ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

27.05.2019

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

des Intendanten in der 13. Sitzung
der XV. Amtsperiode des Fernsehrates
am 14. Juni 2019 in München

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Blick zu unseren europäischen Nachbarn im Vereinigten Königreich und in Österreich beschäftigt uns in diesen Tagen besonders – und das nicht nur programmlich. Auch die deutsche Öffentlichkeit ist vom Rücktritt der britischen Premierministerin während der beginnenden Europawahlen und dem Bruch der rechtskonservativen österreichischen Regierung berührt. Diesem vorangegangen war die Veröffentlichung eines Videos, in welchem der inzwischen zurückgetretene Vizekanzler, FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache, u. a. seine Machtfantasien bezüglich der Übernahme eines meinungsbildenden Medienunternehmens zum Ausdruck bringt. Selten wurde so augenfällig, welche Folgen der Versuch eines Eingriffs in die freie Berichterstattung in einer demokratisch legitimierten Gesellschaft haben kann – und damit auch, wie wenig selbstverständlich, aber umso unverzichtbarer die Rolle unabhängiger öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten ist.

An spannenden Entwicklungen rund um die Europa-Wahl 2019 ist somit kein Mangel. Auch wenn sich dies nach unseren ersten Auswertungen nicht unmittelbar in Sehbeteiligungen niederschlägt, möchte ich Sie insbesondere auf die auf den folgenden Seiten dargestellte Bandbreite der Berichterstattung zu diesem Ereignis in der ZDF-Programmfamilie hinweisen.

Dass die Ereignisse mit dem 70. Jahrestag der Verkündung unseres Grundgesetzes zusammenfallen, bietet Gelegenheit für eine besonders aktuelle Form der Reflexion. Für uns ist es darüber hinaus Anlass, mit Ihnen und dem Publikum ins Gespräch zu kommen über den Wert unserer demokratischen Errungenschaften. Wir wollen dies mit einem ausführlichen Programmschwerpunkt im Hauptprogramm und in der ZDFmediathek tun, an dem Sie sich unter #unserefreiheit in den sozialen Netzwerken beteiligen können, und den wir im Herbst mit Beiträgen und Diskussionen zu 30 Jahren Mauerfall fortsetzen werden. Ich freue mich auf einen regen Austausch mit Ihnen.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

		Seite:
1.	**ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD**	**3**
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	3
1.3	Medientechnologie	5
1.4	ZDF-Finanzsituation	6
1.5	Mitarbeiter-Umfrage	8
2.	**ENTWICKLUNG UND AKZEPTANZ DER ZDF-PROGRAMME**	**8**
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	8
2.2	ZDF-Programmfamilie und Telemedienangebote	9
2.3	Hauptprogramm	13
2.3.1	Chefredaktion	13
2.3.2	Programmdirektion	14
2.4	ZDF-Digitalkanäle	18
2.4.1	ZDFneo	18
2.4.2	ZDFinfo	18
2.5	Partnerprogramme	19
2.5.1	ARTE	19
2.5.2	3sat	20
2.5.3	phoenix	21
2.5.4	KiKA	21
2.5.5	funk	23
2.6	Auszeichnungen/ Preise	24

Berichtszeitraum: 16.03.2019 – 04.06.2019

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Einrichtung einer Schlichtungsstelle

Der 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag sieht in § 11 d Abs. 7 die Einrichtung einer Schlichtungsstelle zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk einerseits und den Vertretern von Verlegerverbänden andererseits vor. Die Schlichtungsstelle soll Streitigkeiten zum Verbot der Presseähnlichkeit in den Telemedienangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks behandeln. Sie dient dem Ziel einer außergerichtlichen Einigung. Nach den Vorgaben des 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrags sollen die Online-Angebote von ARD, ZDF und Deutschlandradio „von ihrer Anmutung her" den Schwerpunkt auf Bewegtbild und Ton setzen, und sich so von den Angeboten der Presseverlage unterscheiden.

Die Schlichtungsstelle wird nur anlassbezogen aktiv. Sie ist, soweit es sich um Streitigkeiten mit dem ZDF handelt, zwischen ZDF und Verlegerverbänden paritätisch besetzt. Für das ZDF werden darin der Intendant, der Justitiar sowie der Leiter der Hauptredaktion Neue Medien bzw. jeweils entsprechende Vertreter Mitglied sein. Soweit eine Einigung nicht erzielt wird, bleibt das Verfahren unverbindlich. Eine entsprechende Vereinbarung zwischen ZDF und Verlegerverbänden befindet sich derzeit in der Endabstimmung.

1.2 Medienbranche

Disney und WarnerMedia starten Streaming-Portale

Disney wird im November mit dem Streaming-Portal Disney+ auf dem US-Medienmarkt starten. Für 2020 ist der Start des neuen Dienstes in Europa und Asien avisiert. Zum Angebotsportfolio werden neben den bekannten Disney-Zeichentrickklassikern die Inhalte des Zeichentrickstudios Pixar, die Comic- und Filmproduktionen von Marvel, die Produktionen des „Star-Wars"-Produktionsstudios Lucasfilm sowie nach der Akquisition von weiten Teilen von 21st Century Fox auch erfolgreiche Kinofilme wie „Avatar" oder „X-Men" gehören. Auch die Inhalte des Fernsehsenders ABC sowie von National Geographic werden über die neue Plattform abrufbar sein. Disney betreibt bereits heute den Sport-Streaming-Dienst ESPN und ist seit der Fox-Übernahme auch Mehrheitseigentümer des Streaming-Dienstes Hulu. Sämtliche Angebote können in einem Abo gebündelt zugänglich gemacht werden. Um die Exklusivität des neuen Streaming-Dienstes zu gewährleisten, wird Disney seine Inhalte von den Plattformen der Wettbewerber abziehen. Dadurch wird sich der Betriebsgewinn laut Prognose um jährlich 150 Mio. $ absenken. Disney plant mit Disney+ weltweit bis zu 90 Mio. Abonnenten in den ersten fünf Jahren zu gewinnen.

WarnerMedia startet Streaming-Portal im 4. Quartal

Der Medienkonzern WarnerMedia ist aus der Fusion von AT&T und TimeWarner hervorgegangen. Zu ihm gehören u. a. HBO („Game of Thrones"), CNN, TNT und TBS sowie die Film- und Fernsehstudios von Warner Bros. Entertainment. Der Konzern hat für das 4. Quartal 2019 ebenfalls den Start eines Streaming-Portals angekündigt.

AppleTV+ startet im Herbst

Das Streaming-Portal AppleTV+ soll im Herbst 2019 in rund 100 Märkten starten und exklusive selbstproduzierte Sendungen, Filme und Dokumentationen bereitstellen. Der Konzern konnte u. a. Oprah Winfrey, Steven Spielberg, Jennifer Aniston sowie Reese Witherspoon für Produktionen gewinnen. Die neue Plattform soll in erster Linie für selbstproduzierte Inhalte stehen, die werbefrei on demand angeboten

werden. Rund 30 Formate werden zurzeit entwickelt. Eine Mrd. $ jährlich stehen laut Konzernangaben für Inhalte zur Verfügung. Apple wird mit dem neuen Dienst vom Hard- und Softwarehersteller zum Produzenten von Bewegtbildinhalten.

Bei der ersten Vorstellung von Apple TV+ kündigt Apple die Überarbeitung seiner bereits existierenden TV-App an. Diese soll ab Mai erstmals nicht nur Nutzern von Apple-Produkten, sondern auch Nutzern anderer Geräte (z. B. Fire TV von Amazon, Samsung und LG) zur Verfügung stehen. Apple verfolgt das Ziel, sich als eine zentrale Anlaufstelle für audiovisuelle Inhalte zu etablieren. TV-Channels (wie in den USA beispielsweise Angebote von HBO, Showtime oder Starz) sollen über die App abonniert werden können, ohne dass dafür zusätzliche Apps, Accounts oder Passwörter nötig sind. Zusätzlich soll es ein übergeordnetes Empfehlungssystem geben, das aus den zahlreichen Streaming-Channels auf Nutzer zugeschnittene Inhalte vorschlägt.

NBCUniversal startet 2020 Streaming-Plattform

NBCUniversal hat für 2020 den Start einer weiteren Streaming-Plattform angekündigt. Das Unternehmen gehört zum Comcast-Konzern, der im vergangenen Jahr für 40 Mrd. $ die Sky-Gruppe erworben hat. Die Sky-Gruppe soll in das neue Projekt integriert werden. Das neue Angebot soll den Kabel-Kunden von Comcast und den Sky-Abonnenten angeboten werden.

Netflix erhöht die Abopreise

Aktuell zählt Netflix 149 Mio. zahlende Abonnenten weltweit. 9,6 Mio. sind im ersten Quartal 2019 dazugekommen, mehr als erwartet. Für das zweite Quartal stellt der Konzern fünf Mio neue Mitgliedschaften in Aussicht. Grund sind u. a. die gerade angehobenen Abo-Preise (in Deutschland beispielsweise bis zu zwei Euro). Netflix begründet die Preiserhöhung vor allem mit den steigenden Kosten für Eigenproduktionen. 2018 hat Netflix an mehr als 1000 Eigenproduktionen gearbeitet. 2019 sollen 15 Mrd. $ in Inhalte investiert werden.

RTL und ProSiebenSat.1 investieren in nationale Streaming-Angebote

Als Reaktion auf die US-Plattformen hat die RTL-Group angekündigt, in den verschiedenen europäischen Märkten zukünftig stärker in seine jeweiligen lokalen Video-Streaming-Angebote sowie Eigenproduktionen zu investieren und eine engere Kooperation der einzelnen Geschäftsfelder mit dem Bertelsmann-Konzern voranzutreiben. Ende 2018 erreichten die beiden kostenpflichtigen RTL-Angebote TVNOW Premium in Deutschland und Videoland in den Niederlanden erstmals zusammen eine Mio. zahlende Abonnenten. In den kommenden drei Jahren will die RTL-Group mindestens 350 Mio. € in seine Video-Streaming-Angebote investieren.

Auch ProSiebenSat.1 hat in den letzten Monaten grundlegende Veränderungen in der Geschäftsführung vorgenommen. Ebenso wie RTL will sich das Unternehmen zukünftig stärker auf eigenproduzierte nationale Sendeinhalte und eine senderübergreifende, offene Streaming-Plattform konzentrieren. Der Start der Streaming-Plattform Joyn, die ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem US-Medienunternehmen Discovery betreiben wird, ist für Juni 2019 angekündigt. Die Plattform löst das bisherige Angebot 7TV ab und wird zu Beginn Livestreams von über 50 Fernsehsendern (darunter ZDF, ZDFneo und ZDFinfo) sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot an eigenproduzierten Serien, Shows und exklusiven Previews anbieten. Zahlreiche TV-Titel sollen bereits sieben Tage vor der linearen Ausstrahlung sowie 30 Tage im Catch-up abrufbar sein. Im laufenden Jahr wird ProSiebenSat.1 rund 100 Mio. € in den Ausbau der Plattform investieren. Rund 200 Mitarbeiter sind an der Entwicklung beteiligt.

US-Finanzinvestor KKR auf Einkaufstour im deutschen Medienmarkt

Durch den Start der neuen Streaming-Plattformen wird der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit und das Budget des Publikums, aber auch um den Zugang zu Inhalten und kreativen Talenten in Deutschland weiter zunehmen. Vor diesem Hintergrund ist der Zukauf der Tele-München-Gruppe durch den US-Finanzinvestor KKR zu bewerten. KKR ist auf Beteiligungen in der Medienbranche spezialisiert (ehemals Eigentümer von ProSiebenSat.1 und Premiere). Zusätzlich zur Tele-München-Gruppe hat KKR in Deutschland die Produktionsfirma Wiedemann&Berg-Film, Universum-Film (Programmhandel und Vertrieb – hält die Rechte an rund 3700 Titeln) sowie I&U-TV (TV-Produktionsgesellschaft von Günther Jauch) erworben. Mit den erworbenen Unternehmen deckt KKR die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion über die Lizenzierung bis zur Verbreitung ab. Ziel der Akquisitionen ist es, sich als Anlaufstelle für die besten Talente in Deutschland und Europa zu etablieren und eine führende unabhängige audiovisuelle Content-Plattform aufzubauen.

ZDF und BBC Studios intensivieren Zusammenarbeit

Das ZDF und die BBC arbeiten bereits seit 1963 eng vom Kinderprogramm über Dokumentationen bis hin zum Nachrichtenaustausch zusammen. Im April haben sich das ZDF und BBC Studios darauf geeinigt, ihre Zusammenarbeit noch weiter zu intensivieren. Durch eine strategische Partnerschaft wird dem ZDF ein umfangreicher Zugang zu den Programmen der Produktions- und Distributionstochter der BBC ermöglicht. Konkret geht es um Kooperationen bei fiktionalen und non-fiktionalen Programmen. Das Ziel ist es, gemeinsam europäische Koproduktionen zu entwickeln und zu produzieren. Im Ergebnis sollen wichtige BBC-Programme ihr Zuhause in Deutschland haben (siehe auch S. 17). Bereits in Planung ist die Drama-Serie „The Mallorca Files“, die als Koproduktion von ZDFneo und BBC entsteht. Im Herbst wird das ZDF die Dokumentations-Reihe „Planet Earth – Seven Worlds“ ausstrahlen. Das ZDF wird in den kommenden fünf Jahren der exklusive Koproduktionspartner der „Planet“-Reihe sein und das Erstzugriffsrecht auf den Vertriebskatalog von BBC Studios im Dokumentations-Genre haben.

1.3 Medientechnologie

Das ZDF hält auf wichtigen Technologiefeldern ein hohes technisches Know-how aufrecht. Die rasanten Entwicklungen im Verbrauchermarkt beim hochauflösenden Fernsehen und den Smartphones eröffnen neue Möglichkeiten, um das Programm des ZDF zu präsentieren.

Seit mehr als zehn Jahren nutzt das ZDF für die Gestaltung seiner Nachrichtenformate modernste 3D-Technologie im virtuellen Studio, um komplexe Sachverhalte aus der täglichen Berichterstattung anschaulich zu vermitteln. Diese Technologie findet in abgewandelter Form auch in der Sportberichterstattung Anwendung: Moderationen werden durch 3D-Grafikelemente im Raum ergänzt, bieten zusätzliche Informationen für die Zuschauer und schaffen einen Mehrwert für das Programm. Experimentelle Adaptionen der 3D-Modelle auf Handheld-Geräte befinden sich in der Umsetzung.

Die nächste große Stufe in der Weiterentwicklung der Fernsehtechnik bildet der Standard UHD/HDR. Durch die vierfach höhere Bildauflösung (UHD) werden die Bilder schärfer dargestellt. Der erweiterte Kontrastumfang (HDR) lässt die Bilder brillanter und damit realitätsnäher erscheinen. Erste Erfahrungen hat das ZDF bereits mit verschiedenen Eigenproduktionen, wie der ‚ZDF.reportage‘ „Deutschland XXL“ und der für eine Ausstrahlung im Februar 2020 geplanten ‚Terra X‘-Dokumentation „Anthropozän“ gesammelt. Diese

Erfahrungen sind eine wichtige Grundlage für die Entscheidung, wie der Mehrwert dieser neuen Technologie in einem vertretbaren Kostenrahmen genutzt werden kann.

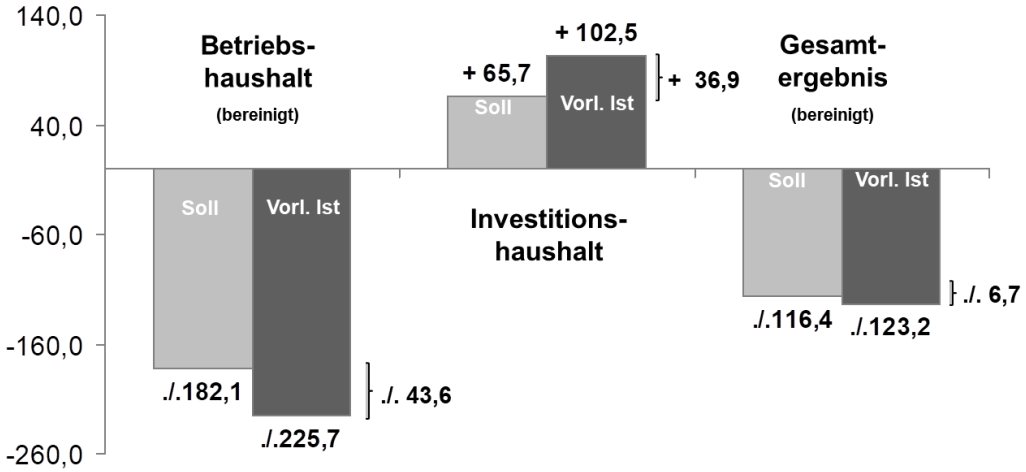
1.4 ZDF-Finanzsituation

Im **Betriebshaushalt** zeigt sich ein vorläufiges Ergebnis von ./. 192,1 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 ./. 225,7 Mio. €. Es ist damit um rd. 43,6 Mio. € schlechter als das geplante bereinigte Betriebsergebnis von ./. 182,1 Mio. €.

Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von knapp 102,5 Mio. €, das um 36,9 Mio. € über dem Soll liegt.

Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte bereinigte **Gesamtfehlbetrag von ./. 123,2 Mio. €** ist um rd. **6,7 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 rd. 51,4 Mio. € wird der zu diesem Zweck gebildeten Sonderrücklage Beitragsmehrerträge I entnommen, die zum 31.12.2018 noch 321,6 Mio. € beträgt.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2018 und vorläufiges Ist zum 31.12.2018 [Mio. €]



Die verfügbaren Rundfunkbeiträge liegen um 7,1 Mio. € unter dem Soll, was u. a. auf die Befreiungen von Nebenwohnungen von der Beitragspflicht (Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom Juli 2018) und eine höhere Forderungsausfallquote zurückzuführen ist.

Beim **Werbefernsehen/Sponsoring** ergeben sich Mehrerträge von 20,5 Mio. €, die **Anderen Erträge** liegen dagegen um 13,5 Mio. € unter dem Soll.

Der gesamte **Personalaufwand ohne Altersversorgung** weist eine Unterschreitung des Haushaltsplanwerts um 8,1 Mio. € aus. Hierzu trägt insbesondere die im Haushaltsplan pauschal mit 8,2 Mio. € berücksichtigte Umschichtung von 100 Stellen von Freien Mitarbeitern

in feste Anstellungsverhältnisse bei, die erst später als geplant umgesetzt werden kann. Bis zum 31.12.2018 konnten rd. 54 Kapazitäten freier Mitarbeit mit einem Volumen von rd. 3,0 Mio. € p.a. (ohne Versorgung) in Festanstellungen umgeschichtet werden. Bei den Honoraraufwendungen, deren Planwerte entsprechend reduziert wurden, zeigt sich gegenläufig wegen der verzögerten Umschichtung eine entsprechende Überschreitung.

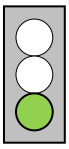
Die Aufwendungen für die **Altersversorgung** liegen um 48,8 Mio. € über dem Soll. Diese gestiegenen Versorgungsaufwendungen ergeben sich in erster Linie aus höheren Regelzuführungen zur Beihilferückstellung und geringeren Zuführungen zur Versorgungsrückstellung. Die Beihilferückstellung wird ab dem Jahresabschluss 2018 auf Grundlage eines gesonderten versicherungsmathematischen Gutachtens ermittelt, das auch die hohen Kostentrends im Gesundheitswesen und das altersabhängig steigende Schadensprofil berücksichtigt. Dem Mehraufwand im Betriebshaushalt steht eine entsprechende Einnahme im Investitionshaushalt gegenüber, der Sachverhalt ist daher gesamtergebnisneutral. Gegenläufig zum höheren Aufwand bei der Beihilferückstellung wirkt die Zuführung zur Versorgungsrückstellung, die insbesondere aufgrund der im neuen Tarifvertrag zur ZDF-Altersversorgung vereinbarten Reduzierung der Rentensteigerungen um einen Prozentpunkt unter den Gehaltssteigerungen deutlich unter dem Soll liegt. Mehrbelastungen bei der Versorgung u. a. durch den neuen Tarifabschluss mit einer Tariferhöhung um 3,4 % ab 01.01.18 werden durch die Reduzierung der Rentensteigerungen überkompensiert.

Der **Sendeaufwand** übersteigt den Planwert um knapp 16,0 Mio. €, 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** musste zur Abdeckung der Risiken aus Ansprüchen kleinerer Kabelnetzbetreiber die Rückstellung für Risiken aus Kabeleinspeisung erhöht werden. Bei den **Sendepauschalverträgen** führt die Forderung der GVL nach einer neuen vertraglichen Regelung analog zur GEMA zu Mehraufwendungen.

Im **Investitionshaushalt** sind u. a. höhere Einnahmen zu verzeichnen, die sich aus dem Saldo der Zuführung zur Beihilferückstellung und geringerer Zuführung zur Versorgungsrückstellung ergeben. Auf der Ausgabenseite zeigen sich geringere Sachinvestitionen sowie höhere Programminvestitionen und eine höhere Zuführung zum Versorgungsstock.

Haushaltsvollzug 2019

Der Ertrags- und Aufwandsplan 2019 weist ein negatives Betriebsergebnis von 162,6 Mio. € aus. Darin enthalten sind Rundfunkbeiträge in Höhe von 34,2 Mio. €, die dem ZDF im Geschäftsjahr 2019 nicht zur Verfügung stehen und der Sonderrücklage II zugeführt werden. Unter Berücksichtigung der Sonderrücklage II ergibt sich ein bereinigtes Betriebsergebnis mit einem Fehlbetrag von 196,8 Mio. €. Der Finanzplan (ohne Betriebsergebnis) weist einen Überschuss von 48,3 Mio. € aus, so dass sich ein bereinigter Haushaltsfehlbetrag von 148,5 Mio. € ergibt, der durch eine Entnahme aus der für diesen Zweck gebildeten Sonderrücklage Beitragsmehrerträge I gedeckt ist.



Der Verwaltungsrat geht im Beschluss zum Haushaltsplan 2019 davon aus, dass durch einen restriktiven Haushaltsvollzug eine Ergebnisverbesserung in den Jahren 2019 und 2020 erwirtschaftet wird. In der aktuellen, für die Anmeldung zum 22. KEF-Bericht erstellten Finanzvorschau 2021-2024 wird für den Haushaltsvollzug 2019 von einer Einsparung in Höhe von 25,0 Mio. € ausgegangen.

1.5 Mitarbeiter-Umfrage

Anfang 2019 wurde die im ca. zweijährigen Turnus stattfindende Mitarbeiterumfrage durchgeführt. Das Augenmerk lag neben der Ermittlung der Mitarbeiterzufriedenheit insgesamt auf Rahmenbedingungen wie Betriebliches Gesundheitsmanagement, Beratungsangebote, Familienunterstützung sowie Identifikation mit dem ZDF. Fragen zum Migrationshintergrund kamen neu hinzu.

Die Beteiligung an der Umfrage ist weiter gestiegen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erachten den eigenen Tätigkeitsbereich als wichtig und bewerten ihn positiv. Das spiegelt sich in ihrer Einsatzbereitschaft und ihrem persönlichen Engagement wider, die wie in den vergangenen Jahren hoch eingeschätzt werden. Als sehr zufriedenstellend werden dabei die Arbeitsbedingungen, u. a. die Arbeitszeiten, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben sowie technische und räumliche Ausstattung wahrgenommen. Erfreulich sind auch die guten Werte für die Unternehmenskultur sowie für die Art und Weise, wie im ZDF kommuniziert wird.

Die Umfrage hat jedoch auch gezeigt, dass bei einigen Sachverhalten Handlungsbedarf besteht, damit alle Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Führungskräfte gemeinsam erfolgreich bleiben. So wird im Rahmen der Führungskultur eine stärkere Transparenz und Einbindung in die Entscheidungsprozesse gewünscht. Die seit mehreren Jahren intensiv stattfindende strukturelle Veränderung des ZDF wird allgemein als notwendig erachtet, allerdings sehen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beim Veränderungsmanagement Verbesserungsbedarf. Wie in den vergangenen Jahren wünschen sich die Kolleginnen und Kollegen bessere Chancen für Aufstieg und Veränderung. Dies ist sicherlich auch Folge des seit 2012 stattfindenden Personalabbaus und der damit einhergehenden verringerten Karrieremöglichkeiten.

Die Mitarbeiterumfrage wurde auch genutzt, die Bekanntheit und Wirksamkeit der Maßnahmen festzustellen, die das ZDF zum Schutz vor sexueller Belästigung und zur Unterstützung betroffener Personen ergriffen hat. Danach kennt die große Mehrheit, insbesondere der Frauen, die relevanten Ansprechstellen und hält die Angebote des Hauses für ausreichend.

Die Geschäftsleitung wird sich mit den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung detailliert befassen – u. a. wird die Mitarbeiterbefragung Thema der nächsten Führungskräfte-Tagung sein – und Maßnahmen aus ihr ableiten.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Bei der aktuellen April 2019-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und

ZDF äußerten 64 % (-3 Prozentpunkte gegenüber Januar 2019) der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit fällt damit etwas niedriger aus als in der Januar-Umfrage 2019. 32 % (+1 Prozentpunkt) 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 15 Umfragen zwischen 58 % im Januar 2016 und 68 % im Juli 2016.

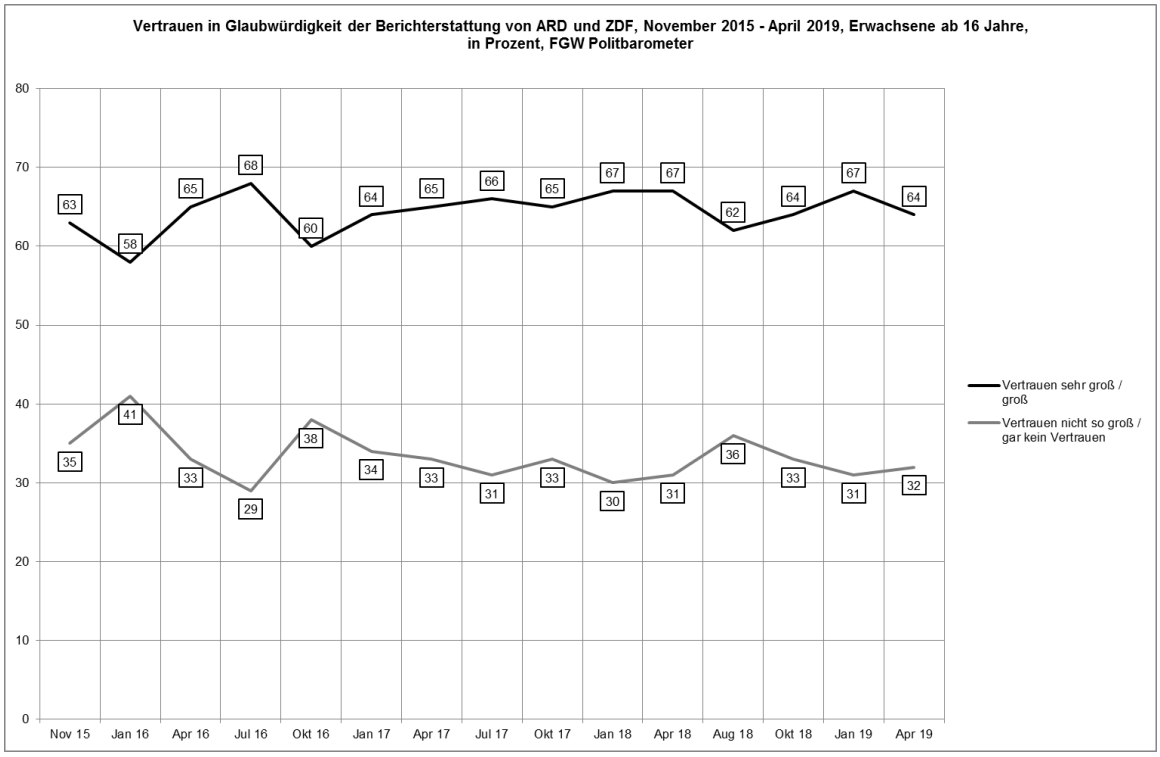
Vertrauen in die wahrheitsgemäße Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF, Top 2 Boxes: sehr groß/groß, Prozent

	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	Apr 2019			
Vertrauen sehr groß / groß	67	67	62	64	67	64			
Vertrauen nicht so groß / gar kein Vertrauen	30	31	36	33	31	32			

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 n = 1.262, Januar 2016 n = 1.380, April 2016 n = 1.380, Juli 2016 n = 1.271, Oktober 2016 n = 1.287, Januar 2017 n = 1.303, April 2017 n = 1.328, Juli 2017 n = 1.277, Oktober 2017 n = 1.325, Januar 2018 n = 1.332, April 2018 n = 1.285, August 2018 n = 1.294, Oktober 2018 n = 1.117, Januar 2019 n = 1.267, April 2019 n = 1.282, FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent

Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF



2.2 ZDF-Programmfamilie und Telemedienangebote

Der Wettbewerb im Bewegtbildmarkt ist von unveränderter Dynamik geprägt. Die ZDF-Programmfamilie behauptet im aufgelaufenen Jahr 2019 ihre Position mit der Marktführerschaft des ZDF-Hauptprogramms sowie Marktanteilszuwächsen der Digital-Kanäle sowie gegenüber dem Vorjahr gestiegenen Visits und Sichtungen der ZDF-Online-Angebote. Diese Ergebnisse erzielt die ZDF-Programmfamilie vor dem Hintergrund sich wandelnder Videonutzung. Die durchschnittliche Sehdauer für das lineare Fernsehen geht 2019 weiterhin leicht zurück, insbesondere in jüngeren Zuschauergruppen. Zugleich setzt sich die Fragmentierung der Nutzung fort. Vollprogramme stehen unter Druck, Zielgruppen- und Spartenkanäle legen weiter zu.

Der Wettbewerbsverlauf fordert insbesondere von den großen Vollprogrammen, sich durch Besonderheiten und weiterhin auf

große Zuschauergruppen angelegte Programme zu behaupten. Die auch in der Vergangenheit schon feststellbaren Variationen von Wettbewerber-Formaten haben in den ersten Monaten 2019 die Angebotsentwicklung mitgeprägt. Das ZDF setzt mit „Bares für Rares“ seit einigen Jahren den Standard im Genre der Trödelshow. RTL hat dieses Genre bereits im vergangenen Jahr mit „Die Superhändler“ ebenfalls aufgegriffen. Mittlerweile erzielt der Kölner Sender damit teilweise parallel zu „Bares für Rares“ beachtenswerte Zahlen, insbesondere beim jüngeren Publikum. Die ARD dagegen hat in ihrem Nachmittagsprogramm im März mit „Hallo Schatz“ Trödel- und Restaurierungsshow miteinander kombiniert und versucht, um 16:15 Uhr durchzusetzen. Das Format wurde bereits nach kurzer Zeit wegen Erfolglosigkeit abgesetzt. Der Format-Wettbewerb erfordert gleichwohl dauernde Entwicklungs-anstrengungen, auch von den Anbietern, die einen Trend gesetzt haben. Das ZDF arbeitet daher weiter an neuen Sendungs-konzepten, auch im Bereich Trödel- und Restaurierungsshow, und hat im März/April mit „Mach was draus“ am Sonntagnachmittag einen erfolgversprechenden Anlauf unternommen.

In der Sportrechte-Nutzung führen Kostenentwicklung und die Bedeutung von Live-Sport für die Senderprofilierung zu neuen Kooperationen. So wie Sujets und Genres auf verschiedenen Kanälen aufgegriffen werden, erscheinen einzelne Wettbewerbe oder Spiele bei zwei Anbietern. Am 27. April hat die ARD neben der 3.-Liga-Partie TSV 1860 München – Karlsruher SC das Bundesliga-Revierderby zwischen Schalke 04 und Borussia Dortmund am Samstagnachmittag mit großem Erfolg übertragen. Die Rechte hierfür hatte es beim Rechteinhaber Sky erworben, bei dem das Spiel parallel im Pay TV lief. Sky wollte mit dieser Sublizenzierung ins Free TV offenbar für seine Bundesliga-Abonnements werben. Die Kooperation war vergleichsweise weitgehend bis hin zu gemeinsamem, von der ARD eingesetztem Kommentator. Knapp 5,50 Mio. Zuschauer und ein Marktanteil von 32,5 % verdeutlichen, dass markante Livesportangebote immer wieder für Aufmerksamkeits-impulse und Nutzungsspitzen sorgen können. Diese benötigt gerade das lineare TV. Vor diesem Hintergrund ist angesichts der weiterhin steigenden Kosten für Live-Übertragungsrechte nicht auszu-schließen, dass in Zukunft Kooperationen in der Sportrechte-nutzung, möglicherweise auch im Sportrechteerwerb, eine größere Rolle spielen werden.

März 2019

Medienforschung

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

13,3%

Marktanteil

kum. Jahr 2018: 14,0% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: -0,2

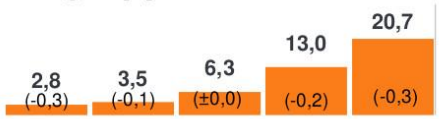
Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
22,86	7,12	4,33	1,91
3sat	ARTE	PHOENIX	KiKA
5,64	5,05	3,93	3,59

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

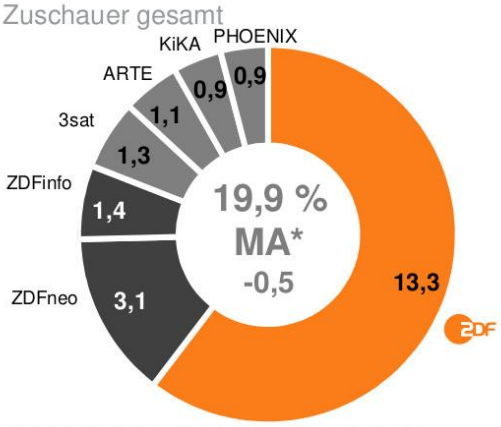
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

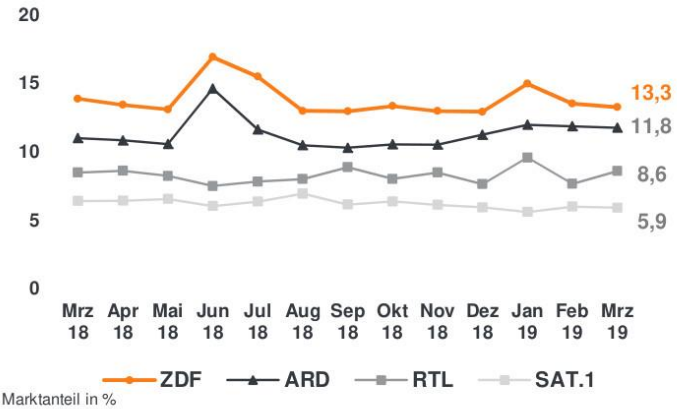


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 62 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 29 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

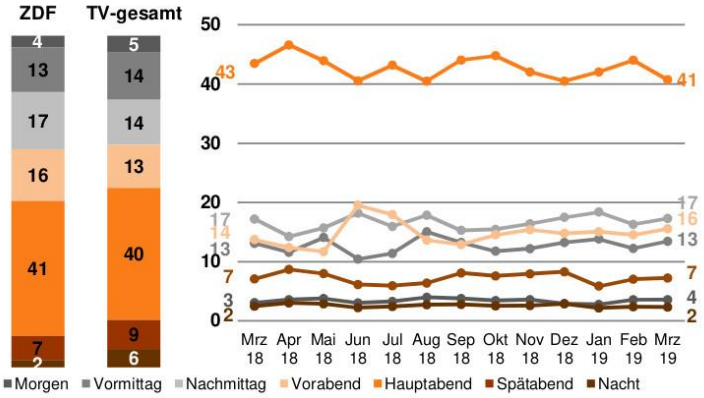
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	13,3	(-0,2)	RTL	12,4	(+0,7)
63	ARD	11,8	(-0,1)	PRO7	10,3	(-0,2)
50	RTL	8,6	(+0,9)	SAT.1	7,9	(+0,1)
51	SAT.1	5,9	(-0,1)	VOX	7,4	(+0,3)
49	VOX	4,9	(+0,2)	ARD	6,4	(-0,5)
40	PRO7	4,4	(-0,2)	ZDF	5,6	(±0,0)
50	Kabel 1	3,8	(+0,1)	Kabel 1	5,3	(+0,1)
61	ZDFneo	3,1	(-0,3)	RTL2	4,9	(+0,2)

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 vom 1. März 2019	36:13	69	0,63	914.756	37	37
2	Bella Germania: Il segreto- das Geheimnis 3	91:53	48	0,63	1.327.892	23	60
3	heute-show vom 8. März 2019	30:08	67	0,58	866.447	36	35
4	heute-show vom 15. März 2019	32:11	69	0,58	829.534	37	37
5	heute-show vom 22. März 2019	35:09	69	0,57	821.969	38	35
6	Bella Germania: L'amore - die Liebe 1	90:31	31	0,51	1.624.330	19	70
7	Bella Germania: Il destino - das Schicksal 2	91:51	49	0,49	1.005.740	24	58
8	heute-show vom 29. März 2019	34:56	71	0,42	592.469	37	38
9	FdW: Gegen die Angst	88:32	49	0,31	641.214	25	54
10	Professor T.: Der perfekte Mord (1/4)	57:59	48	0,28	595.864	22	62

Nutzung vom 01. bis 31.03.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF und ARD leicht schwächer als im Februar. Nur RTL mit klaren Gewinnen gegenüber dem Vormonat.
- Stärkste ZDF-Sendung ist *Unter anderen Umständen* (18.03.: 7,93 Mio. / 24,8%). In der Gesamthitliste auf Rang 7 hinter 3x ARD-*Tatort* (1, 3, 5) und 3x RTL Fußball (2, 4, 6).
- Online: Die tägliche Nutzung der ZDF-Onlineangebote steigt im März leicht: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 3,39 Mio. Visits (+2%). ZDFfamilie: Ø 3,24 Mio. Sichtungen (+3%). Die Abrufvideos erzielen mit Ø 2,56 Mio. Sichtungen den dritten Monat in Folge einen neuen Rekordwert.

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

April 2019

Medienforschung

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

12,8%

Marktanteil

kum. Jahr 2018: 13,7% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: -0,3

Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
21,77	6,74	4,06	1,69
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
5,10	4,71	3,78	3,16

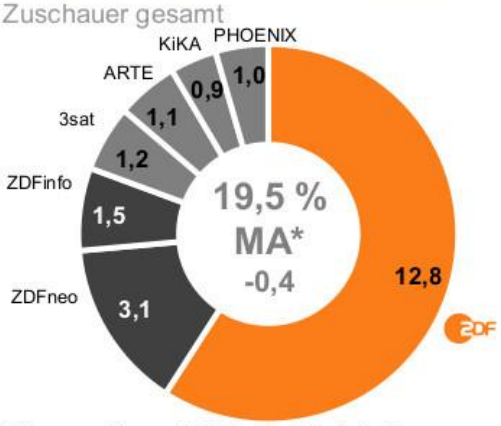
*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

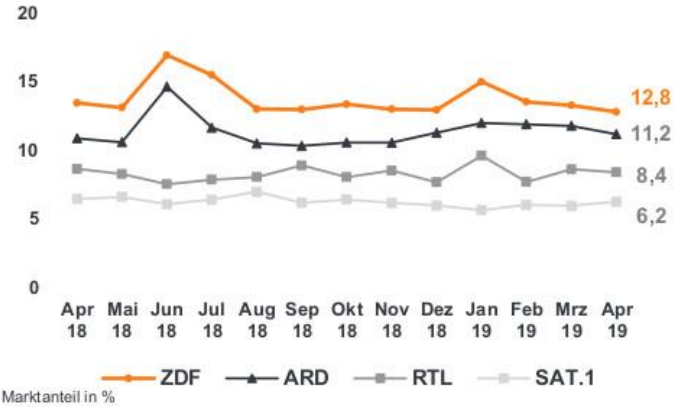


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 62 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 28 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

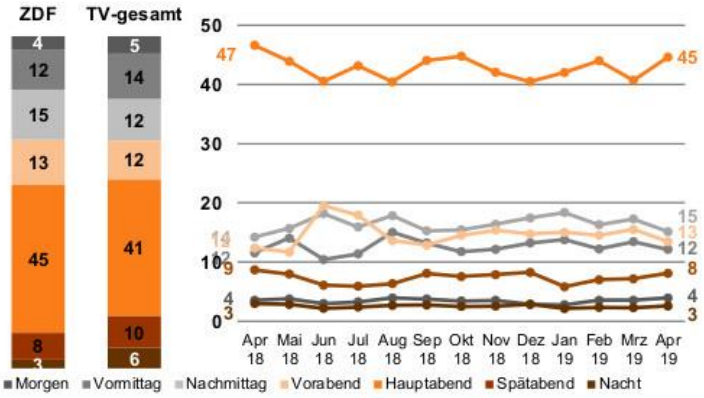
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	12,8	(-0,5)	RTL	11,5	(-0,9)
62	ARD	11,2	(-0,6)	PRO7	9,6	(-0,7)
51	RTL	8,4	(-0,2)	SAT.1	8,2	(+0,3)
51	SAT.1	6,2	(+0,3)	VOX	7,0	(-0,4)
50	VOX	4,9	(±0,0)	ARD	6,7	(+0,3)
40	PRO7	4,3	(-0,1)	Kabel 1	5,6	(+0,3)
49	Kabel 1	3,8	(±0,0)	RTL2	5,4	(+0,5)
46	RTL2	3,2	(+0,4)	ZDF	5,2	(-0,4)

Marktanteil in % / Diff. Vormonat in PP

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 12. April 2019	37:42	65	0,60	926.303	38	35
2	heute-show vom 5. April 2019	37:45	65	0,56	861.201	38	34
3	heute-show vom 26. April 2019	36:20	70	0,48	678.930	37	37
4	FdW: Und tot bist Du! (2)	89:17	53	0,37	691.234	20	60
5	Merz gegen Merz: Hoch solln sie leben (1/8)	22:35	70	0,35	504.356	28	56
6	FdW: Und tot bist Du! (1)	89:00	37	0,33	909.991	20	64
7	Merz gegen Merz: Alles neu – alles… (2/8)	23:06	74	0,30	405.749	26	56
8	Merz gegen Merz: Jeder ist ersetzbar (3/8)	22:47	75	0,29	385.461	24	58
9	Merz gegen Merz: Der Pärchenabend (4/8)	22:47	76	0,27	351.459	24	57
10	Merz gegen Merz: Unsterblich wie wir (5/8)	22:50	75	0,26	354.226	24	58

Nutzung vom 01. bis 30.04.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF und ARD schwächer als im März. ZDF bei 14-49-Jährigen nur noch Achter.
- Stärkste ZDF-Sendung: *Nord Nord Mord* (29.04.: 7,57 Mio. / 24,1%). In der Gesamthitliste auf Rang 5 hinter ARD: 3x *Tatort* (1, 3, 4) und 1x DFB-Pokal (2).
- Online: Nach einem sehr starken 1.Quartal 2019 geht die tägliche Nutzung der ZDF-Onlineangebote im April zurück: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,90 Mio. Visits (-14%). ZDFfamilie: Ø 2,75 Mio. Sichtungen (-15%). Im Vergleich zu April 2018 ist die Nutzung jedoch deutlich gestiegen: Visits +16%, Sichtungen +17%.

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

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

Europawahl 2019

Am 26.05.19 fand die neunte Direktwahl zum Europäischen Parlament statt. Wohin sich Europa entwickelt, beleuchteten die ZDF-Informationsprogramme bis zum Wahltermin in vielen Facetten. Wie bereits 2014 präsentierte das ZDF gemeinsam mit dem ORF am 16.05.19 um 20:15 Uhr das „#tvDuell zur Europawahl“ der Spitzenkandidaten Manfred Weber und Frans Timmermans (1,68 Mio., 5,8 % MA). Am selben Abend kamen ab 22:15 Uhr in „Schlagabtausch“ die deutschen Spitzenkandidaten von Grünen, FDP, AfD und Linken zu Wort (1,70 Mio., 8,7 % MA). Die Frage „Wie geht's, Europa?“ stellte fünf Tage vor der Wahl eine Reportage von Jochen Breyer, für die er durch Deutschland reiste und Bürger vorstellte, die von Europa profitieren, aber auch Menschen, die sich von der europäischen Integration benachteiligt fühlen. Im anschließenden Studiotalk, den Jochen Breyer gemeinsam mit Bettina Schausten moderierte, trafen diese Bürger in Berlin die sechs deutschen Spitzenkandidaten live im ZDF (21.05.19, 20:15 Uhr, 2,38 Mio., 8,6 % MA). Am Wahlabend selbst berichtete das ZDF ab 17:35 Uhr live aus dem Berliner Zollernhof. Am Europawahltag fand zudem die Bürgerschaftswahl in Bremen statt – die Berichterstattung darüber wurde in die Live-Sendung integriert. Europäische Identität, demokratische Werte und die Perspektiven von Erstwählern waren Themen vieler weiterer ZDF-Formate – etwa in „Mein erstes Mal", einem crossmedialen Format, in dem Erstwähler auf deutsche Spitzenkandidaten trafen (01. und 02.05.19, Ø 0,36 Mio., 6,0 % MA). Bereits ab Montag, den 18.03.19 waren die „WISO"-Trucks im ZDF-Programm präsent. Auf den Routen des freien Warenverkehrs brachten sie ZDF-Reporterteams bis zur Europawahl mit den unterschiedlichsten Menschen zusammen, die von Europa profitieren oder Europa kritisch sehen – die Berichte darüber liefen in verschiedenen aktuellen Nachrichten- und Magazinsendungen des ZDF. Dokumentationen wie „Laut, forsch, national – Wie Salvini, Orbán & Co. Europa spalten“ (‚ZDFzeit‘, 14.05.19, 1,41 Mio., 4,8 % MA) und Reportagen wie „Ohne geht's nicht – Europäische Arbeitnehmer in Deutschland“ (‚ZDF.reportage‘, 19.05.19, 1,27 Mio., 7,1 % MA) komplettierten das breite thematische ZDF-Programmangebot zur Europawahl. Acht Wochen vor der Europawahl startete zudem der ‚ZDFcheck19‘. Das Faktencheck-Team überprüfte Aussagen von Politikerinnen und Politiker auf ihre Richtigkeit und publizierte die Recherche-Ergebnisse in den Nachrichtensendungen und Tagesmagazinen als auch auf den ZDF-Online- und -Social Media-Plattformen.

#unserefreiheit: 70 Jahre Grundgesetz

Unter dem Hashtag #unserefreiheit markiert das ZDF wichtige Jahrestage 2019. Einer dieser Jahrestage war der 23.05.19, an dem sich die Verkündung des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland durch den Parlamentarischen Rat zum 70. Mal jährte. Aus diesem Anlass ging ‚ZDFzeit‘ am 28.05.19 der Frage nach, was die Deutschen heute von ihrem Grundgesetz halten. Die Dokumentation griff aktuelle Beispiele auf, anhand derer das Spannungsverhältnis zwischen grundgesetzlich garantierten Rechten und gesellschaftlicher Realität beleuchtet wurde – etwa bei den Themen „Gleichstellung“ oder „Meinungsfreiheit und Hass im Netz“. Das ZDF hatte für diese Produktion eine Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen in Auftrag gegeben, die die Meinung der Bürgerinnen und Bürger zum Grundgesetz abfragte.

ZDFinfo sendete am 22.05.19 einen Schwerpunkt zum Thema. In acht Dokumentationen ging es unter anderem um die Geschichte der Bundesrepublik (u. a. zwei Ausgaben „Momente der Geschichte“, Ø 0,19 Mio., 1,2 % MA), den „Skandal!: Guillaume“ (0,29 Mio., 1,2 % MA) oder die Spenden-Affäre des Flick-Konzerns („Skandal!: Flick“, 0,22 Mio., 0,8 % MA). Jochen Breyer und sein Team werden auch am 3. Oktober 2019 „Am Puls Deutschlands“ sein und auf das Jubiläum eingehen. Dafür wird die Redaktion in den sozialen Netzwerken zur Auseinandersetzung mit dem heutigen Freiheits-Begriff aufrufen. Jochen Breyer wird dann Nutzerinnen und Nutzer treffen und mit ihnen über ihre Geschichten mit Blick auf die Verfassung sprechen.

„Mitten in Deutschland“

Mit einem neuen Bereich baut das ZDF die Präsenz der 16 Länder in der ZDFmediathek deutlich aus. „Mitten in Deutschland“ bündelt zentral zahlreiche Länder-Reportagen, -Dokumentationen und aktuelle Filme aus den Sendungen des ZDF. Der Schwerpunkt in der ZDFmediathek (mittenindeutschland.zdf.de) wird insbesondere mit Beiträgen aus den TV-Sendungen „heute – in Deutschland“, „drehscheibe“, „Länderspiegel“ und den „heute“-Nachrichten gefüllt und gibt eine Übersicht über die Aktivitäten der 16 ZDF-Landesstudios. Neben einer Unterteilung nach Bundesländern bietet die Webseite Schwerpunkte zu besonderen Ereignissen, etwa den Landtagswahlen und beliebten Serien der TV-Magazine wie „Expedition Deutschland“ oder „Hammer der Woche“.

Die Finals – Berlin 2019

Am 03.08.19 und 04.08.19 finden in Berlin zehn Deutsche Meisterschaften statt. 3400 Sportlerinnen und Sportler kämpfen binnen 48 Stunden um insgesamt 194 Titel. „Die Finals – Berlin 2019“ vereinen Deutsche Meisterschaften im Bahnradsport, im Bogenschießen, Boxen und Kanu, in der Leichtathletik, beim Modernen Fünfkampf, Schwimmen sowie im Wasserspringen, Triathlon und Turnen. ZDF und ARD begleiten dieses Wochenende der Deutschen Meisterschaften mit fast 20 Stunden Live-Übertragung im Fernsehen. Hinzu kommen Live-Streams, in denen alle Wettbewerbe in voller Länge in den Mediatheken des ZDF und der ARD zu sehen sein werden. Das neue Veranstaltungsformat wird in einer Kooperation zwischen der Sportmetropole Berlin, den TV-Partnern und den beteiligten neun Sportverbänden vorbereitet.

2.3.2 Programmdirektion

„Gegen die Angst“

Der Thriller „Gegen die Angst“ (25.03.19, 6,11 Mio., 19,0 % MA) erzählt das aktuelle Thema einer Berliner Staatsanwältin im Dezernat Organisierte Kriminalität, die den Kampf gegen einen arabischen Clan aufnimmt und mit den Grenzen des Rechtstaates konfrontiert wird.

Durch die momentane Debatte um arabische Clans und mit Nadja Uhl in der Hauptrolle fand das Projekt große Aufmerksamkeit und eine breite Resonanz. Das Projekt wurde mit vielen Hinweisen in ZDF-Sendungen crossmedial begleitet und durch Social Media-Aktivitäten unterstützt. Vielfach wurde die genaue Recherche des Drehbuchautors Robert Hummel gelobt – auch in Fachkreisen (LKA Berlin und Hamburg, Dezernat OK Frankfurt). Durch die Dokumentation „Die Macht der Clans“ im direkten Anschluss konnte am Sendungstag ein Thema gesetzt werden. Non-linear erzielte „Gegen die Angst“ mit Unterstützung des Marketings am Wochenende vor der Ausstrahlung im Zeitraum 18.03.19 bis

09.04.19 mit 729.000 Sichtungen die höchsten Abrufe im Genre Fiktion.

„Endlich Witwer“

In der Tragikomödie „Endlich Witwer“ (13.05.19, 7,47 Mio., 24,8 % MA.) soll dem Kunstrasen-Fabrikanten Georg Weiser (Joachim Król) nach dem überraschenden Tod seiner Frau ein neuer Lebensplan verordnet werden. Doch dem widersetzt sich der eigenwillige Weiser, der seine neue Freiheit genießen will – bis mit der Haushaltshilfe Gisela Rückert (Anneke Kim Sarnau) eine ebenso eigenwillige Frau in sein Leben tritt.

„Rufmord“

Das Drama „Rufmord“ (01.04.19, 5,00 Mio; 16,2 % MA; ARTE-Erstausstrahlung 09.11.18, 20:15 Uhr; 1,08 Mio; 3,6 % MA) zeigt am Beispiel der jungen und motivierten Lehrerin Luisa (Rosalie Thomass), wie Cybermobbing zur sozialen Ausgrenzung führen kann. Luisa ist bei Schülern wegen ihrer modernen und unverkrampften Unterrichtsmethoden beliebt. Als sie einem ihrer Schüler die Gymnasialempfehlung verweigert, tauchen kurz darauf Nacktfotos von ihr im Internet auf. Bald sieht sich Luisa einer Rufmordkampagne in sozialen Netzwerken und damit einem beispiellosen Spießrutenlauf ausgesetzt.

Bereits im Vorfeld der Erstausstrahlung auf ARTE erfuhr „Rufmord“ durch zahlreiche Festivaleinladungen weithin Beachtung. Anerkannt wurden die schauspielerische Leistung der Darsteller und der auffällige Look des Films, in dem starke Bilder auf eine zeitversetzte Erzählstruktur treffen.

Komödien-Erfolg am Donnerstag

In „Mein Freund, das Ekel“ (09.05.19, 20:15 Uhr) spielt Dieter Hallervorden einen grantelnden Rentner, dessen Leben durch eine neue Haushälterin (Alwara Höfels) und ihre junge Familie auf den Kopf gestellt wird. Trotz starker Konkurrenz durch die UEFA Europa League bei RTL konnte die Komödie am Donnerstag einen außergewöhnlichen Erfolg im Gesamtpublikum verbuchen (8,09 Mio., 25,9 % MA). Auch die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer erreichte der Film überdurchschnittlich (1,29 Mio; 13,2 % MA 14-49J.). Eine Fortsetzung ist in Planung.

Dramedy-Serie „Merz gegen Merz“

In der Dramedy-Serie „Merz gegen Merz“ (8 Folgen, ab 18.04.19, 22:15 Uhr; Ø 2,85 Mio; 11,4 % MA) – als Eventprogrammierung über Ostern in vier Doppelfolgen eingeplant – fällt Anne (Annette Frier) und Erik Merz (Christoph Maria Herbst) auf, dass sie statt Liebe nur noch Alltag leben. Das Noch-Ehepaar muss funktionieren, um sich um den pubertierenden Sohn und die gemeinsame Firma zu kümmern, nachdem der Geschäftsführer, Annes Vater Ludwig (Michael Wittenborn), unheilbar erkrankt. Und so versuchen sie mit Hilfe ihrer Paartherapeutin das zu retten, was von ihrer Ehe übrig ist. „Merz gegen Merz“ ist eine moderne Serie, deren Anziehung weniger in einem besonderen Setting als in glaubwürdigen Figuren mit Tiefe und Geschichten mit Identifikationspotential liegen soll. Im Spannungsfeld zwischen klar ausgestellter Comedy und dramatischen Momenten entwickeln sich Authentizität und Humor. Die Abrufzahlen der Einzelfolgen in der ZDFmediathek lagen bereits in den ersten sechs Tagen nach der Einstellung bei insgesamt 2,2 Mio. Sichtungen.

In der monothematischen „aspekte on tour“-Ausgabe vom 26.04.19 (1,41 Mio; 7,8 % MA) widmete sich das Kulturmagazin den Vorbehalten und Klischees über die Europäische Union. Die Moderatoren Katty Salié und Jo Schück fragten einen Monat vor der Wahl EU–Bürger, wie sie Europa aktuell bewerten. Klischees wie

„Deutschland ist Zahlmeister der EU“, „Die EU mischt sich zu viel ein“ und „Die EU ist zu bürokratisch“, ergründeten sie dabei auf einer filmischen Reise über Hamburg und Jena, Polen und Italien nach Brüssel. In Gesprächen mit ExpertInnen, AktivistInnen und PolitikerInnen reflektierten sie die Vorurteile.

Dokumentationen

Die Dokumentation „Wir Deutschen und die Demokratie“ (30.04.19, 20:15 Uhr; 1,38 Mio; 5,3 % MA) wurde anlässlich des 70. Geburtstag der Bundesrepublik und des Gedenkens an 100 Jahre Weimarer Verfassung ausgestrahlt. Renommierte Fachleute für Geschichte, Politik- und Sprachwissenschaft nahmen Stellung zum Szenario eines Rückfalls in „Weimarer Verhältnisse“ und sondierten, welche gegenwärtigen Symptome mit früheren Fehlentwicklungen in Bezug auf die Verfassungslage, ökonomische Bedingungen, Demokratie-akzeptanz, Entwicklung der Parteien und Medienlandschaft sowie extremistischer Strömungen vergleichbar sind. Auch prominente Zeitgenossen wie BAP-Sänger Wolfgang Niedecken kommentierten den Ist-Zustand unserer Demokratie.

Zwei weitere Jahrestage waren Anlass für die Dokumentation „Wir Deutschen und Europa“ (07.05.19, 20:15 Uhr; 1,54 Mio; 5,3 % MA): 100 Jahre Versailler Vertrag und die Europawahl Ende Mai 2019. Wie stark darf Deutschland sein, damit die europäische Balance stimmt? Viele Partner in der EU erwarten mehr Führungsstärke und Engagement, andere hingegen warnen vor einem „Diktat der Deutschen“. Der Versailler Vertrag schrieb die europäische Ordnung nach dem Ersten Weltkrieg fest: Sicherheit nicht mit, sondern vor Deutschland. In der NS-Zeit versuchte das Deutsche Reich, den Kontinent zu unterwerfen. Mittlerweile ist die Frage der deutschen Machtstellung eine des Miteinanders und nicht mehr des Gegeneinanders geworden, aber das Thema bleibt virulent. Europa-Experten, Historiker und Journalisten wie Anne Applebaum, Christopher Clark, Ian Kershaw, Hélène Miard-Delacroix, Andreas Rödder sowie Heinrich August Winkler bezogen dazu im Film Stellung.

Am 19.05.19 wurde eine weitere Dokumentation zu diesem Themenkreis ausgestrahlt: „ZDF-History: Wahr oder falsch? Die großen Mythen der Bundesrepublik“ (1,24 Mio., 12,4 % MA). Im Herbst ist die Doku „ZDF-History: Mythen der DDR“ geplant, analog zu der Ausstellung „Deutsche Mythen nach 1945“ des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland und in Kooperation mit dem zeitgeschichtlichen Museum.

Darüber hinaus wurde zur Geschichte der Deutschen nach 1945 das Online-Modul „70 Jahre – 70 Momente“ erstellt, das seit Mitte Mai 2019 im Netz ist. Das vielschichtige Angebot steht in der Tradition der erfolgreichen Online-Plattformen zur ZDF-Reihe „Die Deutschen“ und „Momente der Geschichte“. Es ist nach Dekaden gegliedert: „die Gründerjahre“, die „50er Jahre“ etc. bis hin zu den „2000er Jahren“ und bietet Kurzfilme, Zeitzeugenaussagen, historische Dokumente und fotografierte Exponate aus dem Haus der Geschichte, das bei diesem Vorhaben mit der Redaktion Zeitgeschichte kooperierte.

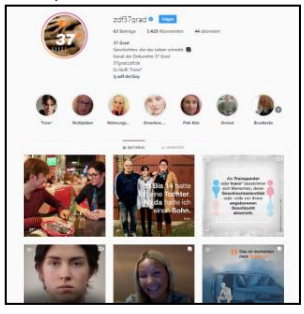
Am 13.05.19 startete „The Love Europe Project“ (00:30 Uhr, 0,21 Mio., 4,2 % MA) im ZDF, das in einem Film neun Episoden vereint, in denen Europa durch die Augen und den Alltag von Menschen verschiedenster Herkunft neu entdeckt wird. Brexit, aufkeimender Nationalismus und vieles mehr bedrohen den europäischen Traum. Grund für eine Reihe junger europäischer Regisseurinnen und Regisseure, im Monat der Europa-Wahl ein Zeichen zu setzen. Der so entstandene Episodenfilm erzählt neun Geschichten, die so unterschiedlich und vielfältig sind wie der Kontinent selbst. Jeder Film fängt die kleinen Eigenheiten verschiedener Länder ein, ohne Klischees zu bedienen. So werden Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten herausgestellt, die die Vielfalt Europas widerspiegeln. Bereits ab dem 01.05.19 war „The Love Europe Project“ 90 Tage lang in den Mediatheken von ZDF und ARTE verfügbar. Die TV-Premiere war am 11.05.19, 23:00 Uhr auf ARTE. Vor der TV-Ausstrahlung wurde „The Love Europe Project“ am 09.04.19 in München und am 07.05.19 in Berlin als Kino-Event vorgeführt.

Die auf S. 5 erwähnte strategische Partnerschaft von ZDF und BBC bedeutet für die Dokumentationsreihe ‚Terra X‘, dass die hochwertigsten BBC-Produktionen – vor allem aus dem Naturbereich – gemeinsam mit dem ZDF produziert und verlässlich auf dem Sendeplatz am Sonntag um 19:30 Uhr zu sehen sein werden. Daher können zukünftig alle Energien gebündelt und auf die Erstellung von herausragenden Dokumentationen wie z. B. die „Planet“-Reihe oder „Serengeti“ konzentriert werden.

‚Terra X‘: „Serengeti“

So stand dann auch am 21., 22. und 28.04.19 um 19:30 Uhr bzw. 19:15 Uhr der Dreiteiler „Terra X: Serengeti“ auf dem Programm. In „Zeit des Anfangs“ (2,71 Mio.; 12,5 % MA), „Zeit der Wanderung“ (3,18 Mio.; 12,6 % MA) und „Zeit der Bewährung“ (4,20 Mio.; 14,0 % MA) erzählten Afrikas Tiere sozusagen selbst ihre Geschichte. Ihr Sprachrohr war ein Geier, der über die Grassteppen der Serengeti kreiste und die Abenteuer und Geheimnisse ihrer Bewohner beobachtete. Die Tiere waren Protagonisten in einem Drama, das zugleich alle Elemente einer Tierdokumentation, aber auch amüsante Momente enthielt. Die Dokumentationen wurden in einem privaten Reservat der Serengeti über zwei Jahre lang und mit zehn verschiedenen Kamerasystemen gedreht. Die Kameras waren für die Tiere nicht sichtbar, sodass die Filmer den Tieren über lange Zeit folgen und ihnen sehr nahekommen konnten.

Weiterentwicklung bei ‚37°‘



Die Reportagereihe ‚37°‘ soll crossmedial ausgebaut werden, um neue Zielgruppen anzusprechen. Dieser Ausbau ermöglicht es, Themen aus verschiedenen Perspektiven und damit zielgruppenspezifischer als bisher zu erzählen. Beim Thema Schule könnte beispielsweise die TV-Reportage aus der Perspektive der Lehrer erzählt sein, für Facebook zusätzlich aus dem Blickwinkel der Eltern und auf Instagram aus der Perspektive der Schüler. In den vergangenen Monaten wurde neben den Facebook-Aktivitäten auch verstärkt am neuen Instagram-Kanal „zdf37grad“ gearbeitet, der am 15.04.19 live ging. Inhaltlich wurden im April und Mai 2019 Themen wie „Krebs bei Kindern“, „Transgender“ und „Leben mit Sehbehinderung“ in den Mittelpunkt gerückt. Die 37°-Reportage „Trotzdem bin ich schön – Leben mit Brustkrebs“ (16.04.19, 2,45 Mio., 10,8 % MA) kam ebenfalls aus diesem Themenkreis und wurde auf Instagram begleitet. In ihr wurden drei erkrankte Frauen über ein halbes Jahr lang portraitiert. Man konnte miterleben, wie die Protagonistinnen mit der Diagnose umgingen, und was die Krankheit für die Partnerschaft und die Familie bedeuteten.

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

Shahak Shapira ist ein in Israel geborener und in Berlin lebender Stand-Up Comedian und Satiriker. Mit seinen provokanten Projekten „YOLOCAUST“ und „#HeyTwitter" erregte er weltweit Aufmerksamkeit, ebenso mit seiner Übernahme eines 180.000 Nutzer umfassenden Netzwerks von geheimen, rechtsextremen Propaganda-Facebook-Gruppen. In seiner Comedy-Show „Shapira Shapira“ (ab 09.04.19, 23:15 Uhr; Ø 0,21 Mio., 1,5 % MA [Folgen 1-5]) präsentiert er vor Livepublikum satirisch, kritisch und meinungsstark seine Sicht auf die Welt und aktuelle Geschehnisse im Internet. Unterstützen werden ihn bei der Mischung aus Stand-Up und Sketch-Comedy in Einspielern u. a. die Comedians Hazel Brugger, Phil Laude und Felix Lobrecht.

Bereits sechs Wochen vor der Ausstrahlung startete „Shapira Shapira“ mit Clips auf YouTube und Instagram. Das Channel Management für die Social-Media-Kanäle erfolgt durch funk.

Die Provinz Limburg in Belgien – Spielort der belgisch-deutschen Krimiserie „Undercover“ (10 Folgen ab 08.05.19, 21:45 Uhr) und das ‚Kolumbien des Ecstasy‘. Pillen-Produzent und Dealer Ferry Boumann entspannt an den Wochenenden mit seiner Frau Danielle auf einem Campingplatz. Die anderen Platzbewohner haben keine Ahnung, dass Ferry ein raffinierter und knallharter Krimineller ist, dessen weltumspannendes Ecstasy-Imperium sich seit Jahren der belgischen und holländischen Justiz entzieht. Als im Wohnwagen neben seinem Chalet neue Nachbarn einziehen, ist Ferry zunächst misstrauisch dem Paar gegenüber. Was er nicht weiß: Die beiden, die sich als Peter und Anouk ausgeben, sind in Wahrheit Undercover-Agenten, die ihn überführen sollen (Folgen 1 bis 6 Ø 0,70 Mio., 3,3 %).

Ausblick

Im Showbereich arbeitet ZDFneo an einem neuen Talkformat mit Laura Karasek, das in der diesjährigen Sommerpause des „NEO MAGAZIN ROYALE“ starten und das Unterhaltungsportfolio erweitern soll.

2.4.2 ZDFinfo

Im Berichtzeitraum setzte ZDFinfo anlässlich der Europawahl im Mai 2019 mehrere Akzente. Die Auftragsproduktion „Die sieben größten Gefahren für die EU“ (Ø 0,13 Mio., 1,0 % MA) bietet einen Überblick über die zentralen wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen, vor denen die Union aktuell steht. Die Auftragsproduktion „Wut auf Brüssel – Polen, Ungarn und die EU“ (Ø 0,12 Mio., 0,9 % MA) setzt sich mit den national-konservativen Regierungen in Osteuropa auseinander und erklärt, warum sie mit ihrer Anti-EU-Politik so erfolgreich sind.

Mit welchen weiteren Themen das Europäische Parlament sich in den kommenden Jahren auseinander setzen muss, macht die Auftragsproduktion „Schafft Europa sich ab? EU-Gegner auf dem Vormarsch“ (09.05.19, 0,14 Mio., 0,5 % MA) deutlich. Stimmungsmache gegen die EU gekoppelt mit versteckten Geldgeschäften war Inhalt der Auftragsproduktion „Angriff auf die Demokratie – Wurde der Brexit gekauft?“ (25.04.19, 0,31 Mio., 1,1 % MA). Auch im Bereich Social Media ging ZDFinfo verstärkt auf die Europawahl ein und begleitete über Instagram und Facebook beispielsweise die

ZDF-Sendung „Mein erstes Mal“, die in ZDFinfo wiederholt wurde (24.05.19).

Mit dem Ziel, ein jüngeres Publikum mit neuen Wissensformaten anzusprechen, setzte ZDFinfo über Social Media die fiktive Liebesgeschichte „Ludwig & Luise“ als Instagram-Story fort. Ab dem 1. Mai 2019 wurde in Form einer Graphic Novel die Weimarer Republik nachgezeichnet und die Userinnen und User in die deutsche Geschichte der 1920er und 1930er Jahre bis zur Machtergreifung der Nationalsozialisten hineingezogen. So konnten dokumentarische Elemente mit einer seriellen Erzählform kombiniert werden.

Ausblick

Kontinuierlich entwickelt ZDFinfo neue Themenstrecken und berücksichtigt dabei die Ergebnisse der jüngsten Untersuchungen der Medienforschung. Den Wunsch der Zuschauer nach latent aktuellen Hintergrundinformationen greift das Programmangebot von ZDFinfo weiterhin auf. Einen Mehrwert im Programm sollen einzelne preisgekrönte Dokumentarfilme bieten, die um 20:15 Uhr Auffälligkeiten schaffen sollen.

Die Sommermonate 2019 wird ZDFinfo mit Erstausstrahlungen markieren. Dazu zählen mehrteilige Auftragsproduktionen, etwa die Doku-Reihe „Die 90er Jahre – das Jahrzehnt der Umbrüche“ oder „Die Geschichte des BND“.

2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Zur Europawahl zeigt der europäische Kultursender ARTE einen großen Programm-Schwerpunkt auf allen Ausspielwegen. Er umfasst hintergründige Themenabende ebenso wie Spielfilm-highlights und Reportagen, die die Vielfalt Europas zeigen und dem Zuschauer unterschiedliche Perspektiven eröffnen. Flankiert wird der Schwerpunkt von Informationen und Kurzbeiträgen, die Nutzerinnen und Nutzern in den sozialen Netzwerken Orientierung geben. Das ZDF steuert dazu u. a. die Themenabend-Dokumentation „Demokratie unter Druck – Europa vor der Wahl“ (21.05.19) mit einer kritischen Analyse zur Entwicklung der Demokratie und ihren Werten bei. Die Reportageleiste „Re:“ rückt junge Europäer in den Fokus – von Dresden über Bordeaux bis nach Albanien (z. B. „Re: Als Azubi im Ausland“, 10.05.19, D: 0,21 Mio., 0,9 % MA; F: 0,06 Mio., 0,5 % MA). Wie wird in Europa geheiratet? Weniger politisch, aber nah an der Vielfalt der Kulturen geht Reporter Andreas Korn der Frage in der fünfteiligen Wissens-Reihe „Heiraten in Europa!“ nach, die v. a. in Frankreich auf gute Resonanz stieß (z.B. „Liebe auf der geteilten Insel“, 09.05.19, D: 0,09 Mio., 0,7 % MA; F: 0,21 Mio., 2,1 % MA). „Die andere Seite der Hoffnung“ zeigte ARTE am 08.05.19 als Free-TV-Premiere. Aki Kaurismäkis Spielfilm, eine ZDF/ARTE-Koproduktion, zeichnet ein humanistisches Plädoyer für Solidarität angesichts von Flüchtlingskrisen, aufkeimendem Rechtsradikalismus und wirtschaftlichem Niedergang im heutigen Europa (D: 0,34 Mio., 1,1 % MA; F: 0,08 Mio., 1,2 % MA).

© Christopher Dürkop / kornkonzept GmbH

Weshalb breiten sich Antibiotika-Resistenzen immer rasanter aus, und was lässt sich dagegen tun? Mehr als zwei Jahre begleitete Autor Michael Wech ausgewiesene Antibiotika-Experten rund um den Globus, um diese Fragen zu beantworten. In der Themenabend-Dokumentation „Resistance Fighters – Die globale Antibiotika-Krise“

zeigt er die Zusammenhänge und Herausforderungen auf, vor denen die Forschung heute steht (D: 0,24 Mio., 0,8 % MA; F: 0,60 Mio., 2,4 % MA).

In beiden Ländern stark nachgefragt war die ZDF/ARTE-Koproduktion „Der gute Bulle – Friss oder stirb“. Den Film mit Armin Rohde und Edin Hasanovich sahen in Deutschland 1,30 Mio. Zuschauer (4,3 % MA), in Frankreich 0,80 Mio. (3,7 % MA).

Zum 100. Bauhaus-Jubiläum zeigte ARTE am 1. Mai 2019 die zweiteilige ZDF-Dokumentation „Bauhaus Spirit“, die – ausgehend vom Bauhaus als gesellschaftlicher Utopie – nach deren Evolution, ihrem Wandel und ihrer Inspirationskraft im Lauf der vergangenen hundert Jahre fragt (01.05.19: Teil 1 „Die neue Welt“, D: 0,20 Mio., 0,8 % MA; F: 0,11 Mio., 0,8 % MA).

© Nikki Zakkas

Vom 7. bis 21. Juni 2019 wendet ARTE den Blick Afrika zu und zeigt Berichte abseits üblicher Klischees: über einen Kontinent der Stärke, der Kreativität, der Hoffnung, der Zukunft. So beleuchtet die ZDF-Dokumentation „Africa Rising“ die wechselseitige Beeinflussung zwischen Afrika und der nördlichen Welt im Bereich der Popkultur. Tänzerin und Choreographin Sylvia Camarda bereist für ihre Tanz-Reihe „Move!“ Südafrika, Senegal und Tunesien. „Auf den Spuren von Cesária Évora“ zeigt die dynamische Musikszene auf den Kapverden.

2.5.2 3sat

Anlässlich des 75. Geburtstages von Helmut Berger zeigte 3sat am 25.05.19 um 20:15 Uhr den neu produzierten Dokumentarfilm „Helmut Berger, meine Mutter und ich“ von Valesca Peters. Bergers Leben ist geprägt von Skandalen, Drogen- und Alkoholexzessen. Die Mutter der Filmemacherin bietet ihm in ihrem Haus Ruhe und medizinische Betreuung. Alte Aufnahmen wechseln mit Bildern vom Leben auf dem Lande. Der Dokumentarfilm ist eine Koproduktion von ZDF/3sat und ORF. Im Anschluss um 21:35 Uhr folgte Luchino Viscontis „Gewalt und Leidenschaft“ aus dem Jahr 1974 mit Helmut Berger an der Seite von Burt Lancaster.

Das Bauhaus galt als „Labor der Moderne" und steht auch 100 Jahre nach seiner Gründung für fortschrittliche Architektur und soziale Utopie. Das Jubiläum der bedeutendsten Kunstschule des 20. Jahrhunderts würdigte 3sat unter anderem mit drei Erstaus-strahlungen am 13.04.19: Die Dokumentation „Bauhausfrauen – Die vergessenen Pionierinnen“ (20:00 Uhr; 0,16 Mio., 0,7 % MA) zeigte, dass Frauen zwar Teil des ‚Bauhaus-Kollektivs‘ waren und prägenden Einfluss auf das Design hatten, aber unter extremer beruflicher und sozialer Benachteiligung litten.

Die zweiteilige Dokumentation „Die Bauhaus-Revolution“ (Teil 1: 0,30 Mio., 1,0 % MA; Teil 2: 0,34 Mio., 1,1 % MA) erzählte die wechselvolle Geschichte der Bauhaus-Schule, zeichnete aber auch ihren nachhaltigen Einfluss auf das industrielle Design bis in die Gegenwart nach.

Am 14.04.19 komplettierten Einbringungen der 3sat-Partnersender ARD und SRF das Programmangebot zum Bauhaus-Jubliäum.

Wissenschaftsabend am Donnerstag

Technischer und medizinischer Fortschritt sind eng gekoppelt an die Entdeckungen und Theorien der Quantenphysik. Ohne deren Erkenntnisse gäbe es keine optischen Speichermedien wie CDs und DVDs, und die enormen Fortschritte in der bildgebenden Medizin sowie die Lasertechnologie wären ohne die Entdeckungen der Quantenphysik undenkbar. In Zukunft sollen Quantencomputer, die schneller rechnen können als alle Supercomputer dieser Welt, sogar absolute Datensicherheit ermöglichen.

Der Wissenschaftsabend in 3sat am 28.03.19 beschäftigte sich in zwei aufeinander folgenden Wissensformaten intensiv mit diesem Zukunftsthema. Die Wissenschaftsdokumentation „Rätselhafte Welt der Quanten“ beleuchtete anhand von zahlreichen Anwendungsbeispielen die Theorie dieser noch jungen Forschungsrichtung (0,37 Mio., 1,2 % MA). Im nachfolgenden interdisziplinären Wissenschaftstalk „scobel“ hinterfragte Gert Scobel mit seinen Gästen kritisch den Hype um die Entdeckungen der Quantenphysik und deren sinnvolle Nutzungsmöglichkeiten (0,26 Mio., 0,8 % MA).

Ausblick

Im Zuge des Modernisierungsprozesses von 3sat, der neben dem neuen Senderdesign den Relaunch des 3sat-Online/-Mediatheks-Angebots umfasst, wird ein neues Social-Media-Konzept erarbeitet, um 3sat-Inhalte passgenau auf Drittolattformen zu verbreiten. 3sat soll damit für die digitale Nutzung attraktiver werden und die hier liegenden Potentiale besser ausschöpfen. Zu den konkreten Maßnahmen zählen die Stärkung der Dachmarke 3sat, die Abstimmung einer senderübergreifenden Posting- und Crossposting-Strategie, um attraktive Social-Media-Inhalte personal- und ressourcenschonend zu produzieren.

3sat plant unter dem Arbeitstitel „Satire Battle“ ein neues Format für den Sendeplatz am Sonntagabend. Mehrere Kabarettisten treten mit ihren Thesen zu aktuellen Themen gegeneinander an. Das Publikum entscheidet, welcher Meinung es sich anschließt. In einem kurzen Film werden die Konsequenzen dieser Entscheidung für die Zukunft dargestellt. 3sat plant, zwei Folgen 2019 und vier Ausgaben 2020 zu senden.

2.5.3 phoenix

Siehe Fernsehratsvorlage FR 11/19.

2.5.4 KiKA

Auch 2019 blieb das Interesse an „Dein Song“, dem einzigen Nachwuchskomponisten-Wettbewerb in Deutschland, ungebrochen. Hunderte von Einsendungen selbstgeschriebener Songs zur elften Staffel bestätigen den Stellenwert des Formats zur Musikförderung von Kindern und Jugendlichen. Das Finale am 22.03.19, 19:05 Uhr bei KiKA erreichte einen Marktanteil von 34,4 % bei den Sechs- bis Neunjährigen und 39,0 % bei den Zehn- bis 13-Jährigen. In der Zielgruppe der jungen Erwachsenen (14 bis 19 Jahre) konnte die Live-Finalshow einen Marktanteil von 9,6 % verzeichnen, ein Indiz für die anhaltend hohe Akzeptanz von „Dein Song“ auch bei

ehemaligen KiKA-Zuschauern. Mit knapp 224.000 Stimmabgaben beim Finale war die Teilnahme am Voting so hoch wie nie zuvor.

Seit 30 Jahren vermittelt „logo!“ verständlich und kindgerecht aktuelle Nachrichten und Hintergrundwissen zu Politik und Wirtschaft. Im Jubiläumsjahr zeigte KiKA bislang zwei Sondersendungen:

In „logo! extra: Unterwegs mit dem Bundespräsidenten“ (22.04.19, 19:50 Uhr) begleitete eine „logo!“-Kinderreporterin Frank-Walter Steinmeier bei seinen Aufgaben als deutsches Staatsoberhaupt. Die zwölfjährige Lotte war bei Terminen mit engsten Mitarbeitern und Gästen im Schloss Bellevue dabei und ging mit dem Bundespräsidenten auf Dienstreise. Die Kinderreporterin nutzte die gemeinsame Zeit, um ihre Fragen an den Bundespräsidenten zu stellen.

Ergänzend zu der ab dem 24.04.19 um 20:10 Uhr ausgestrahlten achtteiligen Reportagereihe „Das erste Mal … Europa!“ widmete sich ein „logo! extra“ dem Thema Kinder in Europa (17.05.19, 20:30 Uhr). Im Vorfeld der Europawahl reiste Videojournalist Hanno Hummel mit der „logo!“-Reporterin Maral Bazargani nach Finnland und Rumänien und mit der „logo!“-Reporterin Dilek Üsük nach Griechenland und Portugal. In jedem Land trafen sie Kinder, die die Reporterinnen an ihrem Alltag teilhaben ließen. Die Sondersendung ging kulturellen Unterschieden in der EU nach und stieß dabei auch auf viele Gemeinsamkeiten.

Ab dem 06.05.19 zeigte KiKA (montags bis donnerstags, 20:10 Uhr) die Premieren der Reportagereihe „Das erste Mal … Asien!“. In acht Folgen bereisten die Nachwuchsreporter Louisa und Philipp sieben asiatische Länder. Dort sprachen sie mit Kindern und Jugendlichen und setzten sich mit der gesellschaftlichen und politischen Situation in den jeweiligen Ländern auseinander. Zurück in Deutschland beschäftigten sie sich in einem Online-Spezial mit dem Erlebten. Ihre Fragen, Eindrücke und Erkenntnisse sind in acht Folgen „Das erste Mal… Asien! Backstage“ auf zdftivi.de abrufbar.

Ausblick

Im Bereich Show wird derzeit unter dem Arbeitstitel „1fach Super!“ an einem Konzept für eine Wissens-Gameshow zu Superlativen für die ganze Familie gearbeitet. Eine Sendung mit gleichlautendem Titel produzierte das ZDF bereits 2003 für KiKA. Die Neuentwicklung, die an die Faszination von Rekorden und Höchstleistungen anknüpft, soll im Herbst 2019 in unterschiedlichen Ausgaben bei KiKA ausgestrahlt werden.

Vom 09. bis 27.09.19 findet bei KiKA der diesjährige Themenschwerpunkt „Respekt für meine Rechte! Schule leben!“ statt, den KiKA zusammen mit den ARD-Sendeanstalten und dem ZDF gestaltet. Im Fokus der beteiligten Programme und deren Online-Begleitangeboten steht der Blick der Kinder auf ihre Lebenswelt Schule. Dazu wird es exklusiv eine repräsentative Umfrage unter Schülern geben, deren Ergebnisse zum Start des Schwerpunkts veröffentlicht werden. Leitthema ist die Zufriedenheit der Schüler mit ihrer Schule und die Frage, mit welchen Problemen und Herausforderungen Schüler heute kämpfen müssen.

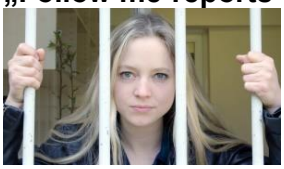
2.5.5 funk

Die Europa-Wahl war im Berichtszeitraum ein Schwerpunkt-Thema bei funk, das sich auf einer Vielzahl der Kanäle vom Geschichtswissenskanal bis zum Mode-Account zog. Vier Kanäle stehen hier exemplarisch für das Engagement.

„Dinge erklärt – kurzgesagt“

Für den Kanal „Dinge erklärt – kurzgesagt“ wurde das animierte Video mit dem Titel „Wie demokratisch ist die EU?“ erstellt. Mithilfe der funk- und kurzgesagt-Netzwerke, unterstützt von diversen ZDF-Korrespondenten, ist es gelungen, YouTuber für fast alle EU-Mitgliedssprachen zu gewinnen, die zu dem animierten Video jeweils eigene Sprachfassungen für ihre Kanäle anfertigten. Eine Woche vor der Europawahl gingen alle Versionen parallel um 14:30 Uhr online und erreichten so eine europäische YouTube-Öffentlichkeit.

„Follow me-reports“



Der Reportage-Kanal „Follow me-reports“ ließ die Community abstimmen, in welche europäischen Länder die Protagonisten des Formats reisen sollen, um mehr über die EU zu erfahren. Die User entschieden sich für Mayotte, um mehr über die europäischen Überseegebiete zu lernen, für Finnland, das Land mit den „glücklichsten Menschen“ und für Irland, wo alte Konflikte durch den Brexit wieder aufzubrechen drohen.

Identitäten von Menschen mit Migrationshintergrund: „Germania“

„Germania“ näherte sich auf Instagram dem Thema EU auf einer persönlichen Ebene. Kreative und Protagonisten des Formats und die Community wurden gefragt, was sie mit der EU verbinden. Im Rahmen des #ichbingermania-Wettbewerbs konnte die Community ihre Geschichten einreichen, diese wurden im Anschluss mit den Nutzern geteilt.

„Jäger & Sammler“

Auch „Jäger & Sammler“ befasste sich in drei aufeinanderfolgenden Wochen mit Themen rund um die Wahl. Dabei ging es um die vermeintlich unpolitische Generation der Jungen, die Selbstinszenierung der Politiker im Netz sowie Nationalismus und Populismus in Europa.

Die unterschiedlichen Angebote zur Europa-Wahl wurden auf dem Facebook-Account ‚funk-Politik‘ gebündelt und mit anderen öffentlich-rechtlichen Inhalten (ZDF „Mein erstes Mal”) vernetzt. Ergänzt wurden diese Inhalte mit eigenen Grafiken rund um die EU und Frageformaten mit den zur Wahl stehenden Spitzenkandidaten.

In den Berichtszeitraum fiel auch die Drittel Staffel der Jugendserie „Druck“ in der die Liebesgeschichte zwischen Matteo und David im Mittelpunkt steht. Das Format bleibt weiter ein großer Erfolg für funk und platziert sich sowohl nach Sehvolumen als auch nach Sichtungen regelmäßig auf den vordersten Plätzen im funk-Ranking. Einen Neuzugang gibt es im Bereich der Service-Formate mit dem Kanal „Pocket Money“ auf YouTube. Die YouTuberin, studierte Betriebswirtin und ausgebildete Steuerassistentin Hazel beschäftigt sich darin mit Themen rund ums Geldverdienen und Geldausgeben, über Steuererklärungen bis hin zum Taschengeld.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Goldene Kamera 2019**
Sendung / Beitrag:	Aufbruch in die Freiheit
Kategorie:	Bester Fernsehfilm
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Solveig Cornelisen
Sendung / Beitrag:	Der Bergdoktor
Kategorie:	Publikumspreis
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Dirk Rademacher
Sendung / Beitrag:	Der Polizist und das Mädchen
Kategorie:	Bester Schauspieler (Albrecht Schuch)
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Alexandra Staib, Caroline von Senden
Sendung / Beitrag:	Terra X: Faszination Erde
Kategorie:	Beste TV-Dokumentation Natur und Umwelt
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteurin:	Christiane Götz-Sobel

Preis:	**Grimme-Preis 2019**
Sendung / Beitrag:	Bad Banks
Kategorie:	Fiktion
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Alexandra Staib
Sendung / Beitrag:	Lass Dich überwachen! – Die Prism is a Dancer Show
Kategorie:	Unterhaltung
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Sprenger, Sebastian Flohr (ZDFneo)

Preis:	**EMIL 2019**
Sendung / Beitrag:	Chika, die Hündin im Ghetto
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurinnen:	Katrin Pilz, Irene Wellershoff
Sendung / Beitrag:	Digiclash: Der Generationen-Contest
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurinnen:	Gordana Großmann, Dorothee Herrmann
Sendung / Beitrag:	Fannys Reise
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurinnen:	Jutta Trauer, Nicole Keeb
Sendung / Beitrag:	Pur+: Ich habe Krebs
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurinnen:	Silke Penno, Eva Radlicki

Preis:	**Deutscher Filmpreis / LOLA 2019**
Sendung / Beitrag:	Das Ende der Wahrheit
Kategorie:	Beste männliche Nebenrolle (Alexander Fehling)
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteure:	Jörg Schneider, Doris Hepp (ARTE)

Preis:	**The Peabody Awards 2019**
Sendung / Beitrag:	Geheimwaffe Jazz
Kategorie:	Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Sabine Bubeck-Paaz

Preis:	**Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis 2019**
Kategorie:	Herausragender Fernsehjournalismus (Harald Lesch)
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft

Dr. Thomas Bellut