedergabe“-Funktion auf der Startseite. Wird diese gewählt, schlägt Netflix zufällig einen Inhalt vor, basierend auf persönlichen Vorlieben. Als Begründung für die linearen Kanäle verweist Netflix darauf, dass traditionelles Fernsehen sehr beliebt bei Menschen sei, die sich einfach zurücklehnen wollen, ohne sich für eine Sendung entscheiden zu müssen. Neue Zielgruppen sollen erschlossen werden – auch vor dem Hintergrund der wachsenden Konkurrenz im Streamingmarkt.

Disney+ wächst schneller als prognostiziert

Disney fokussiert sich auf den Ausbau seiner Streamingangebote. Zum einen spürt der Konzern die Auswirkungen der Pandemie im Bereich Vergnügungsparks und Reisen. Zum anderen ist das Streaminggeschäft erfolgreicher als erwartet gestartet. Disney+ hat ein Jahr nach dem Start weltweit 86,8 Mio. Abonnent*innen gewonnen. Zusammen mit seinen Streaming-Diensten ESPN+ und Hulu will der Disney-Konzern 300 bis 350 Mio. Abonnements bis 2024 verkaufen. Aktuell weist der Konzern 137 Mio. zahlende Streaming-Kund*innen über alle Streaming-Plattformen hinweg aus.

RTL mit weniger Umsatz und Gewinn, aber besser als erwartet

Die RTL Group erwirtschaftet im Gesamtjahr 2020 einen Umsatz von rund 6 Mrd. € (2019: 6,65 Mrd. €). Der Gewinn liegt nach vorläufigen Berechnungen bei rund 850 Mio. €, deutlich weniger als 2019 (1,156 Mrd. €). Allerdings hatte der Konzern noch Mitte November „nur“ einen Jahresgewinn von rund 720 Mio. € erwartet.

Auch ProSiebenSat.1 mit Schlussspurt

Auch ProSiebenSat.1 ist besser als erwartet durch die Krise gekommen. Nach vorläufigem Ergebnis kommt der Konzern 2020 auf einen Umsatz von rund 4,04 Mrd. € (4,14 Mrd. €) und einen Gewinn von rund 700 Mio. € (2019: 872 Mio. €). Der italienische Medienkonzern Mediaset hat sich weitere 3,4 % der Firmenanteile an ProSiebenSat.1 gesichert. Insgesamt hält Mediaset damit rd. 23,5 % der Anteile. Der Finanzinvestor KKR hat sich inzwischen wieder weitgehend von seinen Anteilen am Konzern getrennt und hält jetzt nur noch 0,28 %.

ARD-Kulturportal gestoppt

Mitte 2020 hatte sich die ARD auf eine gemeinsame Kulturplattform verständigt. Jetzt ist das avisierte Projekt aufgrund der nicht erfolgten Beitragserhöhung erst einmal gestoppt.

1.3 Medientechnologie

Sportüber-tragungen unter Pandemie-Bedingungen

Die Realisation der Sportübertragungen stellte das ZDF in den vergangenen Monaten vor besondere Herausforderungen. Die üblichen, hoch standardisierten Produktionsweisen an den jeweiligen Veranstaltungs-orten konnten größtenteils nicht angewendet werden, da die Anreise des nötigen Personals coronabedingt nicht möglich war

oder zu risikoreich gewesen wäre. Das ZDF konnte jedoch bei den Sportgroßereignissen in den vergangenen Jahren bereits weitreichende Erfahrungen mit Fernproduktionen von einem zentralen Standort aus (Centralized- und Remote-Produktionen) sammeln, die nun vollständig in neue, der aktuellen Situation angepasste Übertragungskonzepte eingebracht wurden. Alle für die Produktionen notwendigen Signale der Veranstalter (Host-Broadcaster) wurden von mehreren Produktionsorten teilweise zeitgleich zum Sendezentrum Mainz übertragen und dort von den Regien und Übertragungswagen weiterverarbeitet. Für die Zuschauer*innen waren dabei keinerlei inhaltliche und technische Qualitätseinbußen zu bemerken. Auch die Moderationen erfolgten größtenteils aus Mainz.

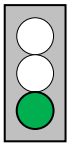
Hierfür musste die Infrastruktur im Sendezentrum Mainz, die für diese Anforderung im Detail nicht ausgelegt war, ertüchtigt werden. Folgende Sportproduktionen wurden und werden aktuell auf diese Weise produziert: Biathlon, Ski-Alpin, Skispringen, einzelne Fußball-Übertragungen sowie die Handball-Weltmeisterschaft der Herren.

1.4 ZDF-Finanzsituation

Haushaltsvollzug 2020

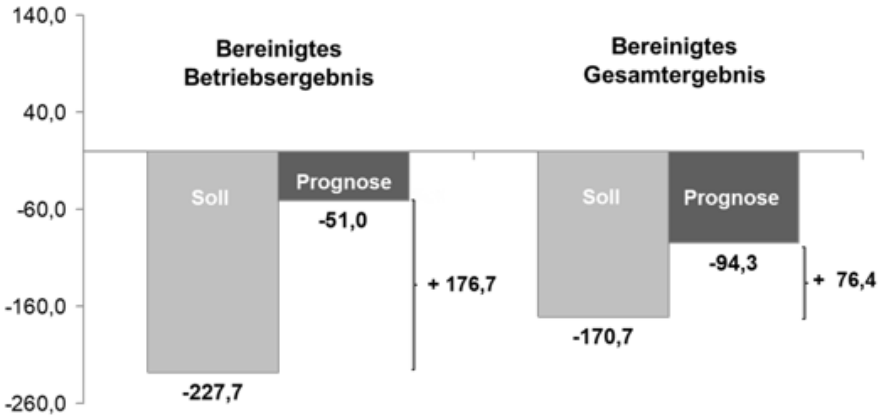
Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.09.20 werden folgende Ergebnisse prognostiziert:

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich derzeit ein Betriebsergebnis von ./. 17,0 Mio. € (Soll: ./. 194,3 Mio. €). Korrigiert um die nicht verfügbaren Beitragserträge in Höhe von 34,1 Mio. €, die der Sonderrücklage II zugeführt werden, ergibt sich ein bereinigtes Betriebsergebnis von ./. 51,0 Mio. €. Es ist damit um rd. 176,7 Mio. € besser als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./. 227,7 Mio. €.



In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, wird ein bereinigtes Gesamtergebnis von ./. 94,3 Mio. € (Soll: ./. 170,7 Mio. €) prognostiziert, das um 76,4 Mio. € besser als das Soll ist. Die zur Deckung erforderliche Entnahme aus der Sonderrücklage I für Beitragsmehrerträge ist folglich um 76,4 Mio. € niedriger als geplant und die Sonderrücklage I beträgt damit Ende 2020 noch 185,9 Mio. €.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2020 und Prognose 31.12.2020 (in Mio. €)



Das Jahr 2020 ist gekennzeichnet durch die Corona-Pandemie, die auch Auswirkungen auf das finanzielle Ergebnis des ZDF hat: Im Haushaltsvollzugsbericht per 30.06.20 wurde von einer rein coronabedingten Ergebnisbelastung in Höhe von 2,2 Mio. € ausgegangen. Aktuell wird dagegen eine coronabedingte Ergebnisentlastung in Höhe von rd. 23,0 Mio. € prognostiziert. Diese Ergebnisentlastung ist vor allem darauf zurückzuführen, dass für 2020

bei den Rundfunkbeiträgen keine Auswirkungen der Coronapandemie gesehen werden und die zunächst prognostizierten Rückgänge bei den Werbeerträgen geringer ausfallen. Die größten coronabedingten Veränderungen gegenüber dem Soll ergeben sich weiterhin durch die ergebnisbelastende Verringerung der Werbe- und Sponsoringerträge (./. 22,0 Mio. €) sowie aus dem ergebnisverbessernden Saldo von Einsparungen beim Sendeaufwand und höherem Programmvermögen bei der Chefredaktion (./. 50,8 Mio. €) infolge der Verschiebung von Sportevents nach 2021.

Größere Veränderungen gegenüber dem Haushaltsplan 2020

Die aktuell prognostizierten Mehrerträge bei den Rundfunkbeiträgen in Höhe von 38,1 Mio. € sind zum einen auf geringere Folgebefreiungen als in der Planung unterstellt zurückzuführen. Zum anderen wird bei den Nebenwohnungen davon ausgegangen, dass der Ausfall geringer sein wird als im Haushaltsplan berücksichtigt. Coronabedingte Ausfälle sind dagegen 2020 dank der politischen Unterstützungsmaßnahmen wie Kurzarbeitergeld und Entschädigungszahlungen an Unternehmen und Selbstständige noch nicht eingetreten. Ertragseinbußen in Höhe von 22,0 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 3,0 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. Bei den Honoraraufwendungen, deren Planwerte entsprechen reduziert wurden, ist gegenläufig wegen der zeitverzögerten Umschichtung von Mehraufwendungen auszugehen. Dieser Effekt kann aber aus derzeitiger Sicht durch Einsparungen bei den Honoraren infolge von entfallenden oder verschobenen Sendungen überkompensiert werden. Bis zum Stichtag 30.09.20 konnten 156 freie Mitarbeiter*innen mit einem Volumen von rd. 8,8 Mio. € (ohne Versorgung) in Festanstellungen umgeschichtet werden, wobei Umschichtungen jeweils zu Beginn eines Quartals erfolgen. Aus heutiger Sicht soll die Festanstellung der bei der Haushaltsplanung berücksichtigten Umschichtung von 200 Stellen (2017 – 2020) freier Mitarbeit in feste Anstellungsverhältnisse zum 01.01.21 abgeschlossen sein.

Bei der Altersversorgung ist die Zuführung zur Versorgungsrückstellung mit der aktuellen Hochrechnung des Versicherungsmathematikers berücksichtigt. Derzeit wird geprüft, ob eine Reduzierung der unterstellten Sterbewahrscheinlichkeit im Hinblick auf die aktuellen Sterbedaten der ZDF-Mitarbeiter*innen und Rentner*innen erforderlich ist. Insgesamt wird eine Zuführung zur Versorgungsrückstellung von 121,2 Mio. € prognostiziert, rd. 18,2 Mio. € mehr als geplant. Das ist neben der Risikovorsorge aufgrund geringerer Sterblichkeit vor allem auf die etwas höher als geplante Rentenanpassung 2020 zum Ausgleich der unterbliebenen Tariferhöhung 2019 zurückzuführen.

Bei den Anderen Versorgungsleistungen (./. 3,5 Mio. €) zeigen sich u. a. Einsparungen bei den Rentenzahlungen.

Die Programmaufwendungen liegen um 159,0 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 Programmvorratsentnahmen 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 (./. 10,9 Mio. €, u. a. geringere Reisekosten, Einsparungen bei brandschutz- und versorgungstechnischen Projekten, diverse sonstige Einsparungen im Haushaltsvollzug, Mehraufwendungen im Zusammenhang mit der Auflösung des IRT) und den Anderen Aufwendungen (./. 13,6 Mio. €, u. a. niedrigere Abschreibungen und geringere Vorsteuerbelastung aufgrund von Senkung der Steuersätze).

In der Finanzrechnung 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.

1.5 Innerbetriebliche Regelungen

Konfliktmanagement/ Schutz vor sexueller Belästigung

Seit Anfang dieses Jahres gilt im ZDF die Dienstvereinbarung zum Schutz vor sexueller Belästigung, Diskriminierung und Mobbing am Arbeitsplatz sowie zum Umgang mit Konflikten am Arbeitsplatz. Sie schafft ein schlüssiges Gesamtsystem von Prävention, Beratung und konkreten Maßnahmen im Falle dienstlicher Verfehlungen, indem sie auf Bewährtes wie die Dienstvereinbarung Leitordnung zurückzugreift, gleichzeitig aber auch ein Verfahren bei Konflikten und Mobbing etabliert, welches die Führungskräfte noch stärker als bisher in die Verantwortung nimmt. Definierte Konfliktbeilegungsschritte schaffen Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Mit dem explizit verankerten Beratungsrecht ist eine unverzügliche Sachverhaltseinordnung, aber auch Aufklärung möglich, die das ZDF in die Lage versetzt, sexueller Belästigung, Diskriminierung und anderen dienstlichen Verfehlungen wirksam entgegentreten zu können. Die Dienstvereinbarung gilt für Festangestellte ebenso wie für Freie, für Ausbildungsverhältnisse und für die Ortskräfte in den Auslandstudios. Räumlich gilt sie an allen Dienststellen und an den Orten, an denen Beschäftigte dienstlichen Tätigkeiten nachgehen, etwa bei Dienstreisen, Seminaren, Sitzungen oder sonstigen dienstlichen Veranstaltungen.

Kernstück der Dienstvereinbarung ist das Recht auf Beratung bei Mobbing, sexueller Belästigung, Diskriminierung oder Konflikten. Hierfür stehen benannte Stellen zur Verfügung. Weiter sieht die Dienstvereinbarung ein Beschwerderecht vor. Drittens regelt die Dienstvereinbarung ein Verfahren bei Konflikten oder Mobbing als Stufenmodell. Für die erste und zweite Stufe einer Konfliktlösung sind ZDF-interne Ansätze durch die zuständigen Führungskräfte und die HA Personal vorgesehen. In einer dritten Stufe kann externe Unterstützung, z. B. in Form einer Mediation in Anspruch genommen werden. Für alle Stufen gibt es Fristen, damit Konflikten frühzeitig begegnet wird.

Die Einführung der Dienstvereinbarung wird durch gemeinsame Informationsangebote von Haus, Personalräten und Gleichstellungsbeauftragter sowie durch Fortbildungsangebote der HA Personal – auch spezifisch für Führungskräfte – begleitet.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender weiter auf hohem Niveau

Bei der Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) vom Januar 2021 zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 70 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Damit geht dieser Wert gegenüber dem bisherigen Höchststand im Oktober 2020 um − 4 Prozentpunkte zurück. Die Zustimmung bleibt aber weiterhin auf hohem Niveau und über den Werten der Zeit vor der Corona-Pandemie. Mit 27 % (+ 2 PP) haben weiterhin etwa ein Viertel der Befragten ein geringes oder gar kein Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF.

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	Apr 2018
Vertrauen sehr groß / groß	63	58	65	68	60	64	65	66	65	67	67
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	35	41	33	29	38	34	33	31	33	30	31
	Aug 2018	Okt 2018	Jan 2019	Apr 2019	Aug 2019	Okt 2019	Jan 2020	Apr 2020	Jul 2020	Okt 2020	Jan 2021
Vertrauen sehr groß / groß	62	64	67	64	66	66	67	72	71	74	70
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	36	33	31	32	31	32	31	26	28	25	27

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, Oktober 2020 n= 1297, Januar 2021 n=1371
FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Die anhaltende Corona-Pandemie sowie die entsprechend fortgesetzten Einschränkungen des öffentlichen Lebens wirken sich im Fernsehmarkt auf zweierlei Weise unmittelbar aus. Zum einen besteht weiterhin ein sehr hohes Informationsinteresse in allen Altersgruppen, zum anderen eine große generelle Nachfrage nach linearen und non-linearen Programmangeboten. Das ZDF profitiert nachhaltig von der gestiegenen TV-Nutzung – in allen Altersgruppen. Gewinner sind v. a. „heute“, „heute journal“ und „auslandsjournal“, die „heute-show“ und „Markus Lanz“. Die Erfolge des Jahres 2020 setzten sich im Januar fort, als das ZDF seinen besten Zuschaueranteil seit 1995 erreichte. Auch die Online-Nutzung der ZDF-Familie verzeichnet hohe Zuwachsraten.

Ende Dezember 2020 starteten die bundesweiten Corona-Impfungen. Das Thema rückte inklusive der Anlaufschwierigkeiten sowie regionaler und internationaler Unterschiede in den Mittelpunkt der Nachrichten bzw. „ZDF spezial“- und Gesprächssendungen. Sonderanstrengungen von „Leschs Kosmos“, „WISO“ und der „ZDF.reportage“ erläuterten Grundsätzliches zu Impfungen, Wirkstoffen und den regional schwierigen Lagen im Gesundheitssystem. Eine besondere journalistische Herausforderung war der Präsidentschaftswechsel in den USA, der neben der Amtseinführung von Joe Biden auch den kaum vorhersehbaren Angriff auf das Kapitol in Washington mit sich brachte,

den das ZDF am 6. Januar u. a. sehr schnell online bei „ZDFheute live“ abbilden und einordnen konnte (vgl. S. 17).

Gewohnt publikumsattraktiv waren die Live-Übertragungen der verschiedenen Wintersport-Veranstaltungen, wobei sich die Vier-Schanzentournee der Skispringer ebenso wie die Weltmeisterschaften im Alpinen Ski, Ski Nordisch und Biathlon erneut als populärste Ereignisse erwiesen. Im Gegensatz dazu erreichten die deutschen Handballer bei der WM in Ägypten im Januar mit durchwachsenen Ergebnissen auch nur ein erkennbar kleineres Publikum als bei vorherigen Turnieren.

Die Fiction-Angebote des ZDF waren erneut Garanten für hohen Publikumszuspruch, sowohl zu Weihnachten und dem Jahreswechsel mit der Kombination von „Das Traumschiff“ und „Kreuzfahrt ins Glück“, als auch mit Krimi-Reihen wie „Wilsberg“, „Ein starkes Team“, „Nord Nord Mord“ und „Stubbe“, die häufig über 8 oder gar 9 Mio. Zuschauer*innen erreichten. Die Fortsetzung der Serie „Das Boot“ blieb dagegen deutlich unter den Erwartungen. Im Februar startete mit „Kanzlei Berger“ eine neue Serie im ZDF-Vorabendprogramm.

Das Unterhaltungs- und Kulturangebot des ZDF war im Berichtszeitraum breit gefächert und reichte von einem Weihnachtsspecial von „Bares für Rares“, der fünfteiligen „Terra X“-Reihe „Der perfekte Planet“ über das Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker bis zu einem weihnachtlichen Liederabend mit Jonas Kaufmann. Coronabedingt entfallen musste das Silvesterkonzert der Dresdner Staatskapelle. Dagegen hielt das ZDF an der Übertragung der Silvesterfeierlichkeiten vom Brandenburger Tor fest und konnte mit der einzigen nationalen Veranstaltung dieser Art, die unter schwierigsten produktionellen Bedingungen entstand, Mut machende Bilder und Geschichten, Musik sowie eine positive und zugleich nachdenkliche Stimmung ins Land schicken.

November 2020

Medienforschung

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

14,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2020: 13,7% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,6

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
25,58	7,27	4,72	3,41
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
6,35	5,48	4,73	3,45

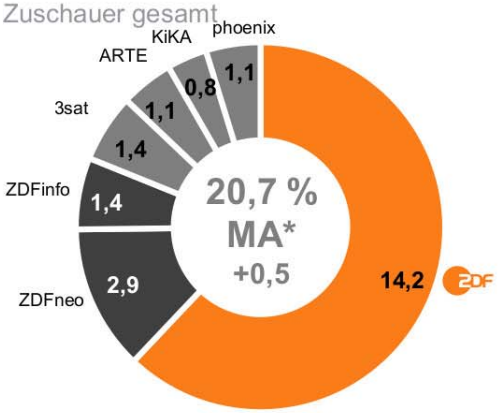
ZDFmediathek inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

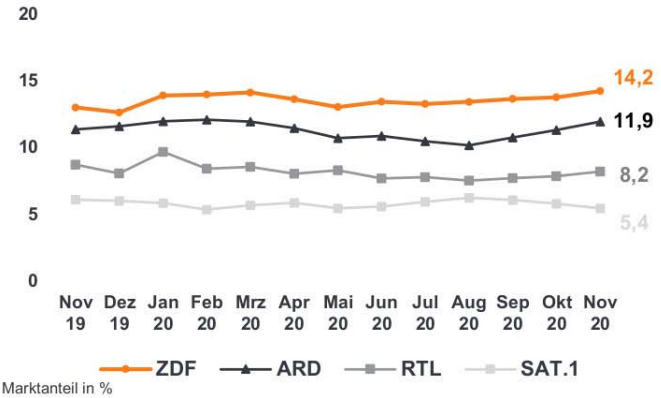


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 56 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 31 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

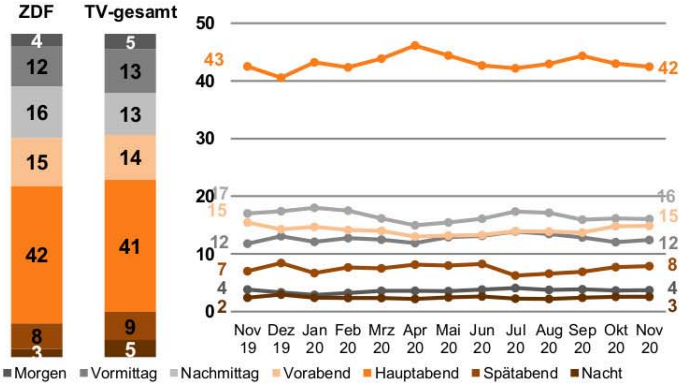
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	14,2	(+0,5)	RTL	11,4	(±0,0)
62	ARD	11,9	(+0,6)	PRO7	9,5	(±0,0)
53	RTL	8,2	(+0,4)	ARD	7,8	(+0,6)
52	SAT.1	5,4	(-0,4)	SAT.1	7,6	(±0,0)
43	PRO7	4,3	(±0,0)	ZDF	7,3	(+0,7)
52	VOX	4,2	(-0,3)	VOX	5,9	(-0,8)
52	Kabel 1	3,1	(-0,1)	RTL2	5,0	(-0,1)
60	ZDFneo	2,9	(+0,1)	Kabel 1	4,3	(-0,1)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	Altes Land: Bleiben (2/2)	92:56	61	0,61	1.002.418	17	63
	Altes Land: Ankommen (1/2)	90:45	53	0,59	1.105.447	18	61
	Unter anderen Umständen: Lügen und Geheimnisse	89:24	61	0,38	611.200	18	62
Information	Barack Obama zu Gast bei Markus Lanz	38:02	54	0,16	301.310	36	36
	ZDFzeit: Royale Rebellen	43:21	63	0,15	244.905	27	45
	Leute heute: Wer hat Angst vorm Böhmermann?	23:17	61	0,15	250.320	14	56
Unterhaltung	heute-show vom 20. November 2020	35:30	69	0,66	965.292	30	43
	heute-show vom 13. November 2020	33:19	71	0,66	929.989	29	43
	heute-show vom 6. November 2020	31:51	73	0,61	836.352	30	40
Kinder	Petronella Apfelmus: Die Doppelgängerin	11:25	77	0,06	72.875	31	53
	Petronella Apfelmus: Der Zaubersauberbesen	11:14	80	0,04	54.487	25	60
	Petronella Apfelmus: Der verlorene Ring	11:21	75	0,04	51.598	27	56
Sport	Sophias Welt - Magie der Geschwindigkeit	20:18	63	0,02	27.830	38	31
	Biathlon: Männer 20 km Einzel in voller Länge	110:56	41	0,01	14.794	22	53
	Biathlon: Frauen 15 km Einzel in voller Länge	106:05	42	0,01	14.280	25	48

Nutzung vom 01. bis 30.11.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie deutlich stärker als im November 2019 (19,5% MA), auch bei 14-49 (12,4% vs. 10,3% MA) – v.a. dank ZDF, aber auch 3sat und phoenix sind in beiden Zielgruppen aktuell etwas besser.
- ZDF mit höchstem November-MA seit 1996 (14,7% MA), bei 14-49 seit 2003 (7,3% MA).
- ZDF-Onlineangebote mit neuen Bestwerten: ZDFmediathek (ZDFonline) Ø 5,85 Mio. Visits pro Tag (+14%) – ZDFfamilie Ø 4,91 Mio. Sichtungen (+15%). Im Vergleich zu November 2019 steigern sich die Visits um +72% und die Sichtungen um +47%. Die Abrufvideos aus den Genres Information und Unterhaltung erreichen mit Ø 1,07 bzw. 0,48 Mio. Sichtungen pro Tag ihre bislang höchste Nutzung.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.4; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Dezember 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: +0,6

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
25,51	7,21	4,88	3,47
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
7,00	6,09	4,69	3,38

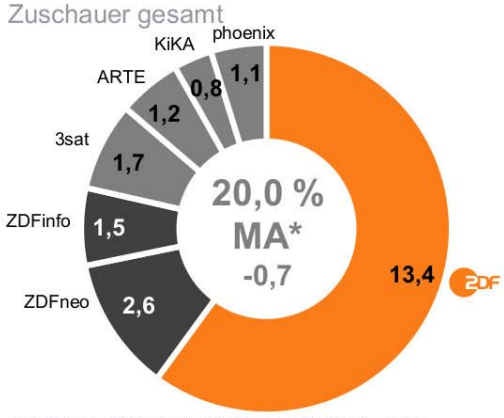
ZDFmediathek inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

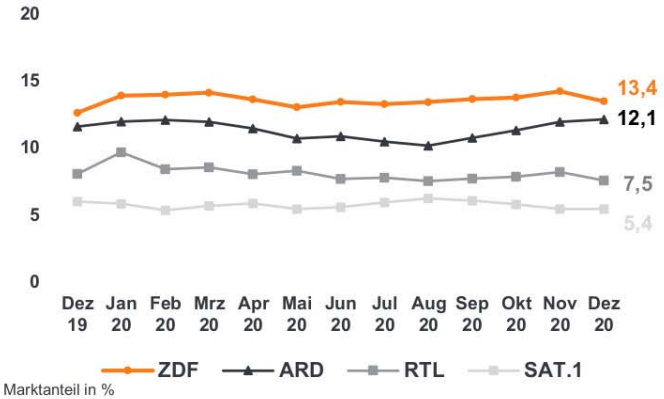


ZDF: Ø 63 J.
ZDFneo: Ø 58 J.
ZDFinfo: Ø 56 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 30 J.
phoenix: Ø 62 J.

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

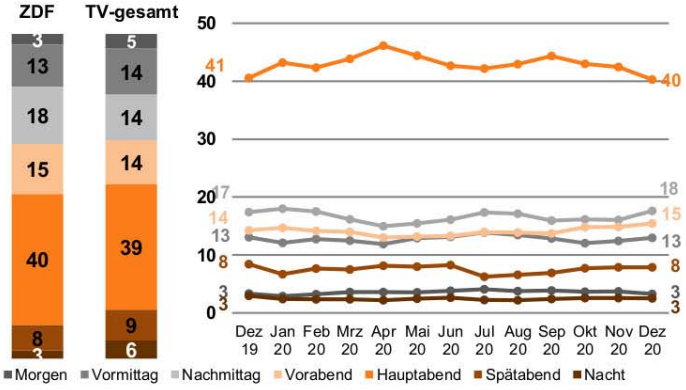
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
63	ZDF	13,4	(-0,8)	RTL	10,7	(-0,7)
62	ARD	12,1	(+0,2)	PRO 7	8,4	(-1,1)
52	RTL	7,5	(-0,7)	ARD	8,1	(+0,3)
51	SAT.1	5,4	(±0,0)	SAT.1	7,7	(+0,1)
51	VOX	4,2	(±0,0)	ZDF	7,2	(-0,1)
43	PRO 7	3,8	(-0,5)	VOX	6,1	(+0,2)
52	Kabel 1	3,3	(+0,2)	RTL2	4,8	(-0,2)
47	RTL2	2,8	(±0,0)	Kabel 1	4,5	(+0,2)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	FdW (Sonst): Familie Bundschuh im Weihnachtschaos	88:25	47	0,59	1.252.745	17	68
	FdW (Sonstige): Weihnachtstöchter	88:43	50	0,44	886.843	20	61
	Das Traumschiff: Kapstadt	94:44	57	0,37	636.663	22	63
Information	Frontal 21: Der satirische Jahresrückblick 2020	29:43	56	0,19	333.359	21	53
	Album 2020 - Bilder eines Jahres	58:31	57	0,15	269.658	28	52
	Aktenzeichen XY... ungelöst vom 9. Dezember 2020	93:08	48	0,13	273.968	32	47
Unterhaltung	**heute-show - Der Jahresrückblick vom 18.12.2020**	**45:21**	**64**	**0,68**	**1.049.271**	**32**	**43**
	heute-show vom 4. Dezember 2020	34:01	72	0,66	915.819	30	44
	heute-show vom 11. Dezember 2020	30:44	73	0,61	843.514	26	46
Kinder	Märchenperlen: Die Hexenprinzessin	90:19	47	0,12	250.973	19	61
	Find me in Paris: Alles wird gut	24:33	57	0,10	183.625	50	31
	Find me in Paris: Auserwählt	24:08	60	0,10	172.171	51	30
Sport	Kroos - Eine Familie und der Fußball	70:32	43	0,04	83.391	33	44
	Biathlon: Frauen-Sprint in Hochfilzen	69:43	44	0,02	34.044	24	50
	Lars Windhorsts Traum vom Big City Club	29:29	60	0,01	21.597	51	28

Nutzung vom 01. bis 31.12.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie stärker als im Dezember 2019 (19,4% MA), auch bei 14-49 (12,8% vs. 11,7% MA) – v.a. dank ZDF. ZDFinfo ist bei Jüngeren aktuell etwas besser.
- ZDF mit höchstem Dezember-MA seit 2007 (13,4% MA), auch bei 14-49 (7,9% MA).
- Visits mit zweitstärkster Nutzung: Ø 5,74 Mio. Visits pro Tag (-2%) – Sichtungen mit neuem Rekord: Ø 4,96 Mio. Sichtungen (+2%). Im Vergleich zu Dezember 2019 steigern sich die Visits um +66% und die Sichtungen um +43%. Die Abrufvideos aus dem Genre Kinder erreichen mit Ø 0,61 Mio. Sichtungen pro Tag (+89% ggü. Dez. 19) ihre bislang höchste Nutzung.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.4; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Jahr 2020

Medienforschung

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

13,6 %

Marktanteil

kum. Jahr 2019: 13,0 % MA

Differenz zum Vorjahr in PP: +0,6

Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
23,68	6,88	4,47	2,79
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,87	5,36	4,24	3,13

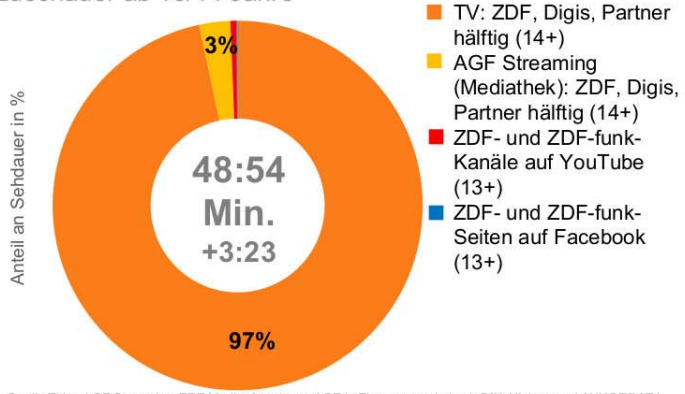
ZDFmediathek (zdf.de) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vorjahr in PP

Plattform: Nutzungsanteile ZDF-Familie

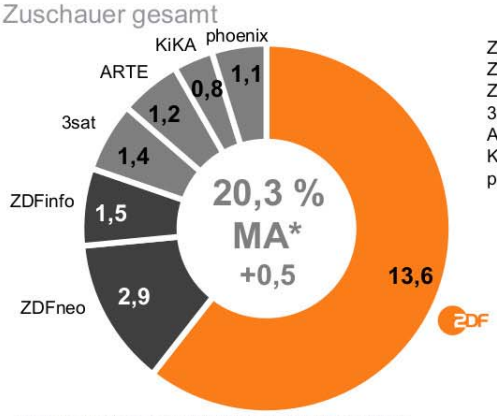
Zuschauer ab 13/14 Jahre



Quelle TV u. AGF Streaming: ZDF Medienforschung, AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Nielsen und ANKORDATA, DAP VIDEOSCOPE 1.4,; Quelle Social Media: Facebook Insights, YouTube Analytics; eigene Berechnungen; Marktstandard Bewegtbild (Basis: HH mit TV-Geräten und Internet-Only-Haushalte)

TV: Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt



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

Marktanteile Top 8

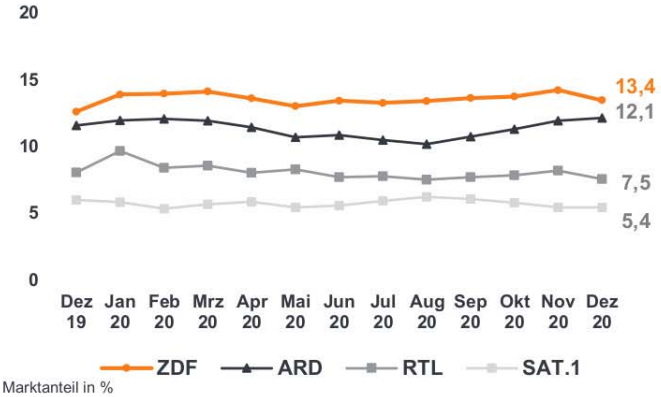
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	13,6	(+0,6)	RTL	11,4	(-0,7)
63	ARD	11,3	(±0,0)	PRO7	9,1	(-0,5)
52	RTL	8,1	(-0,3)	SAT.1	7,7	(-0,1)
52	SAT.1	5,7	(-0,3)	ARD	6,9	(+0,4)
51	VOX	4,6	(-0,2)	VOX	6,7	(-0,3)
43	PRO7	4,0	(-0,3)	ZDF	6,4	(+0,8)
52	Kabel 1	3,5	(-0,1)	Kabel 1	5,0	(-0,2)
60	ZDFneo	2,9	(-0,2)	RTL2	4,9	(-0,1)

Marktanteil in % / Diff. Vorjahr in PP
* Durchschnittsalter im Jahr

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	**Die verlorene Tochter: Scherbenhaufen**	**44:49**	**73**	**0,92**	**1.260.207**	**14**	**65**
	Die verlorene Tochter: Die Wahrheit und nichts ...	44:59	66	0,89	1.360.541	14	68
	Unterleuten - Das zerrissene Dorf (3)	93:55	58	0,85	1.464.683	13	63
Information	ZDF-History: Das Boot - die Dokumentation	43:30	47	0,27	561.086	19	58
	ZDFzeit: US-Wahl 2020: Donald Trump	43:37	57	0,27	462.759	35	36
	ZDFzeit: Ärger im Buckingham Palast	43:32	64	0,24	368.385	24	46
Unterhaltung	heute-show vom 14. Februar 2020	36:05	64	0,71	1.110.220	31	40
	heute-show vom 12. Juni 2020	32:24	67	0,71	1.056.334	31	40
	heute-show - Der Jahresrückblick vom 18.12.2020	45:21	64	0,68	1.049.271	32	43
Kinder	Die Jungs-WG: Abenteuer Amsterdam, Folge 2	23:52	59	0,30	510.918	57	21
	Die Jungs-WG: Abenteuer Amsterdam, Folge 3	23:53	60	0,27	443.691	60	19
	Die Jungs-WG: Abenteuer Amsterdam, Folge 4	23:59	57	0,24	418.969	59	20
Sport	Joshua Kimmich - Die Doku, Teil 1	27:43	58	0,24	416.062	26	53
	Joshua Kimmich - Die Doku, Teil 2	29:53	63	0,15	234.298	22	53
	KROOS - Die Dokumentation	113:19	33	0,08	248.104	17	64

Nutzung vom 01.01. bis 31.12.2020. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie mit Gewinnen weiter auf Platz drei der Sender-familien. Gewinne für ZDF, 3sat, ARTE und phoenix.
- Fast alle ZDF-Familien-Sender erreichen im Corona-Jahr mehr Tagesseher, Ausnahme: KiKA.
- ZDF-Onlineangebote mit neuen Jahres-Bestwerten: Ø 4,63 Mio. Visits pro Tag (+50% ggü. 2019) – Ø 4,19 Mio. Sichtungen (+42% ggü. 2019).
- Stärkster Tag bei Visits: 04.11.2020 mit 8,26 Mio. Visits (Tag nach US-Wahl) – zweitstärkster Wert nach FIFA WM 2018. Abrufvideos erzielen am 27.12.2020 mit 4,86 Mio. Sichtungen einen neuen Rekord. Livestreams erreichen am 23.08.2020 mit 3,19 Mio. Sichtungen ihre höchste Nutzung (CL-Finale).

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4, Marktstandard: TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Januar 2021

Medienforschung

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

15,1%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 15,1% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,2

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
26,57	6,94	5,11	4,16
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
6,72	6,50	5,09	3,32

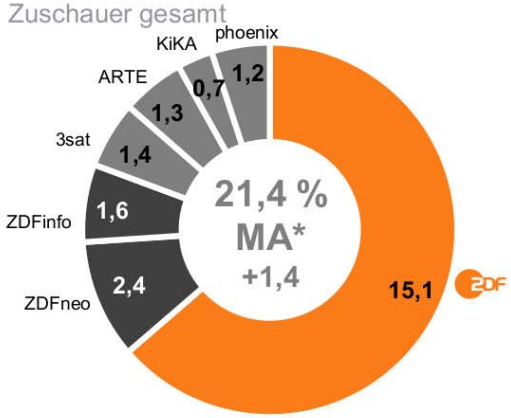
ZDFmediathek inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

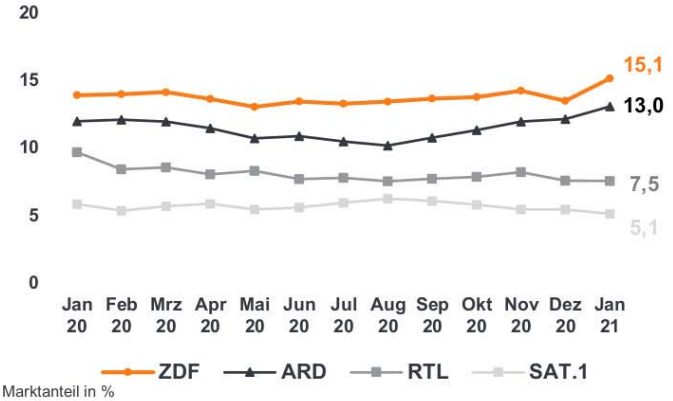


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 59 J.
ZDFinfo: Ø 56 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 30 J.
phoenix: Ø 62 J.

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

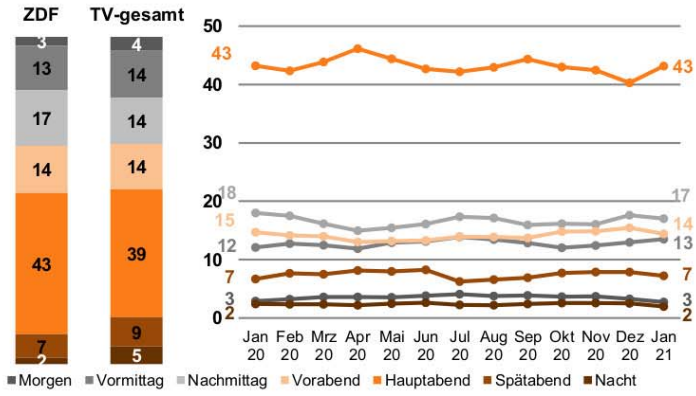
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	15,1	(+1,7)	RTL	11,0	(+0,3)
62	ARD	13,0	(+0,9)	PRO7	8,8	(+0,4)
52	RTL	7,5	(±0,0)	ARD	8,6	(+0,5)
52	SAT.1	5,1	(-0,3)	ZDF	7,3	(+0,1)
52	VOX	4,3	(+0,1)	SAT.1	6,9	(-0,8)
42	PRO7	3,6	(-0,2)	VOX	6,2	(+0,1)
53	Kabel 1	3,0	(-0,3)	RTL2	5,1	(+0,3)
48	RTL2	2,8	(±0,0)	Kabel 1	4,0	(-0,5)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	Der Bergdoktor: Bis nichts mehr bleibt	88:48	56	0,76	1.368.554	22	61
	FdW (Sonst.): Waldgericht (2) - Ein Schwarzwaldkrimi	89:11	65	0,65	990.379	14	72
	Der Bergdoktor: Aus Mut gemacht	88:38	51	0,54	1.067.858	23	56
Information	ZDFzeit: Wie kam Hitler an die Macht?	43:36	46	0,24	519.394	20	54
	37°: Abenteuer Affäre	28:29	63	0,19	306.295	32	41
	37°: Aus und ahoi	28:37	68	0,18	263.062	31	42
Unterhaltung	heute-show vom 29. Januar 2021	37:45	71	0,51	723.485	28	43
	ZDF Magazin Royale vom 29. Januar 2021	31:06	64	0,33	511.777	23	45
	Bares für Rares vom 7. Januar 2021	52:04	61	0,10	167.592	23	55
Kinder	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 2	23:54	55	0,36	655.864	57	17
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 4	23:53	56	0,33	595.831	60	17
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 3	24:00	62	0,30	482.780	61	16
Sport	Laura Dahlmeier - Ihr Sturm zum Gipfel	22:32	70	0,04	60.786	29	47
	Ole Einar Bjørndalen - Der Außerirdische	14:21	75	0,02	31.330	20	56
	Kroos - Eine Familie und der Fußball	70:32	45	0,02	45.217	33	42

Nutzung vom 01. bis 31.01.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie stärker als im Januar 2020 (20,5% MA), auch bei 14-49 (12,7% vs. 11,4% MA). Bei 14-49 dank ZDF, den Digitalsendern sowie ARTE und phoenix.
- ZDF mit höchstem Januar-MA seit 1995 (15,9% MA), bei 14-49 seit 2009 (7,8% MA).
- ZDF-Onlineangebote mit neuen Bestwerten: Ø 7,00 Mio. Visits pro Tag (+22%) – Ø 6,42 Mio. Sichtungen pro Tag (+29%). Im Vergleich zu Januar 2020 steigern sich die Visits um +70% und die Sichtungen um +54%. Die Abrufvideos aus den Genres Fiktion, Information und Kinder erreichen im Januar 2021 ihre bislang höchste Nutzung.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.4; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Februar 2021

Medienforschung

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

14,9%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 15,0% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,1

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
25,40	7,15	4,84	3,86
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
6,37	5,55	4,31	3,17

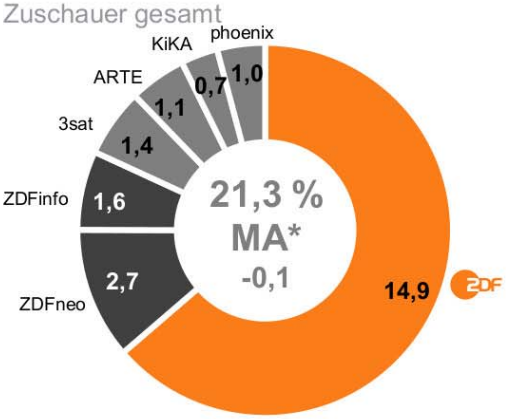
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

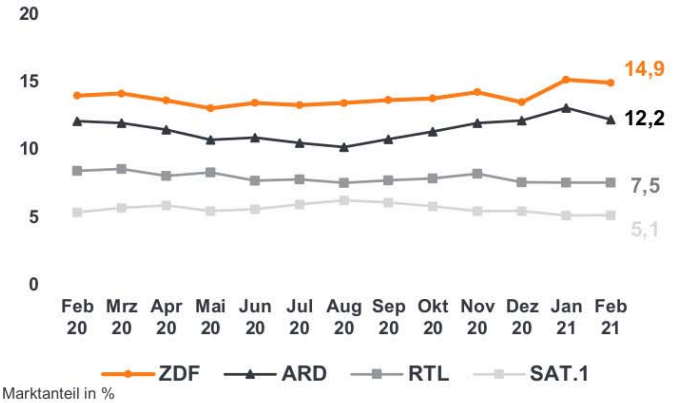


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 56 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 29 J.
phoenix: Ø 62 J.

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

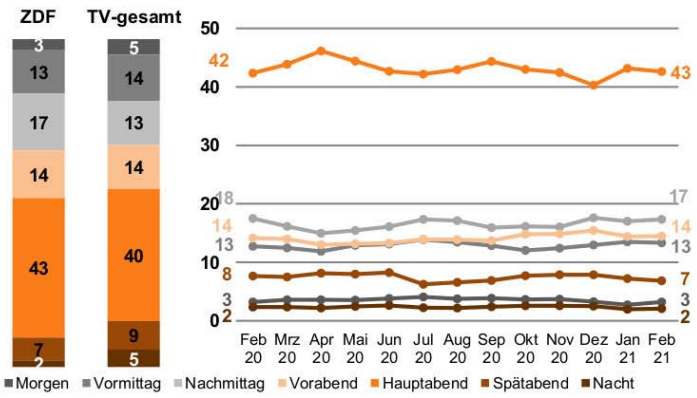
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	14,9	(-0,2)	RTL	10,9	(-0,1)
63	ARD	12,2	(-0,8)	PRO7	9,7	(+0,9)
52	RTL	7,5	(±0,0)	ARD	7,5	(-1,1)
53	SAT.1	5,1	(±0,0)	VOX	7,1	(+0,9)
51	VOX	4,6	(+0,3)	ZDF	6,9	(-0,4)
42	PRO7	3,9	(+0,3)	SAT.1	6,8	(-0,1)
53	Kabel 1	3,2	(+0,2)	RTL2	4,6	(-0,5)
66	NDR FS	2,8	(+0,1)	Kabel 1	4,3	(+0,3)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	**Der Bergdoktor: Bittere Tränen**	**88:26**	**54**	**0,82**	**1.522.234**	**23**	**59**
	Der Bergdoktor: Feuer	88:11	56	0,78	1.376.280	22	59
	Der Bergdoktor: Atemlos	88:54	58	0,53	902.556	25	57
Information	37°: Plötzlich reich	29:30	67	0,14	204.433	27	48
	Aktenzeichen XY... ungelöst vom 10. Februar 2021	93:03	47	0,12	266.300	30	48
	Terra X: Ungelöste Fälle d. Archäologie - Verlorene...	43:30	58	0,12	204.124	24	53
Unterhaltung	heute-show vom 5. Februar 2021	34:57	68	0,67	980.996	28	43
	heute-show vom 12. Februar 2021	32:50	70	0,66	943.083	28	43
	heute-show vom 19. Februar 2021	34:34	70	0,64	910.611	28	44
Kinder	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 19	23:20	65	0,22	331.375	57	16
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 20	23:55	62	0,21	343.566	58	16
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 18	23:41	58	0,21	352.983	56	16
Sport	Vendée Globe - In 80 Tagen um die Welt - Die Doku	42:59	47	0,11	231.152	19	62
	das aktuelle sportstudio am 20. Februar 2021	39:02	44	0,03	63.488	43	33
	das aktuelle sportstudio vom 6. Februar	33:52	53	0,03	52.669	41	29

Nutzung vom 01. bis 28.02.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie liegt wie im Januar auf Platz zwei hinter der ARD-Familie im Senderfamilien-Ranking.
- ZDF-Familie stärker als im Februar 2020 – auch bei Jüngeren (12,2 % MA / +1,0 PP).
- ZDF mit höchstem Februar-MA seit 2014 (15,1% MA), bei 14-49 seit 2018 (7,1% MA) → Jahre mit Olympischen Winterspielen.
- ZDFfamilie mit zweithöchster Nutzung – stärkster Februar: Ø 6,08 Mio. Sichtungen pro Tag (-5%). Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +45%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

„Ganz schön schottisch, ganz schön eigen“ – Eine Reise ans Ende Britanniens“

Bis zur letzten Frist hatten Großbritannien und die EU über ein Freihandelsabkommen verhandelt – an Neujahr 2021 trat es dann in Kraft. Wenige Tage später, am 04.01.21, berichtete ZDF-Korrespondentin Diana Zimmermann in der Dokumentation „Ganz schön schottisch, ganz schön eigen“ von ihrer „Reise ans Ende Britanniens“. (3,74 Mio., 11,7 % MA). Zusätzlich zur aktuellen Berichterstattung aus dem Auslandstudio London über die Brexit-Verhandlungen und die aktuelle Corona-Situation wollte sie mit ihrem Team ergründen, wie sich die Schott*innen nun vom Königreich abgrenzen. Die Dreh-Bedingungen im Oktober und November 2020 waren aufgrund der Corona-Mutation, der verschärften Einreise-Beschränkungen für Schottland und des Shutdowns widrig.

Neben der Dokumentation selbst entstanden aus dem Material der Reise zahlreiche Beiträge in tagesaktuellen Sendungen („heute“, „heute journal“, „heute – in Europa“, „Volle Kanne – Service täglich“) sowie den Social Media. In der ZDFmediathek erreichte die Dokumentation im ersten Monat über 210.000 Sichtungen.

Aktuelle Berichterstattung über die Corona-Pandemie

Im Zeitraum vom 05.02.20 bis 10.02.21 hat das ZDF insgesamt 70 „ZDFspezial“-Ausgaben zur Corona-Pandemie gesendet, darüber hinaus neun Ausgaben „heute spezial“ und drei Ausgaben „heute journal spezial“. Mit dem Andauern der Corona-Pandemie und des Teil-Shutdowns wurden verstärkt Unterschiede in der politischen und wissenschaftlichen Bewertung deutlich, was sich in den Nachrichten und Informationssendungen des ZDF widerspiegelte.

Ein Kernthema war die Lage von Familien, die von der Pandemie besonders betroffen sind. Die noch immer uneinheitlichen Regelungen für Schulen und Kitas stellen viele Eltern vor Betreuungsprobleme. Unterricht per Video-Konferenzen läuft vielerorts spät und mit technischen Problemen an. Über den Start und die Schwierigkeiten bei der Umsetzung digitaler Lernplattformen wurde etwa in der „heute“-Sendung um 19:00 Uhr vom 13.01.21 berichtet.

In der „heute journal“-Sendung vom 09.12.20 schilderten Angehörige und ein Bestatter das oft einsame Sterben von Covid-19-Patient*innen. Die Situation auf den Intensivstationen greift das Nachrichtenmagazin regelmäßig auf, etwa in der Ausgabe vom 05.01.21. Aber auch Initiativen wie die Gründung einer Selbsthilfegruppe von Post-Covid-Patient*innen sind Thema, etwa bei „Volle Kanne – Service täglich“ (04.02.21) oder bei „heute – in Deutschland“ (05.02.21).

Wissenschaftliche Zusammenhänge spielen auch in kurzen, tagesaktuellen Berichten eine zunehmend wichtige Rolle, nicht zuletzt hinsichtlich der Wirksamkeit von Impfstoffen oder der Mutation des Covid-19-Erregers. Unternehmen wie BioNTech kamen regelmäßig – etwa in Form von Interviews mit den CEOs – im Programm vor. In diesem Kontext sind die Kolleg*innen aus der Grafik zu würdigen, die mit ihrer Arbeit zum Verständnis komplexer Sachverhalte beigetragen haben – etwa mit Erklärungen über Studien, Mutationen, Sequenzierung und aktuelle Fallzahlen.

Online berichtete ZDFheute umfassend über die Corona-Pandemie und ihre Folgen, mit Livestreams, aktuellen Videos, Nachrichten und Hintergründen. Das interaktive Datenangebot zählt dabei zu den erfolgreichsten und plattformprägenden Elementen. Deshalb wurde es

weiter ausgebaut und beispielsweise um einen sich automatisch aktualisierenden Impf-Überblick ergänzt, der die Impfzahlen weltweit und in den Bundesländern sowie eine Karte mit den Impfzentren in Deutschland zeigt. In einer aufwändigen Grafik-Story wurden Schicksale gewürdigt, die hinter den hohen Corona-Todeszahlen stehen. Ähnliche Beiträge erklärten nutzerfreundlich alle Aspekte der Pandemie, wie etwa die Sorge vor Mutationen und neue politische Maßnahmen.

Sturm auf das Kapitol

In allen Sendungen der Aktualität wurde ausführlich und hintergründig über den Sturm auf das US-Kapitol am 06.01.21 berichtet. „ZDFheute live“ ging bereits um 20:15 Uhr auf Sendung und ordnete das Geschehen über Website, App, Facebook und YouTube mit Korrespondent Elmar Theveßen vor Ort und der deutsch-amerikanischen Politologin Cathryn Clüver Ashbrook ein. Zudem wurde umgehend ein Liveblog gestartet, mit aktuellen Videos, einer Bilderserie und Nachrichtenmeldungen. Die Rubrik der „heute“-Nachrichten in der ZDFmediathek erzielte an diesem Tag 2,74 Mio. Visits, „ZDFheute live“ erreichte allein bei Facebook rund 71.000 Views.

Am Abend des Ereignisses berichtete ein verlängertes „heute journal“ mit aktuellen Beiträgen und Schaltgesprächen (8,82 Mio., 29,4 % MA). Auch bei der kurzfristig realisierten „heute journal spezial“-Ausgabe um kurz nach 23 Uhr (3,40 Mio., 17,4 % MA) und dem planmäßigen „heute journal update“ (1,58 Mio., 20,2 % MA) blieb das Publikumsinteresse hoch.

Die „heute“-Sendung um 19:00 Uhr am Folgetag deckte das Thema mit ausführlichen Informationen und Analysen aus Washington ab. Dazu kamen Beiträge aus der Zentrale und Reaktionen aus Berlin. Die Sperrung des Twitter-Accounts von Donald Trump in den Tagen nach dem Sturm, aber auch die Pläne für ein neues Amtsenthebungsverfahren waren gleichfalls Gegenstand der Berichterstattung. Am 14.01.21 wurde die Bundestagsdebatte zu den Ereignissen in der US-Hauptstadt von den Kolleg*innen aus dem Hauptstadtstudio differenziert aufbereitet.

2.3.2 Programmdirektion

Musik-Shows zu Weihnachten und dem Jahreswechsel

Wie viele andere Programme standen auch die Show-Events zum Jahreswechsel in Machart und Annonce sehr im Zeichen der aktuellen Corona-Situation. So wurde „Die Helene Fischer-Show“ durch einen „Best Of“-Zusammenschnitt mit Material aus den vergangenen Jahren ersetzt. Neu produziert wurden lediglich einige rahmende Moderationen. Das Sonderformat konnte damit nicht an die überdurchschnittliche Akzeptanz der Vorjahre anknüpfen. Dennoch erreichte die Sendung am 25.12.20 4,29 Mio. Zuschauer*innen (14,3 % MA) und einen Marktanteil von 12,6 % in der jüngeren Zielgruppe.

Dem Team der „heute-show“ mit Anchorman Oliver Welke ist zum Ende des unter dem Eindruck der Corona-Pandemie stehenden Jahres ein stark nachgefragter Abschluss gelungen. Die schon traditionelle Ausgabe mit der satirisch überhöhten Verleihung des „Goldenen Vollpfosten 2020“ sahen erstmals über 5 Mio. Zuschauer*innen. Damit hat die diesjährige Ausgabe des Jahresrückblicks mit 20,8 % den höchsten Marktanteil aller bisherigen Rückblicksendungen erzielt. Auch in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen erzielte das Format überdurchschnittlich hohen Zuspruch (1,86 Mio., 23,9 % MA).

„Willkommen 2021“

Andrea Kiewel und Johannes B. Kerner begrüßten das neue Jahr und die Zuschauer*innen live vom Brandenburger Tor. Das fehlende Publikum vor Ort wurde u. a. durch eine Social-Media-Aktion und Schaltgespräche zu Prominenten und Zuschauer*innen kompensiert. Ein Highlight der diesjährigen Silvestershow war die besondere Illumination des Brandenburger Tors mit aufwändigen Video- und Lichteffekten. 3,57 Mio. Zuschauer*innen verfolgten die Show aus Berlin (13,1 % MA, 15,5 % MA bei 14-49). Den Jahreswechsel erlebten fast 9 Mio. Menschen live im ZDF.

Die Einladung des Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier und von First Lady Elke Büdenbender zum traditionellen Konzert „Weihnachten mit dem Bundespräsidenten“ führte 2020 ins brandenburgische Bernau. Auch wenn das Konzert in der Kirche St. Marien coronabedingt ohne Gäste vor Ort auskommen musste, erlebten die Zuschauer*innen am Bildschirm ein stimmungsvolles und zuversichtliches Programm, präsentiert u. a. von der Sopranistin Sonya Yoncheva, dem Popsänger Sasha und der Schauspielerin Iris Berben, die die Weihnachts-Lesung übernahm.

Online-Konzerte als Unterstützung für die Musikszene

Seit bald zwölf Monaten können Musiker*innen nicht mehr tun, wofür sie jahrelang geprobt haben: vor Publikum auftreten. Für Newcomer*innen und die deutsche Clubkultur bedeutet ein Jahr ohne Auftritte auch ein Jahr mit gravierenden finanziellen Einbußen, wenn nicht gar Existenznöten. Mit der neuen Online-Konzertreihe „Stay Live“ greift ZDFkultur zusammen mit der gemeinnützigen Fördereinrichtung „Initiative Musik“ der stillgelegten Musikszene unter die Arme. In Clubs in ganz Deutschland stellen junge Musiker*innen ihr Können unter Beweis und treffen auf anerkannte Größen aus Pop, Rock oder Hip-Hop. Die im Februar gedrehten 15 Konzerte werden ab März auf ZDFkultur veröffentlicht. Das Konzert- und Dokuformat ist Teil von #BEATCovid; unter diesem Hashtag bündelt das ZDF künftig seine besonderen kulturellen Anstrengungen während der Pandemie.

Hochglanz-dokumentation zum Jahresauftakt

In das Jahr 2021 startete „Terra X“ mit dem Fünfteiler „Ein perfekter Planet“. Vom 03. bis 31.01.21, jeweils sonntags um 19:30 Uhr, stellte die Reihe unsere Welt in hochwertigen Bildern unter Verwendung neuester Satellitentechnologie dar, versuchte aber auch gleichzeitig, die Bedrohung der Natur durch den menschengemachten Klimawandel und das Artensterben in den Fokus zu nehmen. Anhand zahlreicher Beispiele aus der Tierwelt schilderten die Dokumentationen, wie unser Planet funktioniert.

Neue Bildungsangebote für Schüler*innen

Viele Schüler*innen kennen „Terra X“ aus dem Fernsehen, der ZDFmediathek oder der Schule. Seit Jahren nutzen und empfehlen viele Lehrer*innen die Sendungen für den Unterricht. Doch die Fernsehlänge passt nicht immer in den Rhythmus einer Schulstunde. Das ZDF hatte sein Angebot für Schüler*innen und Lehrer*innen bereits während der Schulschließungen im März 2020 beträchtlich aufgestockt und kurzfristig die Themenseite „Virtuelles Klassenzimmer“ in der ZDFmediathek sowie den YouTube-Kanal „Terra X statt Schule“ gestartet.

Hinzu kamen nun „Terra X plus Schule“ in der ZDFmediathek und die Weiterentwicklung von „Terra X statt Schule“: „Terra X plus“ auf YouTube. Sie ergänzen das bestehende Angebot jede Woche noch einmal durch mehrere kurze Erklärvideos (drei bis acht Minuten) zu verschiedenen Schulfächern und Themenbereichen und veranschaulichen komplexe Zusammenhänge. Die Videos können dabei nicht den Unterricht ersetzen, sie sollen vielmehr ein attraktives Zusatzangebot für Schüler*innen und Lehrer*innen sein, um in dieser

schwierigen Zeit in der Schule und zu Hause einen motivierenden Einstieg in Themen und Hilfe bei Hausaufgaben zu erhalten. Unterstützung erfährt das Projekt durch die „Terra X“-Moderatoren Dirk Steffens, Colin Devey, Harald Lesch und Mirko Drotschmann. Ihnen allen ist die Vermittlung von Wissen an junge Menschen ein persönliches Anliegen. Das Angebot von etwa 100 Videos wurde bereits nach kürzester Zeit mit 45.100 Abonnent*innen und 3,6 Mio. Zugriffen gut angenommen (Stand 21.01.21).

Geplant sind weitere Events wie die „Live-Schulstunde“ von „Terra X“ auf YouTube am 11.02.21, in denen Wissenschaftler wie Professor Harald Lesch für Schüler*innen unterrichtsrelevante Themen erklären. Dabei können die Schüler*innen vorab und auch während der Live-Sendung Fragen stellen.

Erweiterung des Miniserien-Portfolios

Im Januar 2021 strahlte das ZDF die True-Crime Serie „Höllental“ aus. Die Reihe rekonstruiert das Verschwinden der Peggy Knobloch. Der Fall bleibt bis heute ein Rätsel und ist einer der berühmtesten Kriminalfälle Deutschlands, der in der sechsteiligen dokumentarischen Serie genau rekonstruiert wird.

Auf Initiative der Redaktion ‚Das kleine Fernsehspiel‘ wurde diese erste deutsche True-Crime Serie in drei Jahren entwickelt und produziert. Die Regisseurin Marie Wilke hat eine besondere visuelle Darstellung gefunden, die sich von bekannten True-Crime-Formaten unterscheidet, auch da es in Deutschland beispielsweise keinen Zugang zu gefilmten Verhören oder Prozessen wie in den USA gibt.

„Höllental“ erzielte ein großes publizistisches Echo, wobei besonders der respektvolle Umgang mit den Protagonist*innen innerhalb des sonst häufig auf reißerische Effekte setzenden Genres gelobt wurde. Die Abrufzahlen in der ZDFmediathek sind für eine dokumentarische Serie überdurchschnittlich hoch, das lineare Interesse war dagegen eher verhalten. Durchschnittlich erreichte die Reihe 0,52 Mio. Zuschauer*innen (5,4 % MA).

Mit dem Familiendrama „Tod von Freunden“ (ab 07.02. an vier aufeinanderfolgenden Sonntagen, jeweils 22:15 Uhr) setzte das ZDF einen besonderen Akzent auf dem Gebiet der modernen Serien-Fiction. Die als internationale Koproduktion entstandene Mini-Serie erzählte von zwei befreundeten Familien, einer deutschen und einer dänischen, deren idyllisches Inselleben aus den Fugen gerät, als eines der Kinder plötzlich verschwindet. Aufgegriffen wurde der Umgang mit unliebsamen Wahrheiten, Versagen und Schuld – und der zweifelhafte Wert von Glück, das auf einer Lüge beruht. Autor und Regisseur Friedemann Fromm stellte diese Fragen im Gewand einer emotionalen Dramaturgie und zeigte Familie als einen lebensstiftenden, aber auch zerbrechlichen Organismus. Die aufwändige Produktion mit namhaftem Schauspielerensemble (u. a. Jan Josef Liefers, Katharina Schüttler) fand linear nicht die erhoffte Akzeptanz (Ø 1,60 Mio., 8,8 % MA). In der ZDFmediathek konnte sie bereits rd. 3,7 Mio. Sichtungen verzeichnen (Stand 09.03.21).

Neue Folgen in einer Traditionsmarke

Mit zwei Filmen der neuen Reihe „Nächste Ausfahrt Glück“ (28.02. und 07.03.20, jeweils 20:15 Uhr) erweitert das ZDF das Portfolio der Traditionsmarke „Herzkino“. 30 Jahre nach dem Mauerfall treffen darin Kanada-Auswanderer Juri und Erzieherin Katharina in ihrer Heimatstadt Eisenach wieder aufeinander. Die Anziehung zwischen den beiden ist noch genauso groß wie damals, doch die Lebenswelten könnten nicht weiter voneinander entfernt sein. Über eine große Liebes-, Freundes- und Familiengeschichte wird nicht nur das Thema

der innerdeutschen Teilung und Wiedervereinigung erzählt, sondern auch die grundsätzliche Frage gestellt, welcher Lebensentwurf glücklich macht.

Besetzt u. a. mit Valerie Niehaus sowie Dirk Borchardt und inszeniert von der ostdeutschen Regisseurin Francis Meletzky stellt die romantische Komödienreihe neben ihrer weiblichen Hauptfigur zwei ungewöhnliche Männer sowie einen bisher kaum bespielten Landstrich im Osten unserer Republik in ihr Zentrum.

Entwicklungsfeld: Comedy aus weiblicher Perspektive

Die neue Sketch-Show „Queens of Comedy“ feiert die unterschiedlichsten Frauentypen in allen Lebenssituationen und liefert einen weiblichen Blick auf Zeitgeist und Zeitgeschehen: Egal, ob sie in die Rolle gestresster Helicopter-Mums schlüpfen oder als verwirrte Kommissarin männliche Kollegen in den Wahnsinn treiben, ob sie es im Büro mit dem Arbeitsleben aufnehmen oder im Dickicht des Nachtlebens auf Partner-Pirsch sind. In „Queens of Comedy“ agieren Top-Comediennes und komödiantische Schauspielerinnen in wiederkehrenden Figuren. Neben Caroline Frier und Cordula Stratmann sind Annette Frier, Diana Amft, Joye Ilg und Maria Clara Groppler unter der Regie von Sabrina "Suki" Maria Roessel zu sehen. Das Format ist auch in den entscheidenden Positionen hinter der Kamera weiblich besetzt.

Der filmische Look der einzelnen Sketche spiegelt auch auf der Bildebene den Diversitätsgedanken des Formates wider. Die Ausstrahlung ist in sechs Folgen ab Juni 2021 geplant.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

„Years and Years“ in deutscher Free-TV-Premiere

Beginnend im Jahr 2019 erlebt die fiktive britische Familie Lyons eine herausfordernde Zeit: Großbritannien ist aus der EU ausgetreten, Griechenland und Spanien revoltieren, in Italien herrscht Bürgerkrieg, Angela Merkel ist gestorben und ein Bankencrash hat die Weltwirtschaft in Trümmer gelegt. Die Welt steht in Flammen, seit Donald Trump 2021 zum Auftakt seiner zweiten Amtszeit eine Atomrakete auf eine chinesische Insel abfeuern ließ. In dieser Dystopie um eine populistische Politikerin (Emma Thompson) zeigt die britische Dramaserie „Years and Years“, wie sich bröckelnder gesellschaftlicher Zusammenhalt über 15 Jahre hinweg auf das Leben einer drei Generationen umspannenden Familie auswirkt. Innerhalb der ersten drei Wochen seit Onlinestellung erzielten die sechs Folgen zusammen über 1 Mio. Sichtungen.

„Wie lange ist für immer?“ 2-teiliges Social Factual mit Janin Ullmann

Begleitet von wissenschaftlichen Expert*innen will Moderatorin Janin Ullmann klären, ob "für immer" noch ein zeitgemäßes Beziehungsmodell ist. Hinterfragt wird, wieso man sich in eine bestimmte Person verliebt und welche bewussten und unbewussten Prozesse bei der Partnerwahl ablaufen. Um Antworten auf diese Fragen zu finden, gewähren fünf Paare einen persönlichen Einblick in ihren Beziehungsalltag, ihre großen und kleinen Kämpfe und in ihre Art, zu lieben. Wissenschaftler*innen aus verschiedenen Fachbereichen beobachten die unterschiedlichen Liebesmodelle und ordnen mithilfe von Experimenten ein, wie es um die Beziehung der teilnehmenden Paare steht. Dabei werden die komplexen biochemischen, anthropologischen, sexuellen und psychologischen Strukturen der romantischen Liebe erklärt.

Entwicklungsfelder

Nach den Pandemie-Erfahrungen im Jahr 2020 und den unter diesem Eindruck kurzfristig auftragsproduzierten Serien „Drinnen – Im Internet sind alle gleich“ mit Lavinia Wilson und „Liebe. Jetzt!“ (Regie u. a. Maryam Zaree) wird ZDFneo im Frühjahr 2021 zwei weitere Serien im Bereich „Instant Fiction“ realisieren, die nah am Alltag der jungen Kernzielgruppe sind. Eines der Programme wird sich mit der Beziehungsbiografie einer jungen Frau beschäftigen, das zweite damit, wie gesellschaftliche Verunsicherung und Verschwörungsideologien eine Paarbeziehung verändern können.

Im non-fiktionalen Bereich arbeitet ZDFneo nach „Wie lange ist für immer?“ mit Janin Ullmann an einem weiteren Social Factual mit Collien Ulmen-Fernandes. In „Rabenmütter oder Super Moms?“ soll es im Frühjahr um die Herausforderungen gehen, vor denen berufstätige Mütter stehen und die Rollennormen, mit denen sich Mütter in unterschiedlichen Lebensmodellen konfrontiert sehen.

Im Showbereich schickt ZDFneo die Berlinerin Ariane Alter mit „Late Night Alter“ in eine zweite Staffel, bevor im Frühjahr eine neue Show mit dem Autoren und Kolumnisten Tommi Schmitt das Portfolio ergänzt.

Ausblick

Um das Angebot junger Fiction in der ZDF-Familie zu erweitern, die unter dem Label „neoriginal“ im TV-Programm und in der ZDFmediathek angeboten wird, entwickelt und beauftragt ZDFneo fortlaufend geeignete Serien in den Genres Drama, Thriller und Sitcom und identifiziert dafür im europäischen Markt passende Stoffe für Koproduktionen. Ab Sommer 2021 soll eine Reihe von Comedyserien das Programmangebot bereichern.

2.4.2 ZDFinfo

Siehe Fernsehratsvorlage FR 3/21.

2.5 Partnerprogramme

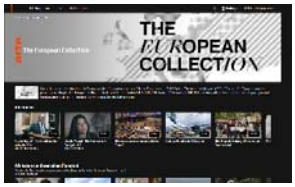
2.5.1 ARTE

Im Januar begab sich ARTE mit dem Schwerpunkt „Winter of Oceans“ zwei Wochen lang auf hohe See: Ob Quelle des Lebens, Sehnsuchtsort für Abenteurer*innen, Ursprung von Mythen und Sagen, Schauplatz legendärer Schlachten, bedrohtes Biotop oder Gegenstand der Forschung – Ozeane sind ein Universum für sich und rufen eine Vielzahl von Assoziationen hervor. ARTE spürte ihnen in Dokumentarfilmen, Reportagen und auch Spielfilmen nach. Zu den Höhepunkten gehörten u. a. die vom ZDF eingebrachten Spielfilme „Die Tiefseetaucher“, „Whale Rider“ sowie die Dokumentationen „In den Fängen der Wikinger“, „Die Eroberung der Weltmeere“, der Zweiteiler „Das U-Boot“ und „Irlands wilder Atlantik – Wale, Haie und die Tiefsee“.

Ende Februar reflektierte ARTE das, was vielen fehlt in diesen langen Monaten des Ausnahmezustands: Berührungen. In dem fiktionalen wie dokumentarischen Schwerpunkt „ARTE berührt“ (28.02.-06.03.21) fragte der Sender, was das Nicht-Berühren mit unserer Gesellschaft macht. Im Mittelpunkt standen u. a. die Dokumentationen „Haut an Haut Eine kurze Kulturgeschichte der Berührung“ und „Osteopathie – „Heilen mit den Händen“ sowie die Spielfilme „Zeit der Unschuld“, „Exotica“ und „Perfect Sense – Ein moderne Liebesgeschichte“.

Unter der bereits im vergangenen Jahr ins Leben gerufenen Initiative #WirBleibenOffen verstärkt ARTE weiterhin sein Engagement für den Kulturbetrieb und startet in den nächsten Monaten weitere Projekte auf ARTE Concert. Nach dem großen Erfolg von „Hope@Home“ widmet sich Daniel Hope seit dem 12. Februar freitags bis sonntags in der neuen Online-Reihe „Europe@Home – Europa zu Gast bei Daniel Hope“ in 27 Sendungen jeweils einem anderen europäischen Land, dessen Musik und Künstler*innen. Ein weiteres von ZDF/ARTE initiiertes Online-Format ist die von Thelma Buabeng moderierte Konzert- und Performance-Reihe „Open Stage Berlin – Die tägliche Doris“ aus den Berliner Reibeckhallen, bei der seit dem 22. Februar – täglich montags bis donnerstags – zwei Bands live auftreten. Im März startete ARTE Concert zudem das interaktive Streetdance-Projekt „#IDanceMyStory“: Junge Menschen verschiedener Herkünfte und Lebensweisen, Laien wie Tanzprofis, begegnen sich hier in der internationalen Sprache des Tanzes mit den Mitteln der digitalen Welt. „#IDanceMyStory“ ist eine Online-Kampagne, die im Sommer 2021 durch ein Casting und ein Masterclass-Camp zu direkten deutsch-französischen Begegnungen führt.

Entwicklungsfeld



Mit dem Ziel, die deutsch-französische und die europäische Ebene öffentlich miteinander zu verbinden, wurde die Plattform „The European Collection“ ins Leben gerufen. Die beteiligten Partner ARTE, ARD, ZDF, France Télévisions und – seit 2021 – SRG SSR bieten eine gemeinsame Programmauswahl an, die aus Perspektive der europäischen Nachbarn einen Blick auf die drängenden gesellschaftlichen Fragen der europäischen Gesellschaften wirft. In der ZDFmediathek ist diese Sammlung unter https://www.zdf.de/arte/the-european-collection zu finden.

In einer bewusst kaum beworbenen Vorab-Veröffentlichung (sog. ‚Soft Launch‘) ab Ende November 2020 wurde die Plattform unter Federführung von ARTE mit einer ersten Auswahl von ungefähr 50 Programmen schrittweise in den Mediatheken der Partner zugänglich gemacht. Der offizielle Start mit einer Kommunikationskampagne ist für Frühjahr 2021 geplant, sobald SRG SSR alle technischen Anforderungen erfüllt. Vorgesehen ist eine Erweiterung des Programmangebots mit einem thematischen Fokus u. a. auf Klimawandel bzw. Klimakrise, Europa und die Pandemie, europäische Lebensweisen, Demokratie in Gefahr und europäische Jugend sowie die Akquise weiterer Projektpartner aus Europa.

Ausblick

Im Mai zeigt ARTE die erste innerhalb des Abkommens „Grand Accord Documentaire“ entstandene europäische Koproduktion „Napoleon und Metternich: Der Anfang vom Ende“ anlässlich von Napoleons 200. Todestag. Der Film erzählt, wie Napoleon in seiner Zeit als Herrscher ein solides und vorher nie da gewesenes deutsch-französisches Bündnis hätte bilden können – als Grundfeste für ein zukünftiges Europa. Doch er verpasste diese historische Gelegenheit und bezahlte den Fehler mit dem Verlust seines Kaiserreichs.

Stimmen können uns bewegen, uns verführen, uns unterhalten und antreiben – aber auch quälen und verängstigen. ARTE nimmt „Stimmen“ zum Thema und wendet sich mit einem „Summer of Voices“ als popkulturell geprägtem Schwerpunkt in den Sommermonaten der Stimme als Zentralorgan im musikalischen Bereich zu. Der Schwerpunkt wird auch jene Persönlichkeiten beleuchten, die im Wortsinne ihre Stimme erhoben haben, um sich Gehör zu verschaffen.

2.5.2 3sat

Siehe Fernsehratsvorlage FR 4/21.

2.5.3 phoenix

Nach wie vor beherrscht die Corona-Pandemie das phoenix-Programm im Berichtszeitraum. Mit barrierefreien Live-Übertragungen von relevanten Pressekonferenzen des Robert-Koch-Instituts oder des Gesundheitsministeriums, von Bundestagsdebatten und mit Gesprächssendungen wie „unter den linden: Zwischen Impfversprechen und Existenzangst – Wie gerecht ist die Corona-Politik?“ bildet phoenix das Thema umfassend ab. Ergänzt wird dieses Portfolio durch die „phoenix runde“ mit Themen wie „Von Homeoffice bis Ausgangssperren – Was wird verschärft?“ (19.01.21) oder einem „phoenix persönlich“ mit dem Virologen Professor Hendrik Streeck sowie der Reihe „corona nachgehakt“.

Der außenpolitische Schwerpunkt lag auf dem Stabwechsel im Weißen Haus, der Weigerung des Ex-Präsidenten Donald Trump, seine Wahlniederlage einzugestehen, dem Sturm auf das Kapitol und dem Beginn der Amtszeit des neugewählten US-Präsidenten Joe Biden. Seine Inauguration, die von phoenix live übertragen wurde, bescherte dem Sender einen neuen Zuschauerrekord: Während Joe Biden und seine Vizepräsidenten Kamala Harris ihren Amtseid ablegten, verfolgten das mehr als eine Mio. Zuschauer*innen (20.01.21; 5,9°%°MA). phoenix erreichte damit einen der höchsten Tagesmarktanteile seit Bestehen des Senders.

Die phoenix-Dokumentationen lieferten einen historischen Hintergrund zu Machtmissbrauch und Manipulation in der US-Geschichte mit der Deutschlandpremiere des Zweiteilers „Der Kommunistenjäger. Aufstieg und Fall des Joe McCarthy“.

Um die Arbeitsabläufe organisatorisch besser zu koordinieren, hat phoenix im Dezember 2020 einen Digitaldesk eingerichtet, der dem Informationsaustausch zwischen den Redaktionen und anderen Abteilungen dient und die aktuelle Programmplanung mit den Telemedienangeboten, den Social-Media-Kanälen und den Mediatheken von ARD und ZDF besser vernetzt. Ziel dieses Desks ist es, schneller, effizienter, zuverlässiger und zielgruppengerechter die digitalen Ausspielwege zu bedienen und Doppelarbeit zu vermeiden.

2.5.4 KiKA

In der Adventszeit wurde das fiktionale Serienangebot bei KiKA durch weitere ZDF-Formate ergänzt. Als Premieren starteten die 3D-Animationsserie „Mumintal“ – ein Remake der Mumin-Serie aus den 1990er Jahren – sowie die Realserie „Malory Towers“. „Mumintal“ richtet sich mit tiefgründigen Geschichten um die nilpferdartigen Mumins an Grundschüler*innen und Familien. „Malory Towers“ nach der Buchreihe „Dolly“ von Enid Blyton spricht mit Internatsgeschichten vor allem ältere Grundschüler*innen an. Die Zielgruppe der Preteens verfolgte intensiv die dritte Staffel der Fantasy-Serie „Find me in Paris“. Dabei bestätigte sich mit 4,8 Mio. Sichtungen der Folgen im Dezember die kontinuierliche Verschiebung vom Linearen hin zur nonlinearen Mediennutzung der Kinder.

Neue fiktionale Angebote

„Die Mädchen-WG“

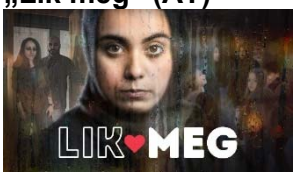
Die Entwicklung zur nonlinearen Nutzung zeigten auch die Zahlen für die vor allem bei Preteens erfolgreiche Doku-Reihe „Die Mädchen-WG/Die Jungs-WG“. Zu Jahresbeginn starteten 20 Folgen der neuen Ausgabe „Die Mädchen-WG – Im Schloss am See“.

Stand 08.03.21 ergab die Auswertung der Nutzungszahlen für Zuschauer*innen gesamt, dass die 20 Folgen eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,51 Mio. Zuschauer*innen pro Folge über TV und ZDFmediathek erreichten. Davon erfolgten 39 % der Nutzung über TV und 61 % über die ZDFmediathek. Auf dem im April 2020 gestarteten WG-YouTube-Kanal waren ebenfalls Videoclips aus der Staffel eingestellt. Gleich mehrere davon schafften es in die YouTube-Trends, der Liste für angesagte Videos, die auf YouTube auch diejenigen erreicht, die die WG noch nicht kennen.

„Dein Song“

Ab dem 22.02.21 zeigte KiKA die 13. Staffel des Nachwuchs-komponisten-Wettbewerbs „Dein Song“. Der Anspruch des Event-Formats, den musikalischen Nachwuchs zu fördern und nachhaltig zu begleiten, wurde mit einer Neuerung gestärkt. Erstmals erhalten ausgeschiedene Kandidat*innen die Chance auf einen direkten Platz im Casting der nächsten Staffel. Dafür müssen sie sich mit einem neuen Song in einem Online-Contest der Konkurrenz stellen. Mit diesem digitalen Zusatz-Event erweitert die Marke „Dein Song“ sein vielseitiges Online-Angebot rund um Kandidat*innen, Jury, Songs und Musikvideos.

„Lik meg“ (AT)



In der norwegischen Webserie „Lik meg/Like me“ (AT) geht es um zwei 12-jährige Mädchen, deren Freundschaft durch Ausgrenzung und Mobbing in ihrer Klasse auf eine harte Probe gestellt wird. In Ansprache, Erzählweise und Machart knüpft die Umsetzung an die Jugend-Serie „DRUCK“ (funk) an, die sich durch authentische Inhalte nah am Lebensgefühl der Zielgruppe auszeichnet. „Lik meg“ richtet sich an Zuschauer*innen ab 10 Jahren, die täglich fiktionale und tagesaktuelle Veröffentlichungen der Handlung im Netz finden, bevor am Wochenende die Zusammenfassung der Geschehnisse bei KiKA im Linearen zu sehen ist. Drehstart ist für Mitte des Jahres 2021 geplant.

Ausblick: Schemaänderung am Wochenende

Bereits 2019 wurde die lineare Sendestrecke für Wissens- und Informationsprogramme in der KiKA-Primetime erfolgreich umgestellt. Seither laufen von Montag bis Donnerstag um 19:25 Uhr die beliebtesten Wissensmagazine alternierend bei KiKA, wie z. B. „PUR+“ (ZDF) oder „Wissen macht Ah!“ (WDR), mit positiven Effekten auf die Nachfrage im TV und im Netz. Eine weitere Schemaoptimierung ist nun für den zuschauerstarken und im Medienmarkt hart umkämpften Samstagnachmittag geplant. Zu dieser Zeit setzt sich das Publikum vor allem aus Kindern im Grundschulalter zusammen, deren Sehbedürfnis überwiegend durch „Lean back“-Angebote abgedeckt wird. Deshalb soll nun die Animationsstrecke ausgebaut und mit bekannten Formaten bestückt werden. Diese stehen in der nutzungsintensiven Zeit des Wochenendes dann auch im KiKA-Player online zur Verfügung.

2.5.5 funk

Die Corona-Krise wirkt sich auf das Leben der funk-Zielgruppe weiter massiv aus. Für funk hat das Thema drei wichtige Facetten. Auf der einen Seite stehen die Informationen rund um die Ausbreitung des Virus und die Situation in Deutschland und der Welt. Hier spielen die Wissensformate von funk eine bedeutende Rolle bei der Information der jungen Zielgruppe. Nicht ohne Grund ist das „maiLab“-Video „Corona geht gerade erst los“ von Anfang April 2020 mit über

sechs Mio. Aufrufen das erfolgreichste YouTube-Video in Deutschland im Jahr 2020. Mit „So endet Corona“ (knapp 2,5 Mio. Abrufe bei YouTube, Stand 05.03.21) fasste der Kanal im Januar die aktuelle Situation erneut zusammen. Sehr wichtig für die Information der jungen Zielgruppe ist auch der Instagram-Kanal von funk. Hier werden aktuelle Informationen vermittelt. Dabei wird vor allem auf die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangebote verwiesen.

Wissensinhalte

Besonders herausgefordert sind junge Menschen derzeit auch in Ausbildung und Schule. funk kann natürlich den Schulausfall nicht kompensieren. Dennoch melden viele Schüler*innen zurück, dass sie funk-Inhalte zum Lernen nutzen oder auch von ihren Lehrer*innen zur Vertiefung angeboten bekommen. funk hat darauf reagiert und eine eigene Playlist für das Homeschooling zusammengestellt, in der potentiell für die Schule geeignete Wissensinhalte gebündelt werden. Auch wurden erste Erfahrungen mit einem Newsletter für Lehrkräfte gesammelt.

Lebenssituation der Zielgruppe in der Corona-Pandemie

Nicht zuletzt ist aber die Lebenssituation von jungen Menschen ein Thema, das funk immer wieder aufgreift. Die Spannbreite reicht hier von der Situation an Schulen etwa bei MrWissen2Go: „Was sich jetzt an Schulen ändern muss“ (284.000 Abrufe bei YouTube, Stand 05.03.21) bis hin zu Belastung in Studium und Ausbildung oder dem Versuch, die Lebenswelt einer Abschlussklasse abzubilden und mit der Community auf dem funk-Auftritt bei Instagram zu diskutieren. Wichtig sind auch humorvolle Auseinandersetzungen mit dem Alltag in der Krise, z. B. in „Impfgegner in der Zombie-Apokalypse“ oder „Post-Pandemie-Fitness“ im Format „Aurel“.

An die Grenzen stößt die Abbildung des Pandemie-Alltags bei fiktionalen Formaten wie „DRUCK“. Auch wenn das Format relativ aktuell produziert wird, lassen sich inzwischen die aktuellsten Wendungen im Pandemiegeschehen nicht mit wenigen Wochen Vorlauf voraussehen. Die Pandemie findet in der Serie weiter statt, es wurde aber mit der Community darüber kommuniziert, dass das aktuelle Geschehen oder auch die aktuell geltenden Regeln in der Serie nicht immer genau gegriffen werden können. Die Akzeptanz und das Verständnis für diese Herangehensweise in der Community ist groß, so wie auch der Unterschied zwischen fiktionaler Serie und Realität gut verstanden wird. Im Fokus der aktuellen Staffel von „DRUCK“ steht auch nicht die Pandemie, sondern die Geschichte von Fatou, ihre Schwierigkeiten in der Schule und ihre Liebesgeschichte mit ihrer Mitschülerin Kieu My. Die beiden aktuellen Staffeln der Serie sind die ersten, die ohne norwegische Vorlage entstanden sind. Die Grundlage stellte eine intensive Recherche unter deutschen Jugendlichen dar. Ziel war es, tief in die Lebensrealität der Generation einzutauchen und neue, authentische Geschichten für „DRUCK“ zu entwickeln. Seit dem Start der 6. Staffel am 18.12.20 wurden dabei insgesamt 7,34 Mio. Views bei YouTube gesammelt (Stand 31.01.20).

Neu gestartet ist im Berichtszeitraum die monatliche Talk-Rubrik ‚PRESS SELECT‘ beim Gaming-Format „Game Two“, die auch als Podcast angeboten wird. Zum Start ging es in „Sexismus im Gaming“ etwa um die Frage, warum zockende Frauen so häufig anders beurteilt werden als Männer und was gegen Sexismus im Gaming getan werden kann. Darüber sprachen die „Game Two“-Social-Media-Managerin Pheline Brosch, die Streamerinnen OddNina und TinkerLeo sowie der YouTuber LeFloid. Die Besonderheit des Formates besteht darin, dass solche Diskurse in der Gaming-Community selbst stattfinden, anstatt über diese Community zu sprechen.

Neu in der ZDF-Zulieferung ist seit November auch das Format „So Many Tabs“. Vier Expertinnen erklären, wie Informatik und Technik im digitalen Zeitalter funktionieren. In den ersten Folgen ging es zum Beispiel um den Netflix-Algorithmus oder Datenschutz bei WhatsApp und Instagram. In den ersten Monaten konnte das Format über 23.000 Abonnent*innen sammeln.

Formatübergreifende Schwerpunkte

Im Berichtszeitraum hat funk außerdem in zwei Schwerpunkten Inhalte zu gesellschaftlich relevanten Themen gebündelt. Beim Schwerpunkt über „Armut in Deutschland“ im Dezember ging es um das Thema soziale Ungleichheit. Dabei stand auch im Fokus, wie die Pandemie aktuell Probleme verschärft. Im Januar befasste sich funk mit dem Thema „Leben mit Behinderung“. Im Fokus standen dabei zum Beispiel Barrierefreiheit in der Politik, Mobbing von Betroffenen oder die Frage, warum gehörlose Frauen viel häufiger von Gewalt betroffen sind als andere Frauen.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Ernst-Schneider-Wirtschaftspreis 2020**
Sendung / Beitrag:	Frontal 21: Steuereintreiber bei Google & Co. – Fiskus kassiert beim Mittelstand
Kategorie:	Kurzbeitrag (Michael Haselrieder und Daniel Pontzen)
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortliche Redakteurin:	Ilka Brecht

Preis:	**International Documentary Festival Sondrio 2020**
Sendung / Beitrag:	Die Wälder des Nordens
Kategorie:	International Panel of Judges Prize
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Marita Hübinger

Preis:	**Rose d’Or Awards 2020**
Sendung / Beitrag:	Es war einmal im Irak
Kategorie:	Bester Dokumentarfilm; Goldene Rose für herausragendes Projekt
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Miriam Carbe

Preis:	**Europäischer Filmpreis 2020**
Sendung / Beitrag:	Undine
Kategorie:	Beste Schauspielerin (Paula Beer)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I; ARTE
Verantwortliche Redakteur*innen:	Carolinen von Senden; Alexander Bohr (ARTE)

Preis:	**Deutsche Akademie für Fernsehen 2020**
Sendung / Beitrag:	Sterne über uns
Kategorie:	Schauspielerin Hauptrolle (Franziska Hartmann)
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteur*innen:	Claudia Tronnier, Lucas Schmidt; Doris Hepp (ARTE)
Sendung / Beitrag:	Tage des letzten Schnees
Kategorie:	Schauspielerin Nebenrolle (Victoria Mayer)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I
Verantwortliche Redakteurin:	Karina Ulitzsch
Sendung / Beitrag:	Merz gegen Merz
Kategorie:	Schauspieler Nebenrolle (Michael Wittenborn)
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurin:	Sarah Flasch
Sendung / Beitrag:	Unterleuten – Das zerrissene Dorf
Kategorie:	Filmschnitt (Eva Schnare)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I
Verantwortlicher Redakteur:	Günther van Endert
Sendung / Beitrag:	Spreewaldkrimi – Zeit der Wölfe
Kategorie:	Musik (Martina Eisenreich)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I
Verantwortlicher Redakteur:	Pit Rampelt

Dr. Thomas Bellut