

15. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 08. Dezember 2023

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von funk

- Das Content-Netzwerk funk bindet langfristig seine Zielgruppe. Im siebten Jahr des Bestehens bleibt die Bekanntheit bei den 14- bis 29-Jährigen konstant bei 86 %. 72 % der funk-Zielgruppe geben an, das Angebot auf Plattformen wie YouTube, TikTok, Instagram oder Spotify genutzt zu haben. Mindestens einmal pro Woche nutzen 34 % der 14- bis 29-Jährigen funk-Formate online.
- Die funk-Zielgruppe verändert sich kontinuierlich. Seit dem Start von funk 2016 sind fast 5 Mio. junge Menschen in sie hineingewachsen. Fast 6 Mio. haben sie im gleichen Zeitraum bereits wieder verlassen.
- Um langfristig bei der jüngsten Zielgruppe relevant zu bleiben, setzt funk stark auf Formatentwicklungen in diesem Bereich. Von den über 60 funk Formaten werden 18 vom ZDF verantwortet. Fünf Formate sind 2023 bisher neu gestartet. Alle wurden für den jüngsten Teil der funk Zielgruppe entwickelt. Derzeit befinden sich sechs weitere Formate in der Entwicklung.
- Um bereits etablierte Marken an weitere und teilweise jüngere Zielgruppen heranzuführen, werden weitere Plattformen wie TikTok oder der Podcast-Bereich erschlossen.
- Zudem überführt das Content-Netzwerk erfolgreiche, in der funk-Zielgruppe ältere Formate ins ZDF. 2023 fand „Game Two“ auf ZDFneo seine neue Heimat und „MrWissen2go Geschichte“ bei „Terra X“.
- Mit über 35 Mio. Views auf YouTube ist das Informationsformat „MrWissen2go“ das erfolgreichste Format aus der ZDF-Zulieferung und macht allein knapp 20 % aller ZDF-funk-Sichtungen auf YouTube aus. Auf Platz 1 bei den TikTok-Kanälen ist das Orientierungsformat „Brudi“, bei Instagram konnten der funk-Dachmarken-Account sowie „TRU DOKU“ die Nutzungszahlen stark steigern.