

TÄTIGKEITSBERICHT

des Intendanten in der 6. Sitzung
der XV. Amtsperiode des Fernsehrates
am 29. September 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

das ZDF ist auch im aufgelaufenen Jahr 2017 mit deutlichem Abstand Marktführer vor der ARD. In einem schwieriger gewordenen Marktumfeld, in dem die gesamte private Konkurrenz trotz enormer Renditen nur noch einstellige Marktanteile verzeichnet, ist auch die Konstanz des Zuschauerzuspruchs zum ZDF bemerkenswert: In nahezu jedem Monat des Jahres 2017 erzielt das ZDF einen Marktanteil von 13 % oder mehr. Das ZDF ist außerdem inzwischen in der gesamten Tagesphase von 9:00 bis 23:00 Uhr der meist gesehene Sender. Das ist im Jahr der Bundestagswahl, in dem die Zuschauerinnen und Zuschauer zu Recht in besonderem Maße Orientierung von uns erwarten, kein Selbstzweck. Durchgängig gut eingeschaltete Sendestrecken sichern gerade in einem immer unübersichtlicheren Angebot vermeintlicher Fakten und Meinungen eine verlässliche Reichweite informationeller Grundversorgung.

Dass dieser Publikumserfolg nicht zu Lasten jüngerer Zuschauer geht, belegt die weiter zunehmende Akzeptanz der ZDF-Senderfamilie. ZDFneo gewinnt im laufenden Jahr fast einen gesamten Prozentpunkt hinzu, ZDFinfo ist vor allem Dank seiner Zuwächse bei den 14- bis 49-Jährigen der meist gesehene Informationskanal in Deutschland.

Gleichwohl ist erkennbar, dass die mit 226 Minuten pro Tag nach wie vor üppige durchschnittliche Sehdauer des 1. Halbjahres 2017 nur noch bei älteren Zuschauern wächst. Bei den jüngeren Zuschauern gibt es hier z.T. deutliche Rückgänge, insbesondere bei den unter 30-Jährigen. Wenn wir jedoch jüngeres Publikum mit unseren linearen Fernsehinhalten nachweislich besser erreichen, spricht einiges dafür, diesen Inhalten auch online den gebührenden Raum zu gewähren. Gerade deshalb ist es wichtig, dass uns die Bedingungen des derzeit von den Ländern überarbeiteten Telemedienauftrags hierzu entsprechende Möglichkeiten eröffnen. Dies gilt insbesondere für die Verbreitung von ZDF-Inhalten über Drittplattformen wie YouTube oder Facebook, die von jüngeren Zielgruppen immer stärker genutzt werden.

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 ZDF-Finanzsituation	6
2. ZDF-PROGRAMM	8
2.1 Akzeptanz	8
2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV	11
2.2.1 Wettbewerbsumfeld	11
2.3 Chefredaktion	12
2.4 Programmdirektion	16
3. ZDF-DIGITALKANÄLE	18
3.1 Akzeptanz	18
3.2 ZDFneo	19
3.3 ZDFinfo	20
4. PARTNERPROGRAMME	21
4.1 ARTE	21
4.2 3sat	22
4.3 PHOENIX	23
4.4 KiKA	25
4.5 funk	25
5. ZDF-TELEMEDIENANGEBOTE	26
5.1 Akzeptanz	26
6. AUSZEICHNUNGEN/PREISE	28

Berichtszeitraum: 16.05.17 bis 15.08.17

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Das Vorhaben der Länder, die von Politik und KEF aus Wirtschaftlichkeitsgründen geforderte Zusammenarbeit der Rundfunkanstalten entsprechend der Privilegierung der Presseverlage gegen Kartellvorwürfe abzusichern, ist am Widerstand des Bundestages gescheitert. Die Rundfunkreferenten der Länder haben daher einen Vorschlag entwickelt, demgemäß der öffentlich-rechtliche Rundfunkauftrag gleichzeitig eine Betrauung der Sendeanstalten mit der Erbringung von „Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse“ darstellt. Derartige gesetzliche „Betrauungen“ sind nach europäischem Recht von der Anwendung kartellrechtlicher Beschränkungen freigestellt. Die Regelung soll ZDF und ARD die nötige Rechtssicherheit bei Kooperationen verschaffen.

Betrauungslösung für Kooperationen

Im Rahmen einer von den Ländern durchgeführten Online-Konsultation sowie einer darauffolgenden Anhörung, an der sich Verleger, private Rundfunkveranstalter, Produzenten, Kabelunternehmen und weitere Interessenvertreter beteiligt haben, wurde der Vorschlag kontrovers diskutiert. Die Neuregelung soll wie auch der Telemedienauftrag im September und Oktober auf politischer Ebene in der Rundfunkkommission der Länder behandelt werden.

Ab Mai 2018 entfaltet die neue Europäische Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) unmittelbare Rechtskraft in Deutschland. Sie enthält im Interesse eines EU-weit einheitlichen Datenschutzniveaus Regelungen für die Verarbeitung personenbezogener Daten. Außerdem macht sie Vorgaben zur Durchsetzung datenschutzrechtlicher Ansprüche und zur Ausgestaltung der Aufsicht über den Datenschutz in den Mitgliedsstaaten.

Datenschutz

Für die Landesgesetzgeber ergibt sich dadurch Anpassungsbedarf bei den Datenschutzvorschriften, etwa zur Sicherung des sog. Datenschutzrechtlichen Medienprivilegs im Rundfunkstaatsvertrag, das das Datenschutzrecht in Ausgleich bringt mit der Rundfunkfreiheit. Auch sind die Regelungen im ZDF-StV zum Datenschutz im ZDF und zur Ausgestaltung der Aufsicht über den Datenschutz im ZDF an die Vorgaben der DS-GVO anzupassen.

Die Länder haben hierzu einen Gesetzesvorschlag vorgelegt. Das ZDF hat hierzu gemeinsam mit der ARD Stellung genommen. Dabei begrüßt das ZDF die Ausgestaltung des Medienprivilegs ebenso wie den Vorschlag, die Aufsicht über den Datenschutz beim ZDF in den Händen des/der Datenschutzbeauftragten des ZDF zu belassen. Dieser soll als unabhängige Aufsichtsstelle entsprechend den Vorgaben der DS-GVO ausgestaltet werden, was vom ZDF im Interesse der Rundfunkfreiheit ausdrücklich unterstützt wird. Allerdings sieht das ZDF in Bezug auf die Regelungsvorschläge für den ZDF-StV noch Anpassungsbedarf. So ist es aus Sicht des Hauses nach der DS-GVO nicht erforderlich, dass die DSB neben ihren datenschutzrechtlichen Aufgaben keinerlei weitere, mit dem Amt kompatiblen Tätigkeiten mehr ausüben können soll. Eine solche Regelung ist von der DS-GVO nicht gefordert. Darüber hinaus sollte bei den Anforderungen

an die Qualifikation der Kandidaten keine "3-jährige Berufserfahrung in leitender datenschutzrechtlicher Position" gefordert werden. Einer solchen Qualifikationsanforderung unterliegt nicht einmal die Bundesdatenschutzbeauftragte. Auch ist aus Sicht des ZDF eine Begrenzung der Amtszeiten auf drei mal vier Jahre im Sinne einer Kontinuität der Amtsführung und eines effektiven Datenschutzes als zu restriktiv anzusehen. Schließlich bringt die Regelung, dass zusätzlich zur/zum Datenschutzbeauftragten ein weiterer, behördlicher Datenschutzbeauftragter zu bestellen ist, einen entsprechend höheren Personalstellenaufwand mit sich, der den Sparanstrengungen des Senders zuwiderläuft.

Wie im letzten Tätigkeitsbericht angekündigt, haben die Länder auf Arbeitsebene einen Entwurf zur Reform des Telemedienauftrags entwickelt. Dieser wurde zwischenzeitlich vorläufig finalisiert und im Rahmen einer Online-Konsultation veröffentlicht.

Telemedienauftrag

Der Entwurf sieht die Aufhebung des Sendungsbezugs und eine stärkere Unabhängigkeit der Online-Angebote vom linearen Programm vor. Gesetzliche Vorgaben zu den Verweildauern sollen weitgehend entfallen, diese sollen zukünftig vornehmlich im Rahmen des Drei-Stufen-Test nach Inhaltsekategorien differenziert erfolgen. Im Bereich der Sportereignisse soll weiterhin eine zeitliche Beschränkung erhalten bleiben, welche allerdings erweitert wird.

Bei den bisher komplett verbotenen fiktionalen Angeboten auf Abruf, die nicht Auftragsproduktionen sind – sog. Lizenzen – wird eine ebenfalls zeitlich befristete Öffnung vorgesehen, die im Länderkreis auch auf Fachebene noch umstritten ist. Im Entwurfstext findet sich eine Öffnung für Lizenzen europäischer Produktionen bis zu 30 Tage nach Ausstrahlung.

Auch die Nutzung von Drittplattformen soll zukünftig – nach dem Vorbild von funk – in erweitertem Umfang zulässig sein. Auch hier erfolgt eine Einbindung in den Drei-Stufen-Test.

Der Vorschlag der Länder wurde mit zahlreichen Interessensvertretern von Verlagen, Rundfunkveranstaltern und Produzenten wie Urhebern kontrovers diskutiert. Dabei konnte das ZDF darauf hinweisen, dass es nicht nur mit den Autoren und Regisseuren über aktuelle gemeinsame Vergütungsregeln verfügt, die eine angemessene Vergütung sicherstellen, sondern in Abstimmung mit der Allianz Deutscher Produzenten neue Rahmenbedingungen einer fairen Zusammenarbeit verabschiedet hat, die wesentliche Vertragsverbesserungen für die Produzenten enthalten. Diese sehen erstmal nicht nur Regelungen für teilfinanzierte Auftragsproduktionen, sondern auch einen erhöhten Gewinnaufschlag bei längeren Online-Nutzungen des ZDF vor. Insgesamt werden zusätzlich 98,5 Mio. € bis 2020 für die Verbesserung dieser Vertragsbedingungen aufgewandt.

1.2 Medienbranche

Der TV-Werbemarkt ist im ersten Halbjahr 2017 mit 1,5 % stärker gewachsen als der gesamte deutsche Werbemarkt. Dennoch gab ProSiebenSat.1 bekannt, dass man seine bisherige Wachstumsprognose für die TV-Werbeinnahmen 2017 zurücknehme und man nur noch von einem Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres ausgehe. Die Prognose für den Umsatz und den Gewinn des Gesamtunternehmens wurde nicht revidiert. Trotzdem brach der Aktienkurs nach Bekanntgabe der Prognoseänderung binnen 24 Stunden um 15 % ein. Bezogen auf das gesamte Jahr 2017 ist ProSiebenSat.1 das DAX-Unternehmen, dessen Aktie sich mit einem Minus von 30 % am schlechtesten entwickelt hat. Nichtsdestotrotz ist der Konzern weiterhin rentabel. Die Rendite des Gesamtkonzerns lag im ersten Halbjahr 2017 bei 24,5 %. Hintergrund für den deutlichen Rückgang des Aktienkurses sind die deutlich verschlechterten Akzeptanzwerte der Sender ProSieben und Sat.1. Beide hatten in letzter Zeit deutliche Marktanteilsverluste zu verzeichnen. Dafür werden in der Branche vor allem zwei Gründe verantwortlich gemacht. Zum einen habe ProSiebenSat.1 weniger Geld in seine Programme investiert und die hohen Gewinne der vergangenen Jahre stattdessen in andere Geschäftsfelder wie zum Beispiel E-Commerce investiert oder an seine Eigentümer ausgeschüttet. Des Weiteren macht sich die wachsende Konkurrenz von Angeboten wie Netflix oder Amazon Prime bemerkbar.

ProSiebenSat.1- Aktie bricht ein

So hat Amazon sein non-lineares Video- und Audio-Angebot in den vergangenen Monaten gezielt um lineare Radio- und Fernsehkanäle erweitert. Laut Tagesspiegel gibt es in Deutschland rund 17 Millionen Amazon Prime-Kunden, von denen etwa die Hälfte das Streamingangebot nutzt. Ende Mai hat Amazon Prime sein Video-Angebot in Deutschland um eine lineare Pay-TV-Plattform erweitert. Im Unterschied zu Sky können Amazon-Prime-Kunden dort nicht nur komplette Senderpakete buchen. Sie können auch einzeln Sender abonnieren. In den USA umfasst die Pay-TV-Plattform inzwischen über 100 Kanäle. Mitte August wurde bekannt, dass Amazon Prime den Eurosport-Player für 4,99 € im Monat in sein Angebot aufgenommen hat. In seinem Programm zeigt Eurosport u.a. exklusiv die Freitagabendspiele der Fußball-Bundesliga sowie fünf Sonntagsspiele und fünf der neuen Montagabendspiele. Amazon nutzt die Fußball-Bundesliga aber nicht nur, um die linearen TV-Angebote von Amazon Prime bekannt zu machen und sein Gesamtangebot zu stärken. Das Unternehmen hat darüber hinaus 2016 bei der DFL die sogenannten Netcast-Rechte erworben. Diese ermöglichen es dem Unternehmen seit dem Start der Saison 2017/18, allen Prime-Kunden online Radiostreams von sämtlichen Spielen der 1. und 2. Bundesliga sowie von den Spielen der Relegation, des Supercups und des DFB-Pokals anzubieten.

Amazon Prime auf dem Weg zur Medien-Cloud

Im zweiten Quartal 2017 hat Netflix weltweit rund 5,2 Mio. neue Kunden hinzugewonnen. Dies war mehr als Analysten zuvor erwartet worden war. Von den neuen Kunden wohnen eine Mio. in den USA und vier Mio. außerhalb. Von den insgesamt rund 104 Mio. Kunden von Netflix wohnen mit 52,03 Mio. Menschen erstmals mehr außerhalb der USA als in Herkunftsland des Unternehmens (51,9 Mio. Menschen). Für Netflix ist das starke Kundenwachstum dringend erforderlich, um die hohen Investitionen in eigenproduzierte Inhalte finanzieren zu können.

Netflix wächst unerwartet stark

Neben Amazon und Netflix baut auch Apple sein Engagement im Bewegtbildmarkt deutlich aus. Mitte August vermeldete das Wall Street Journal, dass Apple für die nächsten zwölf Monate ein Budget von einer Milliarde Dollar für die Produktion von TV-Inhalten freigegeben habe. Zum Vergleich: Netflix investiert aktuell fast sechs Mal so viel Geld in TV-Produktionen.

Apple investiert eine Milliarde Dollar in TV-Produktionen

2006 hat RTL Clipfish als werbefinanziertes Portal für User-Generated-Content gestartet, um YouTube Konkurrenz zu machen. Ende Juli gab RTL bekannt, dass man Clipfish aufgeben, nachdem die Umpositionierung zu einem Portal für qualitativ hochwertige, professionelle Clips sowie die Umstellung auf eine Longform-Plattform mit einem umfangreichen Angebot an Filmen und Serien nicht erfolgreich waren.

RTL stellt Clipfish ein

Der Auflagenrückgang im Print-Bereich setzt sich im zweiten Quartal 2017 unverändert fort. Die Zahl der durchschnittlich pro Tag verkauften Tageszeitungen in Deutschland ging im Vergleich zum Vorjahr um rund 800.000 Exemplare auf 16,6 Mio. zurück. 2007 lag die Zahl der täglich verkauften Zeitungen noch bei 24,5 Mio. Exemplaren. Der in den Zahlen berücksichtigte Anstieg an verkauften E-Papern kann den Verlust im gedruckten Bereich nicht kompensieren. Zu den größten Verlierern am Zeitungsmarkt gehörten im zweiten Quartal 2017 Bild, FAZ, Bild am Sonntag und Welt am Sonntag.

Auflagenrückgang bei Printmedien geht weiter

1.3 ZDF-Finanzsituation

Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.06.17 zeigen sich folgende Ergebnisprognosen:

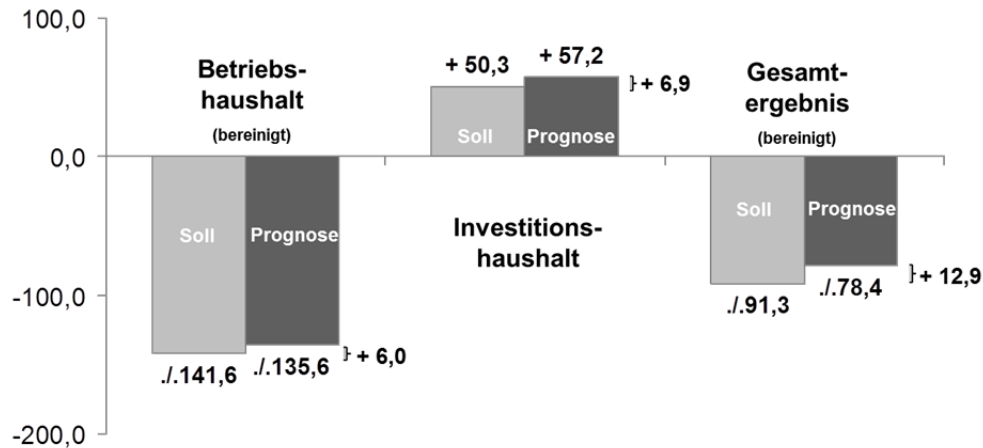
Haushaltsvollzug

Im **Betriebshaushalt** zeigt sich ein Ergebnis von ./ 101,7 Mio. € (Soll: ./ 96,9 Mio. €). Bereinigt um die nicht verfügbaren Beitragsmehrerträge in Höhe von 33,9 Mio. €, die der neuen Sonderrücklage II zugeführt werden, ergibt sich das **bereinigte Betriebsergebnis** mit einem Fehlbetrag von ./ 135,6 Mio. €. Es ist damit um rd. 6,0 Mio. € besser als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./ 141,6 Mio. €.

Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von 57,2 Mio. €, das um 6,9 Mio. € über dem Soll liegt.

Das bereinigte Gesamtergebnis ist damit um 12,9 Mio. € besser als das Soll. Die Entnahme aus der Rücklage ist entsprechend geringer.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2017 und Prognose zum 31.12.2017 [Mio. €]



Auf Basis der aktuellen Beitragsplanung und der erwarteten Zuschätzung der KEF werden beim Rundfunkbeitrag niedrigere Erträge von knapp 14,0 Mio. € prognostiziert, was insbesondere auf eine geringere Zahl pflichtiger Beitragszahler im privaten Bereich zurückzuführen ist.

Beim **Werbefernsehen/Sponsoring** ergeben sich Mehrerträge von 8,0 Mio. €.

Beim **gesamten Personalaufwand ohne Altersversorgung** wird davon ausgegangen, dass der Haushaltsplanwert um rd. 8,4 Mio. € unterschritten werden kann. Neben restriktiven Personalbewirtschaftungsmaßnahmen führt insbesondere die im Haushaltsplan pauschal mit 4,0 Mio. € berücksichtigte, aber erst Ende des Jahres startende Umwidmung von 50 Stellen von Freien Mitarbeitern in feste Anstellungsverhältnisse zu dieser Unterschreitung. Bei den Honoraraufwendungen ist eine entsprechende Überschreitung des Planwertes festzustellen.

Bei der Zuführung zur **Versorgungsrückstellung** ist die aktuelle Prognose des Versicherungsmathematikers berücksichtigt. Dabei wurde die gesamtergebnisneutrale Absenkung des Rechnungszinses gemäß Vorgabe der Deutschen Bundesbank - wie im Haushaltsplan - mit pauschal 75,0 Mio. € angesetzt. Unter dieser Prämisse wird derzeit eine Überschreitung des Planwertes um 5,4 Mio. € prognostiziert.

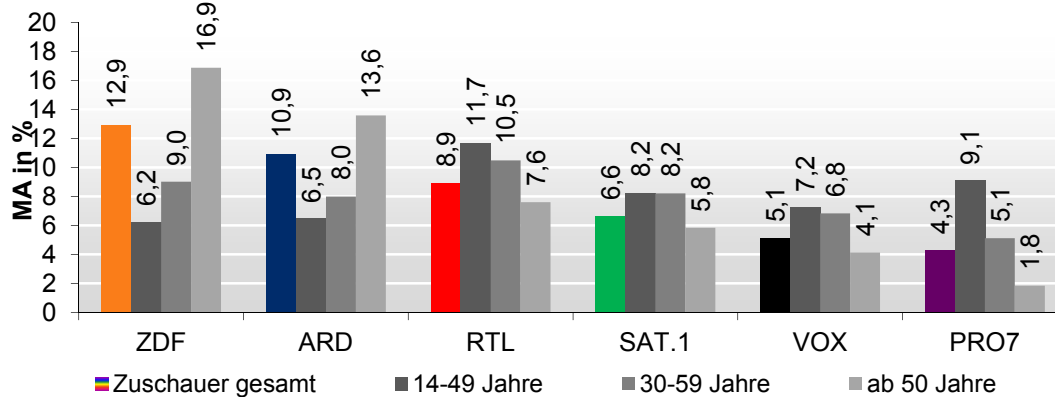
Die Aufwendungen der **Programm-, Gemeinkosten- und Dienstleistungsbereiche** liegen jeweils leicht unter dem Soll, was auch durch die geringeren Personalaufwendungen bedingt ist. Beim Programmaufwand sind ungeplante Aufwendungen im Zusammenhang mit den anhängigen Rechtsstreitigkeiten mit Vodafone/Kabel Deutschland und mit möglichen finanziellen Verpflichtungen gegenüber anderen Kabelnetzbetreibern berücksichtigt.

Im **Investitionshaushalt** sind u.a. höhere Einnahmen im Zusammenhang mit der Zuführung zur Versorgungsrückstellung sowie geringere Programminvestitionen zu verzeichnen. Aufgrund des Wegfalls der Champions League sind Programminvestitionen für zusätzliche Fernsehfilme zur Einsetzung als Regelprogramm aus programmlicher Sicht angezeigt, über deren Finanzierung noch zu entscheiden ist.

2 ZDF-Programm

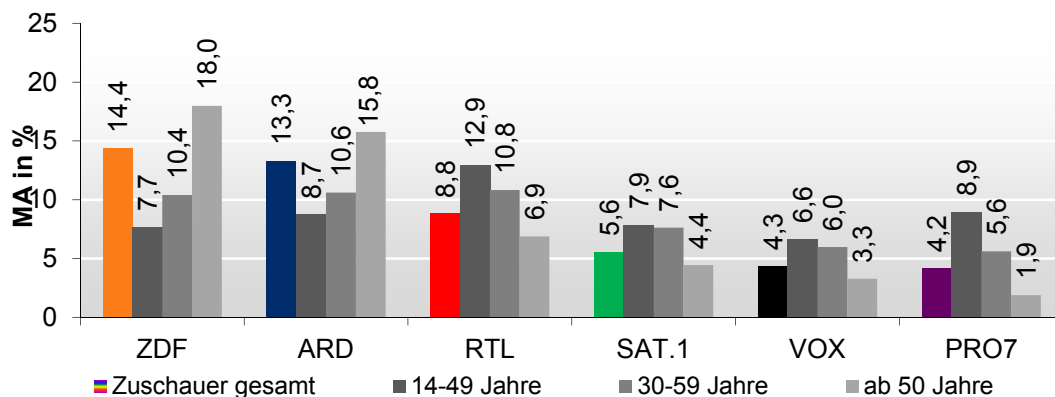
2.1 Akzeptanz

Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre,
Mai bis Aug 2017



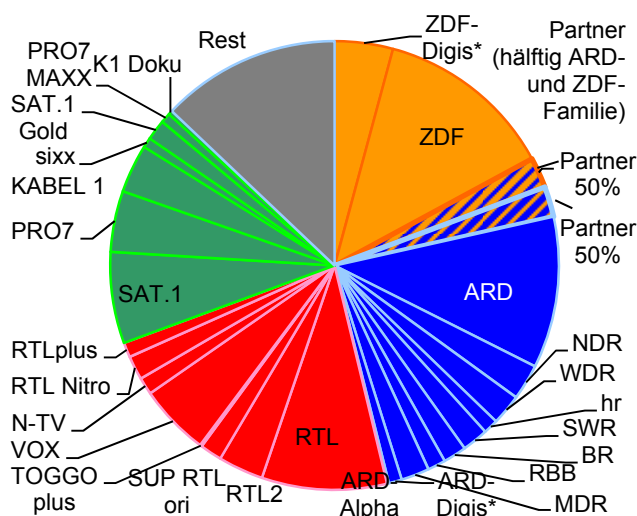
Das ZDF kann auch im Berichtszeitraum Mai bis August 2017 seine Marktführerschaft vor der ARD mit deutlichem Abstand erhalten. RTL ist Dritter vor SAT.1, VOX und ProSieben. Im Blick auf die einzelnen Monate ist das ZDF in allen vier Monaten Marktführer vor der ARD (+1,2 PP / +2,5 PP / +2,3 PP / +2,1 PP). Bei ab 50-Jährigen ist das ZDF im Berichtszeitraum ebenfalls Erster. 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 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Mai
bis Aug 2017



In der Primetime liegt das ZDF im Berichtszeitraum mit 14,4 % MA auf Rang eins. Die ARD wird hier mit 13,3 % Zweiter, RTL belegt mit 8,8 % Platz drei. Bei ab 50-Jährigen liegt das ZDF in der Primetime weiter vorne, bei 14-49-Jährigen ist Fünfter hinter Marktführer RTL, ProSieben, der ARD und SAT.1.

**Marktanteile Senderfamilien, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahre, Mai bis Aug 2017**



Zuschauer ab 3 Jahre Mai bis Aug 2017	
MA %	
ZDF-Familie	19,3
ARD-Familie	26,9
RTL Gruppe	23,2
PRO 7/SAT.1	17,7

Von Mai bis August 2017 erreicht die ZDF-Familie durchschnittlich 19,3 % MA und belegt damit unter den betrachteten Senderfamilien den dritten Platz hinter der ARD-Familie und der RTL-Gruppe, aber weiterhin vor ProSieben/Sat.1, wobei das Hauptprogramm 67 % zum Programmerfolg beiträgt, während die Digitalkanäle 22 % und Partnerkanäle 11 % 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 4 % beitragen. Die Partner steuern aufgrund der größeren Anzahl der Sender in der ARD-Familie 8 % zum Gesamterfolg bei.

Die RTL-Gruppe liegt bei 23,2 % MA- ProSiebenSat.1 Media erreicht 17,7 % MA.

2.1 Glaubwürdigkeit der Medien

Die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) führt für das ZDF seit Juni 2015 zwei verschiedene Umfragen zur Glaubwürdigkeit und zum Vertrauen von Medien und Mediengattungen sowie von Nachrichtsendungen im Fernsehen durch.

**ZDF-/FGW-
Umfragen zur
Glaubwürdigkeit
von Medien**

In einer Untersuchung im Rahmen des ZDF-Politbarometers fragte die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) im Juli 2017 (Befragungszeitraum 18.-20.07.17) zum achten Mal nach dem Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung von ARD und ZDF. Die Fragestellung war jeweils gleich, so dass die Daten in einer Zeitreihe miteinander vergleichbar sind. Dabei äußerten 66 % (+1 PP gegenüber April 2017) der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF. Das ist der bisher zweitbeste Wert in den bisherigen acht Umfragen. 31 % hatten ein geringes oder gar kein Vertrauen.

Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen acht Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 68 % im Juli 2016.

Tabelle: Vertrauen in die wahrheitsgemäße Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF, Top 2 Boxes: sehr groß/groß, Erwachsene ab 16, Prozent								
	in Prozent							
	Nov 2015	Jan 2016	Apr 2016	Jul 2016	Okt 2016	Jan 2017	Apr 2017	Jun 2017
Vertrauen sehr groß / groß	63	58	65	68	60	64	65	66
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	35	41	33	29	38	34	33	31

Forschungsgruppe Wahlen FGW Politbarometer
 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, Januar 2016, April 2016, Juli 2016, Oktober 2016, Januar 2017, April 2017, Juli 2017, jeweils ca. 1.300 Beragte, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent

Im Juni 2017 fragte die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) im Auftrag des ZDF außerdem ein viertes Mal nach der Glaubwürdigkeit unterschiedlicher Medien bzw. Mediengattungen und Nachrichtensendungen verschiedener Fernsehsender. Befragt wurden repräsentativ ca. 1.000 erwachsene Personen ab 16 Jahren.

Zu allen vier Umfragezeitpunkten zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Medien und auch zwischen den Nachrichtenangeboten. Die Befragten unterscheiden klar zwischen seriösen Qualitätsmedien und -nachrichten auf der einen und Boulevardmedien und Social Media auf der anderen Seite.

Bei den verschiedenen Medien bzw. Mediengattungen sieht eine große Mehrheit in allen vier Umfragen die regionalen und überregionalen Tageszeitungen, die wöchentlichen Nachrichtenmagazine sowie die öffentlich-rechtlichen Sender und ihre Nachrichtensendungen als am glaubwürdigsten an. Die privaten Sender insgesamt werden deutlich schwächer bewertet, auch ihre Nachrichten. Die sozialen Medien (Twitter, Facebook) und die Bild-Zeitung werden besonders schlecht bewertet. Bei der Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen einzelner Fernsehsender liegen die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF deutlich vor den Nachrichten von RTL und SAT.1.

Während über die ersten drei Umfragewellen im Zeitverlauf nur sehr wenige Veränderungen in der Einschätzung der Glaubwürdigkeit zu erkennen waren, sind in der neuesten Umfrage im Juni 2017 dagegen sowohl die Qualitäts- wie auch die Boulevardmedien besser bewertet. Dagegen verlieren die sozialen Medien nochmals an Glaubwürdigkeit. Den größten Glaubwürdigkeitszugewinn haben die Nachrichten von ARD und ZDF: beide erhalten den Wert +3,0, gegenüber der letzten Umfrage im November 2016 ein Zugewinn von +0,4. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt werden mit 2,3 (ebenfalls +0,4) besser bewertet als bei der Umfrage im November 2016.

Tabelle. Glaubwürdigkeit Medien / Nachrichtensendungen Fernsehsender, Skalenmittelwerte +5 bis -5, Erwachsene ab 16 Jahre, Skalenmittelwerte				
	Jun 2015	Mai 2016	Nov 2016	Jun 2017
	Skalenmittelwerte			
Medien				
regionale Tageszeitungen	+2,5	+2,4	+2,4	2,5
überregionale Tageszeitungen wie Süddeutsche, FAZ und Die Welt	+2,4	+2,3	+2,2	2,5
wöchentliche Magazine wie Spiegel und Focus	+2,2	+2,0	+2,1	2,3
öffentlich-rechtliche Fernsehsender wie ARD, ZDF und Dritte Programme	+2,0	+1,8	+1,9	2,3
private Sender wie RTL, SAT.1, PRO 7	+0,1	+0,1	+0,0	0,3
soziale Medien wie Twitter und Facebook	-1,4	-1,3	-1,5	-1,6
Bildzeitung	-2,0	-1,9	-1,9	-1,6
Nachrichten Fernsehen				
Nachrichten ARD	+2,7	+2,6	+2,6	3,0
Nachrichten ZDF	+2,6	+2,6	+2,6	3,0
Nachrichten RTL	+1,1	+0,9	+1,0	1,2
Nachrichten SAT.1	+1,3	+1,0	+1,2	1,3
Forschungsgruppe Wahlen FGW Frage: Was meinen Sie ganz allgemein zur Glaubwürdigkeit von verschiedener Medien? Stellen Sie sich einmal ein Thermometer vor, das aber lediglich von plus 5 bis minus 5 geht, mit einem Nullpunkt dazwischen. Plus 5 bedeutete, dass Sie persönlich diese Medien für besonders glaubwürdig halten. Minus 5 bedeutet, dass Sie diese Medien für überhaupt nicht glaubwürdig halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abgestuft sagen. Wie bewerten Sie die Glaubwürdigkeit ... Frage: Und was meinen Sie speziell zur Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen in einzelnen Fernsehsendern? Plus 5 bedeutet, dass Sie persönlich die Nachrichtensendung für sehr glaubwürdig halten. Minus 5 bedeutet, dass Sie die Nachrichtensendung für überhaupt nicht glaubwürdig halten. Mit den Werten dazwischen können sie Ihre Meinung abgestuft sagen. Wenn Ihnen die Nachrichtensendungen eines Fernsehsenders unbekannt sind, brauchen Sie diese natürlich nicht zu bewerten. Wie bewerten Sie die Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen ... Juni 2015 n=1.019, Mai 2016 n=1.007, November 2016 n = 1.008, Juni 2017 n = 1.021, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre				

2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV

2.2.1 Wettbewerbsumfeld

Das Fernseh-Sommerprogramm war 2017 wie in den Vorjahren von saisonalen Angeboten geprägt. Neben Film- und Dokumentationsreihen bildete dabei wie seit mehreren Jahren üblich die Erprobung von Show-Formaten einen Schwerpunkt. Annähernd 20 neue Sendungskonzepte wurden der Zählung von Branchendiensten zufolge erprobt. Dazu gehörten Quiz-Sendungen bei der ARD ebenso wie Neu- bzw. Weiterentwicklungen bei RTL, Sat.1, Pro7, sowie VOX. Einen thematischen Trend markierte RTLs Schul-Quiz „Nachsitzen! Promis zurück auf die Schulbank“, das auf eine bereits im Frühjahr von Sat.1 angebotene Show reagierte. Das RTL-Quiz fand ähnlich wie die Quizshow „The Wall“ und die Action-Show „Ninja Warriors“ des Kölner Senders eine zufriedenstellende Akzeptanz, was auf die durchaus stimmige Umsetzung der Formate zurückzuführen war. Erfolgreich bleibt die RTL-Gruppe mit der Weiterführung von „Sing meinen Song“ bei VOX, das mit durchschnittlich über 2 Mio. Zuschauern die bislang stärkste Staffel ablieferte. Sehr schwach waren dagegen die Show-Versuche von Sat.1 mit „It’s Showtime“ im Juni und „Jetzt oder nie – Das 100 Tage-Experiment“ fand keinen Widerhall im Publikum. Ebenso war „Noch Fragen?!“ Die Antwortshow von Pro7 trotz deutlicher Anklänge u.a. bei erfolgreichen öffentlich-rechtlichen Quizshows zu unausgegoren, um im Publikum ausreichend Resonanz zu finden. Während die neuen ARD-Quiz-Formate im Nachmittag und Vorabend beim Publikum durchfielen, setzte das ZDF neben dem weniger gelungenen Nachmittag-Trödel-Quiz „Gut geschätzt gewinnt“ nicht nur mit Hauptabend-Ausgaben von „Bares für Rares“, sondern auch mit dem humorvollen neuen Hauptabend-Quiz „Da kommst Du nie drauf“ einen vom Publikum vielversprechend angenommenen

Akzent. Der Show-Sommer 2017 hat bestätigt, dass die auch im Tagesprogramm spürbare Abkehr von polarisierenden, voyeuristischen Formaten, die im Kern des Sommers 2017 noch mit RTLs „Sommerhaus der Stars“ und „Promi Big Brother“ bei Sat.1 im Angebot vertreten waren, anhält und klassische, gut gemachte Quiz- und Action-Showformate, die das Publikum unterhalten und anregen ihren Platz im Fernsehprogrammangebot behalten. Shows als nah an den Themen- und Aktivitätstrends des Publikums operierende Programmformen behalten in Zeiten zunehmenden Wettbewerbs linearer und nonlinearer Programmangebote ihren Stellenwert für die Publikumsbindung im linearen Fernsehen.

Neben den Show-Erfahrungen setzte das ZDF-Sommerprogramm 2017 auch im fiktionalen Programm zur Primetime deutlicher als in den Vorjahren mit Erstsendungen Akzente (s. auch unter 2.4). Der große Zuschauer-Zuspruch z. B. zum Fernsehfilm „Mordkommission Königswinkel“ am Montag, 10.07.17 mit über 5,5 Mio. Zuschauern bestätigte diese Ausrichtung.

2.3 Chefredaktion

Der Tod von Helmut Kohl wurde am späten Nachmittag des 16. Juni 2017 bekannt. Nur kurze Zeit, nachdem die Meldungen verifiziert wurden, ging das ZDF mit einer fast 15-minütigen Spezial-Ausgabe der „heute“ um 17:45 Uhr und ersten Reaktionen aus Brüssel und Berlin auf Sendung (1,86 Mio., 14,7 % MA). Auch die Werbepause der „SOKO Wien“ wurde für Nachrichten genutzt: Um 18:30 Uhr gab es erneut eine Spezial-Ausgabe der „heute“ (2,85 Mio., 17,7 % MA), bevor um 19:00 Uhr die regulären Nachrichten (3,54 Mio., 18,2 % MA) starteten, die unter anderem Reaktionen von Angela Merkel und Sigmar Gabriel aufgriffen. In einem anschließenden 40-minütigen ZDF-Spezial mit dem Titel „Trauer um Helmut Kohl“ (2,38 Mio., 10,9 % MA) wurde Jean-Claude Juncker, der Präsident der EU-Kommission, zu den Verdiensten Helmut Kohls um Europa interviewt. Außerdem gab es ein Schaltgespräch mit Dr. h.c. Rudolf Seiters, dem ehemaligen Kanzleramts-Chef und Ex-Innenminister, zu den Leistungen Helmut Kohls. Zur besten Sendezeit, um 20:15 Uhr, wurde eine einstündige Dokumentation unter dem Titel „Zum Tode von Helmut Kohl - Kanzler der Einheit“ (2,51 Mio., 9,7 % MA) gesendet, die das Leben und Wirken des Politikers mit zahlreichen Interview-Ausschnitten und Archiv-Bildern zeigte. Mit fast 50 Minuten Sendezeit hatte das „heute-journal“ (2,68 Mio., 10,8 % MA) den Charakter einer Sondersendung.

Helmut Kohl

Den Trauerakt in Straßburg am 01.07.17 begleitete das ZDF mit einer fast dreistündigen Sondersendung (1,41 Mio., 16,6 % MA). Auch in den regulären aktuellen Sendungen wie „Länderspiegel“ (1,05 Mio., 7,4 % MA), „hallo Deutschland“ (1,37 Mio., 7,6 % MA), „heute“ um 19:00 Uhr (2,70 Mio., 13,7 % MA) und „heute-journal“ (2,77 Mio., 11,9 % MA) wurde der Trauerakt ausführlich thematisiert, ehe der halbstündige Film „Abschied von Helmut Kohl - Pfälzer, Europäer, Kanzler der Einheit“ (2,29 Mio., 10,8 % MA) den Tag nochmals zusammenfasste.

Das ZDF berichtete am 06.07.17, einen Tag vor Beginn des G20-Gipfels, im „ZDF-Morgenmagazin“ (0,72 Mio., 19,9 % MA) ausführlich über das Protest-Camp, über die Lage in Hamburg und über die politischen Hintergründe des Treffens. Das „ZDF-Mittagsmagazin“ (1,70 Mio., 21,0 % MA) erklärte unter anderem die Geschichte des G20-Gipfels und zeigte das Eintreffen zahlreicher Demonstranten. „heute in Europa“ (1,92 Mio., 19,5 % MA) übertrug live die Ankunft von US-Präsident Donald Trump in Hamburg. In der „heute“ um 19:00 Uhr (3,14 Mio., 16,6 % MA) wurden unter anderem die Themen des Gipfels analysiert. In der anschließenden ZDF spezial-Sendung „Gipfel der Mächtigen“ (2,66 Mio., 13,4 % MA) wurde Olaf Scholz, Erster Bürgermeister von Hamburg, zur Bedeutung des Gipfels für die Hansestadt und zum Sicherheitskonzept ausführlich befragt. Das „heute-journal“ (4,18 Mio., 17,2 % MA) berichtete über die politische Zielsetzung des Gipfels und thematisierte ebenfalls dessen Sicherheitskonzept sowie erste Ausschreitungen in der Stadt. In der Talk-Sendung „maybrit illner“ (2,65 Mio., 14,7 % MA) wurde über die Vertrauenslage zwischen den Politikern beim G20-Gipfel und über bisherige Bilanzen solcher Treffen diskutiert. Am 7. Juli das „ZDF-Morgenmagazin“ (0,79 Mio., 21,8 % MA) vor allem das kommende erste Aufeinandertreffen von US-Präsident Donald Trump mit seinem russischen Amtskollegen Wladimir Putin. Das „ZDF-Mittagsmagazin“ (0,97 Mio., 11,0 % MA) berichtete über die Zusammenkunft der Staats- und Regierungschefs, über die Lage in der Stadt und übertrug die Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel zur Eröffnung des Gipfeltreffens. Die aktuellen Sendungen berichteten kontinuierlich über die Geschehnisse des Tages. Die 45-minütige Spezialsendung am Abend (2,39 Mio., 11,6 % MA) fasste die politischen Ereignisse des Tages zusammen und berichtete sowohl über friedliche Proteste am Rande des Gipfels, als auch über die Ausschreitungen des so genannten „Schwarzen Blocks“. Das „heute-journal“ (3,44 Mio., 14,7 % MA) berichtete u.a. über die ausgehandelte Waffenruhe in Syrien. Auch am zweiten Tag des G20-Gipfels, dem 08.07.17, zeigte das ZDF neben der regulären aktuellen Berichterstattung ausführliche Sondersendungen zu den Beschlüssen des Gipfels, weltweiten Reaktionen sowie den Krawallen.

G20

Das ZDF setzte im Vorfeld der Bundestagswahl auf eine sachliche Berichterstattung ohne unterhaltende Elemente. Faktenorientierung und Zuschauernähe sind zentrale Kriterien sowohl der Regelsendungen, als auch in den Sonderformaten. Mit dem „TV-Duell“ am Sonntag, 03.09.17, 20:15 Uhr, startete das ZDF in eine informationsreiche Sendewoche zur Bundestagswahl. Es folgte der „Schlagabtausch“, der TV-Dreikampf von Linken, Grünen und CSU am Tag darauf.

Vorberichterstattung zur Bundestagswahl

In „Wie geht's, Deutschland?“ wurden in 90 Minuten die entscheidenden Wahlthemen diskutiert, ergänzt durch Reportagen aus dem ganzen Land. In fünfmal „illner intensiv“ diskutierte die ZDF-Polit-Talkerin wichtige Wahlthemen und Wahlversprechen. In der Woche darauf bat das ZDF um „Klartext, Herr Schulz!“ und „Klartext, Frau Merkel!“. In diesen beiden Publikumssendungen haben die Bürger Gelegenheit, dem SPD-Kanzlerkandidaten und der Bundeskanzlerin direkt ihre Fragen zu stellen.

Reportagen und Dokumentationen lieferten im Wahlkampf bislang Fakten, Einordnung und Hintergrund, zum Beispiel ein Doppelporträt von Angela Merkel und Martin Schulz, das am 29.08.17 ausgestrahlt wird. Bislang liefen bereits mehrere filmische Beiträge zu relevanten Themen, wie Integration („Europa und die Flüchtlinge“, 1,93 Mio., 9,1 % MA), Wirtschaft („Neues Wirtschaftswunder“, 2,12 Mio., 7,5 % MA), Gesellschaft („ZDFzoom“ mit „Strampeln, Schuffen, abgehängt“, 1,02 Mio., 9,5 % MA), Energiewende („Zwischen Wunsch und Wirklichkeit“, 2,16 Mio., 10,1 % MA) und einem Themen-Round-up mit intensivem Blick auf die Bürgerinnen und Bürger in Deutschland („Am Puls Deutschlands - Jochen Breyer unterwegs“, 1,31 Mio., 9,6 % MA).

Darüber hinaus sorgten junge Formate für eine frische Erzählhaltung: „Wähl mich! Jungpolitiker auf Stimmenfang“ (4,5 % bis 5,8 % MA, 280.000 bis 360.000 Zuschauer) ist ein unterhaltsam-informativer Dreiteiler, in dem sich junge Kandidatinnen und Kandidaten für den Bundestag ihrem Wunschwähler stellen. #felixfragt mit dem YouTuber Felix von der Laden geht den politischen Themen nach, die den sogenannten „Digital Natives“, auf den Nägeln brennen. Ein Hybrid-Projekt mit sechsteiliger YouTube-Webserie und bislang mehr als 100.000 Sichtungen.

Zahlreiche crossmediale Projekte spiegeln die wachsende Bedeutung von Online/Social Media wider und schaffen zugleich Synergien durch TV-Kooperationen: dazu zählt die Portraitreihe #ichbindeutschland ebenso wie der #ZDFcheck17, Thomas Waldes Grafik-Erklärstücke #wahlde und Eva-Maria Lemkes Polit-Glossar #wahl2go.

Nach intensiven Verhandlungen ist es SportA, der gemeinsamen Sportrechteagentur von ARD und ZDF, gelungen, für beide Häuser eine vertragliche Verständigung mit Discovery als Hauptlizenznehmer des IOC über die Übertragungsrechte an den Olympischen Spielen 2018 bis 2024 zu erzielen. Die Verständigung umfasst die Olympischen Winterspiele in 2018 in Pyeongchang und 2022 in Peking sowie die Sommerspiele 2020 in Tokio und 2024 in Paris.

**Olympische Spiele
2018 bis 2024**

Discovery ist bekanntlich auf Basis des Zuschlags durch das IOC von Ende Mai 2015 Inhaber sämtlicher audiovisueller Rechte an den Olympischen Spielen 2018 bis 2024 in Europa (mit Ausnahme Russland). Ende November 2016 waren die Verhandlungen zwischen Discovery und ARD/ZDF/SportA von Seiten Discovery aufgrund zu hoher Preisdifferenzen abgebrochen worden. Im Frühjahr 2017 hat Discovery seine Position offenkundig überdacht und war im Rahmen der Verhandlungen über News- und Highlights-Rechte auf SportA zugegangen, um die Wiederaufnahme von Verhandlungen über erweiterte Rechtepakete auszuloten.

Gegenstand der nun mit Discovery getroffenen Vereinbarung sind sämtliche linearen und non-linearen, gegenwärtigen und zukünftigen audiovisuellen Verwertungsrechte an den Olympischen Spielen 2018 bis 2024 zur Verwertung durch ARD und ZDF. Die Verwertungsrechte sind im Verhältnis zu Discovery/Eurosport Deutschland nicht-exklusiv, im Übrigen exklusiv.

Ausschließlich für die Olympische Spiele 2018 gelten folgende überschaubare Verwertungsbeschränkungen: Wettbewerbe (sowie die dazugehörigen Qualifikationen und Training-Sessions) der Sportarten Eiskunstlauf, Snowboard und Short Track können nicht live, dafür aber unbegrenzt zeitversetzt verwertet werden. Die Live-Verwertung beim Eishockey beschränkt sich für ARD und ZDF auf die deutschen Spiele und auf die Finals (Männer und Frauen). Auch hier gibt es die Möglichkeit zur unbeschränkten Nachverwertung an allen Spielen. Die Anzahl an zusätzlich zum Simulcast möglichen Live-Streams orientiert sich bei den Spielen 2018 an der Praxis der vergangenen Winterspiele und ist nur für die Spiele 2018 auf drei beschränkt.

ARD und ZDF haben ferner für 2018 verzichtet, zwischen 19:00 und 22:00 Uhr über die Olympischen Spiele in Form spezifischer Magazinsendungen zu berichten. Wegen der Zeitverschiebung (acht Stunden) bieten sich Zusammenfassungen am Nachmittag an. Auch das „heute-journal“ wird einen zusammenfassenden Olympia-Block zeigen. Die getroffene Vereinbarung wird damit den programmlichen Interessen des ZDF (und der ARD) vollauf gerecht.

Entgegen dem allgemeinen Trend steigender Lizenzsummen für sportliche Großereignisse konnten ARD und ZDF die Preise konstant halten. Dabei liegt die Summe pro Olympische Spiele leicht unter dem Betrag der beiden letzten Spiele (2014 und 2016). Die für den ersten Zyklus (2018 und 2020) allokierte Summe erreicht auch nicht den Betrag, den ARD und ZDF dem IOC im Rahmen der Ausschreibung der Übertragungsrechte 2015 geboten hatten.

Am 13.08.17 sind die programmlich für ARD und ZDF sehr erfolgreichen Leichtathletik-Weltmeisterschaften in London zu Ende gegangen (Ø 3,14 Mio., 16,5 % MA). Dabei handelte es sich um das letzte Ereignis des Ende 2017 auslaufenden Vertrages zwischen dem Internationalen Leichtathletik-Verband (IAAF) und der EBU. Unmittelbar vor der LA-WM 2017 ist es der EBU gelungen, sich im Rahmen einer Ausschreibung der Rechte durch die IAAF gegen intensive Konkurrenz durch internationale Agenturen durchzusetzen und sich mit dem Verband über einen Anschlussvertrag für die Zeit 2018 – 2023 zu verständigen. Damit verfügen ARD/ZDF auch in den kommenden Jahren über die herausragenden internationalen Ereignisse in der wichtigsten olympischen Sommersportart. Der Vertrag umfasst neben einer Vielzahl weiterer LA-Events vor allem die für ARD und ZDF besonders wichtigen Weltmeisterschaften 2019 (Doha), 2021 (Eugene/USA) und 2023 (Veranstaltungsort noch offen).

**Leichtathletik-Weltmeisterschaften
2018 bis 2023**

„plan b“ heißt das neue Dokumentations-Format, das am 7. Oktober 2017 erstmals ausgestrahlt wird. Immer samstags um 17:35 Uhr geht es in der Sendung künftig darum, ein Gegengewicht zu den üblichen Nachrichten- und Magazinsendungen zu setzen, die sich mit Krisen, Kriegen und Katastrophen auseinandersetzen und einer kritischen Annäherung an die Welt verpflichtet sind.

**Constructive
Journalism**

Das neue Format spart diese Konflikte nicht aus, geht aber auf die Zuschauer zu, die sich nicht nur die Beschreibung von Problemen, sondern auch Lösungen wünschen. Die 30-minütigen Dokumentationen beschreiben Probleme in der Lebenswirklichkeit der Protagonisten z.B. bei den Themen Wohnen, Bildung, Altersversorgung oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Gesellschaftliche Konflikte und alltägliche Fragestellungen werden heruntergebrochen auf einzelne Personen. „plan b“ will die Zuschauerinnen und Zuschauer an die Hand nehmen, um ihnen alternative Ansätze z.B. bei Finanznöten oder anderen Existenzfragen aufzuzeigen. Dazu gehören immer wieder auch „best practice“-Vergleiche aus anderen europäischen Ländern. Das neue Format ist ein Gemeinschaftsprojekt mit ARTE.

2.4 Programmdirektion

Im Berichtszeitraum setzte „37°“ einen Schwerpunkt mit vier Beiträgen zu sozialkritischen Themen - jeweils dienstags um 22:15 Uhr. Am 23.05.17 widmete sich die Reportage „Schulden, Pleite, Insolvenz - Wie Profis helfen“ (2,33 Mio.; 11,4 %) den mehr als zwei Millionen deutschen Haushalten, die als überschuldet gelten. Die Zuschauer lernten Menschen kennen, die durch unvorhersehbare Umstände oder selbstverschuldet in eine finanzielle Notlage geraten sind. Der Beitrag erzielte eine große Resonanz in der Presse und bei den Zuschauern, es gingen zahlreiche Spendenangebote ein. Porträts u.a. über Gerichtsvollzieher und arbeitslose Akademiker fügten dem „37°“-Schwerpunkt bedrückende Perspektiven hinzu.

**„37°“-Schwerpunkt
zum Thema Arbeit
und Soziales**

Seltene Einblicke in das Leben von Bäumen bot der Dreiteiler „Unsere Wälder“ auf dem Terra X-Sendeplatz am Sonntag um 19:30 Uhr vom 28.05. bis 11.06.17 (Ø 3,13 Mio. / 12,8 % MA). Mit Hilfe von bildstabilisierten Helikopter-, Drohnen- und Seilkameras wurden faszinierende Blickwinkel bis in höchste Baumwipfel erschlossen. Animationen und Zeitrafferaufnahmen erklärten biologische Vorgänge wie Fotosynthese und das unterirdische Netzwerk von Pilzen.

**„Terra X“-Dreiteiler
„Unsere Wälder“**

Kurz vor Beginn der Sommerzeit standen sowohl der Donnerstag als auch der Montag, jeweils um 20:15 Uhr, im Zeichen der Komödie. In „Ein Dorf rockt ab“ (Do., 18.05.17; 3,90 Mio., 13,5 % MA) treffen Christina Große als verschuldete Landwirtin und Hannes Jaenicke als Manager einer Heavy-Metal-Band aufeinander. Mit der Krimikomödie „Der Chef ist tot“ (Mo., 22.05.17; 4,52 Mio., 15,7 % MA) startet eine neue Reihe mit der Schauspielerin Fritzi Haberlandt als unberechenbare Kommissarin. In der Urlaubskomödie „Von Erholung war nie die Rede“ (Do., 25.05.17; 5,25 Mio., 18,1 % MA) inszenierte Regisseurin Vivian Naefe Höhen und Tiefen eines Familienurlaubs auf Mallorca. In der Hauptrolle spielte Andrea Sawatzki die auch die Romanvorlage schrieb.

**Komödien im
Sommer**

Erfreuliche Akzeptanz fand am 23.07.17 die Übertragung der Oper „Carmen“ von der Seebühne Bregenz (1,52 Mio., 6,8 % MA). Dank der herausragenden Leistung von Gaëlle Arquez in der Titelrolle, der spektakulären Bühne mit ihren bildgewaltigen Projektionen, der effektvollen Inszenierung mit Tanz- und Stunt-Einlagen und der Naturkulisse der Seebühne, verfehlte

**„Von der Seebühne
Bregenz: Carmen“**

die dramatische Geschichte um die verführerische Spanierin auch auf dem Schirm ihre Wirkung nicht. Das Hauptprogramm zeigte eine 100-minütige Fassung der "Carmen", 3sat wiederum sendete die Langfassung.

Die Fantasy-Spielfilm-Reihe ist seit 2012 fester Bestandteil des ZDF-Montagskinos in den allgemein von Wiederholungen geprägten Sommermonaten Juli und August. Gezeigt werden Filme aus den Genres Science-Fiction, Mystery-Thriller und Fantasy, die sich – vorzugsweise mit Free-TV-Premieren – gezielt an ein jüngeres, Kino-affines Publikum richten. Präsentiert wurden ab 03.07.17, jeweils um 22:15 Uhr, sechs starbesetzte Produktionen, von denen „Lucy“ (am 03.07., 2,77 Mio., 13,8 % MA) und „Oblivion“ (am 17.07., 1,96 Mio., 11,2 % MA) die besten Ergebnisse erzielten. Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 9,5 % bei den 14-49-Jährigen fand die Reihe eine hohe Akzeptanz beim jüngeren Publikum. Bei den älteren Zuschauern konnte die Fantasy-Reihe jedoch lediglich einen Marktanteil von 10,6 % verzeichnen.

„Montagskino Fantasy“

Wichtiger Programmakzent im Berichtszeitraum war zudem die fünfteilige Reihe „Shooting-Stars – Junges Kino im Zweiten“, eine Plattform für das junge deutsche Kino. In der fünften Auflage der Reihe zeigte Das Kleine Fernsehspiel Erstlingswerke, die erstmalig alle unter weiblicher Regie entstanden sind. Startfilm der Reihe war die Tragikomödie „Hedi Schneider steckt fest“ (0,56 Mio., 4,2 % MA) am 18.07.17 um 22:45 Uhr. Regisseurin Sonja Heiss erzählt darin was passiert, wenn das gewohnte Leben plötzlich verschwindet.

„Shooting Stars – Junges Kino im Zweiten“

Horst Lichter und Steven Gätjen präsentierten die Trödelshow „Bares für Rares“ erstmals zur Hauptsendezeit „Bares für Rares – Deutschlands größte Trödelshow“ aus dem Barockschloss Ehreshoven ging am 15.06. und 13.07.17 auf Sendung. Die Weiterentwicklung des Daytime-Programms lief mit 6,48 Mio. Zuschauern (23,9 % MA) bzw. 5,91 Mio. Zuschauern (21,5 % MA) überaus erfolgreich. Eine weitere Ausgabe für den Herbst ist geplant. Kuriose Fragen standen im Fokus der neuen Quizshow „Da kommst Du nie drauf!“ mit Johannes B. Kerner. In drei Sendungen (01.06. sowie 20. und 27.07.) erreichte der Quiz-Wettkampf zwischen 3,54 Mio. Zuschauern bzw. 12,7 % Marktanteil (20.07.) und 3,99 Mio. Zuschauern bzw. 14,4 % Marktanteil (27.07.). Steven Gätjen und Elton feierten am 22.07. die 1000. Folgeden 40. Geburtstag und zugleich die 1.000 Folge des ZDF-Klassikers „1, 2 oder 3“. Während die prominent besetzte Familienshow mit einem Gesamtmarktanteil von 10,1 % hinter den Erwartungen zurückblieb, erzielte sie bei den 14-49-jährigen Zuschauern überdurchschnittliche 11,7 % Marktanteil. Ab dem 17.08. folgte zudem „Wir lieben Fernsehen!“, moderiert von Johannes B. Kerner und Steven Gätjen, mit vier großen Shows anlässlich 50 Jahren Farbfernsehen. Die Showreihe komplettierte den diesjährigen „Showsommer im Zweiten“.

Neue Shows zur Hauptsendezeit

Mit „Das Pubertier – Die Serie“ (20:15 Uhr) und „Zarah – Wilde Jahre“ (21:00 Uhr) starteten ab Donnerstag, den 07.09.17 zwei neue Serien an einem Abend. Beide Formate waren bereits ab dem 24.08.17 vorab in der ZDFmediathek zu sehen. „Das Pubertier – Die Serie“ ist eine lebensnahe und komödiantische Familiengeschichte rund um eine Tochter mitten in der Pubertät nach den Vorlagen von Jan Weiler. In „Zarah – Wilde Jahre“ kämpft eine Journalistin in den 70er Jahren höchst unterhaltsam gegen die patriarchalen Strukturen bei einer deutschen Wochenzeitschrift.

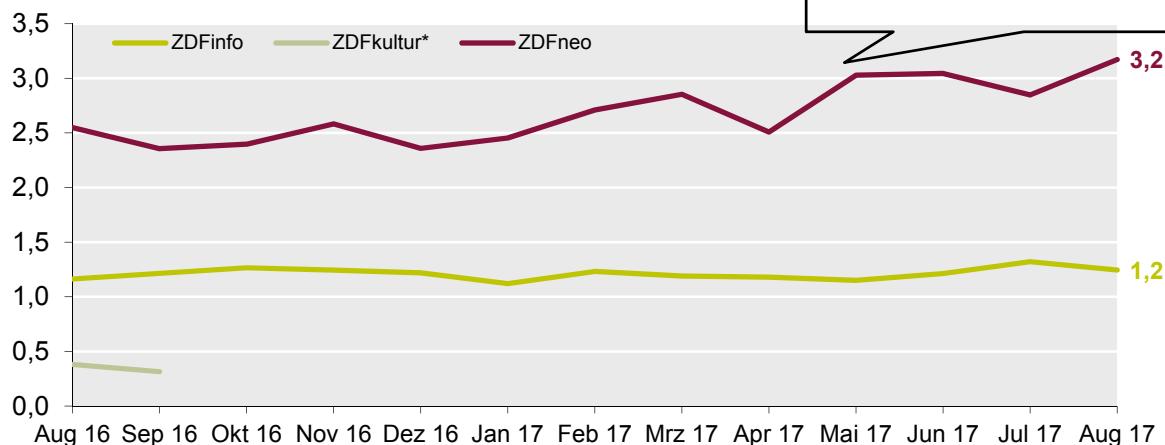
Primetime-Serien am Donnerstag

3 ZDF-Digitalkanäle

3.1 Akzeptanz

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle

Zuschauer ab 3 Jahre, August 2016 bis August 2017



Pro Tag erreichen die Digitalkanäle im Jahr 2017 (vs. Jahr 2016):
zusammen: 8,36 Mio. Zuschauer (+0,63 Mio.)
ZDFneo: 6,08 Mio. Zuschauer (+1,46 Mio.)
ZDFInfo: 3,55 Mio. Zuschauer (+0,46 Mio.)

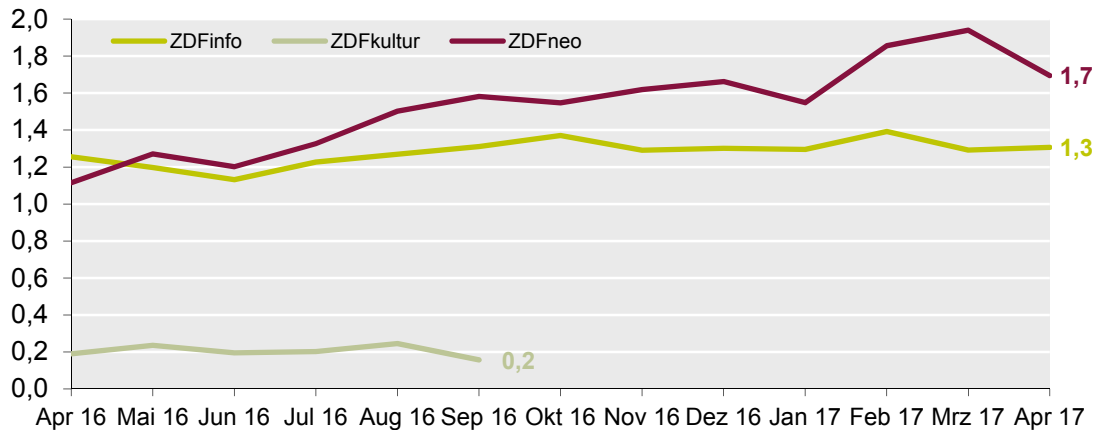
*seit 01.10.2016 ist ZDFKultur eingestellt

ZDFneo kann im Mai (3,0 % MA) weiter zulegen und dieses Niveau auch im Juni halten. Nach etwas rückläufiger Akzeptanz im Juli (2,8 % MA) erzielt ZDFneo im August (3,2 % MA) einen neuen Rekordwert. **ZDFInfo** bleibt in den Monaten Mai und Juni weiterhin stabil bei 1,2 % MA, kann im Juli eine leichte Akzeptanzsteigerung verzeichnen (1,3 % MA) und liegt im August wieder bei 1,2 % Marktanteil. Die beiden ZDF-Digitalkanäle zusammen erzielen zwischen Mai im August Marktanteile zwischen 4,2 % und 4,4 % und damit einen neuen Höchstwert.

Vergleicht man den Berichtszeitraum Mai 2017 bis August 2017 mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum, legt ZDFneo deutlich an Akzeptanz zu (3,0 % MA / +0,8 % MA), ZDFInfo bleibt stabil bei 1,2 % MA. Zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle mit 4,3 % MA im Berichtszeitraum +0,6 Prozentpunkte über dem Wert des Vergleichszeitraums (3,7 % MA / inkl. ZDFkultur).

Im Digitalmarkt liegt ZDFneo im Berichtszeitraum bei durchschnittlich 3,3 % MA, ZDFInfo erreicht 1,3 % MA. Gemeinsam kommen die ZDF-Digitalkanäle im Digitalmarkt auf 4,6 % MA.

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



*seit 01.10.2016 ist ZDFkultur eingestellt

Bei 14-49-Jährigen kann **ZDFneo** in den Monaten Mai und Juni mit je 2,0 % MA neue Höchstwerte erzielen. Im Juli (1,9 % MA) ist das Akzeptanzniveau leicht rückläufig, steigt im August aber wieder auf 2,0 % MA. **ZDFInfo** erzielt im Mai 1,1 % MA und im Juni 1,2 % MA. Im Juli (1,4 % MA) verzeichnet der Sender ein höheres Akzeptanzniveau, im August erreicht ZDFInfo 1,2 % MA.

Im Vergleich Mai 2017 bis August 2017 mit dem Vorjahreszeitraum schneidet ZDFneo (2,0 % MA / +0,7 PP) deutlich besser ab, ZDFInfo (1,2 % MA) bleibt stabil. Zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle mit 3,2 % MA im Berichtszeitraum +0,5 Prozentpunkte über dem Wert des Vergleichszeitraums (2,7 % MA / inkl. ZDFkultur).

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

3.2 ZDFneo

Die ZDFneo-Dramaserie „Blaumacher“, die ab 07.06.17 um 21:45 Uhr in sechs Folgen ausgestrahlt wurde, erzählt von den Lebenskrisen eines Mittelständlers und dessen Nachbarstochter, die trotz aller Unterschiede gemeinsam darum kämpfen, von ihrem Umfeld wieder wahrgenommen zu werden. Die Erstausstrahlung der Staffel erzielte durchschnittlich 2,3 % MA (0,6 Mio.) im Gesamtmarkt und 1,8 % (0,16 Mio.) in der Zielgruppe der 14-49-Jährigen.

zdf_neo

„Blaumacher“

Sieben Parteien haben realistische Chancen bei der Bundestagswahl 2017 in den deutschen Bundestag einzuziehen. In jeder Folge des Social Facts „Volksvertreter“ (Ausstrahlung ab 29.06. um 22:15 Uhr) traf je ein Parteienvertreter auf drei wahlberechtigte Bürger, die der Position seiner Partei ablehnend gegenüber stehen. Die Volksvertreter verbrachten 24 Stunden mit den Wählern und versuchten, diese für ihre Person und die Positionen ihrer Parteien einzunehmen. Während der Fokus tagsüber auf dem persönlichen Kennenlernen bei gemeinsamen Aktivitäten lag, gab das Abendessen in großer Runde Raum für den politischen Schlagabtausch. Am nächsten Morgen füllten die

„Volksvertreter“

Wähler Stimmzettel aus: Konnte der Kandidat mit Persönlichkeit oder Sachargumenten überzeugen? Mit dabei waren Paul Ziemiak (CDU), Silke Launert (CSU), Tim Renner (SPD), Konstantin von Notz (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN), Sevim Dağdelen (Die Linke), Markus Frohnmaier (AfD) und Lencke Steiner (FDP). Die Erstausstrahlung der Folgen erzielte durchschnittlich 0,4 % MA (0,09 Mio) im Gesamtmarkt und 0,5 % MA (0,03 Mio.) bei den 14-49-Jährigen.

Im Wahljahr 2017 veranschaulichte Blogger und Internetexperte Sascha Lobo im Social Factual „Manipuliert“ (18.05.17, 23:00 Uhr), welche Manipulationsversuche in den sozialen Netzwerken lauern und wie sich User besser vor Beeinflussung, Fake News und Hate Speech schützen können. Acht Personen, die die sozialen Medien unterschiedlich intensiv nutzen, nahmen an mehreren praktischen Experimenten teil. Unterstützt durch weitere Experten erklärte Sascha Lobo anhand mehrerer Beispiele, wie jeder eine menschenwürdige, digitale Gesellschaft mitgestalten kann. Die Erstausstrahlung erzielte 1,1 % MA (0,15 Mio.) im Gesamtmarkt und 2,0 % MA (0,10 Mio.) in der Zielgruppe der 14-49- Jährigen.

„Manipuliert“

ZDFneo wird im Herbst 2017 zwei weitere, eigenproduzierte Dramaserien sowie die ersten beiden internationalen Koproduktionen „Countdown Copenhagen“ und „Sylvia's Cats“ ausstrahlen und in der ZDFmediathek zur Verfügung stellen. Daneben befinden sich mehrere Sitcom-Projekte in Vorbereitung.

Weitere zwei eigenproduzierte Dramaserien

3.3 ZDFinfo

ZDFinfo griff im Berichtszeitraum aktuelle Debatten zu Politik und Wirtschaft auf und bereitete sie in einer Reihe hintergründiger Dokumentationen auf. Um Europas Krisensituation besser zu verstehen, warf die Auftragsproduktion „Die sieben größten Fehler der EU“ (Ø 0,21 Mio., 1,3 % MA) einen kritischen Blick zurück in die Vergangenheit der Europäischen Gemeinschaft. Gleichzeitig stellte der Film aber auch die Herausforderungen für einen Fortbestand der EU in den Mittelpunkt.



„Die sieben größten Fehler der EU“

Europaskepsis ist Thema von Rechtspopulisten in vielen EU-Staaten. Warum ihr oft offensiver und provozierender politischer Stil in Teilen der Bevölkerung erfolgreich ist, erklärte die Dokumentation „Die sieben größten Tricks der Populisten“ (Ø 0,16 Mio., 1,0 % MA). Die Auftragsproduktion analysiert auch den Populismus des US-Präsidenten Donald Trump, dessen Strategie nicht zuletzt darauf setzt, die Gesellschaft zu spalten und Konflikte zu schüren.

„Die sieben größten Tricks der Populisten“

Einen weiteren Akzent setzte ZDFinfo mit der Auftragsproduktion „Macht und Machenschaften – Das geheime System der Kartelle“ (Ø 0,12 Mio., 0,9 % MA). Damit lieferte der Digitalsender Hintergrundwissen zu den aktuellen Vorwürfen gegen Deutschlands größte Autohersteller. Der Reporter Thorsten Eppert erkundete, welche Vorteile sich Unternehmen zulasten von Verbrauchern verschaffen, die gegen Wettbewerbsregeln verstoßen. Auch das Hauptprogramm zeigte die Dokumentation im Nachtprogramm (02.08.17, 0,26 Mio., 5,1 % MA).

„Macht und Machenschaften“

Weiter setzt ZDFinfo verstärkt auf die Entwicklung von informationsorientierten Reportageformaten. Hier sollen gesellschaftsrelevante Ereignisse der Zeitgeschichte mit zuschauernahen Erklärelementen verständlich aufbereitet werden. Ein Beispiel dafür lieferte die Auftragsproduktion „Schatten des Verbrechens“ (Ø 0,09 Mio., 1,0 % MA), die anlässlich des Amoklaufs im Münchner Olympia-Einkaufszentrum vor einem Jahr entstand und das Ereignis aus der Opferperspektive aufarbeitete. Zusätzlich ordneten Trauma-Experten und Polizeisprecher das Geschehen ein.

Informationsorientierte Reportageformate

Zur Bundestagswahl 2017 wird ZDFinfo besonders auf die Lebenswirklichkeit jüngerer Menschen in Deutschland schauen. In der Dokumentation „Leben in Deutschland: Ist das fair?“, einem Kooperationsprodukt mit funk, zeigt YouTube-Star Felix von der Laden die unterschiedlichen Leben junger Menschen in Deutschland – von der Obdachlosen bis zum Mathe-App-Gründer.

Bundestagswahl 2017

2017 wird das „Forum am Freitag“ des ZDF zehn Jahre alt. Es ist die einzige Sendung im deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehen, die sich ausschließlich mit der Vielfalt muslimischen Lebens in Deutschland beschäftigt. Von der ersten Sendung am 06.07.07 an, in nunmehr 500 Sendungen, erklären Muslime ihre Religion, erzählen von ihrem Alltag und nehmen Stellung zu wichtigen Fragen des Glaubens und des Zusammenlebens in Deutschland.

10 Jahre Forum am Freitag

4 Partnerprogramme

4.1 ARTE

Ein Schwerpunkt im Berichtszeitraum war der große Türkei-Themenabend am Dienstag „Türkei – Ein Jahr nach dem Putschversuch“ (11.07.17). Das ZDF war daran mit zwei Dokumentationen beteiligt. Der Film „Türkei: Ringen um Demokratie“, eine persönliche Erzählung des türkischen Filmemachers Imre Azem, beleuchtete die Ereignisse aus der Binnenperspektive der Opposition (D: 0,33 Mio., 1,5 % MA / F: 0,21 Mio., 1,5 % MA). Einen – in Deutschland – weit überdurchschnittlichen Marktanteil erreichte die zweite ZDF-Produktion „Stunde Null – Wohin steuert die Türkei?“ am späteren Abend, die die geopolitischen Optionen und Konsequenzen des aktuellen Kurses der Regierung Erdoğan analysiert (D: 0,31 Mio., 2,1 % MA / F: 0,12 Mio., 1,7 % MA).



Türkei-Themenabend

Ein musikalisches Highlight brachte das ZDF mit der Live-Übertragung von Verdis Oper „Aida“ von den Salzburger Festspielen bei ARTE ein. Der Auftritt von Anna Netrebko bei ihrem Rollendebüt als Aida, begleitet von den Wiener Philharmonikern unter Riccardo Muti, erreichte in Deutschland eine gute Sehbeitteilung (12.08.17, D: 0,48 Mio., 1,7 % MA / F: 0,2 Mio., 1,3 % MA). Am 25.08.17 zeigte das ZDF-Hauptprogramm als Synergieprojekt eine rund 100-minütige Highlight-Fassung der Oper.

„Aida“

Der traditionelle ARTE-Sommerschwerpunkt „Summer of“ war in diesem Jahr Großbritannien gewidmet. Eröffnet wurde er mit der zweiteiligen ZDF-Dokumentation „United Kingdom of Pop“, die das Inselreich als Pop-Großmacht würdigte (14.07.17, Teil 1: D: 0,26 Mio., 1,1 % MA / F: 0,19 Mio., 1,5 MA; Teil 2: D: 0,27 Mio., 1,6 % MA / F: 0,21 Mio., 2,7 % MA).

**Sommer-
schwerpunkt
„Summer of“**

Auf filmische Reisen in zwei faszinierende Weltregionen mit einer artenreichen Tierwelt lud ARTE die Zuschauer am 01.07.17 ein. „Abenteuer Südsee“ und „Abenteuer Karibik“ zeigten atemberaubende Landschaften, und spannende Forschungsprojekte („Abenteuer Südsee“ D: 0,69 Mio., 2,6 % MA / F: 0,53 Mio., 2,8 % MA; „Abenteuer Karibik“ D: 0,71 Mio., 2,6 % MA / F: 0,51 Mio., 2,7 % MA). Beide Produktionen kamen in Synergie mit dem Hauptprogramm des ZDF zustande.

**„Abenteuer Südsee“
und „Abenteuer
Karibik“**

Ein Spielfilm-Highlight des ZDF auf ARTE war „Höhere Gewalt“ des Goldene-Palme-Gewinners Ruben Östlund (29.05.17). Der Film über eine Familie im Skiurlaub, der zu einer familiären Krise gerät, erzielte in Deutschland einen von 1,6 % (0,46 Mio. / F: 0,72 Mio., 3,2 % MA).

„Höhere Gewalt“

Nach über sieben Jahren Sanierung öffnet die Berliner Staatsoper „Unter den Linden“ mit einem Festakt am 03.10.17 wieder ihre Tore. Schumanns „Faust“-Szenen in Starbesetzung stehen auf dem Programm. Am 30.09.17 beginnt die Konzertreihe mit Beethovens 9. Sinfonie als „Staatsoper für alle“ auf dem Bebelplatz. ARTE ist bei beiden Ereignissen live dabei.

**Eröffnung der
Berliner Staatsoper**

Anlässlich des 100. Gründungsjubiläums der UFA zeigt ARTE ab Ende August eine Filmreihe, die den großen Bogen von 1925 bis 1959 schlägt, darunter die aktuellen Restaurierungen der Agfacolor-Filme „Münchhausen“ (1942), „Opfergang“ (1944) und „Kolberg“ (1945) sowie ein rekonstruierter Stummfilm, der zur Eröffnung der UFA-Filmnächte mit Orchestermusik aufgeführt wird.

4.2 3sat

Pränatale Diagnostik, Operationen am ungeborenen Kind im Mutterleib, Frühgeburten – das 3sat Thema „Der schwierige Weg ins Leben“ blickte am 30.05.17 auf die Welt der Babys. Mit den verschiedenen Sendungen zu dem Thema, wie der Erstaussstrahlung des Dokumentarfilms „Plötzlich ist die Welt ganz klein“ (0,25 Mio., 1,5 % MA, 22:30 Uhr), erreichte 3sat eine durchschnittliche Akzeptanz von 1,2 % MA.



**„Der schwierige
Weg ins Leben“**

Erstmals wird die „documenta“, die alle fünf Jahre stattfindende größte Ausstellung für Gegenwartskunst, an zwei Orten gleichzeitig ausgerichtet, in Athen und in Kassel. Als Medienpartner begleitete 3sat die 14. documenta, u.a. mit der „Kulturzeit extra: documenta 14 – Kunst trifft Kassel“. Die Sendung erörterte, welche Akzente der Kurator Adam Szymczyk auf der diesjährigen Ausstellung setzte (09.06.17, 0,12 Mio., 0,6 % MA, 19:20 Uhr).

documenta

Am Donnerstag, 25.05.17, startete der 3sat-Festspielsommer mit der Übertragung des „Sommernachtskonzert Schönbrunn 2017“ (0,33 Mio., 1,4 % MA.). Bis zum 16. September reiste 3sat zu den großen Festivals in den 3sat-Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz und zeigte ausgewählte Konzerte und Opern-Highlights der großen Klassikfestspiele im deutschsprachigen Raum.

**3sat-
Festspielsommer**

In Kooperation mit dem ZDF blickt 3sat anlässlich des 200. Jubiläums des Senckenberg Museums in seiner nano-Sendung am 28.09.17 „Schatzkammern des Wissens“ hinter die Kulissen. Gert Scobel diskutiert am Abend mit seinen Gästen vor Ort über Wert, Schutz und Sterben der Arten im Jahr 2017.

**200 Jahre
Senckenberg-
Museum**

4.3 PHOENIX

Im Berichtszeitraum widmete sich PHOENIX zahlreichen Großereignissen, über die der Spartensender großflächig informierte.



Hervorzuheben ist die Berichterstattung zum G20-Gipfel, der vom 07.-08.07.17 in Hamburg stattfand. Hierzu berichtete PHOENIX bereits ab dem 02.07.17 in einem Gesamtumfang von über 67 Stunden (0,14 Mio., 1,5 % MA).

G20-Gipfel

An den beiden Gipfeltagen sendete PHOENIX live von einem Set am Hamburger Hafen. Dort erörterten die Moderatoren mit vielen versierten Gesprächspartnern das Geschehen. Zu Gast waren u.a. die Politikwissenschaftler Thomas Jäger (Universität Köln) und Stefan Fröhlich (Universität Erlangen), Olaf Scholz (SPD), Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg, und Klimaexperte Prof. Mojib Latif (Universität Kiel). PHOENIX-Reporter informierten zudem direkt vom Tagungsort auf dem Messegelände sowie über die Gegendemonstrationen und die Aktionen in den Protestcamps. Pressekonferenzen und Programmpunkte des Gipfels wurden jeweils live gezeigt. Dokumentationen und Gesprächssendungen rundeten das Programm ab, wie z.B. die „PHOENIX-Runde“ zum Thema „Weltpolitik und Krawalle“ und ein „Kamingespräch“ mit dem ehemaligen Bundesaußenminister Joschka Fischer. Am 06.07.17 zeigte ein Primetime-Themenabend u.a. den ZDFinfo-Zweiteiler „Die gespaltenen Staaten von Amerika“ sowie die Reportage „Trump. Das große Beben“. Außerdem resümierte ein Thema „Zwischen Politik und Protest – G20 – ein Rückblick“ am 09.07.17 die Ereignisse, dies beinhaltete auch die Diskussion um Gewaltexzesse und Linksterrorismus. Nach dem Gipfel zeigte PHOENIX ebenfalls live die Regierungserklärung des Ersten Bürgermeisters Olaf Scholz am 12.07.17. Auch die anschließende Aussprache in der Hamburger Bürgerschaft wurde im aktuellen Programm übertragen. Im Vorfeld des G20-Gipfels hatte PHOENIX außerdem großflächig und live über den G20 Afrika-Gipfel in Berlin am 12. und 13.06.17 informiert.

Nachdem PHOENIX bereits intensiv die Präsidentschaftswahlen in Frankreich begleitet hatte, waren auch die französischen Parlamentswahlen am 11. und 16.06.17 ein Schwerpunkt im PHOENIX-Programm. Insgesamt umfassten die Sendeflächen zu diesem Themenkomplex über 65 Stunden (0,14 Mio., 1,0 % MA). Über die vorgezogene Wahl zum britischen Unterhaus berichtete PHOENIX im Umfang von 22 Stunden (0,11 Mio., 0,12 % MA). Am Wahltag, dem 08.06.17, strahlte der Informationskanal eine vierstündige Sondersendung aus. Darin übernahm PHOENIX live das Signal des britischen Senders ITV mit den ersten Ergebnissen der „Exit Polls“, der Nachwahlbefragung. Zuschauer konnten das Programm im Zweikanalton verfolgen.

Präsidentschaftswahl in Frankreich

Zudem reagierte PHOENIX jeweils umgehend in seinem Programm auf die neuerlichen Terroranschläge in Europa. Über die Vorfälle in Manchester wurde insgesamt 11 Stunden lang berichtet (0,10 Mio., 0,9 % MA), über den Anschlag in Barcelona 9 Stunden (0,13 Mio., 1,2 % MA).

Terroranschläge in Europa

Der Evangelische Kirchentag ist stets ein fester Programmbestandteil von PHOENIX. Im Jahr des 500. Jubiläums der Reformation zeigte PHOENIX von dort über 12 Stunden Programm (0,13 Mio. 1,0 % MA).

Evangelischer Kirchentag

Im Rahmen des mehrwöchigen Sommersonderprogramms (03.07.-27.08.17) gestaltete PHOENIX u.a. den Themenschwerpunkt „Indien – Zwischen Mythos und Moderne“, der zum 70. Jahrestag der Unabhängigkeit am 15.08.17 in einem mehrstündigen Doku-Themenabend gipfelte.

Themenschwerpunkt Indien

Im Berichtszeitraum sendete PHOENIX außerdem umfassend und live vom Parteitag der Linken in Hannover (09.-11.06.17), von der Bundesdelegiertenkonferenz von B'90/Grüne in Berlin (16.-18.06.17) und vom Außerordentlichen Bundesparteitag der SPD in Dortmund (25.06.17). Besonderes öffentliches Interesse fand die Sitzung des Deutschen Bundestags am 30.06.17, die die Debatte um die „Ehe für alle“ enthielt.

Den dominierenden Themenschwerpunkt des gesamten Jahres stellt die Bundestagswahl am 24.09.17 dar. PHOENIX bereitet hierzu unter dem Titel „Wahl 2017 - Wie tickt Deutschland“ ein umfangreiches Sonderprogramm vor. Auftakt bildete die Diskussionssendung „Forum Politik“, dort war am 14.08.2017 Bundeskanzlerin Angela Merkel zu Gast bei Birgit Wentzien (Chefredakteurin des Deutschlandfunks) und Michael Hirz. Drei Tage später diskutierten Michaela Kolster und Stephan Detjen (Chefkorrespondent im Hauptstadtstudio des Deutschlandradios) mit SPD-Kanzlerkandidat Martin Schulz. Beide Sendungen waren am jeweiligen Produktionstermin bereits vor der Ausstrahlung um 20:15 Uhr auf der PHOENIX-Facebookseite und im PHOENIX-YouTube-Kanal zu sehen. In fünf Ausgaben der Gesprächssendung „Unter den Linden spezial“ kamen dann Anfang September die Spitzenkandidaten derjenigen Parteien umfassend zu Wort, die nach CDU und SPD die größten Chancen auf einen Einzug in den Bundestag haben. Dabei handelte es sich um die AfD-Spitzenkandidatin Alice Weidel (04.09.), den bayerische Innenminister und Joachim Herrmann (CSU) (07.09.), den FDP-Bundesvorsitzenden Christian Lindner (08.09.), den Vorsitzende der Links-Fraktion Dietmar Bartsch (11.09.), sowie die Grünen-Fraktionsvorsitzende Katrin Göring-Eckardt (12.09.).

„Wahl 2017“

Zudem wird es am 13.09.17 eine neue Ausgabe des Formates „Politiker-Speed-Dating“ geben, in dem sich sieben Bürger und sieben Spitzenpolitiker für sieben Minuten gegenüber sitzen. Auf Politikerseite dabei sind SPD-Vize Thorsten Schäfer-Gümbel, FDP-Generalsekretärin Nicola Beer, der Parteivorsitzende der Linken Bernd Riexinger, die AfD-Spitzenkandidatin Alice Weidel, Renate Künast von Bündnis 90/Grüne, Dorothee Bär von der CSU sowie die CDU-Bundestagsabgeordnete Cemile Giousouf.

Der PHOENIX-Dokumentarfilm „DREHMOMENTE. Junge Filmemacher stellen scharf“ (105 min.) hat am Samstag, 09.09.17, Premiere. Im Mittelpunkt stehen zehn preisgekrönte Jungfilmer und ihre Filme. Themen wie Populismus, Ausgrenzung, Genderfragen, Bildungschancen und Integration.

„DREH MOMENTE“

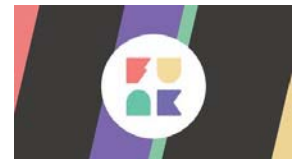
4.4 KiKA

Siehe Fernsehratsvorlage FR 14/17



4.5 funk

Im Rahmen der ARD/ZDF-Onlinestudie wurden erstmals Daten zur Bekanntheit und Nutzung von funk erhoben. Demnach ist funk bei 13 Prozent allen Befragten (ab 14 Jahren) zumindest dem Namen nach bekannt. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 20 Prozent. Einen großen Anteil an dieser Bekanntheit hat das Gaming Format „Game Two“, das im ZDF betreut wird. Rund 160.000 Abonnenten (Stand 23.08.17) verfolgen das Gaming-Format mit den Rocket Beans. Die Haupt-Videos erreichen durchgehend über 100.000 View und in der Spitze bis zu 400.000 Views in der Spitze bei Youtube. Mit dem Start der dritten Staffel auf der Gamescom wurde das Format noch erweitert und spielt jetzt auch spezifische Inhalte auf Facebook aus.



Auf großes Interesse stieß im Berichtszeitraum auch das Rechercheformat „Jäger & Sammler“. Die Reporterin Nemi El-Hassan reiste für das Format zu einem Rechtsrock-Treffen im thüringischen Themar und konfrontierte den Veranstalter mit kritischen Nachfragen. Das Video wurde innerhalb eines Monats bei Facebook 3,1 Millionen mal geklickt (inkl. Crosspostings, Stand 23.08.17, Publikation am 23.07.17).

„Jäger & Sammler“

Dem Comedy-Format „Gute Arbeit Originals“ gelang mit der Netflix-Parodie „Rathaus of Cards“ eines seiner bisher erfolgreichsten Videos (rund 149.000 Views, Stand 23.08.16, Publikation am 24.05.17). Das Format erreicht inzwischen auf YouTube 49.000 Abonnenten (Stand 23.08.2017).

„Rathaus of Cards“

Das Doku-Format „follow me.reports“ konzentrierte sich im Berichtszeitraum in einer neuen Staffel mit der YouTuberin Jodie Calussi auf das Thema „Traumberufe“. Neben wie dem Alltag von Musicaldarstellern wurden auch Ausbildungsberufe wie Koch vorgestellt und spezifische Wünsche der Nutzer (Landwirt, Architekt) berücksichtigt. Die Videos erreichen zwar nicht die Viewzahlen der Vorgänger-Staffel. Dennoch konnte das Format seine Abonnentenzahl auf rund 54.000 steigern (Stand 23.08.17).

„follow me.reports“

5 ZDF-Telemedienangebote

5.1 Akzeptanz

Ø tägliche Visits: Die ZDF-Onlineangebote im Vergleich

Angebot	Ø Visits pro Tag Mai 2017	Ø Visits pro Tag Juni 2017	Ø Visits pro Tag Juli 2017	Ø Visits pro Tag Aug. 2017 (**)
ZDFonline (ZDFmediathek)*	2.026.394	2.004.717	1.899.443	1.905.205
ZDF Nachrichten und Sport	620.500	691.372	640.901	670.016
tivi.de	74.478	76.639	68.652	66.437

Quelle: INFOnline (SZMnG-Verfahren)

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

**) Aufgrund einer Störung bei INFOnline sind die Visits für den 25. und 26.08.2017 nicht im Durchschnittswert für August 2017 berücksichtigt.

ZDFonline (ZDFmediathek) erzielt im August 2017 Ø 1,91 Mio. Visits täglich und liegt damit auf einem niedrigeren Niveau als im Mai 2017 (-6%). ZDF Nachrichten und Sport (Ø 0,67 Mio. Visits/Tag) gewinnt +8% und tivi.de (Ø 0,66 Mio. Visits/Tag) verliert -11% gegenüber Mai 2017.

Sichtungen:

Die 20 erfolgreichsten ZDF-Abrufvideos von 01.05.17 bis 31.08.17 Einzelvideos - ZDFonline (ZDF + Digitalkanäle inkl. ZDFtivi/ZDF-KiKA)

Rang	Video	erste Livestellung	Sichtungen
1	heute-show vom 2. Juni 2017	02.06.17	719.406
2	heute-show vom 26. Mai 2017	26.05.17	499.521
3	heute-show vom 19. Mai 2017	19.05.17	462.882
4	heute-show vom 12. Mai 2017	12.05.17	448.412
5	heute-show vom 5. Mai 2017	05.05.17	443.688
6	Herzokino: Honigfrauen (Teil 3)	23.04.17	377.524
7	Der Fernsehfilm der Woche: Böser Wolf (2)	24.07.17	359.518
8	Der Fernsehfilm der Woche: Mordkommission Königswinkel	10.07.17	317.789
9	Der Fernsehfilm der Woche: Böser Wolf (1)	24.07.17	296.142

10	Herzokino: Honigfrauen (Teil 2)	23.04.17	283.576
11	Der Fernsehfilm der Woche: Tod eines Mädchens (2)	03.07.17	278.371
12	Herzokino: Rosamunde Pilcher – Nie wieder Klassentreffen	19.08.17	274.830
13	NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann vom 22. Juni 2017	22.06.17	261.161
14	Herzokino: Inga Lindström – Kochbuch der Liebe	14.05.17	258.512
15	Die Anstalt vom 16. Mai 2017	16.05.17	248.313
16	Herzokino: Inga Lindström – Vickerby für immer	05.08.17	248.133
17	Herzokino: Inga Lindström – Prinzessin des Herzens	01.07.17	241.718
18	Der Fernsehfilm der Woche: Die 7. Stunde	31.07.17	241.529
19	Herzokino: Inga Lindström – Mein falscher Verlobter	22.07.17	237.836
20	Herzokino: Rosamunde Pilcher – Zu hoch geflogen *	09.07.17	236.635

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

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. Seit dem 01.05.17 wird die Nutzung der heute-App gemessen und seit Anfang Juli 2017 ist sukzessive die AGF-Streaming-Messung in der ZDFmediathek-App und im ZDF-HbbTV-Angebot gestartet. Damit wird die Nutzung der Abrufvideos und Livestreams von ZDF und Digitalkanälen mit Beginn des 2. Halbjahres 2017 nun wieder nahezu vollständig erhoben – zuvor wurden ausschließlich die Angebote im Internet-Browser gemessen.

Aufgrund eines technischen Fehlers war die Messung auf Connected TVs im Zeitraum 16. bis 22. 08.17 weitgehend deaktiviert. Die Nutzungsdaten können leider nicht nachträglich rekonstruiert werden.

*Aufgrund von fehlerhaft gesendeten Metadaten wurden am Tag der Onlinestellung Sichtungen des Videos teilweise einem gleichnamigen Trailer zugeordnet und sind hier nicht enthalten. Betroffen sind ca. 25 Tsd. Sichtungen, vor allem auf Connected TVs. Die Fehlermarge lässt sich nur annäherungsweise bestimmen, weshalb nachträglich keine Korrektur erfolgen kann.

Das Abrufvideo „heute-show“ vom 02.06.17 platziert sich mit 719 Tsd. Sichtungen auf Rang 1 der Hitliste. Rang 2 belegt die heute-show vom 26.05.17 mit 500 Tsd. Sichtungen und Rang 3 die „heute-show“ vom 19.05.17 mit 463 Tsd. Sichtungen. Das erfolgreichste fiktionale Format ist „Herzokino: Honigfrauen“ (3) mit 378 Tsd. Sichtungen (Rang 6).

Insgesamt sind dreizehn fiktionale Formate und sieben Unterhaltungsformate 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: Das „heute-journal“ erzielt von Mai 2017 bis August 2017 durchschnittlich 24 Tsd. Sichtungen pro Ausgabe.

6 Auszeichnungen/Preise

Preis:	Bayerischer Fernsehpreis
Sendung / Beitrag:	Ku'damm 56
Kategorie:	Beste Schauspielerin (Sonja Gerhardt)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Heike Hempel, Bastian Wagner
Sendung / Beitrag:	Morgen hör ich auf
Kategorie:	Beste Autoren
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Heike Hempel, Bastian Wagner
Sendung / Beitrag:	Like or Dislike?
Kategorie:	Information
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortliche Redakteure:	Yvette Gerner, Markus Wenniges
Sendung / Beitrag:	Die heimliche Revolution – Frauen in Saudi-Arabien
Kategorie:	Kultur und Bildung
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen / ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Isabelle Tümena, Marita Hübinger (ARTE)

Preis:	Goldener Spatz 2017
Sendung / Beitrag:	Checkpoint – Der große CO2-Battle
Kategorie:	Unterhaltung
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Klaus Wersin
Sendung / Beitrag:	Timm Thaler oder das verkaufte Lachen
Kategorie:	Bester Darsteller (Arved Friese)
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend / HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Irene Wellershoff, Caroline von Senden

Preis:	Shanghai TV Festival 2017
Sendung / Beitrag:	Landgericht
Kategorie:	Best Foreign TV Film
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Caroline von Senden, Solveig Cornelisen

Preis:	New York Festivals 2017
Sendung / Beitrag:	Terra X: Zugvögel
Kategorie:	Gold World Medal
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteure:	Friederike Haedecke, Marita Hübinger
Sendung / Beitrag:	Schöne neue Welt – Wie Silicon Valley unsere Zukunft bestimmt
Kategorie:	Silver World Medal
Zuständige Redaktion:	HR Aktuelles
Verantwortliche Redakteure:	Michael Gries, Ursula Schmidt
Sendung / Beitrag:	ZDFzoom: Generation Dschihad – Deutsche Jugendliche und der Terror
Kategorie:	Gold World Medal
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen
Verantwortliche Redakteure:	Andrea Gries, Beate Höbermann



Dr. Thomas Bellut