ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

01.03.2022

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

in der 8. Sitzung
der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates
am 11. März 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

nach einer Woche Krieg in Europa – so unwirklich ein solcher Satzanfang sich noch immer anhört – müssen wir noch immer Tag für Tag abwägen, von wo und unter welchen Bedingungen wir aus der Ukraine berichten können. Ich bin unseren krisenerfahrenen und entsprechend ausgebildeten Reporterinnen und Reportern, Kameraleuten und Cuttern hier ebenso dankbar wie den Ortskräften des ZDF in Kiew. Aber auch den Kolleginnen und Kollegen in der sicheren Heimat, die mit ihren Beiträgen rund um die Uhr für Entlastung sorgen, so weit unsere Personaldecke dies irgend zulässt. Das meint nicht zuletzt jene, die das eingehende Bildmaterial als erste sichten und bewerten – und uns allen in unserem berechtigten Informationsinteresse Zumutungen ersparen, denen sie sich selbst aussetzen.

Ihnen allen bin ich als Personalverantwortlicher des ZDF zutiefst verpflichtet, alles Menschenmögliche zu tun, um Schaden an Leib und Leben von ihnen fernzuhalten. Das setzt Zurückhaltung bei der Nennung der genauen Aufenthaltsorte unserer Kollegen vor Ort ebenso voraus wie eine tagesaktuelle Neubewertung aller Risiken – und auch der jeweils kürzesten und sichersten Wege, um das Land zu verlassen. So, wie wir versuchen, die in der Ukraine und in Russland eingesetzten Mitarbeiter zu entlasten und ggf. nach wenigen Tagen auszutauschen, sorgen wir uns auch um die psychische Belastung aller vom Krieg und seinen Bildern betroffenen Mitarbeitenden. Ein Team von Trauma-Ersthelfer*innen aus dem Kollegenkreis steht für sie auf Wunsch bereit für ein natürlich vertrauliches Gespräch auf jedwedem technisch möglichen Weg, oder auch persönlich. Neben dieser psychosozialen Soforthilfe mit in den Alltag zu integrierendem Rat zur Bewältigung von Stress und Ängsten, die wir auch schon während der Corona-Pandemie anbieten, arbeiten wir an Plänen, die professionelle Therapeuten mit einbeziehen.

Sie können sich sicher vorstellen, wie gefährlich der Einsatz in einem Kriegsgebiet ohne klare Fronten trotz alledem bleibt. Wenn Bild TV in Kiew ohne entsprechende Überlegungen Kriegsreporter einsetzt, limitiert der Sender damit quasi als Kollateralschaden auch unsere Einsatzmöglichkeiten in der ukrainischen Hauptstadt. Ob man professionell über einen Krieg berichtet, ist jedoch keine Frage eines 24-Stunden-Nachrichtenkanals, sondern eine nach dem verantwortungsbewussten Einsatz von Ressourcen, bei denen Gesundheit und Sicherheit für diejenigen Vorrang hat, die uns unabhängig und verantwortungsvoll von diesem schrecklichen Krieg berichten.

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	7
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**7**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	7
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	8
2.3	Hauptprogramm	15
2.3.1	Chefredaktion	15
2.3.2	Programmdirektion	17
2.4	ZDF-Digitalkanäle	20
2.4.1	ZDFneo	20
2.4.2	ZDFinfo	21
2.5	Partnerprogramme	21
2.5.1	ARTE	21
2.5.2	3sat	23
2.5.3	phoenix	23
2.5.4	KiKA	24
2.5.5	funk	25
2.6	Auszeichnungen/ Preise	27

Berichtszeitraum: 11.12.2021 – 11.03.2022

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Diskussionsentwurf der Länder zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Am 19.11.21 haben die Länder einen Diskussionsentwurf zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks online veröffentlicht und allgemein zur Diskussion gestellt. Die daraufhin eingegangenen Eingaben werden derzeit von den Ländern ausgewertet. Im Anschluss wird die Rundfunkkommission über die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses beraten und über das weitere Vorgehen entscheiden.

Dabei möchte das ZDF mit seiner Stellungnahme in einem konstruktiven Austausch die weitere Diskussion auch mit konkreten Vorschlägen begleiten. Zu der im Diskussionsentwurf vorgeschlagenen Eingrenzung der Unterhaltung in der Auftragsbeschreibung weist das ZDF darauf hin, dass gerade Unterhaltung in hohem Maße meinungsbildend ist. ZDF-Produktionen wie „Bad Banks“, die „Ku’damm“-Reihe sowie Satireformate wie die „heute-show“ sind wichtige Beispiele für die Informations- und Integrationsfunktion von Unterhaltung. Ein öffentlich-rechtliches Angebotsprofil gilt für alle Inhalte, nicht nur für die Unterhaltung. Seine Kontrolle obliegt den Gremien der Rundfunkanstalten und sollte nicht den Gerichten überlassen werden.

Auch in diesem Zusammenhang begrüßt das ZDF grundsätzlich die Diskussion zum Thema Qualitätssicherung. Konkret schlägt es die staatsvertragliche Weiterentwicklung der Selbstverpflichtung des Intendanten vor. Sie dient der programmlichen Qualitätsprüfung und könnte im Zuge einer Neuregelung unter Einbeziehung der zuständigen Gremien weiterentwickelt werden. Dabei schlägt der Intendant Maßstäbe zur inhaltlichen und formalen Qualitätsmessung vor. Deren Einhaltung wird durch die Gremien kontrolliert.

Zu der im Diskussionsentwurf angeführten Flexibilisierung des Programms weist das ZDF auf die Notwendigkeit einer klaren Beauftragung der bestehenden, aber auch der dann flexibilisierten Programme hin. Die Flexibilisierung kann unter bestimmten Rahmenbedingungen Chancen für die Rundfunkanstalten eröffnen. Allerdings sollten damit keine bestehenden Angebotsmöglichkeiten abgeschnitten werden. Mit der starken Synergie aus der Kombination von linearen Programmen wie ZDFneo und ZDFinfo und Online-Angeboten spricht das ZDF insbesondere jüngere Nutzerinnen und Nutzer an. Diese Kombination ist ein wichtiger Baustein, um auch künftig im publizistischen Wettbewerb gegenüber Streamingdiensten bestehen zu können. Und: Die Nutzung der Online-Angebote wird häufig über das lineare Programm – Stichwort „Red Button“ – getrieben.

In diesem Zusammenhang begrüßt das ZDF, dass zukünftig insbesondere angekaufte europäische Spielfilme und Folgen von Fernsehserien als eigenständige audiovisuelle Inhalte zum Abruf angeboten werden dürfen. Allerdings kann diese Regelung nur dann einen praktischen Mehrwert bieten, wenn die hieran anknüpfende Depublikationspflicht von 30 Tagen ersatzlos entfällt.

Verlängerung des Film-/Fernseh-abkommens mit der Filmförderanstalt

Zum 01.01.22 haben ZDF und ARD mit der Filmförderanstalt des Bundes (FFA) für die nächsten zwei Jahre ein neues Film-/Fernsehabkommen abgeschlossen und damit einmal mehr ihre Unterstützung des Kinofilms und die Partnerschaft mit der FFA bekräftigt. Mit dem Abkommen verpflichtet sich das ZDF, die FFA und

den Kinofilm über die im Filmfördergesetz (FFG) vorgesehene gesetzliche Filmabgabe (2022: 2,8 Mio. €) hinaus, mit zusätzlichen freiwilligen Leistungen zu unterstützen. Insgesamt belaufen sich die jährlichen Leistungen des ZDF danach auf 7,8 Mio. €.

Rechtliches Vorgehen gegen Bild TV

Der neu gestartete lineare Fernsehkanal des Axel Springer Verlags, Bild TV, übernahm im Rahmen seiner Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021 an mehreren Stellen des Programms die Live-Inhalte von ARD und ZDF. Neben den 18:00-Uhr-Prognosen wurden auch exklusive Interviews und ca. 15 Minuten der „Berliner Runde“ gezeigt. Die Sendungen waren im Nachgang auf der Webseite von Bild und über die Videoplattform YouTube zugänglich.

Das ZDF ist hiergegen im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes vorgegangen. Das Landgericht Köln hat mit einer einstweiligen Verfügung die Übernahme der „Berliner Runde“ untersagt. Die ebenfalls angegriffene Nutzung eines exklusiven Interviews mit dem damaligen Generalsekretär der SPD Lars Klingbeil zur Einordnung der Prognose des Wahlergebnisses wurde hingegen unter Berufung auf die urheberrechtliche Schrankenregelung der Berichterstattung über Tagesereignisse nicht verboten. Das einstweilige Verfügungsverfahren wird sowohl vom ZDF als auch von Axel Springer weiterverfolgt.

Europäische Regulierung mit direkten Auswirkungen auf das ZDF

Die EU diskutiert derzeit Gesetzesvorschläge, die neue Regeln für Plattformen wie Facebook, YouTube, Twitter oder Instagram einführen sollen. Darüber wurde bereits in der Fernsehratssitzung im Dezember berichtet. Das ZDF begrüßt ausdrücklich das Vorhaben, Plattformen im Digital Services Act (DSA) und im Digital Markets Act (DMA) hinsichtlich ihrer Verantwortlichkeit für die auf ihnen zur Verfügung stehenden Inhalte und im Hinblick auf ihr Marktverhalten zu regulieren.

Die Mitgliedstaaten und das Europäische Parlament haben sich auf ihre jeweiligen Positionen geeinigt. Unter französischer Ratspräsidentschaft (1. Hälfte 2022) finden die sog. Trilog-Verhandlungen statt, im Rahmen derer sich das Europäische Parlament und der Ministerrat einigen müssen. Die Europäische Kommission begleitet diesen Prozess beratend.

Das Hauptanliegen des ZDF besteht in einem klaren Verbot für die Plattformen, redaktionell verantwortete Inhalte auf der Grundlage ihrer eigenen Geschäftsbedingungen zu löschen, zu blockieren oder zu ändern. In Europa ist allgemein anerkannt, dass die Berichterstattung frei ist. Dies muss auch für Plattformen gelten, die zunehmend den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen. Konkret sollte geregelt werden, dass ZDF-Inhalte, die auf den Plattformen zur Verfügung stehen, von diesen nicht aufgrund ihrer eigenen „Community Standards“ (AGBs) beschränkt werden dürfen.

Dieses Anliegen wird zwar von den meisten Akteuren in Europa allgemein als wichtig anerkannt, allerdings verpflichten die bisherigen Entwurfsformulierungen die Plattformen lediglich in einer sehr allgemeinen Weise, Medienfreiheit und -pluralismus zu achten. Dies erscheint angesichts der zunehmenden gesellschaftlichen Bedeutung der Plattformen nicht ausreichend.

BBC: Erhöhung der Licence Fee für zwei Jahre ausgesetzt

In Großbritannien wird die Rundfunkgebühr (Licence Fee) zum 01.04.22 nicht erhöht, sondern für zwei Jahre auf dem aktuellen Stand von 159 £ im Jahr eingefroren. In den Folgejahren ab dem 01.04.24 soll sie wieder wie zuvor bis zum 31.03.28 jährlich nach dem

Verbraucherpreisindex angehoben werden. Die britische Tory-Regierung erklärt, damit die derzeit überstrapazierten Privathaushalte entlasten zu wollen. Für die deswegen gebotenen Einsparungen erlange die BBC Planungssicherheit. In der noch laufenden Periode (01.04.17 bis 31.03.22) war die Rundfunkgebühr insgesamt um 8,50 £ auf 159 £ (gut 190 €) gestiegen. Schon von 2010 bis Ende März 2017 war die Erhöhung ausgesetzt worden. Die Licence Fee hat seinerzeit über eine spürbar längere Dauer stagniert, als es ihr jetzt bevorsteht – bei 145,50 £ über sechs Jahre.

Die medienpolitische Debatte wird seit mehr als einem Jahrzehnt von möglichen Alternativen zur Licence Fee bestimmt – ohne Ergebnis. Wie mittlerweile mehrfach versichert wurde, sei das Ende der Gebührenfinanzierung längst nicht beschlossen. Ein Ersatz insbesondere durch das sog. Subskriptionsmodell (Zahlung ähnlich einem Abonnement) bleibt parteiübergreifend umstritten.

Die BBC weist darauf hin, dass die inländischen Angebote bereits jetzt mit 30 % weniger Mitteln auskommen müssten als noch vor zehn Jahren. Die neue Situation werde zu einer programmrelevanten „harten Auslese“ führen. Intendant Tim Davie rechnet mit einem Fehlbetrag von 285 Mio. £ (knapp 341 Mio. €) bis 2027.

1.2 Medienbranche

DAZN verdoppelt den Preis für seinen Sport-Streamingdienst

DAZN hat im Februar den Preis für seinen Sport-Streamingdienst auf fast 30 € im Monat verdoppelt. Der Dienst kostet damit in Deutschland inzwischen ähnlich viel wie ein Sky-Abonnement inklusive eines Sport-Pakets. Gestartet war DAZN vor ein paar Jahren mit einem Kampfpreis von rund 10 €. Begründet werden die Preissteigerungen mit dem Kauf von Premium-Sportübertragungsrechten, z. B. der UEFA Champions League und den Spielen der Fußball-Bundesliga am Freitag und am Sonntag, sowie mit Investitionen in die Produktentwicklung. Die Neuaufteilung der Rechte hat dazu geführt, dass Fußballfans inzwischen drei Abonnements (Sky, DAZN und Amazon Prime) abschließen müssen, wenn sie über das gleiche Pay-Angebot an Live-Spielen verfügen möchten, das früher Sky angeboten hat. Die deutliche Preiserhöhung von DAZN führt dazu, dass Fußballfans zukünftig noch mehr für Fußballübertragungen bezahlen müssen als in der Vergangenheit.

Springer will Sport-Streamingdienst starten

Der Springer-Verlag hat sich mehrheitlich an einem neuen Sport-Streamingdienst beteiligt, den der ehemalige DFL-Geschäftsführer Christian Seifert 2023 starten will. Der neue Streamingdienst soll Sportfans ein auf den deutschen Markt zugeschnittenes Streaming-Angebot jenseits von Fußball unterbreiten. Die Nachfrage nach attraktiven Sportübertragungsrechten wird durch die neue Plattform weiter steigen.

Deutlich verschärfter Wettbewerb auf dem Streaming-Markt

Der Medienmarkt unterliegt weltweit einem rasanten Wandel. Die Markteintritte weiterer kapitalstarker und globaler Streamingdienste aus den USA wie Disney+, Paramount+ oder Discovery+ haben in den vergangenen zwei Jahren zu einer zunehmenden Fragmentierung und zu einem verschärften Wettbewerb geführt.

Dies zeigt sich inzwischen in einem verringerten Abonnentenwachstum bei Netflix. Nach Schätzungen des britischen Marktforschungsinstituts Ampere Analysis ist die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten von Netflix im Jahr 2021 in Deutschland nur noch um 3 % auf insgesamt 9,6 Mio. gewachsen (weltweit knapp 222 Mio.). Der stagnierende Trend

lässt sich bei Netflix auch in den USA und in anderen westlichen Ländern beobachten. In anderen Ländern hingegen wächst Netflix weiter stark. Vor diesem Hintergrund konnte Netflix 2021 seinen Umsatz um 19 % auf fast 30 Mrd. $ steigern. Netflix-Konkurrent Amazon Prime konnte in Deutschland 2021 1,4 Mio. neue Nutzer*innen hinzugewinnen und verzeichnet mit 12,6 Mio. Abonnements deutlich mehr Kundinnen und Kunden als Netflix (weltweit über 200 Mio. Abonnent*innen in 22 Ländern). Dies ist in Westeuropa nur in Deutschland und Österreich der Fall.

Der Start eigener Streaming-Plattformen hat dazu geführt, dass die großen US-Medienunternehmen und ihre Produktionstöchter ihre Inhalte zunehmend selbst international vermarkten und dass sie deutlich restriktiver beim Vertrieb ihrer Programmrechte agieren. Netflix und Amazon Prime investieren deshalb verstärkt in kostenintensive Eigenproduktionen und im Fall von Amazon Prime auch in Premium-Sportübertragungsrechte.

Netflix erhöht seine Preise in Nordamerika

Netflix hat seine Preise in den USA und Kanada für Neukunden erhöht. Der Standard-Tarif steigt von monatlich 13,99 $ auf 15,49 $, das Premiumangebot von 17,99 $ auf 19,99 $. Zu einem späteren Zeitpunkt sollen auch die Preise für Bestandskunden erhöht werden. Mit seinem Standard-Tarif bewegt sich Netflix inzwischen auf einem höheren Preisniveau als andere große US-Streamingdienste wie z. B. HBO Max (14,99 $) und Disney, das für ein Kombipaket aus Disney+, Hulu und dem Sportsender ESPN 13,99 $ verlangt. Es ist davon auszugehen, dass Netflix weltweit seine Preise sukzessive wie in Nordamerika erhöhen wird. Der Anstieg der Preise bei den Streamingdiensten liegt deutlich über der aktuellen Erhöhung des Rundfunkbeitrags in Deutschland.

Sky kooperiert mit NBC-Universal, ViacomCBS und Discovery und vertreibt deren Streamingdienste

Die zum US-Medienkonzern Comcast gehörende Sky-Gruppe ist Kooperationen mit drei großen US-Medienhäusern eingegangen und wird deren Streamingdienste international über seine Plattform vermarkten. Bereits seit Ende Januar 2022 wird der Streamingdienst Peacock von NBC-Universal in Deutschland und Österreich über verschiedene Sky-Pakete angeboten.

Im Laufe des Jahres wird Sky zusätzlich den Streamingdienst Paramount+ von ViacomCBS in sein Angebotsportfolio aufnehmen. Der Programmkatalog von Paramount+ enthält u. a. die Reihen „Star Trek“ und „Mission Impossible“ sowie Serien und Shows der Sender CBS, Comedy Central, MTV und Nickelodeon. Auch der Streamingdienst Discovery+ soll noch in diesem Jahr über Sky auf den deutschen und österreichischen Markt kommen.

Der Verlust zentraler Sportübertragungsrechte (u. a. der UEFA Champions League) hat dazu geführt, dass die Sky-Gruppe inzwischen gezielt ihr Angebot in den Bereichen Fiktion, Show und Dokumentationen über Vertriebspartnerschaften ausbaut. Auf dem deutschen Markt entwickeln sich Sky und MagentaTV von der Telekom zunehmend zu Aggregatoren zahlreicher Streamingdienste und Mediatheken.

RTL Deutschland vollzieht Übernahme von G+J

Zu Jahresbeginn wurde die Übernahme von Gruner + Jahr durch RTL Deutschland vollzogen. Der fusionierte Medienkonzern befindet sich aktuell in einem Transformationsprozess, der neben einer strategischen Neuausrichtung auch mit einer umfassenden Restrukturierung des Konzerns verbunden ist. Als zentrale Wachstumsfelder nennt RTL Deutschland neben dem Inhaltegeschäft vor allem den Ausbau des Streamingdienstes RTL+, „unabhängigen

Journalismus“ sowie die Erschließung „neuer Umsatzpotenziale durch crossmediale Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens“. Die strategische Ausrichtung spiegelt sich auch in der künftigen Managementstruktur wider. So wird die Verantwortung für die TV-Sender (mit Ausnahme von n-tv), für die „Print- und Digitalgeschäfte“ sowie für die journalistischen Inhalte jeweils in einer Hand liegen. Durch eine eng verzahnte, gattungsübergreifende Zusammenarbeit der Bereiche erwartet RTL Deutschland deutliche Wachstumspotenziale.

Parallel zur Neustrukturierung steht der Ausbau des Streamingdiensts RTL+ im Fokus. Die Mediengruppe hat angekündigt, das Portal im zweiten Quartal 2022 um weitere Mediengattungen wie etwa Musik, exklusive Podcasts und digitale Zeitschriften zu ergänzen und zu einem „one app, all media-Angebot“ zu entwickeln.

2,4 Mio. zahlende Abonnent*innen verzeichnete RTL+ laut Unternehmensangaben im dritten Quartal 2021. Damit dürfte RTL+ deutlich mehr Abonnements bedienen als der Streamingdienst Joyn, ein Joint-Venture von ProSiebenSat.1 und Discovery. Netflix bedient auf Basis der zuvor genannten Zahlen von Ampere Analysis in Deutschland rund vier Mal so viele Abonnements wie RTL+ und Amazon Prime fünf Mal so viele.

1.3 Medientechnologie

ZDF-Landesstudio Nordrhein-Westfalen mit neuer Technik am neuen Standort

Das ZDF-Landesstudio NRW in Düsseldorf ist im Januar 2022 in das WDR-Funkhaus umgezogen. Das ZDF produziert dort u. a. die Live-Sendung „Volle Kanne – Service täglich“. Die neue Spielfläche für das Magazin ist größer geworden, das Design wurde erneuert, die neue Kulisse ist heller und moderner.

Insgesamt stehen dem ZDF nun rund 3.000 Quadratmeter Büro- und Produktionsfläche am neuen Standort am Düsseldorfer Medienhafen zur Verfügung. Unter der Steuerung des ZDF-Projektteams wurde durch einen Dienstleister der komplette Produktionsbereich mit Bildregie, Tonregie, Schalt-, Zuspiel- und Serverräumen neu errichtet. Schnittplätze wurden vom alten Standort umgezogen. Parallel dazu wurde neue nachhaltige LED-Lichttechnik in das Studio eingebracht. Die aufwändige Deckenkonstruktion im Studio zur Aufhängung der Scheinwerfer konnte vom WDR übernommen werden. Zudem wurden – im laufenden Betrieb – knapp 120 Büroarbeitsplätze umgezogen und Produktionsnebenräume (u. a. Maske, Gästeraum und Requisite) hergerichtet.

Die gemeinsame Nutzung des Funkhauses und dessen Gebäude-Infrastruktur durch ZDF und WDR ist eine sinnvolle öffentlich-rechtliche Kooperation. Die fernsehtechnische sowie journalistische Unabhängigkeit bleibt dabei trotz der engen Verzahnung gewahrt.

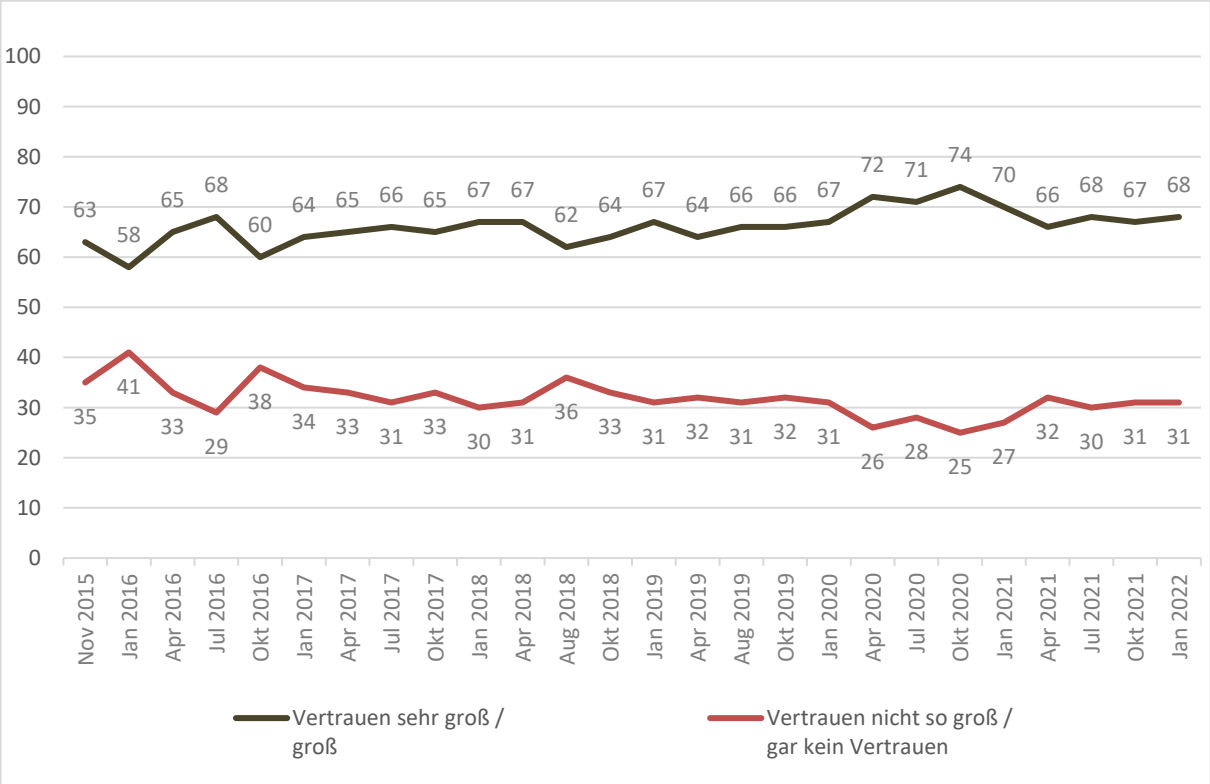
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

Bei der aktuellen Januar 2022-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 68 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen. Der Gesamtwert liegt damit seit April letzten Jahres sehr stabil bei ca. zwei Dritteln der Befragten.

Rückgänge zeigen sich im Vergleich zur Vorgängerwelle v. a. bei den Über-70-Jährigen und bei den 40- bis 49-Jährigen (je -6 Prozentpunkte) und bei den Personen mit niedrigerer Bildung bis inkl. Mittlere Reife. Bei den 30- bis 39-Jährigen sowie den 60- bis 69-Jährigen steigt das Vertrauen im Vergleich zur Vorgängerwelle wieder an. 31 % (+1 Prozentpunkt) haben nur ein geringes oder gar kein Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF. Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen 26 Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 74 % in der Welle von Oktober 2020.



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, Oktober 2021 n = 1.329, Januar 2022 n = 1.249
FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Wettbewerb gleicher Programmfarben durch ARD-Programmreform

Derzeit wird in mehreren Schritten die angekündigte ARD-Programmreform für „Das Erste“ umgesetzt. Zielsetzung ist die Akzeptanzstabilisierung des Gesamtangebots und eine Akzeptanzsteigerung an mehreren Stellen im Programm. Einige der Anpassungen haben einen verstärkten publizistischen Wettbewerb gleicher Programmfarben mit dem ZDF-Hauptprogramm zur Folge. Hierzu zählt die Ausweitung der Talk-Strecke ab Mai 2022 mit einem zweiten wöchentlichen Sendeplatz für die Sendung „Maischberger“ (ab 22:50 Uhr), die dadurch neben dem Mittwochabend auch am Dienstag in direktem Wettbewerb mit der aktuellen Talk-Sendung „Markus Lanz“ (Di. ab 22:45 Uhr) steht. Umsetzung und Auswirkung der weiteren angekündigten Elemente der Programmreform, wie die

Einführung eines Comedy-Angebots am Freitagabend, bleiben abzuwarten.

Den Berichtszeitraum mit seinem traditionell sehr hohen medialen Nutzungsniveau konnte das ZDF erneut inhaltlich vielfältig und im Publikumszuspruch sehr erfolgreich gestalten. Da in diese Zeit auch das Weihnachtsprogramm fiel, gab es zudem besondere Angebote für ein jüngeres Familienpublikum.

Berichterstattung zu aktuellen Themen

Die Nachrichtenlage war im Dezember und Januar weiterhin dominiert von den politischen und gesellschaftlichen Debatten um den Umgang mit der Corona-Pandemie und das Für und Wider einer Impfpflicht. Das ZDF berichtete darüber mit großer regionaler Ausdifferenzierung. In Beiträgen, Gesprächssendungen sowie Live-Übertragungen im Nachgang zu Ministerpräsidenten-Konferenzen und bei Bundestagsdebatten wurde das breite Meinungsspektrum zu diesem Themenkomplex deutlich. Ein weiteres politisches Ereignis, das im ZDF live begleitet wurde, war die Wiederwahl von Frank-Walter Steinmeier zum Bundespräsidenten.

Spätestens ab Mitte Februar rückte dann der Ukraine-Konflikt in den Mittelpunkt des journalistischen Interesses. Mit dem Angriff der russischen Streitkräfte auf das Territorium der Ukraine wurde daraus im ZDF eine breitflächige, quasi ganztägige aktuelle und Sonderberichterstattung mit weltweiten Korrespondentenschalten, Analysen und Einschätzungen in Nachrichten und Gesprächsrunden. Zur Ergänzung wurde in den Nachtstunden das aktuelle Programm des Ereigniskanals phoenix im ZDF übernommen.

Olympische Winterspiele und Paralympics

Diese Ereignisse überschatteten zeitweise auch die Anfang März begonnenen Paralympischen Winterspiele in Peking, die gemeinsam mit der ARD in langen Live-Strecken gezeigt wurden. Demgegenüber hatten die Olympischen Spiele im Februar die ungeteilte Aufmerksamkeit des Publikums beim erfreulichen Abschneiden der deutschen Athletinnen und Athleten. Für das ZDF waren diese unter erschwerten, durch Corona-Maßnahmen vor Ort zusätzlich restriktiven Produktionsbedingungen hergestellten Übertragungen insbesondere im Tagesprogramm ein Publikumserfolg in allen, auch den jüngeren Zielgruppen. Die kritische Berichterstattung über den Ausrichter China dieses Sportgroßereignisses kam dabei nicht zu kurz.

Familienprogramm zu Weihnachten

Die fiktionalen Angebote des ZDF waren im Berichtszeitraum von besonderen Auffälligkeiten geprägt. Im Vorfeld zu Weihnachten gab es neben Specials der Erfolgsreihen „Frühling“ und „Die Bundschuhs“ mit „Sterntaler des Glücks“ eine romantische Märchen-Adaption sowie mit der sehr bildstarken achtteiligen Mini-Serie „In 80 Tagen um die Welt“ einen Jules-Verne-Klassiker als internationale Ko-Produktion, die vor allem in der ZDFmediathek stark nachgefragt wurde. Die Neuverfilmung von „Zwerg Nase“ und der Kinofilm „Die Känguru-Chroniken“ waren zu Weihnachten besondere Angebote für ein Familienpublikum. Die dritte und finale Staffel von „Merz gegen Merz“ balancierte erneut gekonnt zwischen komischen und dramatischen Momenten.

Eine große Auffälligkeit zu Jahresbeginn war der gut besetzte und lebendig inszenierte Dreiteiler „Der Palast“ über Zwillingsschwestern, die durch die deutsch-deutsche Teilung unwissentlich voneinander getrennt aufwuchsen und nach der Wende wieder zusammentrafen. Eine Begleitdokumentation ordnete die historischen Zusammenhänge ein. „Der Überfall“ war Anfang März eine sechsstellige Miniserie mit sehr diversem Ensemble und einer spannend verschachtelten

Dramaturgie eines Kriminalfalls. Breit beachtet wurde die anlässlich des 80. Jahrestags ausgestrahlte, als Kammerspiel angelegte Produktion „Die Wannseekonferenz“, die sehr eindringlich die geschäftsmäßige Organisation des NS-Massenmords an den europäischen Juden zeigte. Auch hier sorgten eine begleitende Doku sowie speziell auf Schülerinnen und Schüler ausgerichtete Zusatzangebote für die unverzichtbare historische Einordnung (vgl. FR 2/22).

Dokumentationen

Auffälligkeiten im dokumentarischen Bereich waren ein Zweiteiler über die geopolitischen Ambitionen mehrerer Staaten in der Polarregion sowie die Inseln im Indischen Ozean zwischen paradiesischer Schönheit und den Folgen der Klimaerwärmung. Ebenfalls mit starken Bildern von allen Kontinenten wartete die „Terra X“-Reihe „Faszination Erde“ zu durchkomponierten Themen wie der Macht des Feuers auf. Auch die klassische Musik war im Berichtszeitraum wieder prominent vertreten mit einer musikalischen Weihnachtsfeier, moderiert von Jonas Kaufmann, dem Silvesterkonzert aus Dresden sowie dem weiterhin sehr populären Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker.

Unterhaltungs-Angebote

Im Unterhaltungsbereich konnte sich Giovanni Zarrella mit der dritten Ausgabe seiner gleichnamigen Show weiter bei jüngeren und älteren Schlagerfans etablieren. Horst Lichter gelangen beim Motorradfahren entlang seiner „Traumroute“ in den Alpen beeindruckende Momentaufnahmen und Begegnungen. Ein großer Spaß für die ganze Familie war die Weihnachtsausgabe von „Dalli Dalli“ mit originellen Spielideen und bestens gelaunten Stargästen.

November 2021

Medienforschung

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

15,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 14,8% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,1

14-49	50+
7,4%	18,0%
(+1,0)	(+0,8)

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
23,95	6,70	4,57	3,67
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,76	5,29	3,94	2,63

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

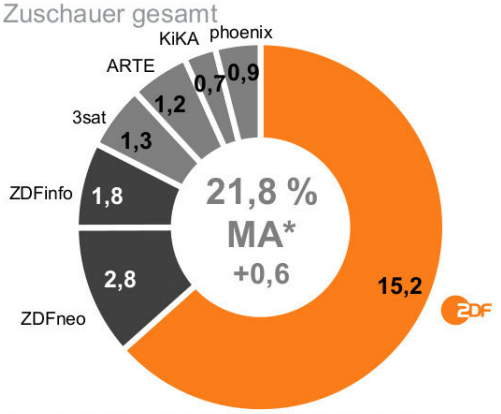
Zielgruppen (MA in %)

K 3-13	14-29	30-49	50-64	65+
4,7	6,5	7,6	13,2	22,0
(+1,3)	(+1,4)	(+0,9)	(+0,5)	(+1,1)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

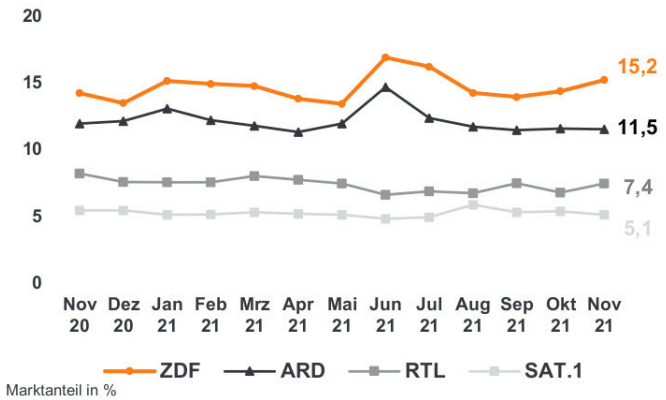


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 63 J.
KiKA: Ø 31 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

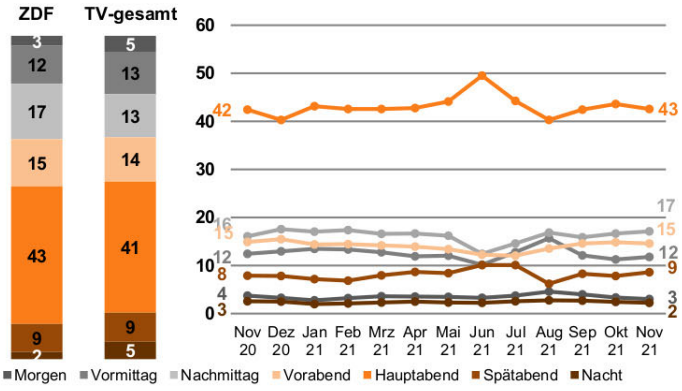
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	15,2	(+0,9)	RTL	10,0	(+0,4)
64	ARD	11,5	(±0,0)	PRO 7	9,7	(+1,0)
55	RTL	7,4	(+0,7)	ZDF	7,4	(+1,0)
52	SAT.1	5,1	(-0,2)	SAT.1	7,4	(-0,1)
54	VOX	4,3	(-0,5)	ARD	6,9	(-0,3)
45	PRO 7	4,1	(+0,2)	VOX	6,2	(-0,9)
53	Kabel 1	3,1	(-0,1)	Kabel 1	4,2	(+0,1)
61	ZDFneo	2,8	(-0,1)	RTL2	4,1	(-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 (Sonstige): Die Welt steht still	89:45	45	0,45	1.009.845	30	58
	Die Bergretter: Keine Lügen mehr	88:03	54	0,45	832.705	30	57
	Ingo Thiel: Ein Mädchen wird vermisst	88:32	51	0,39	765.709	23	64
Information	Markus Lanz vom 4. November 2021	74:37	44	0,17	384.619	47	32
	Markus Lanz vom 17. November 2021	77:12	47	0,17	356.996	50	30
	Markus Lanz vom 18. November 2021	76:12	47	0,16	341.982	49	31
Unterhaltung	heute-show vom 12. November 2021	35:25	71	0,78	1.099.748	34	46
	heute-show vom 19. November 2021	33:26	72	0,78	1.081.195	34	46
	heute-show vom 5. November 2021	31:43	72	0,73	1.011.083	35	45
Kinder	Löwenzahn: Wintertiere	24:39	69	0,04	58.504	25	61
	Mystic: Schwieriger Neuanfang	23:57	61	0,03	50.399	34	48
	Lieselotte als Fotografin	07:02	80	0,03	37.940	22	72
Sport	das aktuelle sportstudio vom 6. November 2021	23:29	54	0,02	39.153	43	39
	sportstudio UEFA CL - Sendung vom 03.11.2021	60:36	44	0,01	29.144	24	61
	sportstudio reportage: 42 Kilometer Hexenkessel	19:40	72	0,01	17.138	39	42

Nutzung vom 01. bis 30.11.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie erzielt im November 2021 insgesamt und bei 14-49-Jährigen (13,0% MA) höhere Marktanteile als im Vorjahresmonat (Nov 2020 3+: 20,7% MA; 14-49: 12,4% MA).
- ZDF insgesamt mit höchstem November-MA seit 1993 (16,9%), bei 14-49-Jährigen seit 2002 (7,6%). Aber auch im November 2020 (7,3% MA) war das ZDF bei Jüngeren stark.
- *Wetten, dass..?* (14,46 Mio. / 45,9% MA) stärkste TV-Sendung im November – in allen Zielgruppen!
- ZDFfamilie mit drittstärkster Nutzung im aufgelaufenen Jahr: Ø 6,26 Mio. Sichtungen pro Tag (+8%) – bislang stärkster November. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +28%.

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

Dezember 2021

Medienforschung

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

14,3%

Marktanteil

kum. Jahr 2021: 14,7% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,1

14-49	50+
7,0%	16,9%
(-0,4)	(-1,1)

Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
24,15	6,59	4,74	3,38
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
6,15	5,81	4,45	2,76

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

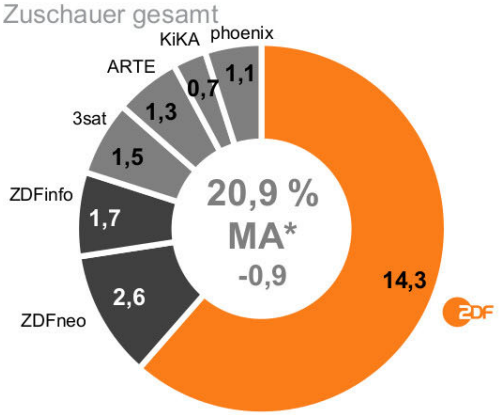
Zielgruppen (MA in %)

K 3-13	14-29	30-49	50-64	65+
5,3	6,2	7,2	12,4	20,7
(+0,6)	(-0,3)	(-0,4)	(-0,8)	(-1,3)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

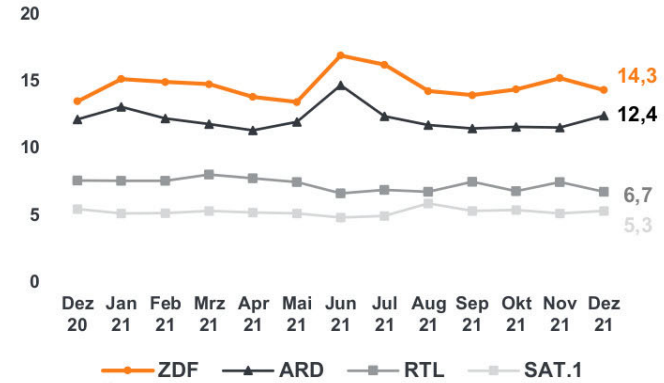


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 59 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 63 J.
KiKA: Ø 33 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

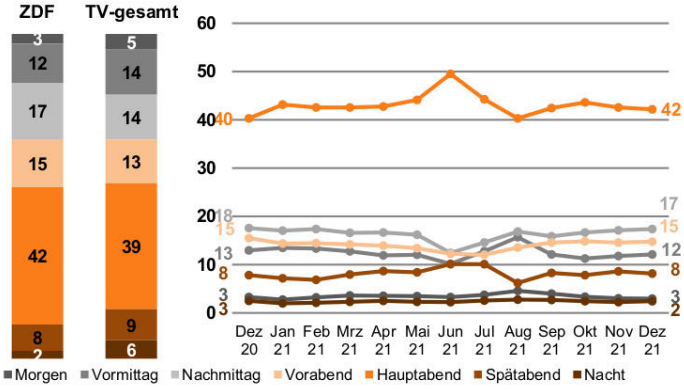
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	14,3	(-0,9)	RTL	9,7	(-0,3)
63	ARD	12,4	(+0,9)	PRO 7	8,6	(-1,1)
53	RTL	6,7	(-0,7)	ARD	7,8	(+0,9)
52	SAT.1	5,3	(+0,2)	SAT.1	7,3	(-0,1)
53	VOX	4,3	(±0,0)	ZDF	7,0	(-0,4)
44	PRO 7	3,5	(-0,6)	VOX	6,3	(+0,1)
54	Kabel 1	3,1	(±0,0)	Kabel 1	4,2	(±0,0)
66	NDR FS	2,8	(+0,4)	RTL2	3,9	(-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	Herzkino (Sonstige): Alice im Weihnachtsland	88:26	50	0,68	1.370.189	27	58
	In 80 Tagen um die Welt (1)	47:43	52	0,67	1.292.698	13	78
	Nord Nord Mord: Sievers und die Stille Nacht	89:37	61	0,62	1.005.699	21	66
Information	Der satirische Jahresrückblick vom 17.12.2021	30:23	56	0,28	498.587	23	61
	Aktenzeichen XY... ungelöst vom 08.12.2021	91:17	50	0,14	279.505	33	51
	Markus Lanz vom 2. Dezember 2021	73:27	45	0,14	302.814	47	34
Unterhaltung	heute-show - Der Jahresrückblick vom 17.12.21	48:07	64	0,73	1.146.365	34	48
	heute-show vom 3. Dezember 2021	32:35	72	0,73	1.019.706	33	48
	heute-show vom 10. Dezember 2021	33:14	73	0,72	982.914	33	48
Kinder	Astrid Lindgren: Pippi Langstrumpf	93:57	41	0,07	170.573	22	69
	Löwenzahn - Das Weihnachtsabenteuer	72:17	42	0,06	151.548	28	59
	A. Lindgren: Michel bringt die Welt in Ordnung	93:02	46	0,06	137.281	18	74
Sport	sportstudio UEFA Champions League: CL 8.12.	60:12	40	0,01	28.417	24	61
	sportstudio live: Biathlon Sprint Frauen am 16.12.	102:57	30	0,01	35.408	28	54
	Biathlon: Massenstart Männer am 19.12.	58:06	46	0,01	21.276	30	46

Nutzung vom 01. bis 31.12.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie im Dezember 2021 im Senderfamilien-Ranking auf Platz 2. Familien-MA insgesamt stärker als im Vorjahresmonat (20,0% MA); bei 14-49-Jährigen (12,8% MA) wird der gleiche Marktanteile erzielt.
- ZDF insgesamt mit höchstem Dezember-MA seit 1997 (14,4%); bei 14-49-Jährigen schwächer als 2020 (7,2% MA), aber davor zuletzt 2011 (7,1% MA) ähnlich stark.
- *Ende einer Ära – Großer Zapfenstreich für Angela Merkel* (9,17 Mio. / 30,4% MA) zweitstärkste TV-Sendung im Dezember.
- ZDFfamilie : Ø 6,19 Mio. Sichtungen pro Tag (-1%) – bislang stärkster Dezember. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern sich die Sichtungen um +25%.

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

Jahr 2021

Medienforschung

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

14,7 %

Marktanteil

kum. Jahr 2020: 13,6 % MA

Differenz zum Vorjahr in PP: +1,1

14-49	50+
7,6% (+1,2)	17,4% (+0,6)

Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
23,57	6,60	4,51	3,50
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,66	5,29	4,03	2,63

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

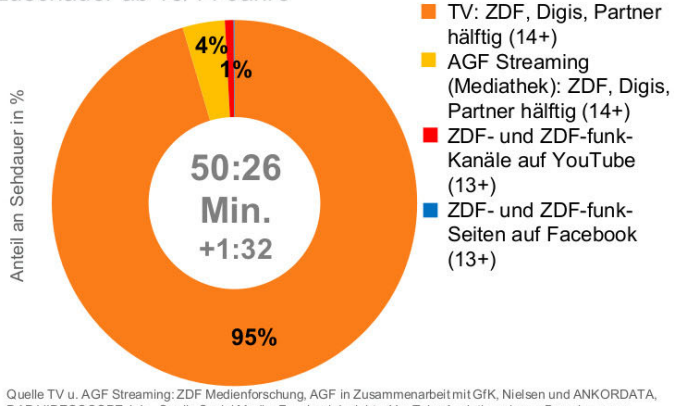
Zielgruppen (MA in %)

K 3-13	14-29	30-49	50-64	65+
4,8 (+1,3)	6,9 (+1,8)	7,8 (+1,0)	13,2 (+0,3)	21,0 (+0,7)

Differenz Vorjahr in PP

Plattform: Nutzungsanteile ZDF-Familie

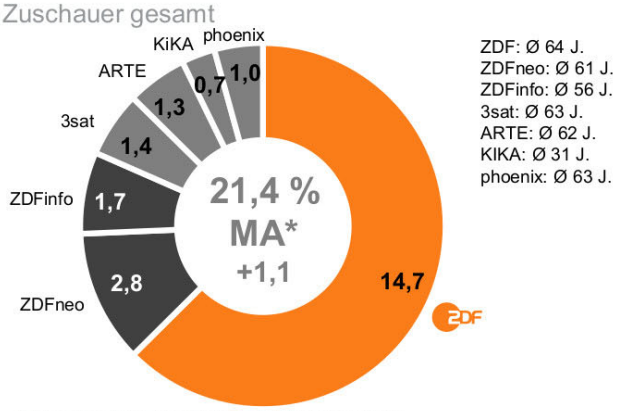
Zuschauer ab 13/14 Jahre



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

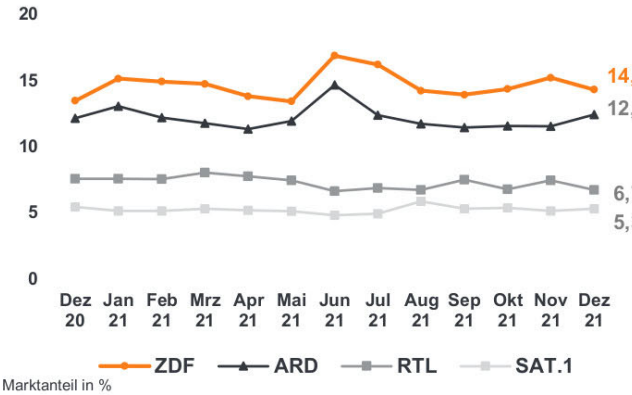
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	14,7	(+1,1)	RTL	10,1	(-1,3)
63	ARD	12,1	(+0,8)	PRO 7	8,7	(-0,4)
54	RTL	7,2	(-0,9)	ARD	8,1	(+1,2)
53	SAT.1	5,2	(-0,5)	ZDF	7,6	(+1,2)
52	VOX	4,5	(-0,1)	SAT.1	7,0	(-0,7)
44	PRO 7	3,7	(-0,3)	VOX	6,7	(±0,0)
53	Kabel 1	3,2	(-0,3)	RTL2	4,5	(-0,4)
61	ZDFneo	2,8	(-0,1)	Kabel 1	4,2	(-0,8)

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	Ku'damm 63 (3/3)	94:55	56	1,64	2.954.855	22	58
	Ku'damm 63 (2/3)	91:24	54	1,43	2.678.511	22	58
	Ku'damm 63 (1/3)	89:59	50	1,43	2.866.242	23	59
Information	ZDFzeit: Wie kam Hitler an die Macht? (1/2)	43:34	48	0,45	925.474	23	53
	37 Grad: Abenteuer Affäre	28:24	60	0,32	538.269	34	40
	ZDFinfo Doku: Der Maulwurf: Freunde v. Kim Jong Un	59:38	48	0,32	676.741	30	48
Unterhaltung	ZDF Magazin Royale vom 7. Mai 2021	34:09	64	0,81	1.271.138	37	41
	heute-show vom 26. März 2021	31:08	72	0,80	1.109.865	32	46
	heute-show vom 12. November 2021	35:25	70	0,79	1.133.162	34	47
Kinder	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 4	23:53	57	0,40	712.397	57	18
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 3	24:00	63	0,36	579.509	57	18
	Die Mädchen-WG: Im Schloss am See, Folge 1	23:57	46	0,36	780.100	46	26
Sport	Ära Löw: Große Erfolge, tiefe Krisen	33:55	58	0,18	307.683	25	60
	Der Prozess: Wie Dietmar Hopp zur Hassfigur der…	44:25	60	0,17	281.834	41	39
	Vendée Globe - In 80 Tagen um die Welt - Die Doku	42:59	49	0,15	314.224	24	56

Nutzung vom 01.01.2021 bis 31.12.2021. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte
Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4, Marktstandard: TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Infobox

- ZDF-Familie mit höchstem Jahres-MA seit 1992 (21,7% MA) und erstmalig seit 1992 Zweiter im Senderfamilien-Ranking.
- ZDF im Sport-Jahr 2021 zum zehnten Mal in Folge Marktführer und mit höchstem Jahres-MA seit 1995 (14,7% MA), bei 14-49-Jährigen seit 2006 (7,8% MA).
- ZDF-Onlineangebote mit neuen Jahres-Bestwerten: Ø 5,91 Mio. Visits pro Tag (+28% ggü. 2020) – Ø 5,90 Mio. Sichtungen (+41% ggü. 2020).
- Höchste Tagesnutzung und neuer Rekord bei Visits und Sichtungen am 28.06.2021 (Fußball-EM Achtelfinale): 11,11 Mio. Visits und 14,83 Mio. Sichtungen (Abruf-videos u. Livestreams).

Januar 2022

Medienforschung

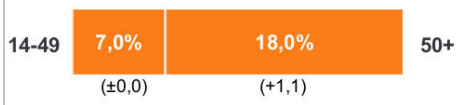
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

15,2%

Marktanteil

kum. Jahr 2022: 15,2% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,1



Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
24,36	6,55	4,72	3,82
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
6,03	5,66	4,06	2,70

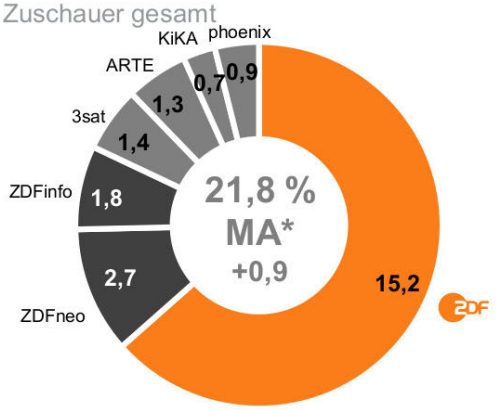
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

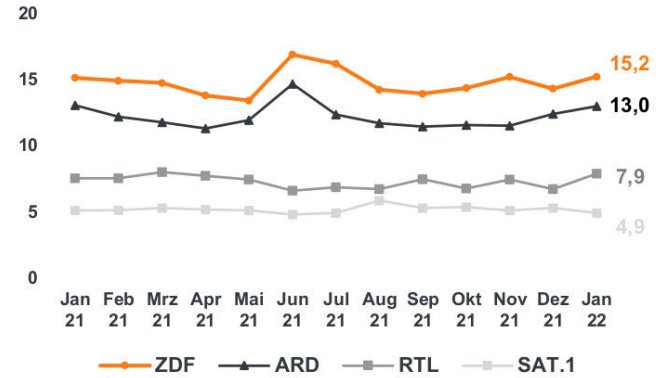


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 34 J.
phoenix: Ø 61 J.

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

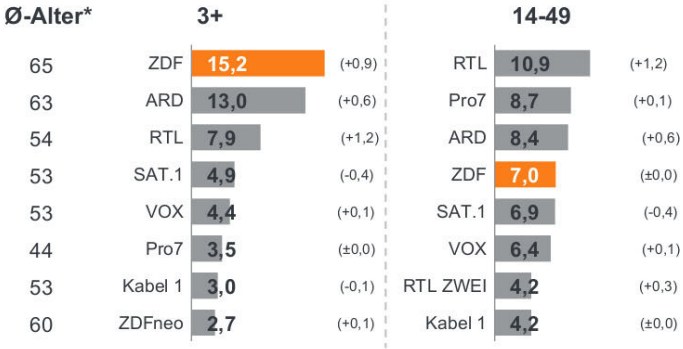
Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

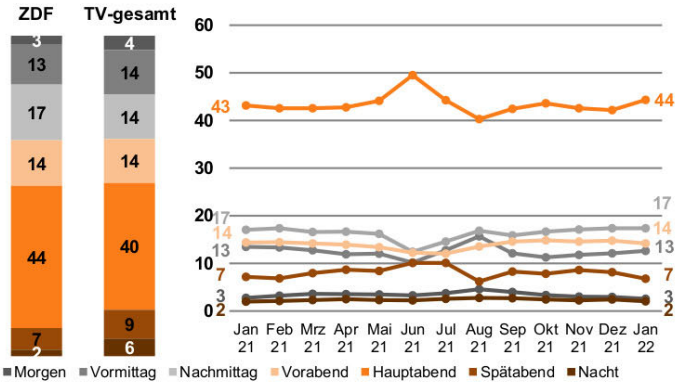
Marktanteile Top 8

Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre



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 Palast: Folge 6	41:41	74	1,09	1.473.206	15	58
	Der Palast: Folge 5	45:15	69	1,09	1.577.647	15	78
	Der Palast: Folge 3	47:50	66	0,99	1.496.174	15	66
Information	Die Wannseekonferenz - Die Dokumentation	44:57	56	0,46	835.149	22	61
	Der Palast - Die Dokumentation	43:25	52	0,43	829.296	15	51
	ZDFzeit: Herzogin Kate	43:47	63	0,40	641.061	33	34
Unterhaltung	heute-show vom 28. Januar 2022	32:24	75	0,55	735.898	33	48
	ZDF Magazin Royale vom 28. Januar 2022	34:11	69	0,31	443.116	34	48
	Bares für Rares vom 11. Januar 2022	52:10	56	0,11	188.504	25	48
Kinder	Petterson und Findus: Der Held vom Wintersee	11:56	75	0,04	47.335	13	69
	Astrid Lindgren: Pippi außer Rand und Band	83:31	43	0,03	77.507	17	59
	Petterson und Findus: Die verflixte Suche	12:07	83	0,03	39.669	12	74
Sport	sportstudio rep.: Zwischen Propaganda u. Corona	46:58	54	0,05	85.286	38	61
	sportstudio reportage: Hoeneß: DFB ist nur ein streitender Haufen	21:17	68	0,03	38.668	40	54
	sportstudio rep.: Dirk Nowitzki - Der perfekte Wurf	101:03	38	0,02	52.439	35	46

Nutzung vom 01. bis 31.01.2022. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie im Januar 2022 im Senderfamilien-Ranking auf Platz 2. Familien-MA insgesamt stärker als im Vorjahresmonat (21,4% MA); bei 14-49-Jährigen (12,8% MA) nur leichtes Plus (Jan 2021: 12,7% MA).
- ZDF zuletzt im Januar 1995 (15,9% MA) mit höherem Marktanteil; bei 14-49-Jährigen mit 7,0% unter dem Januar-Wert von 2021 (7,3% MA). Davor erzielte das ZDF zuletzt 2009 (7,8% MA) mehr als 7% Marktanteil bei Jüngeren im Januar.
- ZDFfamilie erstmals über 7 Mio. Sichtungen pro Tag (Ø 7,17 Mio. Sichtungen pro Tag; +16%). Im Vergleich zum Januar 2021 steigern sich die Sichtungen um +12%.

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

Handball-EM

Am 13.01.22 startete die Handball-Europameisterschaft der Männer in Ungarn und der Slowakei. Das ZDF übertrug im Wechsel mit der ARD alle Spiele der deutschen Nationalmannschaft und zeigte im Livestream in der ZDFmediathek ausgewählte Top-Spiele ohne deutsche Beteiligung. Auf sportstudio.de gab es zudem Zusammenfassungen der deutschen Spiele und ausgewählter weiterer EM-Partien.

Das ZDF übertrug am Dienstag, 18.01.22, 17:45 Uhr das Vorrundenspiel Polen – Deutschland (Live-Spiel exkl. Moderation 5,03 Mio., 21,1 % MA). ZDF-Moderator Yorck Polus führte durch die Live-Übertragung, an seiner Seite Handball-Experte Sören Christophersen. Als Reporter kommentierte Christoph Hamm das Spiel mit dem früheren Nationalspieler und mehrfachen Handballer des Jahres Markus Baur.

Die von Coronafällen gebeutelte deutsche Handball-Nationalmannschaft war als Gruppensieger in die Hauptrunde der Handball-EM eingezogen. Von den folgenden vier Hauptrundenspielen waren zwei live im ZDF zu sehen, die anderen beiden übertrug die ARD.

„Arctic Blue – Machtpoker im schmelzenden Eis“

In zwei Folgen der Dokumentation „Arctic Blue – Machtpoker im schmelzenden Eis“ berichtete das ZDF über eine Weltregion, die sich durch den Klimawandel dramatisch verändert und das Leben der Menschen beeinflusst, die in der Arktis beheimatet sind (05. und 06.01.22, Ø 2,75 Mio., 11,7 % MA). Wissenschaftler sind sich sicher: In wenigen Jahrzehnten wird die Arktis im Sommer eisfrei sein. Wo sich viele um die Folgen für das weltweite Klima sorgen, sehen andere große Chancen im Hinblick auf neue Handelswege, Bodenschätze und Tourismus. Russland, die USA, aber auch China und Kanada investieren Milliarden im Poker um die Arktis.

Was es konkret bedeutet, in dieser unwirtlichen Region den Kräften der Natur ausgeliefert zu sein, erfuhren die Berichterstatter dabei am eigenen Leib und nahmen das Publikum mit auf eine abenteuerliche Reise. ZDF-Reporter Johannes Hano und sein Team reisten durch den Norden der USA, durch Kanada, Grönland, Norwegen und Russland. Sie erlebten den Zauber der Natur, trafen Menschen, die seit Jahrhunderten gelernt haben, in der Arktis zu überleben. Doch nun erfahren sie, wie der Kampf um Macht und Einfluss die Arktis aus ihrem Dornröschenschlaf holt. Die Dokumentation zeigte Fischer in Alaska, die von russischen Kampfflugzeugen und Kriegsschiffen aus amerikanischen Fanggründen nahe der Beringstraße vertrieben wurden. Auf Spitzbergen beobachtete das Team an Bord einer norwegischen Fregatte, wie sich die Nato auf das russische Engagement einstellt. Im sibirischen Pewek, der nördlichsten Stadt Russlands, besuchte es das erste schwimmende Atomkraftwerk der Welt, die „Akademik Lomonossow“.

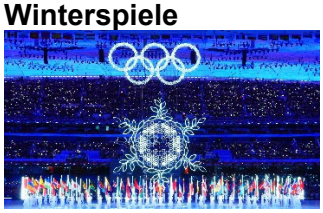
Dokumentation „Die Rivalen“

Zwei Tage vor Eröffnung der Olympischen Winterspiele in Peking blickte die 60-minütige „auslandsjournal“-Doku „Die Rivalen – China versus USA“ auf das Ringen der zwei größten Wirtschaftsmächte um die Vorherrschaft im 21. Jahrhundert (02.02.22, 22:15 Uhr, 2,74 Mio., 13,2 % MA). Die Korrespondenten-Teams aus den ZDF-Studios in Washington und Peking beleuchteten aus unterschiedlichen

Perspektiven, wie der Aufstieg Chinas die Weltmacht USA bedroht, aber auch, wie sehr die kommunistische Partei unter der Führung von Staatspräsident Xi ihre Machtposition im Land ausbaut. Bereits ab Dienstag, 01.02.22, 09:00 Uhr, stand der Film von Ulf Röller, Elmar Theveßen, Stefanie Schoeneborn und Annette Brieger in der ZDFmediathek zur Verfügung.

Am Dienstag, 01.02.22, 09:05 Uhr, berichtete Elmar Theveßen am Frühstückstisch von „Volle Kanne – Service täglich“ über die aktuelle Lage in den USA und die Spannungen mit der Wirtschaftsmacht China. Ulf Röller wurde live aus China zugeschaltet und schilderte die Situation im Vorfeld der Olympischen Winterspiele. Das war auch Gesprächsthema am gleichen Tag abends ab 23:00 Uhr bei „Markus Lanz“ – mit Elmar Theveßen als Gast im Studio und einer Schalte zu Ulf Röller nach Peking.

Olympische Winterspiele



Die chinesische Hauptstadt Peking war vom 04. bis 20. Februar 2022 Gastgeberin der XXIV. Olympischen Winterspiele – und damit die erste Stadt, die sowohl Olympische Sommerspiele (2008) als auch Olympische Winterspiele ausgerichtet hat. In seinem Olympiaprogramm bot das ZDF ein Gesamtpaket aus Live-Sport, Onlineangeboten, Zusammenfassungen und kritischer Hintergrundberichterstattung. Die Eröffnungsfeier übertrug das ZDF am Freitag, 04.02.22, von 12:10 Uhr bis 16:00 Uhr. Reporter im Nationalstadion („Vogelnest“) von Peking war Nils Kaben (Eröffnungsfeier live exkl. Moderation 3,78 Mio., 32,6 % MA).

Das Sendevolumen betrug insgesamt rund 120 Stunden Programm im TV. Dazu kamen ca. 500 Stunden Livestream auf sechs Kanälen. Pandemiebedingt steuerte das ZDF seine Berichterstattung wie bei den Olympischen Sommerspielen in Tokio 2020 (bzw. 2021) vom Sendezentrum auf dem Mainzer Lerchenberg aus. Dort befand sich das NBC (National Broadcast Center), das gemeinsam von ZDF und ARD genutzt wird und wo die Fäden für Regie, Redaktion, Sendeabwicklung, Technik und Postproduktion zusammenliefen.

Es ist für das ZDF selbstverständlich, die sportinteressierten Zuschauer*innen umfangreich über alle olympischen Ereignisse und sportlichen Höhepunkte zu informieren. Gleichzeitig haben wir im Fernsehen sowie Online und in den Sozialen Netzwerken breit und mit kritischer Distanz über den Gastgeber China berichtet. Dazu gehörten auch der Umgang mit der Minderheit der Uiguren, die Menschenrechtsbewegung in Hongkong und der Status Taiwans.

3sat: Chinas Angriff auf die Freiheit

Am Donnerstag, 03.02.22, 22:25 Uhr, sendete 3sat die „auslandsjournal“-Dokumentation „Chinas Angriff auf die Freiheit“. In der erweiterten Fassung ihrer China-Reportage zeigen Ulf Röller und Stefanie Schoeneborn, wie der chinesische Überwachungsstaat Journalistinnen und Journalisten daran hindert, frei zu berichten, und wie Zensur und Kontrolle kurz vor Olympia zugenommen haben (0,14 Mio., 0,7 % MA).

„sportstudio reportage: Zwischen Propaganda und Corona – die Olympischen Winterspiele in Peking“

In der Geschichte des größten Sportereignisses der Welt standen die Olympischen Spiele selten so in der Kritik wie diesmal. Perfekte Inszenierungen, gigantische Sportstätten und ein Land, das das Virus in den Griff bekommen hat – so hat China versucht, sich der Welt zu präsentieren.

Yorck Polus führte durch eine besondere „sportstudio reportage“ und ging dabei zusammen mit der ZDF-China-Korrespondentin Christiane

Hoffmann der Frage nach, wie es wirklich hinter der schön inszenierten Fassade aussieht (02.01.22, 1,92 Mio., 9,3 % MA).

Wahl des Bundespräsidenten

Sowohl die Ampelkoalition als auch die CDU standen hinter Frank-Walter Steinmeier. Am Sonntag, 13.02.22, entschied die Bundesversammlung, dass er Hausherr im Schloss Bellevue bleibt. Das ZDF berichtete von 11:50 Uhr bis 12:35 Uhr sowie von 14:05 Uhr bis 14:45 Uhr live von der Wahl. Nach den „ZDF spezial“-Sendungen live aus dem Wahlstudio mit Moderator Matthias Fornoff folgte um 19:10 Uhr eine „Was nun?“-Ausgabe mit Fragen von Peter Frey und Bettina Schausten an das alte und neue Staatsoberhaupt. Über den Wahlsonntag berichtete das ZDF zudem in den „heute"-Ausgaben, im „heute journal“ und im Online-Nachrichtenangebot ZDFheute.

Einen Überblick über die erste Amtszeit von Frank-Walter Steinmeier bot eine neue Kurz-Doku in der ZDFmediathek: „Der Brückenbauer – Frank-Walter Steinmeier: Bürgerpräsident in schwieriger Zeit“ von ZDF-Hauptstadtkorrespondent Frank Buchwald, unter Mitarbeit von Jan Krüger.

2.3.2 Programmdirektion

Fiction-Events zum Jahreswechsel

Mit der Neuinterpretation von Jules Vernes klassischem Abenteuerroman „In 80 Tagen um die Welt“ haben das ZDF und seine Koproduktionspartner aus der „European Alliance“ (France Télévisions und RAI) eine vor wie hinter der Kamera international besetzte Event-Serie realisiert, die sich dank ihrer Machart, ihrer Erzählweise und ihrer Unterhaltungsqualitäten mit internationalen Premium-Standards messen konnte.

Head-Autor Ashley Pharoah und seinem Kreativteam gelang es, sowohl die Zeit des ausgehenden 19. Jahrhunderts authentisch zu erzählen, als auch unsere heutige Gegenwart sensibel zu reflektieren. Debatten unserer Tage wie „Black Lives Matter“ oder die durch „#MeToo“ neu belebte Frage der Gendergerechtigkeit fanden in der Serie ihr Echo und verliehen ihr auf ungezwungene Weise ein zeitgenössisches Flair. Inszeniert als gleichermaßen humorvolle wie dramatische Familienserie ließ die Reise von Phileas Fogg, Jean Passepartout und Abigail Fix zudem die ZDF-Tradition der Weihnachtsserie erfolgreich wieder aufleben. Die Serie, gesendet ab 21.12.21 in acht Teilen an drei Abenden, erreichte pro Folge durchschnittlich 3,15 Mio. Zuschauer*innen (13,7 % MA) und erzielte in der ZDFmediathek mit mehr als 8 Mio. Abrufen bis Ende Januar eine starke Online-Nutzung mit einem überdurchschnittlichen Anteil bei den 30- bis 49-Jährigen.

„Der Palast“ erzählt in der Tradition aufwändiger ZDF-Mehrteiler, unter der Regie von Uli Edel eine bewegende deutsch-deutsche Familiengeschichte vor der glamourösen Kulisse des Friedrichstadt-Palasts Ende der 1980er Jahre in Ost-Berlin.

Solotänzerin Chris trifft darin auf ihre bis dahin unbekannte Zwillingschwester Marlene aus dem Westen, und beide gehen dem Familiengeheimnis auf den Grund, das zu ihrer Trennung in der Zeit des Mauerbaus geführt hat. In Zeiten, in der die Gesellschaft im Umgang mit Corona oder dem Klimawandel gespalten ist, erfüllte die historische Geschichte über die Überwindung einer Trennung bei vielen Zuschauer*innen offenbar die Sehnsucht nach mehr Zusammenhalt.

Auffällig war neben den aufwändigen Revue-Szenen und dem Ensemble vor allem die schauspielerische Leistung von Svenja Jung, die den in unterschiedlichen Systemen aufgewachsenen Zwillingen in ihrer Doppelrolle unterschiedliche Haltungen gab und zudem alle Showacts selbst tanzte. Beachtet wurde auch der andersartige, buntere Blick auf die DDR, der den Berufs- und Familienalltag in den Mittelpunkt rückte, ohne in Ostalgie zu verfallen. Der Marktanteil bei ostdeutschen Zuschauer*innen lag im Schnitt bei 21,6 % und damit über dem Durchschnitt von 17,8 % beim Fernsehfilm der Woche im Jahr 2021.

Auch in der ZDFmediathek, in der alle sechs 45-minütigen Folgen seit 27.12.21 abrufbar sind, erzielte „Der Palast“ Spitzenwerte mit über 10,8 Mio. Sichtungen bisher und einer durchschnittlichen Sehbeteiligung pro Folge von 1,17 Mio. (Nutzung bis 26.01.22). Über alle Ausspielwege erzielte „Der Palast“ damit im Schnitt aller drei Teile einen Produktleistungswert von 7,66 Mio.

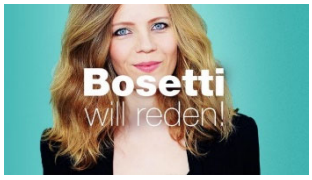
Im Umfeld des 60. Geburtstags von Horst Lichter zeigte das ZDF den Fernsehfilm „Horst Lichter – Keine Zeit für Arschlöcher“ (09.01.22, 20:15 Uhr) nach dem gleichnamigen Erinnerungsbuch des Fernsehkochs und Moderators der ZDF-Show „Bares für Rares“. Erzählt wird eine innere Reise der Aussöhnung, die Lichter im Jahr 2014 während einer achtwöchigen Auszeit gemeinsam mit seiner Mutter erlebt hat. Diese erlag am Ende der Zeitspanne einer Krebserkrankung. Ein Einschnitt, den Horst Lichter zum Anlass nahm, für die ihm verbleibenden Jahre eine achtsamere Lebensführung anzustreben. Der Film erreichte 4,29 Mio. Zuschauer und 13,0 % MA.

Showunterhaltung am Jahresende

Nach dem Erfolg der Jubiläumsshow im Mai präsentierte Johannes B. Kerner am 25.12.22 um 20:15 Uhr die zweite Ausgabe der Spielshow „Dalli Dalli“, erneut eine Koproduktion mit dem ORF. Der Fokus lag auf Weihnachten, Silvester und Winter.

Mit einer hochkarätigen Besetzung (u. a. Annette Frier, Michael „Bully“ Herbig und Hans Sigl) sowie schnellen Assoziations- und Aktionsspielen wurde Unterhaltung für die ganze Familie geboten.Für die Hans Rosenthal Stiftung wurden 43.672 € erspielt. Die Sendung erzielte bei 4,13 Mio. Zuschauern einen Marktanteil von 14,8 %. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen wurde ein Marktanteil von 10,7 % erreicht.

Die „heute-show“ zum Jahresabschluss 2021 mit Anchorman Oliver Welke ist die bislang erfolgreichste in nunmehr 12 Jahren des Formats. Der satirisch-aktuelle Wochenrückblick wird traditionell zum Jahresende ergänzt durch die Verleihung des „Goldenen Vollpfostens“. Mit 5,86 Mio. Zuschauern bei 22,6 % Marktanteil gelang ein Einschaltrekord. Auch diese Sonderausgabe der „heute-show“ zeigt vor allem die Stärke des Formats beim jüngeren Publikum (14-49 Jahre: 25,6 % MA). Die aufgrund des veränderten Mediennutzungs-verhaltens in der ersten Welle der Pandemie gewonnenen Zuschauer*innen kann das Format also voraussichtlich auf längere Sicht binden.



Mit der Kabarettistin Sarah Bosetti hat das ZDF Ende 2020 ein neues Format in der ZDFmediathek und auf YouTube gestartet. Die Abrufe haben sich dabei auf sechsstelligem Niveau stabilisiert. Mit der Sonderausgabe „Bosetti will reden! – Jahresrückblick 2022“ wurden erstmals auch ironisch gebrochene Kurzinterviews mit Personen des öffentlichen Lebens in Sarah Bosettis Video-Stand-Up integriert. Dies

hat eine große publizistische Resonanz hervorgerufen, vor allem der Auftritt des Virologen Christian Drosten. Allein auf YouTube generierte das Video bereits über eine halbe Million Aufrufe. Im nächsten Jahr wird das Format gemeinsam mit der Künstlerin weiterentwickelt und künftig in wöchentlicher Frequenz veröffentlicht.

Traditionelle Konzert-Highlights im Dezember

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und First Lady Elke Büdenbender luden im Dezember in die Pfarrkirche Peter und Paul im hessischen Dieburg zum traditionellen Konzert „Weihnachten mit dem Bundespräsidenten“ ein. Coronabedingt mussten die Kirchenbänke das zweite Jahr in Folge unbesetzt bleiben.

Das Publikum am Bildschirm erlebte dennoch einen festlichen wie besinnlichen Abend, musikalisch gestaltet u. a. von Bariton Matthias Goerne, der jungen Violinistin María Dueñas und dem Popsänger Clueso. Schauspieler Hannes Jaenicke sorgte mit seinem Vortrag einer Weihnachtsgeschichte für heitere Momente. Moderiert wurde das Programm von Johannes B. Kerner, der in intensiven Gesprächen mit dem Ehepaar Steinmeier das Jahr Revue passieren ließ. (24.12.21, 18:00 Uhr; 0,74 Mio, 5,7 % MA).

Mit einer musikalischen Zeitreise in die wilden Zwanziger feierte die Semperoper den Jahresausklang 2021: „Silvesterkonzert aus der Semperoper – Von Berlin bis Broadway“. Auf dem Programm standen Klassiker von Gershwin bis Lehár. Im festlichen Ambiente spielte die Sächsische Staatskapelle Dresden unter der Leitung ihres Chefdirigenten Christian Thielemann. Die Gesangssolist*innen Hanna-Elisabeth Müller, Saimir Pirgu und der Klaviervirtuose Igor Levit sorgten für einen beschwingten Abend, auch wenn die Semperoper coronabedingt ohne Publikum im Saal auskommen musste (31.12.21, 17:25 Uhr; 1,53 Mio, 7,9 % MA).

Entwicklungsfeld: Redaktionsüber-greifendes Social Factual

Angelehnt an das australische Originalformat „Don’t Stop the Music“ begleitet ein neues Social Factual 50 Schüler*innen der Berliner Gemeinschaftsschule „Campus Efeuweg“ in Gropiusstadt dabei, wie sie ein Musikinstrument erlernen oder in einem Chor singen. Die Kinder, zwischen 6 und 10 Jahren alt, kommen aus bildungsferneren und finanziell schwächeren Familien. Gleichzeitig sind sie von der Corona-Pandemie, welche die soziale Schere noch weiter geöffnet und zudem Musikunterricht an den Schulen fast vollständig verhindert hat, besonders betroffen.

In wöchentlichen Instrumenten- und Chorklassen bereiten sich die Kinder, begleitet von Profimusikern, auf ein großes Abschlusskonzert Anfang März im Konzerthaus am Gendarmenmarkt vor. Dort werden die jungen Musiker*innen gemeinsam mit Profis auf der Bühne stehen. Im Fokus des Formats steht jedoch vor allem die Frage, ob Musik und das gemeinsame Musizieren einen positiven Einfluss auf die soziale Kompetenz, das Selbstbewusstsein und das Lernverhalten haben: Musik als Teilstück einer gelingenden Integration und Chancengleichheit.

Pate der Sendung ist Musiker, Autor und Comedian Bülent Ceylan, der den Kindern während des gesamten Projekts zur Seite steht und sie auf ihrem durchaus beschwerlichen Weg begleitet. Seine eigene Biografie hilft ihm dabei, den Schüler*innen auf Augenhöhe zu begegnen und über die Monate hinweg zu einer Vertrauensperson zu werden.

Das Projekt verfolgt eine Multikanal-Strategie, um möglichst viele Zuschauer*innen unterschiedlichster Altersgruppen anzusprechen. So

wird es vor Ostern vier Folgen à 45 Minuten für das Hauptprogramm geben, die ab 12.04.22 auch zum Binge Watching in der ZDFmediathek verfügbar sind. Bei KiKA werden 8 Folgen à 25 Minuten mit dem Titel „Don't Stop the Music Kids“ ausgestrahlt. Hierbei wird das Projekt aus der Perspektive der teilnehmenden Kinder erzählt. Auch auf kika.de und in der ZDFmediathek werden alle Folgen zu sehen sein. Zudem gibt es noch eine 45-minütige Folge für ZDFneo, bei der die Langzeitbeobachtung in komprimierter Form erzählt wird – mit Blick auf die gesellschaftliche Relevanz und erhoffte Strahlkraft des Projekts.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

Ein erfolgreicher Jahresauftakt gelang ZDFneo mit der zweiten Staffel der Serie „Sløborn“. Die Fortsetzung der dänisch-deutschen Koproduktion begleitet Evelin und ihre jüngeren Geschwister vier Monate nach Ausbruch der Taubengrippe bei ihrem Überlebenskampf in einer postapokalyptischen Welt. Mit genauem Blick auf die Charaktere werden persönliche Dramen und Konflikte weiter ausgelotet und in Kontrast zu einer unwirtlichen Umwelt gestellt, in der jeder Tag zum Survival-Test wird.

„Sløborn 2“

Mit einem Marktanteil von Ø 2,4 % in der Zielgruppe 14-49 konnte das Format die Reichweite der ersten Staffel weiter ausbauen und erreichte besonders in den jungen Kernzielgruppen deutlich mehr Zuschauer*innen. Dabei gelang es bei 14- bis 49-Jährigen nicht nur im Laufe des ersten Ausstrahlungstages über die Folgen hinweg an Publikum zu gewinnen, sondern das erreichte Akzeptanzniveau auch am zweiten Tag der Ausstrahlungen zu übertreffen. In der ZDFmediathek generierte die Serie in den ersten drei Wochen knapp 3 Mio. Sichtungen und liegt damit bereits nach kurzer Zeit auf Platz drei der erfolgreichsten Neo-Formate in der Mediathek.

„Ich dich auch!“

Mit dem Start von „Ich dich auch!“ kehren die Sitcoms im Februar aus ihrer Winterpause zurück. Das achtteilige Comedy-Format zeigt ein junges Paar am Anfang seiner Beziehung, dessen Zweisamkeit stets von ihrem skurrilen, aber unterhaltsamen Umfeld unterbrochen wird. Die vielschichtigen Figuren bilden dabei eine Bandbreite an Stereotypen ab und bieten durch die Darstellung unterschiedlicher Meinungen und Haltungen ein breites Identifikationspotential für junge Zuschauer*innen. Mit der Darstellung einer jungen Liebe in ihren Anfängen verhandelt ZDFneo gezielt Themen der Zielgruppe Anfang/Mitte 20. Durch das intime Setting im Schlafzimmer des Paares werden die Zuschauer*innen direkt an die Charaktere herangeführt und die Zuschauerbindung erhöht. Noch unbekannte Darsteller überzeugen in den Hauptrollen, während zugleich bekannte und erprobte Episodendarsteller eingebunden werden.

Mit dem Mystery-Drama „Unseen“ baut ZDFneo sein Portfolio im Hinblick auf das besonders bei jungen Zuschauer*innen beliebte Mystery-Genre weiter aus. In dieser internationalen Produktion kämpfen einige Bewohner*innen einer belgischen Kleinstadt damit, plötzlich unsichtbar zu werden. Dabei geht jede*r der Protagonist*innen auf eine andere Weise mit diesem Ereignis um. Während einige sich in die völlige Isolation begeben, nutzen andere die Unsichtbarkeit als Rachewerkzeug. Gemeinsam mit dem Publikum verhandeln die Figuren im Laufe der acht Folgen die moralischen Fragen dieses Phänomens. Ist diese Gabe ein Fluch oder ein Segen? Was bleibt von der Menschheit, wenn man sich nicht mehr sehen kann? Mysteriös und

realistisch zugleich regt die Serie zum Nachdenken über die Macht der Sinne und die Art und Weise an, wie wir die Dinge wahrnehmen.

Entwicklungsfeld

Nach dem erfolgreichen Start der beiden Show-Formate „Studio Schmitt“ und „MAITHINK X – Die Show“ sind für das Jahr 2022 gleich mehrere Folgestaffeln mit den beliebten Köpfen Tommi Schmitt und Mai Thi Nguyen-Kim geplant. Mit einem Marktanteil von Ø 4,2 % bei den 20- bis 29-Jährigen konnte „Studio Schmitt“ sich mit der zweiten Staffel weiter als attraktives Angebot beim jungen Publikum etablieren. Der Auftakt der Wissenschaftsshow „MAITHINK X“ wurde mit einem Marktanteil von Ø 5,2 % (Zielgruppe 20-29 J.) sowohl von jungen Zuschauer*innen als auch von einem breiten Publikum sehr gut angenommen (Ø 2,4 % MA bei 14-49 J.). Für beide Formate ist je eine weitere Staffel im Frühjahr und im Herbst geplant. Mit eigenständigen Formatkanälen auf Instagram wird die Social-Media-Präsenz der Köpfe über ihre eigenen Profile hinweg gestärkt und mit einem klaren Markenkern die Fangemeinde weiter ausgebaut. Zusätzlich soll Tommi Schmitt mit einer Spezialausgabe in der Sommerpause weiter als Sendergesicht im Bewusstsein der Zuschauer*innen verankert werden.

Ausblick

Noch in diesem Jahr will ZDFneo seine Shows um eine weitere wichtige Säule erweitern. Erstmals produziert der Sender ein Wettbewerbs-Format, in dem zehn junge Nachwuchstalente um eine Karriere als Make-up-Artist kämpfen. Jede Episode steht unter einem neuen Motto und die Kandidat*innen müssen sich immer neuen Herausforderungen stellen und die Jury mit bildstarken Kreationen überzeugen. Dabei stehen stets Selbstliebe und Selbstentfaltung im Vordergrund. Dieser Fokus wird durch die Wahl von Riccardo Simonetti als Moderator der Show unterstrichen. Der junge Entertainer und Aktivist kämpft gegen Ausgrenzung und gesellschaftliche Klischees und ruft zu Toleranz und Gleichberechtigung auf. So zeichnet sich auch der Cast durch vielfältige Charaktere mit einzigartigen Geschichten aus. Die Sendungsinhalte werden über die Episoden hinaus auf Social Media erzählt und ein Dialog mit der relevanten Zielgruppe angestoßen. Dabei bietet sich außerdem die Möglichkeit, über den Moderator, die Jurymitglieder sowie die Kandidat*innen eine vielschichtige Community auf ZDFneo aufmerksam zu machen und ZDF-ferne Zuschauergruppen in besonderem Maße zu erreichen. Die Ausstrahlung der ersten Staffel ist für den Herbst 2022 geplant.

2.4.2 ZDFinfo

Siehe Fernsehratsvorlage FR 4/22.

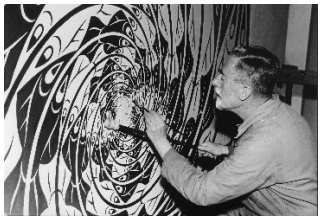
2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Zum Jahrestag der Erstürmung des Kapitols zeigte ARTE im Januar 2022 einen Themenabend. Erstausstrahlungen wie die Dokumentation „Der Sturm aufs Kapitol – ein amerikanisches Trauma“ versuchten eine Rekonstruktion und Analyse der Ereignisse des 06.01.21. Im Anschluss zeichnete „Amerika in Aufruhr. Von Charlottesville zum Sturm aufs Kapitol“ die Bedrohung der US-amerikanischen Demokratie durch gewalttätige, rechtsextreme Gruppen nach. Der Abend wurde durch weitere Dokumentationen mit Fokus auf die USA abgerundet, u. a. durch die Wiederholung der Doku-Reihe von ZDF/ARTE „Aus der Traum? Die Amerikaner im Wahljahr“.

„Winter of Mysteries“

Analog zum Sommerschwerpunkt „Summer of“ zeigte ARTE im Januar einen breit angelegten Winterschwerpunkt in TV und Netz. Im diesjährigen „Winter of Mysteries“ wagte ARTE den Aufbruch ins Ungewisse: Ungelöste Rätsel, dunkle Geheimnisse, übernatürliche Kräfte – seit jeher sind Mysterien Inspiration und Erfolgsrezept für das Kino. Die Forschung hingegen setzt alles daran, aus Mysterien Fakten zu destillieren. In seinem fiktionalen und dokumentarischen Angebot spürte ARTE mysteriösen Gegebenheiten in der Welt des Kinos und der Popkultur nach und begleitete Forscher*innen bei der Spurensuche.



Vom 15. bis 28.01.22 waren u. a. Spielfilme wie „Mulholland Drive“, „Under the tree“ und „Krabat“ zu sehen, aber auch Wissens- und Kulturdokumentationen wie der Dreiteiler „Söhne der Sonne“ und M.C. Escher – Reise in die Unendlichkeit sowie das Konzert „Brian Eno & Roger Eno – Live at the Acropolis, Athens“.

Ein weiteres Highlight des „Winter of Mysteries“ war die ZDF/ARTE-Dokumentation „Das Riesending – 20.000 Meter unter der Erde“, die eine Reise in Deutschlands größte bekannte Schachthöhle im Berchtesgadener Land unternimmt. Über weite Strecken erlebte das Publikum die abenteuerliche Tour aus einer subjektiven Perspektive mit, wurden Teil des Höhlenteams und kletterten durch tosende Wasserfälle, über unterirdische Seen und durch enge Tunnel.

Bereits Mitte Januar wurde die neue Kulturinitiative „#KeepOnDancing“ gestartet. Mit einem neuen Tanzformat und einer Auswahl von tanzbaren Konzerten und Aufführungen lud ARTE sein Publikum zum Mittanzen zu Hause ein und unterstützte gleichzeitig die weiterhin von der Pandemie betroffene Künstler-Szene. So präsentierte u. a. die Choreografin und Tänzerin Sylvia Camarda zusammen mit ihren Gästen in dem Tanzformat „Dance@Home“ auf Initiative der ZDF/ARTE-Koordination unterschiedliche Tanzstile und Tutorials zum Mittanzen.

Nach mehr als 800 Folgen feiert die werktägliche Reportagereihe „Re:“ ihr 5. Jubiläum. Seit 2017 erzählt „Re:“ Geschichten von Menschen aus Europa und taucht dabei in ihre Lebenswelt ein. Auf Augenhöhe mit den Protagonist*innen werden deren Lebensumstände aus unterschiedlichen Perspektiven authentisch wiedergegeben. Das Format konnte sich besonders erfolgreich auf dem YouTube-Kanal von ARTE etablieren, verzeichnet aber auch im TV einen steigenden Marktanteil (2021 D: 0,9 % vs. 0,8 %, F: 1,0 % vs. 0,8 % gegenüber 2020). Bis zum Ende des Jahres sind verschiedene Events und Aktionen im TV, Web und vor Ort geplant. Dazu zählen Neuproduktionen, in denen einige der emblematischen Geschichten weitererzählt werden, eine Online-Kollektion, ein Gesprächsformat sowie YouTube Lives und ein Symposium.

Ausblick

Von März bis Mai räumt ARTE dem europäischen Filmerbe einen besonderen Platz im Programm ein und präsentiert drei Monate lang eine „Saison europäischer Klassiker“ mit 20 Filmen aus nahezu 20 Ländern. „ArteKinoClassics“ versammelt Filme, die für ihre Herkunftsländer stilprägend sind und neue Maßstäbe des filmischen Erzählens setzten, darunter „La Strada – Das Lied der Straße“ (Italien), „Erinnerst du dich an Dolly Bell?“ (Bosnien), „Tod eines Pferdes“ (Albanien) und „She didn't say no“ (Irland). Die Kollektion ist europaweit in 6 Untertitelfassungen auf arte.tv verfügbar und findet in Kooperation

mit dem europäischen Kinemathekenverbund ACE (Association des Cinémathèques Européennes) statt.

Zum Earth Day 2022 rückt ARTE im TV und Online die Erde mit all ihren Facetten ins Zentrum: Dokumentationen wie „Kreislauf des Lebens“, „Letzte Ausfahrt: Weltall“ und „Die Natur und wir“ beschäftigen sich mit dem Verhältnis des Menschen zur Erde und spüren dem Kreislauf des Lebens nach. Die „Paradiese aus Menschenhand“ zeigen vier über die Welt verstreute Projekte, in denen der Mensch der Natur zu neuer Stärke verhilft: ob Regenwälder oder Korallenriffe, Flussläufe oder Moore.

Vor 30 Jahren, am 30.05.1992, ging ARTE auf Sendung. Dieses Jubiläum soll das ganze Jahr über auf ARTE gefeiert werden, u. a. mit 30 neuen Programmen fürs TV, einer Best-of-Kollektion im Netz und einer Sonderprogrammierung zum eigentlichen Jahrestag Ende Mai 2022 sowie verschiedenen Kampagnen und Events in Deutschland und Frankreich, darunter in Kooperation mit der Zeit-Stiftung im Rahmen des diesjährigen EuropaCamps auf Kampnagel. Ein besonderes Programm-Highlight ist eine Reihe mit 30 Live-Konzerten aus 30 europäischen Ländern, die für Ende August geplant ist.

2.5.2 3sat

Siehe Fernsehratsvorlage FR 5/22.

2.5.3 phoenix

Das aktuelle phoenix-Programm war zu Beginn des Berichtszeitraums geprägt von den Nachwirkungen der Bundestagswahl: Am 11.12.21 übertrug phoenix den hybriden SPD-Parteitag aus der Messe Berlin mit der Wahl von Lars Klingbeil zum neuen SPD-Parteivorsitzenden und der Bestätigung von Saskia Esken im Amt als Parteivorsitzende.

Eine knappe Woche später, am 17.12.21, wurde die Bekanntgabe des Ergebnisses der Mitgliederbefragung in der CDU über den neuen Parteivorsitzenden übertragen. Auch die Bestätigung dieser Mitgliederbefragung durch den CDU-Parteitag am 22.01.22 übertrug phoenix in voller Länge, sowohl linear als auch digital als Livestream auf phoenix.de, in der ZDFmediathek und auf YouTube. Das Programm wurde auch in den Sozialen Netzwerken begleitet, u. a. mit einer Vorstellung des neuen Generalsekretärs und des neuen Bundesvorstands auf dem Instagram-Kanal von phoenix.

Neben der CDU wählten auch Die Grünen im Januar eine neue Spitze: Am 28. und 29. Januar konnten die phoenix-Zuschauer*innen die Wahl von Ricarda Lang und Omid Nouripour zum neuen Bundesvorsitzenden-Duo live mitverfolgen.

Auch die Bundestagsberichterstattung spielte im Berichtszeitraum eine große Rolle: Hervorzuheben ist hier die erste Regierungserklärung von Bundeskanzler Scholz am 15.12.21, die im linearen Programm auf überdurchschnittliches Interesse stieß (0,21 Mio., 4,0 % MA) sowie die Übertragung der Debatte zum zweiten Nachtragshaushalt 2021 am Folgetag (0,17 Mio., 3,6 % MA). Auch erwähnenswert für den 16.12.21 ist die erste gemeinsame Pressekonferenz von Bundesminister Lauterbach und RKI-Chef Wieler in der Bundespressekonferenz, die

mit Gebärdensprache bei phoenix übertragen wurde (0,15 Mio., 1,4 % MA).

Ein weiteres politisch herausragendes Ereignis fand am 13.02.21 statt: phoenix übertrug die 17. Bundesversammlung live aus dem Paul-Löbe-Haus. Und auch ein außenpolitisches Ereignis ist hervorhebenswert: Im Rahmen einer „langen US-Nacht“ sendete phoenix die Rede zur Lage der Nation von US-Präsident Biden live aus dem Washingtoner Capitol mit Zweikanalton.

Für die Gesprächssendungen sind im Berichtszeitraum vor allem ein „phoenix persönlich“ mit Harald Lesch als Gast (0,21 Mio., 1,7 % MA) zu nennen sowie die „phoenix runde“ anlässlich des Besuchs von Außenministerin Baerbock in Russland Mitte Januar (0,13 Mio., 2,2 % MA); Alexander Kähler hatte Klaus von Dohnanyi, Jürgen Trittin, die Ukraine-Expertin Ljudmyla Melnyk und den Politikwissenschaftler Johannes Varwick zu Gast. Beide Sendungen hatten gute Akzeptanzwerte im linearen Programm, stießen aber vor allem auf Interesse im phoenix-YouTube-Kanal („phoenix persönlich“ rund 50.000 Aufrufe, „phoenix runde“ über 60.000 Aufrufe nach jeweils einer Woche).

Entwicklungsfeld

Wie im vergangenen Tätigkeitsbericht schon beschrieben, war die Arbeit an der phoenix-App eine Herausforderung. Seit Februar ist die überarbeitete App veröffentlicht: Push-Mitteilungen, die auf Programmänderungen und die Live-Übertragung wichtiger Ereignisse hinweisen, können nun empfangen werden.

Ausblick

Im nächsten Quartal steht ein Jubiläum an: phoenix wird im April 25 Jahre alt. Zu diesem Anlass ist u. a. die Deutschland-Premiere des Doku-Mehrteilers „The Wall – Mauern der Welt“ (5x 45 min.) geplant – eine Doku-Reihe, die die Langzeitfolgen von politisch-gesellschaftlicher Teilung und Grenzziehungen in verschiedenen Ländern der Welt thematisiert. Daneben werden die nächsten Monate bei phoenix von Wahlen und Wahlkämpfen geprägt sein: Mit dem Saarland (27.03.22), Schleswig-Holstein (08.05.22) und Nordrhein-Westfalen (15.05.22) werden zwischen März und Mai drei neue Landtage gewählt, worüber phoenix ausführlich berichten wird.

2.5.4 KiKA

Das Wissensformat „Löwenzahn“ hat mit dem „Weihnachtsabenteuer im Schnee“ die Feiertage stimmungsvoll ergänzt (24.12.21, 12:20 Uhr im ZDF und 25.12.21, 10:50 Uhr bei KiKA). „Löwenzahn“ blieb auch in dieser weihnachtlichen Sonderausgabe in Spielfilmlänge seinem Markenkern treu: der nachhaltigen Wissensvermittlung, verpackt in einer fiktiven Geschichte. Der Film zeigte Wissenswertes und Ungewöhnliches rund um die Berge, das Leben auf der Alm und das Weihnachtsfest, samt seiner verschiedenen Bräuche aus aller Welt. Erweitert wurde damit das barrierefreie Angebot in der ZDFmediathek, wo das Programm mit Untertiteln (UT), Audiodeskription (AD) sowie der Deutschen Gebärdensprache (DGS) zur Verfügung steht.

Löwenzahn – Das Weihnachts-abenteuer

Als etabliertes Event-Programm startete bei KiKA am 14.02.22 um 19:25 Uhr die 14. Staffel des Doku-Formats „Dein Song“. Erneut standen Nachwuchskomponistinnen und -komponisten über 16 Folgen im Wettbewerb um die Auszeichnung „Songwriter des Jahres“. Der Titel wird am Abend des 11.03.22 live in der „Dein Song“-Finalshow verliehen.

„Dein Song“

Nur wenige Tage nach dem Finale startet eine weitere Staffel der beliebten „WG“-Reihe. Den Titelsong der neuen Staffel komponierte die letztjährige „Dein Song“-Gewinnerin. Die Zusammenarbeit der beiden Erfolgsformate soll die Bindung der beiden anhaltend großen Fan-Communities bei KiKA fördern.

Rund um die Ausstrahlung der 2. Staffel der Fantasy-Serie „Club der magischen Dinge“, die vom 22.11. bis 07.12.21 bei KiKA lief, wurde das non-lineare Angebot für Preteens ausgebaut. So wurden für die nutzungsintensive Zeit zum Jahresende die erste und die zweite Staffel mit jeweils 20 Folgen zum Binge Watching der Fantasy-Serie im KiKA-Player zur Verfügung gestellt.

Entwicklungsfeld

Mit dem Ziel einer gemeinsamen abgestimmten Plattformplanung wurde im 1. Quartal 2022 eine Arbeitsgruppe aus KiKA-, ZDF- und ARD-Planerinnen und -Planern etabliert, unterstützt von der Medienforschung. Der Austausch zwischen den linearen und non-linearen Planungsteams soll die zielgruppenspezifische Distribution von Inhalten optimieren. Die Arbeitsgruppe hat den Auftrag, die Bespielung der unterschiedlichen ARD-, ZDF- und KiKA-Plattformen auszuwerten und daraus Empfehlungen für die zukünftige inhaltliche Ausrichtung der Ausspielwege von KiKA zu erarbeiten.

Ausblick

Das Projekt eines Streaming-Kosmos von ARD und ZDF mit dem Ziel, Inhalte ihrer Mediatheken für die Nutzer*innen einfach auffindbar zu vernetzen, ohne die Plattform zu wechseln, umfasst auch die öffentlich-rechtlichen Kinderinhalte. Zunächst sollen die KiKA-Inhalte in die ZDFmediathek integriert werden, wo sie dann unmittelbar abgerufen werden können. Neben den technischen Voraussetzungen einer automatisierten Implementierung der von KiKA verantworteten Inhalte gilt es, eine Präsenzlogik zu erarbeiten, die den jungen Usern und deren Eltern eine intuitive Nutzung des erweiterten Kinderangebots in der ZDFmediathek ermöglicht und dem jeweiligen Sender zuordnet.

2.5.5 funk

In den Berichtszeitraum fällt mit dem 80. Jahrestag der Wannsee-Konferenz ein trauriges Jubiläum. Das Treffen hochrangiger NS-Funktionäre wurde auch von „MrWissen2go Geschichte“ (Redaktion „Terra X“ in einem Beitrag auf YouTube sowie in mehreren Posts auf Instagram thematisiert. Mit dem Video Die Wannsee-Konferenz: Wie der Holocaust organisiert wurde (VÖ: 20.01.2022) beteiligte sich das Geschichts-Format an dem ZDFmediatheks-Themenschwerpunkt im Januar 2022. In rund elf Minuten erklärt Mirko Drotschmann prägnant die Ereignisse rund um die Konferenz, bei der die Ermordung von elf Millionen Juden in Europa systematisch geplant wurde. Auf Instagram wurden zusätzlich Videos von „Terra X“ geteilt, um den zeitlichen Kontext der Konferenz sowie die Opfer, aber auch die Täter näher zu beleuchten. Die Aufklärung über den Zweiten Weltkrieg sowie die Förderung der Erinnerungskultur an den Holocaust nimmt gerade für ein Format wie „MrWissen2go Geschichte“ mit seiner jungen Zielgruppe eine wichtige Rolle ein, um diese Erinnerungen auch bei jungen Menschen zu fördern, die zeitlich bedingt im Alltag nur noch wenige Berührungspunkte mit dem Zweiten Weltkrieg haben. Das Video verzeichnete zum 01.03.22 gut 285.000 Abrufe auf YouTube und zeigt, wie ein funk Video ein Einstiegspunkt sein kann für die Nutzung anderer ZDF-Inhalte.

„MrWissen2go“ (Redaktion „Terra X“) kooperierte zum Abschluss des Jahres 2021 außerdem mit dem funk-Format „Simplicissimus“ (ARD/ZDF-Zentrale). Während das Essay-Format „Simplicissimus“ die

wichtigsten Ereignisse 2021 zusammenfasste, gab „MrWissen2go“ in seinem Video einen Ausblick auf wichtige Änderungen, die uns 2022 erwarten (z. B. die Anhebung des Mindestlohns, die Einführung des Elektrorecyclings im Supermarkt oder die zunehmende Digitalisierung im Gesundheitswesen). Das Video 8 Dinge, die sich 2022 ändern von „MrWissen2go“ (VÖ: 28.12.21) erzielte gut 1,36 Mio. Views auf YouTube, der Beitrag 2021 war zu wild von Simplicissimus (VÖ: 28.12.21) knapp 815.000 Views (Stand: 01.03.2022). Solche Kooperationen ermöglichen es nicht nur, Themen aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten, sondern auch Zielgruppen miteinander zu verbinden und die Verknüpfung innerhalb des funk-Netzwerks zu stärken.

Neu in der ZDF-Zulieferung (HR Kinder und Jugend) ist seit Dezember 2021 das Orientierungsformat BRUDI. Von Sex und Liebe bis hin zu Streit mit dem besten Freund oder Druck in der Schule – „BRUDI“ stellt die Lebensrealität junger Männer in den Mittelpunkt und soll dabei Orientierung für Männer bieten, die auf der Suche nach Vorbildern sind. Das YouTube-Format zeichnet sich besonders durch die Konstellation der drei Hosts Kenneth Chabra, Soufiane Mohamedi und Leon Bäter aus, die sehr unterschiedliche Hintergründe haben. So interessiert sich Kenneth für Fashion und Gaming, Souf kommt aus der Welt der Finanzen und Leon brennt für Fitness – damit beleben die drei das Format mit diversen Perspektiven. Seit dem Start von „BRUDI“ konnte das Format rd. 69.000 Views einsammeln und verzeichnet mehr als 1.200 Abonnements auf YouTube (Stand: 01.03.22).

Im fiktionalen Bereich wurde am 30.12.21 die finale Folge der 7. Staffel DRUCK (Das kleine Fernsehspiel) veröffentlicht. Im Zentrum dieser Staffel der Webserie stand Isi, der sich im letzten Schuljahr vor dem Abi zwischen Pärchen und Freunden zunehmend unverstanden fühlt. Die siebte Staffel ist dabei die dritte, die losgelöst von der norwegischen Vorlage produziert wurde. Der Instagram-Account „druckaddicts“, der ursprünglich von einem Fan der Serie erstellt wurde, wurde für die siebte Staffel übernommen. Er wird von dem Format nun genutzt, um Geschichten außerhalb der YouTube-Clips weiterzuerzählen und zusätzliche Hintergrundinfos zu liefern. Seit dem Start der siebten Staffel am 24.10.21 erzielte „DRUCK“ mehr als 11,9 Mio. Views auf YouTube. Der „druckaddicts“-Kanal auf Instagram zählt inzwischen ca. 97.000 Abonnements (Stand: 01.03.22). Insgesamt konnte sich das Format inzwischen im positiven Sinne von der norwegischen Vorlage emanzipieren und neue Charaktere etablieren. Gelobt wurden von den Fans unter anderem die realistischen Figuren, die viele an eigene Freund:innen erinnern, das Ansprechen relevanter Themen oder das Zeigen von verschiedenen Bildungswegen. Kritisiert wurden hingegen, das zu umfangreiche Erzählen von Nebenhandlungen und die zu starke Betonung von Beziehungen. Dieses Feedback der Nutzer*innen wird auch in die Produktion der nächsten Staffel einfließen, die im Frühjahr 2022 starten wird.

Weiterhin positiv entwickelte sich im Berichtszeitraum das investigative Rechercheformat Ultraviolett Stories (Redaktion ZDFzoom), das seit November Teil der ZDF-Zulieferung ist und sich auf Frauen als Zielgruppe fokussiert hat. Für das Format arbeiten funk bzw. das ZDF mit der im Mai 2020 gegründeten Produktionsfirma HER zusammen. Das besondere an HER ist das ausschließlich weibliche Team. Die junge Produktionsfirma mit Sitz in Berlin ist ein geeigneter Partner, um „Ultraviolett Stories“ umzusetzen. Ziel von HER ist es, spannende, kluge und inspirierende Frauen vor und hinter der Kamera oder dem Mikrofon zu fördern. Insgesamt verzeichnet „Ultraviolett Stories“ seit

Start des Formats am 24.11.21 ca. 167.000 Views auf YouTube (01.03.22) und konnte mit Beiträgen zur Pflege von Angehörigen, körperlicher Selbstbestimmung oder Missbrauch im Netz schon mehrere relevante Schwerpunkte setzen.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Internationales Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm 2021**
Sendung / Beitrag:	Among Us Women
Kategorie:	Lobende Erwähnung für Regisseurin Sarah Noa Bozenhardt
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurin:	Milena Seyberth, Claudia Tronnier, Christian Cloos, Melvina Kotios

Preis:	**Max Ophüls Preis 2021**
Sendung / Beitrag:	Anima – Die Kleider meines Vaters
Kategorie:	Bester Dokumentarfilm, Publikumspreis Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Burkhard Althoff

Preis:	**Internationales Filmfestival Thessaloniki 2021**
Sendung / Beitrag:	Stille Post
Kategorie:	Publikumspreis
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Jörg Schneider

Preis:	**Chicago International Children´s Film Festival 2021**
Sendung / Beitrag:	Löwenzahn: Blindsein – Der unsichtbare Dieb
Kategorie:	Best Live Action TV
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Margrit Lenssen
Sendung / Beitrag:	Zogg und die Retter der Lüfte
Kategorie:	Best Animated Short Film, Children´s Jury Award
Zuständige Redaktion	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Preis:	**Agrofilm Bratislava 2021**
Sendung / Beitrag:	WissenHoch2: Weltretter Wurzeln – das Wunder unter der Erde
Kategorie:	Award of the Rector of the Slovak University of Agriculture in Nitra
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteurinnen:	Katharina Finger, Nicole Schleider

Preis:	**Internationales Filmfestival Mannheim-Heidelberg 2021**
Sendung / Beitrag:	Il Buco
Kategorie:	Internationaler Newcomer Award (Hauptpreis)
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Holger Stern

Preis:	**Europäischer Filmpreis 2021**
Sendung / Beitrag:	Quo Vadis, Aida?
Kategorie:	Bester Film, Beste Regie (Jasmila Zbanic), Beste Hauptdarstellerin (Jasna Duricic)
Zuständige Redaktion:	ARTE
Sendung / Beitrag:	Natural Light
Kategorie:	European Production Design 2021 an Márton Agh
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Alexander Bohr

Preis:	**Chicago International Filmfestival 2021**
Sendung / Beitrag:	Memoria
Kategorie:	Gold Hugo (bester Film)
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Holger Stern

Dr. Thomas Bellut