ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN | 55100 Mainz
Anstalt des öffentlichen Rechts
Sekretariate Fernseh- und Verwaltungsrat

11. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 09. Dezember 2022

Zusammenfassung der Vorlagen

<u>Stand und Entwicklung von ZDFneo</u>

- Um seine Position als Anbieter junger, hochwertiger Fiction zu stärken, veröffentlichte ZDFneo auch in diesem Jahr eine Vielzahl neuer Formate im TV und in der ZDFmediathek. Mit 24 fiktionalen Neuerscheinungen bot der Sender ein vielfältiges Angebot für junge Zuschauerinnen und Zuschauer. Mit Produktionen im Bereich Drama, wie z. B. der Fortsetzung von „Sløborn“ oder „Salam – Rest in Peace“ konnte ebenso ein junges Publikum bedient werden wie mit den Comedy-Serien „Doppelhaushälfte“ und „Ich dich auch!“. Innovative Akzente mit gesellschaftlicher Relevanz setzten Formate wie „Becoming Charlie“ und „Himmel und Erde - Небо та Земля“.

- Acht non-fiktionale Programmentwicklungen ergänzten das Portfolio. Während die Show-Formate „Studio Schmitt“, „MAITHINK X – Die Show“, „Game Two“ und „Böhmi brutzelt“ weitergeführt wurden, konnten zusätzlich neue Social Factuals wie „Rabenväter oder Superdads?“ und „Trennungskinder“ platziert werden. Das vierteilige Sommer-Special „Draußen mit Tommi Schmitt“ begründet einen weiteren Schritt zur Etablierung des Moderators als Sendergesicht. Mit dem Make-up-Wettbewerbsformat „Glow Up“ konnte die non-fiktionale Säule um einen neuen Baustein erweitert werden.

- Im Zeitraum vom 01.01. bis 30.09.2022 liegt ZDFneo bei einem Marktanteil von 1,9 % bei den 14- bis 49-Jährigen und 2,6 % beim Gesamtpublikum. Zwar verzeichnet der Sender Verluste beim Gesamtpublikum (-0,2 PP), doch konnten seine Marktanteile sowohl bei den 20- bis 29-Jährigen als auch bei den 30- bis 39-Jährigen um jeweils +0,2 PP (1,5 % MA / 1,6 % MA) gesteigert werden. ZDFneo wird täglich von 6,03 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauern eingeschaltet.

- In der ZDFmediathek bleibt der positive Trend der ZDFneo-Formate ungebrochen. Auch in diesem Jahr konnte das Sehvolumen im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden. Damit stärkt ZDFneo seinen Erfolg auf dem non-linearen Ausspielweg, der für das Binden junger Zuschauergruppen essenziell ist.