

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

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von ZDFneo

- Der Marktanteil von ZDFneo bei der Content Community 2 liegt im Vergleich zum Vorjahr unverändert bei 1,6 % (Zeiträume Januar bis September und auch Jahr 2022). Bei der Content Community 3 gab er um -0,1 PP auf 1,9 % nach. ZDFneo wird täglich von 5,78 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauern eingeschaltet, auch insgesamt bleibt der Marktanteil konstant (2,6 %).
- In der ZDFmediathek steigern die ZDFneo-Inhalte ihr durchschnittliches tägliches Sehvolumen um fast 27 %. Dies unterstützt die Bindung junger Zuschauergruppen an die non-linearen Auspielwege der Senderfamilie.
- Mit insgesamt 41 Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzerwerben gelang es ZDFneo, ein junges Fiction-Portfolio anzubieten. Prolongationen wie die Comedy-Serien „Deadlines“ und „Doppelhaushälfte“, als auch Drama-Produktionen wie „Der Schatten“ sorgten für ein abwechslungsreiches Angebot. Akzente mit ausgeprägter gesellschaftlicher Relevanz setzten Formate wie „Aufgestaut“ und „Ready.Daddy.Go“. Im Bereich der Lizenzerwerbe sorgte vor allem die internationale Thriller-Serie „Killing Eve“ für Aufmerksamkeit.
- In diesem Jahr zählten acht Show- und Factual-Formate zum Portfolio des Senders. Dazu gehörten u. a. die Weiterführung etablierter Sendungen wie „Mai Think X – Die Show“, „Glow Up“ oder „Game Two“. Die Talk-Show „Neo Ragazzi“ mit Sophie Passmann und Tommi Schmitt als Moderations-Duo ergänzte diese als Neuentwicklung. Mit „Browser Ballett“ konnte ein weiteres Format aus dem funk-Netzwerk übernommen werden. Zusätzlich wurden zwei Pilotierungen im Bereich Late Night Show angestoßen, um den kontinuierlichen Prozess der Köpfe-Entwicklung aufrecht zu erhalten.
- Die inhaltliche Umsetzung und Distribution für junge Zielgruppen zu schärfen, bleibt eine Herausforderung. Zukünftig sollen noch stärker Synergieeffekte genutzt werden, um den Sehbedürfnissen der Content Communities 2 und 3 zu begegnen. ZDFneo verfolgt weiter das Ziel, durch die Bindung junger Publika die Verjüngung der Senderfamilie voranzutreiben.