

03. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 13. Dezember 2024

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von funk

- Inzwischen kennen 88 % der 14- bis 29-Jährigen funk bzw. mindestens ein Format von funk. 78 % der Zielgruppe haben bereits funk-Angebote genutzt (Bekanntheitsstudie 2024, Online-Befragung, 1. Welle).
- Insgesamt wurden seit Oktober 2022 33 neue funk-Formate gestartet. Damit besteht momentan rd. die Hälfte des funk-Portfolios aus Angeboten, die jünger als zwei Jahre sind und die vor allem den jüngsten Teil der funk-Zielgruppe erreichen sollen. In der aktuellen repräsentativen Studie wurde vor allem eine Zunahme der Nutzung in der jüngsten Kohorte der funk-Zielgruppe gemessen. 79 % der 14- bis 19-Jährigen haben bereits Angebote von funk genutzt, was einen Nutzungs-Anstieg in dieser Altersgruppe um elf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Ein besonderer Fokus wird dabei auf die Plattform TikTok gelegt, da diese vor allem in der jüngsten Altersgruppe intensiv genutzt wird.
- funk fungiert an vielen Stellen als Innovationslabor für ARD und ZDF. Schneller Wandel und Adaptionfähigkeit liegen dabei in der DNA des Netzwerks. Da die Verjüngung eine der größten strategischen Herausforderungen für funk ist, wird regelmäßig die Daseinsberichtigung der einzelnen Formate hinterfragt, um ggf. Raum für innovative Projekte zu schaffen.
- funk verfolgt das Ziel, jungen Zielgruppen sichere und vertrauenswürdige Kommunikationsmöglichkeiten zu eröffnen, und trägt somit zum demokratischen Diskurs bei. Das Netzwerk bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Interaktion bzgl. der Inhalte von funk. So können Nutzer etwa durch Kommentare oder Direktnachrichten niedrigschwellig und zeitnah Feedback zu Angeboten äußern, vertiefende Nachfragen stellen oder Themenwünsche äußern.