Fernsehrat
Plenum

Tätigkeitsbericht

zur 09. Sitzung in der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates

am 15. Juli 2022 in Mainz

Sehr geehrte Damen und Herren,

bei meiner Wahl zum Intendanten im vergangenen Sommer habe ich Ihnen angekündigt, für das ZDF einen Strategieprozess bis zum Jahr 2025 zu starten und das Unternehmen zukunftssicher aufzustellen. Diesen Prozess gehe ich gemeinsam mit meinen Kolleginnen und Kollegen der Geschäftsleitung an und lege Wert darauf, ihn von Anfang an breit im Haus zu verankern.

Ich habe Ihnen versprochen, dass Sie mich an den Ergebnissen dieses Prozesses messen können. Unter der Überschrift „Ein ZDF für alle“ möchte ich dem Fernsehrat über Prozesse und Entwicklungen im Sender anhand der folgenden sechs Themenfelder kontinuierlich berichten:

- ZDF & Gesellschaft: Akzeptanz des ZDF in der Gesellschaft stärken
- ZDF & Bewegtbildmarkt: Klare Positionierung im Wettbewerb
- ZDF & Wettbewerber: Zukunftsweisende Distributionsstrategie
- ZDF & Partner: Partnerschaften stärken im Wettbewerb
- ZDF & Ressourcen: Das ZDF als attraktiver Arbeitgeber
- ZDF & Mitarbeitende: Das ZDF als modernes Medienunternehmen führen

Zur Bestimmung der Marktposition beziehen wir neben dem Alter weitere soziographische Merkmale des Publikums mit ein. Die meisten finanziellen Mittel haben wir bislang für die ältesten Zielgruppen aufgewendet. Das war der bisherigen Schwerpunktsetzung zu Gunsten des linearen Hauptprogramms geschuldet. Künftig wollen wir Zielgruppen proportional zu ihrem Anteil an der Bevölkerung und ihrem jeweiligen Medienkonsum erreichen. Dazu werden wir 100 Mio. € bis zum Ende der Beitragsperiode 2021 – 2024 umschichten.

Die Frage der angestrebten Zielgruppen hat Priorität und bestimmt künftig den Ausspielweg. Dabei haben ZDF-Ausspielwege grundsätzlich Vorrang. Wenn Zielpublikum aber nicht oder nur unzureichend angesprochen werden kann, müssen Alternativen genutzt werden, mit dem Ziel, Publikum auf ZDF-eigene Plattformen zurückzuführen. Das ZDF benötigt für den Wettbewerbserfolg Alleinstellungsmerkmale, die es von allen anderen Anbietern unterscheidet. Beispiele für relevante Marken sind etwa die „heute“-Familie, die „heute-show“ und „Terra X“, die nach Zielgruppen auf verschiedenen Plattformen ausdifferenziert werden.

Das sind große Aufgaben, die ich in enger Abstimmung mit Ihnen angehen möchte. Ich bitte Sie daher, unsere Arbeit weiterhin kritisch-konstruktiv zu begleiten.

Inhalt

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld 3

1.1 Medienpolitik 3
1.2 Medienbranche 5
1.3 Medientechnologie 7
1.4 ZDF-Finanzsituation 7

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme 9

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten 9
2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.3 Hauptprogramm 17

2.3.1. Chefredaktion 17
2.3.2. Programmdirektion 20

2.4 ZDF-Digitalkanäle 24

2.4.1. ZDFneo 24
2.4.2. ZDFinfo 26

2.5 Partnerprogramme 27

2.5.1. ARTE 27
2.5.2. 3sat 29
2.5.3. phoenix 31
2.5.4. KiKA 33
2.5.5. funk 33

2.6 Auszeichnungen/ Preise 35

Berichtszeitraum: 12.03.2022 – 02.07.2022

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

| Reform des Medien-staatsvertrags

Die Ministerpräsidentenkonferenz hat sich am 02.06.22 auf eine Reform von Auftrag und Struktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verständigt. Die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder haben die Rundfunkkommission gebeten, auf dieser Grundlage den Entwurf eines Änderungsstaatsvertrages zu erstellen.

Insbesondere soll der in § 26 MStV formulierte Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erweitert und präzisiert werden. So soll ein Gesamtangebot für alle Alters- und Bevölkerungsgruppen unterbreitet werden. Die Angebote sollen Kultur, Bildung, Information und Beratung dienen. Unterhaltung ist Teil des Auftrags und muss einem öffentlich-rechtlichen Profil entsprechen. Die gesamte inhaltliche Breite soll auf der ersten Auswahlebene der Mediatheken und über alle Tageszeiten hinweg in den Vollprogrammen wahrnehmbar sein.

Zukünftig sollen einzelne Programme flexibel beauftragt sein, d. h. bestimmte Programme können ausgetauscht, in ein non-lineares Angebot überführt, ganz oder teilweise eingestellt oder wiederaufgenommen werden. Diese Programme sind weiterhin gesetzlich beauftragt. Das Initiativrecht, u. a. zum Austausch bzw. zur Überführung in ein Online-Angebot, liegt bei den Intendantinnen und Intendanten. In diesem Verfahren bedarf deren Entscheidung zur Flexibilisierung eines Angebots der Zustimmung des zuständigen Gremiums.

Der Telemedienauftrag soll zukünftig um die Möglichkeit zur Nutzung von angekauften Spielfilmen und Folgen von Fernsehserien, sog. Lizenzen, erweitert werden. Hier sollen Abrufangebote von Lizenzen auch unabhängig von einer Ausstrahlung grundsätzlich bis zu 30 Tage möglich sein, wobei die nicht-europäischen Werke besonderen qualitativen Ansprüchen entsprechen müssen. Eine Einstellung „Online-Only“ über 30 Tage hinaus soll unter bestimmten Voraussetzungen möglich sein.

Die Richtlinienkompetenzen der Aufsichtsgremien der Rundfunkanstalten sollen erweitert werden. So sollen die Richtlinien inhaltliche und formale Qualitätsstandards definieren und entsprechende Überprüfungsmechanismen vorsehen.

Ferner sollen ARD, ZDF und DRadio gemeinsam Maßstäbe zur wirtschaftlichen und sparsamen Haushaltsführung unter Einbeziehung der zuständigen Aufsichtsgremien und der KEF entwickeln. Auch soll ein regelmäßiger Dialog der Rundfunkanstalten mit der Bevölkerung erfolgen.

Novellierung des Jugendmedien-schutz-Staats-vertrages

Die Rundfunkkommission der Länder hat am 15.03.22 einen Entwurf für eine Reform des JMStV beschlossen. ARD und ZDF haben eine gemeinsame Stellungnahme eingereicht, die in der ZDFmediathek unter Kinder- und Jugendmedienschutz im ZDF - ZDFmediathek sowie unter ZDF-Positionen, Berichte und Publikationen - ZDFmediathek verlinkt ist.

Der Schwerpunkt des Entwurfs liegt auf dem technischen Jugendmedienschutz: Es soll eine sogenannte One-Button-Lösung eingeführt werden, mit der Betriebssystem-Anbieter sicherstellen müssen, dass ein Jugendschutzmodus integriert wird. Bestandteil des Jugendschutzmodus ist, dass der Nutzer die bekannten Altersstufen eingeben kann. Im Fokus der Neuregelung stehen dabei Apps. App-Anbieter treffen gemäß des Entwurfs von § 12 a JMStV zusätzliche Pflichten:

So muss jede App an das Betriebssystem zurückmelden, dass sie den Jugendschutzmodus unterstützt. Hat die App keinen "Jugendschutz-Mechanismus", kann sie nicht aufgerufen werden. Nach dem Entwurf kennzeichnen künftig die Anbieter selbst ihre Apps mit einer Altersstufe, die technisch durch die Betriebssysteme auslesbar sein muss. Inhalte, die unter das Nachrichtenprivileg fallen, gelten dabei als Inhalte ohne Altersbeschränkung und sind entsprechend zu kennzeichnen. Allerdings fallen Betriebssystemhersteller und (App-) Anbieter mit Sitz im Ausland aufgrund des unionsrechtlichen Herkunftsland-prinzips nicht unter die geplante Regelung.

Jenseits dieses technischen Schwerpunktes sind noch zwei weitere Vorschriften des Entwurfs für das ZDF relevant. Anbieter sollen künftig auf die wesentlichen Gründe für ihre Altersfreigaben hinweisen (§ 5 Abs. 1 Satz 3 JMStV-E) und müssen Filme und Sendungen, die inhaltsgleich im Fernsehen laufen, online mit Altersfreigaben versehen (§ 10 JMStV-E). Bislang mussten Anbieter nur die FSK-Bewertungen online abbilden.

Zusammenarbeit mit Auftrags-produzentinnen und -produzenten

Das ZDF hat seine Rahmenbedingungen für eine faire Zusammen-arbeit mit Fernsehproduzentinnen und -produzenten weiter-entwickelt und setzt zum 01.06.22 zahlreiche Verbesserungen um:

Als erster deutscher Sender beschreitet das ZDF Neuland mit der Einführung einer Ausbildungspauschale sowie dem Start eines Ausbildungsnetzwerkes. Damit wird gemeinsam mit den Produzentinnen und Produzenten dem Fachkräftemangel entgegengewirkt. Auch das ressourcenschonende und nachhaltige Produzieren wird gefördert und in den neuen Rahmenbedingungen verankert. Verbesserungen werden geschaffen bei den Kalkulationsbedingungen und hier insbesondere für die Dokumentationen. Gleichzeitig wird der Gewinnaufschlag für Produzentinnen und Produzenten bei einer längerfristigen Online-Nutzung von Programmen von einem Prozentpunkt auf 1,3 Prozentpunkte angehoben. Anpassungen bei den

Zahlungsbedingungen verbessern den Cashflow der Produktionsunternehmen. Durch die Erhöhung der ersten beiden Zahlungsraten können Produktionsunternehmen mit den neuen Bedingungen zu Beginn einer Produktion mehr Geld bekommen. Außerdem sollen bei Projekt- und Stoffentwicklungsverträgen zusätzliche Zahlungen ohne Besicherung möglich sein. Schließlich werden auch die Prozessschritte in der Produktionsvorbereitung neu festgelegt, um im Zusammenwirken von Sender und Produktionsunternehmen schneller zum Vertragsschluss und somit zu Auszahlungen zu gelangen.

Angesichts der Herausforderungen des kompetitiven Marktes, aber auch mit Blick auf die Anforderungen, die die Coronapandemie immer noch an die Herstellung von Film- und Fernsehproduktionen stellt, ist eine faire Partnerschaft mit den Produzentinnen und Produzenten wichtiger denn je.

Mit den nun beschlossenen Änderungen wird die Zusammenarbeit mit den Produzentinnen und Produzenten gestärkt. Damit wird die Basis der erfolgreichen Partnerschaft mit der Produktionswirtschaft und damit Qualität, Kreativität und Nachhaltigkeit der Programme gefestigt. Die neuen Rahmenbedingungen können unter diesem Link abgerufen werden: Transparenzportal des ZDF - ZDFmediathek.

1.2 Medienbranche

| Konsolidierungstendenzen prägen internationalen Medienmarkt

Mittlerweile sind alle großen US-amerikanischen Medienunternehmen mit eigenen Streamingdiensten international und auf dem deutschen Markt vertreten. Der Trend zu Fusionen hält vor diesem Hintergrund weiter an, da Größe und die damit verbundenen Skaleneffekte seitens der Konzerne als zwingende Erfolgsvoraussetzung gesehen werden. Jüngstes Beispiel ist die Anfang April 2022 vollzogene Fusion von WarnerMedia – dem Mediengeschäft von AT&T – mit Discovery Networks. Das Unternehmen firmiert nun unter Warner-Bros.-Discovery.

| Werbefinanzierung bei Streaming-Diensten im Fokus

Zählten die abonnementfinanzierten Streaming-Dienste wie Netflix und Disney+ in den Jahren 2020 und 2021 noch zu den klaren Gewinnern der Pandemie, zeigt sich bei einzelnen Anbietern inzwischen ein verlangsamtes Wachstum bei den Abonnementzahlen. Erhebliche Investitionen in Content und Technik verursachen Anlaufverluste und erfordern eine große Anzahl an weltweiten Abonnentinnen und Abonnenten, um mit Streaming ähnlich viel Geld verdienen zu können wie in der Vergangenheit im klassischen TV-Geschäft. Bedeutende Anbieter haben vor diesem Hintergrund einen grundlegenden Strategiewechsel angekündigt: sowohl Disney als auch Netflix wollen neben den rein durch Abonnementerlöse finanzierten Versionen ihrer Streamingdienste zukünftig auch kostengünstigere werbegestützte Varianten anbieten, um das verlangsamte Wachstum wieder anzukurbeln.

Amazon hat mit Freevee bereits seit 2019 einen werbefinanzierten Streaming-Dienst, der Ende 2022 auch in Deutschland starten wird.

| Rückläufige Abonnementzahlen setzen Netflix unter Druck

Erstmals seit mehr als zehn Jahren hat Netflix im ersten Quartal 2022 einen Rückgang bei den Abonnementzahlen bilanzieren müssen. Für das zweite Quartal hat der Konzern einen Rückgang der Abonnementzahlen um weitere rund zwei Mio. prognostiziert. Der Konzern will der Entwicklung mit der Einführung einer preiswerteren, werbegestützten Version seines Dienstes entgegenwirken. Des Weiteren will man gezielt gegen das Teilen von Passwörtern und die gemeinsame Nutzung von Accounts vorgehen. Der Aktienkurs von Netflix hat in den vergangenen sechs Monaten bereits rd. 65 % an Wert verloren.

| RTL-Group und ProSiebenSat.1 vermelden Umsatzsteigerungen und Anlaufverluste im Streaming-Geschäft

Im ersten Quartal 2022 konnten aufgrund der deutlichen Erholung des Werbemarkts sowohl ProSiebenSat.1 als auch die RTL-Group ihre Konzernumsätze steigern. Den Hauptteil des Umsatzes machen bei beiden Konzernen weiterhin die Werbeeinnahmen aus, insbesondere die Werbeeinnahmen aus dem klassischen, linearen Fernsehen. Um unabhängiger vom linearen Fernsehen zu werden, investieren beide Konzerne seit geraumer Zeit in ihre Streaming-Dienste RTL+ bzw. Joyn. Während ProSiebenSat.1 dabei mit Joyn auf ein werbefinanziertes Geschäftsmodell setzt, baut die RTL-Group auf eine Abonnementfinanzierung. Trotz deutlich steigender Nutzerzahlen rechnet die RTL-Group für 2022 mit weiteren Anlaufverlusten bei RTL+ von 250 Mio. €. ProSiebenSat.1 veröffentlicht für Joyn keine Abonnentenzahlen. Die Anlaufverluste des Streamingdienstes lagen 2021 bei 89 Mio. €.

| BBC verkündet Digital-Offensive vor dem Hintergrund eines Einfrierens des Rundfunkbeitrags

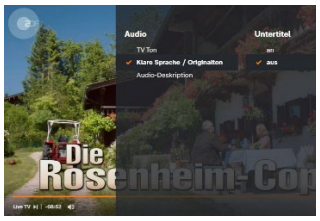
Die BBC hat Einsparungen, Umschichtungen und einen Strategiewechsel unter der Devise „Digital-First“ verkündet. In Zukunft sollen die Inhalte der linearen Kanäle BBC-Four, Radi-4-Extra sowie der Kinderkanal CBBC nur noch über das Internet verbreitet werden. Des Weiteren soll es nur noch einen einzigen BBC-Nachrichtensender für Großbritannien und den Rest der Welt geben. Mit den Reformen gehen weitreichende finanzielle Umschichtungen sowie Einsparmaßnahmen einher. So sollen 300 Mio. £ umgeschichtet und in neue Programme für den iPlayer investiert werden. Zudem ist geplant, in den nächsten Jahren rund 1.000 Stellen zu streichen. Mit Hilfe der Umstrukturierungen will die BBC in einer ersten Phase rd. 200 Mio. £ einsparen. Die Summe ist kleiner als die prognostizierte Finanzierungslücke, die sich aus dem Einfrieren des Rundfunkbeitrags ergeben dürfte, die die Regierung von Boris Johnson beschlossen hat.

Die ZDF Enterprises GmbH firmiert seit dem 1. April 2022 unter dem neuen Namen „ZDF Studios GmbH“. Gemeinsam mit den Tochter- und Beteiligungsgesellschaften verantwortet der Verbund nationale und internationale Medien-Produktionen, von der Idee und Entwicklung über die Produktion bis hin zur

Vermarktung. Der neue Name spiegelt das zugrunde liegende Geschäftsmodell und verdeutlicht die Produktions- und Vermarktungskompetenz. Unter der Dachmarke ZDF Studios sollen die Verbundunternehmen zukünftig noch enger untereinander vernetzt werden.

1.3 Medientechnologie

| Neues Angebot "Klare Sprache"



Das ZDF bietet seinem Publikum seit dem 01.06.22 das neue Tonangebot "Klare Sprache". Es hebt die Sprache deutlicher hervor und verbessert damit die Sprachverständlichkeit. Das Angebot steht ab sofort für das ZDF-Hauptprogramm zur Verfügung. Die Programme ZDFneo, 3sat und ZDFinfo folgen schrittweise.

"Klare Sprache" wird als zusätzliches Angebot in die bisherigen Tonoptionen (Stereo, Dolby Digital, Audiodeskription, Originalton) integriert. Das Angebot ist via Satellit, Kabel, DVB-T2 HD sowie in den Programm-Livestreams in der ZDFmediathek-App verfügbar. Auch in den über die ZDF-Webseite abgerufenen Programm-Livestreams wird der neue Service in Kürze angeboten. Die Tonspur "Klare Sprache" muss am Endgerät oder am Video-Player ausgewählt werden.

Ob eine Sendung als "sprachverständlich" wahrgenommen wird, hängt nicht nur vom Mischungsverhältnis des Beitrags, sondern auch von den Empfangsbedingungen oder dem individuellen Hörvermögen ab. Fernsehfilme und Dokumentationen werden oft aufwändig produziert. Die Mischung aus Sprache und Begleittönen (Geräusche und Musik) ist Teil der Dramaturgie der Sendung und kann als zu wenig sprachverständlich wahrgenommen werden. Die zusätzlich anwählbare Tonspur "Klare Sprache" erzeugt mit Hilfe von Algorithmen der künstlichen Intelligenz einen Sendeton, der das gesprochene Wort deutlich präsenter macht.

1.4 ZDF-Finanzsituation

| Haushaltsvollzug 2021

Bedeutsam für die finanzielle Lage des ZDF im Berichtsjahr 2021 war der Beschluss des Bundesverfassungsgerichts vom 20.07.21 und die daraus resultierende Erhebung des Rundfunkbeitrags in Höhe von 18,36 € monatlich, die seit dem 01.08.21 gilt. Der Haushaltsplan 2021 wurde noch auf Basis einer erwarteten Beitragserhöhung zum 01.01.21 aufgestellt.

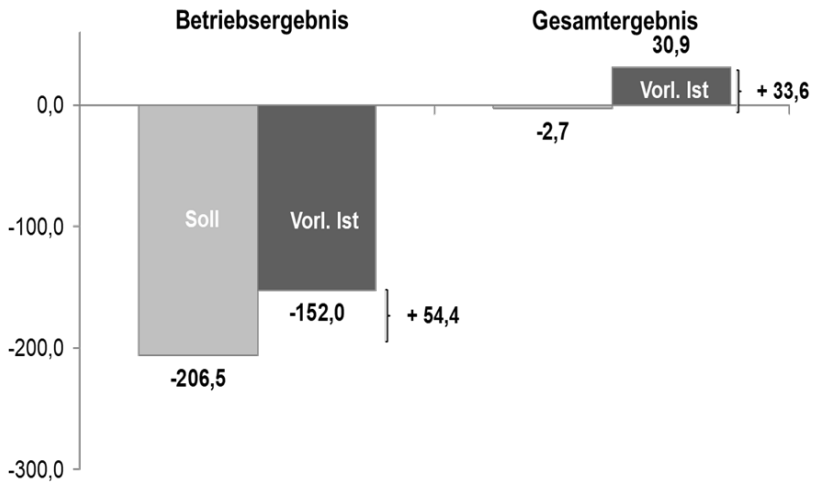
Die Geschäftsentwicklung des Berichtsjahres 2021 war – wie bereits das Jahr 2020 – weiterhin von den Ereignissen rund um die Corona-Pandemie beeinflusst. Dies gilt durch die Verschiebung der Sportgroßereignisse von 2020 nach 2021, neuerliche

Produktionsunterbrechungen und Drehverschiebungen sowie die nach wie vor umfangreiche Berichterstattung zur Corona-Pandemie insbesondere für den Programmbereich. In Bezug auf die finanzielle Entwicklung wurden die Erwartungen 2021 übertroffen. Das vorläufige Jahresergebnis 2021 zeigt sich wie folgt:

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich ein Betriebsergebnis von ./. 152,0 Mio. € (Soll: ./. 206,5 Mio. €). Es ist damit um 54,4 Mio. € besser als das geplante Betriebsergebnis.

In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, ergibt sich ein Gesamtergebnis von + 30,9 Mio. € (Soll: ./. 2,7 Mio. €), das um 33,6 Mio. € besser als das Soll ist.

Das Gesamtergebnis wird der Rücklage Gesamtergebnis (bisher: Sonderrücklage I Beitragsmehrerträge) zugeführt. Die Rücklage Gesamtergebnis beträgt Ende 2021 noch rd. 242,0 Mio. € (31.12.2020: 211,1 Mio. €). Die Sonderrücklage II beträgt unverändert 135,5 Mio. €. Das Eigenkapital beträgt zum 31.12.2021 noch rd. 129,6 Mio. €.



| Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2021 und Vorläufiges Ist 31.12.21 (Werte in Mio. €)

Aufgrund einer stabilen Bestandsentwicklung und der rückläufigen Befreiungen, verbunden mit einem guten Zahlungsverhalten, konnten bei den Rundfunkbeiträgen zusätzliche Mehrerträge erzielt werden, so dass der Beitragsausfall aufgrund der erst zum 01.08.21 erfolgten Beitragsanhebung nur noch 22,3 Mio. € beträgt. Die Coronapandemie hat weiter keine erkennbaren Auswirkungen auf das Beitragsaufkommen. Mehrerträge bei fast allen anderen Ertragsarten konnten das Minus bei den Rundfunkbeiträgen durch die verspätete Anhebung überkompensieren, so dass die gesamten Erträge um 6,2 Mio. € über dem Soll liegen.

Die gegenüber dem Plan niedrigeren Aufwendungen von 48,2 Mio. € resultieren im Wesentlichen aus Minderaufwendungen bei den Programmaufwendungen von rd. 46,0 Mio. €, u. a.

aufgrund coronabedingter Ausfälle, Verschiebungen vom Sendeaufwand 2021 zum Sendeaufwand 2022, Wegfall von Sportrechten ab dem 2. Halbjahr 2021 und Einsparungen bei den Sportgroßereignissen. Auch die Geschäftsaufwendungen liegen um 18,4 Mio. € und die Anderen Aufwendungen um 8,8 Mio. € unter dem Soll. Gegenläufig wirken sich die gegenüber dem Plan um 27,1 Mio. € höheren Personalaufwendungen aus, die vor allem auf rechnungszinsbedingte, allerdings gesamtergebnisneutrale höhere Aufwendungen für die Altersversorgung zurückzuführen sind.

In der Finanzrechnung ergeben sich u. a. niedrigere Einnahmen aufgrund einer geringer als geplanten Verminderung des Programmvermögens. Auf der Ausgabenseite liegen die Sachinvestitionen aufgrund der Verschiebung von Sachinvestitionen der Produktionsdirektion ins Folgejahr sowie geringerer Bauinvestitionen unter dem Soll.

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.

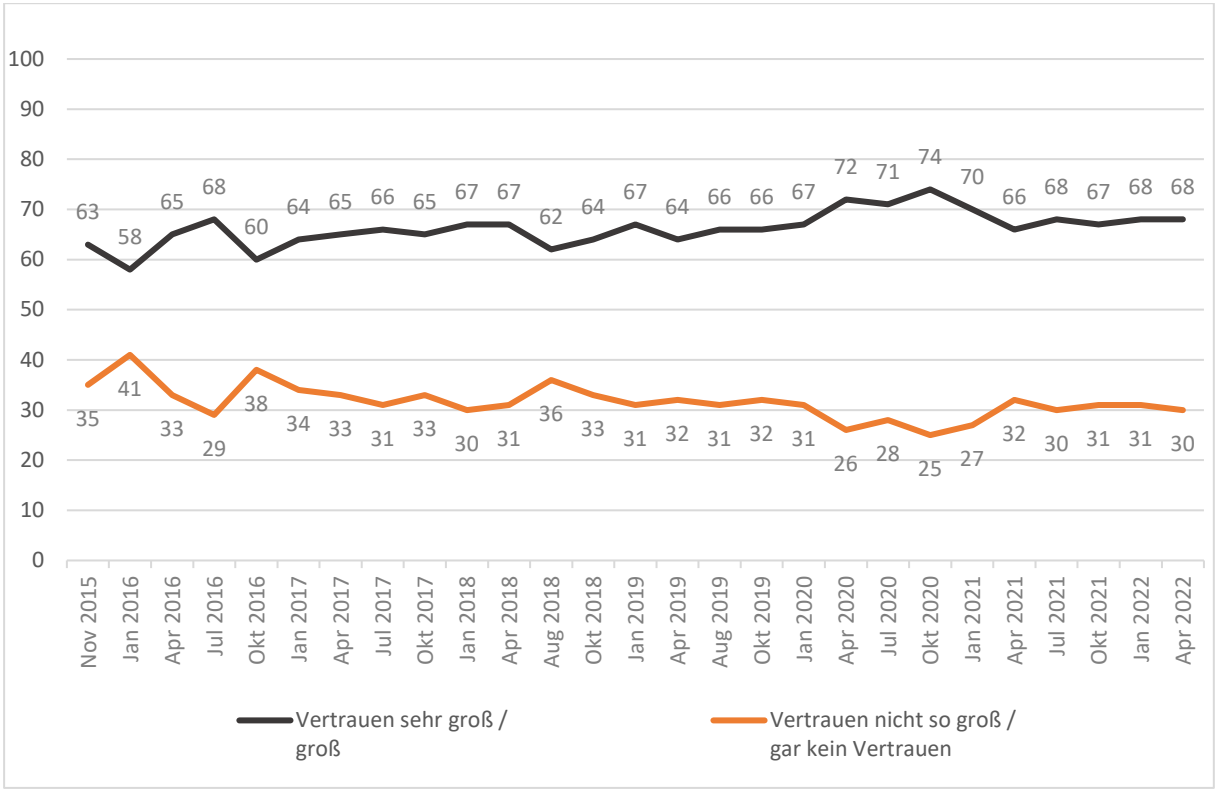
Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen und von Nachrichtensendungen

In der vierzehnten Auflage der halbjährlich durchgeführten Umfrage zur Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen und von Nachrichtensendungen im Juni 2022 sprechen die Befragten auf einer Skala von +5 bis -5 den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern (+2,0) zusammen mit den überregionalen (+2,2) und regionalen Tageszeitungen (+2,4) die höchste Glaubwürdigkeit zu. Die Privatsender halten sich noch im positiven Bereich (+0,3). Der BILD-Zeitung (-2,0) wird nach wie vor eine geringe Glaubwürdigkeit zugeschrieben. Bei den Nachrichtenformaten liegen ARD (+2,5) und ZDF (+2,4) deutlich vor Sat.1 (+1,0) und RTL (+0,7). Beinahe alle Werte sind etwas rückläufig, was auf eine methodische Umstellung beim Generieren der Stichprobe (1.014 Personen ab 16 Jahren) zurückzuführen sein könnte.

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

Bei der „Politbarometer“-Umfrage der FGW vom April 2022 zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten erneut 68 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen. Damit ist dieser Wert seit vergangenem Sommer nahezu konstant. Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen 27 Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 74 % im Oktober 2020.

Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF, Prozent



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, April 2022 n = 1.170
FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

Februar 2022

Medienforschung

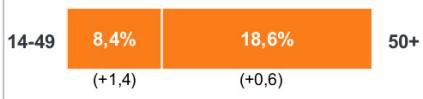
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

16,0%

Marktanteil

kum. Jahr 2022: 15,6% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,6



Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
24,98	6,52	4,51	4,20
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,73	5,27	4,01	2,74

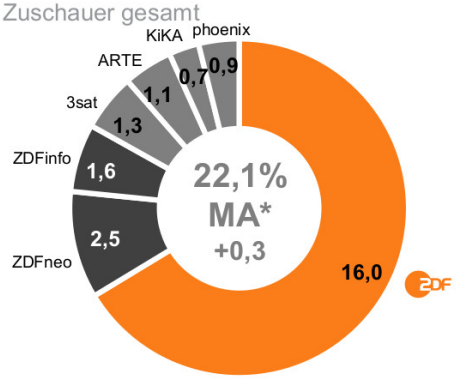
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

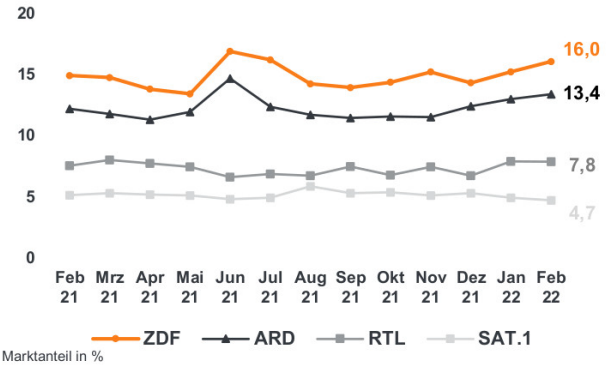
Zuschauer gesamt



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 %

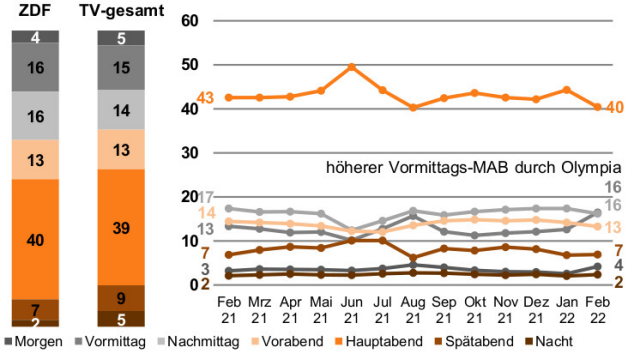
Marktanteile Top 8

Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	16,0	(+0,8)	RTL	10,9	(±0,0)
64	ARD	13,4	(+0,4)	Pro7	8,9	(+0,2)
54	RTL	7,8	(-0,1)	ARD	8,6	(+0,2)
54	SAT.1	4,7	(-0,2)	ZDF	8,4	(+1,4)
53	VOX	4,5	(+0,1)	VOX	6,6	(+0,2)
43	Pro7	3,3	(-0,2)	SAT.1	6,1	(-0,8)
53	Kabel 1	2,8	(-0,2)	RTL ZWEI	4,1	(-0,1)
52	RTL ZWEI	2,5	(±0,0)	Kabel 1	4,0	(-0,2)

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Sicht.-dauer in %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	Der Bergdoktor: Extreme	88:48	54	1,17	2.191.085	26	63
	Der Bergdoktor: Kontrollverlust	88:41	56	1,08	1.909.041	26	64
	Der Bergdoktor: Im Frieden	88:50	55	1,08	1.944.288	27	62
Information	Aktenzeichen XY... gelöst! vom 9. Februar 2022	88:40	52	0,19	368.136	33	54
	Markus Lanz vom 3. Februar 2022	75:04	48	0,13	274.262	52	30
	Markus Lanz vom 22. Februar 2022	76:19	49	0,13	266.749	49	31
Unterhaltung	heute-show vom 4. Februar 2022	34:13	71	0,66	933.735	33	51
	heute-show vom 18. Februar 2022	33:16	69	0,65	939.207	33	51
	heute-show vom 11. Februar 2022	34:28	72	0,64	896.435	33	51
Kinder	Pettersson und Findus: Der Held vom Wintersee	11:56	66	0,06	95.050	6	92
	Pettersson und Findus: Die verflixte Suche	12:07	82	0,06	67.108	7	90
	Pettersson und Findus. Namenstag für alle	12:07	85	0,04	52.317	7	90
Sport	sportstudio rep.: Zwischen Propaganda u. Corona	46:58	51	0,04	80.049	21	65
	Olympia: Biathlon: Einzel (F), Entscheidung	128:55	26	0,04	145.304	26	54
	sportstudio reportage: Der Traum vom Eishockey-Wintermärchen	47:06	42	0,03	69.206	33	53

Nutzung vom 01. bis 28.02.2022. 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 rangiert im Februar 2022 im Senderfamilien-Ranking auf Platz 2. Familien-MA auch bei 14-49-Jährigen (13,6% MA) besser als im Januar (+0,8 PP).
- ZDF zuletzt im Februar 1994 (18,7% MA) mit höherem Februar-MA; bei 14-49-Jährigen 2006 (8,5% MA). Auch im Vergleich mit letztem Olympia-Februar 2018 (14,6% bzw. 7,1% MA) 2022 deutlich stärker.
- *Marie Brand und der überwundene Tod* (9,22 Mio. / 30,3%) viertstärkste Sendung im Februar hinter ARD: 2x *Tatort* und *Brennpunkt: Krieg gegen die Ukraine*.
- ZDFfamilie übertrifft den Rekord des Vormonats und erzielt Ø 7,55 Mio. Sichtungen pro Tag (+5%). Im Vergleich zum Februar 21 steigern sich die Sichtungen um +24%.

März 2022

Medienforschung

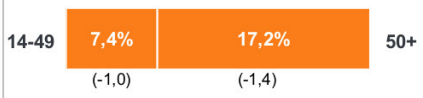
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

14,7%

Marktanteil

kum. Jahr 2022: 15,3% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,4



Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
23,46	6,50	4,47	3,91
3sat	ARTE	phoenix	KiKA
5,39	5,16	4,20	2,73

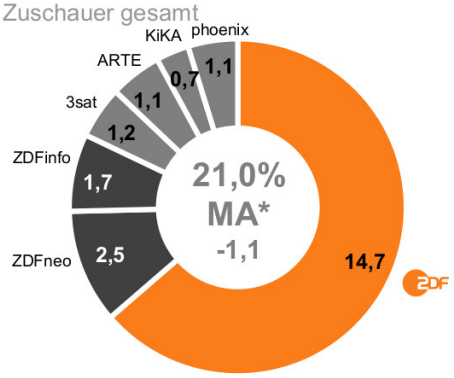
*ZDFmediathek (Clients) inkl. aller Apps des ZDF und CTV

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

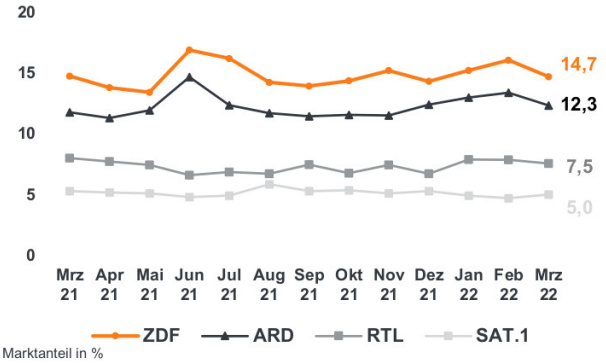


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 33 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

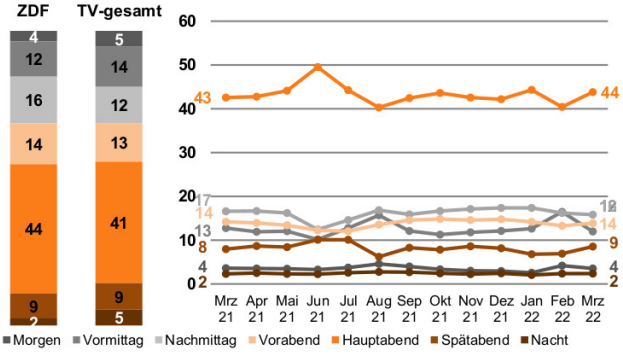
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	14,7	(-1,3)	RTL	9,8	(-1,1)
64	ARD	12,3	(-1,1)	Pro7	8,6	(-0,3)
54	RTL	7,5	(-0,3)	ARD	8,0	(-0,6)
54	SAT.1	5,0	(+0,3)	ZDF	7,4	(-1,0)
53	VOX	4,7	(+0,2)	VOX	7,0	(+0,4)
43	Pro7	3,5	(+0,2)	SAT.1	6,1	(±0,0)
53	Kabel 1	3,0	(+0,2)	Kabel 1	4,3	(+0,3)
52	NDR FS	2,6	(+0,1)	RTL ZWEI	4,2	(+0,1)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Sicht.-dauer in %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	**Der Bergdoktor: Was bleibt**	**88:37**	**51**	**1,04**	**2.031.781**	**25**	**65**
	Sarah Kohr: Geister der Vergangenheit	89:29	53	0,46	862.122	19	70
	Doppelhaushälfte: Chancengleichheit	25:55	57	0,43	756.845	18	71
Information	Terra X: Putins Krieg - Geschichte als Waffe	43:31	60	0,15	248.884	38	46
	37 Grad: Der Traum vom kleiner Wohnen	28:47	65	0,15	228.282	41	42
	Markus Lanz vom 22. März 2022	77:01	47	0,14	296.780	48	34
Unterhaltung	heute-show vom 11. März 2022	31:14	74	0,65	880.583	34	51
	heute-show vom 18. März 2022	33:09	73	0,64	868.309	34	50
	heute-show vom 4. März 2022	35:14	71	0,60	842.200	33	51
Kinder	Die WG: Ohne Geld?	23:58	59	0,08	129.604	64	19
	Die WG: Muslim für einen Tag?	23:58	61	0,07	107.749	63	20
	Die WG: Alle da?	23:54	52	0,06	122.767	61	22
Sport	Biathlon - Verfolgungsrennen Männer 19. März	64:55	40	0,02	58.464	33	52
	Biathlon: Staffel der Frauen in Kontiolahti	99:01	28	0,01	36.427	24	62
	Fußball-LS: Deutschland - Israel am 26. März	156:40	14	0,00	34.744	45	33

Nutzung vom 01. bis 31.03.2022. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- Die ZDF-Familie verliert im März und liegt auf Platz 3 im Senderfamilie-Ranking hinter der ARD-Familie und der RTL-Gruppe. Der ZDF-Familien-MA ist auch bei 14-49-Jährigen (12,9% MA) schwächer als im Februar (-0,7 PP), aber besser als im März 2021 (12,3% MA).
- Das ZDF erzielt den gleichen MA wie im März 2021. Davor wurde zuletzt 1994 (15,7% MA) ein höherer März-MA erzielt; bei 14-49-Jährigen 2006 (7,7% MA).
- ZDFfamilie kann den Rekord des Vormonats nicht halten, bleibt aber mit Ø 5,89 Mio. Sichtungen pro Tag (-19%) auf hohem Niveau. Im Vergleich zum März 2021 steigern sich die Sichtungen um +5%.

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

April 2022

Medienforschung

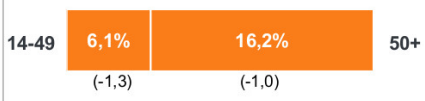
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

13,6%

Marktanteil

kum. Jahr 2022: 14,9% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,3



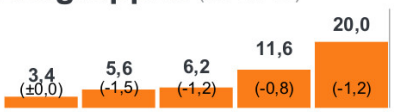
Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
21,69	6,28	4,33	3,42
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
5,25	4,57	3,91	2,41

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

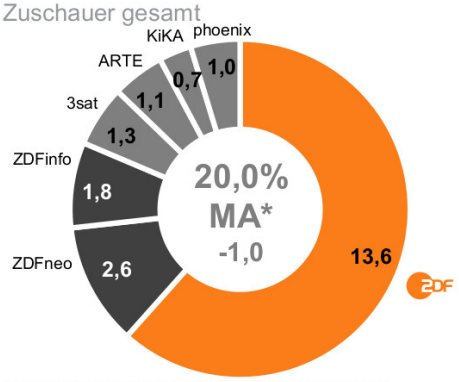
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

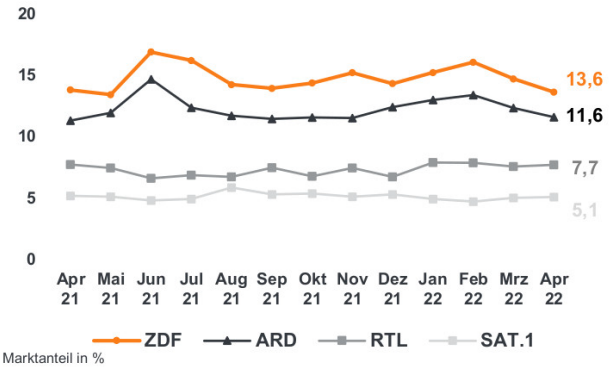


ZDF: Ø 66 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 34 J.
phoenix: Ø 62 J.

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

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

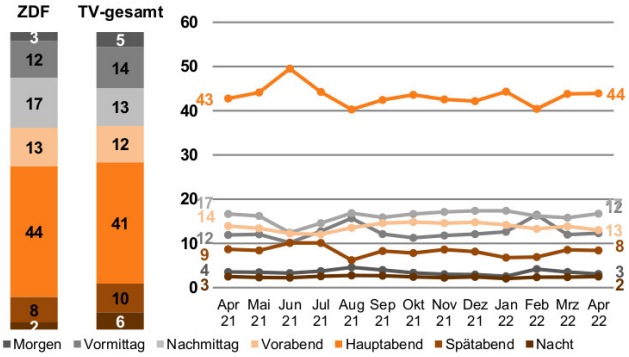
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
66	ZDF	13,6	(-1,1)	RTL	9,6	(-0,2)
64	ARD	11,6	(-0,7)	Pro7	8,9	(+0,3)
55	RTL	7,7	(+0,2)	VOX	7,3	(+0,3)
54	SAT.1	5,1	(+0,1)	ARD	7,0	(-1,0)
53	VOX	4,9	(+0,2)	SAT.1	6,5	(+0,4)
45	Pro7	3,8	(+0,3)	ZDF	6,1	(-1,3)
53	Kabel 1	3,1	(+0,1)	Kabel 1	4,7	(+0,4)
51	RTL ZWEI	2,7	(+0,2)	RTL ZWEI	4,5	(+0,3)

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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Sicht.-dauer in %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	Das Traumschiff: Mauritius	88:58	60	0,41	675.013	26	64
	Wilsberg: Ungebetene Gäste	88:59	56	0,37	665.729	22	65
	Ein Sommer am Gardasee	89:20	55	0,36	660.994	32	55
Information	Markus Lanz vom 31. März 2022	79:59	46	0,22	463.709	48	32
	Markus Lanz vom 5. April 2022	75:16	48	0,15	324.666	46	35
	Aktenzeichen XY... ungelöst vom 13. April 2022	91:47	50	0,15	304.480	34	52
Unterhaltung	heute-show vom 8. April 2022	35:06	69	0,70	1.008.372	34	49
	heute-show vom 1. April 2022	34:20	72	0,66	913.576	33	50
	heute-show vom 22. April 2022	34:31	73	0,60	830.948	33	49
Kinder	Die WG: Gutes Benehmen?	23:36	62	0,05	80.864	59	25
	Die WG: Sport auf Rollen?	23:57	63	0,04	67.440	59	24
	Die WG: Alles vorbei?	23:59	61	0,04	62.777	60	24
Sport	sportstudio UEFA Champions League: Viertelfinal-Hinspiele am 6. April 2022	58:42	42	0,01	25.155	24	59
	das aktuelle sportstudio vom 23. April 2022	19:23	36	0,01	28.877	45	43
	sportstudio reportage: Eurofighter u. Herzens...	36:39	56	0,01	16.119	49	38

Nutzung vom 01. bis 30.04.2022. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- Die ZDF-Familie bleibt mit Verlusten im April Dritter im Senderfamilie-Ranking hinter der ARD-Familie und der RTL-Gruppe. Der ZDF-Familien-MA ist auch bei 14-49-Jährigen (11,8% MA) schwächer als im März (-1,1 PP) sowie im April 2021 (12,3% MA).
- Das ZDF bleibt hinter dem April-MA 2021 (13,8%) zurück, erzielt aber den gleichen MA wie im April 2020; auch bei 14-49-Jährigen ist das ZDF schwächer als im April 2021 (6,4%) und auf gleichem Niveau wie 2020. Bei ab 50-Jährigen (16,2%) hat das ZDF den bislang schwächsten April-MA.
- ZDFfamilie den zweiten Monat in Folge mit zweistelligen Verlusten: Ø 5,55 Mio. Sichtungen pro Tag (-10%). Auch im Vergleich zum Vorjahresmonat sinkt die Nutzung um -4%.

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

Mai 2022

Medienforschung

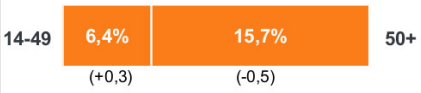
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail: Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

13,4%

Marktanteil

kum. Jahr 2022: 14,6% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,2



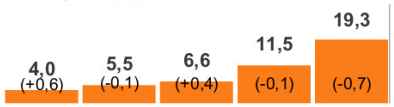
Differenz Vormonat in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFmediathek*
20,49	5,86	3,98	3,23
3sat	**ARTE**	**phoenix**	**KiKA**
4,71	4,25	3,48	2,12

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

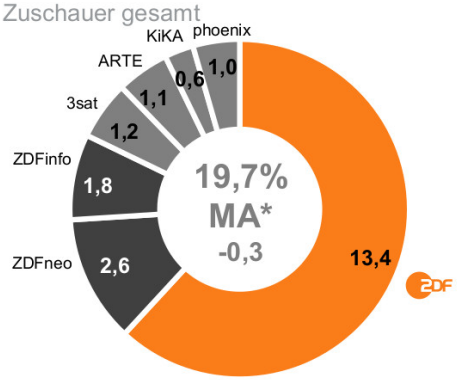
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

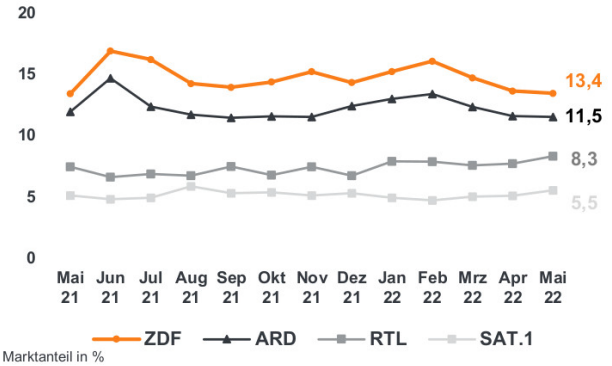


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 57 J.
3sat: Ø 64 J.
ARTE: Ø 64 J.
KiKA: Ø 34 J.
phoenix: Ø 63 J.

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

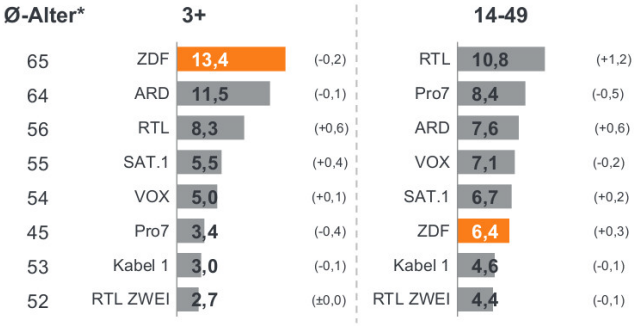
Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

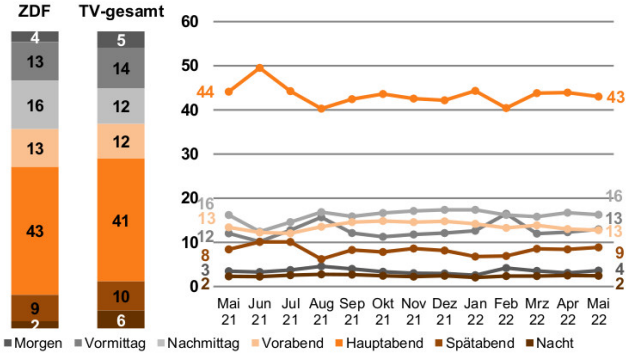
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre



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

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 3 ZDF-Abrufvideos nach Genre

Genre	Titel	Dauer	Ø-Sicht.-dauer in %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
Fiktion	Wendehammer: Stille Wasser	43:29	55	0,49	896.552	21	69
	Marie Brand und der entsorgte Mann	88:51	61	0,44	711.242	22	65
	Rosamunde Pilcher: Liebe ist unberechenbar	88:35	51	0,40	789.904	32	53
Information	Die Spur: Xavier Naidoo - Comeback eines Verschwörungs-Stars?	31:29	62	0,16	266.023	39	44
	Markus Lanz vom 19. Mai 2022	76:36	48	0,16	321.371	53	27
	Aktenzeichen XY... Ungelöst: Die Fälle v. 11.5.22	90:44	50	0,14	284.972	34	52
Unterhaltung	**heute-show vom 6. Mai 2022**	**34:31**	**72**	**0,60**	**836.097**	**34**	**49**
	heute-show vom 20. Mai 2022	36:16	72	0,59	821.671	35	47
	heute-show vom 13. Mai 2022	34:38	72	0,57	787.007	35	47
Kinder	Löwenzahn: Haie	23:41	61	0,04	65.693	18	72
	Löwenzahn: Kräuter	24:54	64	0,04	61.610	25	63
	Pettersson und Findus: Der Held vom Wintersee	11:56	64	0,03	43.226	3	95
Sport	Bolzplatz by Manu Thiele: Relegation abschaffen: Das ist die beste Alternative!	13:10	88	0,08	94.861	6	91
	sportstudio UEFA CL: Der Weg ins Finale	23:54	24	0,02	101.080	30	59
	sportstudio rep.: Eurofighter und Herzensbrecher	36:39	49	0,02	30.893	44	31

Nutzung vom 01. bis 31.05.2022. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein. * Connected TV-Geräte

Infobox

- Der Marktanteil der ZDF-Familie ist schwächer als im Mai 2021 (20,3% MA). Anders bei 14-49: Mit 11,9% MA besser als im Mai 2021 (11,7% MA).
- Das ZDF erreicht mit 13,4% MA den gleichen Mai-MA wie 2021 und war zuletzt im Mai 1996 (13,5% MA) stärker. Bei 14-49 liegt der MA mit 6,4% über dem Wert vom Mai 2021 (6,2% MA). Bei ab 50-Jährigen muss das ZDF mit 15,7% MA den bislang schwächsten Mai-MA hinnehmen.
- ZDFfamilie erreicht Ø 5,15 Mio. Sichtungen pro Tag. Nach den zweitstelligen Verlusten im März und April sinkt die Nutzung im Mai 2022 um -7%. Damit setzt sich der Trend fort und ZDFfamilie verliert den dritten Monat in Folge im Vergleich zum Vorjahresmonat -3%.

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

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Die Nachrichtenlage war dominiert vom Angriff Russlands auf die Ukraine, über den das ZDF besonders im März breitflächig in aktuellen und Sondersendungen mit weltweiten Korrespondentenschalten, Analysen und Einschätzungen informierte. Neben der aktuellen Berichterstattung in den Nachrichtenformaten fand eine ausdifferenzierte Befassung in vielen Magazin-, Dokumentations- und Gesprächssendungen statt. Der Krieg in der Ukraine bleibt auch über den aktuellen Zeitraum hinaus ein Schwerpunkt der journalistischen Informationsleistung. Hierzu zählen auch die Reaktionen und Maßnahmen der NATO und der EU, wozu es aktuelle Hintergrundinformationen in Nachrichten, Magazinen und Gesprächssendungen gab.

Der politische und gesellschaftliche Umgang mit der Corona-Pandemie spielte ebenfalls eine wichtige Rolle, ebenso wie die Berichterstattung zu den Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen (s. S. 20f.). Außenpolitisch rückten u. a. die Parlamentswahlen in Ungarn und die Staatspräsidentenwahl in Frankreich in den Mittelpunkt.

„Don't Stop the Music"

Zum vielfältigen Programmangebot des ZDF im Berichtszeitraum gehörten einige Programmauffälligkeiten. Dazu zählte der bildstarke Dreiteiler „Serengeti" aus der „Terra X"-Redaktion ebenso wie „Don't stop the music", ein Format aus der Karwoche, das benachteiligte Schülerinnen und Schüler beim Erlernen eines Instruments oder Singen im Chor begleitet. Durch die Einbindung von ZDFneo für das Abschlusskonzert und die Konfektionierung einer eigenen Fassung für den KiKA (Don´t Stop the Music Kids - ZDFtivi) wurde das gesellschaftsrelevante Thema unterschiedlichen Zielgruppen zugänglich gemacht.

| Entwicklungsfeld

„ZDFzoom" hat sein investigatives Profil geschärft und bei seinem Relaunch die Ansprache jüngerer Zielgruppen und deren non-lineare Nutzungsgewohnheiten in den Vordergrund seiner Entwicklungsbemühungen gestellt. Dabei bleibt der Formatkern, der mit akribischer Recherche drängende gesellschaftspolitische Fragen beleuchten will, erhalten. Seit Ende April sind unter dem Reihentitel „Die Spur" die ersten fünf Folgen der Neuformatierung zu sehen. Hier werden in forensischer Aufarbeitung gesellschaftliche Themen, Ereignisse oder Missstände rekonstruiert, um ein Gesamtbild zu zeichnen. Die erste Folge hat sich mit dem „System Tönnies" befasst (Dokuformat: Die Spur - ZDFmediathek). Weitere Reihen sind mit „Digital Empire" zu den Funktionsweisen und Fallstricken der digitalen Welt und „Grauzone" zum Umgang mit Kontroversen jenseits von Pro und Contra vorgesehen.

Investigative Qualitäten auf seine eigene Art hat Jan Böhmermann mit „ZDF Magazin Royale" bewiesen. Hier haben besonders die Sendungen, in denen die zweifelhaften Geschäfte des YouTubers

Fynn Kliemann mit Corona-Schutzmasken oder der unzureichende Umgang der Polizei mit Hasskommentaren/-kriminalität gezeigt wurden, eine hohe öffentliche Aufmerksamkeit nach sich gezogen. Es zeigt sich eine im besten Sinne moderne Form der Satire, der es außerordentlich gut gelingt, ZDF-ferne Zuschauergruppen zu binden und die Marke ZDF über die non-linearen und Social Media-Ausspielwege zu transportieren.

Nach Ende der Wintersportsaison im März war die UEFA Champions League ein Schwerpunkt der Sportberichterstattung. Das „Champions League Magazin“ mit der Berichterstattung über die Highlights der Spiele ab dem Achtelfinale war nachgefragt und die Übertragung des Finales am 28.05.22 war trotz des verzögerten Beginns ein großer Zuschauererfolg.

Fiction

Auffälligkeiten im fiktionalen Angebot des ZDF waren u. a. eine vierteilige Reihe im „Montagskino“ mit Actionfilmen, die das Filmpublikum unterhalten haben, oder das „Traumschiff“ auf Mauritius als Eskapismus-Angebot am Ostersonntag. Zusätzlich haben Filme wie „Honecker und der Pastor“ nach einer wahren Begebenheit zum Umgang mit Erich Honecker nach dem Sturz, „Leben über Kreuz“ zum Themenkomplex Organspende oder „Die Luft zum Atmen“ über eine junge Frau mit Mukoviszidose zeitgeschichtliche, gesellschafts- oder alltagsrelevante Geschichten in den Mittelpunkt gerückt. Im Serienbereich gab es mit „Wendehammer“, einer Geschichte über fünf Freundinnen, die in einer Vorstadt-Reihenhaussiedlung leben, den Versuch am Donnerstag zur Primetime ein jüngeres, weibliches Publikum zu erreichen. Leider blieb diese Innovation beim Publikum ohne Erfolg (s. auch S. 23).

Zwei Dokumentarfilme stellten besondere publizistische Auffälligkeiten dar: Der 90-minütige Dokumentarfilm „Der Ausbruch – War die Pandemie vermeidbar?“ zeichnete minutiös die Schlüsselmomente nach der Entdeckung des Coronavirus bis zum Ausbruch einer globalen Pandemie nach. Dabei wird der Kontrast zwischen Experten, die sehr frühzeitig gewarnt haben, und den Entscheidungsprozessen der WHO, internationaler Gesundheitsbehörden und der Politik in den Mittelpunkt gerückt. In dem bei 3sat ausgestrahlten Dokumentarfilm „Der Fall Tellkamp“ versucht der Regisseur Andreas Gräfenstein, das Phänomen Tellkamp und die Sprachlosigkeit entlang verhärteter Debattenfronten in Dresden zu beleuchten. Eine 45-minütige Kurzfassung wurde am 12.06.22 im ZDF-Hauptprogramm ausgestrahlt.

Im Unterhaltungsbereich entwickelt sich Giovanni Zarrella mit seiner gleichnamigen Show immer stärker zu einem ZDF-Gesicht. Das Familienpublikum hat auch eine weitere Folge „Promi Quiz-Champion“ goutiert, und seit Anfang Mai läuft der „ZDF-Fernsehgarten“ mit Publikum in großer Zahl vor Ort mit hohem Zuspruch bei den Zuschauenden zu Hause.

| Ausblick

Das Programmangebot zwischen Juni und Mitte Juli passt sich an die Zuschauererwartungen im Sommer an. Als Programmauffälligkeiten sind zunächst die beiden Sportevents Fußball-EM der Frauen und Leichtathletik-WM, von denen das ZDF im Juli großflächig live überträgt, zu nennen. Spielfilmakzente setzen im „Montagskino“ ab Mitte Juni eine neunteilige Spielfilmreihe mit europäischen Filmen sowie die zwei starbesetzte Komödien „Immer Ärger mit Grandpa“ und „Ocean’s Eight“ um 20:15 Uhr am Donnerstag. Für neue Programmakzente sorgen die Erstausstrahlung des deutschen Kinofilms „Gut gegen Nordwind“ mit Nora Tschirner und Alexander Fehling sowie der ZDF-Comedy-Sommer ab Mitte Juli und „Comedy for Future“. Im Informationsbereich gibt es einen Schwerpunkt zum ersten Jahrestag der Flutkatastrohe an der Ahr, wo sich neben den aktuellen Formaten, auch Dokumentationen und Reportagen sowie „Markus Lanz“ ausführlich und analytisch mit den Ereignissen 2021 und den Entwicklungen seither befassen.

2.3 Hauptprogramm

2.3.1. Chefredaktion

| Krieg in der Ukraine

Die Nachrichtensendungen des ZDF haben die Situation in der Ukraine in allen Facetten abgebildet. Seit Kriegsbeginn gab es in fast allen Formaten täglich Beiträge, Schaltgespräche und Hintergrundberichterstattung, in denen die Realität und die Folgen des Krieges dargestellt wurden. Wichtiger Bestandteil sind Erklär-Elemente und Karten, um das komplexe Kriegsgeschehen zu veranschaulichen. Die Grafik-Redaktion entwickelte dazu neue Standards. Um Fakten zu verifizieren und von Fakes zu unterscheiden, arbeiten Redakteurinnen und Redakteure mehrerer Abteilungen mit der Abteilung AID zusammen. Seit Kriegsbeginn berichtet ZDFheute rund um die Uhr mit einem Liveblog, in der ZDFheute-App, auf Social Media und in Streams mit Nutzer-Beteiligung bei ZDFheute live. Änderungen politischer Positionen, wie die Nichtinbetriebnahme der Pipeline Nord Stream 2 oder Waffenlieferung in das Kriegsgebiet, wurden in allen Nachrichten-sendungen und -magazinen dargestellt und in Interviews mit Politikerinnen und Politikern aller im Bundestag vertretenen Parteien sowie Expertinnen und Experten kritisch diskutiert. Am 24.04.22 sendete das ZDF „Was nun, Frau Baerbock?“, am 02.05.22 stellte sich Bundeskanzler Scholz den Fragen von Peter Frey und Bettina Schausten in „Was nun, Herr Scholz?“ und äußerte sich erstmals zur Frage, warum er Kiew noch nicht besucht hat.

Neben der aktuellen Berichterstattung über das Kriegsgeschehen lieferten die Formate der Chefredaktion zu jeder Zeit ausführliche Hintergrundinformationen zum Verständnis des Konfliktes, etwa mit der ZDFinfo-Doku „Wer ist Wolodymyr Selenskji?“. Die

„frontal“-Redaktion hat seit Kriegsbeginn am 24.02.22 in jeder Sendung hintergründig und investigativ berichtet. Eine Herausforderung war und ist die Rekrutierung von Reporterinnen und Reportern, Kameraleuten und Producern für den Einsatz in der Ukraine. Auch die Möglichkeiten zur Berichterstattung aus Russland sind erheblich eingeschränkt. Das ZDF setzte wie die ARD und internationale Sender wie BBC und CNN seine Berichterstattung aus dem Studio Moskau ab dem 07.03.22 vorübergehend aus. Nach einer eingehenden Prüfung nahmen ARD und ZDF die Berichterstattung aus den Studios in Moskau ab Mitte März wieder auf. Die Russische Föderation bearbeitet seither keine Akkreditierungsanträge für Reporterinnen oder Reporter des ZDF. Ebenfalls gestaltet es sich sehr schwierig, Gesprächspartner, Experten und offizielle Vertreter der Russischen Föderation zu Interviews zu gewinnen. Durch den Kriegsausbruch waren die Kolleg*innen aus Aktualität, Social Media, der Produktion und weiteren Bereichen vor große psychische Herausforderungen gestellt. Das ZDF schuf bereits in der ersten Kriegswoche ein Angebot für psychosoziale Unterstützung in Form einer Hotline. Ziel und Aufgabe dieses Angebots war es, möglichst kurzfristig bei Bedarf Gespräche anzubieten und über Belastungen und Ängste zu sprechen.

| Landtagswahlen im Saarland, in Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein

Fast auf den Tag genau ein halbes Jahr nach der Bundestagswahl startete das Wahljahr 2022 am 27.03. im Saarland. Ein erster Stimmungstest für die Regierungsparteien in Berlin und auch für die CDU unter ihrem neuen Vorsitzenden. Es folgten am 07.05.22 die Wahlen in Schleswig-Holstein und nur eine Woche später in Nordrhein-Westfalen.

Wie bei allen Wahlsendungen setzte das ZDF auf Reporter, die live von den Wahlfeiern der Parteien berichten und Interviews mit Landespolitikern und Parteibasis liefern. Im Studio moderierte wie gewohnt die stellvertretende Chefredakteurin Bettina Schausten, an ihrer Seite ZDF-Politikchef Matthias Fornoff und die Forschungsgruppe Wahlen. Für eine politische Einordnung im Studio sorgte Parteienforscher Professor Karl-Rudolf Korte von der Universität Duisburg-Essen.

Am 27.03.22 berichtete das ZDF wie alle anderen Medienanstalten aus der Saarbrücker Congresshalle. Dabei konnte das ZDF über weite Sendestrecken die Marktführerschaft erreichen und platzierte sich mit durchschnittlich 1,46 Mio. Zuschauern und 8,7 % Marktanteil vor der ARD (1,30 Mio, 7,3 % MA). Besonders an dieser Wahlsendung war die Einbindung eines 12minütigen „ZDF spezials“ um 19:30 Uhr zum Krieg in der Ukraine, das aus Mainz gesendet wurde.

Bereits bei Vorwahlumfragen hatte die Forschungsgruppe Wahlen (FGW), anders als andere Umfrageinstitute, einen deutlichen Vorsprung der SPD vor der CDU erfasst. Schwierig dagegen – auch noch bei den ersten Hochrechnungen – war die Einordnung der

Grünen. Der Grund: Ein insgesamt sehr hoher Briefwahlanteil, dabei gleichzeitig eine ungewohnte Schwäche der Grünen bei den Briefwahlstimmen. Am Ende kam die Partei auf 4,995 %, 23 Stimmen fehlten zum Einzug ins Parlament.

Am 07.05.22 sendete das ZDF direkt aus dem Plenarsaal des Kieler Landtags, mit Blick auf die Förde. In absoluten Zahlen war das Zuschauerinteresse bei ARD und ZDF etwas geringer als fünf Jahre zuvor. Dennoch konnte die ZDF-Wahlsendung mit im Schnitt 1,35 Mio. Zuschauer und 9,1 % Marktanteil die ARD deutlich hinter sich lassen (1,09 Mio, 6,0 % MA).

Aus Sicht der FGW war dies ein schwieriger Wahlabend, da ihre Interviewer in fast 40 Wahllokalen keinen Zutritt erhielten. Vermutlich daraus resultierte eine Unterschätzung der CDU-Wähler und gleichzeitig eine Überschätzung der Grünen. Zu den größten Abweichungen kam es um 18:00 Uhr bei der CDU (–2,4) bzw. bei den Grünen (+1,2). Erschwerend kam hinzu, dass die Auszählung sehr langsam voranging. Eine erste Hochrechnung gab es erst um 18:44 Uhr auf Grundlage eines einzigen ausgezählten Stimmbezirks. Positiv ist zu vermerken, dass die FGW bereits mit der 18 Uhr-Prognose das Ausscheiden der AfD aus dem Landtag richtig erfasste.

Das Interesse an der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen war beim Event-Livestream mit rund 60.000 Sichtungen im Vergleich zur Vorwoche und zum März deutlich höher. Bei der TV-Sehbeteiligung zeigte sich bei ZDF und ARD, dass das Publikumsinteresse insgesamt deutlich niedriger war als 2017; damals galt die NRW-Wahl als Test für die Bundestagswahl. 2022 kamen beide Systeme auf einen durchschnittlichen Marktanteil von 10,6 % bei rund 1,50 Mio. Zuschauern.

Von der FGW gab es bereits um 18:00 Uhr eine klare Aussage zur FDP, die Partei verliere massiv an Stimmen, verbleibe aber im Landtag. Andere Umfrageinstitute meldeten noch um 19:00 Uhr die Partei als Wackelkandidaten.

Alle drei Wahlsendungen waren produktionell noch sehr von Coronaschutzmaßnahmen geprägt. So mussten weiterhin Abstandsregeln beachtet werden, was beispielsweise zu deutlich größeren Wahlstudios führte. Zudem gab es eine hohe Zahl personeller Ausfälle, die teils sehr kurzfristig ersetzt werden mussten und eine besondere Flexibilität im Team erforderten.

Begleitet wurden alle Wahlabende auch online. In der ZDFmediathek, auf heute.de und in der App sind jederzeit alle Informationen, Statements von Bundes- und Landespolitikern, aktuelle Prognosen und Hochrechnungen abrufbar. Auf facebook.com/ZDFheute/ und Instagram/zdfheute/ werden die interessantesten Stimmen der Wahlgewinner und -verlierer gesammelt, dazu erfahren Nutzerinnen und Nutzer in Erklärgrafiken

die interessantesten Analyseergebnisse der FGW zur Wahl. Der gesamte Wahlabend ist live in der ZDFmediathek zu verfolgen.

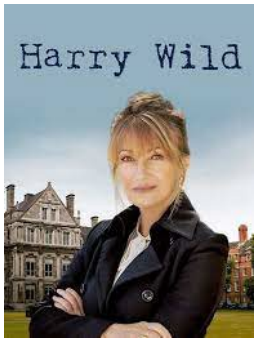
2.3.2. Programmdirektion

| Internationale Krimis mit Humor

Spannende Kriminalfälle mit emotionaler Tiefe, attraktive Schauplätze, eigensinnig-charmante Hauptfiguren und ein intelligenter Humor, der die Mördersuche mit ironischen Zwischentönen versieht: Mit dieser speziellen Mischung bilden die von den britischen Inseln stammenden Krimi-Serien auf dem Sendeplatz Sonntag 22:15 Uhr eine mittlerweile traditionsreiche ZDF-Programm-Marke. Neben den besonderen Einblicken in die britische Kultur bieten die Formate moderne Projektionsflächen für die Auseinandersetzung mit universellen Fragen gesellschaftlichen Zusammenlebens. Zwischen März und Mai sorgten dort zwei neue Serien für frische Akzente im „Soft Crime"-Genre.

In „McDonald und Dodds" (2. Staffel, drei Folgen ab 27.03.22) wird mit gängigen Krimistereotypen gebrochen. Im Badeort Bath in Somerset kehrt Detective Dodds, ein Mittfünfziger, der die letzten Jahre am Schreibtisch verbracht hat, zurück in den Außendienst. Dort muss er gemeinsam mit seiner neuen Chefin, der deutlich jüngeren DCI McDonald, sein Können neu unter Beweis stellen. Mit durchschnittlich 2,10 Mio. (10,8 % MA) Zuschauern pro Folge fand die Serie mittlere Resonanz. Die Folgen standen jeweils für 30 Tage in der ZDFmediathek, wo sie insgesamt ca. 700.000 Abrufe verzeichnen konnten.

In „Harry Wild" (acht Folgen ab 24.04.22), einer ZDF-Koproduktion mit irischen Partnern, spielt Jane Seymour eine pensionierte Literaturprofessorin, die in Dublin mit unkonventionellen Ermittlungsmethoden auf eigene Faust ermittelt. Sie bricht mit ihrer emanzipierten Art immer wieder mit gesellschaftlichen Konventionen und regt damit ihre Mitmenschen sowie das Publikum gleichermaßen zum Nachdenken an. Die Serie erreichte linear 2,17 Mio. Zuschauer pro Folge (12,0 % MA) und hatte in der ZDFmediathek bislang mehr als 4 Mio. Abrufe. Alle Folgen waren ab dem 17.04.22 vorab im Netz zu sehen.



| Entwicklungsfeld: „Wendehammer"

Mit „Wendehammer" (6 x 45 Minuten) ging Anfang Mai 2022 eine humorvolle und emotionale Dramedy-Serie um fünf Freundinnen in einer Vorstadtsiedlung am Donnerstag in der Primetime auf Sendung. „Wendehammer" erzählt vom Leben, Lieben und Leiden in der Vorstadt sowie von den Abgründen hinter heilen Hausfassaden.

Neben der Frauenfreundschaft an sich geht es um den normalen Alltagswahnsinn, wie dem Hoffen auf einen Kita-Platz, finanziellen

oder gesundheitlichen Problemen, Affären und Lebenslügen – und einem großen Geheimnis aus der Vergangenheit, das unerwartet an die Oberfläche kommt.

„Wendehammer“ ist Teil der neuen Serienstrategie am Donnerstag, mit dem Ziel, eine neue, eigenständige Serienfarbe mit humorvollen und emotionalen Stoffen jenseits der erfolgreichen Berg-Reihen zu etablieren und einen Beitrag zur Ansprache neuer Zielgruppen zu leisten. Die Zuschauerakzeptanz über die sechs Folgen lag bei Ø 2,21 Mio. und 8,3 % MA sowie knapp 400.000 Sichtungen in den ersten 14 Tagen nach Onlinestellung in der ZDFmediathek.

| Kulturvermittlung für jüngere Zielgruppen

„Das ist also Kunst“ vermittelt Basis- und Hintergrundwissen über Klassiker der Kunst (Malerei, Fotografie, Grafik) in Form von sieben bis zehn Inhalten pro Woche. Drei davon sind von und mit jungen Kreativen umgesetzt. Das Angebot richtet sich im Kern an Menschen zwischen 25 und 34 Jahren, die grundsätzlich interessiert sind an Klassikern der Kunst, aber eher wenig Vorwissen haben und sich „ausgeschlossen“ von dem als „elitär“ wahrgenommenen Thema fühlen.

Das Format holt die Nutzer mit leichtem Zugang ab und stellt Verbindungen her zwischen den Klassikern aus unterschiedlichen Epochen sowie aktuellen, gesellschaftspolitischen Fragen aus der Lebenswelt der Nutzer (z. B. Klimaforschung mit Hilfe von Gemälden, Schönheitsideale im 16. Jahrhundert, People of Color in der Kunstgeschichte). Nicht elitäres Expertentum, sondern Einordnung und überraschende Perspektiven für den Austausch in der Community stehen im Zentrum des Kanals, der unter Einbezug der Zielgruppe stetig weiterentwickelt wird.

„Das ist also Kunst“ startete am 11.04.22 und nutzt das ZDFkultur-Partnernetzwerk, um gemeinsam mit Museen Inhalte auf den Weg zu bringen und zu distribuieren. Eine Rückführungsstrategie in die ZDFmediathek ist ebenfalls mitgedacht. Vor dem Einsatz professioneller Marketingmaßnahmen hat der Kanal aktuell gut 4.500 Abonnent*innen.

| „Das literarische Quartett“

Zum „Welttag des Buches“ am 23.04.22 hat das ZDF die Partnerschaft mit der „Stiftung Lesen“ genutzt, um „Das Literarische Quartett“ für ein junges Publikum zu öffnen. Die Programmidee wurde in Kooperation mit der Hauptredaktion Kinder und Jugend konzipiert.

Eingeladen wurden nicht wie üblich „gestandene“ und TV-erfahrene Kritiker, sondern nach einem Aufruf in sozialen Netzwerken konnten sich junge Menschen mit hoher Lese-Affinität beim ZDF mit einem Vorstellungsvideo bewerben. Aus 80 qualifizierten Einreichungen wurden zwei Schüler und eine Studentin ausgesucht. Sie konnten die Buchtitel frei wählen, die Werke sollten jedoch Themen wie Klimawandel, Lockdown, Angst,

Einsamkeit, Freundschaft und Zuversicht in schwierigen Zeiten zum Inhalt haben, um im Rahmen des Schwerpunktprogramms am Samstagvormittag zum Thema „mentale Gesundheit“ einen sinnvollen Anschluss zu finden.

Die drei Jugendlichen entschieden sich für folgende Werke: die Geschichte des Transsexuellen „Felix Ever After“ der US-amerikanischen Autor*in Kacen Callender, der Coming-of-Age-Bestseller „Hard Land“ von Benedict Wells und der dystopische Roman „GRM – Brainfuck“ von Sybille Berg. Gastgeberin Thea Dorn brachte den Klassiker „Der Fremde“ von Albert Camus mit.

Das junge Literaturpanel erwies sich als hoch diskursfähig. Zukünftig ist es vorstellbar, „Das Literarische Quartett“ in dieser Sonderformatierung häufiger zu senden. Die Sendung erreichte 0,15 Mio. Zuschauer*innen (2,7 % MA), davon 0,04 Mio. in der Zielgruppe 14-49 (2,6 % MA).

| Entwicklungsfeld: „37° Leben“

„sonntags“, ein moderiertes Magazin am Sonntagmorgen, wurde abgelöst durch das Reportageformat „37° Leben“, welches sich in Machart und Themensetzung vordringlich an eine neue Zielgruppe (25- bis 35-Jährige) wendet. Die Priorität haben nicht mehr das Fernsehen und der Sendeplatz, sondern die Stärkung des Mediatheksangebots. Dort fehlten bisher Reportagen mit lebensweltlichem Bezug. Das neue Format stärkt und ergänzt durch die Einbindung in den „37°“-Kosmos das Social-Media Angebot des klassischen „37°“ mit jüngeren Themen auf Instagram und YouTube.

Starke, nahbare, inspirierende Protagonistinnen und Protagonisten erzählen in „37 Grad Leben“ aus eigener Perspektive ihre Geschichten aus den Bereichen gesellschaftliches Engagement, Identitätsfragen, Glaube/Religion, Liebe/Partnerschaft, Auszeit/fremde Welten, Familie/Lebensformen. So wurden unter den ersten zwölf Sendungen zum Beispiel die Themen „Keine Angst vorm Tod“, „Ultraorthodox? Nein danke!“, „Ehrenamtliche im Einsatz“, „Handwerk statt Studium“, „Männer und Schönheit“ behandelt. Die Folgen erreichten im Durchschnitt 0,44 Mio. Zuschauer (6,4 % MA). Die Sichtungszahlen in der ZDFmediathek liegen nach den ersten Sendungen mit 1,3 Mio. bereits weit über den üblichen Zahlen von „sonntags“.

| Frische Comedy-Formate im Sommer

Deutschlands Stand-Up-Szene traf sich in Berlin, um bei „Comedy for Future“ die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN – vom Klimaschutz bis zur Hungerbekämpfung – einem breiten Publikum bekannter zu machen. Von Olaf Schubert über Valerie Niehaus bis zu Abdelkarim nutzten die Comedians ihre Pointen, um die öffentliche Debatte darüber anzuregen. Der Krieg in der Ukraine hat viele dieser Ziele in den Hintergrund treten lassen, obwohl immer deutlicher wird, dass die Krisen der Welt auf fatale Weise miteinander verknüpft sind. In den Stand-Ups wurde darüber hinaus die individuelle Verantwortung von uns allen thematisiert, die durch die

Globalisierung eben auch Konsequenzen für andere Länder und deren Bewohner hat. Das Festival „Comedy for Future“ fand vom 26. bis 30.05.22 in Berlin statt und umfasste mehrere Veranstaltungen, die das gesamte Spektrum deutscher Stand-Up-Comedy zeigen. Das ZDF als TV-Partner strahlte die Höhepunkte der Shows in zwei Folgen am 24.06. und 01.07.22 um 22:30 Uhr aus.

| Ausblick: „ZDF-Comedy-Sommer“

Im Sommer 2022 widmet sich das ZDF plattformübergreifend der Stand-Up-Comedy. Nach über zwei Jahren strenger Einschränkungen durch die Corona-Pandemie konnten Comedians endlich auf die Bühne zurückkehren und wieder live vor Publikum spielen. Der Boom dieses Genre hält trotz der Pandemie-Pause ungebrochen an. Dem trägt das ZDF mit diesem Schwerpunkt Rechnung. Neben „Comedy for Future“ strahlt das Hauptprogramm den vierteiligen „ZDF-Comedy-Sommer“ aus (jeweils freitags um 22:30 Uhr vom 15.07. bis zum 05.08.22). Jeder der vier Events wird von einem anderen Star der deutschen Stand-Up-Szene präsentiert: Thorsten Sträter, Michael Mittermeier, Tahnee und Abdelkarim. In der ZDFmediathek wird der Stand-Up-Sommer um weitere Kurz-Soloprogramme ergänzt, die die ganze Bandbreite der Diversität in der deutschen Comedy-Szene widerspiegeln, von Helene Bockhorst über Daniel Wolfsohn bis zu Ill-Young Kim. Die Formate und Programme sind auch ein klares Signal an die Branche, um langfristig Talente an das ZDF zu binden und in der Formatentwicklung zu nutzen. So wird langfristig neben der Satire auch die Comedy in unseren Programmen etabliert. In der ZDFmediathek werden die Solos und die linearen Formate in einem eigenen Sendebereich zusammengefasst.

| Ausblick: 40 Jahre „Terra X“

„Terra X“ wird 40 Jahre alt – Anlass für das ZDF, im Herbst 2022 mit dem Sechsteiler „Unsere Kontinente“ immer sonntags um 19:30 Uhr Geburtstag zu feiern. Inhaltlich ist die sechsteilige Reihe nicht nur eine geologische, sondern vor allem eine kulturhistorische Biographie unserer Welt, eine Reise zu den Ursprüngen der Vielfalt der Kulturen und eine Antwort auf die Frage, wie die Welt wurde, wie sie ist. Geologie, Wetter, Klima, Meeresströmungen, Artenwanderung, menschliche Migration und Besiedelung bilden die Meilensteine der Kontinentalgeschichte. Die Einzelfolgen bündeln überraschende Erkenntnisse aus Geschichte, Wissenschaft und Alltag des jeweiligen Kontinents und werden so zu einer Art visuellem Reiseführer.

Gestalterisch ist neben der bildlichen Opulenz auch das Moderationskonzept erwähnenswert: Sechs verschiedene Moderator*innen – drei Frauen und drei Männer – reisen um die Welt und durch die Zeit, was durch ein aufwändiges Greenscreen-Realbau-Studio möglich wird. „Afrika“ wird präsentiert von Prof. Harald Lesch, „Asien“ von Prof. Colin Devey, „Europa“ von Mirko Drotschmann, „Nordamerika“ von Dr. Mai Thi Nguyen-Kim und „Südamerika“ von der Biologin Jasmina Neudecker. Neu dabei ist

Prof. Antje Boetius, Direktorin des Alfred-Wegener-Instituts für Polar- und Meeresforschung, die durch die Folge „Australien“ führt. Fotorealistische 3-D-Animationen fungieren als Zeitreise-tool, Helikopter- und Drohnenaufnahmen zeigen spektakuläre Landschafts- und Tierwelten.

Die Sendung wird über die Social Media-Kanäle von „Terra X“ (Facebook, Instagram, YouTube) ausführlich mit Bildern und Videoclips begleitet.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1. ZDFneo

Einen wichtigen Schritt im Bereich der Instant-Fiction geht ZDFneo mit der sechsteiligen Dramaserie „Becoming Charlie“. In den 15-minütigen Folgen begleitet das Publikum Charlies Suchen und Finden der eigenen Nicht-Binarität, und wird dabei gemeinsam mit Charlie und ihrem Umfeld aus der Komfortzone gelockt.

| „Becoming Charlie“

Die Auseinandersetzung mit (Non)-Binarität wird in der Gesellschaft aktuell umfassend diskutiert, findet sich in fiktionalen Produktionen aber kaum wieder. Auf diese Lücke hat ZDFneo reagiert und die Thematik in einer für junge Zuschauer*innen besonders attraktiven Form aufbereitet. „Becoming Charlie“ richtet sich in der Zielgruppenansprache dabei explizit auf eine spitze, netzaffine Zielgruppe der unter 40-jährigen. Mit einem Marktanteil von 0,5 % bei den 14- bis 49-jährigen (Ø 0,04 Mio.) liegt die lineare Ausstrahlung deutlich unter dem ZDFneo-Durchschnitt. In der ZDFmediathek erreicht das Format in der ersten Woche Ø 47.500 Abrufe pro Folge.

In der ZDFneo- Sitcom „Doppelhaushälfte“ ziehen die weltverbessernden Hipster Mari, Theo und Tochter Zoe aus der Hauptstadt ins Umland. Ihre neuen Nachbarn um Vater Andi hingegen sind alteingesessene Dörfler. Andi sieht es als seine Pflicht an, dafür zu sorgen, dass sich „die Neuen“ ordentlich in die Nachbarschaft integrieren. Mit seinen Einmischungen geht er stets mindestens zwei Schritte zu weit und damit nicht nur seiner misanthropischen Frau Tracy auf die Nerven.

| Gesellschaftlicher Zusammenhalt in der Fiktion

Die Nachbarschaft ist geprägt von Misstrauen und Weltbildern, die nicht weiter auseinander liegen könnten. Und doch versuchen beide Familien, sich miteinander zu arrangieren – denn eigentlich sehnt sich doch jeder nach einem harmonischen Zusammenleben.

Mit der achtteiligen Comedyserie gelang ZDFneo der bisher größte Erfolg seiner Sitcom-Offensive. Mit einem Marktanteil von Ø 3,4 % (Ø 0,82 Mio.) beim Gesamtpublikum und Ø 1,7 % bei den 14- bis 49-jährigen gelingt dem Format eine breite Zielgruppenansprache und das Erreichen der Kernzielgruppe zugleich. In der

ZDFmediathek ist „Doppelhaushälfte“ mit Ø 452.000 Abrufen pro Folge nach 30 Tagen das bisher erfolgreichste Comedyformat von ZDFneo.

„Hide and Seek“

Um ukrainische Kreative zu unterstützen, hat sich ZDFneo entschlossen, kurzfristig die Serie „Hide and Seek“ ins Programm zu nehmen. Gemeinsam mit einer eigens produzierten Sonderfolge des Debattenformats „13 Fragen“, thematisch begleitenden Dokumentationen aus dem ZDF-Portfolio und Spendenaufrufen für das Aktionsbündnis Katastrophenhilfe, setzt ZDFneo einen Themenschwerpunkt und schafft damit weitere Aufmerksamkeit für die derzeitige Lage in der Ukraine.

‚Hide and Seek‘ ist dabei die erste osteuropäische Lizenzserie, die ZDFneo als Free-TV-Premiere zeigt. Sie behandelt das mysteriöse Verschwinden mehrerer Kinder in einer ukrainischen Kleinstadt, dem die jungen Ermittler Varta Naumova und Maksim Shumov auf den Grund gehen wollen. Dabei müssen sie sich auch ihrer eigenen Vergangenheit und persönlichen Dämonen stellen. Zusätzlich zur deutschen Synchronisation ist die Serie über digitalen TV-Empfang und in der ZDFmediathek in der ukrainischsprachigen Originalfassung verfügbar. Zur weiteren Unterstützung verzichtet ZDF Studios, die „Hide and Seek“ koproduziert und in mehrere Märkte verkauft habt, auf eine Provision. Stattdessen werden die gesamten Einnahmen an eine gemeinnützige Organisation gespendet, die sich für die Ukraine einsetzt.

Entwicklungsfeld

Nach der erfolgreichen Etablierung von Tommi Schmitt als Neo-Kopf baut ZDFneo die Zusammenarbeit in diesem Sommer weiter aus. In dem vierteiligen Talkformat „Draußen mit Tommi Schmitt“ verbringt der Moderator jeweils einen Tag mit einem prominenten Gast. Dadurch soll Tommi Schmitts Stärke als unterhaltsamer Talker hervorgehoben werden.

Die Platzierung im Sommer sorgt außerdem für einen Aufmerksamkeitsschub und hält den Neo-Kopf auch während der Show-Pause präsent. Gleichzeitig sollen mithilfe eines weiteren Sendeplatzes in der Daytime und verstärkter Aktivität auf den Instagram-Kanälen von „Studio Schmitt“ und ZDFneo, sowie Crosspromotion beider Kanäle, noch mehr junge Zuschauer*innen an das Format herangeführt werden, während die Bindung bei etablierten Fans gestärkt wird. So führt ZDFneo den Imagetransfer von Tommi Schmitt zur Sendermarke fort und verankert sich in der jungen Zielgruppe weiter als Anbieter zeitgemäßer Shows.

Zukunftsthema

Knapp ein Jahr nach Start der Sitcom-Offensive geht ZDFneo den nächsten Schritt in Richtung eines langlaufenden Comedy-Formats für die junge Zielgruppe. Nach Evaluation der bisher ausgestrahlten Sitcoms in Hinblick auf ihre TV- und Mediatheksperformance und einer eingehenden Analyse der Resonanz in der Kernzielgruppe, hat ZDFneo eine Prolongation von drei Sitcoms angestoßen. Im kommenden Jahr wird die Sitcom

„Deadlines“ um zwei Staffeln erweitert. Von „Ich dich auch“ und „Doppelhaushälfte“ wird jeweils eine Folgestaffel produziert.

Auch im Bereich der Dramen entwickelt ZDFneo seine jungen Programmerfolge kontinuierlich weiter. So wird nicht nur „Sløborn“ um eine dritte Staffel ergänzt, auch die Instant-Fiction „Loving Her“ und die Mediatheksserie „WIR“ werden im kommenden Jahr fortgeführt.

Damit stärkt der Sender die Zuschauerbindung nachhaltig und verankert sein Image als Anbieter junger Fiction mit einem breit gefächerten Angebot aus Highlights mit breiter Zielgruppenansprache und zielgruppenspezifischen Programmen über alle Ausspielwege hinweg.

2.4.2. ZDFinfo

Einen programmlichen Akzent setzte ZDFinfo am 23.05.22 mit der Auftragsproduktion „Zeit der Gier. Josef Ackermann und die Deutsche Bank“. Der Journalist Egmont R. Koch sprach mit Josef Ackermann, dem ehemaligen Chef der Deutschen Bank, über dessen Leben und Karriere. Ausführlich nahm Ackermann Stellung zu seiner Rolle in der Finanzkrise und gab Fehler in seiner Amtszeit zu, die das Institut Milliarden kosteten. Die Dokumentation bot neue Erkenntnisse in der Frage, wie Moralvorstellung und Machtstreben in der globalen Finanzwelt vereinbar sind.

„Lüge und Wahrheit“

Weitere Aufmerksamkeit erzeugte ZDFinfo mit der sechsteiligen Auftragsproduktion „Lüge und Wahrheit – Die Macht der Information“ am 04.05.22 (Ø 0,20 Mio., 1,7 % MA). Fehlinformationen und verzerrte Darstellungen in den Medien sind keine Phänomene der Neuzeit, sondern gehören zur Geschichte der Menschheit dazu. Anhand der Themenfelder Krieg, Geld, Meinungsmacher, Religion, Skandale und Verschwörungstheorien analysierte die Doku-Reihe, welchen Einfluss Lügen und Wahrheit auf die Entwicklung von Gesellschaften hatten. Diese Reihe bildete auf der re:publica 2022 im Rahmen des Konferenz-Programmes Anlass zu einer Diskussionsrunde über die Rolle der Medien.

Ausblick

Auch zukünftig möchte ZDFinfo gezielt die Content Communities 2 und 3 für das Thema Weltgeschichte begeistern. Großprojekte wie die Reihe „Lüge und Wahrheit“ lassen sich oft nur durch internationale Zusammenarbeit verwirklichen, in diesem Fall gemeinsam mit ZDFstudios und kanadischen Partnerfirmen. Um wertvolle Synergieeffekte zu erzielen, möchte ZDFinfo sich nicht nur innerhalb der ZDF-Familie stärker vernetzen, sondern die Partnerschaften auf nationaler und internationaler Ebene stärken und ausbauen.

Die Sommermonate wird ZDFinfo mit einem Highlight markieren, das als fruchtbares Ergebnis einer internationalen Zusammenarbeit entstanden ist: Die achtteilige Dokureihe „Ägypten – Welt der Pharaonen“ verfolgt die Geschichte des alten Ägypten über 3000 Jahre. Von der ersten Siedlung am Nil bis zum Untergang der Hochkultur lassen hochwertige Bildwelten eine faszinierende Kultur wieder aufleben.

2.5 Partnerprogramme

2.5.1. ARTE

Auf den russischen Angriff gegen die Ukraine konnte ARTE sowohl im TV-Programm als auch in der Mediathek kurzfristig reagieren, einerseits mit Repertoire-Programm mit aktuellem geopolitischem Bezug zu Ukraine und Russland, andererseits im „ARTE Journal“, in der „ARTE Reportage“ und in der werktäglichen Reportageleiste „Re:“ mit aktuellen Beiträgen zur Lage in der Ukraine. So war „Re:“ u. a. zum Ausbruch des Krieges in Charkiw und begleitete eine Psychologin und eine Gruppe von Kindern auf der Flucht vor dem Krieg („Re: An der Frontlinie – Auf der Flucht in der Ukraine“, 02.03.22). Weitere Folgen fingen die Lage in den angrenzenden Ländern ein, darunter „Re: Krieg in der Ukraine – Fliehen oder bleiben? (10.03.22) und „Re: Angst vor Russlands Panzern – Moldawien und der Krieg in der Ukraine“ (24.03.22).

| Programmänderung zum Krieg

Anfang März änderte ARTE kurzfristig sein Programm und zeigte ab Mittag Dokumentarfilme und Dokumentationen aus den Bereichen Geschichte, Geopolitik und Kultur, wie die ZDF-Einbringungen „Propaganda – Wie man Lügen verkauft“, „Putins Zeugen“ und „Klitschko“. Zum Themenabend am Dienstag rückte der Sender die aktuelle Situation in Europa in den Fokus, u. a. mit dem Dokumentarfilm „Courage“ (15.03.22) über den Widerstand von Mitgliedern des Belarus Free Theatre in Minsk, den Dokumentationen „Putins Weg in den Krieg“ und „Boris Nemzow – Tod an der Kremlmauer“ (beide 22.03.22) über die Ermordung des russischen Oppositionspolitikers 2015 sowie „Der neue kalte Krieg – Mehr Atomwaffen für Europa?“ zum Themenabend „Atomkraft“ am 29.03.22.

Neben Konzerten und Aktionen blickte das Magazin „Tracks“ in einer Sonderedition auf den Krieg gegen die Ukraine. Den Auftakt bildete „Tracks Spezial: Russische Kulturschaffende gegen den Krieg“ (01.04.22) mit Stimmen und Aktionen des kulturellen Widerstands in Russland. Am 07.06.22 folgte „Tracks East“. Das Magazin eröffnet in zehn Folgen einen neuen Blick aus dem Osten auf den Osten. Zu Wort kommen Journalistinnen, Kulturschaffende und Influencer aus Russland, der Ukraine, dem Baltikum und anderen Ländern Osteuropas. „Tracks East“ ist auf arte.tv europaweit mit Untertiteln u. a. in Ukrainisch und Englisch abrufbar. Um auch ein russischsprachiges Publikum zu erreichen, werden die Folgen in Kooperation mit der Deutschen Welle in der

ARTE-Mediathek in russischer Synchronfassung angeboten. Seit Mai stehen weitere ausgewählte Inhalte in russischer und ukrainischer Sprache in einem eigenen Bereich auf arte.tv zur Verfügung.

Von März bis Juni präsentierte ARTE eine „Saison europäischer Klassiker“ mit einer Kollektion zum europäischen Filmerbe und 20 Filmen aus nahezu 20 europäischen Ländern. „ArteKinoClassics“ versammelte Filme, die für ihre Herkunftsländer stilprägend waren 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 Filmreihe war europaweit in 6 Untertitelfassungen auf arte.tv verfügbar und fand in Kooperation mit dem europäischen Kinemathekenverbund ACE (Association des Cinémathèques Européennes) statt. Das Angebot generierte mehr als 1,60 Mio. Abrufe in der ARTE-Mediathek: Neben der deutschen (748.000 Abrufe) und französischen Version (707.000 Abrufe) konnte die Kollektion auch auf Englisch, Spanisch, Italienisch und in der polnischen Fassung überzeugen.

Ein weiteres Highlight war die dreiteilige Dokumentation „Serengeti“ (09.04.22), die intime Einblicke in das Leben und die Schicksale der tierischen Protagonisten Ostafrikas lieferte. Neben Herausforderungen im Familienverband haben die Bewohner der Serengeti mit Naturgewalten zu kämpfen. Das Heranwachsen ist für kleine Löwen, Leoparden, Elefanten und andere Tierbabys eine Herausforderung mit ungewissem Ausgang.

Ausblick

Ein Schwerpunkt der nächsten Monate ist „Et Maintenant/Und jetzt?“, ein deutsch-französisches Sonderprojekt von ZDF/ARTE und ARTE France in Partnerschaft mit France Culture, das von Juni bis November 2022 in TV, Web und auf Veranstaltungen in Deutschland und Frankreich stattfindet. Den Startschuss markiert ein Online-Fragebogen mit rund 80 Fragen, der die Öffentlichkeit, insbesondere die 18- bis 30-Jährigen, mobilisieren soll. Ziel ist es, Ideen und Gedanken zu gesellschaftlichen Herausforderungen zu sammeln. Die Ergebnisse werden im Rahmen einer wissenschaftlichen Veröffentlichung aufgearbeitet. Zum Höhepunkt der Aktion im November wird eine Reihe von Programmen im TV, online und auf den Plattformen verfügbar gemacht. Diese Programme widmen sich den Themengebieten des Fragebogens und gehen zum Teil auf die Ergebnisse der Umfrage ein, u. a. „Und jetzt? – Tiefengespräche“, ARTE im Zwiegespräch mit großen Denkerinnen und Denkern unserer Zeit, „Naked – Männer, Frauen und noch viel mehr“, einer Doku-Serie über Geschlecht und Sex, Familie und Liebe in Zeiten von Gender- und Identitätsdebatten, und „Theorie und Praxis“, einem Webformat über eine Gruppe von Utopisten in ländlicher Umgebung auf der Suche nach neuen Lebensmodellen.

2.5.2. 3sat

Lange haben Leserschaft und Feuilleton darauf gewartet, inzwischen ist er da: Uwe Tellkamps neuer Roman „Der Schlaf in den Uhren“ erscheint bei Suhrkamp. Viel wurde in den vergangenen Jahren spekuliert, auch, ob der Verlag noch zu seinem preisgekrönten Autoren steht. Zu groß schienen die Differenzen, seitdem sich Tellkamp 2018 gegen islamische Zuwanderung positionierte und massiver öffentlicher Kritik ausgesetzt sah. „Wir werden behandelt, als wären wir Verbrecher,“ sagt Tellkamp, der erstmals für „Der Fall Tellkamp. Streit um die Meinungsfreiheit“ wieder Interviews gibt (Der Fall Tellkamp - Streit um die Meinungsfreiheit - 3sat-Mediathek). Mit "wir" meint er sich und die umstrittene Dresdner Buchhändlerin Susanne Dagen. Ihr "Buchhaus Loschwitz" galt lange als zentraler Ort der bürgerlichen Mitte in Dresden, heute zeigen sich hier die neuen Frontlinien besonders deutlich. Uwe Tellkamp und Susanne Dagen sind zu polarisierenden Figuren geworden. Nach vielen Streitgesprächen und offenen Briefen gibt es nun kaum noch direkte Auseinandersetzung, stattdessen verhärtete Fronten. Wie konnte es passieren, dass ein einst diskussionsfreudiger Kreis Intellektueller die Streitkultur aufgegeben hat und nun nicht mehr miteinander debattieren kann? Regisseur Andreas Gräfenstein hat mehr als zwei Jahre an diesem Film gearbeitet. Er hat selbst in Dresden gelebt, kennt Orte und handelnde Personen. Sein Film ist der Versuch, jenseits des politisch Extremen die Sprachlosigkeit in der Debatte zu überwinden.

„Kulturzeit: Grenzansichten“

Krieg in Europa: Die Ukrainer und Ukrainerinnen verteidigen nicht nur ihr Land, sondern kämpfen auch für demokratische Werte. Die Nachbarstaaten bangen mit, zwischen Solidarität und eigener Kriegsangst. „Kulturzeit“ fragt, was Menschen in den Anrainerstaaten der Ukraine fühlen. Von Skandinavien über Polen bis nach Südosteuropa: Künstlerinnen und Künstler geben Einblick in den Umgang mit Flüchtlingen in ihren Ländern, berichten von antidemokratischen Entwicklungen und dem Engagement für Freiheit und Pluralismus oder – ganz konkret – über ihr Engagement als Flüchtlingshelferin und Kunsttherapeutin für traumatisierte Kinder aus der Ukraine.

„Verlorene Kindheit – weggesperrt in der DDR"

Jugendliche, die nicht ins Raster des DDR-Regimes passten, wurden verurteilt und weggesperrt. In den sogenannten Jugendhäusern herrschten Willkür, Gewalt und Drill. Filmemacherin Steffi Lischke taucht mit ihrer Dokumentation „Verlorene Kindheit – weggesperrt in der DDR“ in dieses finstere Kapitel der DDR-Geschichte ein. Betroffene leiden noch heute unter den traumatischen Folgen ihrer Inhaftierung. Neben Kapitalverbrechen oder Fluchtversuchen über die deutsch-deutsche Grenze reichten auch weitaus kleinere Vergehen aus, Jugendliche in den Knast zu sperren: So war zum Beispiel allein das Vertreiben von westlichen Schallplatten strafbar.

Elf Jugendhäuser gab es in der DDR. Der Vollzugsalltag war in allen Einrichtungen militärisch organisiert. Ob zum Speisesaal, zur Schule oder zu den Arbeitsstätten: Die Inhaftierten durften sich nur im Exerzierschritt fortbewegen. Vor allem das Konzept der sogenannten Selbsterziehung traumatisierte viele junge Häftlinge, trieb einige sogar in den Selbstmord. Unter den Insassen herrschte eine strenge Hierarchie. Neue Häftlinge wurden regelmäßig mit brutalen Aufnahmeritualen gequält, auch sexuelle Übergriffe und Vergewaltigungen waren keine Seltenheit. Bei Regelverstößen wurde die "Achterbahn" angeordnet, das endlose Marschieren im Treppenhaus. Manche Vollzugsmitarbeiter traktierten Gefangene regelmäßig mit Gummiknüppeln. Unter katastrophalen und gefährlichen Bedingungen mussten die Jugendlichen oft im Drei-Schicht-System Zwangsarbeit verrichten und wurden auch in Exportbetrieben eingesetzt. Westliche Firmen, wie zum Beispiel IKEA, profitierten davon.

Ausblick: „Dokumentarfilmherbst“

Der „Dokumentarfilmherbst“ in 3sat bietet dem Dokumentarfilm eine besondere Bühne, im linearen TV-Programm wie auch in der 3sat-Mediathek: Beginnend mit dem bundesweiten Tag des Dokumentarfilms am 19.09.22 bis in den November hinein präsentiert 3sat zwei dokumentarische Filmnächte sowie insgesamt 10 Free-TV-Premieren, unter anderem international erfolgreiche Kino-Koproduktionen wie „Aware - Reise in das Bewusstsein“ und „Genderation“ sowie den einnehmenden Film „Mitgefühl – Pflege neu denken“, der als Teil des „3sat Themas“: Demenz und Pflege“ zu sehen sein wird.

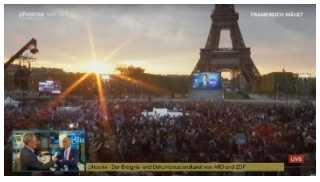
Auch die Medienpartnerschaften mit DokLeipzig und der Duisburger Filmwoche werden von einem Filmprogramm in 3sat begleitet, wo u. a. die TV-Premiere von Laurentia Genskes und Robin Humboldts „Zuhurs Töchter“ zu sehen sein wird, der sich mit der Lebenswirklichkeit von Trans-Menschen auseinandersetzt, die aus Syrien nach Deutschland flüchten mussten, um dem sicheren Tod in ihrer Heimat zu entgehen.

2.5.3. phoenix

Seit dem 24.02.22 beherrscht der Krieg Russlands gegen die Ukraine die aktuelle Berichterstattung von phoenix. Dies gilt für den gesamten Berichtszeitraum und ist für alle Abteilungen mit enormem personellen wie auch finanziellen Mehraufwand verbunden. Die Programmanstrengungen stoßen jedoch auf großes Interesse, wie an zahlreichen Sendungen exemplarisch verdeutlicht werden könnte. Beispielhaft sei hier die 23:00 Uhr-Ausgabe von „der tag“ vom 5. April genannt, in dem aus Anlass der Sondersitzung des UN-Sicherheitsrates über die Kriegsverbrechen in Butscha berichtet wurde (0,56 Mio., 1,5 % MA) sowie die unmittelbar davor ausgestrahlte „phoenix runde: Entsetzen über Butscha – Muss Deutschland mehr tun?“ (0,81 Mio., 1,6 % MA).

Hervorzuheben ist auch eine Ausgaben von „phoenix persönlich“: am 13.03.22 bei Michael Krons zu Gast war der Militärhistoriker Sönke Neitzel (0,49 Mio., 2,0 % MA). Im YouTube-Kanal von phoenix wurde das Gespräch bislang fast 900.000 Mal aufgerufen (phoenix persönlich: Prof. Sönke Neitzel zu Gast bei Michael Krons - YouTube). Thema auch hier: Der Krieg gegen die Ukraine.

Drei Landtagswahlen fanden im Berichtszeitraum statt, die phoenix umfassend im Programm abbildete. Dazu wurde linear ab 17:00 Uhr aus den jeweiligen Landtagen und den Berliner Parteizentralen mit Unterbrechungen bis 00:00 Uhr berichtet. Zu nennen sind dabei auch die jeweiligen Folgetage: An den Montagen nach diesen Wahlen berichtete „phoenix – vor ort“ bereits ab 08:00 Uhr live, um alle relevanten Statements und Pressekonferenzen abzubilden. Bspw. nach der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen am 16.05.22 konnten so in der Spitze 3,4 % Marktanteil erreicht werden.



Gewählt wurde nicht nur in Deutschland, sondern auch in Frankreich. Am 10. und 24.04.22 übertrug phoenix die erste und zweite Runde der dortigen Präsidentschaftswahl in Kooperation mit dem französischen Nachrichtensender France24 und einer zeitweisen Live-Programmübernahme von France 2.

Auf hohes Interesse stieß eine besondere Übertragung am 07.06.22: phoenix zeigte live das erste öffentliche Auftreten der ehemaligen Bundeskanzlerin nach dem Ende ihrer Amtszeit. Auf Einladung des Aufbau Verlags stellte sich Angela Merkel im Berliner Ensemble den Fragen des Journalisten Alexander Osang (1,36 Mio., 2,0 % MA).

Schließlich zu nennen ist auch die Übertragung vom AfD-Parteitag vom 17. bis 19. Juni in Riesa sowie der G7-Gipfel auf Schloss Elmau, von dem phoenix zwischen dem 26. und 28. Juni berichtete.

Auch auf den Dokumentationsflächen von phoenix wurde auf den Krieg in der Ukraine reagiert und eine große Anzahl von Dokumentationen als Hintergründe, größtenteils prominent auf Primetime-Flächen, und mehrstündig an den Wochenenden, kuratiert. In der ZDFmediathek gaben u. a. die phoenix-Dokus „Russen und Deutsche – 7 historische Wendepunkte“, sowie „Poker um die Deutsche Einheit. Wurde Russland in der NATO-Frage getäuscht?“ passende Vertiefungen zu den Hintergründen des Krieges.

25 Jahre phoenix

Zum 25. Senderjubiläum zeigte phoenix in der Primetime vom 06. bis 08.04.22 die Deutschland-Premiere der sechsteiligen Dokumentationsreihe „The Wall – Mauern der Welt“. Die historisch-gesellschaftspolitische Reihe erzählt anhand individueller Erlebnisse die Geschichten hinter den Grenzmauern und Sperranlagen zwischen den USA und Mexiko, der Grenze zwischen Nord- und Südkorea, zwischen Israel und den palästinensischen Gebieten sowie denen auf Irland und Zypern und die Geschichte des heute verschwundenen Berliner Todesstreifens. Oftmals haben die Protagonisten aus dem erlittenen Leid von Spaltung und Trennung ein mutiges Engagement für Frieden und Versöhnung entwickelt. So vermittelt die Reihe zugleich die Zuversicht, dass es der Menschlichkeit am Ende immer wieder gelingen kann, über alle Grenzen hinweg zu triumphieren.

Eine weitere Sonderprogrammierung zu 25 Jahre phoenix fand Online First in den Mediatheken von ARD und ZDF statt. Ab dem 07.04.22 wurden hier gleich sieben neue Ausgaben des Korrespondenten-Formats „mein ausland“ angeboten, mit Beteiligung der ZDF-Studios Tel Aviv, Johannesburg und Wien.

Am 18. und 19. Juni übertrug phoenix das Doku-Talk-Event „Schluss mit Schlussstrich!?“: Peter Frey diskutierte mit Moshe Zimmermann, Katrin Himmler, Raphael Gross und Irina Bondas den heutigen Umgang mit dem Holocaust-Gedenken und die „Schlussstrich“-Debatte. Anschließend strahlte phoenix alle Folgen der erfolgreichen ZDFinfo-Produktion „Krieg und Holocaust – Der deutsche Abgrund“ aus.

Entwicklungsfeld

Im Bereich Social Media wurde im Berichtszeitraum aus Anlass der Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen eine strategische Entwicklung angestoßen: Die Inhalte auf Instagram werden zukünftig eine inhaltliche Vertiefung auf parlamentarische Themen – also Bundestag, Europäisches Parlament und Landtage – erfahren und bei Twitter wird die bisherige Themensetzung qualitativ fokussiert werden. Statt eine Vielzahl von Themen werden täglich nur noch maximal drei oder vier Themen gesetzt, die dann aber stärker betreut werden und zu denen die Redaktion stärker in Interaktion mit den Nutzerinnen und Nutzern tritt.

2.5.4. KiKA

Siehe Fernsehratsvorlage FR 09/22.

2.5.5. funk

Bereits seit September 2017 ist Mirko Drotschmann mit dem Format „MrWissen2go“ (Redaktion: Terra X) Teil des funk-Netzwerks. Mit einer thematischen Mischung aus aktuellen politischen bzw. gesellschaftlichen Entwicklungen sowie historischen Zusammenhängen hat sich das Format als vertrauenswürdige Quelle für junge Menschen etabliert. Inzwischen zählt das Informations-Format etwa 1,89 Mio. Abonnements auf YouTube. Im Kern der Formatstrategie liegt es, vor allem aktuelle Themen und Diskurse aufzugreifen und für eine junge Zielgruppe aufzubereiten. Das Themenspektrum reicht dabei von Videos zu aktuellen politischen Entwicklungen (z. B. „Russland greift Ukraine an! Die Folgen“, 3,10 Mio. Views, VÖ: 24.02.22) über Gedankenexperimente (z. B. „Was wäre, wenn Hitler den Krieg gewonnen hätte?“, 9,11 Mio. Views, VÖ: 08.05.18) bis hin zu exklusiven Recherchen (z. B. „Grausames Ritual: Weibliche Genitalverstümmelung“, 1,54 Mio. Views, VÖ: 10.04.19). Aber auch Meinungsbeiträge und persönliche Einschätzungen finden sich auf dem Kanal wieder (z. B. „Boykottiert die WM in Katar!“, 1,11 Mio. Views, VÖ: 01.09.21).

Gerade in Krisenzeiten ist die Nachfrage nach vertrauenswürdigen und verständlich aufbereiteten Informationen groß. So spielt auch der Angriff Russlands auf die Ukraine und die folgenden Entwicklungen eine entscheidende Rolle in der Strategie von „MrWissen2go“. Die sich verschärfenden Entwicklungen wurden von Mirko Drotschmann bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt aufgegriffen. So veröffentlichte er bereits am 02.01.22 das Video „Ukraine vs. Russland: Droht ein Krieg?“ (1,34 Mio. Views) und ordnete die Geschehnisse ein. Seit Anfang 2022 veröffentlichte „MrWissen2go elf YouTube-Videos zum russisch-ukrainischen Konflikt. Weitere Inhalte finden sich zudem auf dem YouTube-Kanal „MrWissen2go Geschichte“ sowie auf dem zugehörigen Instagram-Kanal. Anlässlich des Krieges wurden auch ältere Videos verstärkt genutzt. So zählen die Videos „Das passiert, wenn Deutschland im Krieg ist“ (3,62 Mio. Views, VÖ: 28.02.18) und „Das passiert, wenn ein Atomkrieg ausbricht“ (3,66 Mio. Views, VÖ: 20.06.18) inzwischen zu den meistgesehenen Videos von „MrWissen2go“ seit Start des Formats.

Neben den Informationsformen gab es auch Entwicklungen im fiktionalen Bereich der ZDF-Zulieferungen. Am 29.04.22 startete die 8. Staffel der Webserie „DRUCK“ (Redaktion: Das kleine Fernsehspiel). Die neue Staffel dreht sich um Mailin, die sich nie für Liebe und Sex interessiert hat. Bis sie sich kurz vor den Abiturprüfungen Hals über Kopf verliebt. Plötzlich wird ihre sonst so normale Welt zwischen privilegiertem Familienleben und engagiertem Aktivismus mit ganz neuen Gefühlen geflutet veröffentlicht. Die achte Staffel der Serie ist die vierte, die losgelöst von der norwegischen Vorlage produziert wurde. Nachdem die Ankündigung, dass Mailin die Protagonistin der neuen Staffel sein wird, auf dem ergänzenden Instagram-Kanal „druckaddicts“ von einigen Fans kritisiert wurde, konnte die Protagonistin schon nach den ersten Videos überzeugen. Gelobt wurde vor allem, dass die Figur ein hohes Identifikationspotential besitzt. Positiv hervorgehoben wird von den Fans außerdem die Schauspielleistung der Hauptdarstellerin Frida Sittrich sowie Schnitt und Kameraführung. Insgesamt erzielten die Videos der achten Staffel von „DRUCK“ bisher 5,58 Mio. Views auf YouTube (Stand: 28.06.22).

Entwicklungsfeld: „Rosa kocht grün“

Rosa Roderigo startete am 04.01.21 mit ihrem Instagram-Kanal „Rosa kocht grün“ (Redaktion: ZDF WIRSSUM) im funk-Talentnetzwerk. Im Rahmen des Talentnetzwerks arbeitet funk mit Nachwuchstalenten gemeinsam an ihrer professionellen Entwicklung sowie an der Weiterentwicklung ihrer Inhalte. Ziel ist es, Perspektiven für junge Kreative im funk-Netzwerk zu schaffen. Dazu sucht das funk-Team nach Talenten, die sich nicht nur auf ihrer jeweiligen Plattform exzellent auskennen, sondern auch wissen, was ihre Community interessiert, und die spannende Ideen für neue Inhalte mitbringen.

Der Schwerpunkt von „Rosa kocht grün“ liegt auf nachhaltiger Ernährung. Die ausgebildete Meisterkonditorin zeigt, wie sich vegane Gerichte zubereiten lassen. Mit ihrem Ansatz, Spaß am Kochen ohne erhobenen Zeigefinger oder Diät-Tipps zu vermitteln, bildet Rosa außerdem ein Gegengewicht zu vielen anderen Online-Formaten, die besonders die ethischen oder gesundheitlichen Aspekte von Veganismus betonen. Sie bewegt sich zudem sehr geübt auf der Plattform. So probierte sie sich als eine der ersten Formatschaffenden bei funk überhaupt in der neuen Ausspielform “Reels” auf Instagram aus und konnte vor allem durch diese Pionierarbeit ihre Reichweite stark vergrößern und Erfahrungswerte zum Umgang mit Reels für das Netzwerk generieren. Ihr Gespür für neue Erzählweisen und Erfolgsfaktoren in der Contentgestaltung ist einer der Gründe, warum „Rosa kocht Grün“ im Frühjahr 2022 aus dem Talentnetzwerk heraus in ein feststehendes funk-Format überführt wurde.

Durch einen Repost auf dem funk Dachmarkenkanal kamen weitere 2.000 Abonnements hinzu. Zudem wurde auf dem

Dachmarkenkanal dazu aufgerufen, dem Format zu folgen. Die damit generierten Wachstumseffekte sind nachhaltig – das zeigt sich an der Community, die das Format in 1,5 Jahren aufbauen konnte. Inzwischen zählt „Rosa kocht grün“ etwa 103.000 Abonnements auf Instagram. Zahlreiche Nutzende schicken Fotos von ihren Kochergebnissen, das Format geht detailliert auf Rückfragen ein, und oft werden Rezeptwünsche der Nutzenden aufgegriffen.

Zusätzlich zu Instagram werden die Inhalte von Rosa Roderigo inzwischen auch über TikTok distribuiert. Dort generierten einzelne Videos mehr als 300.000 Views. Dieses Beispiel illustriert, wie gemeinsam mit einer jungen Creatorin ein etabliertes funk Format entwickelt wurde, sowie der Transfer von Nutzer:innen über Formatgrenzen hinweg gelingen kann.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

New York Festivals 2022

Sendung / Beitrag:	**Die Wannseekonferenz**
Kategorie:	Goldmedaille
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteur*innen:	Stefanie von Heydwolff, Frank Zervos
Sendung / Beitrag:	**Arctic Blue – Machtpoker im schmelzenden Eis**
Kategorie:	Silbermedaille, Kategorie Dokumentation
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen
Verantwortliche Redakteur*innen:	Hilde Buder-Monath, Markus Wenniges
Sendung / Beitrag:	**auslandsjournal – die doku: Die Rückkehr der Taliban**
Kategorie:	Silbermedaille, Kategorie Dokumentation
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen
Verantwortliche Redakteur*innen:	Katrin Helwich, Anne Brühl, Alexander Glodzinski
Sendung / Beitrag:	**Der Kreislauf des Lebens**
Kategorie:	Goldmedaille, Kategorie Dokumentation
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Marita Hübinger

Grimme-Preis 2022

Preisträgerin:	**Katrin Eigendorf**
Kategorie:	Besondere journalistische Leistung
Sendung / Beitrag:	**Schwarze Adler**
Kategorie:	Information und Kultur (Torsten Körner – Autor, Regisseur)
Zuständige Redaktion:	HR Sport
Verantwortlicher Redakteur:	Yorck Polus
Sendung / Beitrag:	**Oeconomia**
Kategorie:	Information und Kultur (Carmen Losmann – Buch, Regie; Dirk Lütter – Bildgestaltung)
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortlicher Redakteur:	Daniel Schössler

Bayerischer Filmpreis 2022

Sendung / Beitrag:	**Fabian oder der Gang vor die Hunde**
Kategorie:	Beste Regie (Dominik Graf), Beste Bildgestaltung (Hanno Lentz)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Daniel Blum, Olaf Grunert (ARTE)

CIVIS 2022

Sendung / Beitrag:	**Die Wannseekonferenz**
Kategorie:	Video Award – Kategorie Unterhaltung (Paul Mommertz, Magnus Vattrodt – Autoren)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteur*innen:	Stefanie von Heydwolff, Frank Zervos
Sendung / Beitrag:	**Schwarze Adler**
Kategorie:	Civis Top Award, Civis Video Award – Kategorie Information (Torsten Körner – Autor, Regisseur)
Zuständige Redaktion:	HR Sport
Verantwortlicher Redakteur:	Yorck Polus

Goldener Spatz 2022

Sendung / Beitrag:	**Pettersson und Findus: Die tote Elster**
Kategorie:	Serie Animation
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Jörg von den Steinen

Deutscher Kamerapreis 2022

Sendung / Beitrag:	**37° Dance Till you Break – The Saxonz, Folge 2: "Liebe"**
Kategorie:	Bester Schnitt (Hauke von Stietencron)
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteurinnen:	Brigitte Klos, Uschi Hansen

Oscar-Nominierung 2022

Sendung / Beitrag:	**Als wir Tyrannen waren (When We Were Bullies)**
Kategorie:	Bester Dokumentar-Kurzfilm
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Doris Hepp

Festival de Cannes 2022

Sendung / Beitrag:	**Triangle of Sadness**
Kategorie:	Goldene Palme (Ruben Östlund – Regie)
Zuständige Redaktion	ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Alexander Bohr, Holger Stern

N. Himmler

Dr. Norbert Himmler

Intendant