ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

21.09.2021

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

in der 6. Sitzung
der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates
am 01. Oktober 2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

eine gute Nachricht hielt der Spätsommer für alle Fußball-Fans bereit: Seit Mitte September 2021 gibt es mit „sportstudio UEFA Champions League“ wieder eine frei zugängliche und ausführliche Berichterstattung über den wichtigsten europäischen Vereinswettbewerb. Die UEFA hat dem ZDF im Bieterverfahren um die Medien-Rechte für die Saisons 2021/22 bis 2023/24 den Zuschlag für die zusammenfassende Berichterstattung von allen Begegnungen des jeweiligen Spieltags mittwochs ab 23:00 Uhr erteilt. Auch die Finalspiele der kommenden drei Saisons sind im ZDF und damit für alle frei empfangbar, während sich die Bezahl-Dienste DAZN und Amazon die Übertragung aller übrigen Begegnungen der Champions League gesichert haben.

Damit verhindert das ZDF, dass die Königsklasse im Fußball komplett hinter der Bezahlschranke verschwindet. Das erworbene Rechtepaket räumt uns auch die Möglichkeit ein, online bzw. in unseren Social-Media-Angeboten in Form von Clips von allen Spielen zu berichten. Das ist insbesondere im Hinblick auf unser aktuelles Angebot ZDFheute wichtig. Dort sind ebenfalls mittwochs ab 23:00 Uhr die Zusammenfassungen der Partien mit deutscher Beteiligung, ein weiteres Topspiel vom Tage und drei- bis vierminütige Kompakt-Clips mit allen Toren und Highlights abrufbar.

Mit dem Abschluss des Vertrages konnte das ZDF erstmals seit 2017/18 wieder Rechte für eine kontinuierliche Berichterstattung über die Champions League erwerben. Den Trend, hochklassigen Livesport zunehmend nur noch gegen Kreditkarte oder Abovertrag zu sehen zu bekommen, können wir freilich nicht umkehren. Ich bin dennoch sehr froh über den Erfolg unserer langen Verhandlungen. Denn ein verantwortungsbewusster Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln kann nicht bedeuten, berechtigte Erwartungen der Beitragszahlenden auszublenden. Wir müssen sie so gut erfüllen, wie wir können.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

		Seite:
1.	**ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD**	**3**
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	3
1.3	Medientechnologie	4
1.4	ZDF-Finanzsituation	5
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**5**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	5
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	6
2.3	Hauptprogramm	13
2.3.1	Chefredaktion	13
2.3.2	Programmdirektion	15
2.4	ZDF-Digitalkanäle	18
2.4.1	ZDFneo	18
2.4.2	ZDFinfo	19
2.5	Partnerprogramme	20
2.5.1	ARTE	20
2.5.2	3sat	20
2.5.3	phoenix	21
2.5.4	KiKA	21
2.5.5	funk	23
2.6	Auszeichnungen/ Preise	24

Berichtszeitraum: 03.07.2021 – 01.10.2021

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zum Rundfunkbeitrag

Nachdem die Beitragserhöhung auf 18,36 € entsprechend der KEF-Empfehlung Ende 2020 zunächst gescheitert war, hat das Bundesverfassungsgericht mit Beschluss vom 20.07.21 der Verfassungsbeschwerde von ARD, ZDF und DRadio stattgegeben und die Geltung dieses Rundfunkbeitrags bis zu einer Neufestsetzung durch die Länder angeordnet (s. auch FR 20/21). Der Rundfunkbeitrag beträgt damit ab August 2021 monatlich 18,36 €.

Der klare Beschluss der Karlsruher Richter bestätigt und stärkt die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Damit kann das ZDF für die kommenden Jahre verlässlich planen und dem Publikum weiter ein hochwertiges Programm bieten.

Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Beschluss bestätigt, dass eine Abweichung von der Beitragsempfehlung der KEF nur aus spezifischen Gründen zulässig ist, die außerhalb des festgestellten Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten liegen müssen. Abweichungen müssen nachvollziehbar begründet und von der Verantwortungsgemeinschaft der Länder gemeinsam getragen werden.

Situation öffentlicher Medien in Slowenien

Die Global Task Force for Public Media (GTF) hat eine Erklärung zur Unterstützung der öffentlichen Medien Sloweniens abgegeben. Das internationale Bündnis öffentlich-rechtlicher Medien, in dem sich u. a. die BBC und das ZDF engagieren, ist beunruhigt von dem anhaltenden und destabilisierenden Druck auf Journalist*innen durch Träger*innen öffentlicher Ämter. Neben Beschimpfungen durch Premierminister Janez Janša sieht sich beispielsweise der nationale Rundfunksender RTV SLO der Androhung massiver Mittelkürzungen und Einschränkungen seiner redaktionellen Unabhängigkeit ausgesetzt, wie sie vor allem die Nachrichtenagentur STA bereits seit Ende 2020 erleidet. Die Erklärung ist im Wortlaut unter https://kurz.zdf.de/gtfslo abrufbar. Die GTF hatte zuletzt mehrfach ihre Besorgnis über die Aushöhlung des unabhängigen Journalismus in verschiedenen Staaten Osteuropas geäußert.

1.2 Medienbranche

Sky nimmt neue Streamingdienste in sein Angebot auf

Seit 2018 ist die Sky-Gruppe genauso wie NBC Universal Teil des US-Medienunternehmens Comcast. Im Juli dieses Jahres hat NBC Universal angekündigt, seinen 2020 in den USA gestarteten Streamingdienst Peacock weltweit anbieten und vermarkten zu wollen. Partner für den Rollout in Großbritannien, Irland, Italien, Österreich, der Schweiz und Deutschland wird die Sky-Gruppe sein. Bis Ende des Jahres soll den rund 20 Mio. europäischen Kund*innen der Sky-Gruppe Peacock ohne Zusatzkosten zur Verfügung gestellt werden. Peacock finanziert sich in den USA sowohl über Werbung als auch über Abonnementgebühren.

Mit Viacom/CBS hat die Sky-Gruppe eine Vertriebspartnerschaft über dessen Streamingdienst Paramount+ vereinbart. Der US-Streamingdienst bietet Inhalte von Showtime, Comedy Central, MTV, Nickelodeon und Paramount Pictures. Zum Repertoire zählen u. a. Reihen wie „Mission Impossible“ und „Transformers“, Kinderserien („Spongebob“) und Spielfilme von Paramount Pictures sowie Reality-Programme. Für die deutschen Abonnent*innen des Sky-Cinema-Paketes soll Paramount+ ab 2022 kostenfrei verfügbar sein, allen

anderen Sky-Kund*innen soll Paramount+ als zusätzlich buchbare Option angeboten werden.

Netflix hat im zweiten Quartal 2021 seinen Umsatz um 19 % auf 7,3 Mrd. $ gesteigert. Der Nettogewinn verbesserte sich um fast 90 % auf 1,4 Mrd. $. Mit 1,5 Mio. neu gewonnen Abonnent*innen war das Neukundengeschäft im zweiten Quartal allerdings so schwach wie nie zuvor. Weltweit hat Netflix aktuell 209 Mio. Abonnent*innen.

Streaming-Anbieter sind die Pandemie-Gewinner im deutschen Pay-TV-Markt

Im Juli hat der Verband der privaten Rundfunk- und Telemedienanbieter (VAUNET) Zahlen zur Entwicklung des deutschen Pay-TV-Markts vorgestellt. Während der TV-Werbemarkt 2020 deutlich unter der Pandemie gelitten hat und der klassische Pay-TV-Markt stabil bis rückläufig war, sind die Umsätze im Streaming-Markt in der Pandemie deutlich gewachsen. Die Zahl der Video-on-demand-Abonnements in Deutschland ist 2020 auf 17,5 Mio. gestiegen. Das sind 2,5 Mio. mehr als im Jahr zuvor.

Laut VAUNET stagnierte die Zahl der klassischen Pay-TV-Abonnements 2020 bei rund 8 Mio. Auch für das laufende Jahr erwartet VAUNET hier kein Wachstum. Weil die Abonnent*innen 2020 in diesem Bereich durchschnittlich weniger zahlten, sank der Umsatz auf 2,1 Mrd. €. Der klassische Pay-TV-Umsatz lag damit auf dem Niveau von 2015.

Übernahme von Gruner + Jahr

Nach mehrmonatiger Prüfung hat Bertelsmann im August die Übernahme von Gruner + Jahr durch die Mediengruppe RTL Deutschland bekannt gegeben. Für 230 Mio. € übernimmt RTL Deutschland die deutschen Magazingeschäfte und -marken des Verlagshauses. Ausgenommen von der Fusion sind die 25 %-Beteiligung an der Spiegel-Gruppe sowie die Beteiligung an der DDV Mediengruppe (u. a. Sächsische Zeitung). Beide Beteiligungen verbleiben direkt beim Bertelsmann-Konzern.

Mit dem Zusammenschluss verfolgt die RTL-Group den Aufbau eines „nationalen, crossmedialen Medien-Champions“. RTL schätzt, mit dem Zusammenschluss jährliche Synergien von rund 100 Mio. € heben zu können. Der größte Teil davon soll durch zusätzliches Wachstum generiert werden, rund ein Viertel durch Einsparungen. Der operative Start ist für den 1. Januar 2022 vorgesehen.

1.3 Medientechnologie

Modernisierung des Nachrichten-Studios

Seit dem 19.07.21 sendet die ZDF-Nachrichtenfamilie in neuem Design und aus einem technisch modernisierten Studio. Zwölf Jahre nach dem Start des ersten virtuellen ZDF-Nachrichtenstudios war eine Erneuerung der Produktionstechnik notwendig geworden.

Hierbei wurde eine Reihe von Reinvestitionen vorgenommen: Ein neuer Kamera-Roboter ermöglicht mittels automatisierter Kamerafahrten u. a. stabilere Bewegungen im Raum. Die Beleuchtung im Studio wurde auf nachhaltige LED-Flächenleuchten umgestellt. Die neuen Scheinwerfer produzieren deutlich weniger Wärme, wodurch das Studio weniger gekühlt werden muss. Die Studiogröße ist mit 300 qm nur noch halb so groß wie zuvor, und auch der Moderationstisch ist deutlich kleiner. Dies soll die Gesprächssituation in Sendungen verbessern. Um den Größenunterschied von Moderator*innen auszugleichen, wurden in den Studioboden Hubpodeste installiert. Die Virtualität ist geblieben, hierfür mussten Wände und Böden mit einem speziellen Grünanstrich versehen

werden. Neu sind zwei große Bildflächen im Hintergrund, die größere 3D-Erklärräume ermöglichen.

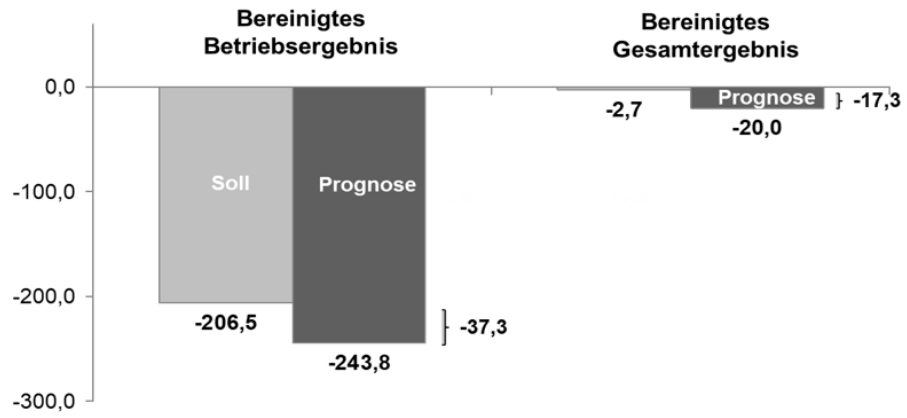
1.4 ZDF-Finanzsituation

Haushaltsvollzug 2021

Der Haushaltsplan wurde noch auf Basis einer erwarteten Beitragserhöhung zum 01.01.21 aufgestellt. Im Haushaltsvollzugsbericht ist bereits die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 20.07.21 zur Anhebung des Rundfunkbeitrags von monatlich 17,50 € auf 18,36 € berücksichtigt. Der ursprünglich für das gesamte Geschäftsjahr 2021 erwartete Beitragsausfall infolge der verspäteten Beitragserhöhung verringert sich gegenüber eines gänzlichen Ausfalls für das Jahr 2021 von 143,7 Mio. € (ohne ARTE; inkl. ARTE: 151,0 Mio. €) um knapp 60,0 Mio. €, wobei die Beitragsanhebung zum 01.08.21 erfolgt, da der Rundfunkbeitrag nur für ganze Kalendermonate und nicht für einzelne Tage anfällt. Danach zeigen sich im Haushaltsvollzug 2021 folgende Ergebnisse:

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich ein Betriebsergebnis von knapp ./. 243,8 Mio. € (Soll: ./. 206,5 Mio. €). Es ist damit um 37,3 Mio. € schlechter als das geplante Betriebsergebnis.

In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, ergibt sich ein Gesamtergebnis von knapp ./. 20 Mio. € (Soll: ./. 2,7 Mio. €), das um 17,3 Mio. € schlechter als das Soll ist. Zur Deckung des Gesamtergebnisses erfolgt eine Entnahme aus der Sonderrücklage I Beitragsmehrerträge in Höhe von 20,0 Mio. €. Der Haushalt ist damit aus eigenen Mitteln ausgeglichen. Die Entnahme aus der Sonderrücklage I ist um 17,3 Mio. € höher als geplant und der Prognosewert der Sonderrücklage I beträgt Ende 2021 noch rd. 191,1 Mio. € (31.12.20: 211,1 Mio. €).



Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2021 und Prognose 31.12.2021 (in Mio.)

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Das ZDF ermittelt mit zwei Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) in regelmäßigen Abständen die Glaubwürdigkeit verschiedener Mediengattungen und Medientitel sowie das Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender.

Glaubwürdigkeit von Nachrichtensendungen

In der zwölften Auflage der halbjährlich durchgeführten Umfrage zur Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen und von Nachrichtensendungen im Juni 2021 sprechen die Befragten den seriösen Qualitätsmedien auf einer Skala von +5 bis -5 die höchste Glaubwürdigkeit zu, v. a. den Nachrichten von ARD und ZDF (jeweils

+2,8) sowie den überregionalen und regionalen Tageszeitungen (jeweils +2,5). Die Spitzenwerte der Befragungswelle vom Oktober 2020 (+3,1 resp. +2,7) konnten allerdings nicht erreicht werden. Bei den Nachrichtensendungen von Sat.1 (+1,3, Rückgang um -0,1 Punkte) und RTL (+1,1, Rückgang um -0,2 Punkte) zeigt die angekündigte Informations-Offensive noch keinerlei Auswirkungen. Sozialen Netzwerken (-1,8) sowie der BILD-Zeitung (-2,0) wird nach wie vor eine geringe Glaubwürdigkeit zugeschrieben.

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

Bei der Politbarometer-Umfrage der FGW vom Juli 2021 zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 68 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen (+2 PP gegenüber der gleichen Umfrage im April 2021). Damit konnte der rückläufige Trend dieses Wertes aus den Vorgängerwellen umgekehrt werden. Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen 24 Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 74 % im Oktober 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
Vertrauen sehr groß / groß	63	58	65	68	60	64	65	66
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	35	41	33	29	38	34	33	31
	Okt 2017	Jan 2018	Apr 2018	Aug 2018	Okt 2018	Jan 2019	Apr 2019	Aug 2019
Vertrauen sehr groß / groß	65	67	67	62	64	67	64	66
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	33	30	31	36	33	31	32	31
	Okt 2019	Jan 2020	Apr 2020	Jul 2020	Okt 2020	Jan 2021	Apr 2021	Juli 2021
Vertrauen sehr groß / groß	66	67	72	71	74	70	66	68
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	32	31	26	28	25	27	32	30

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=1.282, April 2020 n=1.323, Juli 2020 n=1.226, Oktober 2020 n= 1.297, Januar 2021 n=1.371, April 2021 n=1.292, Juli 2021 n=1.224
FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Die Sommermonate 2021 waren für das ZDF und die Programmfamilie insgesamt eine erfolgreiche wie programmlich herausfordernde Zeit. Mit großem Personalengagement und inhaltlicher, vor allem aber auch technisch-produktioneller Expertise, wurden die Endphase der Fußball-EM und die Olympischen sowie Paralympischen Sommerspiele einem breiten Publikum nahegebracht. Daneben lag der Fokus einerseits auf der fortgesetzten Berichterstattung über die Corona-Pandemie und die gesellschaftspolitischen Fragestellungen rund um die Impfkampagne. Zudem wurden verstärkt die programmatischen Inhalte der Parteien und die Resonanz auf die Spitzenkandidat*innen im Bundestagswahlkampf beleuchtet.

Zwei aktuelle Ereignisse von enormer Tragweite prägten zusätzlich die aktuelle Berichterstattung des ZDF inklusive Sondersendungen und Liveübertragungen entsprechender Bundestagsdebatten: Mitte Juli kam es in mehreren Regionen Deutschlands aufgrund anhaltend

heftiger Regenfälle zu katastrophalen Überschwemmungen mit über 180 Todesopfern und materiellen Schäden in Milliardenhöhe. Das ZDF reagierte schnell mit Live-Berichten von vor Ort und vielen Sondersendungen. Wenige Tage nach der Katastrophe bot ein Themenabend einen vielfältigen Blick auf die Geschehnisse, die menschlichen Schicksale und die Anteilnahme, aber auch auf die klimatischen Hintergründe der Unwetter. Das ZDF berichtet seither regelmäßig über die Hilfe und den Wiederaufbau in den betroffenen Gegenden. Die Spendenbereitschaft des Publikums ist enorm: Allein durch Aufrufe im ZDF gingen inzwischen mehr als 86 Mio. € beim Aktionsbündnis Katastrophenhilfe ein.

Ende August stand die gewaltsame Machtübernahme durch die Taliban in Afghanistan und der überstürzte Abzug westlicher Militäreinheiten und Hilfsorganisationen im Blickpunkt der Weltöffentlichkeit. Das ZDF berichtete aktuell in mehreren „ZDF spezial“-Sendungen und lieferte Hintergründe im „auslandsjournal“ sowie in Dokumentationen.

Bei den Programmen zur Bundestagswahl zeigte sich nach anfangs eher verhaltenem Publikumszuspruch ein deutlicher Anstieg des Interesses vor allem an Live-Sendungen mit prominenten Politiker*innen, wie dem dramaturgisch neuartigen „Wie geht’s, Deutschland?“ und den Gesprächsrunden mit den Kanzlerkandidat*innen. Auffällig war der hohe Anteil jüngerer Zuschauer*innen. Davon profitierten auch RTL und in geringerem Maße ProSieben. Demgegenüber ist der Einführung neuer Nachrichtensendungen bei RTL am Nachmittag und Abend noch kein Erfolg beschieden gewesen.

Gerade „RTL direkt“ werktags um 22:15 Uhr in Konkurrenz zu den „tagesthemen“ scheint als Hybrid aus Nachrichten- und Gesprächssendung inhaltlich noch nicht ausgereift und stellt einen Bruch in der Zuschaueransprache des Senders dar.

Die ebenfalls öffentlich sehr beachtete Einführung von „Bild TV“ hat zumindest bisher im Fernsehmarkt mit einem Gesamtmarktanteil von 0,1% keine nennenswerte Auswirkung. Zu beobachten ist aber bereits die konsequente intermediale Verzahnung von Inhalten über Fernsehen, Online und das klassische Standbein Print, inklusive stetig emotionalisierender bis schriller Tonlage des TV-Ablegers der Boulevardmarke.

Im fiktionalen Genre gab es in diesem Sommer im ZDF neben erfolgreichen Wiederholungskonzepten bei Fernseh- und Kinofilmen zwei publizistisch auffällige Reihenkonzepte. Am Donnerstag um 20:15 Uhr wurden sieben Filmkomödien als Erstausstrahlungen gesendet, die für eine hohe Programmfrische sorgten und sowohl linear als auch in der ZDFmediathek eine gute Resonanz und eine jüngere Publikumsstruktur erreichten. Das gleiche gilt für eine sechsteilige Reihe im „Montagskino“ um 22:15 Uhr mit europäischen Spielfilmen, die zur Akzentsetzung und Ansprache jüngere Zielgruppen eingesetzt wurden und trotz ihrer (aus rechtlichen Gründen) nur geringen Verweildauer in der ZDFmediathek sehr gut abgerufen wurden.

Bemerkenswert im Showbereich war die Etablierung des neuen Formats „Das große Deutschland-Quiz“, das nach vier kürzeren Ausgaben am Vorabend im August und September mit zwei großen Sendungen am Samstagabend eingeführt wurde. Sabine Heinrich als seit längerem erste Primetime-Show-Moderatorin im ZDF führte die

prominenten Kandidat*innen sympathisch durch die Fragerunden zu prägnanten Orten und regionalen Besonderheiten der Republik.

Unter dem Label „Comedy Sommer“ wurde eine Vielzahl frischer, junger und diverser Comedy-Formate insbesondere für spezifische Nutzergruppen in der ZDFmediathek entwickelt. Die Ausstrahlung im Hauptprogramm konnte somit insbesondere als Anschub genutzt werden. Durch diese Distributionsstrategie und die größere Zahl an Formaten wurde im Comedy-Genre eine um über 40 % höhere Mediatheksnutzung im Vergleich zum Vorjahr generiert. Positiv sowohl in der linearen als auch non-linearen Betrachtung war auch die Erweiterung der Factual-Entertainment-Strecke am Sonntagnachmittag, wo ein Spin-off des Erfolgsformats „Duell der Gartenprofis“ unter dem Titel „Lieblingsgärten“ ebenso gut angenommen wurde wie die Neuentwicklung „Mein Hund fürs Leben“.

Juni 2021

Medienforschung

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

16,9%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 14,8% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,1

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
23,87	6,09	4,01	3,78
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,03	4,85	3,43	2,21

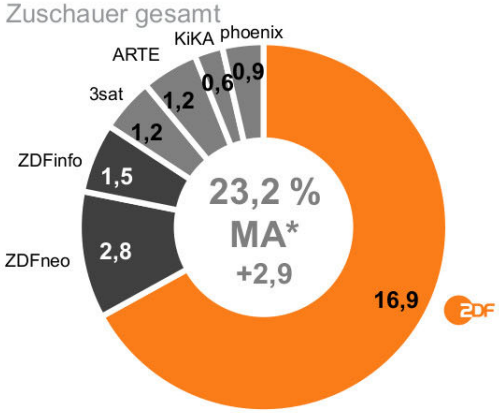
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

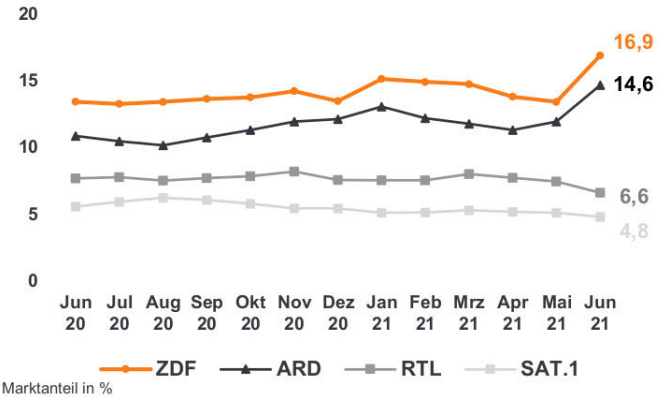


ZDF: Ø 61 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 30 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

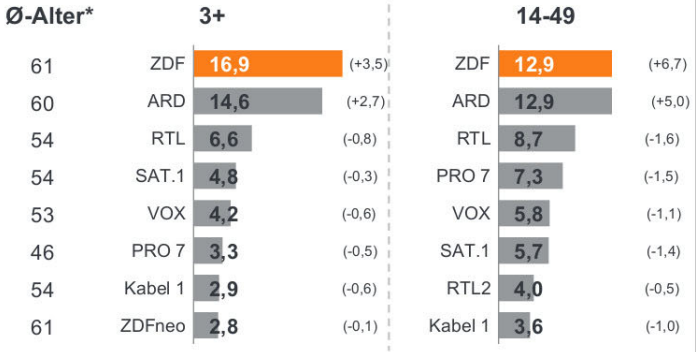
Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

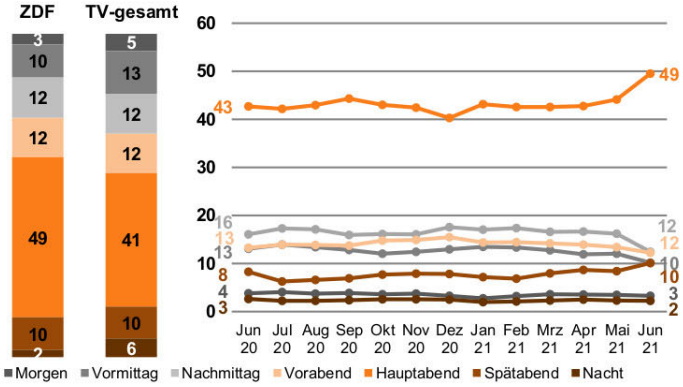
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre



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	Inga Lindström: Begegnung am Meer	88:29	50	0,29	588.602	31	50
	Inga Lindström: Die Braut vom Götakanal	88:34	54	0,28	517.702	30	52
	Rosamunde Pilcher: Wo dein Herz wohnt	88:43	51	0,24	459.852	30	52
Information	Aktenzeichen XY... ungelöst am 9. Juni 2021	91:13	48	0,13	259.221	36	46
	Markus Lanz vom 10. Juni 2021	72:46	49	0,10	212.062	46	32
	Markus Lanz vom 1. Juni 2021	75:27	49	0,10	207.439	45	33
Unterhaltung	heute-show vom 4. Juni 2021	36:33	69	0,66	966.433	33	47
	heute-show spezial vom 25. Juni 2021	33:27	58	0,22	370.526	36	44
	heute-show vom 28. Mai 2021	35:28	58	0,13	218.815	29	49
Kinder	Lieselotte versteckt sich	07:02	85	0,03	35.035	17	78
	pur+: Wie giftig sind Schlangen?	23:46	70	0,03	39.024	24	61
	P. und Findus: Findus und das eigene Fahrrad	11:59	83	0,03	32.888	11	85
Sport	Schwarze Adler	99:57	38	0,12	321.708	30	49
	Joshua Kimmich - Sein Weg in die Weltklasse	62:10	46	0,10	223.800	42	43
	Ära Löw - Große Erfolge, tiefe Krisen	31:54	58	0,07	125.287	27	62

Nutzung vom 01. bis 30.06.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie mit Spitzenwert bei 14-49 Jahre (17,8% MA).
- Bei 14-49 sind ZDF und ARD gleichauf Marktführer dank FB EM. ZDF mit höchstem Juni-MA seit 2018 (16,9% MA), bei 14-49 seit 2014 (13,4% MA, je FB WM).
- Stärkste ZDF-Sendung im Juni: *UEFA-Euro 2020: Deutschland – Ungarn* (25,72 Mio. / 71,1% MA), insgesamt Platz 2 hinter ARD *FB-EM 2020: England – Deutschland* (27,49 Mio. / 76,3% MA).
- ZDFfamilie gewinnt +19% und erzielt mit 6,31 Mio. Sichtungen pro Tag im Juni die bislang zweithöchste Nutzung. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +61%.

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

Juli 2021

Medienforschung

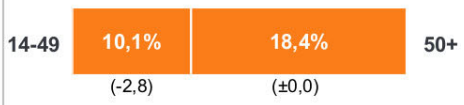
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

16,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 14,9% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,3



Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
22,57	5,90	4,06	3,30
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
4,98	4,74	3,63	2,10

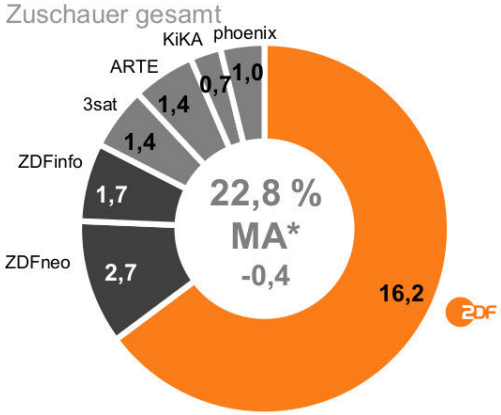
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

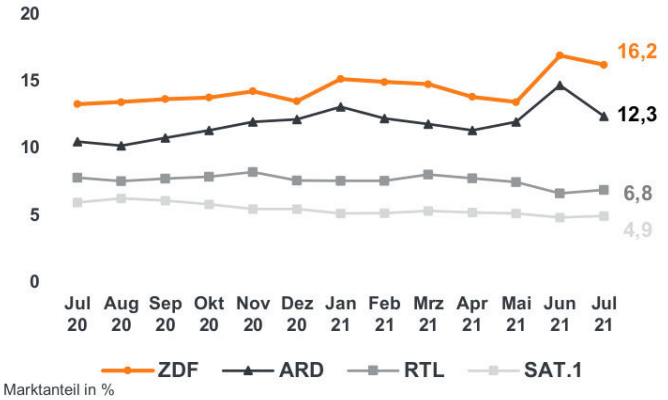


ZDF: Ø 61 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 30 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

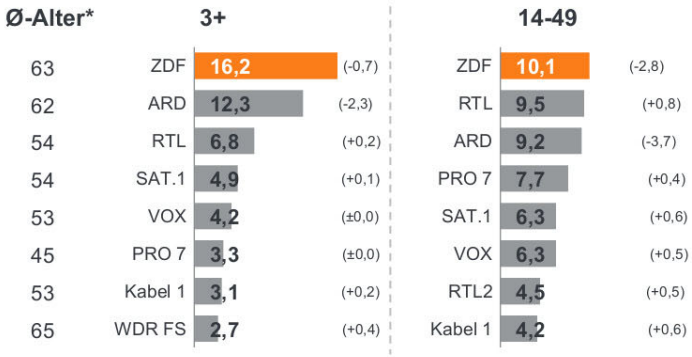
Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

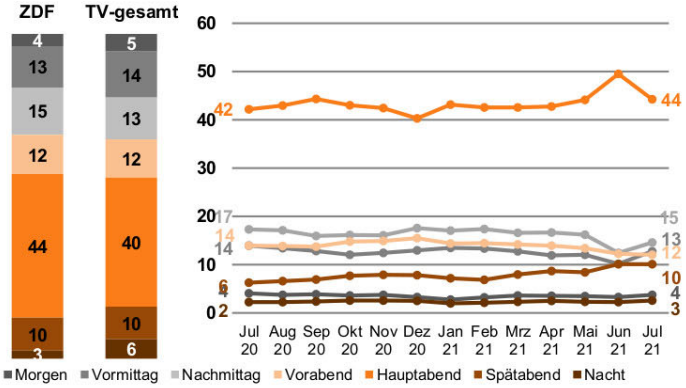
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre



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	Dora Heldt: Bei Hitze ist es wenigstens nicht…	88:30	46	0,38	821.454	24	61
	Filme (Sonstige): Mutter kündigt	88:20	49	0,30	612.877	30	54
	Loving Her: Loving Franzi	11:28	56	0,27	485.428	14	75
Information	ZDFzeit: Royale Erben: Die Thronfolger	43:43	56	0,19	330.700	32	54
	ZDF.reportage: Die Hochwasser-Katastrophe…	30:04	60	0,16	260.412	37	48
	Markus Lanz vom 14. Juli 2021	76:17	48	0,15	316.207	47	30
Unterhaltung	Die Anstalt vom 23. Juli 2021	44:34	59	0,14	232.228	38	36
	Böhmi brutzelt mit Xatar	29:40	55	0,12	213.504	44	37
	Bares für Rares im Schloss vom 21. Juli 2021	89:50	50	0,10	203.342	28	54
Kinder	Astrid Lindgren: Als Michel Klein-Ida an der…	23:36	73	0,06	85.798	11	84
	Astrid Lindgren: Pippi Langstrumpf	93:57	40	0,04	96.577	25	67
	Astrid Lindgren: Als Michel auf den Markt fuhr	23:02	77	0,04	48.474	11	83
Sport	The Longest Wave	98:54	38	0,04	115.681	36	41
	Ära Löw: Große Erfolge, tiefe Krisen	38:11	60	0,04	68.739	24	62
	Hansi Flick: Ein Schattenmann im Rampenlicht	09:07	79	0,03	38.598	10	79

Nutzung vom 01. bis 31.07.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- Das ZDF ist bei 14-49-Jährigen im Juli Marktführer (u.a. dank Fußball EM).
- ZDF mit höchstem Juli-MA seit 1994 (18,8% MA), bei 14-49-Jährigen seit 1996 (12,0% MA).
- Stärkste TV-Sendung im Juli insgesamt und bei 14-49-Jährigen: *UEFA-Euro 2020: Italien – England* im ZDF (20,98 Mio. / 64,2% MA bzw. 7,75 Mio. / 72,1% MA).
- ZDFfamilie weiterhin auf hohem Niveau – stärkster Juli mit 5,99 Mio. Sichtungen pro Tag (-5%). Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +66%.

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

August 2021

Medienforschung

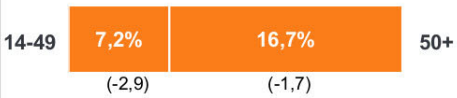
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

14,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 14,8% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,2



Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
21,05	6,14	4,16	3,04
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,09	4,87	3,64	2,15

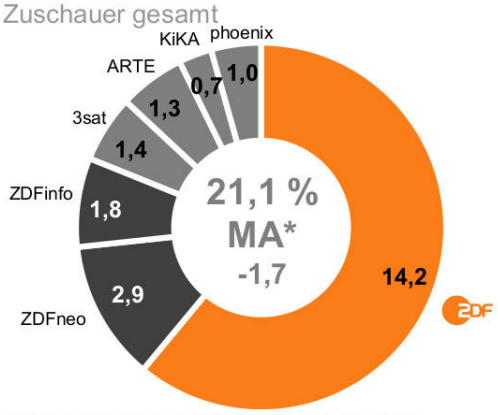
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

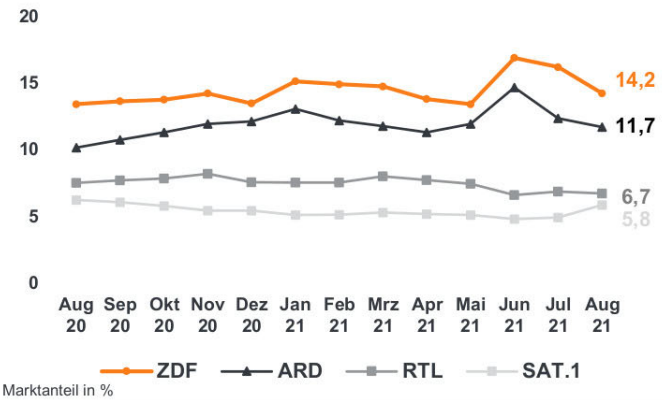


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 56 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 31 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

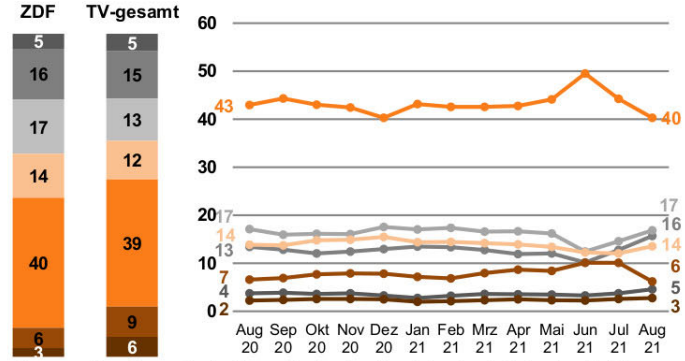
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	14,2	(-2,0)	RTL	9,2	(-0,3)
64	ARD	11,7	(-0,6)	PRO 7	8,2	(+0,5)
55	RTL	6,7	(-0,1)	ARD	7,6	(-1,6)
54	SAT.1	5,8	(+0,9)	SAT.1	7,4	(+1,1)
53	VOX	4,5	(+0,3)	ZDF	7,2	(-2,9)
45	PRO 7	3,4	(+0,1)	VOX	6,7	(+0,4)
53	Kabel 1	3,2	(+0,1)	RTL2	4,5	(±0,0)
61	ZDFneo	2,9	(+0,2)	Kabel 1	4,4	(+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	**Filme (Sonstige): Mich hat keiner gefragt**	**88:29**	**51**	**0,33**	**639.898**	**30**	**53**
	Inga Lindström: Wilde Zeiten	88:10	56	0,30	546.066	33	51
	Der Fernsehfilm der Woche (Sonstige): Um die 50	87:57	49	0,29	600.859	29	59
Information	Markus Lanz vom 5. August 2021	76:03	43	0,15	348.686	49	32
	Tod in …: Tod in Wales	43:27	56	0,14	257.243	27	59
	Aktenzeichen XY… ungelöst vom 18. August 2021	91:36	48	0,14	298.019	35	48
Unterhaltung	Die Anstalt vom 23. Juli 2021	44:34	55	0,11	192.537	37	37
	Bares für Rares im Schloss vom 25. August 2021	89:28	51	0,10	204.184	26	56
	Böhmi brutzelt mit Mai Thi Nguyen-Kim	28:56	58	0,10	173.510	29	50
Kinder	Findus und das eigene Fahrrad	11:59	72	0,04	59.101	7	92
	Überraschung für Pettersson	12:05	86	0,04	46.784	6	91
	Findus und der Fahrradführerschein	12:02	87	0,03	40.019	7	91
Sport	Olympia - Die Spiele von Tokio 2020 - Die Doku	45:29	49	0,04	76.784	33	48
	Olympia: Reiten - Vielseitigkeit, Geländeritt (X)	236:56	19	0,02	100.906	40	41
	sportstudio reportage: Auf der Suche nach dem Sieger-Gen	45:03	41	0,01	35.250	41	40

Nutzung vom 01. bis 31.08.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie erzielt im August 2021 höheren Marktanteil als im August 2020 (20,5% MA) – auch bei 14-49-Jährigen (August 2021: 13,1% MA).
- ZDF insgesamt und bei 14-49-Jährigen mit höchstem August-MA seit 2016 (14,2% / 8,3% MA, Olympische Sommerspiele).
- Stärkste ZDF-Sendung im August: *Die Toten von Salzburg – Treibgut* (6,03 Mio. / 24,7% MA). Insgesamt auf Platz 5 hinter ARD-*Tatort*, 3x *Tagesschau*.
- ZDFfamilie weiterhin auf hohem Niveau trotz leichter Verluste – stärkster August mit 5,71 Mio. Sichtungen pro Tag (-5%). Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +55%.

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

01.01.-31.08.2021

Medienforschung

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

BRD gesamt

Marktanteil
14,8%
Sehdauer
32 Min
Struktur

West 79% 21% Ost

West

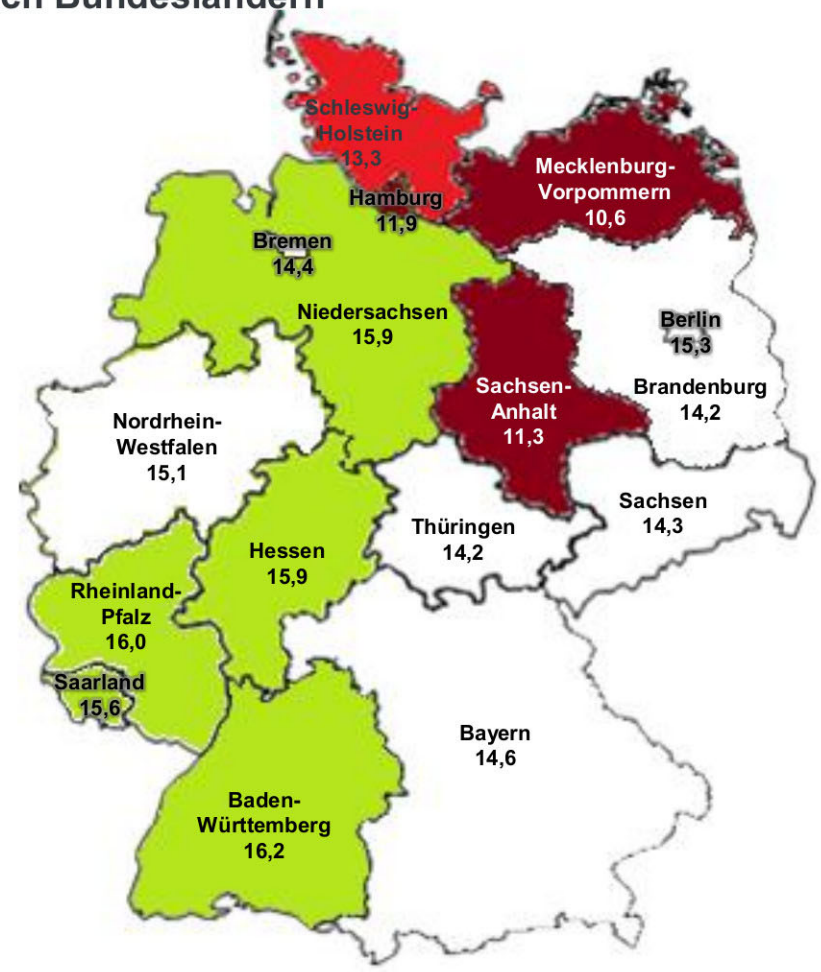
Marktanteil
15,2%
Sehdauer
32 Min

Ost

Marktanteil
13,6%
Sehdauer
35 Min

ZDF-Gesamt nach Bundesländern

Zuschauer gesamt



Legende:

MA verglichen mit BRD gesamt

ab +15%
ab +5%
ab -5%
ab -15%

Marktanteil in %

Top 4 Sender nach Region und Bundesland

Zuschauer gesamt

Rang	Zuschauer gesamt			BRD West			BRD Ost		
	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP
1	ZDF	14,8	+1,2	ZDF	15,2	+1,2	ZDF	13,6	+1,4
2	ARD	12,3	+1,1	ARD	12,7	+1,0	ARD	10,9	+1,3
3	RTL	8,3	-1,0	RTL	7,4	-1,0	RTL	7,0	-0,8
4	Sat.1	5,2	-0,5	Sat.1	5,2	-0,6	MDR	6,3	+0,3

Baden-Württemberg			Bayern			Berlin			Brandenburg			Bremen			Hamburg		
Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP
ZDF	16,2	+2,3	ZDF	14,6	+0,9	ZDF	15,3	+1,8	ZDF	14,2	+1,7	ZDF	14,4	+1,8	ARD	12,2	+1,9
ARD	12,9	+1,7	ARD	12,8	+0,9	ARD	10,9	+1,9	ARD	11,6	+0,9	ARD	13,7	+1,2	ZDF	11,9	±0,0
RTL	7,5	-0,7	BR	7,7	-0,1	RBB	6,2	+0,1	RTL	7,3	-0,2	NDR	8,9	-0,2	NDR	8,6	+0,3
SWR	7,2	+0,2	RTL	6,5	-0,7	RTL	6,0	-1,5	RBB	6,3	-0,2	RTL	5,9	-1,1	RTL	8,5	-0,1

Rang	Hessen			Mecklenburg-Vorpommern			Niedersachsen			Nordrhein-Westfalen			Rheinland-Pfalz			Saarland			Sachsen-Anhalt			Sachsen			Schleswig-Holstein			Thüringen		
	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP	Sender	MA%	PP
1	ZDF	15,9	+1,2	ZDF	10,6	+1,9	ZDF	15,9	+1,8	ZDF	15,1	+0,7	ZDF	16,0	+1,0	ZDF	15,6	+2,7	ZDF	11,3	+1,6	ZDF	14,3	+0,5	ZDF	13,3	+1,5	ZDF	14,2	+0,9
2	ARD	12,8	+0,5	ARD	8,6	+1,5	ARD	13,3	+1,2	ARD	12,8	+0,9	ARD	11,7	-0,1	ARD	13,4	+0,7	ARD	9,8	+2,0	ARD	12,4	+1,0	ARD	11,5	+1,6	ARD	10,9	+0,7
3	RTL	7,4	-1,4	NDR	7,8	+1,3	NDR	7,7	+0,1	RTL	7,6	-1,2	RTL	7,6	-0,5	RTL	8,5	-0,2	MDR	7,7	+0,3	MDR	12,3	+0,8	NDR	9,5	+0,2	MDR	9,0	-0,5
4	hr	6,5	+0,2	RTL	6,8	-0,7	RTL	7,5	-1,4	WDR	7,4	-0,2	Sat.1	6,3	-0,4	SWR	7,9	-0,1	RTL	7,0	-0,5	RTL	6,9	-0,8	RTL	9,0	-0,6	RTL	8,3	-1,3

Veränderung zum Vorjahreszeitraum (01.01.-31.08.2020) in PP

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.4, Marktstandard TV

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021

Das ZDF hielt bei der Wahlberichterstattung an vielen bewährten Formaten fest, etwa zur unmittelbaren Beteiligung von Bürger*innen. Neuformatierungen setzten im Netz bzw. Online-First Akzente für ein jüngeres Publikum.

In den „Klartext"-Formaten konnten Bürger*innen mit der Kanzlerkandidatin und den Kanzlerkandidaten von Union, SPD und Grünen in direkten Austausch treten oder Fragen vorab per E-Mail adressieren. Am 12.09.21 sendeten ARD und ZDF gemeinsam aus Berlin das „Triell". Armin Laschet, Annalena Baerbock und Olaf Scholz stellten sich den Fragen von Maybrit Illner und Oliver Köhr. Zum „Schlagabtausch" trafen sich am Folgetag Spitzenvertreter*innen der „kleineren" Parteien AfD, Die Linke, CSU und FDP.

Politiker*innen aller sieben Parteien diskutierten in „Wie geht's, Deutschland?" ebenfalls mit Bürger-Beteiligung. Christian Sievers fragte quer durchs Land, wie es den Menschen geht, welchen Herausforderungen sie sich stellen müssen, und was sie von der Politik erwarten. Die Sendung zeichnete thematisch einen Lebenszyklus nach und setzte Schwerpunkte bei Aspekten zum Klima, zu fairer Arbeit und gerechten Renten. Das Format punktete insbesondere beim jüngeren Publikum und wurde hier im zeitgleichen Konkurrenzvergleich Marktführer (14-49 Jahre: 0,63 Mio., 10,3 % MA; 13,8 % MA bei Unter-30-Jährigen).

Im Format „Schlussrunde" (Moderation: Theo Koll und Tina Hassel/ARD) treffen die Vertreter*innen der sieben Parteien am 23.09.21 ein letztes Mal vor der Wahl aufeinander. Die „Berliner Runde" am Wahlabend (Moderation: Peter Frey und Rainald Becker/ARD) resümiert in ähnlicher Konstellation das Ergebnis der Wahl sowie Perspektiven der Regierungsbildung. In einer Sonderausgabe von „maybrit illner" sollen am gleichen Abend Einschätzungen von Gewinnern, Verlierern, möglichen Koalitionären und Beobachtern geliefert werden.

Dokumentationen zu Wahl-Themen

Das ZDF sendete bereits im Sommer eine Vielzahl von Dokumentationen zur Bundestagswahl. Die Sendung „ZDFzoom: Unter Männern – Was bremst Frauen in der Politik?" untersuchte den Frauenanteil im Politbetrieb. Die „ZDFzoom"-Dokumentation „Angriff auf unsere Demokratie – Wie sicher ist die Bundestagswahl?" wurde in der ZDFmediathek gezielt für ein digitalaffines Publikum platziert. Die „plan b"-Reportage „Da geht was, Deutschland!" stellte zukunftsweisende Lösungsideen zu den großen politischen Herausforderungen Klima, Arbeit und Wohnen vor.

„ZDFzeit – Volksparteien ohne Volk? Die rätselhaften Wechselwähler" zeigte einen Monat vor der Wahl Stimmungstest und Analyse in Sachen Wählerwillen. Mit Umfragen, Daten und tiefen Einblicken in die gesellschaftlichen Entwicklungen spürte der Film einem Phänomen nach, das unsere Demokratie nachhaltig verändert: dem Wegfall der traditionellen Parteienbindung.

Non-lineares Format zur Bundestagswahl

Zwei Menschen, die entgegengesetzte Meinungen vertreten oder bereits öffentliche Auseinandersetzungen miteinander führen, treffen sich – im gleichnamigen Format – „Auf der Couch" wieder. Hier wagen sie einen Annäherungsversuch mit Methoden, die der Psychologe Dr. Leon Windscheid anwendet. Das Zuhören steht im Mittelpunkt,

vielleicht am Ende sogar die Versöhnung. Das Video „Klimaschutz: Panikmache oder Weltuntergang“ mit Journalist Jan Fleischhauer und Fridays-for-Future-Sprecherin Carla Reemtsma erreichte in der ZDFmediathek 52.000 Sichtungen und bei YouTube 179.000 Sichtungen (Stand: 13.09.21).

Landtagswahlen

Auch die Landtagswahlen Ende September finden breite und systematische Berücksichtigung in den aktuellen Sendungen des ZDF. Zur Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern und zur Wahl zum Abgeordnetenhaus in Berlin sendete bzw. sendet „heute – in Deutschland“ jeweils Beiträge zum Wahlkampfauftakt, zu Zahlen des „Politbarometer extra“, zum Wahlkampfabschluss und weiteren Themen. Ausgangslage und inhaltliche Schwerpunkte der beiden Wahlen reflektiert insbesondere auch der „Länderspiegel“. Am Wahltag (26.09.21) berichtet das ZDF aus je einem Zeltstudio vor dem Schweriner Schloss und vor dem Berliner Abgeordnetenhaus. Von dort melden sich unter anderem die Landesstudioleiter Bernd Mosebach (Schwerin) und Stephan Merseburger (Berlin).

Die sonst bei Landtagswahlen üblichen Gesprächsrunden mit den Spitzenkandidat*innen in der „heute“-Sendung um 19:00 Uhr sind in diesem Jahr durch die gleichzeitige Bundestagswahl nicht realisierbar. Deshalb wird es im Zeitfenster zwischen 19:30 und 20:15 Uhr einen Landtagswahlschwerpunkt mit den Spitzenkandidat*innen aus beiden Ländern geben. Die Runden werden von den Landesstudioleitern geleitet, mit Unterstützung von Antje Pieper (Schwerin) und Christina von Ungern-Sternberg (Berlin).

Olympische Spiele Tokio 2020

Die ZDF-Übertragungen der auf diesen Sommer verschobenen Olympischen Spiele Tokio 2020 sind beim Publikum angesichts der besonderen Pandemie-Umstände und des Zeitunterschieds auf zufriedenstellende Resonanz gestoßen. Durchschnittlich 1,34 Mio. Zuschauer*innen verfolgten ZDF-Sendungen aus Japan. Das entspricht einem Marktanteil von 21,5 %. Im Vergleich zu Olympia in Rio 2016 (ZDF: Ø 2,54 Mio., 21,1 % MA) bei zuschauerfreundlicheren Sendezeiten wurden zwar niedrigere Sehbeteiligungen erreicht, der Marktanteil lag jedoch auf gleichem Niveau. Neben den auf Grund der Zeitverschiebung ungünstigeren Sendezeiten muss bei einem Vergleich auch die veränderte TV-Nutzung berücksichtigt werden. Der TV-Markt ist aktuell bei 14- bis 49-Jährigen kleiner als vor fünf Jahren. Von den Jüngeren, die im Markt sind, entschied sich aber ein größerer Anteil für die Spiele. Der Marktanteil fällt in der Zielgruppe um drei Prozentpunkte höher aus als 2016.

Das Herz der Olympia-Übertragungen für TV und Online/Social Media schlug im National Broadcast Center (NBC) des ZDF-Sendezentrums in Mainz. Wie schon während der Fußball-Europameisterschaft lag hier das technische, organisatorische und programmliche Zentrum der ZDF-Übertragungen. ARD und ZDF präsentierten sich als eingespieltes Olympia-Team, das den Zuschauer*innen auf allen Plattformen die gesamte olympische Vielfalt bieten konnte – auch unter den schwierigen Bedingungen von Tokio 2020. Das NBC hat sich als Infrastrukturmaßnahme beim größten Sportereignis der Welt bewährt und wird in den kommenden Jahren eine wichtige Rolle bei den Sportübertragungen des ZDF spielen. Gleichzeitig hat es sich als sinnvoll erwiesen, trotz aller Unwägbarkeiten an dem Olympia-Studio in Tokio festzuhalten. Dort begrüßten Katrin Müller-Hohenstein und Rudi Cerne nationale und internationale Gäste und konnten so das Olympia-Gefühl erlebbar machen.

Neben der TV-Berichterstattung stand ein umfangreiches Olympia-Online-Angebot zur Verfügung. Bis zu 60 Wettbewerbe pro Tag wurden zusätzlich im Livestream angeboten, bis zu zehn parallele Livestreams wurden gleichzeitig abgewickelt. Insgesamt wurden über 1.500 Stunden in der ZDFmediathek gestreamt und on demand zur Verfügung gestellt. Durchschnittlich kamen die Olympia-Event-Livestreams auf 1,41 Mio. Sichtungen pro Tag. Die höchste Nutzung unter den Einzelsportarten erzielte am 01.08.21 der Livestream des Tennisfinales mit 442.000 Sichtungen.

Wie schon bei der EURO 2020 kam online der „Sportdaten-Highlight-Player“ zum Einsatz. Bei dieser Erweiterung des ZDFmediathek-Videoplayers können schon während der Livestreams Sprungmarken (Highlights) eingefügt werden. So konnten die Nutzer*innen einfacher navigieren und einzelne Höhepunkte während oder nach der Live-Übertragung über schnell zu realisierende Teaser gezielt ansteuern.

Paralympics

Die XVI. Paralympischen Sommerspiele wurden vom 24.08. bis zum 05.09.21 in Tokio ausgetragen – gut zwei Wochen nach dem Ende der Olympischen Spiele. Vom Olympia-Studio an der Tokyo Bay aus führte Moderator Yorck Polus durch den Sporttag, begrüßte Gäste und analysierte zusammen mit dem langjährigen ZDF-Paralympics-Experten Matthias Berg die sportlichen Leistungen. Auch hier wurden die Sendungen und Livestreams aus dem NBC in Mainz kommentiert bzw. redaktionell und technisch gesteuert. Neben der TV-Berichterstattung bot „sportstudio.de“ an allen Wettkampftagen bis zu drei Event-Livestreams, kompakte Zusammenfassungen und alle wichtigen Informationen rund um die Wettkämpfe. Linear erreichten die Übertragungen im Schnitt 0,73 Mio. Zuschauer*innen (10,8 % MA). Der ZDF-24/7-Livestream erzielte während der Paralympics 2021 im Schnitt 0,55 Mio. Sichtungen pro Tag.

Wie bei den Olympischen Spielen Tokio 2020 gab es auch während der Paralympics einen eigenständig moderierten Block im „heute journal“. Dadurch konnte der paralympische Sport einem breiteren Publikum nahegebracht werden.

2.3.2 Programmdirektion

Comedy-Sommer in der ZDFmediathek

Um die Sommerpause der etablierten linearen Comedy-Formate zu überbrücken, wurde ein umfangreicher Comedy-Schwerpunkt in der ZDFmediathek erstellt. Gebündelt wurden hier bestehende Programme aus allen Abteilungen und Sendern, so zum Beispiel „Queens of Comedy“ (Folge 1 bisher 192.000 Sichtungen), „heute show spezial“ vom 25.06.21 (617.000 Sichtungen), „Noch nicht Schicht“, „Parshad“ und „Aurel**“** für funk sowie das Format „Lunchtime Punchline“ vom ZDF-YouTube-Comedy-Kanal. Gleichzeitig wurde für den Schwerpunkt Programm speziell für die "Mediathek-First" konzipiert, das zum überwiegenden Teil auch linear ausgestrahlt wurde. Hierzu zählt „Böhmi brutzelt“ für ZDFneo (in der Spitze bislang 270.000 Sichtungen) und die beiden Stand-Up-Comedy-Formate **„**Heroes“ (Folge Moritz Neumeier/Kurt Krömer bisher 202.000 Sichtungen) und „Stand Up-Comediennes“ (im Durchschnitt ca. 50.000 Sichtungen). Bei den Neuentwicklungen wurde darauf geachtet, dass Köpfe und Erzählweisen den Nerv der anvisierten Zielgruppe der 25- bis 35-Jährigen treffen, und damit einhergehend auch auf eine diverse Besetzung hinter und vor der Kamera. Am 02.09.21 startete das vorerst letzte Programm des Comedy-Sommers – eine Mediathek-First-Show mit Comedian und Entertainer Aurel Mertz, bekannt durch seinen meinungsfreudigen funk-Instagram-Kanal (85.000 Abonnent*innen).

Kultur-Events im Sommer

Der Münchner Odeonsplatz gilt als einer der schönsten "Open-Air-Konzertsäle" in Deutschland. Nach der Corona-Pause im letzten Jahr konnte „Klassik am Odeonsplatz“ in diesem Sommer wieder stattfinden. Zum 20. Jubiläum der Open-Air-Veranstaltung spielten die Münchner Philharmoniker unter der musikalischen Leitung von Lorenzo Viotti. 2.000 Besucher*innen konnten live vor Ort dabei sein. Solistin war Pianistin Yuja Wang. Auf dem Programm der „Sommernachts-musik“ standen unter anderem Rachmaninows 2. Klavierkonzert und Ravels „Bolero“. Das ZDF übertrug das Konzert am 09.07.21 live/zeitversetzt. Bei 3sat war eine Woche später eine erweiterte Version zu sehen. Das Projekt entstand in enger Zusammenarbeit mit dem BR. Teil dieser Koproduktion war auch der Austausch der beiden Konzertprogramme vom Odeonsplatz: ZDFkultur erhielt für die Mediathek das Konzert vom Folgetag mit dem BR Symphonieorchester und der Solistin Sol Gabetta. Im Gegenzug wurde dem BR das Konzert mit Yuja Wang für BR-Klassik.de zur Verfügung gestellt.

Mit einer Neuinszenierung des Opernhits „La Traviata“ feierte die Arena di Verona ihren Neustart nach der Corona-Zwangspause. In der Kulisse des während der Pandemie aufwändig restaurierten Amphitheaters war das Werk in Starbesetzung zu erleben – Sonya Yoncheva in der Rolle der Violetta und Vittorio Grigolo als ihr Geliebter Alfredo. Die Neuinszenierung versetzte die Handlung der „Traviata" in die goldene Pariser Epoche, die Zeit der Weltausstellung von 1889 und den Bau des Eiffelturms. Auf der riesigen Bühne der Arena entfesselte eine LED-Wand von über 400 Quadratmetern für das Publikum virtuelle Bildwelten. Das ZDF zeigte am 05.09.21 die Höhepunkte der Inszenierung. Eine Langfassung übertrug 3sat in der Folgewoche.

Kino-Nachwuchs-förderung

Im August 2021 präsentierte die ZDF-Redaktion „Das kleine Fernsehspiel“ zum neunten Mal die Sommerreihe „Shooting Stars – Junges Kino im Zweiten". Sechs hochkarätig besetzte Kino-Koproduktionen – drei in weiblicher, drei in männlicher Regie – waren kompakt innerhalb einer Woche im ZDF-Hauptprogramm zu sehen. Alle Filme standen schon eine Woche vor Ausstrahlung des Startfilms in der ZDFmediathek zum Binge-Watching bereit.

Für seinen Politthriller „Das Ende der Wahrheit“ (16.08.21, 20:15 Uhr, 3,89 Mio., 14,2 % MA) gewann Regisseur Philipp Leinemann Schauspiel-Prominenz wie Ronald Zehrfeld, Claudia Michelsen und Alexander Fehling. Der Film erzählte von Verflechtungen zwischen Geheimdienst und Waffenlobby. In der ZDFmediathek erzielte der Film bis Ende August über 676.000 Abrufe.

Entwicklungsfeld: Spin-offs für neue Zielgruppen

Ziel des seit Mai 2021 im Aufbau befindlichen YouTube-Kanals „Terra Xplore“ ist es, für „Terra X“ ein neues, vorwiegend junges und weibliches Publikum zu generieren. Zu Beginn wurde ein breites Themenspektrum getestet. In der Folge wird es eine Fokussierung auf Themen geben, die von der Zielgruppe verstärkt angenommen werden, insbesondere in den Kategorien Natur, Nachhaltigkeit, Ernährung, Gesundheit, Karriere, Neuromarketing oder Social Media.

Die bisher erfolgreichsten Clips waren „Macht uns Meditation gefühlskalt?“ (63.000 Aufrufe) und „Beeinflusst die Pille, in wen wir uns verlieben?“ (57.000 Aufrufe). Bis Ende Juli konnte der neue Kanal mehr als 12.000 Abonnent*innen verzeichnen. 52 % der Nutzung im Juli ist weiblich, damit ist „Terra Xplore“ bereits jetzt der weiblichste Kanal der „Terra X Web“-YouTube-Kanäle. 66 % der User*innen sind unter 35 Jahre alt.

Im Mai 2021 wurde die digitale Marke „37°“ neben ihrer Präsenz in der ZDFmediathek bzw. auf Facebook und Instagram um einen YouTube-Kanal erweitert. Jede Woche werden dort zwei neue Videos veröffentlicht. Protagonist*innen aus bereits gesendeten „37°“-Ausgaben erzählen, wie ihr Leben nach der TV-Ausstrahlung weitergegangen ist. Diese Fortsetzungen sollen im Laufe des Jahres abgelöst werden durch Beiträge, die parallel zu aktuellen „37°“-TV-Reportagen produziert werden. Weiter ist geplant, dass Reportagen von „Einfach Mensch“ (Nachfolgeformat von „Menschen – das Magazin“) das Angebot ergänzen, sowie Beiträge, die im Nachfolgeformat von „sonntags“ entstehen. Während im TV oft mehrere Beispielfälle zu einem Thema vorgestellt werden, stehen bei YouTube Einzelgeschichten im Fokus. Es sind reine O-Ton-Reportagen, Erklärtexte gibt es – wenn notwendig – nur über grafische Einblendungen. Durch diese Maßnahmen soll „37°“ an eine jüngere Zielgruppe (18- bis 34-Jährige) herangeführt werden. Die Abonnentenzahl liegt derzeit bei knapp 15.000 und verzeichnet einen stabilen Zuwachs. Ein Video über Sexualbegleitung für Menschen mit Behinderung hat seit dem Kanalstart bereits mehr als eine Million Aufrufe erreicht.

Ausblick: Film-Highlight als Miniserie

Die ZDF-Komödie „Mein Freund, das Ekel“ mit Dieter Hallervorden und Alwara Höfels in den Hauptrollen war 2019 ein großer Erfolg: Über 8 Mio. Zuschauer*innen sahen den Film über einen tyrannischen Latein-Lehrer im Ruhestand, dessen Betreuung eine alleinerziehende Mutter aus prekären Verhältnissen übernimmt. Die Mini-Serie gleichen Titels knüpft an die Handlung der Komödie an und erzählt die Geschichte um das ungleiche Gespann Olaf Hintz und Trixie Kunze weiter. Dabei werden die Verhältnisse auf den Kopf gestellt, als Hintz seine gepflegte Altbau-Wohnung in Berlin-Charlottenburg verliert und er mit Trixie und ihren drei Kindern in einer Zwei-Zimmer-Plattenbauwohnung Zuflucht suchen muss.

Ausblick: Internationale Serien

Drei neue internationale Koproduktionen bestimmen das Spektrum des ZDF-Mehrteiler-Portfolios im letzten Quartal 2021. Der von Bestsellerautor William Boyd geschriebene Spionagethriller „Spy City“ (ab 17.10.21 an drei aufeinanderfolgenden Sonntagen, jeweils 22:15 Uhr) erzählt von einem MI6-Agenten während des Kalten Krieges in Berlin kurz vor dem Mauerbau. Die Hauptrollen des multinationalen Ensembles übernehmen Dominic Cooper und Johanna Wokalek.

Inspiriert von wahren Ereignissen folgt „Furia“ (ab 07.11.21 in vier Teilen sonntags und montags jeweils ab 22:15 Uhr) einer norwegischen Undercoveragentin, die in eine rechtsextreme Terrorzelle eingeschleust wird, um einen in Berlin geplanten Anschlag zu verhindern. Der u. a. mit Nina Kunzendorf und Ulrich Noethen prominent besetzte Genre-Mix aus Thriller und Drama verbindet eine spannungsgeladene Dramaturgie mit politisch-gesellschaftlicher Aktualität.

Im Rahmen der deutsch-französisch-italienischen Koproduktions-Gemeinschaft „European Alliance“ entstand die achtteilige historische Abenteuerserie „In 80 Tagen um die Welt“, basierend auf dem Klassiker von Jules Verne. Gentleman Phileas Fogg will im Jahr 1872 mit seinem Diener Passepartout von London aus in Rekordzeit die Erde umrunden und Weihnachten wieder zu Hause sein. Der aufwändig produzierte und mit einem internationalen Cast (u. a. David Tennant, Leonie Benesch) aufwartende Mehrteiler ist als familientaugliches Feiertags-Programm für Ende Dezember 2021 vorgesehen.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

Mit der sechsteiligen Auftragsproduktion „Loving Her“ will sich ZDFneo weiter im Bereich ‚Instant-Fiction‘ als Anbieter junger deutscher Fiction etablieren. Die schnelle Umsetzung einer fiktionalen Serie ermöglicht dem Sender das Aufgreifen einer gesellschaftsrelevanten aktuellen Thematik aus der Lebenswelt junger Zuschauer*innen. „Loving Her“ erzählt die Geschichte moderner Paarbeziehungen und porträtiert dabei das aktuelle Lebensgefühl der jungen Generation, bei der die Corona-Pandemie auf der Gegenwartsebene als Realität mit abgebildet wird. Nicht nur mit der Auswahl der Darsteller*innen (z. B. Banafshe Hourmazdi in der Hauptrolle), sondern auch mit der Darstellung einer lesbischen Paarbeziehung greift ZDFneo in seinem Programm das Thema Diversität auf. Den Sehgewohnheiten der anvisierten Zielgruppe entsprechend wurden alle Folgen vor der TV-Ausstrahlung in der ZDFmediathek zur Verfügung gestellt und eine umfangreiche Social-Media-Begleitung auf den Weg gebracht. So konnten bereits in den ersten zwei Tagen vor der TV-Ausstrahlung insgesamt 180.000 Sichtungen generiert werden. Mit Ø 237.000 Sichtungen pro Folge nach 30 Tagen übertraf das Format die Zielvorgabe deutlich und erreichte damit den zweiten Platz der erfolgreichsten ZDFneo-Formate im laufenden Jahr.

Eigener Sendeplatz für fiktionale Comedy

„Deadlines“ ist das erste von zahlreichen neuen Formaten, mit denen ZDFneo einen Comedy-Sendeplatz am Dienstagabend etabliert. Der Sender ergänzt damit sein Portfolio um eine wichtige Programmsäule und besetzt damit eine Lücke im aktuellen TV-Markt.

Das Format begleitet vier ungleiche Freundinnen Anfang 30, die sich nach mehreren Jahren des Kontaktabbruchs wieder begegnen und sich jeweils mit ihrer ganz persönlichen ‚Deadline‘ konfrontiert sehen. Dabei werden gezielt Thematiken aus der Lebenswelt dieser Altersgruppe auf unkonventionelle, humorvolle Weise erzählt, mit denen sich besonders Frauen konfrontiert sehen. Die große Bandbreite moderner Frauentypen bieten dem Publikum hohes Identifikationspotential. Mit Ø 170.000 Sichtungen pro Folge nach 30 Tagen bildet „Deadlines“ einen vielversprechenden Auftakt der Sitcom-Offensive. Die Buchentwicklung für eine zweite Staffel wurde bereits beauftragt.

Die Lizenzserie „Andere Eltern“ setzt die Sitcom-Strecke am Dienstagabend fort. Durch die Mischung aus eigenproduzierten Serien und Lizenzproduktionen kann die dauerhafte Bespielung des Sendeplatzes sichergestellt und dem Publikum ein breiteres Spektrum an Comedy-Formaten geboten werden.

„Andere Eltern“ zeigt eine fiktionale Dokumentation, die eine Gruppe Kölner „Helikopter-Eltern“ bei der Gründung einer eigenen Kita begleitet. Dabei verkörpern die Darsteller*innen jeweils ein anderes Stereotyp moderner Eltern, die mit ihren unterschiedlichen Ansichten aneinandergeraten. Mit dieser unkonventionellen Sitcom, in der die Protagonist*innen ihre Rollen nahezu gänzlich improvisieren, verstärkt ZDFneo seine Bemühungen um mehr Vielfalt in Programm und Machart. In der wöchentlichen Ausstrahlung am Dienstagabend erreichten die ersten vier Folgen mit Ø 2,8 % Marktanteil (0,02 Mio. Sehbeteiligung) bei den 30- bis 39-Jährigen die anvisierte Kernzielgruppe.

Entwicklungsfeld: Show-Formate

Auch im Bereich der Shows will ZDFneo programmliche Vielfalt mit kontinuierlicher Formatarbeit stärken. Mit Tommi Schmitt und Dr. Mai Thi Nguyen-Kim hat der Sender zwei prominente Köpfe für sich gewonnen, die ein breites Publikum unter jungen Zuschauer*innen ansprechen. Die zweite Staffel des Late-Night-Formats „Studio Schmitt“ ist für den Herbst geplant. Mit „MaiThinkX – Die Show“ startet dann auch die erste eigene Show der Wissenschaftsjournalistin und markiert gleichzeitig den Beginn eines neuen Sonntagabends. Ab Herbst wird die Primetime am Sonntag mit einer Kombination aus ZDFneo-eigenen Shows und jungen Show-Marken aus dem Hauptprogramm bespielt. Außerdem befindet sich ein neues Sendungskonzept mit Ariane Alter in der Entwicklung.

Ausblick

Mit Blick auf die Verjüngung im linearen TV entwickelt ZDFneo weiterhin Factual-Formate für die werktägliche Daytime. Derzeit ist die Ausstrahlung einer Pilotstaffel des Formats „Waschen, Schneiden, Leben – Mein neues Ich“ für den Winter 2022 geplant. Die Sendung begleitet täglich Protagonist*innen bei ihrem Friseurbesuch, der nicht nur für eine äußerliche Veränderung, sondern einen neuen Lebensabschnitt steht.

Außerdem steht eine Entscheidung über das Wettbewerbs-Format „Die Streetfood Challenge“ aus, in dem Hobbyköche gegeneinander antreten, um sich und dem Publikum zu beweisen, dass sie erfolgreich einen Foodtruck führen können. Sofern nach der Ausstrahlung einer Pilotwoche Potential für einen Erfolg in der jungen Zielgruppe identifiziert wird, soll eine Staffel in Auftrag gegeben werden, die das Angebot im Tagesprogramm ab Anfang nächsten Jahres ergänzt.

2.4.2 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum setzte ZDFinfo mit hintergründigen Dokumentationen Impulse für aktuelle gesellschaftliche Debatten. So waren alltäglicher Sexismus, stereotype Frauenbilder und die Folgen der #MeToo-Debatte Thema in der Auftragsproduktion „Wie sexistisch ist Deutschland?“ (18.08.21, 0,20 Mio., 0,8 % MA). Die Dokumentation stellte die Frage, wie tief der Sexismus kulturell und institutionell in unserer Gesellschaft verankert ist und welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, um Menschen nicht mehr aufgrund ihres Geschlechts zu diskriminieren.

Überforderte Ärzt*innen, fehlende Pflegekräfte – das angeschlagene deutsche Gesundheitssystem thematisierte ZDFinfo in der Auftragsproduktion „Krankenhäuser am Limit – Gewinne auf Kosten der Patienten“. Viele Kliniken leiden unter chronischem Kostendruck und Personalmangel, oft zum Nachteil der Behandlungsqualität. Der Film analysierte nicht nur die Problematik, sondern suchte auch nach Strategien für die Zukunft.

Soziale Gerechtigkeit und Armut in Deutschland waren weitere Schwerpunkte bei ZDFinfo. Die Auftragsproduktion „Arm gegen Arm – Verteilungskampf am unteren Rand“ schaute auf das Konkurrenzdenken unter sozial Schwächeren und Ausgegrenzten. Sie benötigen bezahlbaren Wohnraum, eine Gesundheitsversorgung und soziale Unterstützung. ZDFinfo begleitete in diesem Film Betroffene und ihren Kampf um die knappen Ressourcen. Für die gesellschaftspolitische Einordnung sorgten Armutsforscherinnen und Migrationsforscher.

Entwicklungsfeld

In seinem Programm achtet ZDFinfo auf eine diskriminierungsfreie Kommunikation. Zusätzlich möchte der Sender die Sichtbarkeit von

Wissenschaftlerinnen und Expertinnen erhöhen – auch, um gezielt ein jüngeres, weibliches Publikum anzusprechen. Das gelingt bereits mit dem YouTube-Format „Schuld & Sühne“, das ZDFinfo für das Content-Netzwerk funk produziert. Neben juristischen Fällen wird darin relevante Rechtsarbeit unterhaltsam vermittelt.

2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Siehe Fernsehratsvorlage FR 19/21.

2.5.2 3sat

Endlich wieder Musik auf einem Live-Konzert erleben, laut und im Freien – das haben viele wegen der Corona-Pandemie auch diesen Sommer vermisst. Um Rock- und Popfans trotzdem ausgiebigen Musikgenuss zu bieten, zeigte 3sat den Thementag „Pop Around the Clock – Summer Edition“, der mit einem aktuellen und abwechslungsreichen Programm aufwartete. Mit dabei waren Live-Konzerte der Sängerin Stefanie Heinzmann und der Berliner Folk-Band „Mighty Oaks“ aus der Bauhaus-Universität in Weimar, sowie das wenige Tage zuvor aufgezeichnete „Strandkorb-Konzert“ von Jan Delay & Disko No. 1. Highlights waren außerdem die Konzerte von Dua Lipa, Brittany Howard, Laura Marling, Ellie Goulding, der Girl Group „Little Mix“ und „Lindemann“, die 3sat in deutscher Erstausstrahlung zeigte. Im neu gestalteten Sendungsbereich in der 3sat-Mediathek sollen durch attraktive Konzerte kontinuierlich neue Zielgruppen gewonnen werden.

„WissenHoch2“ zum Umgang mit Wissen

Die größte Online-Enzyklopädie Wikipedia wird 2021 20 Jahre alt. Sie hat das Ziel, Wissen von allen für alle bereitzustellen. Dabei stellt sich die Frage, wie ausgewogen der Autorenstamm, wie anfällig das demokratische Prinzip für Manipulation ist. Das durch Spenden finanzierte Online-Lexikon wird weltweit und meist unkritisch als Nachschlagewerk Nr. 1 benutzt. Viele Artikel entsprechen den Standards renommierter Lexika, in anderen ist Laienhaftigkeit und fehlende Neutralität offensichtlich. Der Dokumentarfilm „Wikipedia – Die Schwarmoffensive“ (Do, 09.09.21, 20:15 Uhr) zeigte in der Format-Doppelreihe „WissenHoch2“, wie ein Artikel entsteht, wie um die Richtigkeit der Darstellung gerungen wird, und dass die "Schwarmintelligenz" mitnichten die Vielfalt der Nutzer*innen repräsentiert. Im Anschluss sprach Gert Scobel in seiner Sendung „scobel – Aufklärung neu denken!“ mit Gästen aus verschiedenen Wissenschaftsbereichen darüber, ob die Wissensgesellschaft „Aufklärung“ neu ausrichten muss, und wie die Verfügbarkeit von Informationen und Wissen genutzt werden kann, klügere und weitsichtigere Entscheidungen zu treffen.

Kaminer inside: Neuschwanstein

Märchenschloss, Mythos und Marke zugleich ist Schloss Neuschwanstein. In der neuesten Ausgabe der 3sat-Doku-Reihe „Kaminer inside“ (Sa, 28.08.21, 20:15 Uhr) wandelte Schriftsteller Wladimir Kaminer auf den Spuren des Bauherrn, König Ludwig II. von Bayern, sprach mit Fans des Monarchen und begab sich auf die Spuren seines rätselhaften Todes. Wo sonst tausende Menschen pro Tag zur Besichtigung kommen, herrscht nun ungewohnte Leere, denn man nutzt die Corona-Zwangspause, um dringend notwendige Restaurationsarbeiten im und am Schloss anzugehen. Wladimir Kaminer kann also „die Magie des Ortes in Einsamkeit genießen“, ganz so, wie Ludwig II. es sich gewünscht hatte.

„Dokumentarischer Herbst“

Der „Dokumentarische Herbst“ in 3sat bietet dem Dokumentarfilm eine besondere Bühne – im TV und in der Mediathek. Im Rahmen der aktuellen Staffel der vielfach ausgezeichneten Reihe „Ab 18!“ erkunden sechs Produktionen die Lebenswirklichkeit junger Erwachsener. Auch die Medienpartnerschaften mit DokLeipzig und der Duisburger Filmwoche, werden von einem Filmprogramm in 3sat begleitet, wo u. a. die TV-Premiere von Carmen Losmans viel diskutiertem Film „Oeconomia“ zu sehen sein wird.

Als besonderen Service wird 3sat von August bis Dezember 2021 zudem bis zu 50 Dokumentarfilme in einem eigens kuratierten Bereich innerhalb der 3sat Mediathek anbieten. Von aktuellen Produktionen wie „Diego Maradona“ bis hin zu Dokumentarfilm-Klassikern von Georg Stefan Troller, der am 10.12.21 seinen 100. Geburtstag feiert, präsentiert der „Dokumentarische Herbst“ den Facettenreichtum des dokumentarischen Erzählens.

2.5.3 phoenix

Siehe Fernsehratsvorlage FR 18/21.

2.5.4 KiKA

In der 3D-Animationsserie „Die Muskeltiere“ (45x 12‘) nach der gleichnamigen Buchreihe von Ute Krause stehen vier Nager aus dem Hamburger Hafen im Mittelpunkt, die allzeit bereit sind, das Viertel gegen eine Rattengang zu verteidigen. Die mit Bild- und Wortwitz umgesetzten Abenteuer erweitern seit dem 03.08.21 um 18:15 Uhr das Serienangebot für Kinder im jüngeren Grundschulalter.

Ebenfalls auf einer Buchvorlage beruht der Animationsfilm „Ein Känguru wie du“. Das Bilderbuch von Ulrich Hub ist ein Plädoyer für Toleranz gegenüber dem Anderssein. Zwei Raubkatzen laufen ihrem mutmaßlich homosexuellen Trainer davon und lernen das boxende Känguru Django kennen. Doch auch ihr neuer Freund bedient nicht alle ihre Erwartungen. Der Kurzfilm über falsche Ängste und echte Freunde wurde anlässlich des Christopher Street Days ausgestrahlt und steht online auf Abruf zur Verfügung.

„Terra X-Show Kids“

Die ZDF-Wissensmarke „Terra X“ öffnet sich mit „Terra X-Show Kids“ für die jüngere Zielgruppe. Ausgestrahlt wurde die 60-minütige Show erstmalig am 03.09.21 um 19:30 Uhr, eine zweite Ausgabe folgt am 01.10.21. Mit bildstarken Naturaufnahmen, Spielen, Quizfragen zum Mitraten und prominenten Gästen wie dem Physiker Philip Häusser

oder der Meteorologin und Astronautenkandidatin Insa Thiele-Eich vermittelt die Show spielerisch Wissen für die ganze Familie.

Aktualität und Zeitgeschichte

„logo!“ berichtete ausführlich über die Flutkatastrophe in Deutschland. Reporterin Maral Bazargani besuchte ein Mädchen aus dem Ahrtal, das seine Wohnung verloren hat. „logo!“-Reporterin Teresa Betz reiste nach Nordrhein-Westfalen, um unter anderem in Erftstadt mit betroffenen Kindern zu sprechen, und nahm die Hilfeleistungen vor Ort in den Blick. In den kommenden Monaten wird „logo!“ weiter aus den betroffenen Gebieten berichten. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen, die sich besonders Kinder stellen, etwa, wie der Schulbetrieb abläuft, wenn ganze Schulen zerstört wurden.

Anlässlich des 60. Jahrestags zum Mauerbau am 13.08.21 sprach „logo!“-Reporterin Linda Fuhrich mit einer Zeitzeugin, die den Mauerbau als neunjähriges Mädchen in Berlin erlebt hat. Ein grafischer Beitrag erläuterte den politischen Hintergrund, der zum Mauerbau führte.

Im Vorfeld der Bundestagswahl interviewten „logo!“-Kinderreporter die Spitzenpolitiker*innen der Parteien. In einem „logo! extra“ am 06.09.21 stellten sich die Kanzlerkandidatin und die Kanzlerkandidaten der Parteien ihren Fragen. Daneben begleitete das Entdeckermagazin „PUR+“ die jungen Bundestagskandidaten Jakob Blasel, 20, und Noreen Thiel, 18. Am Wahltag senden die Kindernachrichten eine verlängerte Live-Sendung, in der Ergebnisse und Hintergründe kindgerecht erklärt werden. Direkt im Anschluss können sich die Zuschauer*innen in einem Live-Stream weiter über die Wahl informieren.

Programmschwerpunkt 2021

Der diesjährige KiKA-Themenschwerpunkt „Freundschaft“ im September widmete sich vielseitig einem Thema, das bei Heranwachsenden eine zentrale Rolle spielt. Das ZDF bringt sich dazu in allen Genres mit Formaten ein. Der Schwerpunkt startete am 06.09.21 um 19:25 Uhr mit der achtteiligen Doku-Reihe „Das Zockerhaus“. Die Reihe ging der Frage nach, ob eine Gaming-Freundschaft im realen Leben Bestand haben kann. Sechs Jugendliche im Alter von 15 und 16 Jahren, die sich bis dahin nur virtuell kannten, zogen zusammen und stellten sich gemeinsamen Herausforderungen auch abseits des Bildschirms.

Am 11.09.21 startete bei kika.de die Webserie „ECHT“, eine Adaption der norwegischen Drama-Serie "Lik meg" für Kinder ab zehn Jahren. Die Geschichten spielen in einer 6. Klasse und behandeln hautnah die zuweilen schmerzhafte Suche nach Freundschaft. Eine Wochenzusammenfassung der Webinhalte strahlte KiKA im TV aus. Weitere ZDF-Einbringungen des Themenschwerpunkts sind „Sing- und TanzAlarm – Die Mitmachshow“, die WG-Spezialfolge „Die Mädchen-WG – Freundschaft für immer“, die Dokumentation „stark! Timo, Marcell und Emil – Freunde bleiben!?“, „PUR+: BFF – so geht Freundschaft!“ sowie eine Sonderausgabe von „Die Sportmacher“.

Ausblick

2022 feiert KiKA sein 25-jähriges Bestehen. Das Jubiläum ist Anlass, vor dem Hintergrund der sich fundamental verändernden Mediennutzung das Selbstverständnis des öffentlich-rechtlichen Kinderkanals, seine Strategien für die Zukunft und die Rolle der Medien für Kinder und Familien zu diskutieren. Geplant ist eine Diskussionsreihe, in der relevante Themen rund um Kindermedien zukunftsgerichtet beleuchtet werden. In Prüfung ist ein Kinderrat, der unter Einbeziehung der KiKA-Community an Inhalt und Gestaltung des Kinderkanals mitwirken soll. On-Air und Off-Air sind im Geburtstagsjahr

für die KiKA-Nutzer*innen und ihre Familien viele Aktionen geplant, bei denen sie mitentscheiden und mitgestalten können.

2.5.5 funk

Zur Bundestagswahl bietet funk ein umfangreiches Angebot für junge Wähler*innen an. So soll das Format „Kreuzverhör – deine Wahl?“ dem Publikum in 30-minütigen Interviews Kandidat*innen und Parteien persönlich und inhaltlich vorstellen. Im Format stellen sich Vertreter*innen aller sieben im Bundestag vertretenen Parteien den drängendsten Fragen der jungen Wähler*innen zu den Themen Klima, soziale Ungleichheit, Digitalisierung, Außenpolitik und Bildung.

Neben der „Kreuzverhör”-Interviewstrecke, die über die Social-Media-Kanäle der funk-Dachmarke distribuiert wird, widmen sich verschiedene funk-Kanäle auf ihre formatspezifische Weise der Bundestagswahl. An dem netzwerkübergreifenden Schwerpunkt beteiligen sich mehr als zehn Formate. „MrWissen2go” befasste sich bereits in den vergangenen Monaten mit der nahenden Wahl und veröffentlichte z. B. Videos zum Rentensystem oder zu Volksentscheiden auf Bundesebene. Zudem erklärt Mirko Drotschmann in je rund 15 Minuten die Wahlprogramme der im Bundestag vertretenen Parteien (insgesamt über 3 Mio. Views, Stand: 06.09.21). Auch das Format „So Many Tabs” wirft einen Blick auf die Wahlprogramme, jedoch mit besonderem Fokus auf die Pläne zur Netzpolitik. Dabei werden Fragen beantwortet wie „Sollen alle Schüler*innen einen eigenen Laptop bekommen?“ oder „Darf die Polizei mein Handy hacken und bei WhatsApp mitlesen?“. funk bietet jedoch nicht nur Informationen für Menschen, die ihre Stimme bei der Bundestagswahl abgeben wollen. Auch Gründe für die Nicht-Teilnahme an demokratischen Wahlen sollen beleuchtet werden. Dazu befragte das Reportage-Format „follow me.reports” junge Menschen in Bitterfeld, ob sie zur Bundestagswahl gehen werden. In der Stadt in Sachsen-Anhalt war die Wahlbeteiligung zuletzt besonders niedrig.

Weitere Formate zur Bundestags-wahl

Neu in der ZDF-Zulieferung ist seit Juni 2021 das Format „Schuld & Sühne” mit Laura Wohlers und Paulina Krasa, die bereits aus dem „True Crime“-Podcast „Mordlust“ bekannt sind. In ihrem neuen Video-Format klären die beiden Journalistinnen zusammen mit Ermittler*innen, Jurist*innen und Betroffenen die Hintergründe von wahren Kriminalgeschichten auf. Rund zwei Monate nach dem Start verzeichnet das Format inzwischen rd. 52.000 Abonnements und 1,2 Mio. Views auf YouTube (Stand 06.09.21).

Neu im Portfolio ist außerdem seit Juni das Unterhaltungs-Format „Parshad” (insgesamt 228.000 Views auf YouTube, Stand: 06.09.21). Die Frankfurter Comedienne Parshad setzt sich sowohl in Videoform als auch in ihrem Podcast „Frühlife-Crisis” vor allem mit Generationenkonflikten, urbanen Themen und Gerechtigkeit auseinander und beleuchtet diese aus eigener, humorvoller Sicht (rd. 65.000 Streams auf Spotify, Stand: 06.09.21).

Aufgrund der aktuellen Ereignisse in Afghanistan stand im Berichtszeitraum auch die Berichterstattung rund um die internationalen Truppenabzüge im Fokus. Auf dem funk-Kanal auf Instagram wurde das Geschehen für jüngere Nutzer*innen eingeordnet, Hintergründe beleuchtet und Erklärungen für die politischen Vorgänge gegeben. Das Video „Was ist los in Afghanistan?” von „MrWissen2go” wurde über den funk-Kanal auf Instagram mehr als eine Million Mal abgerufen und ist damit das erfolgreichste Video des funk-Kanals im August. Auf YouTube erreichte das Video zusätzlich

680.000 Views (Stand: 06.09.21). Auch das Hintergrundvideo des Kanals „MrWissen2go Geschichte" aus dem Dezember 2019 wurde aus aktuellem Anlass erneut über den funk-Kanal geteilt. Es erklärt, wieso es in Afghanistan schon seit Jahrzehnten immer wieder Unruhen gibt, und welche Rolle die Geschichte des Landes dabei spielt (497.000 Views auf YouTube, Stand: 06.09.21).

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis 2021**
Sendung / Beitrag:	u. a. „Rückkehr der Taliban"
Kategorie:	Herausragende Leistung als Reporter*in in Brennpunkten aktuellen Geschehens
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortliche Redakteurin:	Katrin Eigendorf
Sendung / Beitrag:	ZDF Magazin Royale
Kategorie:	Sonderpreis
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurin:	Karolina Salamon

Preis:	**Deutscher Fernsehpreis 2021**
Sendung / Beitrag:	ZDF Magazin Royale
Kategorien:	Bestes Buch Unterhaltung (Jan Böhmermann, Markus Hennig, Hanna Herbst); Beste Ausstattung Unterhaltung (Michael König, Katja Manenbach)
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurin:	Karolina Salamon
Sendung / Beitrag:	ZDF-Fernsehgarten
Kategorie:	Beste Moderation/ Einzelleistung Unterhaltung (Andrea Kiewel)
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortlicher Redakteur:	Christoph Hillenbrand
Sendung / Beitrag:	Markus Lanz
Kategorie:	Beste Information
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurin:	Susanne Krummacher
Sendung / Beitrag:	Schwarze Adler
Kategorie:	Beste Dokumentation/Reportage
Zuständige Redaktion:	HR Sport
Verantwortlicher Redakteur:	Thomas Fuhrmann
Sendung / Beitrag:	Vendée Globe
Kategorie:	Beste Sportsendung
Zuständige Redaktion:	HR Sport
Verantwortlicher Redakteur:	Yorck Polus
Sendung / Beitrag:	Unbroken
Kategorie:	Beste Kamera Fiktion (Leah Striker)
Zuständige Redaktion:	ZDFneo
Verantwortliche Redakteurin:	Diana Kraus

Sendung / Beitrag:	Höllental
Kategorie:	Beste Kamera Info/Doku (Alexander Gheorghiu)
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Jörg Schneider
Sendung / Beitrag:	follow me.reports
Kategorie:	Förderpreis (Aminata Belli)
Zuständige Redaktion:	funk
Verantwortliche Redakteur*innen:	Sara Günter, Lukas Schmitt (funk); Laura-Sophie Nied (ZDFinfo)

Preis:	**Filmfest München 2021**
Sendung / Beitrag:	Nahschuss
Kategorie:	Förderpreis für bestes Drehbuch (Franziska Stünkel)
Zuständige Redaktion	HR Fernsehfilm/Serie I
Verantwortliche Redakteure:	Daniel Blum; Olaf Grunert (ARTE)
Sendung / Beitrag:	Trans – I Got Life
Kategorie:	Publikumspreis an Regisseurinnen Imogen Kimmel, Doris Metz
Zuständige Redaktion	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Olaf Grunert

Preis:	**Goldener Spatz 2021**
Sendung / Beitrag:	Die Hexenprinzessin
Kategorie:	Unterhaltung (Schauspielerin Charlotte Krause)
Zuständige Redaktion	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteur*innen:	Götz Brandt, Irene Wellershoff
Sendung / Beitrag:	Into the Beat – Dein Herz tanzt
Kategorie:	Urkundenpreis für bestes Drehbuch an Hannah Schweier, Stefan Westerwelle
Zuständige Redaktion	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Jörg von den Steinen

Preis:	**Deutscher Hörfilmpreis 2021**
Sendung / Beitrag:	Arctic Circle – Der unsichtbare Tod
Kategorie:	Bester Hörfilm, Kategorie TV, Mediatheken, Streamingdienste
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I; HR Internationale Fiktion
Verantwortliche Redakteur*innen:	Silvia Lambri; Wolfgang Feind

Preis:	**Österreichischer Filmpreis 2021**
Sendung / Beitrag:	Vom Nachteil geboren zu sein
Kategorie:	Bester Spielfilm, beste Regie (Sandra Wollner), beste Maske (Gaby Grünwald), beste Tongestaltung (Johannes Schmelzinger-Zieringer, Peter Kutin, Simon Peter)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I

Preis:	**Internationales Filmfestival Cannes 2021**
Sendung / Beitrag:	Aheds Knie
Kategorie:	Preis der Jury
Zuständige Redaktion:	HR Internationale Fiktion
Verantwortlicher Redakteur:	Alexander Bohr
Sendung / Beitrag:	Memoria
Kategorie:	Preis der Jury
Zuständige Redaktion:	HR Internationale Fiktion
Verantwortlicher Redakteur:	Holger Stern
Sendung / Beitrag:	Annette
Kategorie:	Beste Regie (Leos Carax)
Zuständige Redaktion:	HR Internationale Fiktion
Verantwortlicher Redakteur:	Alexander Bohr

Preis:	**Internationales Frauen Film Festival 2021**
Sendung / Beitrag:	Quo Vadis, Aida?
Kategorie:	Hauptpreis
Zuständige Redaktion:	HR Internationale Fiktion
Verantwortlicher Redakteur:	Holger Stern

Preis:	**Banff World Media Festival 2021**
Sendung / Beitrag:	Die Jagd nach Gaddafis Milliarden
Kategorie:	Beste Investigativ-Dokumentation
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteur*innen:	Martin Pieper, Miriam Carbe

Preis:	**British Academy Awards 2021**
Sendung / Beitrag:	Es war einmal im Irak
Kategorie:	Beste Doku-Serie
Zuständige Redaktion	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Miriam Carbe
Sendung / Beitrag:	Lee Miller – Supermodell und Kriegsfotografin
Kategorie:	Information: Beste Regie (Teresa Giffith), bester Schnitt (Claire Guillon)
Zuständige Redaktion	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Kathrin Brinkmann

Dr. Thomas Bellut