

7. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 10. Dezember 2021

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von ZDFneo

- In diesem Jahr sorgte ZDFneo mit insgesamt 28 fiktionalen Auftrags- bzw. Koproduktionen und Lizenzerwerben für Frische im Programm. Neuentwicklungen im Drama-Genre wie „Am Anschlag – Die Macht der Kränkung“ und „Schlafschafe“ setzten gesellschaftsrelevante Akzente. Mit Comedy-Serien wie „Deadlines“, „Start the F*ck up“ und der Fortsetzung von „Nix Festes“ wurde das Portfolio um humorvolle Farben ergänzt und ein Schwerpunkt im Bereich Sitcom eingeführt.
- Des Weiteren wurden acht non-fiktionale Programmentwicklungen auf den Weg gebracht. Darunter die Show-Formate „Studio Schmitt“, „MAITHINK X – Die Show“ und „Game Two“, sowie die Social Facts „Wie lange ist für immer?“ und „Rabenmütter oder Super Moms?“. Hinsichtlich der Verjüngungsbestrebungen konnten auch sie wichtige Akzente setzen.
- Im Zeitraum vom 01.01. bis 31.10.2021 liegt der Marktanteil von ZDFneo bei 2,8 % beim Gesamtpublikum und 1,9 % bei den 14- bis 49-Jährigen. ZDFneo wird täglich von durchschnittlich 6,58 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauern eingeschaltet.
- In der ZDFmediathek wurde der positive Trend der ZDFneo-Formate fortgesetzt. Die Abrufzahlen und das durchschnittliche tägliche Sehvolumen konnten im Vergleich zum Vorjahr abermals gesteigert werden.
- ZDFneo stellt sich weiter der Herausforderung, ein junges Publikum über alle Plattformen nachhaltig zu binden. Das bezieht sowohl die Steigerung der TV-Reichweiten in der Kernzielgruppe der 25- bis 49-Jährigen als auch die dauerhafte konkurrenzfähige Positionierung im Online-Bewegtbildmarkt ein.
- Die Zielgruppenorientierung von ZDFneo im Rahmen der ZDF-Portfolio-Strategie beinhaltet im kommenden Jahr weitere fiktionale Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzerwerbe, insbesondere in den Genres Drama und Comedy. Letzteres wird zu einer festen Säule im Programmschema ausgebaut.