

TÄTIGKEITSBERICHT

des Intendanten in der 4. Sitzung
der XV. Amtsperiode des Fernsehrates
am 03. März 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

hochwertige Fiction und Qualität in der Information waren wesentlich ausschlaggebend dafür, dass das ZDF mit 13,0 % auch 2016 der meistgesehene Fernsehsender in Deutschland war. Auf Platz zwei folgte die ARD (12,1 %), vor RTL (9,8 %) und Sat1 (7,3 %). Während in beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen die Übertragungen von der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Spielen positiv auffielen, machte sich auch eine gestiegene Nachfrage bei den ZDF-Informationssendungen bemerkbar. So war das „heute-journal“ mit durchschnittlich 3,88 Mio. Zuschauern das erfolgreichste Nachrichtenmagazin im deutschen Fernsehen.

Einen substantiellen Beitrag für die Bilanz der ZDF-Senderfamilie (18,7 %) haben im vergangenen Jahr ZDFneo und ZDFinfo geleistet. Beiden Digitalkanälen gelang es, vor allem jüngere Zuschauergruppen an das ZDF heranzuführen, die sonst kein Angebot der ZDF-Familie genutzt hätten. So erzielte ZDFneo 2,1 % (+0,5 %), ZDFinfo 1,3 % (+0,2 %). Zum Vergleich: Die drei Digitalangebote der ARD (One, tagesschau24 und ARDalpha) erreichten zusammen einen Marktanteil von 0,7 %.

Als größter Einzelauftraggeber auf dem deutschen Fernsehmarkt ist das ZDF in besonderer Weise auf einen kreativen Input der Produzentinnen und Produzenten angewiesen. Deshalb wurden zum 01.01.17 neue Rahmenbedingungen für eine faire Zusammenarbeit mit den Auftragsproduzenten vereinbart, die nicht nur z. B. einen Gewinnaufschlag für eine längere Online-Nutzung beinhalten, sondern u. a. auch einen Innovationsfonds zur Ideen- und Stoffentwicklung vorsehen. Hinweisen möchte ich auch auf die in diesen Tagen vorgestellte Studie „Gender und Fernsehfilm“, die nachweist, dass Frauen in Schlüsselpositionen von TV-Produktionen deutlich unterrepräsentiert sind. Das ZDF verpflichtet sich deshalb, geeignete Maßnahmen zu entwickeln, um die Gleichstellung von Frauen bei Fernsehproduktionen zu fördern.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

	<u>Seite:</u>
1. ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD	3
1.1 Medienpolitik	3
1.2 Medienbranche	5
1.3 Medientechnologie	7
1.4 ZDF-Finanzsituation	8
2 ZDF-PROGRAMM	9
2.1 Akzeptanz	9
2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV	12
2.2.1 Wettbewerbsumfeld	12
2.3 Chefredaktion	14
2.4 Programmdirektion	16
3 ZDF-DIGITALKANÄLE	18
3.1 Akzeptanz	18
3.2 ZDFneo	20
3.3 ZDFinfo	20
4 PARTNERPROGRAMME	20
4.1 ARTE	20
4.2 3sat	21
4.3 PHOENIX	22
4.4 KiKA	22
4.5 funk	24
5 ZDF-TELEMEDIENANGEBOTE	24
5.1 AKZEPTANZ	24
6 AUSZEICHNUNGEN/PREISE	26

Berichtszeitraum: 16.11.16 bis 15.01.17

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Das ZDF nimmt die Aufgabenstellung der AG Auftrag und Strukturoptimierung der Länder aktiv und engagiert an. Im Februar habe ich in diesem Zusammenhang einen „Beauftragten für Strukturoptimierung“ ernannt, der mir direkt berichtet. Seine Tätigkeit ist auf das Themenfeld „Strukturoptimierung“ fokussiert. Dazu gehört zum einen die Konsolidierung bereits laufender oder in Überlegung befindlicher Maßnahmen zur Strukturoptimierung im ZDF, die dem Ziel der Beitragsstabilität zuträglich sind. Zum anderen ist die Identifikation weiterer Maßnahmen ein Aufgabenschwerpunkt. Diese können entweder ZDF-interne Ansätze sein, aber auch Kooperationen bzw. gemeinsame Fremdvergaben mit ARD-Anstalten beinhalten. Ein Prozess zur Identifikation der zusätzlichen Maßnahmen wird derzeit strukturiert und aufgesetzt. Unter Einbeziehung von Fachleuten im ZDF sollen Ansätze in den Analysefeldern „IT-Technik“, „Verwaltung/Support“ und „Herstellung/Produktion“ gefunden, bewertet und aufbereitet werden. Dabei wird es keine Denkverbote geben. So entsteht eine „dynamische Maßnahmenliste“. Ansätze, die von der Geschäftsleitung unterstützt werden, erfahren eine weitere Konkretisierung. Diejenigen Maßnahmen, für die Optionen der Zusammenarbeit mit der ARD in Frage kommen, sollen dann zudem mit der AG Strukturoptimierung der ARD erörtert und abgestimmt werden. Über den Verlauf und die wesentlichen Zwischenergebnisse dieses Prozesses werde ich Sie informieren.

**Länder-AG Auftrag
und Struktur-
optimierung**

Derzeit nehmen die Länder die Listenregelung und das Kurzberichterstattungsrecht in den Blick. Anlass hierzu geben insbesondere die Entwicklungen im Rahmen der Vergabe von Übertragungsrechten an großen Sportereignissen. Hier kontrollieren finanzstarke außereuropäische Bieterkonsortien zunehmend den Sportrechtmarkt. Beispielhaft sei die Rechtevergabe für die Olympischen Spiele für die Jahre 2018 bis 2024 oder auch für die Handball WM-2017 genannt. Dabei kollidieren gesamtgesellschaftliche Interessen mit dem kommerziellen Streben einzelner Unternehmen. Das manifestiert sich unter anderem darin, dass diese Bieterkonsortien bei einer etwaigen Sublizenzierung von Rechten versuchen, die unverschlüsselte Satellitenausstrahlung in Deutschland zu unterbinden. Würde man dieser Forderung nachgeben, hätte das zur Folge, dass über 18 Millionen Haushalte und damit fast die Hälfte aller TV-Haushalte in Deutschland von der jeweiligen Übertragung ausgeschlossen würden. Insgesamt geht der Trend dieser Bieterkonsortien dahin, zunächst bedeutende Übertragungsrechte pan-europäisch zu erwerben, verbunden mit dem Versuch, anschließend lediglich Teile der Rechte zu unangemessenen Bedingungen weiter zu lizenzieren. Um das Interesse eines angemessenen Informationszugangs der Öffentlichkeit zu wahren, hat der Gesetzgeber die Listenregelung und das Kurzberichterstattungsrecht geschaffen. Allerdings zeigen die aktuellen Entwicklungen, dass diese Regelungen anzupassen sind. Deshalb begrüßt das ZDF die von den Ländern angestoßene Diskussion. Angesichts der technischen Verbreitungsmöglichkeiten in der digitalen Welt sollte die staatsvertraglich

**Listenregelung und
Kurzbericht-
erstattungsrecht**

vorgesehene Empfangbarkeit solcher Ereignisse im Free-TV (als Voraussetzung einer Pay-TV-Ausstrahlung) von derzeit 2/3 auf 90 % heraufgesetzt werden. Dies garantiert dem Zuschauer den Zugang zu Sportgroßereignissen. Zudem sollten die Spiele der Handball-Europa- und Weltmeisterschaften der Männer auf die Schutzliste des § 4 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag gesetzt werden. Für ein funktionierendes Kurzberichterstattungsrecht muss neben dem Recht auf Ortszugang zusätzlich ein reguläres Recht auf Signalzugang eingeführt werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass eine nachrichtenmäßige Berichterstattung von Ereignissen, die außerhalb Deutschlands stattfinden, möglich ist.

Die EU-Kommission hat Mitte September 2016 ihre weiteren Vorstellungen für Änderungen im EU-Urheberrecht vorgestellt. Sie schlägt insbesondere die Erweiterung des Weitersenderechts – jedenfalls auf Weitersendevorgänge in geschlossenen Netzen – sowie die Einführung des Ursprungslandprinzips für sendebegleitende Onlinedienste der Sender vor.

EU-Copyright-Paket

Das ZDF unterstützt den Ansatz der EU, das Urheberrecht zu modernisieren und den aktuellen technologischen Entwicklungen anzupassen. Mit dem Aufkommen des Internets und der mobilen Verbreitung sind neue Verbreitungswege für Rundfunkinhalte hinzugetreten, die auch wegen ihrer grenzüberschreitenden Bedeutung die Rechtklärung vor neue Herausforderungen stellen.

Vor diesem Hintergrund begrüßt das ZDF ausdrücklich den Vorschlag für eine Verordnung zur Anwendung der Regulierungsmechanismen der Satelliten- und Kabelrichtlinie auf die neuen Verbreitungsmöglichkeiten:

Das Ursprungslandprinzip, demzufolge der urheberrechtlich relevante Vorgang als nur in dem Mitgliedstaat erfolgt gilt, in dem der Rundfunkveranstalter ansässig ist, hat sich seit mittlerweile zwei Jahrzehnten für den Satellitenrundfunk bewährt. Es dient einer Vereinfachung der Rechtklärung unter Wahrung der Prinzipien der Vertragsfreiheit und Territorialität, die uneingeschränkt erhalten bleiben. Vor allem im Bereich der Eigenproduktionen würde mit dem Ursprungslandprinzip der grenzüberschreitende Zugang zu non-linearen Rundfunkinhalten im Interesse des Medienpluralismus und des free flow of information erleichtert und befördert. Der Vorschlag stellt damit einen wichtigen Baustein zu dem von der EU-Kommission verfolgten Ziel der Gewährleistung eines verbesserten Online-Zugangs zu Inhalten in der EU dar.

Mit der vorgeschlagenen technologieneutralen Fortschreibung des Kabelweitersendungsrechts können die linearen Angebote grundsätzlich auf allen relevanten technischen Plattformen weiterverbreitet werden, wobei den Urhebern und Leistungsschutzberechtigten eine angemessene Vergütung zukommt. Sicherzustellen wäre allerdings, dass die Definition zukunftsfest ausgestaltet ist und den verschiedenen Formen der Verbreitung von Rundfunkangeboten angemessen Rechnung trägt und insbesondere auch Over-the-Top(OTT)-Technologien umfasst, also Technologien zur Übermittlung von Video- und Audioinhalten ohne kontrollierenden Internet-Service-Provider.

Seit dem 01.01.17 gilt für die nächsten elf Jahre das neue Regelstatut der BBC (Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation). Es beinhaltet keine Einschränkung des Programmauftrags, dafür aber eine wesentliche Neuregelung zur Stärkung der politischen Unabhängigkeit. So wurde die Laufzeit um ein Jahr verlängert, um über den fünfjährigen Wahlzyklus hinaus medienpolitische Kontinuität zu gewährleisten. Zugunsten einer mehrjährig stabilen Finanzierung wird die „Licence Fee“ fortan inflationsindexiert. Für die Neufestsetzung der Höhe soll anders als bisher ein geregeltes, unabhängiges Verfahren eingeführt werden.

Neuer Rechtsrahmen für die BBC

Mit der neuen Royal Charter geht die bisher vom BBC Trust wahrgenommenen Binnen-Aufsicht über den Sender vollständig auf den externen Rundfunk- und Telekommunikationsregulierer Office of Communications (Ofcom) über. Dieser erarbeitet derzeit ein dem Sonderstatus der BBC angepasstes Regelwerk. So soll bis April 2017 ein einheitliches 14-köpfiges Führungsgremium (Board) geschaffen, dessen nicht-geschäftsführender Vorsitzender dort die Belange der Gebührenpflichtigen vertritt. In einem geordneten Auswahlverfahren wird mit fünf der Posten nur die Minderheit des Gremiums von der Staatsführung besetzt. Dazu zählen der Vorsitz (Chair) und die ebenfalls nicht-geschäftsführenden Entsandten der vier britischen Nationen. Weitere fünf nicht-geschäftsführende Angehörige beruft das Board in einem Ernennungsausschuss selbst. Auch die vier geschäftsführenden Mitglieder, zu denen Intendant Tony Hall zählt, bestimmt das Gremium auf diesem Wege.

1.2 Medienbranche

Die Deutsche Telekom hat die Exklusivrechte an der 3. Fußballbundesliga ab der Saison 2018/19 erworben. Sämtliche Spiele werden zukünftig kostenpflichtig über das Telekom-Angebot Entertain TV zu sehen sein. Die ARD, die bisher die Rechte an der 3. Liga hatte, wird zukünftig in den Dritten Programmen nur noch zwei bis drei Partien pro Spieltag live übertragen können. Hinzu kommen die Highlight-Rechte der ARD, etwa zur Berichterstattung innerhalb der "Sportschau". Der Erwerb der Fußballrechte ist Teil einer umfassenderen Strategie der Deutschen Telekom. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen bereits die Fernsehrechte an der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) erworben.

Deutsche Telekom erwirbt Exklusivrechte an der 3. Fußball- Bundesliga

Ende Januar hat Discovery Networks Deutschland bekannt gegeben, dass man die Beendigung der Verbreitung seiner Pay-TV-Sender über Sky Deutschland prüfe. Dies würde neben dem Discovery Channel auch die Sender Eurosport 1 HD, Eurosport 2 HD und Eurosport 360 HD betreffen. Hintergrund der Prüfung sind laufende Vertragsverhandlungen. Nach Ansicht von Sky Deutschland hat man Discovery für die Übernahme der Programme ins Angebotsportfolio schon seit Jahren zu viel gezahlt und will dies nicht länger tun. Die aktuellen Preisvorstellungen von Discovery sind laut Sky "komplett unrealistisch". Sky verfolgt bereits seit längerem die Strategie, weniger auf externe Partnersender und stattdessen mehr auf eigene Kanäle zu setzen. Problematisch für Sky ist, dass

Discovery prüft die Beendigung der Verbreitung seiner Pay-TV-Sender über Sky

Discovery neben den Rechten an den Olympischen Spielen ab der kommenden Saison auch 40 Spiele der Fußball-Bundesliga exklusiv auf Eurosport zeigen wird. Die Sky-Abonnenten könnten dann gegebenenfalls nicht mehr alle Spiele live im Sky-Angebot sehen.

Für das vierte Quartal 2016 hat Netflix den größten Abonnentenzuwachs seiner Geschichte bekannt gegeben. Das Unternehmen ist derzeit in über 130 Ländern der Welt aktiv und hat inzwischen weltweit fast 94 Millionen Kunden. Für 2017 rechnet Netflix mit einer weiter steigenden Abonnentenzahl. Die Zahl seiner Abonnenten in Deutschland hat das Unternehmen bisher nicht veröffentlicht.

Netflix steigert die weltweite Abonnentenzahl deutlich

ProSiebenSat.1 und der Online-Händler Zalando, an dem ProSiebenSat.1 beteiligt ist, haben bekanntgegeben, dass sie zukünftig Nutzerdaten untereinander austauschen und gezielt bündeln werden. Das erklärte Ziel ist es, dass die Vermarktungstochter von ProSiebenSat.1 ihren Werbekunden noch mehr Daten über Zielgruppen anbieten kann. Zusätzlich zu Geschlecht und Alter sollen die Werbekunden Zielgruppen nach Modebewusstsein, Urbanität, Vorlieben für bestimmte Marken, Zahlungsbereitschaft etc. auswählen können. Die Zusammenarbeit soll nicht auf Zalando und ProSiebenSat.1 beschränkt bleiben.

ProSiebenSat.1 und Zalando bündeln Nutzerdaten zu Vermarktungszwecken

Mit dem Videoblog „App+on“ auf dem Kinderonlineportal ZDFtivi.de erweitert das ZDF-Kinder- und Jugendprogramm außerdem sein dauerhaftes medienpädagogisches Angebot. Die zunächst zehn verschiedenen Videos des Formats behandeln die sozial- und handlungsbezogenen Risiken der Internetnutzung auf Augenhöhe mit ihren Adressaten. Über eine integrierte Kommentarfunktion können sich die jungen Nutzer über die Inhalte austauschen und sich bei Fragen an das Onlineteam der ZDFtivi.de-Redaktion wenden. Erste Impulse dazu gab ein „App+on“-Chat am Abend des Safer Internet Day.

Videoblog „App+on“ eingeführt

Das ZDF ist der größte Einzelauftraggeber im deutschen TV-Produktionsmarkt und verlässlicher Partner der Produzenten und Kreativen. Um einen zukunftsfähigen Handlungsrahmen zu schaffen, hat sich das ZDF nach langen Konsultationen mit den Produzentenverbänden zu neuen Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit verpflichtet, die seit 01.01.17 gelten.

Rahmenbedingung für eine faire Zusammenarbeit mit den Produzenten

Die neuen Rahmenbedingungen für eine faire Zusammenarbeit ersetzen die bisherigen Terms of Trade und beinhalten wesentliche neue und innovative Elemente zur Förderung der Produzentenwirtschaft. Insbesondere bei der Vergütungsstruktur beschreitet das ZDF Neuland, indem es einen Gewinnaufschlag für längere Online-Nutzung der Produktionen einführt. Zudem erkennt das ZDF zukünftig die Kosten zusätzlicher Berufsbilder wie Producer oder Herstellungsleiter an, die bisher in der Regel Bestandteil der Handlungskosten waren. Neben weiteren Verbesserungen der Kalkulationsbedingungen wird insbesondere zur Förderung von kleinen und mittelständischen Produktionsunternehmen ein Innovationsfonds eingerichtet, der der Finanzierung der Ideen- und Stoffentwicklung dient.

Frauen sind in der TV-Produktion in einzelnen Schlüsselpositionen wie der Regie deutlich unterrepräsentiert. Dies ist ein Ergebnis der Studie „Gender und Fernsehfilm“, die das Fraunhofer-Institut und die Universität Rostock im Auftrag von ARD und ZDF und in Anlehnung an das Studiendesign der FFA-Studie „Gender und Film“ durchgeführt haben. Die Analyse von Absolventenzahlen zeigt, dass an deutschen Filmhochschulen anteilig mehr Frauen ausgebildet werden, als später im TV-Markt aktiv tätig sind. In Interviews und Onlinebefragungen konnten branchenimmanente Herausforderungen und Barrieren identifiziert werden, die Frauen in ihrem Berufsleben stärker beeinträchtigen als Männer. So können beispielsweise die überwiegend männlich konnotierten Berufsbilder innerhalb der TV-Branche und die durch die Drehzeiträume erschwerte Vereinbarkeit von Job und Familie Ursachen für das bestehende Ungleichgewicht sein. Als Reaktion auf die Ergebnisse verpflichtet sich das ZDF, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um die Gleichstellung von Frauen bei der TV-Produktion zu fördern. Das Kleine Fernsehspiel wird für den Filmnachwuchs seine frauenspezifischen Förderprogramme fortführen. Durch ein gezieltes Mentoring sollen die besten Nachwuchs-Regisseurinnen einen Regieauftrag bei einer der ZDF-Vorabendserien erhalten. Um die Wirksamkeit dieser und weiterer Maßnahmen überprüfen zu können, wird das ZDF ein Monitoring etablieren, mit dem der Frauenanteil kontinuierlich beobachtet werden kann.

Studie „Gender und Fernsehfilm“

1.3 Medientechnologie

In den vergangenen Jahren hat sich die Cyber-Bedrohungslage weltweit verschärft. Dabei geraten kritische Infrastrukturen zunehmend in den Fokus von Angreifern. Aus diesem Grund ist das ZDF der öffentlich-privaten Kooperation zwischen Behörden und Wirtschaft zum Schutz kritischer Infrastrukturen in Deutschland (UP KRITIS) unter Leitung des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) beigetreten. Der Lagebericht des BSI macht dabei deutlich, dass sich die Frage der Sicherheit der eingesetzten Informationstechnik nicht mehr nur nebenbei stellt. Sie ist vielmehr wesentliche Voraussetzung für die Verfügbarkeit kritischer Infrastrukturen.

IT-Sicherheit

Durch die fortschreitende Vernetzung der Medienproduktion ergeben sich zwangsläufig Möglichkeiten und neuartige Angriffsflächen, die geeignet erscheinen, Geschäfts-, Produktions- und Verbreitungsprozesse in einem modernen Medienunternehmen zu sabotieren. Gleichzeitig verlieren klassische Abwehrmaßnahmen aktuell an Wirksamkeit. Das ZDF ist sich seinem Auftrag der Grundversorgung sowie der aktuellen Bedrohungslage durch Cyberangriffe bewusst. Auf Basis geeigneter Maßnahmen wurde deshalb die IT-Sicherheitsinfrastruktur des ZDF ausgebaut und technisch zeitgemäß weiterentwickelt. Zusätzlich wurden in diesem Zusammenhang die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ZDF im Rahmen einer Awareness-Kampagne sensibilisiert, um so Gefahren zu minimieren bzw. bei Bedarf adäquat darauf reagieren zu können.

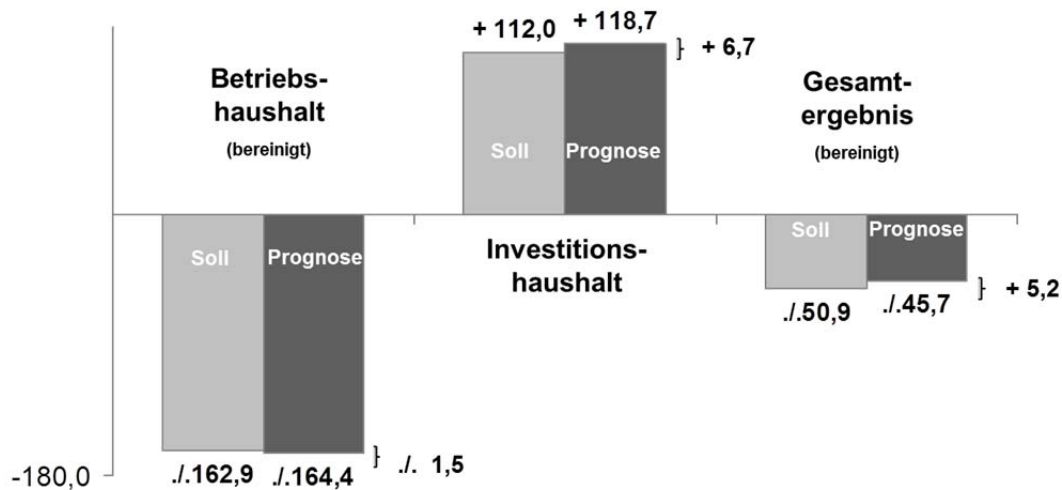
1.4 ZDF-Finanzsituation

Haushaltsvollzug

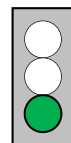
Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.09.16 zeigen sich folgende Ergebnisprognosen: Im **Betriebshaushalt** zeigt sich ein Ergebnis von ./. 47,4 Mio. € (Soll: ./. 45,0 Mio. €). Bereinigt um die nicht verfügbaren Beitragsmehrerträge in Höhe von 117,0 Mio. €, die gemäß Empfehlung der KEF in eine Sonderrücklage eingestellt werden, ergibt sich das **bereinigte Betriebsergebnis** mit einem Fehlbetrag von ./. 164,4 Mio. €. Es ist damit um 1,5 Mio. € schlechter als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./. 162,9 Mio. €. Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von 118,7 Mio. €, das um 6,7 Mio. € über dem Soll liegt.

Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte bereinigte **Gesamtfehlbetrag von rd. ./. 45,7 Mio. €** wird der Rücklage Gesamtergebnis entnommen. Der derzeit prognostizierte Gesamtfehlbetrag ist um **5,2 Mio. € besser als das Soll**.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2016 und Prognose zum 31.12.16 (in Mio. €)



Bei den Erträgen aus dem Rundfunkbeitrag liegt die Prognose für die Zuführung zur Sonderrücklage Beitragsmehrerträge geringfügig unter dem Soll. Mehrerträge zeigen sich u.a. beim Werbefernsehen/Sponsoring.



Beim **gesamten Personalaufwand ohne Altersversorgung** wird davon ausgegangen, dass das Soll leicht unterschritten wird. Bei der **Zuführung zur Versorgungsrückstellung** ist die aktuelle Prognose des Versicherungsmathematikers berücksichtigt. Der BilMoG-induzierte Mehraufwand im Betriebshaushalt wird durch korrespondierende Einnahmen im Investitionshaushalt kompensiert und ist durch den Haushaltsbeschluss gedeckt.

Die Gesamtkostenansätze der **Programmbereiche** liegen über dem Soll, was vor allem auf die prognostizierten Aufwendungen für das im Oktober 2016 gestartete Junge Angebot (im Haushaltsplan wurde hierfür noch kein Ansatz veranschlagt) und Mehraufwendungen für den Bereich Neue Medien zurückzuführen ist. Beim Sendeaufwand zeigen sich derzeit Einsparungen bei der Chefredaktion, denen Mehraufwendungen insbesondere bei der

Programmdirektion und ZDFinfo gegenüberstehen. Bei der Programmverteilung wird im Zusammenhang mit der vorgesehenen vergleichweisen Regelung mit der Kabel Deutschland Holding AG (KDG) aufgrund der Gleichstellungsrisiken bezogen auf die anderen Kabelnetzbetreiber eine Rückstellungszuführung erfolgen, die im Zahlenwerk noch nicht berücksichtigt ist. Nach derzeitigem Kenntnisstand kann dieser Mehraufwand zu einem Großteil durch weitere Einsparungen im Programm finanziert werden.

Bei den **Gemeinkostenbereichen** wird von diversen Einsparungen im Haushaltsvollzug ausgegangen.

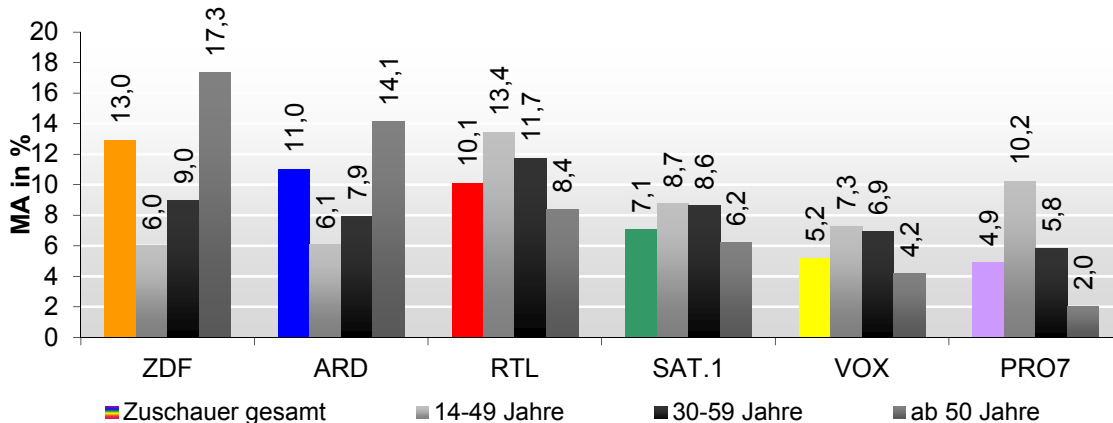
Im **Dienstleistungsbereich** werden geringere Fremdkosten, u.a. infolge von Projektverschiebungen, erwartet. Derzeit muss aber aufgrund niedrigerer Umsätze mit dem Programm von einer Ergebnisverschlechterung ausgegangen werden.

Im **Investitionshaushalt** ergeben sich Veränderungen gegenüber dem Haushaltsplan auf Seiten der Einnahmen bei der Versorgungsrückstellung.

2 ZDF-Programm

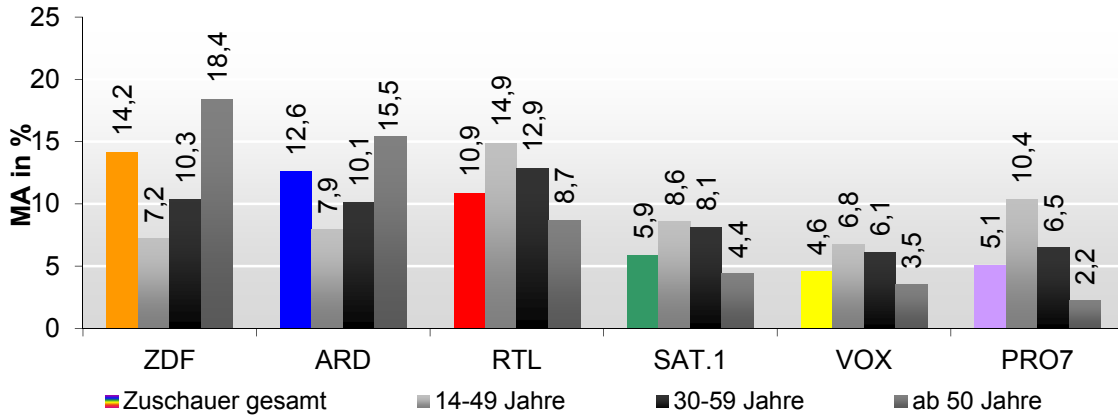
2.1 Akzeptanz

**Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahren, 14-49 Jahre, 30-59 Jahre, ab 50 Jahre,
Nov 2016 bis Jan 2017**



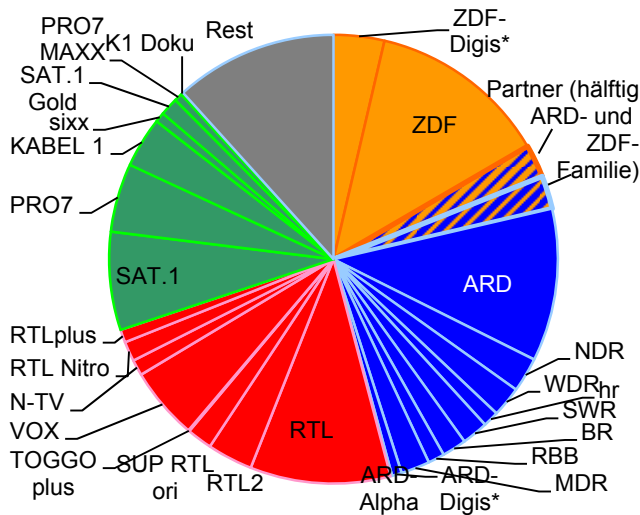
Das ZDF ist im Berichtszeitraum November 2016 bis Januar 2017 weiter mit Abstand Marktführer vor der ARD. RTL ist Dritter vor Sat.1, VOX und ProSieben. Im Blick auf die einzelnen Monate ist das ZDF in allen drei Monaten mit Abstand Marktführer – im November und Dezember vor der ARD (+1,2 PP / +1,3 PP), im Januar vor RTL (+2,9 PP). Bei ab 50-jährigen ist das ZDF im Berichtszeitraum ebenfalls Marktführer. Bei den 30-59-Jährigen ist das ZDF Zweiter, Bei 14-49-Jährigen ist das ZDF Sechster hinter Marktführer RTL, ProSieben, Sat.1, VOX und der ARD.

**Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Primetime (19:00-23:00 Uhr)
Zuschauer ab 3 Jahren, 14-49 Jahre, 30-59 Jahre, ab 50 Jahren,
Nov 2016 bis Jan 2017**



In der Primetime liegt das ZDF im Berichtszeitraum mit 14,2 % MA auf Rang eins. Die ARD wird mit 12,6 % Zweiter, RTL belegt mit 10,9 % Platz drei. Bei ab 50-Jährigen liegt das ZDF in der Primetime weiter vorne, bei 30-59-Jährigen ist das ZDF Zweiter hinter Marktführer RTL. Bei 14-49-Jährigen ist das ZDF Fünfter hinter Marktführer RTL, ProSieben, Sat.1 und der ARD.

**Marktanteile Senderfamilien, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahren, Nov 2016 bis Jan 2016**



Zuschauer ab 3 Jahre Nov 2016 bis Jan 2017	
MA %	
ZDF-Familie	19,0
ARD-Familie	26,9
RTL Gruppe	24,0
PRO 7/Sat.1	18,4

Von November 2016 bis Januar 2017 erreicht die ZDF-Familie durchschnittlich 19,0 % MA und belegt damit unter den betrachteten Senderfamilien den dritten Platz hinter der ARD-Familie und der RTL-Gruppe, aber vor ProSieben/Sat.1, wobei das Hauptprogramm 68 % zum Programmerfolg beiträgt, während die Partnerkanäle 13 % und die Digitalkanäle 19 % zum Gesamterfolg beisteuern.

Die ARD ist mit 26,9 % MA weiterhin die erfolgreichste Senderfamilie. Das Erste und die zusammengefassten Dritten Programme der ARD machen mit 41 % bzw. 47 % den größten Anteil aus, während die Digitalkanäle der ARD 3 % beitragen.

Die Partner steuern aufgrund der größeren Anzahl der Sender in der ARD-Familie 9 % zum Gesamterfolg bei.

Die RTL-Gruppe liegt bei 24,0 % Marktanteil, wobei der neue Sender RTLplus seine Akzeptanz mit 0,9 % MA weiter ausbauen kann. ProSieben/Sat.1 erreicht 18,4 % MA; der neue Sender Kabel 1 Doku fällt mit 0,2 % MA immer noch nicht stark ins Gewicht.

2.1 Glaubwürdigkeit der Medien

Um sich ein differenziertes Bild zur Glaubwürdigkeit verschiedener Medien zu machen, führte die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) im Auftrag des ZDF im Zeitraum von Juni 2015 bis November 2016 drei Umfragen zur Glaubwürdigkeit unterschiedlicher Medien bzw. Mediengattungen und Nachrichtensendungen verschiedener Fernsehsender durch. Dabei zeigte sich, dass es notwendig ist, die Glaubwürdigkeit verschiedener Medien sehr differenziert abzufragen. Eine nur allgemeine Frage nach der Glaubwürdigkeit von Medien insgesamt führt zu undifferenzierten Verallgemeinerungen.

In allen drei repräsentativen Umfragen wurde die Glaubwürdigkeit mit den gleichen Fragen ermittelt, so dass die Ergebnisse miteinander vergleichbar sind. Die jüngste Umfrage fand vom 14. bis 16.11.16 statt.

Zu allen drei Umfragezeitpunkten zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Medien und auch zwischen den Nachrichtenangeboten. Die Befragten unterscheiden deutlich zwischen seriösen Qualitätsmedien und -nachrichten, sowohl im Fernsehen, wie auch bei den gedruckten Medien auf der einen und Boulevardmedien und Social Media auf der anderen Seite.

ZDF-/FGW- Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medien

Unterschiede in der Glaubwürdigkeit: Qualitätsmedien vs. Boulevard und Social Media

Glaubwürdigkeit verschiedener Medien / Nachrichtensendungen Fernsehsender, Juni 2015 / Mai 2016 / November 2016, Skalenmittelwerte +5 bis -5, Erwachsene ab 16 Jahre			
	Skalenmittelwerte		
	Jun 2015	Mai 2016	Nov 2016
Medien			
regionale Tageszeitungen	+2,5	+2,4	+2,4
überregionale Tageszeitungen wie Süddeutsche, FAZ und Die Welt	+2,4	+2,3	+2,2
wöchentliche Magazine wie Spiegel und Focus	+2,2	+2,0	+2,1
öffentlich-rechtliche Fernsehsender wie ARD, ZDF und Dritte Programme	+2,0	+1,8	+1,9
private Sender wie RTL, SAT.1, PRO 7	+0,1	+0,1	+0,0
soziale Medien wie Twitter und Facebook	-1,4	-1,3	-1,5
Bildzeitung	-2,0	-1,9	-1,9
Nachrichtensendungen Fernsehen			
Nachrichten ARD	+2,7	+2,6	+2,6
Nachrichten ZDF	+2,6	+2,6	+2,6
Nachrichten RTL	+1,1	+0,9	+1,0
Nachrichten SAT.1	+1,3	+1,0	+1,2
FGW, Juni 2015 n=1.019, Mai 2016 n=1.007, November 2016 n = 1.008, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre			

Bei den verschiedenen Medien bzw. Mediengattungen sieht eine große Mehrheit in allen drei Umfragen die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF (Werte: 2,5 bis 2,7), die regionalen Tageszeitungen (Werte 2,4 bis 2,5), überregionalen Tageszeitungen (Werte 2,2 bis 2,4), die wöchentlichen Nachrichtenmagazine (Werte 2,0 bis 2,2) sowie die öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt (Werte 1,8 bis 2,0) als am glaubwürdigsten an. Die privaten Fernsehsender (Werte 0,0 bis 0,1) werden deutlich

Unterschiede nach Region, Alter und Bildung (Werte aus Umfrage vom November 2016)

schwächer bewertet, auch deren Nachrichten (0,9 bis 1,3). Die sozialen Medien (Twitter, Facebook) werden besonders schlecht bewertet (Werte minus 1,3 bis minus 1,5). Am schlechtesten wird die Glaubwürdigkeit der Bild-Zeitung bewertet (minus 1,9 bis minus 2,0).

Die ostdeutschen Befragten sind skeptischer als die Westdeutschen. In den neuen Bundesländern wird die Glaubwürdigkeit aller Medien z.T. deutlich schlechter bewertet als im Westen. Dies betrifft v.a. die Qualitätsmedien. Bei den sozialen Medien und bei der Bild-Zeitung wird dieses Muster durchbrochen: hier sind die Ostdeutschen „nur“ in gleichem Maße skeptisch wie die Westdeutschen.

Mit zunehmendem Alter nimmt die Glaubwürdigkeit in die seriösen Qualitätsmedien zu und die Skepsis gegenüber den Boulevardmedien und Social Media ab. Eine Ausnahme bildet allerdings die jüngste Gruppe der 16-29-Jährigen. Sie haben ein relativ großes Vertrauen in die Qualitätsmedien und eine größere Skepsis gegenüber den Boulevardmedien und auch gegenüber den sozialen Medien.

Je höher der formale Bildungsabschluss ist, desto glaubwürdiger schätzen die Befragten die Glaubwürdigkeit der Qualitätsmedien (sowohl Print wie auch ARD und ZDF) ein, mit Ausnahme der Wochenmagazine. Und umgekehrt bewerten sie mit zunehmender Bildung die Glaubwürdigkeit der privaten Nachrichten, der Bild-Zeitung und der sozialen Medien negativer.

2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV

2.2.1 Wettbewerbsumfeld

Die Wettbewerbsentwicklung erfordert die laufende Überprüfung und Anpassung der Spiel- und Profilstärke der Programmangebote. 2016 erfuhr im Hauptprogramm die Sendeleisten im Tagesprogramm am Samstag zwischen 11:00 Uhr und 19:00 Uhr nahezu durchgängig spürbare Verluste und liegen bis hin zu den Vorlaufsendungen der 19:00-Uhr „heute“ nahezu durchgängig bei klar einstelligen Marktanteilen. Hierauf reagiert das Haus mit zwei Maßnahmen.

Einerseits werden Formate wie „Lafer, Lichter, Lecker“, das 2016 erneut gut 1 % MA verloren hat, durch Neuentwicklungen ersetzt. Andererseits ist es erforderlich, die Programmabläufe zwischen 11:00 Uhr und 19:00 Uhr neu zu strukturieren. Für die Zeit nach 17:00 Uhr steht dabei die Stärkung des Programmvorlaufs für die 19:00 Uhr-„heute“-Sendung sowie eine Veränderung des Informationsangebots im Mittelpunkt.

Um der 19:00 Uhr-„heute“-Sendung am Samstag im Wettbewerb zur stark genutzten ARD-„Sportschau“ eine stabilere Ausgangsposition zu geben, ist vorgesehen, um 18:05 Uhr wie von Montag bis Freitag eine Vorabendserie zu platzieren. Das dann zwischen 17:00 Uhr und 18:05 Uhr platzierte Informationsprogramm wird erneuert. Das derzeit um 17:45 Uhr platzierte Magazin „Menschen“ wird auf einen früheren Sendetermin zur Mittagszeit verlegt. Diese Verlegung ist zugleich damit verbunden,

**Modifikation des
Tagesprogramm-
schemas am
Samstag im Haupt-
programm**

dass Reportagen und Dokumentationen sowie Magazine das Thema behinderte Menschen noch stärker aufgreifen werden als bislang schon.

Das Magazin „ML mona lisa“ wird durch ein halbstündiges, innovatives Dokumentationsformat ersetzt. Es beginnt um 17:35 Uhr und folgt dem an skandinavischen und britischen Vorbildern orientierten Ansatz des „Constructive Journalism“, der nicht Problembeschreibungen, sondern Lösungen in den Mittelpunkt stellt. Thematisch wird sich die Dokumentation mit gesellschaftspolitischen Themen von Bildung, der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bis hin zur Gesundheitspolitik befassen. Das Format soll in Kooperation mit ARTE produziert werden. Mit dem Wechsel vom Magazin „ML mona lisa“ auf das Dokumentationsformat verbindet sich zugleich die nachhaltigere Nutzung dieses Informationsangebots: Dokumentationen sind repertoirefähiger und können häufiger in anderen Kanälen wie ZDFinfo zur Folgeausstrahlung genutzt werden. „Mona Lisa“ hat in den vergangenen Jahren aufgrund veränderter gesellschaftlicher und medialer Rahmenbedingungen nicht mehr die publizistische Auffälligkeit finden können, die es zum Start des Magazins hatte. Vor diesem Hintergrund trägt die Veränderung vom Magazin „ML mona lisa“ hin zur neuen Dokumentationsreihe dazu bei, das publizistische Profil des Hauses auffälliger zu akzentuieren. Mit der Platzierung des Dokumentationsformats am Samstag um 17:35 Uhr ist verbunden, dass der „Länderspiegel“ das für Magazine übliche Standardlängenformat von 30 Minuten erhält.

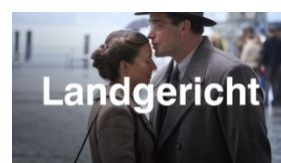
In der Zeit vor 17:00 Uhr wird der Programmablauf des Samstag-Tagesprogramms in Richtung der Programmabläufe, die von Montag bis Freitag gelten, weiterentwickelt. Hierzu werden bei Verkürzung des ZDF-Kinderprogramms um eine halbe Stunde ab 10:30 Uhr zwei Serien-Wiederholungen in den Programmablauf eingestellt. Im weiteren Ablauf des Programms werden die bislang schon eingesetzten Fernsehfilm- und Serien-Wiederholungen gespielt. Diese werden ergänzt um Serien-Wiederholungen und informierend-unterhaltende Programme im Nachmittagsprogramm von 14:00 Uhr bis 17:00 Uhr. In die Programmabläufe und die Programmstruktur eingebaut werden regelmäßige Nachrichten. Im Verlauf des Nachmittagsprogramms ist insbesondere eine neue viertelstündige Nachrichtensendung vorgesehen. Das zusätzliche Nachrichtenangebot verbessert die Möglichkeiten des ZDF, bei aktuellen Ereignissen Spezialberichterstattungen zu realisieren.

Derzeit werden die genauen Programmabläufe vorbereitet. Vorgesehen ist ein Start der neuen Programmstruktur ab Mitte 2017. Über die weiteren Planungen und ihre Umsetzung werde ich den Fernsehrat auf dem Laufenden halten.

Das Weihnachts-/Jahresauftaktprogramm zur sehintensivsten Zeit des Jahres gilt traditionell als eine Art Leistungsschau der Anbieter mit vielen besonderen Akzenten. Wichtige Tendenzen der Wettbewerbsentwicklung des vergangenen Jahres waren zum Jahreswechsel 2016/17 darin ablesbar. Dazu gehörte einerseits die in den vergangenen Tätigkeitsberichten beschriebene voranschreitende Marktfragmentierung. Sie zeigt rund um den Jahreswechsel besondere Ausprägungen. Die kleineren Kanäle erzielten vor allem mit geschickter Repertoire-Auswahl und besonderen Themenakzenten zum Teil überdurchschnittliche

**Weihnachts- und
Jahresauftakt-
programm**

Nutzungsanteile. So ZDFinfo mit Themenschwerpunkten in hoher Bandbreite von „**Evolution**“ über „**Deutsche Geschichte**“ bis zu „**Sozialer Gerechtigkeit**“. Oder 3sat, das unter anderem am 31.12.16 Pop-Konzert-Klassiker und zeitgenössische Konzertereignisse der vergangenen Jahre geschickt zum traditionellen „**Pop around the clock**“-Thementag mischte und allein an diesem Tag 3,1 % MA hatte. Die großen Hauptprogramme unterstrichen ihre Formatsetzende und -definierende Funktion mit auffälligen Eigenleistungen. Nachdem in der Woche vor Weihnachten wegen des Anschlags in Berlin bei ARD, ZDF und auch RTL sowie den Informationskanälen die aktuelle Berichterstattung in den Fokus rücken musste, standen Mehrteiler und Fernsehfilme, Shows und Dokumentationen im Zentrum des Weihnachts- und Jahreswechselprogramms. Das ZDF lieferte mit „**Gotthard**“, „**Das Sacher**“, „**Die Lebenden und die Toten – Ein Taunuskrimi**“ und gegen Ende Januar „**Landgericht**“ erfolgreiche und beachtete Produktionen. Sie sahen sich wie im Vorjahr zum Teil Konkurrenzangeboten aus der ARD ausgesetzt. Erstmals in den letzten Jahren platzierte auch RTL mit dem Dreiteiler „**Winnetou**“ ein selbst hergestelltes fiktionales Angebot. Es fand vorab große Beachtung und vor allem mit dem ersten Teil gute Resonanz im Publikum. Zu Beginn des Jahres 2017 hat RTL dann mit einem Sitcom-Sendetermin am Donnerstag ein seit mehreren Jahren nur sporadisch mit einheimischen Produktionen aufwartendes Genre neu akzentuiert. In der Show hat RTL seit Jahresbeginn gegen die Sonntag 20:15 Uhr-Shows von Sat.1 ein eigenes Showangebot gesetzt und damit einen neuen Genre-Wettkampf



2.3 Chefredaktion

Am Abend des 19.12.16 steuerte der Tunesier Anis Amri einen Sattelzug in eine Menschenmenge auf dem Weihnachtsmarkt an der Gedächtniskirche in Berlin. Bei dem Anschlag starben zwölf Menschen. Es war die erste Attacke im Namen des IS mit einer großen Zahl ziviler Opfer auf deutschem Boden.

Anschlag in Berlin

Das ZDF berichtete am Abend des Anschlags in einem 90-minütigen „**heute-journal**“ (4,87 Mio., 17,6 % MA) mit Live-Schalten zu den Korrespondenten in Berlin und Einschätzungen des Terrorismus-Experten Elmar Theveßen im Studio. In einem „**heute-journal spezial**“ um 0:00 Uhr (0,85 Mio., 7,2 % MA) wurden die bis dahin gesicherten Ergebnisse zusammengefasst. Bundesinnenminister Thomas de Maizière wurde in einem ausführlichen Interview zu Hintergründen der Tat befragt. Die „**heute+**“ (0,52 Mio., 8,1 % MA) um kurz nach 1:00 Uhr nachts berichtete ebenfalls monothematisch.



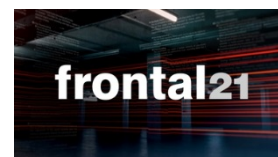
Am Folgetag sendete das ZDF sechs „**heute spezial**“-Ausgaben (Ø 1,33 Mio., 13,5 % MA). Darin wurden der aktuelle Stand der Ermittlungen und die Reaktionen aus Berlin, Brüssel, Paris, London und den USA aufgearbeitet. Die Bundespressekonferenz mit Generalbundesanwalt Peter Frank und BKA-Präsident Holger Münch wurde zum Teil live übertragen. In einem „**ZDF spezial**“ (4,01 Mio., 13,2 % MA) befragte Moderator Matthias Fornoff den israelischen Sicherheitsexperten Shlomo Shpiro unter anderem zu den Unterschieden in der Bedrohungslage in Israel und in Deutschland. Außerdem kam Heinrich Bedford-Strohm, der Ratsvorsitzende der EKD, ausführlich zu Wort und sprach

darüber, inwieweit das Attentat auch ein Anschlag auf den christlichen Glauben sei. In einem **„Was nun, Herr de Maizière?“** (4,26 Mio., 14,5 % MA) wollten Chefredakteur Peter Frey und Hauptstadtstudio-Leiterin Bettina Schausten wissen, warum die Polizei den Platz nicht besser habe schützen können, und was nun aus der Forderung der CSU nach Konsequenzen aus diesem Anschlag in der Flüchtlingspolitik und Sicherheitspolitik folge. In einem **„maybrit illner spezial“** (1,62 Mio., 9,1 % MA) diskutierten unter anderem Armin Laschet (CDU) und Renate Künast (B' 90/Die Grünen) über die Abwägung zwischen Sicherheit und Freiheit und die Zuwanderungspolitik in Deutschland.



Die Flucht von Anis Amri endete in Mailand, wo er am 23. Dezember nach einem Schusswechsel mit zwei Polizisten umkam. In einem **„ZDF spezial: Terrorverdächtiger in Mailand getötet“** (4,31 Mio., 16,6 % MA) wurde unter anderem ein Vertreter des Bundes Deutscher Kriminalbeamter zu möglichen Versäumnissen bei der Fahndung nach Amis Amri befragt.

„Frontal 21“ deckte im November 2016 auf, wie SPD-Spitzenpolitiker durch eine parteieigene Agentur vermarktet wurden. In der Ausgabe vom 22.11.16 (2,23 Mio., 7,2 % MA) wurde gezeigt, wie Unternehmen und Lobby-Gruppen gegen Geldzahlungen Gespräche mit SPD-Ministern, Staatssekretären und Parteifunktionären vereinbaren konnten. Schon einen Tag später zog die SPD Konsequenzen. Auch darüber berichtete das ZDF, zum Beispiel im **„heute-journal“** (23.11.16; 5,38 Mio., 17,3 % MA).



Das ZDF wurde in nahezu allen deutschen Nachrichten-Agenturen, Tageszeitungen, Online-Portalen sowie Radio- und Fernsehsendern zitiert. Auch die ausländische Presse berichtete. Zehntausende Twitter- & Facebook-Nutzer diskutierten tagelang über die Affäre. Der Bundestag und mehrere Landesparlamente debattierten über den „Frontal 21“-Beitrag, und der SPD-Parteivorstand kündigte einen Gesetzesentwurf zum Parteisponsoring an.

Der Brexit, die Flüchtlingspolitik und der zunehmende Rechtspopulismus: Das Jahr 2016 offenbarte, in welcher existentieller Krise die EU steckt. Diese Entwicklung spiegelte sich in zahlreichen Sende-Formaten des ZDF wider. Zum Beispiel wurde der Präsident der Europäischen Kommission, Jean-Claude Juncker, ausführlich in einem **„Was nun,...?“** (14.12.16; 2,08 Mio., 8,9 % MA) befragt. Hier äußerte er sich unter anderem zur Dichte an Krisen, mit denen man zurzeit konfrontiert sei, und zum Türkei-Deal im Zusammenhang mit den Flüchtlingen. Die **„Wutpolitiker“** wurden vom **„auslandsjournal“** (07.12.16; 1,62 Mio., 12,1 % MA) in einer Sondersendung analysiert, die sich um den Populismus in Europa drehte. Moderatorin Antje Pieper setzte sich in Interviews unter anderem mit Front National-Politikerin Marine Le Pen und Heinz-Christian Strache von der FPÖ kritisch auseinander.

Europa in der Krise

Hunderttausende Tote und Millionen Menschen auf der Flucht: Der Syrien-Krieg zählt zu den schlimmsten Konflikten der vergangenen Jahrzehnte. Kurz vor Weihnachten hielt das Schicksal der Menschen in Ost-Aleppo die Welt in Atem. Das ZDF berichtete breit in allen Sendungen, begleitet von einem Spendenaufruf des Aktionsbündnisses Katastrophenhilfe (Spendenaufkommen: über 760.000 Euro, Stand: 13.02.17).

Syrien

2017 wird mit der Bundespräsidenten-Wahl, den Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen und der Bundestagswahl ein spannendes politisches Jahr. Das ZDF setzt bei seiner Berichterstattung auf klassische politische Aufklärung, politischen Austausch und Diskurs. Sonderformate und Dokumentation sollen für eine Vertiefung von Hintergründen zu einzelnen Themen und weitergehenden Informationen über die verschiedenen Spitzenkandidatinnen und -Kandidaten dienen. Auch über wichtige Entscheidungen unserer Nachbarn, wie etwa die Präsidentschaftswahl in Frankreich oder die Parlamentswahl in den Niederlanden wird das ZDF ausführlich berichten.

Das Wahljahr 2017

2.4 Programmdirektion

Die zweiteilige Koproduktion „**Gotthard**“ von SRF, ZDF und ORF, die das ZDF in der Woche vor Weihnachten sendete, erzählte fiktional vom Bau des ersten Eisenbahntunnels durch die Schweizer Berge. Der Film zeigte eine realistische Darstellung der äußerst harten frühkapitalistischen Arbeitsbedingungen und immensen Schwierigkeiten des Baus auf der Ende des 19. Jahrhunderts größten Baustelle Europas. Der Gotthard-Tunnel führte Nord- und Südeuropa näher zusammen. Neben anderen mit Miriam Stein und Joachim Król gut besetzt fand der Zweiteiler eine gute Publikumsresonanz (4,77 Mio., 14,2 % MA und 4,46 Mio., 13,7 % MA). Mit dem weiteren Zweiteiler „**Die Lebenden und die Toten – Ein Taunuskrimi**“ verfilmte das ZDF den gleichnamigen Roman der Bestsellerautorin Nele Neuhaus. Thematisch wurde das gesellschaftsrelevante Thema Organtransplantation behandelt. Im siebten Fall der Reihe, der 6,06 Mio. und 7,09 Mio. Zuschauer erreichte (17,0 % und 20,3 % MA) fanden das Ermittlerduo Pia Kirchoff (Felicitas Woll) und Oliver von Bodenstein (Tim Bergmann) nach einem Scharfschützen (Ulrich Tukur).

Zweiteiler im ZDF



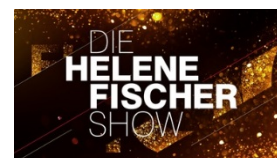
Mit „**Marie fängt Feuer**“ hat das Herzkino an zwei aufeinanderfolgenden Sonntagen im November (20. bzw. 27.11.16) eine neue, horizontal erzählte Reihe auf dem Sendeplatz pilotiert. Im Zentrum steht die alleinerziehende Mutter Marie, die Mitglied der örtlichen Freiwilligen Feuerwehr in der fiktiven ober-bayerischen Kleinstadt Wildegg wird. Die Filme bieten die Möglichkeit, Heimat unter den Gesichtspunkten Solidarität, Ehrenamt und Familie neu zu interpretieren und so Impulse für den Sendeplatz zu setzen. Mit der Neuentdeckung Christine Eichenberger in der Titelrolle und einigen etablierten Herzkino-Schauspielern ist es gelungen, nach dem guten Ergebnis des ersten Filmes (4,59 Mio., 12,2 % MA) noch deutlich mehr Zuschauer für die zweite Folge zu begeistern (5,09 Mio., 13,8 % MA).

„Marie fängt Feuer“



Rund um die Feiertage und den Jahreswechsel präsentierte das ZDF unterschiedliche Shows in der Primetime. „**Ein Herz für Kinder**“, präsentiert von Johannes B. Kerner (3,43 Mio. Zuschauer, 12,2 % MA), wurde zum 16. Mal übertragen. Zahlreiche namhafte Prominente unterstützten die Spenden-sendung mit ihrem Auftritt, unter anderen Nico Rosberg und Maria Furtwängler. Carmen Nebel wiederum präsentierte am 30.11.16 zum 11. Mal die Spenden-Gala „**Die schönsten Weihnachtshits**“ live aus München (4,55 Mio. Zuschauer, 14,9 % MA) zugunsten der kirchlichen Organisationen *Brot für die Welt* und *Misereor*, ebenfalls mit Unterstützung vieler prominenter Gäste. Helene Fischer präsentierte am 25.12.16 „**Die Helene Fischer Show**“. Bereits zum 4. Mal übertrug das ZDF die Show am 1. Weihnachtsfeiertag. Die Sendung erreichte 6,11 Mio. Zuschauer und einen MA von 19,5 %. Zahlreiche namhafte Künstler waren zu Gast, unter anderen Tom Jones und Priscilla Presley.

Feiertagsprogramm



Das Jahreswechselprogramm des ZDF war 2016 geprägt von mehreren Naturdokumentationen. Die Zukunft der großen Nationalparks war Thema der Reihe „**Im Zauber der Wildnis**“ (2,44 Mio., 10,0 % MA). „**Ausgerechnet Neuseeland - eine Farm am grünen Ende der Welt**“ ist der Titel der Dokumentation, die die Zuschauer am Sonntag, 25.12.16 (1,79 Mio. und 9,9 % MA) in das Traumland vieler Deutscher entführte. Das 60-minütige Weihnachtsspecial „**Deutschland von oben - ein Wintermärchen**“ am Sonntag, 25.12.16 (3,40 Mio. und 13,0 % MA) erzählte aus der Vogelperspektive, wie die kalte Jahreszeit unser Land verwandelt und es ganz anders erscheinen lässt. Aufwändige Zeitraffereinstellungen und Animationen ergänzten die einzigartigen Luftbilder.

Jahreswechselprogramm

Für die dreiteilige „**37**“-Langzeitdokumentation „**20-40-60 - unser Leben**“ wurden Menschen aus drei Generationsstufen zwei Jahre lang von der Autorin begleitet. Ab dem 03.01.17 gewährte jede Folge emotionale Einblicke in ganz unterschiedliche Lebensentwürfe. In der ersten Folge starteten drei 20-Jährige ins Leben, immer auf der Suche nach sich selbst und der Erfüllung ihrer Wünsche (2,27 Mio., 9,1 % MA). Die 40-Jährigen wurden in der ‚Rush Hour‘ des Lebens mit ihren hohen alltäglichen Belastungen porträtiert (10.01.17, 2,36 Mio., 10,1 % MA). Die Protagonisten ziehen Zwischenbilanz und stellen einiges auf den Prüfstand. Im dritten Teil am 17.01.17 (2,53 Mio., 10,4 % MA) standen drei Sechziger vor der Frage, was noch kommt, wenn die Kinder aus dem Haus sind, Erkrankungen Raum fordern und die Pflege von Angehörigen zu besonderen Belastungen führt.

„20-40-60 – unser Leben“



Das „**Adventskonzert aus Dresden**“ gestalteten neben dem Dresdner Kreuzchor und dem Dresdner Kammerchor mit Sonya Yoncheva und Regula Mühlemann gleich zwei junge und erfolgreiche Sopranistinnen (04.12.16, 18:00 Uhr; 1,71 Mio; 7,2 % MA). Alljährlich besuchen die amtierenden Bundespräsidenten ein anderes Bundesland, um gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern Heiligabend zu feiern. Das festliche Konzert „**Weihnachten mit dem Bundespräsidenten**“ kam 2016 aus der Stadtkirche St. Moriz in Coburg. Orchester des Abends waren die Bamberger Symphoniker (24.12.16, 18:00 Uhr; 0,76 Mio; 5,4 % MA). Zudem präsentierten die Wiener

Konzerte zur Weihnachtszeit und an Neujahr

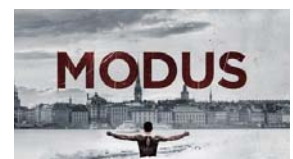
Philharmoniker heitere und besinnliche Kompositionen der Strauss-Familie in ihrem traditionsreichen „**Neujahrskonzert**“, das mittlerweile Zuschauer in über 90 Ländern verfolgen können. Am Pult stand zum ersten Mal Gustavo Dudamel (01.01.17; 11:15 Uhr; 2,84 Mio; 16,8 % MA).

Am Dienstag, 27.11.16, 22:20 Uhr, würdigte Markus Lanz in der Sendung „**Niemals geht man so ganz – Eine Hommage ans Leben**“ verstorbene prominente Menschen aus allen Bereichen des öffentlichen Lebens. 2016 sind viele Persönlichkeiten gestorben, die Deutschland geprägt haben. Götz George, Manfred Krug, Roger Willemsen, David Bowie, Muhammad Ali und Hans-Dietrich Genscher sind nur einige Prominente, an die Markus Lanz im Gespräch mit seinen Gästen erinnerte.

„**Niemals geht man so ganz – Eine Hommage ans Leben**“

„**Modus – Der Mörder in uns**“ basiert auf einem Roman der norwegischen Bestseller-Autorin Anne Holt, ein Gesellschafts-drama, in dem die kriminologische Arbeit eher in den Hintergrund rückt. Entstanden ist ein detailliertes Bild unserer modernen Gesellschaft, in der jedoch die Lebensentwürfe Homosexueller noch immer Anfeindungen ausgesetzt sind. „Modus“ startete am 20.11.16 auf dem Sendeplatz für internationale Koproduktionen am Sonntag. Alle Folgen waren bereits neun Tage vor Sendestart in der Mediathek abrufbar. Die erste Staffel von „Modus“ konnte in wettbewerbsstarkem Umfeld mit 2,52 Mio. Zuschauern und einem Marktanteil von 10,1 % die durchschnittlichen Einschaltquoten des Sendeplatzes nicht erreichen. Bei der geplanten Fortsetzung soll stärker auf eine kompakte Erzählweise und episodens- verbindende Spannungsdramaturgie geachtet werden.

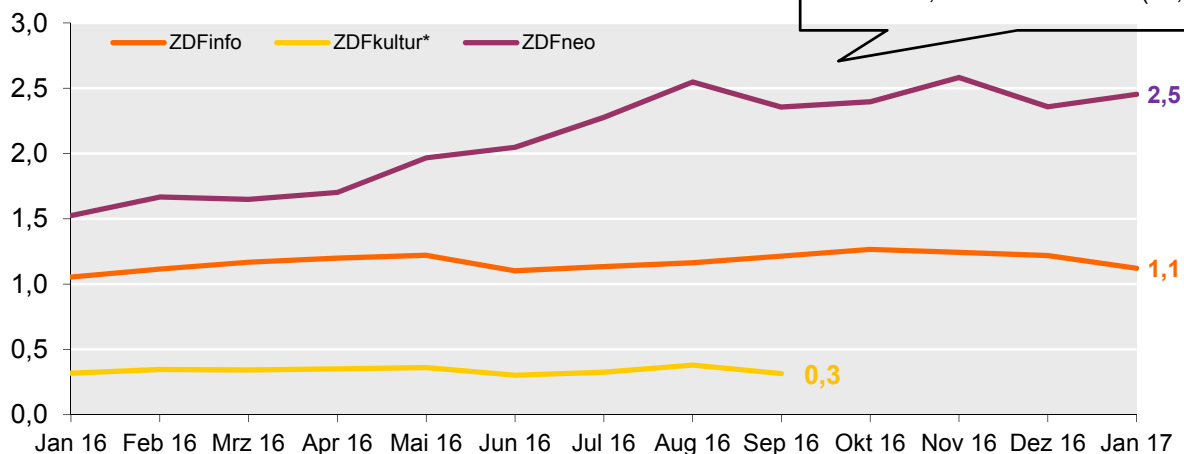
„**Modus – Der Mörder in uns**“



3 ZDF-Digitalkanäle

3.1 Akzeptanz

**Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle
Zuschauer ab 3 Jahre, Januar 2016 bis Januar 2017**



Pro Tag erreichen die Digitalkanäle im Jahr 2016 (vs. Jahr 2015):
 zusammen: 7,98 Mio. Zuschauer (+0,91 Mio.)
 ZDFneo: 4,88 Mio. Zuschauer (+0,90 Mio.)
 ZDFinfo: 3,36 Mio. Zuschauer (+0,36 Mio.)

*seit 01.10.2016 ist ZDFkultur eingestellt

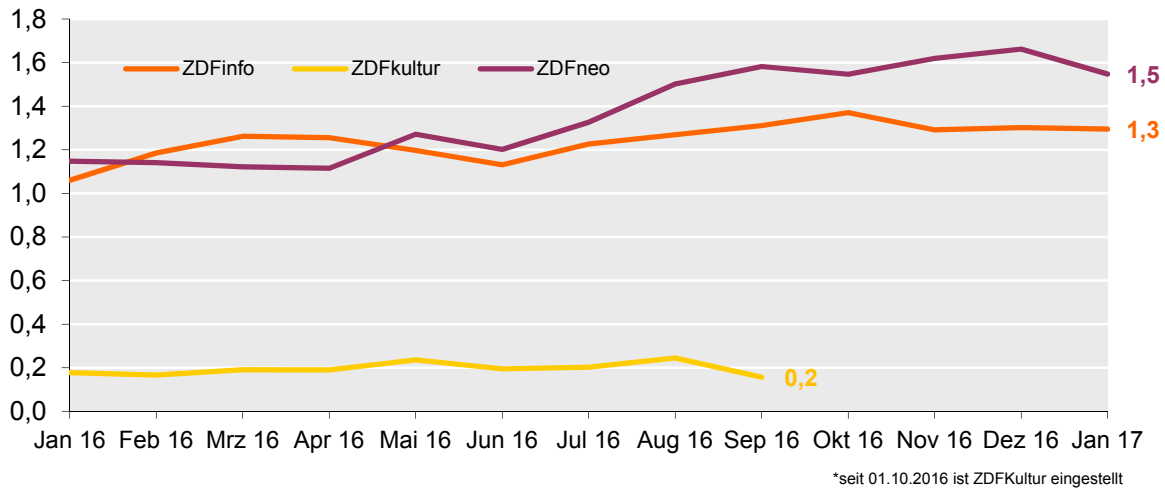
ZDFneo kann im November weiter zulegen und erzielt mit 2,6 % MA einen neuen Rekordwert. Im Dezember (2,4 % MA) ist die Akzeptanz etwas rückläufig, im Januar (2,5 % MA) wieder steigend. **ZDFinfo** kann zum Jahresende (Nov/Dez) mit je 1,2 % MA Stabilität bewahren, im Januar 2017 ist die Akzeptanz leicht rückläufig (1,1 % MA). Die beiden ZDF-Digitalkanäle zusammen erzielen im November 3,8 % MA, im Dezember und Januar liegen sie jeweils bei 3,6 % MA.

Im Jahr 2016 erzielt ZDFneo mit durchschnittlich 2,1 % MA Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr (+0,5 PP), ebenso wie ZDFinfo (1,2 % / +0,2 PP). ZDFkultur schneidet aufgrund seiner Abschaltung zum 01.10.16 schwächer ab (0,2 % / -0,2 PP). Alle drei ZDF-Digitalkanäle erreichen 2016 zusammen 3,5 % MA (+0,5 PP).

Vergleicht man den Berichtszeitraum November 2016 bis Januar 2017 mit dem jeweiligen Vorjahreszeitraum, können sich ZDFinfo (1,2 % MA / +0,1 PP) und ZDFneo (2,5 % MA / +0,9 % MA) steigern. Zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle mit 3,7 % MA im Berichtszeitraum +0,6 Prozentpunkte über dem Wert des Vergleichszeitraums (3,1 % MA / inkl. ZDFkultur).

Im Digitalmarkt liegt ZDFneo im Berichtszeitraum bei durchschnittlich 2,8 % MA, ZDFinfo erreicht 1,3 % MA. Gemeinsam kommen die ZDF-Digitalkanäle im Digitalmarkt auf 4,1 % MA.

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer 14-49 Jahre, Januar 2016 bis Januar 2017



Bei 14-49-Jährigen kann **ZDFneo** im Dezember mit 1,7 % MA einen neuen Höchstwert erzielen, im November werden 1,6 % MA, im Januar 1,5 % erreicht. **ZDFinfo** liegt in allen Monaten des Berichtszeitraums durchgehend bei 1,3 % MA. Die ZDF-Digitalkanäle erreichen zusammen im Schnitt 2,9 % MA.

Im Jahr 2016 erzielt ZDFneo auch bei Jüngeren mit 1,3 % Marktanteil Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr (+0,2 PP), ebenso wie ZDFinfo (1,2 % / +0,1 PP). ZDFkultur erleidet aufgrund seiner Einstellung Verluste (0,1 % / -0,1 PP). Alle drei ZDF-Digitalkanäle erreichen 2016 zusammen 2,7 % Marktanteil (+0,3 PP).

Im Vergleich November 2016 bis Januar 2017 mit dem jeweiligen Vorjahreszeitraum, schneiden sowohl ZDFneo (1,6 % MA / +0,4 PP), als auch ZDFinfo (1,3 % MA / +0,1 PP) besser ab. Auch zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle mit 2,9 % MA im Berichtszeitraum +0,3 Prozentpunkte über dem Wert des Vergleichszeitraums (2,6 % MA / inkl. ZDFkultur).

Im Digitalmarkt liegt ZDFneo im Berichtszeitraum bei durchschnittlich 1,8 % MA, ZDFinfo erreicht 1,5 % MA. Gemeinsam kommen die ZDF-Digitalkanäle hier auf 3,3 % MA.

3.2 ZDFneo

In der Krimiserie „**100 Code**“ von Oscar-Preisträger Bobby Moresco jagt der New Yorker Ermittler Thomas Conley (Dominic Monaghan) einen Serienkiller. Der Täter inszeniert seine Opfer in einem immer gleichen Ritual. Parallelen zwischen der Mordserie in New York und aktuellen Morden in Schweden führen Conley nach Stockholm, wo er dem erfahrenen Ermittler Mikael Eklund (Michael Nyqvist) unterstellt wird. Der kompromisslose US-Ermittler und der arbeitsmüde schwedische Polizist geraten immer wieder aneinander. Die Erstausrstrahlung der 12 Folgen erzielte durchschnittlich 2,3 % im Gesamtmarkt und 1,0 % in der jungen Zielgruppe.

zdf_neo

„100 Code“

Mit der ersten eigenen Dramaserie „**Tempel**“ erweitert ZDFneo sein Programmangebot im zentralen Genre Fiction und greift gesellschaftliche Phänomene aus der Lebenswelt seiner jungen Kernzielgruppe auf. Altenpfleger Mark Tempel (Ken Duken) lebt mit Frau (Chiara Schoras) und Tochter (Michelle Barthel) im Berliner Wedding. Doch der Kiez verändert sich: Wohlhabende Familien ziehen zu und Investoren setzen alles daran, Altmieten loszuwerden. Als die Wohnung der Familie von maskierten Motorradfahrern verwüstet wird, hat Tempel genug. Er nimmt Kontakt zu seinen alten Bekannten aus der Boxerszene auf und verstrickt sich ins kriminelle Milieu. Die Erstausrstrahlung der sechs Folgen erzielte durchschnittlich 1,8 % im Gesamtmarkt und 1,1 % in der jungen Zielgruppe.

„Tempel“



Dunja Hayali und Jaafar Abdul Karim wollten im zweiteiligen Social Factual „**Wie sexistisch sind wir?**“ herausfinden, wie alltäglich Sexismus in Deutschland 2016 wirklich ist. Im ersten Teil recherchierte Hayali aus der weiblichen Perspektive und Karim aus der männlichen, was Ursachen von Sexismus sind und welche Formen er annehmen kann. Im zweiten Teil der Sendung erfuhren 18 Probanden am eigenen Leib, wie Sexismus funktioniert, aber auch, wie man sich dagegen zur Wehr setzen kann. Die Erstausrstrahlung der Folgen erzielte durchschnittlich 1,8 % im Gesamtmarkt und 1,5 % in der jungen Zielgruppe.

„Wie sexistisch sind wir?“

3.3 ZDFinfo

Siehe Fernschratsvorlage FR 2/17

zdf_info

4 Partnerprogramme

4.1 ARTE

Auf dem Fiktion-Sendeplatz am Freitagabend um 20:15 Uhr waren im Berichtszeitraum zahlreiche Koproduktionen mit dem ZDF-Hauptprogramm sowohl in Deutschland als auch in Frankreich erfolgreich. Insbesondere die beiden Fernsehfilme „**Familienfest**“ mit Lars Eidinger (25.11.16, D: 1,08 Mio., 3,6 % MA; F: 0,85 Mio., 3,3 % MA) und „**Die Glasbläserin**“ (09.12.16, D: 1,51 Mio., 4,9 % MA; F: 1,50 Mio., 6,0 % MA) erzielten jeweils Akzeptanzwerte weit über dem Senderschnitt.

arte

Koproduktionen
mit dem
Hauptprogramm

Letzterer erzählt die Geschichte zweier Waisenmädchen im Thüringer Wald in den 1890er Jahren, denen nach dem Tode ihres Vaters, mit der Erfindung der gläsernen Weihnachtskugel ein internationaler Erfolg gelingt.

Im November jährte sich zum 300. Mal der Todestag des Philosophen, Mathematikers und Historikers Gottfried Wilhelm Leibniz. Ohne seine Überlegungen zum binären Zahlensystem und der Infinitesimalrechnung wären die Online-Imperien von Google und Facebook nicht möglich. Die Dokumentation **„Leibniz–Auf der Suche nach der Weltformel“** (30.11.16, D: 0,23 Mio., 1,0 % MA; F: 0,01 Mio., 0,4 % MA) schildert das geistig ausgesprochen lebendige Leben von Leibniz, der weltweit ein Netzwerk mit 1200 Brieffreunden unterhielt und auf über 200.000 Seiten seine Gedanken niederlegte.

Im vergangenen Jahrhundert fast ausgerottet, leben mittlerweile wieder zahlreiche Wolfsrudel in Europa. Die in Synergie mit **„Terra X“** entstandene Dokumentation über die gefürchteten und zugleich faszinierenden Tiere **„Die Odyssee der einsamen Wölfe“** erzählt von der Reise dreier Wanderwölfe von der östlichsten Grenze Europas bis in den Süden Italiens. Die Dokumentation erzielte eine bemerkenswerte Zuschauerresonanz (20.12.16, D: 1,02 Mio., 3,1 % MA; F: 0,99 Mio., 3,5 % MA).

Zum ersten Jahrestag des Todes von David Bowie zeigte ARTE die BBC-Koproduktion **„David Bowie – Die letzten Jahre“** von Frances Whately. Der dokumentarische Film konzentriert sich vor allem auf die letzten fünf Jahre des bewegenden Musikers (13.01.17, D: 0,33 Mio., 1,1 % MA; F: 0,30 Mio., 1,9 %).

Besonders erfreulich war die Resonanz in der ARTE-Mediathek. Die Doku wurde in den ersten Tagen mehr als 100.000 Mal abgerufen.

Derzeit wird an den Relaunchs der ARTE-Webseite und der App mit dem Ziel gearbeitet, die Übersichtlichkeit und Zugänglichkeit des Angebots zu verbessern.

Zum Weltkrebstag am 04.02.17 wird die zweiteilige Wissenschaftsdokumentation **„Krebs – Der König aller Krankheiten“** die Geschichte der Erkrankung und ihrer Bekämpfung beleuchten. Ausgehend von der Frühgeschichte über die Grundlagen der heutigen Krebsforschung bis zur Entschlüsselung des menschlichen Genoms werden in der Sendung Therapiemöglichkeiten wie Chemotherapie, Bestrahlung und operative Eingriffe diskutiert.

4.2 3sat

Am 16. November widmete sich 3sat in einem thematischen Schwerpunkt technischen und elektronischen Lösungen für den menschlichen Körper, darunter die Dokumentation **„Techno Sapiens - Die Zukunft der Spezies Mensch“**.

Die Berliner Museumsinsel ist eine einzigartige Museumslandschaft und Teil des UNESCO-Welterbes. ZDF und 3sat sind ihrer Entwicklung durch eine langjährige Medienpartnerschaft mit der Stiftung Preußischer Kulturbesitz eng verbunden. Mit der

„Leibniz – Auf der Suche nach der Weltformel“

„Die Odyssee der einsamen Wölfe“

„David Bowie – Die letzten Jahre“

Relaunch der ARTE-Website und -App

„Krebs – Der König aller Krankheiten“

**Schwerpunkt
„Technische und elektrische Lösungen“**

Berliner Museumsinsel

Langzeitdokumentation „**Jahrhundertprojekt Museumsinsel**“ und aktuellen Berichten im 3sat-Magazin „**Kulturzeit**“ begleitet 3sat die Fortschritte des gigantischen Restaurierungs- und Bauvorhabens seit 2001 regelmäßig im TV-Programm und auf 3sat.de. Die jüngste Dokumentation „**Ein Eingang für die Ewigkeit**“ (26.11.16, 21:45 Uhr, 0,37 Mio. / 1,3 % MA) stellt das noch im Bau befindliche, von Star-Architekt David Chipperfield entworfene neue Eingangsgebäude der Museumsinsel vor, die „James Simon Galerie“.

Die vielseitige Person Beethoven – Revolutionär, Unternehmer und virtuoser Komponist – war in der ersten Dezemberhälfte an drei aufeinanderfolgenden Samstagen in der Reihe „**Mythos Beethoven**“ das Thema (03.12.16, Ø 0,39 Mio., 1,3 % MA; 10.12.16, Ø 0,30 Mio., 1,2 % MA; 17.12.16, Ø 0,15 Mio., 0,6 % MA).

Mit den Thementagen zu Weihnachten und zur Jahreswende, wie „**In 24 Stunden um die Welt**“ (1,4 % MA), „**Expedition Wüste**“ (2,2 % MA), „**Welt der Antike**“ (2,1 % MA), „**Kabarett und Comedy**“ (2,5 % MA), „**Pop Around the clock**“ (3,1 % MA), „**Zukunftsvisionen**“ (1,9 % MA) und „**Winterwelten**“ (1,7 % MA) war 3sat ausgesprochen erfolgreich und konnte damit den Monat Dezember mit 1,5 % MA abschließen.

Am 14.01.17 zeigte 3sat das Jubiläumskonzert „**80 Jahre Israel Philharmonic Orchestra**“ aus Tel Aviv (0,42 Mio., 1,3 % MA) und im Anschluss den Dokumentarfilm „**Orchester im Exil**“ von Josh Aronson (0,41 Mio., 1,4 % MA).

Vom 9. bis 19.02.17 berichtete 3sat gemeinsam mit dem ZDF wieder umfangreich von der **Berlinale** und übertrug die Eröffnungsgala am 09.02.17 sowie die Bärenverleihung am 18.02.17 live. Begleitend zur Berlinale zeigte 3sat eine Spielfilmreihe unter dem Label „**Bärenstarkes Kino**“ mit prämierten Filmen von den Berlinale der vergangenen Jahre.

„**Mythos Beethoven**“

**Thementage zu
Weihnachten**

„**80 Jahre Israel
Philharmonic
Orchestra**“

Berlinale

4.3 PHOENIX

Siehe Fernschratsvorlage FR 1/17



4.4 KiKA

Nach dem Terroranschlag auf den Berliner Weihnachtsmarkt am 19.12.16 reagierte KiKA mit einem umfassenden Informations- und Beratungsangebot für Kinder und Eltern. So berichtete die Kindernachrichtensendung „**logo!**“ in der Sendung vom 20.12.16 ausführlich über die Tat und den aktuellen Stand der Ermittlungen. Im Anschluss an die Sendung standen die „**logo!**“-Moderatorin Jennie Sieglar sowie Clarissa Corrêa da Silva und Sabine Marx vom „**KUMMERKASTEN**“-Team in einem Chat für die Fragen der Zuschauer und Internetnutzer zur Verfügung. Im Online-Angebot „**KiKA für Erwachsene**“ gab Sabine Marx, Fachberaterin der Diakonie, in einem Video-Interview Hilfestellungen für Eltern, wie das Ereignis in der Familie thematisiert werden kann. Ergänzend



dazu wurden allgemeine Informationen für Eltern zum Umgang mit Nachrichten, die Kindern Angst machen, zur Verfügung gestellt.

Auch in der achten Staffel der ZDF-Doku-Reihe **„Die Mädchen-WG: Sommer. Sonne. Elternfrei“** konnte das Programm seine Attraktivität noch einmal steigern, u.a. durch zahlreiche ergänzende Online-Inhalte zur Sendung wie Homestories oder einen Online-Blog, in dem die Zuschauer in direkten Kontakt mit den Protagonistinnen treten konnten. Das WG-Angebot auf dem YouTube-Kanal generierte seit 21.11.16 bislang 4,4 Mio. Abrufe.

„Die Mädchen WG“

Mit einem Kindermarktanteil von 18,7 % bestätigte KiKA 2016 mit einem zweiten Platz seine etablierte Position im Kinderfernsehmarkt. Mit einem Marktanteil von 29,3 Prozent war KiKA auch 2016 die Nummer eins bei den Vorschulkindern (drei bis fünf Jahre). Laut einer repräsentativen Studie des Marktforschungsinstituts iconkids & youth nennen 51 % der Sechs- bis 13-Jährigen KiKA als ihren Lieblingssender (bis zu drei Nennungen). Dieser Erfolg unterstreicht die hohe Akzeptanz des Kindervollprogramms, das sich mit vielfältigen Informations-, Bildungs-, Fiktions- und Unterhaltungsprogrammen gezielt an unterschiedliche Altersgruppen richtet.

Wettbewerbsposition 2016

Kindern und Jugendlichen die Möglichkeiten, aber auch Gefahren des Social Web zu vermitteln, ohne ihnen den Spaß an der Vielfalt von Internetangeboten zu nehmen, ist ein wichtiger Bestandteil des präventiven Jugendmedienschutzes. Rund um den Safer Internet Day am 07.02.17 setzten ZDF und KiKA einen medienpädagogischen Schwerpunkt, der über Themen wie Cybermobbing informierte. Beteiligt waren die Sendungen **„pur+“**, **„Löwenzahn“** und **„logo!“**.

**ZDF-/KiKA-Schwerpunkt
„Sicherheit im Netz“**

Für eine gezielte Ansprache von Erwachsenen, Eltern und Pädagogen spielen Drittplattformen eine immer wichtigere Rolle. Deshalb erweitert KiKA sein bestehendes Telemedienangebot um einen Facebook-Auftritt. Der redaktionsübergreifend konzipierte KiKA-Auftritt bei dem sozialen Netzwerk richtet sich an Erwachsene und soll im März 2017 starten. Damit schafft KiKA eine **Dialogplattform für Eltern und Erzieher**, die sich gezielt über einzelne Programme, aber auch über übergreifende Themen wie Mediennutzung und -kompetenz mit dem Sender austauschen wollen.

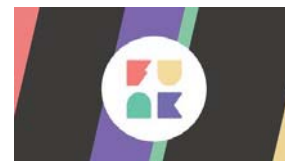
Dialogplattform für Eltern und Erzieher

Unter dem Label **„Respekt für meine Rechte!“** widmet sich der KiKA-Themenschwerpunkt 2017 erneut einem aktuellen und gesellschaftlich relevanten Thema. Ende des Jahres stehen das Zusammenleben von Menschen in Deutschland mit unterschiedlicher Hautfarbe, Herkunft, Religion, Kultur und Sprache im Fokus seines Programms und seines begleitenden Onlineangebots. In einer Vielzahl von Programmen unterschiedlicher Genres wird das Thema differenziert aufgegriffen und umgesetzt. Für Lehrer und Pädagogen steht zudem ein umfangreiches Angebot an pädagogischem Begleitmaterial zur Verfügung.

„Respekt für meine Rechte!“

4.5 funk

In den Berichtszeitraum fiel die Hundert-Tage Bilanz des jungen Content-Netzwerks funk. funk richtet sich an 14-29-Jährige und verbreitet seine Inhalte vor allem über Drittplattformen. Dort wurden in den ersten drei Monaten des Bestehens auch die meisten Nutzungen gezählt. Die funk-Formate insgesamt erreichten im Zeitraum von Oktober bis Ende Dezember auf YouTube 50,3 Millionen Videoabrufe, bei Facebook 22,7 Millionen Videoabrufe. Die Kurve zeigt aufwärts: Im ersten Monat Oktober zählte das Internetangebot bei YouTube 12 Millionen Videoabrufe und bei Facebook 6 Millionen.



Das ZDF-Recherche-Format „**Jäger & Sammler**“ kommt plattformübergreifend auf 1,4 Millionen Abrufe, das Comedy-Format „**Gute Arbeit Originals**“ auf 2,1 Millionen. „**Tourettikette**“ und „**Germania**“ kommen zusammen auf rund 950.000 Abrufe. Für 2017 sind weitere Formate des ZDF für funk in Planung: Mit „**musstewissen**“ startet ein umfangreiches Schulwissen-Angebot auf YouTube. Auch in den Bereichen Service, Webdoku und fiktionale Webserie werden neue Formate im ZDF entwickelt. Im Bereich fiktionale Kaufserie steuert das ZDF im ersten Quartal 2017 gemeinsam mit ZDFneo die Serien „**Outcast**“ und „**Wayward Pines**“ bei.

Die App wurde bis zum Jahresende 112.000 Mal heruntergeladen. Hier hat im Berichtszeitraum auch bereits eine erste Anpassung stattgefunden. funk arbeitet intensiv mit dem Feedback der User. So wurde der App die Funktion eines Überblicks über die Gesamtpalette der funk-Formate hinzugefügt. Die kontinuierlich Arbeit an Formaten bleibt ein Wesenskern der Arbeit von funk. Derzeit werden die Formate „**Tourettikette**“ und „**Germania**“ komplett überarbeitet, um aus den Erfahrungen der ersten Monate zu lernen und eine Weiterentwicklung zu ermöglichen.

5 ZDF-Telemedienangebote

5.1 Akzeptanz

Ø tägliche Visits: Die ZDF-Onlineangebote im Vergleich

Angebot	Ø Visits pro Tag Nov. 2016	Ø Visits pro Tag Dez. 2016	Ø Visits pro Tag Jan. 2017	Veränderung Nov. 16 auf Jan. 17
ZDFonline (ZDFmediathek) *)	1.786.787	1.834.658	1.997.368	+12%
ZDF Nachrichten und Sport	536.648	576.812	652.497	+22%
tivi.de **)	105.926	146.344	94.924	-10%

Quelle: INFOnline (SZMnG-Verfahren)

Seit dem Relaunch am 28.10.16 werden zdf.de und heute.de nicht mehr gesondert dargestellt, stattdessen ZDFonline (ZDFmediathek) und ZDF Nachrichten und Sport.

*) ZDFonline (ZDFmediathek): ZDF-intern berechneter Nettowert aus zdf.de, heute.de und tivi.de. Ggf. geringfügige Abweichungen zum INFOnline-Wert.

**) Die mobilen Visits von tivi.de sind durch einen Verpixelungsfehler in der tivi-App überhöht.

ZDFonline (ZDFmediathek) erzielt im Januar 2017 Ø 2,00 Mio. Visits täglich und liegt damit auf einem höheren Niveau als im November 2016 (+12 %). ZDF Nachrichten und Sport (Ø 0,65 Mio. Visits/Tag) gewinnt +22 % und tivi.de (Ø 0,09 Mio. Visits/Tag) verliert -10 % gegenüber November 2016.

Sichtungen:

Die 20 erfolgreichsten ZDF-Abrufvideos von 01.11.2016 bis 31.01.2017

Einzelvideos - ZDFonline (ZDF + Digitalkanäle inkl. ZDFtivi/ZDF-KiKA)

Rang	Video	erste Livestellung	Sichtungen
1	heute-show – Der Jahresrückblick 2016	16.12.2016	670.709
2	heute-show vom 2. Dezember 2016	02.12.2016	450.460
3	heute-show vom 9. Dezember 2016	09.12.2016	425.624
4	heute-show vom 27. Januar 2017	27.01.2017	344.457
5	heute-show vom 11. November 2016	11.11.2016	340.651
6	heute-show vom 18. November 2016	18.11.2016	313.426
7	heute-show vom 4. November 2016	04.11.2016	281.594
8	NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann vom 15. Dezember 2016	15.12.2016	249.045
9	heute-show vom 25. November 2016	25.11.2016	245.959
10	Das Sacher. In bester Gesellschaft (1)	16.01.2017	232.600
11	Der Fernsehfilm der Woche: Die Lebenden und die Toten (2) - Ein Taunuskrimi	02.01.2017	215.860
12	Das Sacher. In bester Gesellschaft (2)	18.01.2017	211.707
13	Der Fernsehfilm der Woche: Die Lebenden und die Toten (1) - Ein Taunuskrimi	02.01.2017	194.003
14	Herzkino: Rosamunde Pilcher – Haustausch mit Hindernissen	18.12.2016	186.263
15	Der Bergdokter: Fremdes Herz	12.01.2017	180.890
16	NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann vom 8. Dezember 2016	08.12.2016	177.571
17	Herzkino: Inga Lindström – Zurück ins Morgen	04.12.2016	171.446
18	NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann vom 3. November 2016 *)	03.11.2016	167.410
19	Der Bergdokter: Familienfieber	19.01.2017	167.196
20	Die Anstalt vom 1. November 2016	01.11.2016	165.111

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten DCR, Aggregation über Basename des Videos

*) Auf der Microsite neomagazinroyale.de war die Messung vom 28.10.16 bis 02.12.16 fehlerhaft – die Werte für das Video NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann vom 03.11.16 sind daher unvollständig. Wie viele Sichtungen fehlen, lässt sich nicht beziffern.

Hinweise:

Seit dem 28.10.16 erhebt die AGF Streamingmessung im ZDF sämtliche Sichtungen, die über Webbrowser erfolgen. Damit wird die gesamte Nutzung an PCs und Laptops erfasst, sowie die Nutzung über Smartphones und Tablets, wenn sie über die Website erfolgt. Noch nicht erfasst wird die Nutzung über die ZDF-Apps und über Smart-TVs. Die Messvoraussetzungen hierfür werden derzeit geschaffen.

Das Abrufvideo heute-show – Der Jahresrückblick 2016 platziert sich mit 671 Tsd. Sichtungen auf Rang 1 der Hitliste. Rang 2 belegt die heute-show vom 02.12.16 mit 450 Tsd. Sichtungen und Rang 3 die heute-show vom 09.12.16 mit 426 Tsd. Sichtungen. Insgesamt sind acht Abrufvideos der heute-show in der Hitliste vertreten. Das erfolgreichste fiktionale Format ist Das Sacher. In bester Gesellschaft (1) (233 Tsd. Sichtungen/Rang 10), der zweite Teil belegt mit 212 Tsd. Sichtungen Rang 12 der Hitliste.

Insgesamt sind zwölf Unterhaltungsformate und acht fiktionale Formate in der Hitliste vertreten. Grundsätzlich sammeln Videos aus dem fiktionalen und Unterhaltungsbereich über einen längeren Zeitraum hinweg mehr Nutzung als beispielsweise Videos zu aktuellen Nachrichten, welche i.d.R. schnell durch aktuellere Ausgaben ersetzt werden. Zur Einordnung: Die Ausgaben des heute-journals erzielen inkl. aller Einzelbeiträge von November 2016 bis Januar 2017 durchschnittlich 18 Tsd. Sichtungen pro Ausgabe.

6 Auszeichnungen/Preise

Preis:	Youth News Exchange Award 2016
Sendung / Beitrag:	logo! (Folge: Jennies Umwelt-Challenge)
Kategorie:	Beste Sendung
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Markus Mörchen

Preis:	Juliane Bartel Medienpreis 2016
Sendung / Beitrag:	Der Jungfrauenwahn
Kategorie:	Fernsehen, Dokumentation
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel und ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Burkhard Althoff (DKF), Kathrin Brinkmann (ARTE)

Preis:	Oscar-Nominierung 2017
Sendung / Beitrag:	Unter dem Sand
Kategorie:	Bester nicht-englischsprachiger Film
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Daniel Blum
Sendung / Beitrag:	auslandsjournal: Das Schicksal der Kinder von Aleppo – Neue Heimat Deutschland
Kategorie:	Kurzdokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	HR Aktuelles
Verantwortliche Redakteure:	Diana Zimmermann, Frederic Ulferts

Preis: Deutscher Regiepreis „Metropolis“ 2016

Sendung / Beitrag: Die weiße Schlange
Kategorie: Kinder- und Jugendfilm
Zuständige Redaktion: HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteure: Irene Wellershoff, Götz Brandt

Preis: Georg-von-Holtzbrinck-Preis für Wirtschaftspublizistik 2016

Sendung / Beitrag: Schöne neue Welt
Kategorie: Audiovisuell
Zuständige Redaktion: PB Info, Gesellschaft und Leben
Verantwortliche Redakteure: Michael Gries, Ursula Schmidt

Preis: Dok Leipzig 2016

Sendung / Beitrag: Cahier africain
Kategorie: Silberne Taube, Preis der Interreligiösen Jury
Zuständige Redaktion: 3sat
Verantwortliche Redakteure: Katya Mader, Udo Bremer

Sendung / Beitrag: Fighter

Kategorie: Gedanken-Aufschluss-Preis, Sektion „Dok im Knast“
Zuständige Redaktion: 3sat
Verantwortlicher Redakteur: Daniel Schlösser

Preis: Banff Mountain Filmfestival 2016

Sendung / Beitrag: Die Hirtin aus Ladakah
Kategorie: Großer Preis
Zuständige Redaktion: ARTE
Verantwortliche Redakteurin: Marita Hübinger

Sendung / Beitrag: Havarie

Kategorie: ARTE-Dokumentationspreis
Zuständige Redaktion: ARTE
Verantwortliche Redakteurin: Doris Hepp



Dr. Thomas Bellut