ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

06.03.2019

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

des Intendanten in der 12. Sitzung
der XV. Amtsperiode des Fernsehrates
am 15. März 2019 in Mainz

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie Sie sicher schon gelesen haben, möchte ich das „heute journal“ sonntags ab dem 31. März 2019 auf eine halbe Stunde verlängern. Wir wollen damit dem für uns erkennbar gestiegenen Bedürfnis nach Hintergrund und Einordnung im Informationsgeschäft Rechnung tragen. Der Abend des Fernsehsonntags galt früher einmal als ein von Nachrichten möglichst unbeschwerter „Schutzraum“ zur Verlängerung des Wochenendes. Diese Zeiten sind vorbei: Der Sonntag ist 2018 nach Sehbeteiligung der stärkste Tag des „heute journals“ (Ø 4,47 Mio.).

Auch im Bund und in den Ländern steht insbesondere der politische Betrieb am Sonntag nicht still. Darüber hinaus bietet sich der Sonntag als Rückblick und gleichzeitig Ausblick auf die Nachrichtenwoche besonders für vertiefende Inhalte an.

Wir werden diese Stärkung unseres Informationsprofils ohne die Anmeldung zusätzlichen personellen Bedarfs leisten müssen. Das bedeutet für die Redaktion, aber vor allem für die zuliefernden Studios in den Ländern und in der Hauptstadt eine Mehrbelastung. Eine Verdopplung der Sendezeit an einem Tag der Woche mit zusätzlichen Beiträgen bzw. Gesprächen ist personalintensiv. An den entsprechenden Workflows arbeiten wir derzeit noch.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

		Seite:
1.	**ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD**	**3**
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	5
1.3	ZDF-Finanzsituation	6
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**7**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	7
2.2	ZDF-Programmfamilie und Telemedienangebote	8
2.3	Hauptprogramm	13
2.3.1	Chefredaktion	13
2.3.2	Programmdirektion	14
2.4	ZDF-Digitalkanäle	17
2.4.1	ZDFneo	17
2.4.2	ZDFinfo	17
2.5	Partnerprogramme	18
2.5.1	ARTE	18
2.5.2	3sat	19
2.5.3	phoenix	19
2.5.4	KiKA	20
2.5.5	funk	21
2.6	Auszeichnungen/ Preise	23

Berichtszeitraum: 28.11.2018 – 05.03.2019

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Kabel- und Satellitenrichtlinie

Mit der Einigung über die sogenannte Kabel- und Satellitenrichtlinie (im folgenden KABSAT-Richtlinie) der Europäischen Union wird ein Teil des Europäischen Urheberrechts technologieneutral ausgestaltet. Die existierenden Regelungen über die grenzüberschreitende Kabelweitersendung werden technologieneutral auf drahtlose Weitersendungen auch über das Internet (IP-TV und OTT) erstreckt. Das ZDF begrüßt diese Regelung, da die grenzüberschreitende Zugänglichkeit der Rundfunkprogramme in Europa verbessert wird.

Gleichzeitig wird mit dieser Richtlinie der für lineare Rundfunksendungen geltende Sendelandgrundsatz auch auf bestimmte Onlinedienste der Sendeunternehmen erweitert. Allerdings gilt diese Erweiterung nur für Nachrichten, Aktuelles (current affairs) und vollfinanzierte Eigenproduktionen. Die damit verbundene Zielsetzung einer grenzüberschreitenden Verfügbarkeit der Inhalte dürfte angesichts des sehr eingeschränkten Anwendungsbereichs allerdings nur bedingt erreicht werden können.

Nach endgültiger Annahme der Richtlinie durch das Europäische Parlament, die für März 2019 vorgesehen ist, haben die Mitgliedsstaaten zwei Jahre Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen.

Rechtsstreit um den Fernsehfilm „Unsere Mütter, unsere Väter“

Das Bezirksgericht im polnischen Krakau hat am 28.12.2018 das ZDF zusammen mit der Produktionsfirma UFA nach fünfjähriger Verfahrensdauer wegen des Dreiteilers „Unsere Mütter, unsere Väter“ verurteilt. Kläger sind ein Veteran und der Weltverband der Soldaten der polnischen Heimatarmee.

Gegenstand der Verurteilung ist ein vom Gericht vorgegebener Entschuldigungstext, der im polnischen Fernsehprogramm und im ZDF-Hauptprogramm sowie ZDFneo und 3sat verlesen werden soll. Derselbe Entschuldigungstext soll auf den Webseiten von ZDF und UFA für drei Monate an erster Stelle veröffentlicht werden. Die Entschuldigung bezieht sich auf eine Verletzung der Persönlichkeitsrechte des klagenden Veterans wie auch des Weltverbandes. Die im Film angeblich enthaltenen Andeutungen seien unberechtigt erfolgt. Zudem soll künftig ein ebenfalls vom Gericht vorgegebener Vorspanntext den Zuschauer auf den rein fiktionalen Charakter des Filmwerks hinweisen und ihm u. a. erklären, die meisten Soldaten der Heimatarmee hätten den Juden geholfen, sie beschützt und versteckt. Tausende Polen seien deshalb zu Tode gekommen.

Den gegen den Film erhobenen Vorwürfen waren ZDF und UFA im Prozess unter Hinweis auf die in die Produktion eingebundenen Fachhistoriker entgegengetreten. Insbesondere hatten wir betont, dass es sich zweifelsfrei um ein fiktionales Werk handelt, das sich mit einer frei erfundenen Handlung auf einer historisch belegten Tatsachenbasis bewegt. An dieses Werk die Maßstäbe einer Dokumentation anzulegen und daraus Verstöße gegen die journalistische Wahrheitspflicht abzuleiten, missachtet die Freiheiten, die einer künstlerischen Umsetzung und Bearbeitung eines Themas eingeräumt werden müssen. Die Produzenten wie auch das ZDF können sich nach den Maßstäben des europäischen wie des nationalen Verfassungsrechts auf diese Freiheiten berufen.

Rechtssicherheit durch EuGH-Urteil zum Rundfunk-beitrag

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat am 13.12.18 entschieden, dass die Erhebung des Rundfunkbeitrages in Deutschland rechtmäßig ist und nicht gegen das EU-Beihilfenrecht verstößt. Damit hat das Rundfunkbeitragsmodell nach dem Urteil des BVerfG auch auf europäischer Ebene Rechtssicherheit erlangt.

Vor dem EuGH wurde ein sog. Vorabentscheidungsverfahren geführt, bei dem das Landgericht Tübingen dem EuGH mehrere Fragen im Zusammenhang mit dem Rundfunkbeitrag, insbesondere in Bezug auf dessen Beihilfenkonformität, vorgelegt hatte.

Die europäischen Richter entschieden, dass die Einführung des Rundfunkbeitrages zu keiner wesentlichen Änderung einer bereits bestehenden zulässigen Beihilfe geführt habe, die vor der EU-Kommission notifizierungspflichtig gewesen sei. Schon im Jahr 2007 hatte die EU-Kommission die damalige Rundfunkgebühr geprüft und als bestehende Beihilfe im Sinne des Unionsrechts zugelassen. Zwar sei der Anknüpfungspunkt der Beitragspflicht verändert worden, da nunmehr geräteunabhängig an das Innehaben einer Wohnung angeknüpft werde, dies diene aber vor dem Hintergrund der technologischen Entwicklung in Bezug auf den Empfang der Programme der Vereinfachung der Verwaltungspraxis. Der EuGH folgte damit den Ausführungen des Generalanwaltes.

Dieser hatte zudem in seinen Schlussanträgen auch die Bedeutung der KEF hervorgehoben und auf deren entscheidende Rolle im Hinblick auf die Erforderlichkeit der Beitragshöhe zum Ausschluss einer Überkompensation hingewiesen.

Öffentlich-rechtliche Plattform-Strategie in Frankreich

France Télévisions, TF1 und M6 haben angekündigt, demnächst den Streamingdienst Salto zu eröffnen – ähnlich Hulu und Freeview (GB). Das Angebot soll neben Abruf- und Liveprogrammen auch exklusive Online-Inhalte umfassen, verknüpft mit den existierenden unverschlüsselten Mediatheken der Sender. Geplant sind unterschiedliche Abonnements zu noch unbekannten Tarifen.

In diesem Kontext hat sich France Télévisions kürzlich mit dem Produzentenverband über die Dauer der exklusiven Verwertung geeinigt. Für nach dem 01.01.19 hergestellte Programme gelten demnach längere Fristen hinsichtlich der nichtlinearen Nutzung und Vermarktung. Die Intendantin und betroffene Verbände haben damit ihre Absicht bekräftigt, Netflix von der unmittelbaren nachgeordneten Verwertung auszuschließen. Der unentgeltlichen nichtlinearen Nutzung entspricht künftig eine Verweildauer von 36 Monaten (Reihen und Serien) bzw. 30 Monaten (Einzelstücke), für die VoD-Vermarktung gilt ein Verhandlungsrahmen von 12 bis 24 Monaten je nach Höhe der Finanzierung durch den Sender.

1.2 Medienbranche

US-Medien- und Internetkonzerne investieren in weitere Streamingdienste

Nach Disney und Warner Media hat Mitte Januar auch die Comcast-Tochter NBC Universal den Start eines neuen Streamingdienstes angekündigt. Comcast, einer der größten Medien- und Telekommunikationskonzerne der Welt, hat 2018 die Pay-TV-Gruppe Sky für 40 Mrd. $ erworben. Die Planungen von NBC Universal sehen vor, ab Anfang 2020 den neuen Streamingdienst sowohl den Kabel-Kunden von Comcast als auch den weltweiten Sky-Abonnenten kostenlos anzubieten. Die rund 52 Mio. Kunden von Comcast und Sky müssen allerdings mit Werbeunterbrechungen von drei bis fünf Minuten pro Stunde rechnen. Zusätzlich zur werbefinanzierten Variante soll es auch eine kostenpflichtige, werbefreie Version des Streamingdienstes geben. Es soll auch die Option geben, den Streamingdienst ohne ein Pay-TV-Abo bei Comcast oder Sky zu abonnieren. Neben Eigenproduktionen aus dem Comcast-Konzern soll der Streamingdienst auch Inhalte von externen Partnern umfassen. Im Gegensatz zu Disney, Netflix und Amazon will Comcast die konzerneigenen Videoinhalte auch zukünftig nicht exklusiv innerhalb des eigenen neuen Streamingdienstes anbieten. Comcast-Inhalte sollen auch weiterhin anderen Plattformen angeboten werden.

Während sich die Streamingdienste von Disney, Warner Media und NBC Universal noch in Planung befinden, hat Amazon seine Plattform „Internet Movie Database“ (IMDb) in den USA um einen kostenlosen, werbefinanzierten Streamingdienst namens „IMDb Freedrive“ erweitert. IMDb ist eine umfassende Online-Datenbank mit vielfältigen Informationen über Filme, Fernsehserien, Videoproduktionen und Computerspiele.

Netflix steigert die Zahl der Abonnenten weiter

Netflix hat bekannt gegeben, dass das Unternehmen Ende 2018 weltweit 139 Mio. zahlende Kunden hatte. Allein im letzten Quartal stieg die Zahl der weltweiten Abonnenten um 8,8 Mio. Hiervon kamen 1,5 Mio. aus den USA. Der Umsatz von Netflix lag 2018 bei 15,8 Mrd. $, der bilanzielle Gewinn betrug 1,2 Mrd. $. Der Cash Flow des Konzerns zeigt allerdings, dass das Unternehmen noch immer deutlich mehr Geld ausgibt, als es einnimmt. So überstiegen die Ausgaben die Einnahmen 2018 um 3 Mrd. $.

Europäischer Live-TV-Streaming-dienst Magine TV stellt seinen Dienst ein

Ende Januar hat Magine TV angekündigt, seinen TV-Streaming-dienst Ende Februar einzustellen. Magine TV wurde 2013 in Schweden gegründet und war seit April 2014 auf dem deutschen Markt aktiv. Die TV-Streamingdienste Zattoo und waipu.tv haben den 150.000 Kunden von Magine TV umgehend Wechselangebote unterbreitet.

Deutscher Werbemarkt stagniert

Mitte Januar hat das Marktforschungsunternehmen Nielsen seine Analyse zur Entwicklung des Deutschen Werbemarktes 2018 veröffentlicht. Danach stagnierte der deutsche Werbemarkt bereits vor Abzug der in der Branche traditionell hohen Skonti und Boni. Das Fernsehen war laut Nielsen abermals das Leitmedium auf dem deutschen Werbemarkt. Die Umsätze auf dem Fernsehwerbemarkt stagnierten 2018 allerdings. Das stärkste Wachstum verzeichneten die Segmente Mobile (+ 58 %) und Radio (+ 2 %). Deutliche Verluste verzeichneten Publikumszeitschriften (- 3,9 %) und Fachzeitschriften (- 52 %).

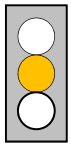
Bertelsmann gründet konzerninterne „Content Alliance“

Die Bertelsmann-Gruppe hat am 01.02.19 konzernintern die sogenannte „Content Alliance“ gegründet. Das Ziel ist es, die inhaltebezogene Zusammenarbeit der Bertelsmann-Töchter RTL, UFA, Gruner + Jahr, RTL Radio, Random House und BMG zu verbessern. Bereichsübergreifend sollen gemeinsame neue Formate entwickelt und vermarktet werden. Neben Julia Jäkel sind auch die anderen Chefs der Bertelsmann-Töchter im Leitungsgremium der Content Alliance vertreten.

Die Bertelsmann-Töchter haben auch schon in der Vergangenheit bei verschiedenen Projekten zusammengearbeitet. So basiert etwa die VOX-Serie „Der Club der roten Bänder“ auf einem Buch, das bei Random House erschienen ist. Gruner + Jahr hat mehrfach Zeitschriften zu verschiedenen RTL-Formaten verlegt und das Musikunternehmen BMG hat Künstler unter Vertrag, die viel mit RTL zusammenarbeiten.

1.3 ZDF-Finanzsituation

Im **Betriebshaushalt** zeigt sich ein Ergebnis von ./. 220,2 Mio. € (Soll: ./. 148,2 Mio. €). Korrigiert um die nicht verfügbaren Beitragserträge in Höhe von 33,7 Mio. €, die der Sonderrücklage II zugeführt werden, ergibt sich das **bereinigte Betriebsergebnis** mit einem Fehlbetrag von ./. 253,9 Mio. €. Es ist damit um 71,8 Mio. € schlechter als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./. 182,1 Mio. €. Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von 118,7 Mio. €, das um 53,0 Mio. € über dem Soll liegt.



Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte bereinigte **Gesamtfehlbetrag von ./. 135,2 Mio. €** ist um rd. **18,8 Mio. € schlechter als das Soll.** Zur Deckung des Gesamtfehlbetrags steht die Rücklage Gesamtergebnis in Höhe von knapp 71,9 Mio. € zur Verfügung, die aufgrund des verbesserten Ist-Ergebnisses 2017 höher ausfällt als geplant. Der darüber hinausgehende Fehlbetrag von 63,4 Mio. € wird der zu diesem Zweck gebildeten Sonderrücklage I entnommen.

Gegenüber dem **Vollzugsbericht Juni 2018**, der von einer Verbesserung gegenüber dem Soll von 8,0 Mio. € ausging, ist eine Gesamtergebnisverschlechterung um knapp 27,0 Mio. € zu verzeichnen, die auf die beiden nicht vom ZDF zu beeinflussenden Faktoren Bundesverfassungsgerichtsurteil zu Nebenwohnungen und neue biometrische Rechnungsgrundlagen in der betrieblichen Altersversorgung (Heubeck-Richttafeln 2018 G) zurückzuführen ist.

Bei den **Rundfunkbeiträgen** führen Mindererträge aufgrund der Befreiungen von Nebenwohnungen (Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018) und Mehrerträge aus der jahresanteiligen KEF-Zuschätzung im Saldo voraussichtlich zu einem um 10,5 Mio. € niedrigeren Beitragsaufkommen. Beim **Werbefernsehen/Sponsoring** ergeben sich Mehrerträge von 14,0 Mio. €.

Beim gesamten **Personalaufwand ohne Altersversorgung** wird davon ausgegangen, dass der Haushaltsplanwert unterschritten wird. Hierzu trägt insbesondere die im Haushaltsplan pauschal mit 8,2 Mio. € berücksichtigte Umschichtung von 100 Stellen von Freien Mitarbeitern in feste Anstellungsverhältnisse bei, die später als geplant umgesetzt werden kann. Bis zum 30.09.18 konnten rd.

40 Freie Mitarbeiter in Festanstellungen umgeschichtet werden. Bei den Honoraraufwendungen ist dementsprechend eine Überschreitung des Planwertes festzustellen.

Bei der **Altersversorgung** ist die **Zuführung zur Versorgungsrückstellung** mit der aktuellen Hochrechnung des Versicherungsmathematikers berücksichtigt, die den neuen Tarifabschluss mit einer Tariferhöhung um 3,4 % ab 01.01.18 und die neuen Heubeck-Richttafeln 2018 G in die Prognose mit einbezieht. Es wird von einer Mehrbelastung gegenüber der Planung von insgesamt rd. 25,6 Mio. € ausgegangen. Dabei wurde die gesamtergebnisneutrale Absenkung des Rechnungszinses gemäß Vorgabe der Deutschen Bundesbank – wie im Haushaltsplan – mit pauschal 99,0 Mio. € angesetzt. Bei der **Zuführung zur Beihilferückstellung** ist gem. der aktuellen Hochrechnung des Versicherungsmathematikers, die auch die hohen Kostentrends im Gesundheitswesen und das altersabhängige steigende Schadensprofil berücksichtigt, ebenfalls mit deutlichen Mehraufwendungen zu rechnen. Dem Aufwand im Betriebshaushalt steht eine entsprechende Einnahme im Investitionshaushalt gegenüber; der Sachverhalt ist daher gesamtergebnisneutral.

Der **Sendeaufwand** übersteigt den Planwert, wobei ein Großteil der Überschreitung durch die zusätzliche Ausstrahlung von Sendungen aus dem Programmvorrat bedingt ist und daher entsprechende Programmvorratsentnahmen im Investitionshaushalt zu verzeichnen sind. Darüber hinaus steigt der Sendeaufwand infolge der konkreten Zuordnung von Projekten des Innovationsetats. Bei der **Programmverbreitung** muss aus heutiger Sicht zur Abdeckung der Risiken aus Ansprüchen kleinerer Kabelnetzbetreiber die Rückstellung für Risiken aus Kabeleinspeisung erhöht werden. Bei den **Sendepauschalverträgen** könnte die Forderung der GVL, nach einer neuen vertraglichen Regelung analog zur GEMA, zu Mehraufwendungen führen.

Im **Investitionshaushalt** sind u. a. höhere Einnahmen im Zusammenhang mit der Zuführung zur Versorgungs- und Beihilferückstellung sowie auf der Ausgabenseite geringere Sach- und Programminvestitionen sowie eine höhere Zuführung zum Versorgungsstock zu verzeichnen.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Vertrauen in Berichterstattung: Politbarometer-Umfrage Januar 2019

Im Rahmen des ZDF-Politbarometers hat die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) im Zeitraum von November 2015 bis Januar 2019 in Vierteljahresabständen bisher insgesamt 14 Mal jeweils nach dem Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung von ARD und ZDF gefragt.

Bei der aktuellen Januar 2019-Politbarometer-Umfrage der FGW zum Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 67 % (+ 3 Prozentpunkte gegenüber Oktober 2018) der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit fällt damit erneut wieder etwas höher aus als in der Oktober-Umfrage 2018 und im August 2018. 31 % gaben aktuell an, nur ein geringes oder gar kein Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF zu haben. Das Vertrauen in die Berichterstattung von ARD und ZDF schwankt in den bisherigen 14

Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 68 % im Juli 2016.

	Nov 2015	Jan 2016	Apr 2016	Jul 2016	Okt 2016	Jan 2017	Apr 2017	Jul 2017	Okt 2017
Vertrauen sehr groß / groß	63	58	65	68	60	64	65	66	65
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	35	41	33	29	38	34	33	31	33
	Jan 2018	Apr 2018	Aug 2018	Okt 2018	Jan 2019				
Vertrauen sehr groß / groß	67	67	62	64	67				
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	30	31	36	33	31				

2.2 ZDF-Programmfamilie und Telemedienangebote

Jahresstart 2019

Die ZDF-Programmfamilie startet ins Jahr 2019 mit 21,2 % Marktanteil bei Zuschauern gesamt und 11,1 % bei 14- bis 49-Jährigen auf dem Akzeptanzniveau des Vorjahres (Werte bis einschließlich 24.02.19). Das Hauptprogramm bleibt Marktführer, die Digital- und Partnerkanäle starten auf dem Akzeptanzlevel von 2018 ins aktuelle Jahr. Mit 3,4 Mio. Visits pro Tag (bis 24.02.19) wird die ZDFmediathek (ZDF Online) deutlich stärker genutzt als 2018, als zu Beginn des Jahres rund 3 Mio. Visits pro Tag zu Buche standen. Im Januar stieg die Zahl der täglichen Sichtungen gegenüber dem Vormonat um 13 % auf 2,3 Mio. Im Wettbewerb erwies sich erneut, dass Qualitätsprogramme gesucht werden. Die Mehrteiler „Bier Royal“ und „Die verschwundene Familie“, ‚Terra X‘-Reihen wie „Faszination Erde“ und „Faszination Europa“, Fernsehfilme wie das Kriminaldrama „Vermisst in Berlin“ um ein Auswanderer-Kind, die Übertragungen der Spiele der Handball-WM und starke Regelprogramme wie die Nachrichtenleisten stehen dafür ebenso wie dokumentarische Themen-Schwerpunkte und Thementage.

„heute journal“-Verlängerung am Sonntag

Um das Qualitätsprofil der ZDF-Angebote zu stärken, wird das „heute journal“ am Sonntag ab Ende März um 15 auf 30 Minuten verlängert. Am Sonntag ist das „heute journal“ für viele die erste ausführliche Nachrichtensendung des Tages. Mit 4,47 Mio. Zuschauern ist die Sonntagsausgabe bislang die am stärksten genutzte. Auf seinem Regeltermin hat es eine Alleinstellung im Angebot, die ARD-„Tagesthemen“ kommen am Sonntag spät und verkürzt. Wie nicht zuletzt der Zuspruch zu „Berlin direkt“ zeigt, ist das Interesse an Nachrichten am Sonntag in den vergangenen Jahren deutlich intensiver geworden. Viele Themen entwickeln sich am Wochenende weiter bzw. nehmen am Wochenende ihren Ausgang und lohnen der ausführlichen Aufbereitung. Zwar ist zu erwarten, dass die Zuschauerzahl im Durchschnitt aufgrund der Verlängerung leicht zurückgehen wird. Ereignisentwicklung, Angebot- und Nachfrage-Indikatoren sprechen aber dafür, dass ein verlängertes „heute journal“ am Sonntag das journalistische Profil der ZDF-Angebote schärft und auf Nachfrage treffen wird.

November 2018

Medienforschung

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

13,0 %

Marktanteil

kum. Jahr 2018: 14,0 % MA

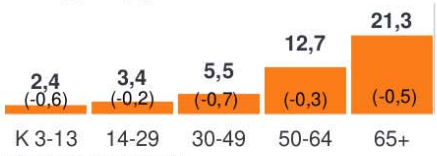
Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +1,0

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
22,53	7,34	4,57	1,75
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
5,80	5,20	4,06	3,43

*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

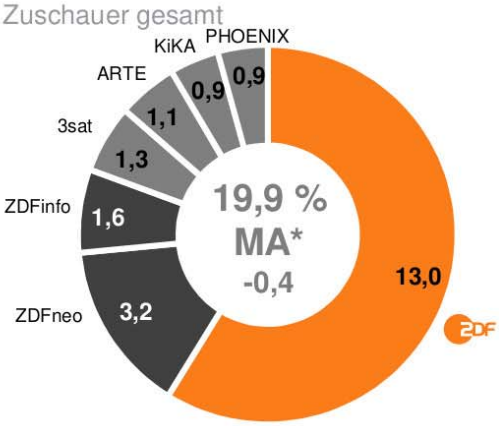
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

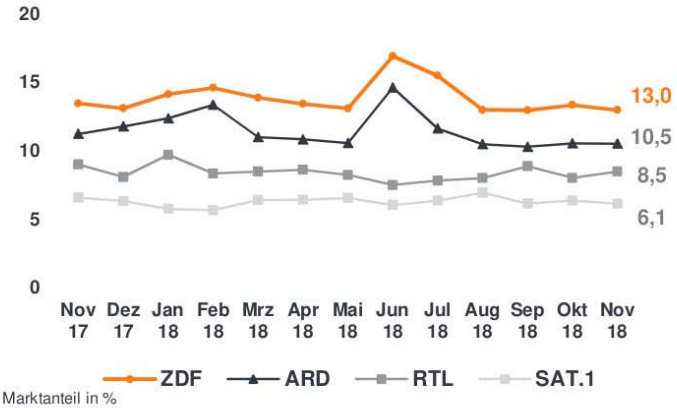


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 54 J.
3sat: Ø 62 J.
ARTE: Ø 60 J.
KIKA: Ø 28 J.
PHOENIX: Ø 61 J.

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

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 7 + Dritte

Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

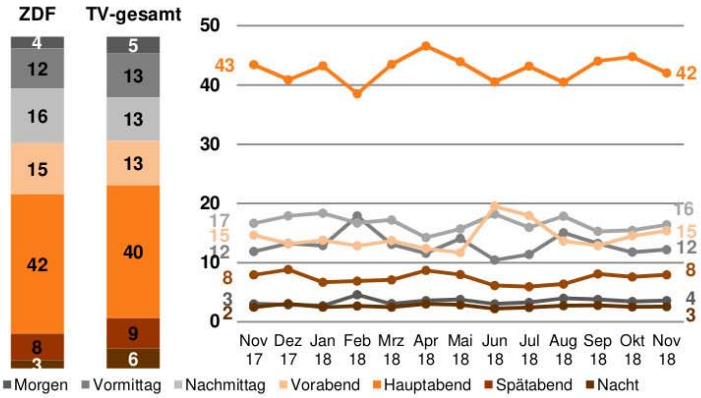
Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	13,0	(-0,3)	RTL	12,0	(+0,8)
62	ARD	10,5	(-0,1)	PRO 7	10,5	(+0,7)
50	RTL	8,5	(+0,5)	SAT.1	7,8	(-0,5)
50	SAT.1	6,1	(-0,3)	VOX	7,1	(-0,4)
50	VOX	5,0	(-0,1)	ARD	5,9	(-0,7)
40	PRO 7	4,8	(+0,2)	RTL2	5,5	(-0,1)
50	Kabel 1	3,7	(±0,0)	Kabel1	5,1	(±0,0)
65	ARD Dritte	12,9	(+0,2)	ARD Dritte	5,0	(-0,2)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
*: D.-Alter im Monat

ZDF im November bei 14-49-Jährigen auf Platz 8

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
1	heute-show vom 2. November 2018	39:21	64	0,60	944.956	37	30
2	heute-show vom 16. November 2018	35:55	67	0,60	904.869	38	32
3	heute-show vom 9. November 2018	33:23	67	0,60	898.532	37	31
4	heute-show vom 23. November 2018	36:01	69	0,55	808.959	37	33
5	Herzkino: K.Fforde - Zimmer mit Meerblick	88:58	52	0,25	494.672	37	36
6	Die purpurnen Flüsse - Melodie des Todes	92:36	32	0,24	747.459	17	63
7	Bettys Diagnose: Staffel 5, Folge 7	43:27	61	0,24	389.766	41	33
8	FdW: Der Mordanschlag (2)	89:21	55	0,22	400.893	20	53
9	Bettys Diagnose: Staffel 5, Folge 5	43:24	60	0,22	357.752	39	35
10	Die Brücke - Das Finale (1)	108:20	29	0,21	738.165	18	63

Nutzung vom 01.11. bis 30.11.2018. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie auf Platz drei im Senderfamilien-Ranking.
- ZDF mit bislang schwächstem Monats-MA bei 14-49-Jährigen.
- Stärkste ZDF-Sendung im November ist *Wilsberg* (03.11.: 6,72 Mio. / 22,4 %). In der Gesamthitliste nur auf Rang 12 hinter Sportübertragungen von ARD und RTL.
- Online: Die tägliche Nutzung der ZDF-Onlineangebote steigt im November weiter an: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,94 Mio. Visits (+7%), ZDFfamilie: Ø 2,90 Mio. Sichtungen (+10%).

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

Dezember 2018

Medienforschung

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

12,9 %

Marktanteil

kum. Jahr 2018: 13,9 % MA

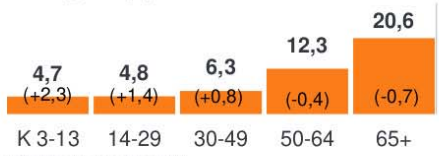
Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,9

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
23,32	6,92	4,58	1,74
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
6,61	5,60	4,43	3,46

*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

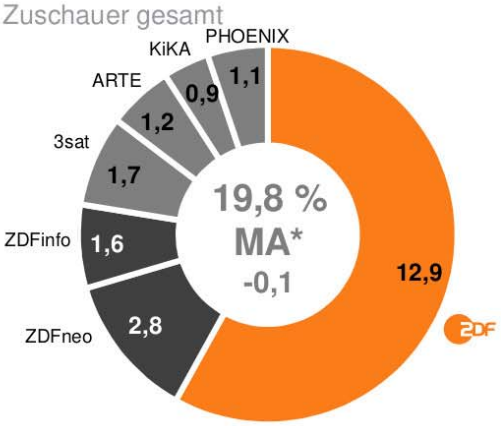
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

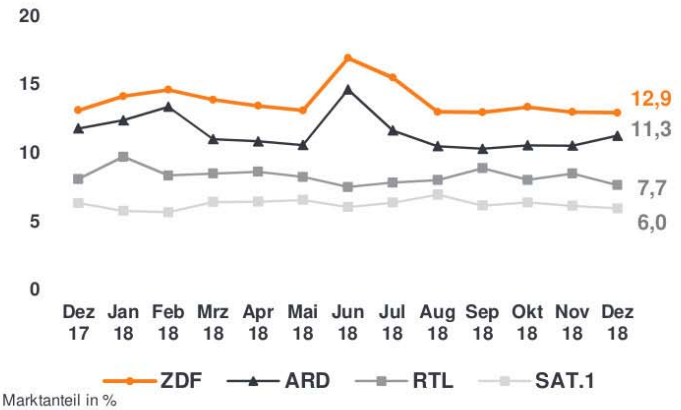


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 59 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 62 J.
ARTE: Ø 61 J.
KIKA: Ø 30 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 7 + Dritte

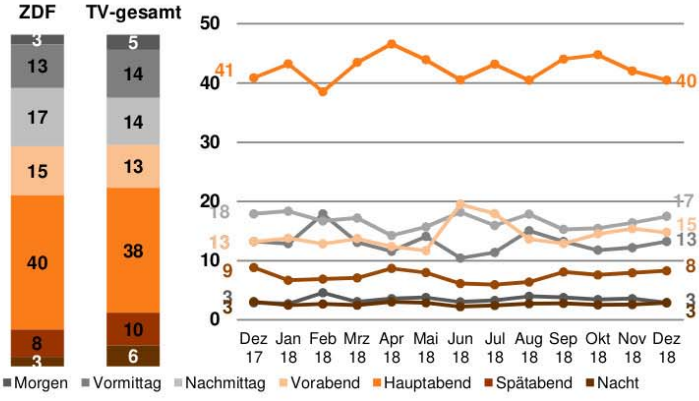
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	12,9	(-0,1)	RTL	10,9	(-1,1)
62	ARD	11,3	(+0,8)	ProSieben	9,9	(-0,6)
49	RTL	7,7	(-0,8)	SAT.1	8,0	(+0,2)
50	SAT.1	6,0	(-0,1)	ARD	6,7	(+0,8)
41	PRO7	4,6	(-0,2)	VOX	6,4	(-0,7)
50	VOX	4,5	(-0,5)	ZDF	6,0	(+1,0)
50	Kabel 1	3,8	(+0,1)	RTL2	5,4	(-0,1)
65	ARD Dritte	13,8	(+0,9)	ARD Dritte	5,9	(+0,9)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
*: D.-Alter im Monat

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
1	heute-show - Jahresrückblick v. 14.12.18	46:12	62	0,64	1.033.014	37	34
2	heute-show vom 7. Dezember 2018	32:29	67	0,62	924.032	37	32
3	heute-show vom 30. November 2018	32:59	68	0,57	832.660	37	32
4	Der Fernsehfilm der Woche: Extraklasse	89:46	50	0,29	587.066	28	46
5	Herzkino: Inga Lindström – Das Geheimnis.der Nordquists	88:01	52	0,27	520.054	37	35
6	Bettys Diagnose: Staffel 5, Folge 10	43:23	60	0,26	431.309	40	35
7	Herzkino: Rosamunde Pilcher – Das Geheimnis der Blumeninsel	88:29	50	0,25	495.717	36	37
8	Bettys Diagnose: Staffel 5, Folge 11	43:05	59	0,24	417.064	40	36
9	Die Bergretter: Letzte Hoffnung	88:14	49	0,22	454.308	34	41
10	Helen Dorn: Prager Botschaft	89:17	53	0,22	416.360	26	46

Nutzung vom 01. bis 31.12.2018. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Familie auf Platz drei im Senderfamilien-Ranking.
- ZDF schwächer als im Dezember 2017.
- Stärkste ZDF-Sendung im Dezember ist *Stubbe - Tod auf der Insel* (22.12: 7,06 Mio. / 22,0 %). In der Gesamthitliste auf Rang 4 hinter 2x *Tatort* und 1x *Polizeiruf 110*.
- Online: Die tägliche Nutzung der ZDF-Onlineangebote liegt auf Vormonatsniveau: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,97 Mio. Visits (+1%), ZDFfamilie: Ø 2,85 Mio. Sichtungen (-2%).

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

Januar 2019

Medienforschung

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

15,0 %

Marktanteil

kum. Jahr 2018: 15,0 % MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: +0,9

Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
24,84	7,37	4,39	2,05
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
6,30	5,29	4,21	3,46

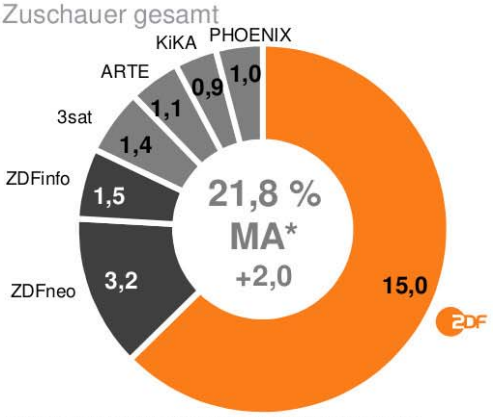
*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

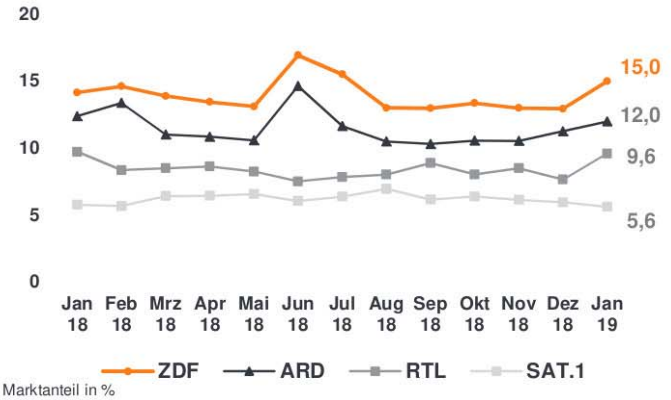


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KIKA: Ø 29 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

12-Monats-Entwicklung Top-4-Sender

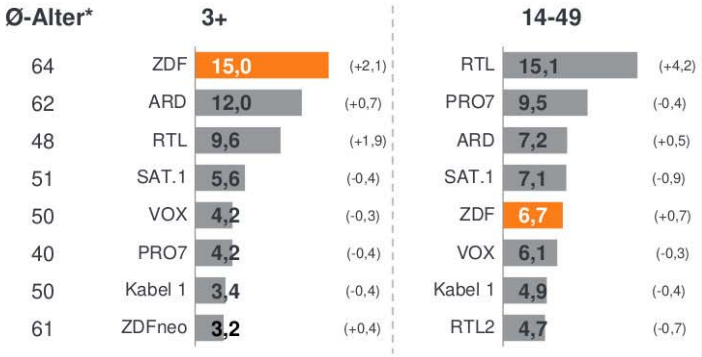
Zuschauer gesamt



Marktanteil in %

Marktanteile Top 8

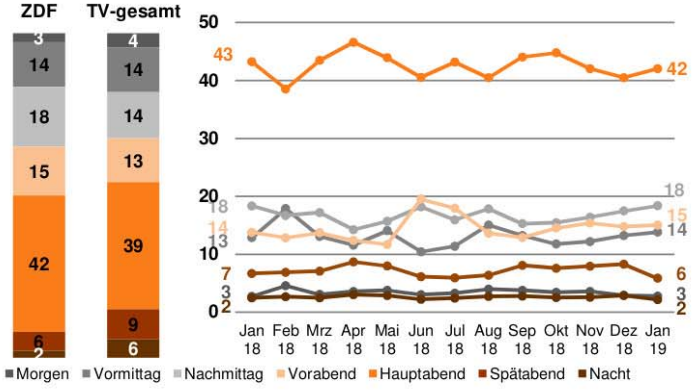
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre



Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP
*: D.-Alter im Monat

Marktanteilsbeitrag

Zuschauer gesamt



Top 10 ZDF-Abrufvideos

ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte Mobil	Ant. % Geräte CTV*
1	FdW: Die verschwundene Familie (2)	89:28	52	0,49	933.051	25	52
2	FdW: Die verschwundene Familie (1)	88:47	40	0,41	1.018.049	22	58
3	Der Bergdoktor: Folge 1 - Ein neuer Anfang	88:36	48	0,34	697.240	33	43
4	Der Bergdoktor: Folge 2 - Die Andere	88:05	50	0,33	663.969	33	44
5	Der Bergdoktor: Folge 3 - Schmerz	88:05	53	0,31	582.719	34	44
6	FdW: Totengebet	89:07	48	0,30	609.527	27	48
7	Der Bergdoktor: Preis des Lebens	88:46	48	0,29	612.179	32	45
8	FdW: Bier Royal (1)	85:05	38	0,27	710.011	24	54
9	FdW: Bier Royal (2)	87:30	51	0,26	502.903	28	47
10	Wilsberg: Gottes Werk und Satans Kohle	89:07	55	0,26	469.347	26	47

Nutzung vom 01. bis 31.01.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF mit höchstem Januar-MA seit 1995 (15,9 % MA). RTL mit schwächstem Januar-MA seit 1989 (8,3 % MA).
- Stärkste ZDF-Sendung ist *Handball WM Kroatien - Deutschland* (21.01.: 10,03 Mio. / 30,3 %). In der Gesamthitliste auf Rang 5 hinter ARD: *Handball WM Deutschland - Norwegen*, 2x *Tatort* und *Tagesthemen.*
- Online: Die ZDF-Onlineangebote erzielen bei den Visits einen neuen Rekordwert: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 3,50 Mio. Visits (+18%). Bei den Sichtungen erreicht ZDFfamilie mit Ø 3,36 Mio. Sichtungen (+18%) die bislang zweithöchste Nutzung nach Juni 2018.

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

ZDF Onlineangebote

Jahr 2018

Medienforschung

Kontakt:
E-Mail: MedienforschungOnline@zdf.de

ZDF Familie*

Ø 2,69 Mio.
Sichtungen
Diff. zum 2. HJ 2017: +40%

Abrufvideos:
Ø 1,82 Mio. Sichtungen
Diff. zum 2. HJ 2017: +32%

Livestreams:
Ø 0,86 Mio. Sichtungen
Diff. zum 2. HJ 2017: +60%

*Nutzung pro Tag, inkl. 3sat und Phoenix

ZDFmediathek*

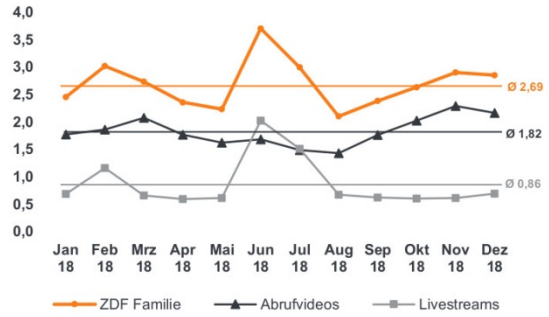
Ø 1,76 Mio.
Sichtungen
Diff. zum 2. HJ 2017: +31%

Ø 2,76 Mio.
Visits
Diff. zum Vorjahr: +26%

*Nutzung pro Tag
Sichtungen: Abrufvideos ZDF+Digitalkanäle u. ZDFtivi/KiKA

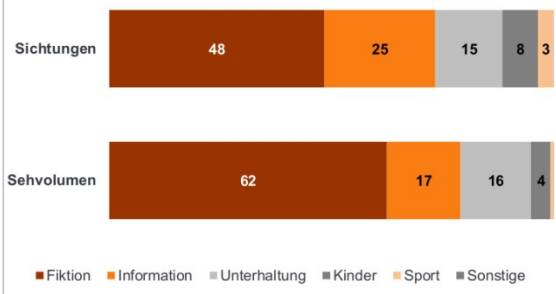
12-Monats-Entwicklung Sichtungen

Ø Sichtungen pro Tag in Mio.



Anteile der Programmsparten in %

Abrufvideos ZDF+Digis, ZDFtivi/KiKA



Top 10 ZDF-Abrufvideos

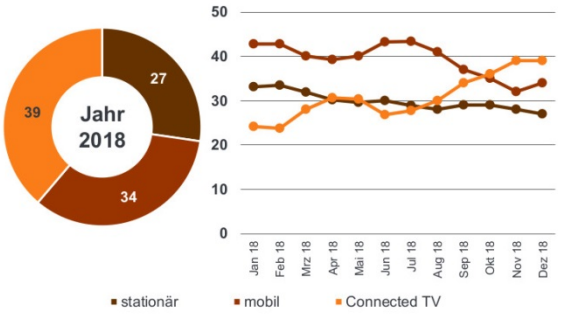
ZDF+Digitalkanäle, ZDFtivi/KiKA

Rang	Titel	Dauer	Ø-Verweildauer %	Sehbet. Mio.	Sichtungen	Ant. % Geräte	
						Mobil	CTV*
1	Kudamm 59 (Teil 3)	95:01	46	0,83	1.780.848	33	37
2	Kudamm 59 (Teil 2)	93:00	44	0,69	1.547.587	32	37
3	Kudamm 59 (Teil 1)	90:03	34	0,68	2.005.483	35	39
4	Bad Banks: Die Kündigung (1/6)	50:53	36	0,65	1.817.491	33	45
5	heute-show - Jahresrückblick vom 14.12.18	46:12	62	0,64	1.033.014	37	34
6	heute-show vom 26. Oktober 2018	33:29	65	0,62	962.006	36	30
7	heute-show vom 7. Dezember 2018	32:29	67	0,62	924.032	37	32
8	heute-show vom 16. November 2018	35:55	65	0,62	954.916	37	32
9	heute-show vom 19. Oktober 2018	35:00	65	0,61	946.508	37	29
10	heute-show vom 2. November 2018	39:21	64	0,61	953.925	37	30

Nutzung vom 01.01.2018 bis 31.12.2018. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Anteile der Geräte-Typen in %

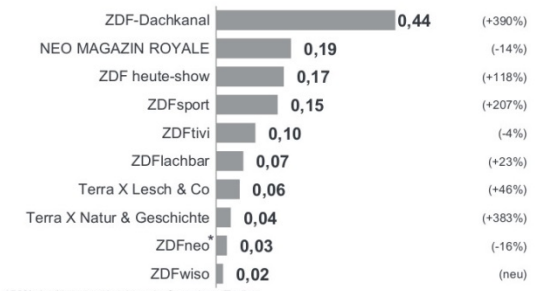
Sichtungen Abrufvideos ZDF+Digis, ZDFtivi/KiKA



Top 10 ZDF-Kanäle

YouTube

Ø YouTube-Sichtungen pro Tag in Mio.



*58% der Nutzung durch werbefinanzierte Trailer

Infobox

- Stärkster Tag bei den Visits: 9,36 Mio. am 27.06.2018 (u.a. *FIFA WM 2018 – Südkorea : Deutschland*)
- Höchste Tagesnutzung Abrufvideos: 2,68 Mio. Sichtungen am 17.11.2018 – u.a. *heute-show*, *Parfum* und *Die Brücke*
- Der Anteil von Connected TV bei Abrufvideos liegt bei 39% (2. HJ 2017: 18%)
- Höchste Livestream-Nutzung: 10,56 Mio. Sichtungen am 27.06.2018 (siehe Visits)
- Alle ZDF-Kanäle auf YouTube erreichen Ø 1,26 Mio. Sichtungen pro Tag (+87% zum Vorjahr)

Quelle Streaming ZDF-Plattformen: AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten; Quelle Visits: INFOnline, SZMnG-Verfahren; Quelle YouTube: YouTube-API / YouTube Analytics, Horus

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

Wahl zum CDU-Parteivorsitz

Am 07.12.18 wurde Annegret Kramp-Karrenbauer zur neuen CDU-Vorsitzenden gewählt. In den Regelinformations-Sendungen wurde im Vorfeld des Parteitages, am Wahltag selbst sowie nach dem Parteitag mit zahlreichen Beiträgen und Gesprächen berichtet. Maybrit Illner diskutierte in ihrer Sendung am 06.12.18 u. a. mit Dr. Franz-Josef Jung und Thomas Oppermann die Frage „Tag der Entscheidung – Wer kommt nach Merkel?“ (2,60 Mio., 12,4 % MA). Wenige Stunden nach der Wahl befragten ZDF-Hauptstadtstudio-Leiterin Bettina Schausten und ZDF-Chefredakteur Peter Frey die neue CDU-Parteivorsitzende im Einzelinterview im Rahmen der Sendung „Was nun, Frau Kramp-Karrenbauer?“ (07.12.18, 3,63 Mio., 15,0 % MA). Auch in der Sendung „Bericht vom Parteitag der CDU in Hamburg“ am Folgetag (08.12.18, 0,42 Mio., 4,9 % MA) kamen die neue Parteivorsitzende sowie der neue CDU-Generalsekretär, Paul Ziemiak, in ausführlichen Interviews zu Wort. Außerdem beleuchtete die Redaktion u. a. den Kurs der Partei und sendete einen bilanzierenden Beitrag zum 18-jährigen CDU-Vorsitz Angela Merkels.

100 Jahre Frauenwahlrecht

Am 30.11.1918 wurde in Deutschland das aktive und passive Wahlrecht für alle Bürgerinnen und Bürger beschlossen. Am 19.01.1919 konnten Frauen in Deutschland dann erstmals wählen gehen und sich selbst wählen lassen. Anlässlich dieser Jahrestage berichteten alle aktuellen Informations-Formate mit Berichten und Gesprächen über das Thema. Die „ZDF.reportage“ begleitete im Film „Chefin im Rathaus – Bürgermeisterinnen in Deutschland“ (04.11.18, 1,61 Mio., 7,0 % MA) vier Bürgermeisterinnen in Sachsen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg in deren Arbeitsalltag und befragte sie u. a. zur Gehältergerechtigkeit, zu Aufstiegschancen in Führungspositionen oder zur Vereinbarung von Beruf und Familie. „heute – in Europa“ bildete in einer mehrteiligen Serie die Entwicklungen in England (15.10.18, 2,10 Mio., 20,6 % MA), der Schweiz (16.10.18, 2,29 Mio., 24,7 % MA), Russland (17.10.18, 2,03 Mio., 21,6 % MA) sowie Finnland (19.10.18, 2,45 Mio., 23,3 % MA) ab. „heute.de“ präsentierte ebenfalls Schwerpunkte rund um die Termine – beispielsweise mit Blicken nach Saudi-Arabien und Liechtenstein, einem Gastbeitrag, einer Bildergalerie von weiblichen Bundestagsabgeordneten und einer Analyse der Forschungsgruppe Wahlen zum Thema „Wie wählen Frauen?“.

70. Jahrestag der UN-Menschen-rechts-Erklärung

Am 10.12.1948 wurde die Allgemeine Menschenrechtserklärung verabschiedet. Neben Erklärstücken, historischen Berichten sowie Gesprächen in den Informations-Formaten des ZDF illustrierte „heute.de“ unter anderem die verschiedenen Artikel der Erklärung und veranschaulichte, welche Verträge und Institutionen in den Folgejahren auf dem Beschluss aufbauten. In ihrem Film „UNANTASTBAR – Der Kampf für Menschenrechte“ zeigten Angela Andersen und Claus Kleber, wie es um die Grundwerte und den Kampf gegen Menschenrechtsverletzungen steht (27.11.18, ARTE, 0,28 Mio., 0,9 % MA; 04.12.18, ZDF, 1,68 Mio., 5,5 % MA).

Handball-Weltmeisterschaft 2019

Vom 10.01.19 bis 27.02.19 fand die Handball-Weltmeisterschaft der Herren in Deutschland und Dänemark statt. Das Turnier wurde unter Federführung des ZDF produziert. Im Sinne einer effizienten Ressourcen-Nutzung teilten sich ARD und ZDF an den wechselnden Spielorten die entsprechende Technik und die Moderationsposition. Das ZDF-Konzept beinhaltete erstmals beim Handball zwei Experten

und unterschied sich darin deutlich von der ARD. Das ZDF erreichte bei einem Sendevolumen von knapp zehn Stunden (fünf Livespiele mit Vor- und Nachlauf) im Schnitt 7,25 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer (26,6 % MA).

Formel E

ZDF und ARD haben sich mit Discovery über eine Rechte-Vereinbarung verständigt und berichten live von der fünften Formel E-Saison, also der Elektro-Rennserie. Neben mindestens drei Übertragungen in den Hauptprogrammen gibt es für alle weiteren Rennen auf den Online-Plattformen Livestream-Angebote. So waren die ersten drei Rennen am 15.12.18, 12.01.19 und 26.01.19 live auf sport.zdf.de zu sehen. Das erste Rennen, das im ZDF-Hauptprogramm übertragen wird, findet am 13.04.19 in Rom statt.

Brexit

Die aktuellen Sendungen des ZDF berichten regelmäßig und ausführlich über den Brexit-Prozess. Darüber hinaus beleuchtete „WISO“ die möglichen Auswirkungen eines EU-Austritts Großbritanniens auf die deutsche Industrie (10.12.18, 3,13 Mio., 11,2 % MA). Bei „Berlin direkt“ wurde der Aspekt mit Außenminister Heiko Maas diskutiert (20.01.19, 4,03 Mio., 13,8 % MA). In der 45-minütigen Dokumentation „Theresa May und das Brexit-Dilemma“ (16.01.19, 0,42 Mio., 7,1 % MA) ging die Redaktion von „auslandsjournal – die doku“ unter anderem der Frage nach, warum die britische Premierministerin entgegen ihrer ursprünglichen Überzeugung den EU-Austritt vorantreibt. Eine Woche später berichtete das „auslandsjournal“ über die möglichen Auswirkungen eines Brexit auf Nordirland (23.01.19, 2,18 Mio., 8,5 % MA). Maybrit Illner stellte in ihrer Sendung die Frage „Bye-Bye Britannia: Überlebt die EU den Brexit?“ (17.01.19, 2,74 Mio., 12,6 % MA).

2.3.2 Programmdirektion

„Mit Markus Lanz im Heiligen Land“

Auf den Spuren der alttestamentarischen Propheten und Stammväter nahm Markus Lanz in „Mit Markus Lanz im Heiligen Land“ (25.12.18, 0,95 Mio, 7,4 % MA) die Zuschauer mit auf eine Reise zu zentralen Schauplätzen der Bibel. Zusammen mit dem Benediktinermönch Nikodemus Schnabel folgte Lanz den Spuren der großen historischen Gestalten und besuchte Jericho, Qumran, Masada und Jerusalem. In Gesprächen mit geistlichen Würdenträgern, Experten, Pilgern und Einheimischen erfuhr er von den historischen Gemeinsamkeiten der monotheistischen Weltreligionen, in einem Land im Spannungsfeld zwischen Hoffnung und Verzweiflung.

Märchen-Adaptionen im „Herzkino“

An den beiden letzten Adventssonntagen zeigte das „Herzkino“ im ZDF zwei Grimm’sche Märchen in einer modernen Adaption für Zuschauerinnen und Zuschauer jeden Alters. „Schneeweißchen & Rosenrot“ (16.12.18) und „Der Froschkönig“ (23.12.18) übersetzten die bekannten Vorlagen in die Gegenwart und entwickelten aus den archetypischen Stoffen fiktionale Unterhaltung mit den für den sonntäglichen Sendeplatz prägenden Attributen. Gefühle und ein moderner Look zielten neben dem „Herzkino“-Stammpublikum auch auf die Ansprache jüngerer Zuschauerinnen und Zuschauer. In „Schneeweißchen & Rosenrot“ wird ein eingeschworenes Schwesterngespann während eines Modedesign-Wettbewerbes auf eine herausfordernde Probe gestellt. In starkem Konkurrenzumfeld stieß der Film mit 3,96 Mio. Zuschauern (11,1 % MA) nur auf unterdurchschnittliche Resonanz im Gesamtmarkt. Mit 0,73 Mio. Zuschauern (6,1 % MA) fiel die Bilanz bei der Zielgruppe unter 50 Jahren etwas besser aus. In „Der Froschkönig“ prallen mit Isabelle, der wohlhabenden Tochter eines Schlosshotelbesitzers und

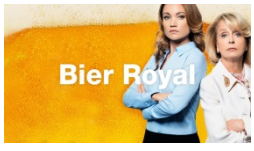
Jimi, der als Taucher Aquarien reinigt, zwei Welten aufeinander. Auch dieser Film erreichte mit 3,16 Mio. Zuschauern (9,1 % MA) die Erwartungen nicht. In der ZDFmediathek reüssierten beide Filme auf dem durchschnittlichen Niveau der Sendeplatzproduktionen.

Jahresrückblicke

Am 20.12.18 präsentierte Markus Lanz die Sendung „Menschen 2018 – Der ZDF-Jahresrückblick“. Auf außergewöhnliche Momente des Jahres blickte Lanz zusammen mit Gästen wie Herbert Grönemeyer, Robert Habeck, Kevin Kühnert und der neuen CDU-Vorsitzenden Annegret Kramp-Karrenbauer. Sportler des Jahres wie Wimbledon-Siegerin Angelique Kerber waren ebenso zu Gast wie die Rennfahrerin Sophia Flörsch, die erstmalig nach ihrem schweren Unfall in Macau in einer Sendung auftrat. Die Sendung erzielte bei 2,35 Mio. Zuschauern einen Marktanteil von 13,7 %. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen wurden 0,39 Mio. Zuschauer mit einem Marktanteil von 7,3 % erreicht. Erstmals in voller Länge parallel lief in Konkurrenz „Nuhr 2018 – der Jahresrückblick“ in der ARD mit 2,72 Mio. Zuschauern und einem Marktanteil von 14,6 %. Der „heute-show-Jahresrückblick“ hat 2018 einen Marktanteil von 19,4 % und somit ein weiteres Rekordergebnis erzielt. Die mehr als viereinhalb Mio. Zuschauer erfreuten sich an vielen verliehenen „Vollpfosten“ für die, die es aus Satiresicht verdient hatten. Unter allen ZDF-Abrufvideos in der ZDFmediathek ist die „heute-show – Der Jahresrückblick“ vom 14.12.18 mit über 1 Mio. Sichtungen eines der erfolgreichsten ZDF-Videos des Jahres 2018 überhaupt. Die 60-minütige ZDF-Ausstrahlung von „Urban Priol: TILT! – Tschüssikowski 2018“ sahen um 23:15 Uhr 2,14 Mio. Zuschauer bei einem Marktanteil von 11,7 %. Damit erreichte Urban Priols satirische Abrechnung des Jahres 2018 einen höheren Marktanteil als im vergangenen Jahr. In der ZDFmediathek wurde der kabarettistische Jahresrückblick von Urban Priol über 260.000 Mal abgerufen.

Zweiteiler „Die verschwundene Familie“

Vier Jahre nach dem Geschehen aus Teil 1 ermittelten Heino Ferch und Barbara Auer wieder in der fiktiven Kleinstadt Nordholm an der Ostsee: Nach dem erfolgreichen Zweiteiler „Tod eines Mädchens“ im Februar 2015, zeigte das ZDF am 07. (7,15 Mio., 21,8 % MA) und 08.01.19 (6,94 Mio., 20,9 % MA) das Krimi-Drama „Die verschwundene Familie“. Die Geschichte nimmt den realen Fall einer verschwundenen dreiköpfigen Familie aus Niedersachsen (von der bislang nur der ermordete Vater gefunden wurde) zum Ausgangspunkt. Der Fokus lag angesichts des Sendeplatzes und der jahreszeitlichen Platzierung auf einer genauen Figurenzeichnung und einem ruhigen, mehrsträngigen Erzählrhythmus ohne vordergründige Thriller-Effekte. Im Vordergrund stand deshalb auch nicht das Verbrechen, sondern die Suche nach Familie, Freundschaft und Zusammenhalt in einer Umgebung, in der feste familiäre Strukturen trotz der kleinstädtischen Umgebung längst nicht mehr selbstverständlich sind. Der Zweiteiler wurde bereits am Freitag vor TV-Ausstrahlung mit beiden Teilen für insgesamt sechs Monate online gestellt und generierte in der ZDFmediathek jeweils fast 1 Mio. Abrufe. Im Zuge einer Wiederholung konnte außerdem „Tod eines Mädchens“ ergänzend in der ZDFmediathek angeboten werden.



Mit „Bier Royal“ sendete das ZDF am 28. (6,89 Mio., 21,2 % MA) und 30.01.19 (5,63 Mio., 17,6 % MA) eine zweiteilige Komödie. Der Machtkampf zweier Frauen um das Erbe einer Münchner Bier-Dynastie sollte die Erinnerung an die Serie „Kir Royal“ anklingen lassen und bewegte sich gleichfalls in der Tradition von Familienepen im ZDF. Mit Gisela Schneeberger und Lisa Maria Potthoff in den Hauptrollen bot der Zweiteiler, angesiedelt in der bayerischen „besseren Gesellschaft“, Unterhaltung für die ganze Familie. „Bier

Royal“ wurde entsprechend seiner humoristischen Ausrichtung auf den relevanten Social Media-Plattformen sowie in der ZDFmediathek spielerisch beworben. Auch dieser Zweiteiler war bereits am Freitag mit beiden Teilen vorab abzurufen und für insgesamt sechs Monate in der ZDFmediathek zu sehen.

Gedenken an den Holocaust

Einen Akzent im Programm bildete die Berichterstattung zum Holocaust-Gedenktag am 27.01.19, in deren Mittelpunkt die Übertragung der Gedenkfeier aus dem Deutschen Bundestag stand. Ergänzt wurde die Berichterstattung in den Informationssendungen um die Kino-Produktion „Nebel im August“, die um 22:00 Uhr mit einem Marktanteil von 10,9 % (2,36 Mio.) ausgestrahlt wurde.

„Nebel im August“ ist ein bewegendes Drama über grausame Vorkommnisse während der NS-Zeit und gleichzeitig die Geschichte eines Halbwaisen, der sich mutig gegen ein menschenverachtendes System wehrte. Der 13-jährige Ernst Lossa wird gesund in eine Nervenheilanstalt eingewiesen und beginnt dort, das Euthanasie-programm der Nationalsozialisten zu durchschauen. Während der Anstaltsleiter über Leben und Tod seiner teils psychisch oder physisch eingeschränkten Insassen entscheidet, weiß Ernst, was „lebenswertes Leben“ wirklich bedeutet. Er findet Freunde, verliebt sich und sabotiert die Maßnahmen des Euthanasieprogrammes, bis er selbst ins Visier der Heimleitung gerät und ermordet wird. „Nebel im August“ ist, inspiriert von wahren Begebenheiten, der erste Spielfilm zum Thema Euthanasie im Dritten Reich. Im direkten Anschluss beleuchtete „ZDF History: Fredy Hirsch und die Kinder des Holocaust“ das Schicksal im Konzentrationslager internierter Kinder. Ebenso widmete ZDFinfo einen Doku-Abend dem Gedenken der Opfer des Holocaust. Darin war in Erstausstrahlung die „Frontal 21“-Dokumentation „Ausgewiesen! – Die Polenaktion 1938“ zu sehen.

„Terra X: Russland von oben“

Vom 25.11. bis 09.12.18 und am 20. und 27.01.19 jeweils sonntags auf dem „Terra X“-Sendeplatz um 19:30 Uhr machte die fünfteilige Dokumentation „Russland von oben“ (4,97 bis 5,48 Mio.; 15,8 bis 17,0 % MA) die Weite des größten Landes der Erde aus der Vogel-perspektive erlebbar. Das Team der „Terra X“-Reihe „Deutschland von oben“ hat während der neun Monate dauernden Dreharbeiten erstaunliche Landschaften entdeckt, von Kaliningrad an der Ostsee bis zur Meerenge der Beringstraße, über elf Zeitzonen und 7.000 Kilometer Luftlinie hinweg. Aufnahmen mit breiter Farbpalette von unberührten Landschaften, Metropolen, Tierherden, Wüsten und Wäldern sind gelungen, aber auch Eindrücke von harter Arbeit in der Kälte Sibiriens, vom Leben in ewigem Eis, kargen Gebirgsregionen, weitläufigen Industrieanlagen und Umweltverschmutzung. Gedreht aus Hubschraubern und mit den besten Luftbild-Spezialkameras wurden die Ausmaße großer Flussdelten im Permafrost ebenso deutlich wie die Spuren der atomar betriebenen Eisbrecher, Vulkane, Geysire und Wanderdünen.

Factual Entertainment in der Primetime

Bislang wurden „Factual Entertainment“-Programme im Haupt-programm vor allem im Tagesprogramm und am späten Abend platziert. Das Genre mit seiner alltagsnahen und emotionalen Erzählweise soll zukünftig auch in der Primetime die klassischen Formen der Show-Unterhaltung ergänzen. So sollen relevante Themen in unterhaltsamer Form präsentiert, Innovationsakzente gesetzt werden und das Potential des Genres zur Erreichung neuer Zielgruppen ausgelotet werden. Nach dem Erfolg der ersten Staffel „Mit 80 Jahren um die Welt“ im Sommer 2018 wird die zweite Staffel des Formats im Sommer 2019 nun am Dienstag um 20:15 Uhr zu

sehen sein. Im Herbst werden jeweils mittwochs um 20:15 Uhr zwei Neuentwicklungen getestet: Das mehrfach preisgekrönte belgische Format „Sorry für Alles“ (AT) erzählt das Genre der versteckten Kamera in neuer Form: 30 Tage wird ein Kandidat ohne sein Wissen beobachtet, sein Leben wird mit Hilfe von Freunden und Familie komplett inszeniert, immer wieder kommt es zu kuriosen Situationen. Bis zu dem Moment, in dem der Kandidat überraschend in einem Fernsehstudio steht und die Chance bekommt, mit Erinnerung, Wissen und Spaß Preise in einem Quiz zu erspielen. Die Eigenentwicklung „Mein Lied für Dich“ erzählt Geschichten von Menschen, die für andere ein Lied gestalten und darbieten wollen.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

Es ist Silvester und William Cohn (bekannt aus dem „NEO MAGAZIN ROYALE“) hat Geburtstag. Doch alle Gäste, die er eingeladen hat, sind verhindert und sagen ab. Gut, dass sich William zumindest auf seinen trinkfesten Butler und Untermieter Marti Fischer („Bongo Boulevard“, funk) verlassen kann. Am Ende gibt es vier Prominente, die sich richtig ärgern werden, nicht beim „Dinner for Cohen“ (31.12.18) dabei gewesen zu sein: Angela Merkel, Klaus Kinski, Udo Lindenberg und Dieter Bohlen. Die 15-minütige Sketch-Comedy parodiert den Silvester-Klassiker „Dinner for One“. Die Ausstrahlung erzielte 1,9 % MA im Gesamtmarkt und 2,1 % MA in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

„Father Brown“ (Mark Williams), der als Geistlicher der schottischen Gemeinde Kembleford vorsteht, hat nicht nur eine göttliche Bestimmung. Der Priester löst auch örtliche Kriminalfälle – üblicherweise zum Verdruss von Inspector Mallory (Jack Deam). Die erste Folge der sechsten Staffel (ab 25.01.19, freitags 20:15 Uhr) erzielte als Deutschlandpremiere 2,8 % MA im Gesamtmarkt und 1,3 % MA bei den 14- bis 49-Jährigen.

Nach dem Start des neuen Labels „ZDFneoriginal“, das kanalübergreifend junge Serien der ZDF-Familie in der ZDFmediathek bündelt und im TV-Programm kennzeichnet, gilt es nun, weitere fiktionale Stoffe zu identifizieren, die das Label stärken. Um ZDFneo als Anbieter anspruchsvoller Unterhaltung und Serienkompetenz im Free-TV weiter zu verankern, werden fortlaufend Koproduktionen im europäischen Raum gesucht sowie geeignete Stoffe aus den Genres Drama, Crime und Sitcom entwickelt. Am 26.02.19 wurde die erste ZDFneo-Crime-Serie „Dead End“ unter dem Label „ZDFneoriginal“ ausgestrahlt (3,4 % MA im Gesamtmarkt und 1,4 % MA bei den 14- bis 49-Jährigen). Im Bereich der fiktionalen und non-fiktionalen Auftragsproduktionen kommt der Zusammenarbeit mit funk eine wachsende Bedeutung zu. Nach der Jugendserie „DRUCK“ wird auch die Comedyshow „Shapira, Shapira“ zum gemeinsamen Projekt in TV, ZDFmediathek und den Social Media.

2.4.2 ZDFinfo

Siehe Fernsehratsvorlage FR 4/19

2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Mit einem „Winter of Moon“ startete ARTE ins Jahr 2019 – 50 Jahre nach der Landung des ersten Menschen auf dem Erdtrabanten. Das ZDF steuerte die Idee und eine dreiteilige Reihe „Mensch und Mond – Eine Liebe in drei Akten“ bei. Sie widmete sich dem Mond als Kultur- und Wissenschaftsphänomen. Dabei stieß die Reihe sowohl im TV als auch in den Planetarien, mit denen ARTE kooperierte, auf reges Interesse (z. B. Teil 1 „Mensch und Mond – Ein Kind der Erde“, 12.01.19, D: 0,33 Mio., 1,0 % MA; F: 0,7 Mio., 3,3 % MA).

Reihe „Winter of Moon“

Mit der letzten Schicht in der Zeche Prosper Haniel in Bottrop ging im Dezember 2018 eine Epoche zu Ende. Die ZDF/ARTE-Produktion „Die Steinkohle“ erzählte aus europäischer Perspektive, wie die Steinkohle die Welt veränderte. Als eines von insgesamt fünf ZDF/ARTE-Programmen wurde „Die Steinkohle“ für den Deutschen Fernsehpreis 2019 nominiert (EA: 04. und 05.12.18, D: 0,53 bzw. 0,38 Mio., 1,2 % bzw. 1,3 % MA; F: 0,19 bzw. 0,56 Mio., 1,4 % bzw. 0,9 % MA).

„Die Steinkohle“

Dem Reichtum des kulturellen Erbes spürt ARTE seit Ende November in der achtteiligen Dokumentationsreihe „The Art of Museums“ nach. Sie zeigt acht Museen und ihre Kunstwerke, erzählt ihre Geschichte als Abfolge von Hoffnungen, Glücksmomenten und Katastrophen, die sich in die Biografie der Häuser eingeschrieben haben. Berichtet wird aus der Perspektive von Künstlern, prominenten Gästen und akademischen Querdenkern wie Vivienne Westwood, Sasha Waltz und Marina Abramović. Begleitet wird die Reihe von Virtual Reality-Erlebnissen in der ARTE 360°-App sowie als Installation in der Orangerie des Musée d’Orsay, in der Alten Nationalgalerie Berlin sowie im Munch Museum in Oslo (z.B. „Das Rijksmuseum, Amsterdam“, 16.12.18, D: 0,17 Mio., 0,9 % MA; F: 0,35 Mio., 2,1 % MA).

„The Art of Museums“

Ein Fiction-Highlight des ZDF auf ARTE im Weihnachtsprogramm war die Ausstrahlung des Event-Zweiteilers „Maria Theresia“, eine Koproduktion des ORF mit dem tschechischen, slowakischen und ungarischen Fernsehen. Teil drei und vier werden 2019 in Koproduktion mit ZDF/ARTE entstehen (Teil 1: D: 0,88 Mio., 2,9 % MA; F: 1,0 Mio., 4,8 % MA; Teil 2: D: 0,95 Mio., 3,8 % MA; F: 0,84 Mio., 2,8 % MA).

Derzeit arbeitet ARTE Deutschland an der Neuaufstellung seiner Kommunikations- und Marketing-Maßnahmen. Angedacht ist ein Mehr-Stufen-Modell, mit dem neue Zielgruppen erschlossen und Highlight-Programme als Kampagnen gedacht werden. Verstärkt werden sollen auch ARTE-Veranstaltungen in kleineren Städten überall in Deutschland.

Ausblick

Zur Europawahl im Mai setzt der europäische Kultursender einen umfangreichen Programmschwerpunkt. Das ZDF ist daran u. a. mit der Dokumentation „Demokratie unter Druck – Europa hat die Wahl“ beteiligt. In einer kritischen Analyse nimmt der Film die Entwicklung der Demokratie und ihrer Grundwerte in Europa in den Blick. „Re:“ sendet ab dem 26. April einige Reportagen, die sich mit den großen Fragen, Zukunftsplänen und dem Engagement von jungen EU-Bürgern befassen. Von den Gründern der ersten gesamteuropäischen Partei „VOLT“ über angehende Handwerker, die als Azubi im europäischen Ausland Erfahrungen sammeln, bis hin zu Studierenden

in Albanien, die gegen die Regierung aufbegehren und ihr Land in Richtung Europa führen wollen, zeigt „Re:“ europäische Lebenswelten.

2.5.2 3sat

Siehe Fernsehratsvorlage FR 5/19

2.5.3 phoenix

Im Berichtszeitraum widmete sich phoenix insbesondere der Entscheidung zum Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union. Hierzu berichtete der Ereigniskanal in einem Gesamtumfang von 73 Stunden (Zeitraum: 28.11.18 - 05.02.19, 0,14 Mio., 1,0 % MA), die Debatten aus dem britischen Unterhaus wurden dazu jeweils live übertragen. Außerdem zeigte phoenix die Debatten des Deutschen Bundestages am 13. und 17.01.19, wie auch die Diskussion aus dem Europaparlament in Straßburg zu diesem Thema am 16.01.19 live. Vom 15. - 17.01.19 beschäftigten sich zudem alle Ausgaben der „phoenix Runde“ mit der Brexit-Entscheidung und möglichen Folgen.

UN-Klimakonferenz

Einen weiteren Programmschwerpunkt stellte die UN-Klimakonferenz 2018 in Katowice dar. Hierzu gestaltete der Ereigniskanal insgesamt Sendeflächen in einem Umfang von über 35 Stunden (27.11. - 21.12.18, Ø 0,10 Mio., 0,9 % MA). Hervorzuheben ist der Themenabend am 13.12.18, der mit investigativen Dokumentationen und einer „phoenix Runde“ Fort- und Rückschritte der Klimapolitik einordnete.

2018 hat phoenix seine Live-Berichterstattung aus dem Bundestag deutlich ausgeweitet und an 67 Sitzungstagen (2017: 41) insgesamt 445 Stunden (2017: 191) berichtet, davon 422 Stunden live (2017: 182). Die Zuschauerakzeptanz lag bei durchschnittlich 0,10 Mio. bzw. 1,0 % MA (2017: 0,09 Mio., 1,1 % MA).

Im Berichtszeitraum sendete phoenix vom Juso-Bundeskongress in Düsseldorf (01.12.18), vom FDP-Europa-Parteitag in Berlin (27.01.19) sowie vom Europa-Parteitag von Die Linke (22.02. - 24.02.19). Den CDU-Parteitag in Hamburg mit der Wahl von Annegret Kramp-Karrenbauer zur neuen Vorsitzenden übertrug phoenix in einer Gesamtlänge von 17 Std. 30 Min. (06. - 08.12.18, Ø 0,30 Mio., 2,4 % MA). Die Höchstwerte lagen bei 0,96 Mio. Zuschauern bzw. 6,4 % Marktanteil. Außerdem zeigte phoenix den CSU-Parteitag in München mit der Wahl von Markus Söder zum neuen Vorsitzenden am 19.01.19 über fünf Stunden live.

Gedenken an den Holocaust

Zum Tag des Gedenkens an die Opfer des Nationalsozialismus am 27.01.19 gestaltete phoenix ein umfassendes Sonderprogramm. Darin war u. a. die Erstausstrahlung der Dokumentation „Jahrhundertzeugen – Noah Klieger“ zu sehen. Ein Vierteljahr vor seinem Tod hat der Holocaust-Überlebende phoenix ein umfängliches Interview gegeben. Die beiden renommierten Illustratoren Reinhard Kleist und Matthias Lehmann haben Szenen der mündlichen Erzählung Noah Kliegers zeichnerisch umgesetzt und als Graphic Novel animiert. phoenix übertrug auch die Gedenkstunde des Bundestages für die Opfer des Nationalsozialismus am 31.01.19 live.

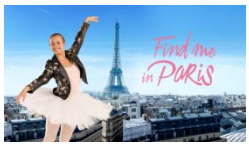
Ausblick

In der 30-minütigen Reportage-Talk-Sendung „diplomatenviertel“ zeigt phoenix Deutschland aus dem Blickwinkel von hier akkreditierten Botschaftern. Gleichzeitig will das Format zeigen, welches Deutschlandbild in den jeweiligen Ländern besteht. Zur Premieren-sendung am 09.12.18 war der Botschafter des Staates Israel in Deutschland, Jeremy Issacharoff, zu Gast (0,21 Mio., 1,3 % MA).

Am 05.12.18 strahlte phoenix erstmals das neue Gesprächsformat „wir müssen reden! Der phoenix Bürgerabend“ (inkl. Untertitel) aus (0,18 Mio., 0,7 % MA, 21:45 bis 23:00 Uhr). Thema der Premieren-Sendung aus Leipzig war „Zerstrittene Parteien, ratlose Politiker: Was wollen die Bürger?“. Der Ereignis- und Dokumentationskanal gibt damit Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit, ihre Meinung zu sagen und gemeinsam ins Gespräch zu kommen. Die nächste Ausgabe des Formates soll im Juni gezeigt werden.

2.5.4 KiKA

Unter dem Motto „KiKA – besser.wissen.“ startete der Kinderkanal von ARD und ZDF mit einer Wissensoffensive ins neue Jahr. Vom 14.01. bis 24.02.19 gab es zur KiKA-Wissens-Primetime um 19:25 Uhr Informatives zu den Themen Geschichte, Natur, Technik, Sport und Soziales. Mit dieser sechswöchigen Sonderpro-grammierung der etablierten Wissensmarken von ARD, ZDF und KiKA – darunter die beiden ZDF-Formate „PUR+“ und „Die Sportmacher“ – wurde den Wissensformaten zum Jahresauftakt eine starke Präsenz geschaffen, die vom Publikum positiv angenommen wurde. Ab dem 07.01.19 zeigte KiKA in 20 Folgen, immer montags bis donnerstags um 20:10 Uhr, die zehnte Staffel der ZDF-Doku-Reihe „Die Mädchen-WG“. Diesmal mussten die Teilnehmerinnen ihren WG-Alltag ohne Eltern im spanischen Valencia meistern. Die „WG“-Reihe hat sich in ihrem Jubiläumsjahr erneut als starke ZDF-Marke im Segment der älteren Kinder präsentiert. Im Netz erzielte die erste Folge auf dem YouTube-Kanal des ZDF-Kinderprogramms innerhalb von zwei Wochen mehr als 1,3 Mio. Abrufe. Die gesamten Folgen und die ergänzenden Clips in der ZDFmediathek wurden mit mehr als 3,9 Mio. Sichtungen im Januar ebenfalls sehr gut nachgefragt.



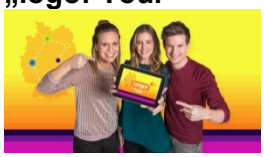
Zwei neue ZDF-Realserien starteten Ende 2018 bei KiKA. Die internationale Koproduktion „Find me in Paris“ verknüpft die Themen Tanz und Zeitreise. Das bislang insgesamt mehr als 2,4 Mio. Mal abgerufene Format richtet sich primär an Preteens, die das nichtlineare Angebot wahrnehmen. Die deutsch-australische Koproduktion „Club der magischen Dinge“ für die älteren Grund-schüler verbindet die Gegenwart mit einer geheimen Zauberwelt. Online gehörte die Fantasyserie im Dezember zu den zehn meistabgerufenen Formaten von ZDFtivi. Beide Serien stärken das fiktionale Angebot bei KiKA und steigern mit ihrer Präsenz auch die Attraktivität der KiKA-Mediathek, dem „KiKA-Player“.

Die Konkurrenzsituation am Wochenende wird durch zwei Entwicklungen verschärft. Zum einen führt die steigende Anzahl an attraktiven Programmangeboten am Wochenende auch auf Nichtkindersendern zu einer stärkeren Fragmentierung des jungen Publikums. Darüber hinaus verliert KiKA Zuschauer, während der zunehmend erfolgreiche Disney Channel mit dem Format „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ einen großen Publikumshit platzieren konnte. Auch das Gesamtangebot von Super RTL und seinem Timeshift-Sender TOGGO Plus gewinnen Zuschauer hinzu. Auf diese Entwicklung soll u. a. mit einer Schemaänderung am

Wochenende reagiert werden. Ziel ist es, mit einheitlicheren Sendestrecken in Zielgruppe und Programmfarbe Umschaltpunkte zu reduzieren. Dazu gehören u. a. verlängerte Sendestrecken für beliebte Animationsserien und die Schaffung neuer Spielfilmplätze am Sonntag. Darüber hinaus soll in der Formatarbeit gezielt nach passender Animation für die 8- bis 10-Jährigen gesucht werden.

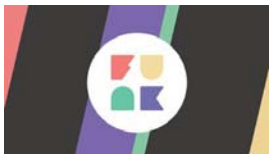
Seit 30 Jahren erklärt „logo!“ Nachrichten aus aller Welt für Kinder. Die einzige tägliche Kindernachrichtensendung im deutschen Fernsehen fördert damit politisches Interesse, Verständnis für Demokratie und Mut zur Partizipation. Kernstück der Aktionen zum Jubiläumsjahr ist die „logo!-Tour“. Auf der Reise durch Deutschland berichten die Kindernachrichten drei Wochen lang jeden Abend live aus dem Heimatort eines Kindes, das die „logo!“-Redaktion mit seiner eingereichten Nachricht auf sich aufmerksam gemacht hat.

„logo!-Tour“



2.5.5 funk

Zu den Herausforderungen von funk 2018 gehörte es, mehr weibliche Nutzer anzusprechen. Im Berichtszeitraum hat sich die Situation stark geändert, was nicht zuletzt am Erfolg der Teenager-Serie „DRUCK“ liegt. Allein bis zum 28.02.19 konnte die Serie, die von der Redaktion „Das kleine Fernsehspiel“ für funk betreut wird, rund 30 Mio. Views bei YouTube sammeln und vor allem junge Mädchen erreichen. Auch die Möglichkeiten, die Protagonistinnen auf ihren eigenen Instagram-Accounts zu begleiten und mit anderen Fans in Fangruppen zu diskutieren, wird rege genutzt. Ziel von „DRUCK“ ist es, der Lebensrealität von Schülerinnen und Schülern nahe zu kommen, auch durch eine Publikation in Echtzeit. Spielt etwa eine Episode in der Schule, wird sie auch zur Unterrichtszeit publiziert. Einmal die Woche gibt es eine lange Episode, die neben YouTube auch in der ZDFmediathek und bei ZDFneo zu sehen ist.



Als Anfang des Jahres ein Datenleak bei vielen Politikern und Prominenten bekannt wurde, hat das bei funk wenig überrascht. Wiederholte Male waren Personen aus dem funk-Netzwerk Ziel sogenannter Doxing-Attacken. Unter ihnen ist auch Tarik Tesfu, der seine Erfahrungen und Recherchen bei „Jäger & Sammler“ in dem Video „Hack-Attack von Rechts?“ (98.900 Abrufe, Stand 04.02.19) zusammengefasst hat. Da das Interesse an diesem Thema weit über die junge Zielgruppe hinausreicht, entschloss sich die Redaktion von Frontal 21, die „Jäger & Sammler“ inhaltlich verantwortet, den Beitrag auch im TV als Teil der Magazin-Sendung zu zeigen.

Andere Schwerpunkte im journalistischen Bereich setzt das Reportage-Format „follow me.reports“, das bei ZDFinfo für funk betreut wird. Auf besonderes Interesse stieß dort die Folge zum Leben im Kloster, die es in kürzester Zeit in die YouTube-Trends schaffte, inzwischen über 590.000 Views erzielt und Diskussion unter den Usern über ihr Verhältnis zu Religion und Spiritualität ausgelöst hat (3.600 Kommentare, Stand 28.02.19).

Aufklärung über die Zeit des Nationalsozialismus leistet der Kanal „musste wissen Geschichte“ mit einer Serie. Der Holocaust ist dabei ebenso Thema wie der Überfall auf die Sowjetunion, Widerstands-bewegungen oder die Rhetorik der Nationalsozialisten.

Eine Herausforderung für das Content-Netzwerk stellt die nachlassende Bedeutung von Facebook in der Zielgruppe der Unter-30-Jährigen dar. Formate, die stark auf diesen Distributionsweg

ausgelegt sind (z. B. „Jäger & Sammler“), experimentieren derzeit mit anderen Ausspielformen. Außerdem gibt es eine Reihe von Entwicklungen, die neue Distributionswege ausprobieren. Dazu gehören „Doppelpunkt“, ein Literaturformat, das in der HR Show entsteht und ausschließlich auf die Ausspielung auf Instagram ausgelegt ist, „Move2“ ein Tanzformat auf der Plattform Tiktok sowie der Podcast „Mordlust“, der in Zusammenarbeit mit ZDFinfo entsteht.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Berlinale 2019: Silberner Bär Alfred Bauer Preis**
Sendung / Beitrag:	Systemsprenger
Zuständige Redaktion:	Das Kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Burkhard Althoff

Preis:	**Berlinale 2019: Silberner Bär**
Sendung / Beitrag:	Ich war zuhause, aber
Kategorie:	Beste Regie (Angela Schanelec)
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortliche Redakteure:	Ingrid Gränz, Maik Platzen

Preis:	**Deutscher Fernsehpreis 2019**
Sendung / Beitrag:	Aufbruch in die Freiheit
Kategorie:	Bester Fernsehfilm
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Solveig Cornelisen
Sendung / Beitrag:	Bad Banks
Kategorien:	Beste Drama-Serie, Beste Regie (Christian Schwochow)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Alexandra Staib
Sendung / Beitrag:	Der Polizist und das Mädchen
Kategorie:	Bester Schauspieler (Albrecht Schuch)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Alexandra Staib
Sendung / Beitrag:	Bares für Rares
Kategorie:	Bestes Factual Entertainment
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurinnen:	Petra Erschfeld, Verena Scheidecker
Sendung / Beitrag:	Terra X: Die Reise der Menschheit
Kategorie:	Bester Doku-Mehrteiler
Zuständige Redaktionen:	HR Geschichte und Wissenschaft, ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Friederike Haedecke, Johannes Geiger, Peter Allenbacher (ARTE)

Preis:	**Max-Ophüls-Preis 2019**
Sendung / Beitrag:	Congo Calling
Kategorie:	Publikumspreis Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	Das Kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurin:	Eva Katharina Klöcker
Sendung / Beitrag:	Hi, A. I.
Kategorie:	Bester Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	Das Kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurin:	Claudia Tronnier

Preis:	**Juliane Bartel Medienpreis 2018**
Sendung / Beitrag:	Zarah – Wilde Jahre
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteure:	Johannes Frick-Königsmann, Nina Manhercz

Preis:	**Georg von Holtzbrinck Preis für Wissenschaftsjournalismus 2018**
Sendung / Beitrag:	Terra X: Unsere Wälder
Kategorie:	Elektronische Medien
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteure:	Friederike Haedecke, Katharina Kohl, Johannes Geiger

Preis:	**Bambi 2018**
Sendung / Beitrag:	Bad Banks
Kategorie:	Beste Schauspielerin national (Paula Beer)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Alexandra Staib

Preis:	**Deutscher Menschenrechts-Filmpreis 2018**
Sendung / Beitrag:	Ab 18! Joe Boots
Kategorie:	Bester Kurzfilm
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortlicher Redakteur:	Daniel Schössler

Dr. Thomas Bellut