ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts
DER INTENDANT

04.09.2019

T Ä T I G K E I T S B E R I C H T

des Intendanten in der 14. Sitzung
der XV. Amtsperiode des Fernsehrates
am 13. September 2019 in Mainz

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Bürgerinnen und Bürger Brandenburgs und Sachsens haben neue Landtage gewählt. Während viele Beobachter vorab den Blick Richtung Berlin nahelegten und vor allem die Auswirkungen verschiedener Ergebnis-Szenarien auf die Bundespolitik durchspielten, sieht sich das ZDF darin bestätigt, den Schwerpunkt auf die Berichterstattung vor Ort gelegt zu haben, etwa mit Live-Sendungen des „ZDF-Morgenmagazins“ aus Cottbus, Templin oder Zittau. Denn die Wahlbeteiligung ist in beiden Ländern im Vergleich zu 2014 beträchtlich gestiegen. In Sachsen erreichte sie den höchsten Stand seit der Wiedervereinigung 1990, hier gaben zwei von drei Bürgerinnen und Bürgern ihre Stimme ab. Das zeigt: Es ist richtig, dorthin zu gehen, wo die Menschen der Schuh drückt, und mit ihnen in einen Dialog zu treten. Auch für ein nationales Vollprogramm.

Für eine detaillierte Analyse ist es an den Tagen nach der Wahl noch zu früh. Es zeichnet sich aber ab, dass sich das gewachsene Interesse an der Landespolitik auch in unseren Akzeptanzwerten niederschlägt. So erreichte unsere Berichterstattung am Wahlabend im Durchschnitt deutlich über eine halbe Million mehr Zuschauer als bei den letzten Landtagswahlen in Brandenburg bzw. Thüringen und fast eine dreiviertel Million mehr als bei der Landtagswahl in Sachsen 2014. Hinzu kommen eine knappe Million Aufrufe der Rubrik „heute“-Nachrichten in der ZDFmediathek am Wahlsonntag.

Auch wenn die meisten Nutzer den Gong-Schlag zur Ergebnis-Prognose um 18:00 Uhr derzeit noch live im klassischen TV verfolgen: Die Nutzung von Nachrichteninhalten wird sich weiter Richtung Online verlagern. Dafür stellen wir uns auf. Fragen nach „Online-Only“- oder „Online-First“-Angeboten, geänderten Verweildauern und Strategien für unsere Inhalte auf Drittplattformen wie YouTube oder Instagram werden uns in den kommenden Monaten im Rahmen des Telemedienänderungskonzepts stark beschäftigen. Insbesondere zu diesen Themen freue ich mich daher auf einen intensiven 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	5
1.3	Medientechnologie	6
1.4	ZDF-Finanzsituation	7
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	17
2.4.1	ZDFneo	17
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	23
2.5.5	funk	23
2.6	Auszeichnungen/ Preise	24

Berichtszeitraum: 15.06.2019 – 03.09.2019

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

BBC iPlayer: Ofcom verlängert Standard-Verweildauer auf 12 Monate

Die BBC darf ihre Programme künftig nicht mehr nur 30 Tage lang, sondern regelmäßig für 12 Monate und in bestimmten Fällen (u. a. Kindersendungen und Archivmaterial) darüber hinaus zum Abruf anbieten. Nach einer Marktanalyse hat der Regulierer Ofcom befunden, dass der Public Value der geplanten Änderung etwaige Wettbewerbsbeeinträchtigungen rechtfertigt.

Begründet wurde die Entscheidung damit, dass Auswahl und Verfügbarkeit öffentlich-rechtlicher Angebote durch die Neuregelung verbessert werden und die BBC angesichts geänderter Sehgewohnheiten relevant bleibe, um ihren Auftrag erfüllen zu können. In diesem Zusammenhang hatte die BBC auf die erheblichen Änderungen im Konsumverhalten durch den Markteintritt von Netflix und Amazon Prime Video etc. hingewiesen. Wenn man sich nicht schnell den Publikumserwartungen (insbesondere denen der jüngeren Zielgruppen) anpasse, habe man bis 2024 einen Rückgang des VoD-Marktanteils von aktuell nur noch 15 % auf 12 % zu erwarten (2014 noch 40 %).

Nun muss sich der Sender an bestimmte Auflagen halten, um insbesondere die Teilhabe anderer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter und ihrer VoD-Angebote nicht zu gefährden. Ofcom verlangt u. a., das Gesamtvolumen (in Stunden) der im iPlayer aktuell verfügbaren Inhalte offenzulegen und das laufende Angebot umfassend nach Genres, Herkunft und weiteren Kategorien (z. B. Fortsetzungsreihen und -serien, Archivreihen und -serien) zu dokumentieren. Das gilt auch für eine entsprechende Abbildung der Nutzungsdaten. Dadurch soll sichergestellt werden, dass eine Neubewertung und Analyse der Marktsituation mit Blick auf Umfang und Publikumswirkung des iPlayers jederzeit stattfinden kann.

Kommerzieller VoD-Dienst BritBox

Der in Aussicht gestellte kommerzielle VoD-Dienst BritBox (zusammen mit ITV), der Anfang September abschließend freigegeben werden soll, wurde bei der Entscheidung berücksichtigt. BBC und ITV haben kürzlich mitgeteilt, nun auch eine konkrete Geschäftsvereinbarung über die geplante gemeinsame Streamingplattform geschlossen zu haben. Der Dienst besteht unter diesem Namen und mit rund 500.000 Abonnements bereits in den USA und Kanada. Im Februar war ein entsprechendes Angebot auch für den britischen Markt angekündigt worden, nach aktuellen Angaben ab dem vierten Quartal 2019, für monatlich 5,99 £. Der Regulierer Ofcom ist zu dem vorläufigen Ergebnis gekommen, dass BritBox keine wesentliche Änderung der kommerziellen Aktivitäten der BBC darstelle und keine Wettbewerbsbeeinträchtigung zu befürchten seien.

Öffentlich-rechtliche Plattformstrategie in Frankreich

Die geplante französische Kooperation von France Télévisions, TF1 und M6 zu dem gemeinsamen Streamingdienst Salto wartet derzeit noch auf Freigabe durch die französische Wettbewerbsaufsicht. Jüngsten Berichten zufolge beklagen der Telekommunikationsdienste-Anbieter Free und die Streaming-App Molotov vehement, es drohe ein Kartell der großen Sender. Diese wollen auf Salto alle ihre Ausspielwege inklusive der Live-Streams zusammenführen. In Zwischenzeit sind schon kartellrechtliche Zugeständnisse gemacht worden. Die Aufsicht will noch im Sommer entscheiden, so dass auch Salto frühestens im letzten Quartal des Jahres eröffnen wird.

Umsetzung Europäischer Richtlinien

Die **Richtlinie über das Urheberrecht im Digitalen Binnenmarkt (DSM-RL)** und die Richtlinie zur Reform der **Satelliten- und Kabelrichtlinie (Online-SatCab-RL)** sind am 06. Juni 2019 in Kraft getreten. Sie sind bis zum 07. Juni 2021 in deutsches Recht umzusetzen.

In der **DSM-RL** sind u. a. neben einer verschärften Verantwortlichkeit der Plattformbetreiber für Rechteklärungen bzw. Urheberrechtsverstöße auch urhebervertragsrechtliche Bestimmungen zur Sicherung einer angemessenen Vergütung enthalten. Hierzu sind Auskunftsverpflichtungen für Erwerber von Verwertungsrechten hinsichtlich der Nutzung der Werke von Urhebern und Mitwirkenden vorgesehen.

Urheber haben bereits heute in Deutschland einen gesetzlichen Anspruch auf jährliche Auskunft über Nutzung ihrer Werke – neben dem ohnehin bestehenden Anspruch auf weitere Beteiligung des Urhebers, sollte die vereinbarte Gegenleistung in einem auffälligen Missverhältnis zu den Vorteilen aus der Nutzung des Werkes stehen.

Bei der Umsetzung der Richtlinie in deutsches Recht wird darauf zu achten sein, keine weitergehenden Auskunftsverpflichtungen zu schaffen, die einen unverhältnismäßigen Verwaltungsaufwand auslösen würden, gerade angesichts der Vielzahl von potentiellen Anspruchsberechtigten, die an audiovisuellen Produktionen beteiligt sind.

Die **Online-SatCab-RL** zielt darauf ab, die Rechteklärung für die „zusätzlichen“ Onlinedienste der Rundfunkveranstalter zu erleichtern, indem das sog. Herkunftslandprinzip eingeführt wird, nach dem die urheberrechtlich relevanten Handlungen der Bereitstellung nur in dem Mitgliedstaat als erfolgt gilt, in dem die Rundfunkanstalt niedergelassen ist. Leider beschränkt sich dieses Prinzip nach der europäischen Neuregelung systemwidrig lediglich auf Nachrichtenprogramme und aktuelle Berichterstattung sowie vollfinanzierte Eigenproduktionen. Auftragsproduktionen, Koproduktionen sowie Sportprogramme sind ausdrücklich ausgenommen. Die erhoffte Rechtssicherheit wurde damit nicht geschaffen, so dass ggf. zukünftig mehr Inhalte mit einem Geoblocking versehen werden müssen. Die Diskussion zur Schaffung einer europäischen Plattform wird dadurch jedenfalls nicht befördert.

Online-Konsultation zu einem Medienstaatsvertrag

Die Länder haben einen modifizierten Entwurf zum Medienstaatsvertrag zur Anhörung gestellt. Die ZDF-Stellungnahme fokussiert die Vorschläge zur Plattformregulierung, insbesondere die Diskussion zu einem diskriminierungsfreien Zugang und der Auffindbarkeit von Rundfunkangeboten auf audiovisuellen Plattformen, den Schutz der Signalintegrität unserer Rundfunkprogramme sowie die Vorschriften betreffend die Medienintermediäre, also Plattformen wie Facebook und Google. Außerdem nimmt das ZDF Stellung zu den verschärften Vorschriften zum Jugendmedienschutz sowie zu der Liberalisierung der Werberegelungen.

Konkret spricht sich das ZDF für die Notwendigkeit einer hervorgehobenen Auffindbarkeit von öffentlich-rechtlichen Programmangeboten im Rahmen der Plattformregulierung aus. Effektive Vielfaltssicherung sowie Funktion und Auftrag der öffentlich-rechtlichen Angebote und deren Bedeutung für die Gesellschaft begründen entsprechende Regelungen.

Da der Entwurf auch Lockerungen der Werberegularien für den privaten Rundfunk vorsieht, von denen der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht profitiert, bedarf es für Sportwettbewerbe, die als Sportgroßereignisse gelistet sind, der Möglichkeit, im direkten Umfeld der Übertragungen die Ausstrahlung von Rundfunkwerbung auch im öffentlichen Rundfunk unabhängig von der Tageszeit zuzulassen.

1.2 Medienbranche

Die amerikanische Beteiligungsgesellschaft KKR übernimmt etwa 42,5 % der Anteile des Axel Springer Verlags und wird nach Friede Springer zweitgrößter Aktionär des Unternehmens. Friede Springer (42,6 %) und Mathias Döpfner (2,8 %) haben den Aktionären die Annahme des KKR-Angebots empfohlen, auch wenn sie ihre eigenen Anteile nicht verkaufen wollen. Nach dem Einstieg von KKR soll das Unternehmen von der Börse genommen werden.

KKR wird zweitgrößter Aktionär beim Axel Springer Verlag

Ziel des Einstiegs von KKR ist eine Expansionsstrategie, um Axel Springer im digitalen Journalismus, aber vor allem im Bereich Online-Rubrikenportale (Job-, Immobilien- oder Autoportale) weiter zu stärken. Der Konzern hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend von einem klassischen Verlag zu einem Digitalkonzern gewandelt, indem das Online-Geschäft und dabei vor allem das Rubrikengeschäft fast 75 % des Umsatzes erwirtschaftet. Insbesondere das weniger ertragreiche Print-Geschäft mit BILD und WELT ist durch den Einstieg in den Fokus geraten. Im zweiten Quartal sind die gedruckten Auflagen von BILD und WELT im Vergleich zum 1. Quartal um 9,9 % bzw. 14,2 % eingebrochen.

Der italienische TV-Konzern Mediaset, der im Besitz der Familie Berlusconi ist, hat 9,6 % der Aktien von ProSiebenSat.1 erworben und ist damit zum größten Einzelaktionär des Konzerns geworden. Mediaset und ProSiebenSat.1 arbeiten bereits seit fünf Jahren in der Europäischen Medienallianz zusammen, einem Netzwerk für gemeinsame Initiativen im Bereich Videostreaming und Technologie.

Berlusconis Mediaset nun größter Einzelaktionär von ProSiebenSat.1

Der Einstieg von Mediaset wurde dadurch begünstigt, dass der Aktienkurs von ProSiebenSat.1 in den letzten drei Jahren trotz Renditen im operativen Geschäft von über 30 % um über 70 % eingebrochen ist. Die Zahlen, die der Konzern für das erste Halbjahr 2019 veröffentlicht hat, zeigen, dass ProSiebenSat.1 in seiner Online-Sparte und im TV-Produktionsgeschäft wächst, dass der für das Unternehmen immer noch bedeutendste Geschäftsbereich Fernsehen aber unter einem Rückgang bei den Werbeeinahmen leidet. Der Gewinn ist darüber hinaus rückläufig, weil das Unternehmen massiv in sein neues Streamingportal Joyn investiert hat.

Vodafone besitzt nun ein bundesweites Kabelnetz in Deutschland

Die EU erlaubt die Übernahme des Kabelnetzanbieters Unitymedia durch den britischen Telekommunikationskonzern Vodafone für einen Kaufpreis von 18,4 Mrd. €. Das ursprüngliche Anliegen der EU, mehr Wettbewerb in der Telekommunikations- und Kabelfernseh-infrastruktur zu sichern, ist damit gescheitert. Die britische Vodafone besitzt nun das Netz, das die Deutsche Telekom auf Drängen der EU vor rund 20 Jahren aufgeben und in mehreren Teilen veräußern musste. Das bundesweite Netz hat sich Vodafone über mehrere Übernahmen (Kabel Deutschland und Unitymedia) zusammengekauft. Zur Sicherung des Wettbewerbs unterliegt Vodafone der Auflage, dem Wettbewerber Telefonica und seinem Dienst O2 Zugang zu seinem Kabelnetz zu gewähren.

Vereinbarung mit Verband Deutscher Drehbuchautoren (VDD)

Mit dem Verband Deutscher Drehbuchautoren (VDD) und der Allianz Deutscher Produzenten hat sich das ZDF nach trilateralen Verhandlungen auf eine neue gemeinsame Vergütungsregelung geeinigt. Neben Vergütungssteigerungen wurde ein neues Vergütungsmodell eingeführt: der Sender erwirbt mit dem Ersthonorar ein Paket von Ausstrahlungsrechten. Sind diese Rechte genutzt, erhalten Drehbuchautorinnen und Drehbuchautoren eine Folgevergütung. Gegenüber dem bisherigen zeitbezogenen Vergütungsmodell ergeben sich dadurch weitere Honorarverbesserungen.

Neben dem Paketmodell steht das bisherige Wiederholungshonorarmodell zur Verfügung, bei dem allerdings im Hinblick auf das Nutzungsverhalten des Publikums und die erwartete weitere positive Akzeptanzentwicklung des Programms Wiederholungshonorarsätze angepasst wurden.

In allen Modellen wird die kommerzielle Verwertung weiterhin mit einer Erlösbeteiligung zusätzlich vergütet. Darüber hinaus enthält die Vereinbarung gemeinsame Grundsätze zur Zusammenarbeit. Hierzu zählen u. a. diskriminierungsfreie Rahmenbedingung und erweiterte Mitsprache bei wesentlichen kreativen Entscheidungen.

Mit der Vereinbarung steht weiterhin ein flexibles Vergütungssystem zur angemessenen Vergütung der Rechte zur Verfügung. Mit ihr werden attraktive Bedingungen für DrehbuchautorInnen geboten, und gleichzeitig den neuen gesetzlichen Bestimmungen des Urhebervertragsrechts Rechnung getragen.

1.3 Medientechnologie

Weiterentwicklung der 360°-Technik

Näher dran sein und noch tiefer in das Geschehene eintauchen, der Zuschauer bestimmt die Perspektive selbst – das ist das Ziel von 360°-Videos. Dazu wird die Szene mit einer speziellen Kameratechnik aufgenommen, die gleichzeitig mit mehreren Objektiven ein Kugel-Panorama aufzeichnet. Dieses Panorama kann dann nach einer speziellen Postproduktion auf Handys, Tablets, Smart-TV oder speziellen 360°-Headsets wiedergegeben werden. Solche Videos in 360°-Technik werden vom ZDF bereits seit 2016 online auf der Seite https://vr.zdf.de angeboten.

Durch die Weiterentwicklung der Technik hat sich die Herstellung solcher Filme vereinfacht. So ist es inzwischen möglich, das fertige Kugel-Panorama auch innerhalb spezieller Kameras in Echtzeit zu erzeugen. Ereignisse können damit jetzt auch live in 360° übertragen werden.

Erste Erfahrungen mit 360° live-Eigenproduktionen konnte das ZDF mit der Übertragung des „ECHO Klassik“ im November 2017 aus der Elbphilharmonie in Hamburg machen. Auf dieser Grundlage wurde 2018 erstmals eigenverantwortlich eine 360°-Live-Übertragung vom Biathlon-Weltcup in Ruhpolding über das Internet verbreitet. In diesem Jahr wurde die Eröffnungssendung des „ZDF-Fernsehgartens“ live in 360°-Technik gestreamt. Dank einer eigenen 360°-Regie und einer Encodingplattform, die das Produktionsvideo in ein gängiges Internet-Streamingformat umwandelt, konnte der Zuschauer diese Sendung aus fünf verschiedenen Perspektiven live in 360° am Desktop, mobilen Endgeräten und über HbbTV verfolgen.

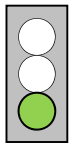
1.4 ZDF-Finanzsituation

Die Darstellung der Planwerte im Haushaltsplan 2019 erfolgt in Anlehnung an die Systematik der Finanzvorschau. Diese sieht eine dezentrale Budgetierung der Fremdkosten vor. Die Personalkosten werden dagegen nur an zentraler Stelle ausgewiesen. Andere Kostenelemente, wie interne Leistungen und Umlagen, werden nicht explizit ausgewiesen.

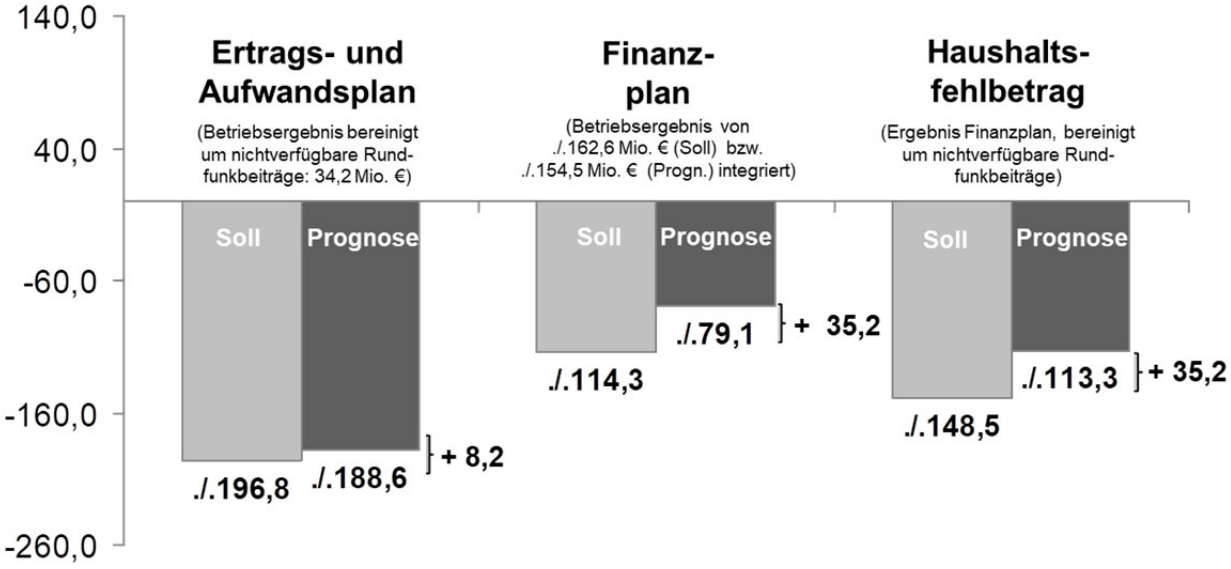
Darüber hinaus erfolgt eine Umbenennung des bisherigen Investitionshaushaltes und des Betriebshaushaltes, die in Analogie zu den Haushaltsplänen der ARD-Anstalten fortan als Finanzplan bzw. Ertrags- und Aufwandsplan bezeichnet werden. Zum Zwecke der Ermittlung des finanzwirtschaftlichen Ergebnisses wird das Ergebnis des Ertrags- und Aufwandsplans derart in den Finanzplan übertragen, dass ein Überschuss den Einnahmen, ein Fehlbetrag den Ausgaben zugeordnet wird und insgesamt ein Haushaltsüberschuss bzw. -fehlbetrag ausgewiesen wird.

Haushaltsvollzug 2019

In der aktuellen Mittelzuweisung an die einzelnen Bereiche des ZDF wurde berücksichtigt, dass in der aktuellen, für die Anmeldung zum 22. KEF-Bericht erstellten Finanzvorschau 2021-2024 für den Haushaltsvollzug 2019 eine Einsparung in Höhe von rd. 25,0 Mio. € angenommen wird. Da darüber hinaus davon auszugehen ist, dass die KEF weitere Einsparmaßnahmen bei den Anstalten sieht, wurde als erste Risikovorsorge ein zusätzlicher finanzieller Puffer von rd. 10,0 Mio. € eingerichtet. Zur Zielerreichung wurden u. a. Sperren bei den Programminvestitionen (./. 30,0 Mio. €), beim Gebäudemanagement (./. 3,0 Mio. €) und der Programmverbreitung (./. 1,5 Mio. €) verfügt, so dass sich derzeit **ein bereinigter Haushaltsfehlbetrag von ./. 113,3 Mio. €** ergibt, der **um 35,2 Mio. € besser ist als das Soll.**



Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2019 und Prognose 31.12.2019 (in Mio. €)



2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Das ZDF ermittelt mit zwei repräsentativen Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) in regelmäßigen Abständen die Glaubwürdigkeit verschiedener Mediengattungen und Medientitel sowie das Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender.

Glaubwürdigkeit von Medien

In der achten Auflage der halbjährlich durchgeführten Umfrage zur Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen und von Nachrichtensendungen Ende Juni/Anfang Juli 2019 sprechen die Befragten den seriösen Qualitätsmedien auf einer Skala von +5 bis -5 die höchste Glaubwürdigkeit zu, allen voran den Nachrichten von ARD und ZDF sowie den überregionalen und regionalen Tageszeitungen. Die Glaubwürdigkeit der BILD-Zeitung und der sozialen Netzwerke ist weiterhin sehr niedrig. Die Fernsehnachrichten von ARD (3,0) und ZDF (2,9) erreichen exakt die Werte der vorangegangenen Umfrage und liegen damit erneut vorne. Für die regionalen Tageszeitungen und für die öffentlich-rechtlichen TV-Sender insgesamt sind die Juni-/Juli-Werte 2019 ihre jeweils besten Werte, für die sozialen Netzwerke der bislang schlechteste.

Glaubwürdigkeit verschiedener Medien / Mediengattungen und Nachrichtensendungen Fernsehsender, Juni 2015, Mai 2016, November 2016, Juni 2017, November 2017, Mai / Juni 2018, Oktober / November 2018, Juni / Juli 2019, Skalenmittelwerte +5 bis -5, Erwachsene ab 16 Jahre

	Jun 2015	Mai 2016	Nov 2016	Jun 2017	Nov 2017	Mai/Jun 2018	Okt/Nov 2018	Jun/Jul 2019
	Skalenmittelwerte							
Medien								
überregionale Tageszeitungen wie Süddeutsche, FAZ und Die Welt	2,4	2,3	2,2	2,5	2,7	2,5	2,6	2,7
regionale Tageszeitungen	2,5	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,6
öffentlich-rechtliche Fernsehsender wie ARD, ZDF und Dritte Programme	2,0	1,8	1,9	2,3	2,3	2,0	2,2	2,4
wöchentliche Magazine wie Spiegel und Focus	2,2	2,0	2,1	2,3	2,2	2,1	2,2	2,2
private Sender wie RTL, Sat.1, ProSieben	0,1	0,1	0,0	0,3	0,4	0,2	0,4	0,4
soziale Netzwerke wie Twitter und Facebook	-1,4	-1,3	-1,5	-1,6	-1,4	-1,8	-1,6	-1,9
BILD-Zeitung	-2,0	-1,9	-1,9	-1,6	-1,6	-1,8	-1,9	-1,7
Nachrichten Fernsehen								
Nachrichten ARD	2,7	2,6	2,6	3,0	3,0	2,8	3,0	3,0
Nachrichten ZDF	2,6	2,6	2,6	3,0	2,9	2,7	2,9	2,9
Nachrichten Sat.1	1,3	1,0	1,2	1,3	1,3	1,1	1,2	1,4
Nachrichten RTL	1,1	0,9	1,0	1,2	1,2	1,1	1,0	1,3

Frage: Was meinen Sie ganz allgemein zur Glaubwürdigkeit von verschiedener Medien? Stellen Sie sich einmal ein Thermometer vor, das aber lediglich von plus 5 bis minus 5 geht, mit einem Nullpunkt dazwischen. Plus 5 bedeutete, dass Sie persönlich diese Medien für besonders glaubwürdig halten. Minus 5 bedeutet, dass Sie diese Medien für überhaupt nicht glaubwürdig halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abgestuft sagen. Wie bewerten Sie die Glaubwürdigkeit …?
Frage: Und was meinen Sie speziell zur Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen in einzelnen Fernsehsendern? Plus 5 bedeutet, dass Sie persönlich die Nachrichtensendung für sehr glaubwürdig halten. Minus 5 bedeutet, dass Sie die Nachrichtensendung für überhaupt nicht glaubwürdig halten. Mit den Werten dazwischen können sie Ihre Meinung abgestuft sagen. Wenn Ihnen die Nachrichtensendungen eines Fernsehsenders unbekannt sind, brauchen Sie diese natürlich nicht zu bewerten. Wie bewerten Sie die Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen …?
Juni 2015 n=1.019, Mai 2016 n=1.007, November 2016 n = 1.008, Juni 2017 n = 1.021, November 2017 n = 1.019, Mai / Juni 2018 n = 1.004, Oktober / November 2018 n = 1.005, Juni / Juli 2019 n=1.038, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, Skalenmittelwerte +5 bis -5
Forschungsgruppe Wahlen FGW für ZDF-Medienforschung

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher Fernsehsender

Bei der April 2019-Politbarometer-Umfrage der FGW zum Vertrauen in die wahrheitsgemäße 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

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

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.

2.2 ZDF-Programmfamilie und Telemedienangebote

Die zunehmende Bedeutung non-linearer Angebote und der langsame Rückgang linearer Nutzung bestimmen weiter die Angebotsentwicklung auf dem Videomarkt. Die auf die Marktveränderungen abgestellte Akzentuierung und Optimierung der linearen Angebote spielt dabei für die Anbieter klassischen Fernsehens eine besondere Rolle. Die ARD hat angekündigt, im Ersten Programm ab Herbst 2019 um 22:45 Uhr nach den „Tagesthemen“ „TALK am Dienstag“ zu etablieren. Vorgesehen sind die aus den Dritten Programmen vom Freitagabend bekannten Formate „NDR Talks Show“, „Kölner Treff“, „3nach9“ sowie eine neue RBB-Talksendung „Hier spricht Berlin“. Von „NDR Talk Show“ und „3nach9“ werden Ausgaben eigens für Das Erste produziert, die beiden anderen Formate haben ihre Premiere dort und werden dann am Freitag in den Dritten Programmen des WDR bzw. RBB wiederholt. In der Kombination des neuen Dienstag-Talks und des Talk-Formats „Maischberger“ am Mittwoch um 22:45 Uhr entsteht damit der Nukleus einer an mehreren Tagen angebotenen Talk-Leiste. Die am späten Dienstag bisher gespielten, nicht sonderlich erfolgreichen Mini-Serien, Spielfilme, Film-Debuts und Dokumentationen werden damit reduziert, Das Erste kenntlicher gemacht und stärker auf die Sehverfassung am späten Abend eingestellt. Nach den in den vergangenen Jahren im Ersten etablierten fiktionalen Vorabend-Serien um 18:50 Uhr und Donnerstagskrimis um 20:15 Uhr ist neuerlich eine gewisse Nähe dieser Schema-Planung zu Schema-Elementen des ZDF-Hauptprogramms, in diesem Fall der Talk-Leiste „Markus Lanz“ unverkennbar.

RTL modifiziert sein Angebotsprofil, indem es zunehmend mit Spezial-Sendungen aktuelle Entwicklungen aufgreift. Bereits im Juni/Juli 2019 verschoben „RTL aktuell Spezial“-Sendungen zur Hitze-Entwicklung das Hauptabendprogramm. Kürzlich übertrug der Sender die Pressekonferenz des Bundesinnenministers zum Mord an einem achtjährigen Jungen auf dem Frankfurter Hauptbahnhof. RTL knüpft in den Sendungen an Erfahrungen von „Normalbürgern“ und Fragen der Alltagsgestaltung an. Die Hitze-Sendung vom Juni weitete nach dem Einstieg mit Bürger-Stimmen und einem Regionen-Überblick den Blick auf die Darstellung der Ursachen der Klima-Veränderungen und der politischen Diskussion darüber. Für September angekündigt ist ein Programmschwerpunkt zum Thema Nachhaltigkeit in der RTL-Senderfamilie und im nationalen RTL-Radio. Die neuen Akzente sollen die linearen RTL-Programme offensichtlich stärker als Angebote am Puls der Zeit positionieren und damit von den non-linearen TV NOW-Programmen absetzen. Das RTL-Video-on-demand-Portal TV NOW positioniert sich abweichend von anderen stark Fiction-orientierten Videoportalen deutlicher auch über Reality Show-Sendungen. Die Datingshow „Paradise Hotel“ startete RTL mit der ersten Folge Anfang August im linearen Programm, um dann die weiteren Folgen wöchentlich in TV NOW zum Abruf bereit zu stellen.

Mai 2019

Medienforschung

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

12,7%

Marktanteil

kum. Jahr 2019: 13,5% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: -0,4

Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
21,71	6,87	4,19	1,72
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
5,24	4,63	3,56	2,95

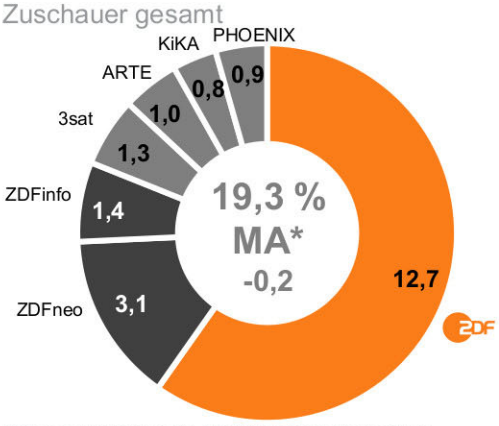
*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

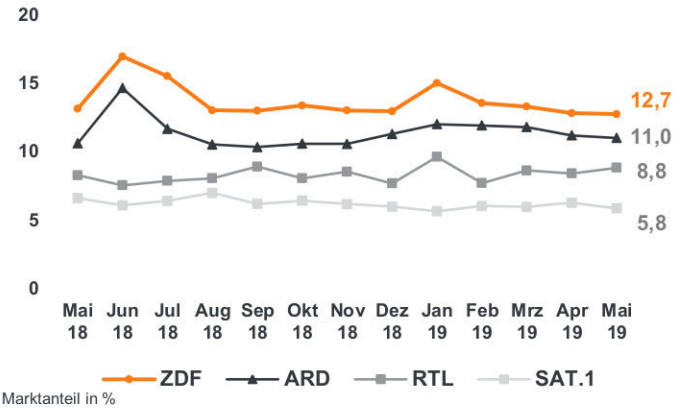


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 62 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 27 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

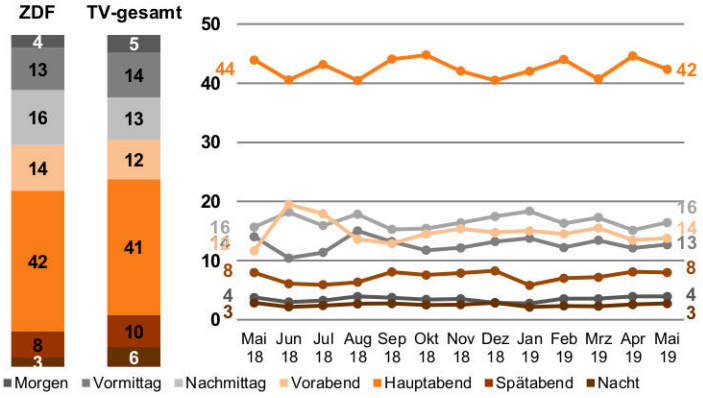
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

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

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 24. Mai 2019	34:16	69	0,61	880.588	41	32
2	heute-show vom 3. Mai 2019	28:17	71	0,59	828.589	37	36
3	heute-show vom 10. Mai 2019	33:08	69	0,56	819.272	38	36
4	heute-show vom 17. Mai 2019	33:40	69	0,55	794.837	39	35
5	Mein Freund, das Ekel	88:44	56	0,29	521.318	28	53
6	Fernsehfilm der Woche: Endlich Witwer	88:20	50	0,27	548.345	25	56
7	Herzkino: Fast perfekt verliebt	88:59	48	0,26	550.395	35	42
8	Wenn Frauen ausziehen	89:23	48	0,25	528.741	34	47
9	FdW: Sarah Kohr - Das verschwundene…	89:27	49	0,25	506.286	23	57
10	München Mord: Leben und Sterben in…	87:59	52	0,24	459.530	28	50

Nutzung vom 01. bis 31.05.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF und ARD mit leichten Verlusten gegenüber April. RTL, VOX und Sport1 (1,0 % MA / +0,3 PP) legen zu.
- Stärkste ZDF-Sendung: *Mein Freund, das Ekel* (09.05.: 8,09 Mio. / 25,9 % MA). In der Gesamthitliste auf Rang 8 hinter ARD: DFB Pokal, 4x *Tatort* und 2x *Tagesschau.*
- Online: ZDF-Onlineangebote mit leichten Verlusten im Mai: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,87 Mio. Visits (-1 %). ZDFfamilie: Ø 2,67 Mio. Sichtungen (-3 %). Im Vergleich zu Mai 2018 ist die Nutzung jedoch deutlich gestiegen: Visits +22 %, Sichtungen +20 %.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.2; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Juni 2019

Medienforschung

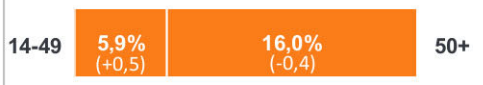
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Kontinuierliche_Forschung@zdf.de

12,7%

Marktanteil

kum. Jahr 2019: 13,4% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: -0,9



Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
20,55	6,35	3,84	1,68
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
5,10	4,37	3,66	2,78

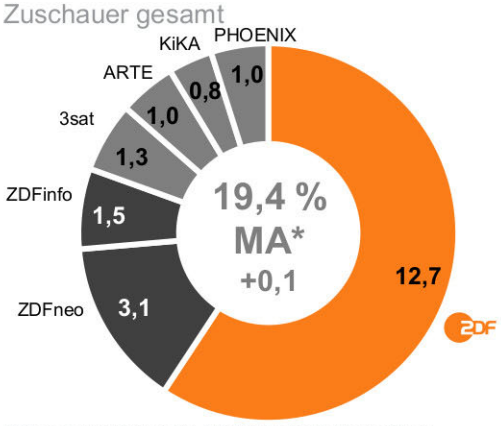
*ZDFmediathek: Unique Clients in Mio. (Nettowert aus zdf.de, heute.de u. tivi.de

Zielgruppen (MA in %)

Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

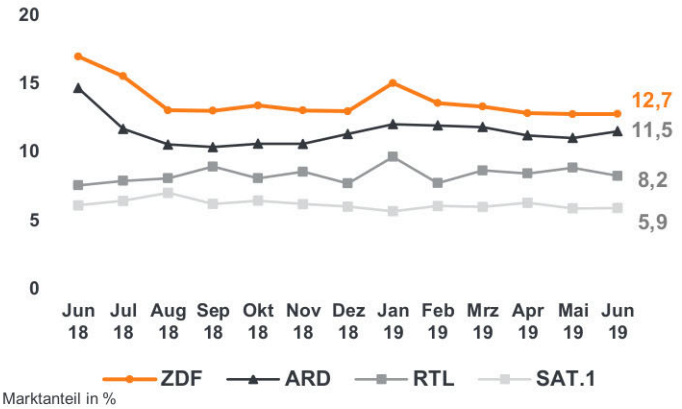


ZDF: Ø 64 J.
ZDFneo: Ø 60 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 62 J.
KiKA: Ø 27 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

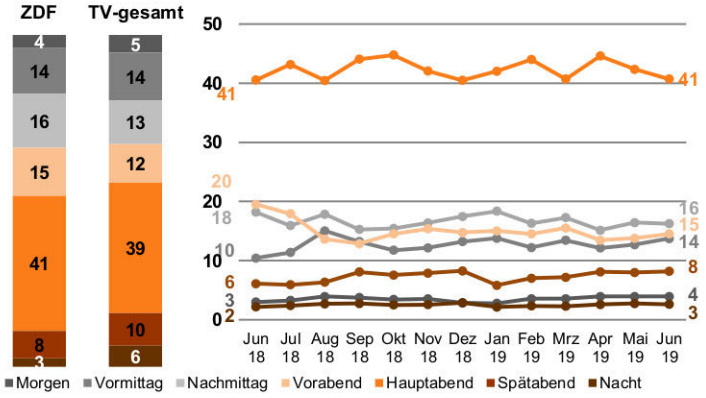
Ø-Alter*	3+			14-49		
64	ZDF	12,7	(±0,0)	RTL	11,0	(-0,8)
63	ARD	11,5	(+0,5)	PRO7	9,5	(-0,3)
52	RTL	8,2	(-0,6)	SAT.1	7,6	(-0,2)
52	SAT.1	5,9	(+0,1)	VOX	7,1	(-0,1)
50	VOX	4,7	(-0,4)	ARD	6,6	(-0,3)
41	PRO7	4,3	(-0,1)	ZDF	5,9	(+0,5)
51	Kabel1	3,7	(±0,0)	Kabel1	5,3	(±0,0)
60	ZDFneo*	3,1	(±0,0)	RTL2	5,3	(+0,2)

* gleichauf mit RTL2 (3,1 % / +0,1)

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 7. Juni 2019	36:01	69	0,72	1.046.214	42	33
2	heute-show vom 31. Mai 2019	35:03	68	0,59	869.853	42	31
3	NEO MAGAZIN ROYALE v. 13. Juni 2019	48:09	54	0,40	744.028	46	23
4	Herzkino: Ein Sommer in Südfrankreich	88:34	46	0,26	565.089	42	35
5	Herzkino: I.Lindstr.- Liebesreigen i. Samlund	88:08	50	0,22	444.586	41	37
6	Herzkino: K.Fforde - Eine Liebe in New York	88:52	50	0,21	422.925	43	33
7	Heiraten ist nichts für Feiglinge	88:59	50	0,14	283.607	43	35
8	NEO MAGAZIN ROYALE v. 6. Juni 2019	44:18	61	0,14	228.857	39	32
9	Fernsehfilm der Woch: Der gute Bulle	89:51	50	0,14	273.340	34	44
10	Die Chefin: Zeugenschutz	58:04	61	0,13	217.527	35	43

Nutzung vom 01. bis 30.06.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- ZDF-Gewinne bei Jüngeren gleichen Verluste bei Älteren im Juni aus. ARD legt bei ab 50-Jährigen zu.
- Stärkste ZDF-Sendung: *heute journal* (23.06.: 7,25 Mio. / 25,4 % MA in HZ-Pause U21 EM Österr. vs. Deutschl.: 6,96 Mio. / 25,2 – Platz 10). In Gesamthitliste auf Rang 7 hinter ARD/RTL-Fußball, 2x *Tatort* und 1x *Tagesthemen.*
- Online: ZDF-Onlineangebote mit Verlusten im Juni: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,74 Mio. Visits (-4%). ZDFfamilie: Ø 2,58 Mio. Sichtungen (-4%). Im Vergleich zum Fußball-WM-Monat Juni 2018 sind die Verluste deutlich höher: Visits -20%, Sichtungen -30%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.2; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

Juli 2019

Medienforschung

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

12,9%

Marktanteil

kum. Jahr 2019: 13,3% MA

Differenz zum Vorjahreszeitraum in PP: -1,2

14-49	50+
5,4% (-0,5)	16,4% (+0,4)

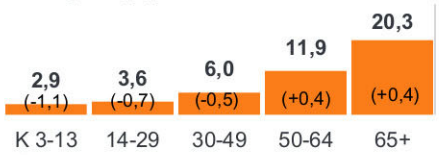
Differenz Vorjahr in PP

Tagesseher (Seher in Mio.)

ZDF	ZDFneo	ZDFinfo	ZDFonline*
20,42	6,49	3,78	1,54
3sat	**ARTE**	**PHOENIX**	**KiKA**
5,13	4,53	3,76	2,81

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

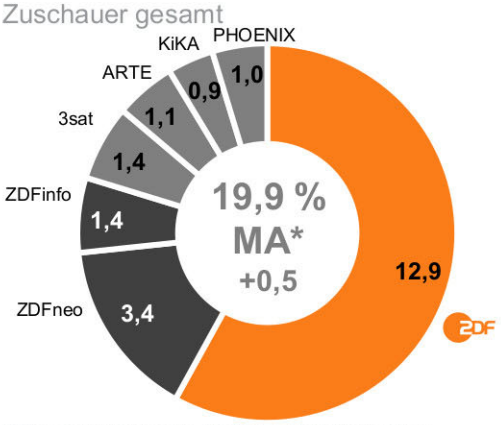
Zielgruppen (MA in %)



Differenz Vormonat in PP

Marktanteile ZDF-Familie

Zuschauer gesamt

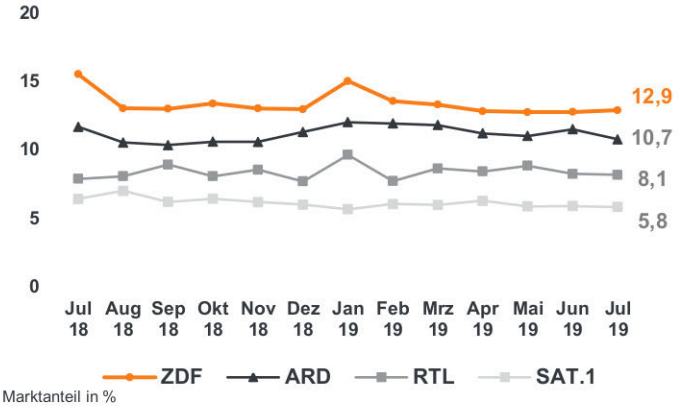


ZDF: Ø 65 J.
ZDFneo: Ø 61 J.
ZDFinfo: Ø 55 J.
3sat: Ø 63 J.
ARTE: Ø 61 J.
KiKA: Ø 28 J.
PHOENIX: Ø 62 J.

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

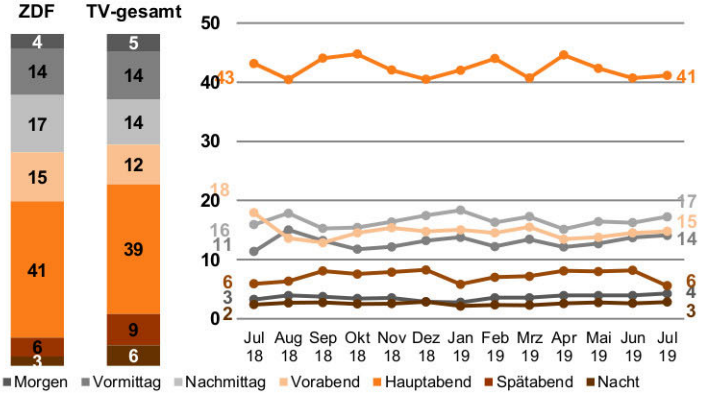
Zuschauer gesamt u. Erwachsene 14-49 Jahre

Ø-Alter*	3+			14-49		
65	ZDF	12,9	(+0,2)	RTL	11,9	(+0,9)
63	ARD	10,7	(-0,8)	PRO7	9,9	(+0,4)
51	RTL	8,1	(-0,1)	SAT.1	7,5	(-0,1)
52	SAT.1	5,8	(-0,1)	VOX	6,9	(-0,2)
50	VOX	4,6	(-0,1)	ARD	5,9	(-0,7)
41	Pro7	4,3	(±0,0)	ZDF	5,4	(-0,5)
51	Kabel 1	3,8	(+0,1)	Kabel1	5,2	(-0,1)
61	ZDFneo	3,4	(+0,3)	RTL2	5,1	(-0,2)

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	Herzkino: R.Pilcher - Nie wieder Klassentr…	88:28	50	0,20	404.220	43	34
2	Der Fernsehfilm der Woche: Der 7. Tag	89:05	44	0,17	388.374	32	49
3	Herzkino: Katie Fforde - Mein Wunschkind	88:37	49	0,17	343.934	45	33
4	Herzkino: Ein Sommer im Allgäu	88:26	47	0,16	350.415	41	36
5	Der Fernsehfilm der Woche: Solo für Weiss	89:30	50	0,16	328.890	33	47
6	Die Anstalt vom 16. Juli 2019	50:43	57	0,16	276.327	45	23
7	Der Fernsehfilm der Woche: Der Gutachter	88:19	48	0,14	286.699	33	43
8	ZDFzeit: Camilla, Kate und Meghan	43:32	64	0,13	204.867	43	36
9	Das kleine Fernsehspiel: Lucky Loser	87:37	46	0,12	273.313	32	48
10	Montagskino im ZDF: Schatz, nimm du sie!	89:01	48	0,12	256.149	37	41

Nutzung vom 01. bis 31.07.2019. In die Hitliste gehen nur Videos von ganzen Sendungen ein.
* Connected TV-Geräte

Infobox

- Stärkste ZDF-Sendung beim Gesamtpublikum: *Solo für Weiss* (15.07.: 5,49 Mio. / 19,2 % MA.). In Gesamthitliste auf Rang 6 hinter ARD (2x *Tatort* und 3x *Tagesschau).*
- Stärkste ZDF-Sendung bei 14-49: *ZDF SPORTextra: FB Audi-Cup Bay. München-Tottenham* (31.07.:1,07 Mio. / 14,1% MA). In Gesamthitliste auf Rang 47. Erfolgreichste Sendung in der Altersgruppe: *The Masked Singer* (Pro7, 25.07.: 2,11 Mio. / 29,1% MA).
- Online: ZDF-Onlineangebote mit erneuten Verlusten im Juli: ZDFmediathek (ZDFonline): Ø 2,53 Mio. Visits (-8%). ZDFfamilie: Ø 2,43 Mio. Sichtungen (-4%). Im Vergleich zum Fußball-WM-Monat Juli 2018 sind die Verluste deutlich höher: Visits -9%, Sichtungen -19%.

Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP videoSCOPE 1.2; Marktstandard TV; Quelle Online: INFOnline (SZMnG); AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten

2.3 Hauptprogramm

2.3.1 Chefredaktion

Neukonstituierung der EU-Institutionen

Die Informationssendungen des ZDF berichteten nach den Europawahlen am 26.05.19 intensiv über die Neukonstituierung der Institutionen der Europäischen Union. So bildete die „heute“-Sendung um 19:00 Uhr beispielsweise die Nominierung und Wahl Ursula von der Leyens zur EU-Kommissions-Präsidentin mit zahlreichen Berichten und Live-Schaltgesprächen ab. Am Tag der Abstimmung im Europäischen Parlament wurde neben Beiträgen und Einschätzungen der KorrespondentInnen in Brüssel und Berlin ein Kurzportrait der neuen Kommissionspräsidentin gesendet (16.07.19, 3,81 Mio., 19,2 % MA). Auch das „heute journal“ berichtete breit über die Auswirkungen der Europawahl auf die verschiedenen EU-Institutionen, u. a. mit Kommentaren des ZDF-Chefredakteurs am Tag der Europawahl selbst (26.05.19, 4,29 Mio., 14,1 % MA) sowie am 30.06.19 (2,70 Mio., 9,4 % MA). Zudem kamen in Schaltgesprächen u. a. Manfred Weber (01.07.19, 3,59 Mio., 14,2 % MA), Katharina Barley (14.07.19, 4,12 Mio., 14,5 % MA) oder Ursula von der Leyen (16.07.19, 3,90 Mio., 15,9 % MA) zu Wort. „heute+“ beleuchtete in einem Beitrag das in dem Zusammenhang der Wahl der EU-Kommissionspräsidentin vielfach kritisierte Nominierungsverfahren (03.07.19, 0,84 Mio., 11,3 % MA). Zudem publizierte die Redaktion einen Grafikbeitrag, in dem die Aufgaben der Kommissionpräsidentin nach ihrem Amtsantritt am 01.11.19 erklärt wurden, sowie die Wege und Verfahren, wie ihre KommissarInnen ausgewählt, zusammengestellt und bestätigt werden (16.07.19, 0,87 Mio., 8,9 % MA). Darüber hinaus bot die Redaktion am Wahltag einen monothematischen Livestream auf den ZDF-Online- und Social Media-Plattformen mit dem Titel „Mächtigste Frau Europas?“ an.

Frauen-Fußball-WM 2019

Vom 07.06. bis 07.07.19 fand die Fußball-Weltmeisterschaft 2019 statt. Zum ersten Mal konnten die ZuschauerInnen alle Spiele des Turniers live bei ZDF und ARD verfolgen. Neben den deutschen Spielen gab es ausgewählte Begegnungen im ZDF-Hauptprogramm, die anderen Partien wurden im Livestream in der ZDFmediathek übertragen. 24,57 Mio. ZuschauerInnen – 32 % aller potenziellen Zuschauer – haben 2019 mindestens eine der Spielübertragungen der WM in der ARD oder im ZDF gesehen – eine leichte Steigerung zur letzten Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft 2015 in Kanada. Das ZDF erreichte die höchste Akzeptanz mit der Achtelfinal-Begegnung Deutschland-Nigeria mit 6,47 Mio. ZuschauerInnen (22.06.19, 39,6 % MA). Im Schnitt verfolgten im ZDF 3,00 Mio. ZuschauerInnen die WM-Berichterstattung (16,7 % MA). Die beiden Spiele mit deutscher Beteiligung erzielten deutlich höhere Akzeptanzwerte (Ø 6,30 Mio., 33,9 % MA) als die Spiele ohne deutsche Beteiligung (Ø 2,99 Mio., 16,4 % MA) und waren auch bei 14- bis 49-Jährigen sehr gut eingeschaltet (Ø 1,24 Mio., 25,3 % MA). Das Live-Angebot wurde mit einem umfangreichen Angebot für die ZDFmediathek sowie für YouTube und Elementen für die unterschiedlichen Social Media-Plattformen abgerundet.

U21-Herren Fußball-EM 2019

Vom 16.06. bis 30.06.19 wurde in Italien und San Marino die Endrunde der U21-Fußball-Europameisterschaft ausgetragen. Das ZDF erreichte mit seiner gesamten Berichterstattung eine höhere Durchschnitts-Akzeptanz als die ARD (ZDF: Ø 5,47 Mio., 24,2 % MA, ARD: Ø 5,38 Mio., 21,2 % MA). Am besten eingeschaltet war im ZDF das Gruppenspiel Österreich-Deutschland mit 6,96 Mio.

ZuschauerInnen (23.06.19, 25,2 % MA). Die Spiel-Übertragungen erreichten bei den 14- bis 49-jährigen durchschnittlich einen Marktanteil von 20,9 % in ARD und ZDF. Auch das ZDF-Angebot bei YouTube konnte von der U21-Fußball-Europameisterschaft profitieren. Das Video „Deutschland-Rumänien 4:2 – Die Highlights“ war mit 766.000 Sichtungen das dritterfolgreichste Video im ZDFsport-Kanal auf YouTube im ersten Halbjahr 2019.

Berlin – Die Finals 2019

Am 03.08. und 04.08.19 fanden in Berlin zehn Deutsche Meisterschaften statt. 3.400 Sportlerinnen und Sportler kämpften binnen 48 Stunden um insgesamt 194 Titel. „Die Finals – Berlin 2019“ vereinten Wettbewerbe im Bahnradsport, im Bogenschießen, Boxen und Kanu, in der Leichtathletik, beim Modernen Fünfkampf, Schwimmen sowie im Wasserspringen, Triathlon und Turnen. ZDF und ARD begleiteten dieses Wochenende mit fast 20 Stunden Live-Programm im Fernsehen. Hinzu kamen Live-Streams, in denen alle Wettbewerbe in voller Länge in den Mediatheken von ZDF und ARD zu sehen waren. Das neue Veranstaltungsformat wurde in einer Kooperation zwischen der Sportmetropole Berlin, den TV-Partnern und den beteiligten Sportverbänden vorbereitet. Die Idee, das Konzept aus den erfolgreichen Wintersport-Wochenenden in den Sommer zu übertragen und durch eine Bündelung auch kleinere Sportarten im Hauptprogramm abzubilden, steigerte im Vergleich zu den früher pro Sportart einzeln ausgestrahlten Deutschen Meisterschaften die Zuschauerakzeptanz (04.08.19, 1,58 Mio., 12,4 % MA).

Landtagswahlen 2019

Am 01.09.19 fanden Landtagswahlen in Sachsen und Brandenburg statt. Aus Dresden sendete das ZDF direkt aus dem Plenarsaal des Landtags. Das Wahlstudio in Potsdam wurde vor der barocken Kulisse des Stadtschlosses aufgebaut. Rund zwei Monate später, am 27.10.19, wird in Thüringen ein neuer Landtag gewählt. Dort sendet das ZDF live aus dem Plenarsaal des Erfurter Landtags. Über alle drei Wahlen, die verschiedenen Parteien und KandidatInnen sowie deren Programme wurde bzw. wird breit in den ZDF-Informationsangeboten berichtet werden. An den Wahltagen selbst moderierte bzw. moderiert die stellvertretende Chefredakteurin Bettina Schausten die Live-Sendungen, an ihrer Seite ZDF-Politikchef Matthias Fornoff und die jeweiligen LandesstudioleiterInnen. Aktuelle Zahlen und Analysen liefert die Forschungsgruppe Wahlen. An den Wahlabenden waren bzw. sind alle Informationen und Prognosen jederzeit abrufbar auf heute.de. Auch auf den Social Media-Kanälen des ZDF werden die Stimmen der Wahlgewinner und -verlierer gesammelt und publiziert. Die gesamten Wahlabende sind zudem live in der ZDFmediathek zu verfolgen.

2.3.2 Programmdirektion

Drei Dokumentationen mit politischer und gesellschaftlicher Relevanz wurden – neben anderen Beiträgen – im Sommer auf dem „ZDF-History“-Sendeplatz am Sonntagabend ausgestrahlt. „Schmachfrieden“, „Versailler Diktat“ oder „Schandfrieden“: Kaum ein anderer internationaler Vertrag hat mehr negative Beinamen als der von Versailles. Zur Niederlage im Krieg kommt 1919 noch die Revanche der Sieger, so empfinden es viele Menschen damals. Schnell machen sich Radikale im Land die allgemeine Empörung zunutze. Ob der Vertrag für die junge Republik wirklich so hart war, wie ihn viele Zeitgenossen empfanden, und über vielversprechende Anläufe, die Folgen abzuschwächen, diskutierten HistorikerInnen

100 Jahre danach in der Dokumentation **„Versailles – Schmach oder Chance?“** (16.06.19, 0,84 Mio; 8,5 % MA).

Als „Zigeuner" beschimpft, verfolgt, von den Nazis ermordet und ausgegrenzt bis heute: **„Sinti und Roma. Eine deutsche Geschichte“** (28.07.19, 0,80 Mio., 8,1 % MA) blickte anhand bewegender Schicksale auf die Geschichte der Sinti und Roma in Deutschland. Vor 75 Jahren leisteten sie in Auschwitz Widerstand gegen ihre drohende Vernichtung. . In der Nacht zum 03.08.1944 wurden Sinti und Roma in den Gaskammern ermordet. In der Dokumentation erzählte zum Beispiel Dotschy Reinhardt als junge Vertreterin einer großen Musikerdynastie vom Schicksal ihrer Familie, Rita Vowe-Trollmann erinnerte an ihren Vater, den Boxer „Rukeli", dem die Nazis den Meistertitel aberkannten wegen „undeutschen“ Boxens. Romani Rose berichtete von seinem Vater Oskar, der vergeblich beim Münchner Kardinal Faulhaber um Hilfe für sein Volk bat. Die Dokumentation zeigte aber auch, wie Sinti und Roma nach dem Krieg für Entschädigung und Anerkennung kämpften, und wie verbreitet Antiziganismus auch heute noch ist.

Der Kölner Kabarettist und Autor Marius Jung, wegen seiner dunklen Hautfarbe selbst mit Rassismus konfrontiert, ging für die Dokumentation **„Rassismus – die Geschichte eines Wahns“ (**25.08.19, 0,60 Mio, 6,1 % MA) auf die Suche, woher das Bewerten von Menschen nach Haut und Haar kommt. Seit seiner Kindheit kennt der 54-jährige Sohn eines schwarzen US-Soldaten zur Genüge die Frage, woher er „eigentlich“ komme. In seinem Bühnenprogramm greift Jung auf satirische Weise den alltäglichen Rassismus auf, spricht an Schulen oder in Bildungsstätten über Respekt. Für „ZDF-History“ fragte er Natur- und Sozialwissenschaftler sowie Historiker, wie das Denken in Rassenkategorien entstanden ist, und widmete sich der Frage, wie sehr rassistisches Denken – gewollt oder unbewusst – unser heutiges Dasein noch immer begleitet.

Zwei Menschen erlebten einen Monat lang kuriose und außergewöhnliche Situationen in ihrem Alltag. Kein Zufall, denn ohne es zu ahnen, waren sie Kandidaten in der neuen Primetime-Show „Sorry für alles“ (07./14.09.19, 1,72 Mio., 6,3 % MA). Unerwartet fanden sie sich in einem Fernsehstudio wieder, wo sie anhand ihrer Erinnerungen, ihres Wissens und ihrer Intuition Wunschpreise erspielen konnten.

Die Sendereihe ‚37°‘ am Dienstag um 22:15 Uhr ist seit 25 Jahren fester Bestandteil des ZDF-Programms und wird von den beiden Redaktionen Kirche und Leben sowie der Redaktion „Terra X“ gemeinsam bestückt. Sie gehört zu den bekanntesten Reportagesendungen im deutschen Fernsehen. Seit 1994 wurden ca. 1.000 Sendungen ausgestrahlt. Nach wie vor werden Geschichten von Menschen und ihren besonderen Lebenswelten und Seelenzuständen erzählt, von Schicksalsschlägen und Glücksmomenten. Die Themen stammen mitten aus der Gesellschaft oder von ihrem Rand, berichten von Arm und Reich, Jung und Alt, sind mal Momentaufnahmen, mal Langzeitbeobachtungen. Die Zuschauerzahlen sind konstant: 2018 verfolgten durchschnittlich 2,22 Mio. Zuschauer die Reportagen, das entspricht einem Marktanteil von 10,0 % (2019 bis Juni Ø 2,34 Mio., 10,4 % MA). Im Vergleich zum ZDF-Programm erreicht ‚37°‘ ein junges Publikum. In der ZDFmediathek erreichen die Abrufvideos 2018 5,45 Mio. Sichtungen und im 1. Halbjahr 2019 2,91 Mio. Sichtungen. Im ersten Halbjahr 2019 erzielt die Facebook-Seite rund 60.000 Videoaufrufe

pro Tag, ca. 140.000 Menschen folgen dem Format hier. Bei Instagram ist ‚37°' seit April 2018 vertreten. Dadurch und mit dem in Kürze geplanten YouTube-Kanal für ‚37°' sollen vorwiegend junge Zuschauer an die renommierte Marke gebunden werden.

Zwei Opernevents unter freiem Himmel zeigte das ZDF im Juli 2019. Anna Netrebko feierte ihr Debüt in der Arena di Verona, einer der spektakulärsten Open-Air-Spielstätten weltweit, mit Verdis „Il Trovatore" (14.07.19, 0,99 Mio., 5,3 % MA). Die Sopranistin stand zusammen mit ihrem Ehemann auf der Bühne, dem Tenor Yusif Eyvazov, in einer Inszenierung des im Juni verstorbenen italienischen Regisseurs Franco Zeffirelli. Das ZDF zeigte die Höhepunkte der Aufführung. Auf 3sat war anlässlich des 35. Senderjubiläums die gesamte Oper im Rahmen eines Thementages „Klassikstars" zu sehen.

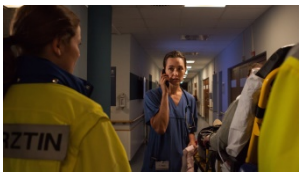
Auf der Seebühne Bregenz stand in dieser Saison eine Neuproduktion der Oper „Rigoletto" (21.07.19, 1,03 Mio., 6,1 % MA) von Giuseppe Verdi unter der Regie von Philipp Stölzl auf dem Programm. Im Zentrum der Bühne ein gewaltiger, von Maschinen bewegter Kopf und als besonderer Effekt Sänger, die im Heißluftballon auf die Bühne schweben.

Die TV-Sendungen wurden durch ein Online-Angebot auf ZDFkultur – zwei Videos der Reihe „Oper für Ungeduldige" – und durch Social Media-Aktivitäten ergänzt.

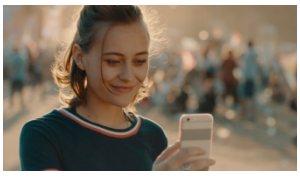
„Shooting Stars"

In der Sommerreihe „Shooting Stars – Junges Kino im Zweiten" zeigte ‚Das kleine Fernsehspiel' wieder eine Auswahl deutscher Kinokoproduktionen junger Talente. Fünf Filme verschiedener Genres boten ein breites Spektrum des Erzählens.

„Lucky Loser" (08.07.19, 20:15 Uhr, 3,78 Mio., 13,3 % MA) ist eine sommerliche Komödie um einen sympathischen Loser, seine Teenager-Tochter, deren schwarzen Freund und seine plötzlich auftauchende Ex-Frau. In den Hauptrollen von Nico Sommers Film spielen Anette Frier, Peter Trabner, Emma Bading und Elvis Clausen.



In **„Das Menschenmögliche"** (10.07.19, 23:20 Uhr, 0,60 Mio., 6,8 % MA) begeht eine angehende Kardiologin in der Notaufnahme unter dem Druck ihrer Arbeitsbedingungen einen Fehler. Eine Patientin stirbt. Als sie darüber nicht schweigen will, stellt sich ein ganzes System gegen sie. In Eva Wolfs Spielfilmdebüt spielen u. a. Alissa Jung, Lasse Myhr, Brigitte Urhausen und Torben Liebrecht.



In **„Smile"** (15.07.19, 23:55 Uhr, 0,33 Mio., 4,2 % MA) erlebt eine junge Frau ein Rave-Festival zunehmend als Horrortrip. Statt mit der Masse zwanghaft glücklich zu verschmelzen, muss sie ihren eigenen Weg hinausfinden. Mercedes Müller, Hanna Hilsdorf, Mehmet Sözer und Christoph Bach spielen in Steffen Köhns Festival-Odyssee.

Eine etablierte Ärztin in ihren Fünfzigern versucht sich in **„Die Anfängerin"** (17.07.19, 23:15 Uhr, 0,65 Mio., 6,7 % MA) von ihrer dominanten Mutter zu emanzipieren. Dabei helfen ihr ein kleines Mädchen und die Liebe zum Eiskunstlaufen. In Alexandra Sells Drama sind u. a. Ulrike Krumbiegel, Annekathrin Bürger, Maria Rogozina, Franziska Weisz und Stephan Grossmann zu sehen.

Für den an tödlicher Muskeldystopie leidenden jungen Mann in **„Draußen in meinem Kopf“** (24.07.19, 23:15 Uhr, 0,36 Mio., 3,9% MA) bedeutet Freiheit Erlösung von seinem Leiden, aber darum muss er kämpfen, denn er ist auf die Hilfe anderer angewiesen. Samuel Koch, Nils Hohenhövel, Eva Nürnberg und Lars Rudolph spielen in dem Film von Eibe Maleen Krebs, die mit Andreas Keck auch das Buch schrieb.

„Grüße aus …“

Im neuen Timetainment-Format „Grüße aus …“ gehen Thomas Heinze, Patricia Kelly und Pierre Littbarski auf eine emotionale Zeitreise. Gemeinsam mit ihren Familien verbringen sie ein Wochenende jeweils in dem Jahr, in dem sie selbst zwölf Jahre alt waren. Haus, Kleidung, Technik, Musik und Essen – alles erinnert an die Kindheit des Prominenten, die seine eigenen Kinder nun hautnah erleben können. „Grüße aus …“ ist eine neuartige Form der Vermittlung von Prominenten-Biographie und Zeitgeschichte, bei der auch der Zuschauer selbst in Erinnerungen schwelgen kann (11.07., 18.07., 25.07.19, Ø 1,44 Mio., 9,9 % MA).

Es ist nie zu spät, Träume wahr werden zu lassen und ein großes Abenteuer zu wagen: Unter dem Titel „Mit 80 Jahren um die Welt“ unternehmen sechs ältere Menschen die Reise ihres Lebens. Sie entdecken dabei nicht nur fremde Länder und besuchen exotische Plätze – Folge für Folge erfüllt sich für je einen von ihnen ein persönlicher Traum. Moderator Steven Gätjen begleitet die ungewöhnliche Reisegruppe auf ihrer Reise. Aufgrund der positiven Resonanz auf die erste Staffel 2018 laufen die neuen Folgen seit 13.08.19 jeweils dienstags ab 20:15 Uhr.

Ausblick:
„Mein Lied für dich“

Ob Dankeschön, Erinnerung, Liebesbeweis oder Überraschung – ein persönliches Lied von einem Menschen für einen anderen ist Emotion pur: Die neue Musik-Factual-Show „Mein Lied für dich“ erzählt große und kleine, aber immer emotionale Geschichten von Menschen, die für andere ein Lied gestalten und darbieten. Dabei werden sie teilweise von prominenten KünstlerInnen als Paten begleitet. Moderiert wird die neuentwickelte „Feelgood-Show“ von Judith Williams. Ausstrahlung jeweils mittwochs um 20:15 Uhr (16.10. und 23.10.19).

2.4 ZDF-Digitalkanäle

2.4.1 ZDFneo

In ihrer Talkshow „Laura Karasek – Zart am Limit“ (6 Folgen, ab 04.07.19, Ø 0,09 Mio, 0,8 % MA) begrüßte die Moderatorin pro Show drei Gäste aus unterschiedlichen Bereichen und brachte sie miteinander ins Gespräch. Von heiter bis tiefgründig, mit Selbstironie und authentisch konfrontiert sie ihre Gäste mit Themen aus der „Rushhour“ des Lebens – der Zeit zwischen Dreißig und Vierzig. Es geht um Themen wie Selbstoptimierung, Sex, Scham und Tabus im Social-Media-Zeitalter, Klischees und Schubladendenken, Scheitern und Neuanfänge.

„Unit 42“ ist die erste europäische Lizenzserie von ZDFneo, die ihre Free-TV-Premiere nicht nur im linearen Programm, sondern auch in der ZDFmediathek feiert. Der erfahrene Polizist Samuel Leroy übernimmt die Leitung von Brüssels Cybercrime-Einheit ‚Unit 42‘ (ab 12.07.19, Ø 0,24 Mio., 1,7 % MA). Das vierköpfige Team geht gegen gerissene und Cyber-Verbrechen vor.

Die von Hannes Jaenicke kommentierte Doku-Reihe „An Tagen wie diesen“ nimmt sich Erfindungen, Bräuche und historische Ereignisse vor, die ein Datum gemeinsam haben. In der Folge „Der 17. Juni“ (16.06.19, 0,31 Mio, 2,3 % MA) geht es um den Volksaufstand in der DDR 1953. Das Datum steht aber auch für Ereignisse zu Beginn der Französischen Revolution 1789 und für die Unabhängigkeit Islands von Dänemark, die 1944 vollzogen wurde. Immer sind in der Reihe auch kuriose Geschehnisse dabei, die sich ebenfalls an diesem Datum ereigneten, darunter die erste Ziehung der Lottozahlen und die Ankunft der Freiheitsstatue in New York City.

Entwicklungsfeld

Nach der Comedyshow „Shapira Shapira“, dem Social Factual „No More Boys and Girls“ mit Collien Ulmen-Fernandes und der Talkshow „Laura Karasek – Zart am Limit“ arbeitet ZDFneo weiter an der Entwicklung von Programmen, Gastgebern und Moderationstalenten, die junge Nutzer und Zuschauer ansprechen. Dabei experimentiert der Digitalkanal im Herbst 2019 auch mit wiederkehrenden prominenten Köpfen, die ihre jeweiligen Themen authentisch verkörpern und nah an der Lebensrealität der ZDFneo-Kernzielgruppe, den 30- bis 39-Jährigen, sind.

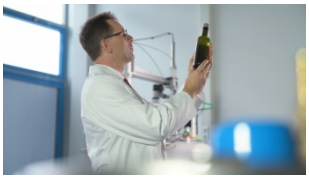
Ausblick

Im Factual-Bereich entstehen aktuell zwei neue Formate für das Tagesprogramm, die ab Herbst 2019 in großer Stückzahl Programmstrecken von ZDFneo verjüngen und das Unterhaltungsangebot in der ZDFmediathek vergrößern sollen. Darunter ist mit „Dinner Date“ eine Adaption eines britischen Originalformats und ein weiteres Factual-Programm für den Herbst 2019 sowie Neuentwicklungen für das Programmjahr 2020, die vom Themenfeld Beziehung über Handwerken bis hin zu True-Crime reichen.

2.4.2 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum setzte sich ZDFinfo intensiv mit rechtspopulistischen bis rechtsextremen Strömungen in der Gesellschaft auseinander. Einen besonderen Akzent boten vier Erstausstrahlungen am 25.07.19: Die Auftragsproduktion „Die innere Unsicherheit – Wenn Bürger Streife gehen“ (0,17 Mio., 0,7 % MA) beleuchtete das Phänomen der selbsternannten Bürgerwehren. Die Eigenproduktion „Sachsen zwischen Mauerfall und Rechtspopulismus“ (0,21 Mio., 0,8 % MA) aus dem Landesstudio Dresden hinterfragte die Gründe für den Frust, der viele Sachsen 30 Jahre nach dem Mauerfall ergriffen hat. Die Aktivitäten in und im Umfeld der „Alternative für Deutschland“ wurden in der Auftragsproduktion „Störfall AfD – Das Netz der Rechten“ (0,25 Mio., 1,1 % MA) analysiert. In der Dokumentation „Völkische Siedler – Schattenwelten auf dem Land“ (0,26 Mio., 1,3 % MA) ging es um Menschen, die ihre germanisch-völkischen Ideale ausleben. Als Biolandwirte erscheinen sie oft harmlos, doch die Grenzen zum Rechtsextremismus können fließend sein.

Die Sommermonate markierte ZDFinfo mit Erstausstrahlungen aus einem weiten Themenspektrum. Mit Blick auf die Verbraucher beleuchtete die Auftragsproduktion „Fake Food – Die Tricks der Lebensmittelfälscher“ (Ø 0,19 Mio., 1,4 % MA) die lückenhafte Überwachung von Lebensmitteln in Deutschland. Als WISO-Dokumentation lief der Beitrag auch im ZDF-Hauptprogramm (22.07.19, 2,06 Mio., 9,4 % MA).



Doku-Reihe „Die 90er“

Die dreiteilige Auftragsproduktion „Die 90er“ ging auf ein Jahrzehnt ein, das geprägt war von einer Neuordnung der Welt nach dem Ende des Kalten Krieges und dem Zerfall der Sowjetunion. Aber auch das Nostalgie-Gefühl der Zuschauer wurde deutlich angesprochen, besonders in „Die 90er: 1997-1999 – Bimbeskanzler und Arschgeweih“ (Ø 0,17 Mio., 1,1 % MA). Diese Reise in die Vergangenheit wurde auch in komprimierter Form im Hauptprogramm ausgestrahlt (23.07.19, 1,47 Mio., 6,0 % MA).

Entwicklungsfeld

Der Medienkonsum über Plattformen wie YouTube nimmt beim jüngeren Publikum eine immer zentralere Rolle ein. Neben der Bespielung der ZDFmediathek möchte ZDFinfo seine Präsenz im Netz intensivieren und sein Angebot auf Drittplattformen breiter auffindbar gestalten. Die Erfahrungen aus der Social-Media-Strategie von ZDFinfo fließen in die Umsetzung von Formaten ein, die gezielt in Synergie mit allen Ausspielwegen hergestellt werden.

Ausblick

Vor 30 Jahren fiel die Berliner Mauer. Anlässlich dieses historischen Ereignisses wird ZDFinfo Akzente mit exklusiven Erstausstrahlungen setzen. Die Auftragsproduktionen thematisieren sowohl den geheimen Bauplan der Mauer in „Deutschland ‘61 – Countdown zum Mauerbau“, als auch ihren plötzlichen Fall in „Deutschland ‘89 – Countdown zum Mauerfall“.

2.5 Partnerprogramme

2.5.1 ARTE

Traditionell bietet ARTE in den Sommermonaten einen popkulturell geprägten Schwerpunkt an und zeigte im diesjährigen „Summer of Freedom“ zahlreiche Programme an den Wochenenden. Das ZDF brachte dazu zahlreiche Dokumentationen und Spielfilme ein, darunter zwei Fiction-Highlights, die emblematisch für den Begriff „Freiheit“ stehen: „Easy Rider“ (28.07.19, D: 0,33 Mio., 1,8 % MA; F: 0,23 Mio., 2,7 % MA) und „The Last Movie“ (28.07.19, D: 0,05 Mio., 0,7 % MA; F: 0,06 Mio., 2,1 % MA). Neben der Dokumentation „Sound of Freedom“ über 200 Jahre Musik der Freiheit, der Hoffnung und des Protests von der Marseillaise bis heute (2 Teile, 07.07.19, D: 0,23 Mio. bzw. 0,15 Mio., 1,0 % bzw. 1,1 % MA; F: 0,25 Mio. bzw. 0,12 Mio., 2,0 % bzw. 1,8 % MA sowie 134.000 Abrufe in der ARTE-Mediathek) zeigte ARTE aus diesem Anlass Erstausstrahlungen zu Musik-Ikonen wie Eric Burdon, David Crosby oder M.I.A. Die Dokumentation „John und Yoko“ (05.07.19, D: 0,36 Mio., 1,7 % MA; F: 0,33 Mio., 2,5 % MA sowie 227.000 Abrufe in der ARTE-Mediathek) erzählte die Geschichte hinter John Lennons Albums „Imagine“.

Für den nachfolgenden Schwerpunkt „Lust auf Liebe?“ Ende August steuerte das ZDF einen Großteil der Programme bei, u. a. „Re: Falsche Liebe: Online-Betrügern auf der Spur“, „Re: Liebe halal: Muslimische Partnersuche in England“ und „Wunder Liebe: Die Erforschung eines Gefühls“. Die Wissenschaftsdokumentation erforschte, was die Liebe mit uns macht und was passiert, wenn wir lieben. In der sechsteiligen Reihe „Love Rituals“ spürt Charlotte Roche kulturspezifischen Liebesritualen in verschiedenen Ländern und Regionen nach.

Einen einzigartigen Blick auf den Gazastreifen bot die Dokumentation „GAZA – Leben an der Grenze“ (26.06.19, D: 0,10 Mio., 0,8 % MA; F: 0,09 Mio., 1,8 % MA), die nicht politisch

erklärend, sondern aus dem Inneren des Gebietes und aus der Sicht der Bewohner von dem komplexen Konflikt mit Israel berichtet. „GAZA“ ist eine von zwölf ZDF/ARTE-Produktionen, die beim Filmfest München 2019 nominiert war.

Zum 200. Geburtstag von Jacques Offenbach übertrug ARTE von den Salzburger Festspielen live-zeitversetzt die populärste Operette des Komponisten: „Orpheus in der Unterwelt“ (17.08.19, D: 0,30 Mio., 1,2 % MA; F: 0,13 Mio., 1,7 % MA) in der Regie von Barrie Kosky. Die Kombination von aufwändigen Kostümen, eigenwilligem Bühnenbild und künstlerischer Besetzung war ein Höhepunkt der diesjährigen Festspiele.

Ausblick

ARTE widmet im Herbst dem Thema Propaganda einen Schwerpunkt. Den Auftakt bildet die ZDF/ARTE-Wissenschaftsdokumentation „Die Wahrheit über die Lüge“ am 07.09.19. Der vielfach preisgekrönte Dokumentarfilmer Larry Weinstein unternimmt in „Propaganda – Wie man Lügen verkauft“ (10.09.19) eine Reise in die Kunst des Täuschens zum Zweck der Meinungslenkung. Nach seinen Erkenntnissen sind Propaganda und Manipulation keine Erfindungen der Neuzeit, sie lassen sich schon in den ersten Höhlenmalereien nachweisen.

Die zusammen mit dem ZDF-Hauptprogramm koproduzierte Serie „Die Neue Zeit“ von Lars Kraume feiert am 05.09.19 ihre TV-Premiere auf ARTE. Der Sechsteiler mit Eva-Maria Mühe und August Diehl erzählt die Geschichte der Gründungsjahre des Bauhauses.

Mit „BlackRock – die unheimliche Macht eines Finanzkonzerns“ (17.09.19) blickt eine Dokumentation erstmals hinter die Kulissen des mächtigsten Vermögensverwalters der Welt. Am 28.10.19 und 04.11.19 ist auf ARTE die TV-Premiere der rekonstruierten siebenstündigen Fassung des Stummfilmklassikers „La Roue“ zu sehen. Die originale Filmmusik wurde im Auftrag von ZDF/ARTE neu angelegt und wird in Berlin und Lyon live aufgeführt.

2.5.2 3sat

Drei Dokumentationen aus drei Ländern zum gleichen Thema zeigte 3sat mit „Heimat!“ (21.08.19, ab 20:15 Uhr; 0,39 Mio, 1,5 % MA). Das Wort Heimat lässt sich nur schwer in andere Sprachen übersetzen, weil es viel mehr bedeutet als nur den Ort, an dem man zur Welt kam.

Länderübergreifender Schwerpunkt „Heimat“

Wladimir Kaminer ist auf der Suche nach dem „Heimatgefühl“ durch alle 3sat-Länder gereist. Er verglich dabei den Stellenwert von Sprache, Tradition und Geschichte zwischen, Ländern, Städten und Individuen – und auch die Rolle von Zuwanderung und Globalisierung.

„Deutsche Debatten“

2019 ist ein Jahr wichtiger Jubiläen in Deutschland, es werden 70 Jahre Grundgesetz und 30 Jahre Mauerfall gefeiert. 3sat würdigt diese bedeutenden Ereignisse mit vielfältigen Programm-befassungen, beginnend mit einer Dokumentationsreihe unter dem Titel „Deutsche Debatten“. Die Reihe startete mit der zweiteiligen Dokumentation „Mythos Suhrkamp. Die Republik – ihre Diskurse – ihr Verlag“ (31.08.19 und 07.09.19), die sich mit den Schriftstellern um den Verleger Siegfried Unseld und ihren intellektuellen Auseinandersetzungen um Werte und Positionen der Republik

befasst: die Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus, die Wiederbewaffnung, um “68”, den Deutschen Herbst, die Wiedervereinigung oder um Antisemitismus. Der Autor Siegfried Ressel hat Zeitzeugen getroffen, darunter Martin Walser und Hans Magnus Enzensberger. Die weiteren Teile der Reihe „Die empörte Republik“, „Auferstanden aus Platinen“ und „Generationenwende“ werden jeweils an den folgenden Samstagen um 19:20 Uhr ausgestrahlt.

Woodstock – das steht für Musik, die Hippiebewegung und Revolution. Genau 50 Jahre später erinnerte 3sat mit der Dokumentation „50 Jahre Woodstock“ (17.08.19, 0,08 Mio, 0,4 % MA) an das legendäre Festival: drei junge Bands und SolokünstlerInnen aus den 3sat-Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz blicken auf ihre musikalischen Vorbilder und erarbeiten für 3sat ihre eigene Version eines der großen Woodstock-Songs von 1969 - von Arlo Guthrie bis Crosby, Stills and Nash, von Janis Joplin bis Jefferson Airplane. Die MusikerInnen sprechen darüber, was sie mit dem Song und KünstlerIn verbinden und wie das Woodstock-Gefühl noch heute nachwirkt. Gespräche mit Zeitzeugen, Archivmaterial und Filmausschnitte vom ursprünglichen Woodstock-Festival ergänzen die Dokumentation.

Entwicklungsfeld

3sat will auf dem Current Affairs-Sendeplatz am Mittwoch ab 20:15 Uhr künftig stärker auf diskursstarke, aktuelle Themen reagieren. Am 20.11.19 beleuchtet ein Abend zum Thema „Sicherheit in Europa“ die Ursachen für ein weit verbreitetes Angstgefühl gegenüber Terror und Überfremdung, obwohl die Menschen hier so sicher leben, wie seit Jahrzehnten nicht. Mit einer Mischung aus Moderation, Dokumentation und Gespräch werden Ursachen und Strukturen analysiert, Konsequenzen erörtert, Tatsachen offengelegt und Vorurteile widerlegt.

Ausblick

Am 21.09.19 zeigt „zdf@bauhaus“ ein Open-Air-Konzert der Rockband Wanda und des Singer-Songwriters Nico Santos, erstmals aus der neuen Spielstätte des Formats in Weimar. Damit geht die Musiksendung im 100. Jubiläum des Bauhauses zu den Ursprüngen der Kunstschule zurück, die 1919 in Weimar entstand.

3sat startet im Herbst einen YouTube-Kanal mit Gert Scobel, auf dem philosophisches Alltagswissen einem jungen Publikum präsentiert wird. Bestandteile der Webvideos von ca. 3-12 Minuten Länge sind Moderationen von Gert Scobel, kurze Einspielfilme aus der gleichnamigen Diskussionsrunde und Grafikelemente. Der thematische Zugang ist interdisziplinär und reicht von Naturwissenschaft über Psychologie und Soziologie bis hin zur geisteswissenschaftlichen Annäherung. Ethische Grundfragen unserer Gesellschaft (z. B. „Wie treffen wir Entscheidungen?“) werden ebenso geklärt wie Auswirkungen (natur)wissenschaftlicher Erkenntnisse auf unser Leben. Start des YouTube-Kanals ist für Oktober zur Frankfurter Buchmesse geplant.

2.5.3 phoenix

In einem Umfeld starker öffentlich-rechtlicher wie privater Konkurrenz erzielte phoenix im Berichtszeitraum mit der knapp vierstündigen Übertragung aus dem Europäischen Parlament zur Wahl von Ursula von der Leyen zur künftigen Präsidentin der EU-Kommission einen überdurchschnittlichen Marktanteil (16.07.19, 0,20°Mio., 3,2°%°MA). Der Livestream wurde an diesem Tag

207.697 mal aufgerufen. Ebenfalls gut eingeschaltet war die Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Angela Merkel am 19.07.19 (0,13°Mio., 2,4°%°MA). Die Wahl von Boris Johnson zum Vorsitzenden der britischen Tories (23.07.19, 0,15°Mio., 1,8°%°MA), der Wechsel im Amt des britischen Premierministers nach dem Rückzug von Theresa May und die damit verbundene veränderte Weichenstellung für einen Brexit wurde von den Zuschauern mit Interesse angenommen (25.07.19, 0,14°Mio., 1,5°%°MA).

Bei „Unter den Linden“ analysierten der außenpolitische Sprecher der Unionsfraktion im Bundestag und der Nahost-Experte Michael Lüders am 17.06.19 die möglichen Folgen der Zwischenfälle in der Meerenge zwischen dem Persischen Golf und dem Golf von Oman („Pulverfass Nahost – Eskaliert der Iran-Konflikt?, 0,17°Mio., 0,8°%°MA). Überdurchschnittlich war auch das Interesse an der Debatte über den Stellenwert des Grundgesetzes im wiedereinigten Deutschland 70 Jahre nach seinem Inkrafttreten in „forum demokratie – Wegscheiden der Demokratie: 1949 – Glücksfall Grundgesetz” (16.06.19; 0,15°Mio., 1,3°%°MA). Unter der an drei Tagen der Woche ausgestrahlten „phoenix-runde“ sind die Folgen „Das SPD-Desaster – Ist der Sinkflug noch zu stoppen?“ (25.06.19; 0,22°Mio., 1,1°%°MA) und „Entscheidung in Straßburg – Wofür steht Ursula von der Leyen?“ (16.07.19; 0,26°Mio., 1,2°%°MA) herauszuheben. Bei „phoenix persönlich“ empfing Michael Krons den Juso-Vorsitzenden Kevin Kühnert, der für eine tiefgreifende Analyse über den Niedergang der SPD anstatt schneller Personalwechsel warb (21.07.19, 0,10°Mio., 0,9°%°MA). Friedrich Merz, scheidender Vorsitzender der Atlantik-Brücke, sprach über die grundlegenden Veränderungen des transatlantischen Verhältnisses in der Präsidentschaft von Donald Trump (30.06.19, 0,18°Mio., 1,6°%°MA). Zum zweiten Mal diskutierten Bürger mit Experten leidenschaftlich bei den Gastgebern Christina von Ungern-Sternberg und Alfred Schier im neuen phoenix-Eigenformat „wir müssen reden! Der phoenix Bürgerabend“. Diesmal stand der Klimaschutz im Mittelpunkt, der Titel lautete „Kein Fleisch, keine Flüge, kein Auto mehr – Wie retten wir das Klima?“ (02.07.19; 0,13°Mio., 0,6°%°MA).

Die phoenix-Dokumentationen punktete an Fronleichnam mit dem Thementag „Auf Schienen durch die Welt“ (0,19°Mio., 1,4°%°MA) und zeigte abenteuerliche, aber auch instruktive Zugreisen mit bildstarken Mehrteilern, z. B. mit dem Historiker Dan Snow über die Geschichte der britischen Eisenbahn oder den öffentlichen Verkehr zu DDR-Zeiten. Der Thementag bescherte dem Sender einen überdurchschnittlichen Tagesmarktanteil (20.06.19, 0,15°Mio., 1,4°%°MA). Dem 75. Gedenktag des gescheiterten Attentats auf Hitler widmete phoenix am 19. und 20.07.19 zwei Themenabende. Highlights waren das Dokudrama „Die Stunde der Offiziere“ unter der Regie von Grimme-Preisträger Hans-Erich Viet (20.07.19, 0,23°Mio., 1,0°%°MA) und eine neue Dokumentation über die Kinder und Enkel der Attentäter mit dem Titel „Hitlers Zorn – Die Kinder von Bad Sachsa“ (20.07.19, 0,17°Mio., 0,08°%°MA). Für eine vertiefende historische Einordnung folgte „Der Bendlerblock“ aus der Reihe „Geheimnisvolle Orte“ auf die Live-Übertragung des jährlichen Rekrutengelöbnisses an der Gedenkstätte in der Berliner Stauffenbergstraße (20.07.19, 0,17°Mio., 2,1°%°MA).

Auch in diesem Jahr stellte phoenix anlässlich der Spielemesse Gamescom wieder eine #gamesnacht zusammen. Die Nacht vom 24. auf den 25.08.19 stand im Zeichen von Computerspielen und ihrer Rolle für die moderne demokratische Kommunikation

(0,03°Mio., 0,7°%°MA). Für den Herbst liegt ein besonderer Fokus auf den Landtagswahlen in Ostdeutschland. Thomas Bärsch aus dem Landesstudio Sachsen begab sich am 29.08.19 90 Minuten lang auf eine tiefgründige Suche nach den Ursachen der Wahlerfolge der AfD in Sachsen. Der Film entstand in Kooperation mit ZDFinfo.

2.5.4 KiKA

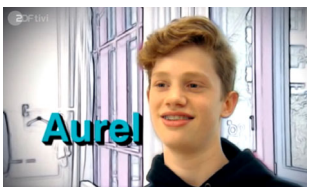
Siehe Fernsehratsvorlage FR 17/19.

2.5.5 funk

Wie man eine Steuererklärung macht oder wie Micro-Jobs funktionieren, erklärt der im Juni gestartete funk-Kanal „Pocket Money“. Er beschäftigt sich mit Finanz- und Wirtschaftsthemen aus einer jungen Perspektive. Die Finanz-YouTuberin Hazel legt dabei auch selbst Hand an, testet Jobs oder macht vor laufender Kamera ihre Steuererklärung, Schritt für Schritt zum Mitmachen. In den ersten Monaten ist der Kanal stark gewachsen und hat inzwischen über 50.000 Abonnenten und knapp 2,4 Mio. Abrufe (Stand 12.08.19) gesammelt.

Besondere Aufmerksamkeit erreichte im Berichtszeitraum ein Video des Reportage-Formates „follow me.reports“. Das Thema Alkoholismus („Betrunken in die Schule“ 1,1 Mio. Abrufe, Stand 12.08.19) hat auch zu intensiven Diskussionen in der Community geführt. Dabei wurde deutlich, dass ein solches Video auch bei vielen jungen Kommentatoren zu einem Nachdenken über den eigenen Umgang mit Alkoholkonsum führen kann.

Zwei funk-Projekte aus dem ZDF gingen außerdem im Berichtszeitraum in eine neue Runde. Die Serie „DRUCK“ startete im Juli in die vierte Staffel. Im Mittelpunkt steht die Figur Amira. Als gläubige Muslima lebt sie in zwei verschiedenen Welten. Doch die Grenzen verschwimmen, als ihre Brüder auf dem Abiball Amiras beste Freundinnen kennenlernen und sie selbst sich verliebt. Eine neue Staffel startete außerdem bei der „Wohngemeinschaft“. In der Weiterführung des ZDFtivi-Projektes führt das Wiedersehen mit den WG-Mitbewohnern aus der Kinderstaffel die inzwischen erwachsen gewordenen Protagonisten nach Mallorca. Neben Wiedersehensfreude und Nostalgie geht es dabei auch um gewandelte Ansichten zu den großen Fragen des Lebens: Liebe, Berufspläne, das erste Mal.



Neu gestartet ist im August die Instagram-Sitcom „Aurel“. Comedian Aurel Mertz zeigt darin die verwirrende Welt seiner Generation, den Alltag eines vernetzten jungen Menschen, in dem Scheitern auf der Tagesordnung steht.

2.6 Auszeichnungen/ Preise

Preis:	**Bayerischer Fernsehpreis 2019**
Sendung / Beitrag:	Aufbruch in die Freiheit
Kategorie:	Beste Darstellerin
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortliche Redakteurinnen:	Caroline von Senden, Solveig Cornelisen
Sendung / Beitrag:	Exodus? Eine Geschichte der Juden in Europa
Kategorie:	Kultur und Bildung
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteure:	Prof. Peter Arens, Stefan Brauburger, Georg Graffe, Anja Greulich
Sendung / Beitrag:	USA-Berichterstattung
Kategorie:	Information
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortlicher Redakteur:	Ulf Röller

Preis:	**Goldener Spatz 2019**
Sendung / Beitrag:	Digiclash: Der Generationen-Contest
Kategorie:	Unterhaltung
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurinnen:	Gordana Großmann, Dorothee Herrmann
Sendung / Beitrag:	Räuber Ratte
Kategorie:	Bester Kurzfilm
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Preis:	**CIVIS Medienpreis 2019**
Sendung / Beitrag:	Als Paul über das Meer kam
Kategorie:	Integration und kulturelle Vielfalt in Europa
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurinnen:	Diana Kraus, Milena Seyberth
Sendung / Beitrag:	Jäger & Sammler: Stadt. Land. Heimat
Zuständige Redaktion:	funk
Kategorie:	CIVIS Digital Webvideo
Verantwortliche Redakteurinnen:	Kyo Jung, Leonie Heling, Sabrina Scharpen

Preis:	**Shanghai TV Festival 2019**
Sendung / Beitrag:	Zogg
Kategorie:	Bester Animationsfilm
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteure:	Nicole Keeb

Preis:	**Robert Geisendörfer Preis 2019**
Sendung / Beitrag:	Ab 18! See You
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortliche Redakteure:	Katya Mader
Sendung / Beitrag:	Konzeption und Aufbau von funk
Kategorie:	Sonderpreis
Zuständige Redaktion:	funk
Verantwortliche Redakteure:	Florian Hager (Programmgeschäftsführer) und Sophie Burkhardt (Stv. Programmgeschäftsführerin)

Preis:	**Monte Carlo TV Festival 2019**
Sendung / Beitrag:	Dollar Heroes – Devisen für den Diktator
Kategorie:	Dokumentation/Aktualität
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Susanne Mertens

Preis:	**Filmfestival Cannes 2019**
Sendung / Beitrag:	It must be heaven
Kategorie:	lobende Erwähnung; FIPRESCI: bester Film
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Holger Stern

Dr. Thomas Bellut