Die Chancen des Wandels ergreifen
Gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern

ZDF-Selbstverpflichtungserklärung 2021 / 2022

Gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern

Das ZDF muss sich als nationaler öffentlich-rechtlicher Anbieter für künftige Generationen fortlaufend erneuern, um wieder eine stärkere Bindung zu den Menschen in Deutschland aufzubauen, die das ZDF nicht oder zu selten ereicht. Der vorgelegten Selbstverpflichtungserklärung 2021/2022 liegen zu diesem Zweck drei **übergeordnete Ziele** zugrunde, die Grundlage für die programmlichen Anstrengungen in den kommenden zwei Jahren sein werden:

Mehr digitale Kontaktpunkte -
denn das Konsumverhalten der Menschen ändert sich weiter

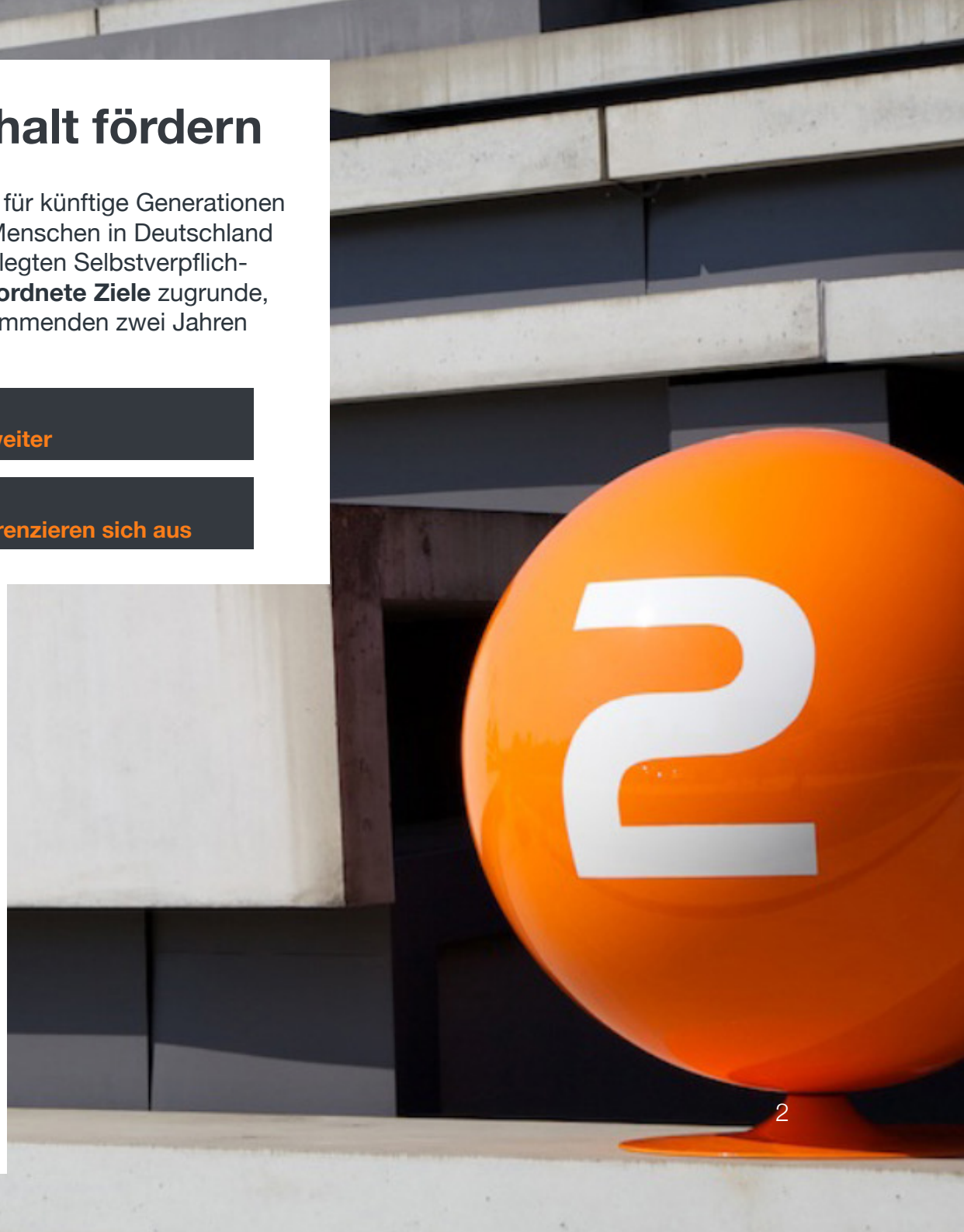
Mehr Inhalte für Jüngere -
denn die Nutzungsinteressen der Zuschauer*innen differenzieren sich aus

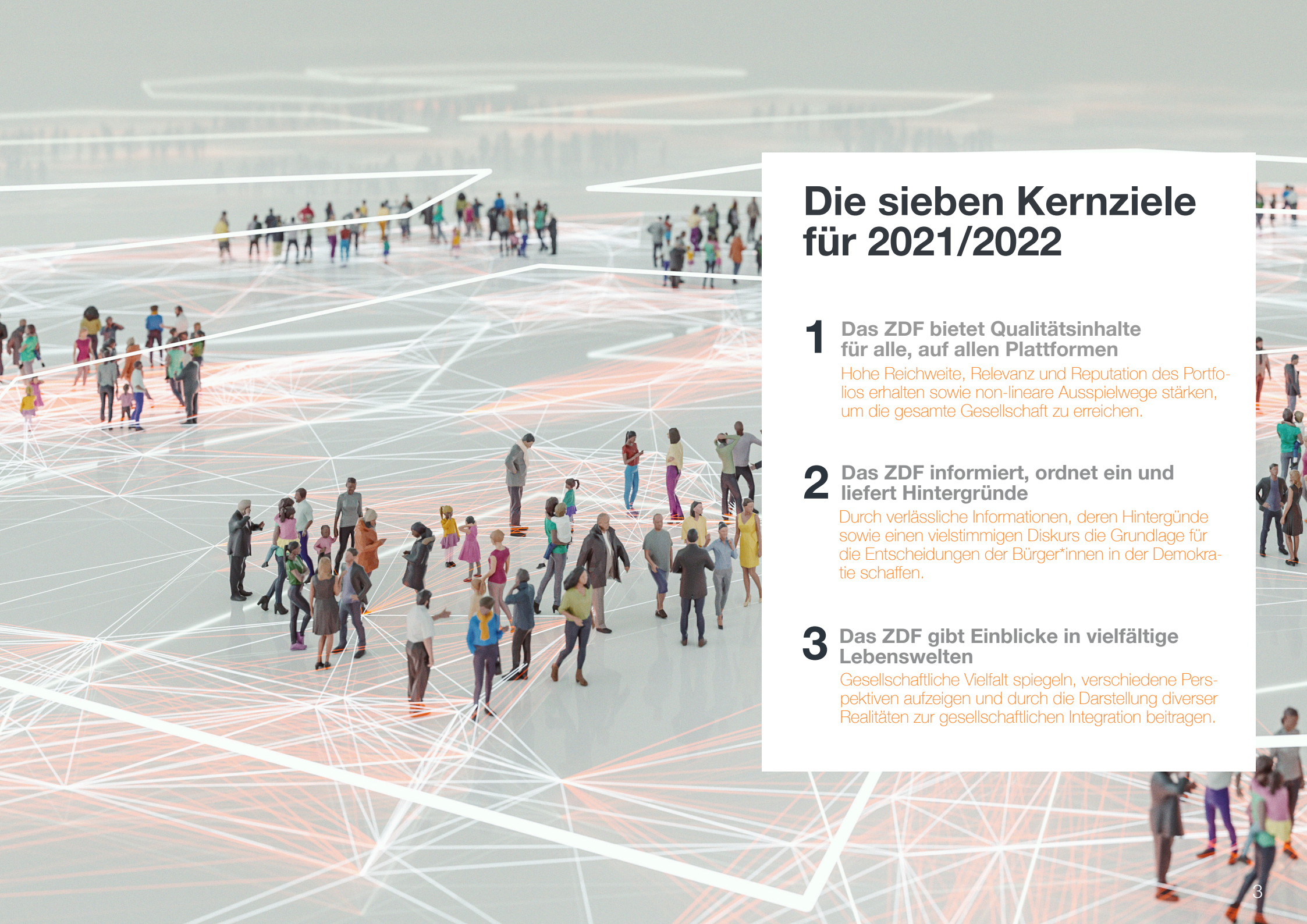
Mehr Vielfalt im Programm -
denn die Gesellschaft wird zunehmend diverser

Diese Metaziele werden in den nachfolgenden Kapiteln dieser Selbstverpflichtungserklärung jeweils in programmbezogene Maßnahmen übersetzt, deren Umsetzung anhand von Messgrößen überprüft werden kann.

Die Bewältigung der Corona-Pandemie und deren soziale und ökonomische Folgen ist ein übergreifender Schwerpunkt 2021/2022 und fließt in alle Bereiche der Programmarbeit des ZDF ein.

Diese Selbstverpflichtungserklärung ist unter der Maßgabe der von der KEF anerkannten Beitragsanpassung zum 01.01.2021 entstanden. Sofern eine Beitragsanpassung nicht erfolgt, sind die Zielsetzungen dieser Selbstverpflichtungserklärung im Zeitraum 2021/2022 unter Ressourcengesichtspunkten neu zu bewerten.





Die sieben Kernziele für 2021/2022

1 Das ZDF bietet Qualitätsinhalte für alle, auf allen Plattformen

Hohe Reichweite, Relevanz und Reputation des Portfolios erhalten sowie non-lineare Ausspielwege stärken, um die gesamte Gesellschaft zu erreichen.

2 Das ZDF informiert, ordnet ein und liefert Hintergründe

Durch verlässliche Informationen, deren Hintergünde sowie einen vielstimmigen Diskurs die Grundlage für die Entscheidungen der Bürger*innen in der Demokratie schaffen.

3 Das ZDF gibt Einblicke in vielfältige Lebenswelten

Gesellschaftliche Vielfalt spiegeln, verschiedene Perspektiven aufzeigen und durch die Darstellung diverser Realitäten zur gesellschaftlichen Integration beitragen.

4 Das ZDF zeigt gesellschaftliche Entwicklungen und deren Ursachen

Die relevanten Zukunftsthemen unserer Gesellschaft darstellen und durch verschiedene Blickwinkel zum besseren Verständnis beitragen.

5 Das ZDF entwickelt neue Zugänge zu Kultur- und Bildungsinhalten

Das Wissens- und Kulturportfolio um zielgruppenspezifische Angebote über neue Zugangswege erweitern.

6 Das ZDF bietet bereichernde Unterhaltung

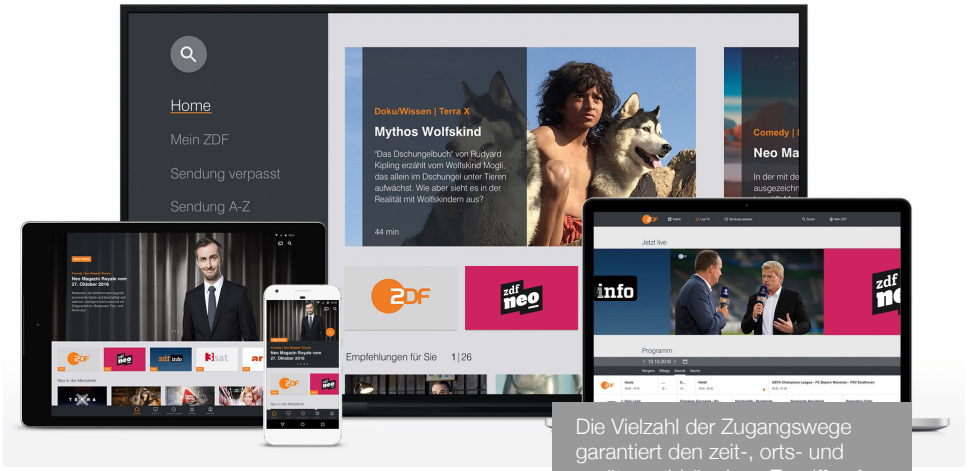
Das fiktionale und das unterhaltende Angebot vielfältiger, ausdifferenzierter und moderner gestalten.

7 Das ZDF bleibt verlässlicher Partner der deutschen Kreativwirtschaft

Die Branche bei der Bewältigung der Pandemie unterstützen, wie auch in ihrer ökonomischen, ökologischen, technischen und sozialen Weiterentwicklung.

1 Das ZDF bietet Qualitätsinhalte für alle, auf allen Plattformen

ZDF-Angebote müssen über Generationen hinweg genutzt werden, wichtig für die Menschen sein und einen positiven Einfluss auf unser Zusammenleben haben. Entscheidend sind dabei neben einer hohen Reichweite und Relevanz in unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen auch die Reputation des ZDF als vertrauenswürdige Marke.



Die Vielzahl der Zugangswege garantiert den zeit-, orts- und geräteunabhängigen Zugriff auf ZDF-Inhalte.

In der fragmentierten Medienwelt mit differenziertem Mediennutzungsverhalten muss das ZDF unterschiedliche Distributionswege nutzen, um die gesamte Gesellschaft zu erreichen. Das ZDF verstärkt 2021/2022 seine Bemühungen um gezielte Distribution der Inhalte für spezifische Zielgruppen.

>> Die Stärke des Portfolios nutzen

Die Wirkung von starken und relevanten Einzelformaten ergeben in der Summe ein ZDF-Hauptprogramm, dem es gelingen soll, auch 2021 und 2022 erfolgreich zu sein. Sowohl exzellente Informations- und Bildungsprogramme als auch hochwertige Fiktions- und Unterhaltungsprogramme tragen dazu bei. ZDFneo und ZDFinfo haben wiederum die Aufgabe, mit ihren jeweiligen Profilen jüngere Zuschauer*innen anzusprechen, die TV-Inhalte linear oder non-linear nutzen. ARTE baut sein Angebot europäischer Programme weiter aus und koordiniert die non-lineare Zusammenarbeit der Partner im Rahmen der „European Collection“. 3sat arbeitet an der weiteren Profilierung des Senders mit den Schwerpunkten Kultur und Wissenschaft. phoenix verstärkt seine Anstrengungen in der non-linearen Distribution der Ereignisberichterstattung. KiKA folgt den starken Nutzungsveränderungen der Kinder und bietet verschiedene Zugangswege zu öffentlich-rechtlichen Kinderinhalten an. Die ZDFmediathek soll wiederum einen möglichst nutzungsfreundlichen Zugang zu allen gewünschten Inhalten aus der ZDF-Senderfamilie bieten. Dazu richtet sie Bereiche ein, die Partnersender und funk eigenverantwortlich kuratieren.

>> Lineare Reichweite der Sender halten

Das ZDF ist seit 2012 der meistgesehene TV-Sender in Deutschland. Das zeigt, wie gefestigt die Marktposition des ZDF trotz des anhaltenden Trends zur Fragmentierung ist. Das Hauptprogramm bleibt damit auch 2021/2022 der wichtigste Weg, um eine sehr breite Zuschauerschaft anzusprechen. Zur Erreichung der gesamten Gesellschaft ist es darüber hinaus jedoch unerlässlich, eine Vielfalt möglicher Kontaktpunkte zu ZDF-Inhalten bereitzustellen und diese mittels plattformübergreifender Programmierung zu bespielen.

>> ZDFmediathek als Kern der Digitalstrategie

Die Stärkung der ZDFmediathek als non-linearer Hauptausspielweg ist dabei unerlässlich. Ziel ist es, den Nutzer*innen durch Personalisierung, neue Formen von Kommunikation und Distribution, passgenaue Angebote zu machen. Dafür wird das ZDF auch Design, Nutzer*innenführung (User Experience), Funktionsumfang sowie Angebotsumfang weiterentwickeln.

>> Alle Plattformen für öffentlich-rechtliche Inhalte nutzen

Außerdem kommt Drittplattformen wie YouTube und Instagram eine relevante Bedeutung zu. Die durch den Fernsehrat im Juni 2020 genehmigten Anpassungen des Telemedienkonzeptes sollen verstärkt genutzt werden. Denn alle Generationen, in höchstem Maße

Zahlen zur aktuellen Situation

220 Min.
72%

Die tägliche TV-Nutzung in Deutschland stieg 2020 um 9 Min., die Tagesreichweite auf 72%.

55 Min.
130 Min.

55 Min. tägliche Online-Videonutzung bei ab 14-Jährigen, 130 Min. bei 14-29-Jährigen.

88%

Das ZDF erreicht monatlich 88% der Menschen in Deutschland, einige jedoch deutlich zu selten.

jüngere Altersgruppen, nutzen Bewegtbildinhalte non-linear. Programme müssen gezielt für diese Nutzergruppen und ihre Nutzungsgewohnheiten auf den entsprechenden Ausspielwegen bereitgestellt werden. Social Media-Plattformen werden vor allem genutzt, um Nutzer*innen zu erreichen, die ansonsten nicht mit öffentlich-rechtlichen Inhalten in Berührung kommen würden. Ziel ist es, dass alle Nutzer*innen durch die jeweils präferierte Anspracheform und Plattform Zugang zu ZDF-Angeboten finden.

>> Neue Zielgruppen festlegen

Das ZDF intensiviert derzeit seine strategischen Überlegungen, um Zuschauergruppen anzusprechen, die das ZDF und seine Programmangebote derzeit nicht (mehr) nutzen, insbesondere Jüngere sowie Menschen mit geringerer formaler Bildung. Für solche Programminnovationen braucht das ZDF eine neue Systematik zur gezielten Unterstützung von Programmentwicklung, -distribution und -evaluierung. Eine solche genre- und ausspielwegübergreifende Zielgruppensystematik soll 2021 erarbeitet werden.

>> Innovationen gegen Portfoliolücken, Programmmix weiterentwickeln

Ziel ist es, mittels der neuen, an Zielgruppen orientierten, Vorgehensweise, besser priorisieren zu können, an welchen Stellen Portfolioerweiterungen oder -veränderungen vorzunehmen sind. Auf Grundlage der Portfolioanalyse sollen Programminnovationen je nach Ausspielweg konzipiert werden.

>> Barrierefreies Programm als Selbstverständlichkeit

Das ZDF baut die Barrierefreiheit seiner non-linearen und linearen Angebote mit dem Ziel aus, eine uneingeschränkte Teilhabe für alle Menschen zu ermöglichen. Dies wird von vielen Menschen inzwischen als Selbstverständlichkeit erachtet. Sie sollten nicht nur leicht auffindbar und zugänglich sein, sondern auch der technologischen Entwicklung Rechnung tragen. Der Einsatz von künstlicher Intelligenz bzw. Sprachassistenz-Systemen bei der Herstellung und Verbreitung soll verstärkt werden. Das Angebot an Untertiteln (derzeit 89,4 %), Audiodeskription (derzeit 19,6 %) und Gebärdensprache (derzeit 7,6 %) wird mit dem Schwerpunkt Live- und Event-Berichterstattung ausgebaut, was im Jahr 2021 mit den derzeit absehbaren Großthemen Corona, Wahlen und Sport unerlässlich ist. phoenix wird die heute 19h Ausgabe und Regierungspressekonferenzen in Gebärdensprache zeigen.

Portfoliostrategie des ZDF 2021/2022

Erhalt der Reichweite der linearen Sender, ZDF Hauptprogramm, ZDFneo, ZDFinfo sowie der Partnerkanäle, als Basis für die Distribution der ZDF-Inhalte.

ZDFmediathek

Ausbau der ZDFmediathek, die schrittweise auch Inhalte aller Partnerprogramme integriert, als zentralem Element der Digitalstrategie.

Nutzung von Social Media - Angeboten zur Erreichung bestimmter Zielgruppen und Bewerbung der eigenen Angebote.

Zentrale Messgrößen

Reichweite **Programmfamilie**

Die Gesamtreichweite von ZDF, ZDFneo, ZDFinfo, Partnerangeboten, ZDFmediathek und Social Media - Kanälen soll gesteigert werden, gemessen an Nettoreichweite und Sehvolumen, insb. bei Jüngeren.

Marktanteil **Hauptprogramm**

Das ZDF Hauptprorgramm soll weiterhin der meistgenutzte deutsche Fernsehsender sein, gemessen am linearen Marktanteil der Zuschauer*innen ab 3 Jahren.

Reputation **Inhaltequalität**

Die Position als Anbieter glaubwürdiger Informationen, hochwertiger Kultur- und Bildungsangebote sowie attraktiver Fiktion und Unterhaltung soll erhalten werden, gemessen anhand von Befragungen.

Relevanz **Nationaler Sender**

Das ZDF soll für alle soziodemografischen Gruppen der Gesellschaft relevant sein, gemessen u.a. an der Marktposition in den Bundesländern, dem Anteil barrierefreier Angebote und der Integrationsleistung.

2 Das ZDF informiert, ordnet ein und liefert Hintergründe

Die Funktion von Journalist*innen wird aufgrund zunehmender Informationsflut und gezielter Desinformation wichtiger. Das ZDF bietet künftig ein noch umfänglicheres journalistisches Angebot. Diesem ist gemeinsam: Informationen sind gut recherchiert, relevant, glaubwürdig und unabhängig. Kritisch dem Thema und fair den Beteiligten gegenüber.

In den Jahren 2021 / 2022 sind insgesamt 11 Wahlproduktionen zu Bundes- und Landtagswahlen geplant.

Das Nachrichtengeschehen ist lauter und undurchsichtiger geworden. Dies hat dazu geführt, dass Zuschauer*innen mit Informationen regelrecht geflutet werden - auch mit gezielten Desinformationskampagnen. Daher kommt es verstärkt auf Journalist*innen als einordnende Instanz an.

>> Die Demokratie durch verlässliche Informationen stärken

Die Informationsprogramme, allen voran „heute“ und „heute journal“, entstehen auf der Grundlage der traditionellen journalistischen Grundsätze und haben auch künftig den Anspruch, Komplexität zu erklären. Dies gilt es weiter, u. a. durch ein neues virtuelles Studiodesign, auszubauen, denn der Nachrichtenkonsum steht in einem positiven Zusammenhang mit politischem Wissen und gesellschaftlichem Engagement, wichtigen Eckpfeilern von Demokratie. Zusätzlich soll daran gearbeitet werden, die Abbildung der **Pluralität der gesellschaftlichen Meinungen zu verbessern** durch die Auswahl von Expert*innen oder Gesprächspartner*innen in Informations- und Diskussionssendungen. Dass Teile der Gesellschaft zunehmend Fakten in Zweifel ziehen, erhöht die Bedeutung von erklärenden Informationsformaten.

>> Grundlage schaffen für Handeln der Bürger*innen

Die hohe Glaubwürdigkeit der Berichterstattung bildet die Basis. In der Periode 2021/2022 wird das ZDF durch die **Berichterstattung zu den anstehenden Wahlen** in Deutschland erneut seine Bedeutung im Prozess politischer Willensbildung unterstreichen können. Neben der Bundestagswahl und der Bundespräsidentenwahl wird das ZDF auch zu den zehn Landtagswahlen mit seiner umfassenden Vorwahl- und Wahlberichterstattung die Grundlage für die breite Information der Bürger*innen und damit für deren Wahlentscheidung liefern. Auch 2021/2022 wird das Faktencheck-Team „ZDFheuteCheck“ kursierende Falschmeldungen und Verschwörungsmythen überprüfen. Die Faktenchecker*innen werden auch die politische Debatte und die Diskussionen im Vorfeld der anstehenden Wahlen im Hinblick auf Fake News in den Blick nehmen.

>> Hintergründe und verschiedene Perspektiven

In mehreren Formaten des ZDF-Programmangebots ist die Berichterstattung mit Blick auf spezifische Themen oder als Spiegelung großer Themen im kleineren Kosmos der Weg, die **Vielschichtigkeit des Landes** zu zeigen. Das alltägliche Leben in den Regionen sowie besonders interessante und vielfältige Geschichten werden verstärkt Eingang ins ZDF-Programm finden. Die Stimmen der Menschen werden dabei auch in Formaten mit expliziter Zuschaueransprache eingebunden. So werden dafür aufgelegte Formate wie das Bürgerprojekt „ZDF in…“, „moma vor ort“ oder die Reihe „Am Puls Deutschlands“ fortgesetzt. Auch phoenix plant mehrere Formate mit Bürgerbeteiligung.

Zahlen zur aktuellen Situation

+50%
in zwei Jahren

76% der 14-24-Jährigen begegnen mindestens wöchentlich Falschnachrichten.

61% der Nutzer*innen nehmen politische Botschaften in Social Media - Netzwerken wahr.

83%

Öffentlich-rechtliche Medien werden von 83% für politische Informationen genutzt.

>> Verlässliche Informationen auch für Jüngere

Jüngere Nutzer*innen suchen vertiefte Informationen auf ihren gewohnten Plattformen. Das ZDF baut seine **Informationsangebote von ZDFheute mit der eigenen App sowie auf Social Media - Kanälen** wie YouTube, Instagram und Facebook weiter aus. Neue Erzählformate werden dabei Tap Stories, Verticals sowie die usergerechte datenjournalistische Aufbereitung von Zahlen und Grafiken sein. Darüber hinaus ist funk für viele junge Menschen zu einer Anlaufstelle für Informationen geworden. Schwerpunkte sind u.a zur **Bundestagswahl sowie zu den Themenbereichen „digitaler Wandel“ und „Klimawandel“** geplant.

>> In Investigatives investieren

Im ZDF-Portfolio spielt investigativer Journalismus eine große Rolle. Breit angelegte Recherchen bedürfen personeller und damit finanzieller Ressourcen, die es vor allem im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt. Die Formate „Frontal21“, „ZDFzoom“ und „Follow me.reports“ überzeugen mit relevanten oder aufwühlenden Eigenrecherchen. Das Ziel aller investigativer Formate ist es, mit öffentlich-rechtlicher Themenvielfalt, sorgfältig recherchierten Informationen und transparenter Beleglage Aufklärung zu bieten, die in der Breite der Gesellschaft ankommt. Zukünftig wird es darum gehen, diese **Themenvielfalt und ihre Aufbereitung auf non-lineare Ausspielung hin zu optimieren**.

>> Abbilden gesellschaftlicher Sport-Ereignisse, die uns bewegen

Aufgrund zahlreicher pandemiebedingter Verschiebungen von Sportevents wird es in den kommenden zwei Jahren eine **hohe Dichte an herausragenden Sportgroßereignissen geben**. Vielfältiger Livesport wird einen wichtigen Platz im ZDF-Programm einnehmen. Hierzu zählen erstmalig in einem solchen Zeitraum **Olympische Sommer- und Winterspiele, Paralympics, Die Finals** sowie eine **Fußball-Europa- und Weltmeisterschaft** der Herren. Diese und zahlreiche kleinere Livesport-Events stehen für lebhafte Unterhaltung, aber auch für eine informative und kritische Begleitung der Ereignisse. Ob Sportpolitik, Korruption oder Doping - es soll 2021/2022 ausführlich berichtet werden. Zudem wird die Sportberichterstattung im digitalen Bereich weiterentwickelt. Dies wird vor allem bei hintergründigen Reportagen und Dokumentationen sichtbar.

Bisherige Planungen für 2021/2022
(Auswahl)

Wahlen *umfangreiche (Vorwahl-) Berichterstattung zu den Wahlen im ZDF, bei ZDFheute sowie bei phoenix*

Schwerpunkte *u.a. zu 20 Jahre „9/11“, 10 Jahre „Fukushima“ sowie 10 Jahre „Arabischer Frühling“*

Online-Fokus *„planet e.“ und „ZDFzoom“ werden für eine verstärkte non-lineare Nutzung weiterentwickelt*

„Schattenwelten“ *ZDFinfo-Dokureihe über organisierte Bedrohung der weltweiten freiheitlichen Gesellschaften*

„Achtung, Essen!“ *Fortsetzung der Dokumentationsreihe mit einer kritischen Auseinandersetzung zu Essen und Ernährung*

„Deutschland, das kannst du besser“ *Dokumentationsreihe zu sozialer und wirtschaftlicher Infrastruktur*

Investigatives *Neues investigatives Format für jüngere Zielgruppen bei funk in Entwicklung*

„ZDF in...“ *Projektfortsetzung, bei der ein Reporterteam vier Wochen vor Ort lebt, um mit Bürger*innen ins Gespräch zu kommen*

Corona-Folgen *Begleitung der Krisen-Bewältigung u.a. in den Themenfeldern Arbeitswelt, Bildung und Digitalisierung*

Zentrale Messgrößen

Ausbau **ZDFheute**

ZDFheute soll ausgebaut werden. Dies umfasst u.a. neue Formate und Variationen der Live-Anteile. Gemessen wird dies an Angebotsumfang und Nettoreichweite.

Umfang **Wahlberichte**

Das ZDF wird umfassend im Vorfeld und an den Wahltagen über alle geplanten Wahlen in bewährten und neuen Formaten berichten. Hierzu wird eine Studie durchgeführt.

Marktposition **Genrekompetenz**

Das ZDF will in den fünf informationsorientierten Kompetenzfeldern den ersten bzw. zweiten Platz verteidigen. Gemessen wird dies über eine Befragung.

Relevanz **Informationssuche**

Bürger*innen sollen weiterhin öffentlich-rechtliche Medien für politische Informationen nutzen. Dies wird im Rahmen der ARD/ZDF-Massenkommunikationsstudie evaluiert.

3 Das ZDF gibt Einblicke in die vielfältigen Lebenswelten

Kulturelle Vielfalt gehört zu Deutschland. Das Bewusstsein für Diversität wächst und die Akzeptanz für das Nebeneinander von traditionellen wie neuen Familienmodellen nimmt zu. Die Bedeutung von Frauenförderung in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik ist gestiegen. Das ZDF zeigt diese Vielfalt und gibt Einblick aus verschiedenen Perspektiven.

Moderator*innen im ZDF: Sherif Rizkallah. Ariane Alter (oben), Nazan Gökdemir, Nelson Müller (unten)

Der öffentlich-rechtliche Auftrag, Lebenswirklichkeit in der gesamten Breite und Diversität abzubilden und Diskussionen unter dem Leitbild einer pluralen Gesellschaft zu ermöglichen, wird unter dem Eindruck gesellschaftlicher Veränderungen immer wichtiger. Der Kanon der ZDF-Sendungen wird über alle Genres hinweg entsprechend stärker von Themen wie den **verschiedenen Lebenssituationen von Familien mit Kindern, der Gleichstellung der Geschlechter sowie der Akzeptanz unterschiedlicher Lebensmodelle, kultureller Vielfalt und sexueller Orientierungen** geprägt sein. Das ZDF soll und will dadurch einen hohen Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, zur demokratischen Meinungsbildung und zur Integration leisten. Kulturelles Erbe und Traditionen sollen gleichermaßen reflektiert werden. Das ZDF greift die Themen auf, die das Publikum beschäftigt. Anspruch und Zielsetzung ist es, diese Funktion zu erhalten und auszubauen. Offene Dialoge zwischen gesellschaftlichen Gruppen werden wichtiger Bestandteil des ZDF-Angebotes sein. Unterschiedliche Positionen werden sachlich und ausgewogen abgebildet. **Dabei bleibt es Ziel der Programmgestaltung, den Menschen in ihrer sozialen und ökonomischen Lebenswelt eine Stimme zu geben.** Denn wer seine Lebenswirklichkeit in Medienangeboten wiederfindet, fühlt sich besser in den gesellschaftlichen Diskurs integriert.

>> Meinungsbildung unterstützen, Lebenswirklichkeit abbilden

Dokumentationen in der gesamten ZDF-Senderfamilie analysieren aktuelle gesellschaftliche und politische Entwicklungen und fördern das Verständnis für historische Zusammenhänge. Sie werden auch in der ZDFmediathek und bei YouTube vermehrt gezielt nachgefragt. **Die Begleitung der Programme und Teilhabe der Nutzer*innen über Rückkanäle** in Social Media - Angeboten bleibt unerlässlich und wird gezielt für die Ansprache jüngerer Nutzer*innen ausgebaut. Der aufklärerischen Bedeutung von Dokumentationen trägt das ZDF zudem Rechnung, indem es **fiktionale Programme mit Begleitdokumentationen kombiniert** und so publizistische Schwerpunkte setzt. Reportagen wie das wöchentliche Format „37°" greifen unterschiedliche Lebenssituationen der Menschen regelmäßig auf. Dabei sollen soziale Themen und Ansätze der Lebensbewältigung weiter gestärkt werden, die ansonsten zu wenig Aufmerksamkeit erhalten. Das Potenzial der Sendung soll genutzt und **„37°" zu einer Format-Familie** mit besonderem Blick auf die Verbreitung in der ZDFmediathek und Social Media - Kanälen ausgebaut werden. Die werktägliche Reportagereihe „Re:" auf ARTE erzählt Geschichten von Menschen aus Europa und taucht dabei in ihre Lebenswirklichkeiten ein.

>> Gesellschaftliche Vielfalt in fiktionalen Programmen

In den fiktionalen Programmen des ZDF wird vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Wandels ein **großes Panorama an Lebensentwürfen** aufgezeigt:

Zahlen zur aktuellen Situation

„Männer haben Vorteile in der Gesellschaft", sagen 67% der Frauen und 42% der Männer.

21,2 Mio.

Der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund ist 2019 gegenüber 2018 um 2,1% gestiegen.

Genrekompetenz Befragung

Das ZDF lässt die Zuschauer*innen als vielseitigster Sender besonders gut am Leben Anderer teilhaben.

So werden Themen wie Suizid und Sterbehilfe, moderner Sklavenhandel in der Großstadt oder die seelischen Folgen von Vergewaltigung und Verhöhnung von Opfern aufgegriffen („Notruf Hafenkante", „Dr. Ballouz"). Auch über Humor kann eine Befassung mit sozialer Komplexität zeitgemäß gelingen: Das ZDF zeigt verstärkt **lebensnahe Komödien aus dem Familienkosmos und über unterschiedliche Milieus**. Programme für Kinder und Jugendliche haben eine besondere integrative Funktion: Um den Themen Mobbing und Diskriminierung etwas Positives entgegenzusetzen, wird sich KiKA im Herbst 2021 eine Woche lang dem Thema Freundschaft widmen. Bei funk ist die **Abbildung der Lebenswirklichkeit junger Menschen** Kernauftrag. Mit Reportage-Formaten wie „TruDoku" oder „Follow me.reports", aber auch im Fiktionalen („Druck"), stehen unterschiedliche Lebensentwürfe junger Menschen im Zentrum. Ein besonderer Schwerpunkt soll auf der Förderung von diversem Mediennachwuchs vor und hinter der Kamera liegen. phoenix setzt die Reihe „deutschland x anders" fort, die durch junge Migrant*innen an der Hamburger Filmhochschule realisiert wird.

>> Diversität in der Gesellschaft als Realität zeigen

Von der Gender-Diskussion über #blacklivesmatter und #metoo bis zur Ost-West-Debatte: Die Herausforderung, eine diverse Gesellschaft als Realität zu begreifen und ihrer Ausprägungen Rechnung zu tragen, ist im öffentlichen Bewusstsein angekommen. Das ZDF ermöglicht den Austausch darüber und fördert eine realistische mediale Abbildung und die Beteiligung aller Bevölkerungsgruppen in der Herstellung seiner Produktionen. Die **Darstellung der diversen Gesellschaft wird in den Reihen, Serien und Spielfilmen** einerseits explizit thematisiert, andererseits bei der Auswahl von Besetzung und Setting als Selbstverständlichkeit verstärkt**.** Das 2018 ins Leben gerufene Regieförderprogramm unterstützt Nachwuchsregisseurinnen. So soll den Filmemacherinnen der Brückenschlag vom Debüt in die Primetime erleichtert werden. Breiten- und Spitzensport sind Teil der Lebenswirklichkeit in Deutschland. Das ZDF bekennt sich zur Abbildung der **Vielfalt des Sports**. Dazu gehört die Berichterstattung über die Paralympics genauso wie die Reportage über Frauen im Fußball und die Vorstellung von Protagonist*innen weniger bekannter Sportarten. Dies geschieht u. a. in „das aktuelle sportstudio", „SPORTreportage" sowie in der ZDFmediathek.

Bisherige Planungen für 2021/2022
(Auswahl)

„Anne+" *Mediatheks-Serie über das Liebesleben einer jungen lesbischen Frau für die Zielgruppe der 20-bis 30 - Jährigen*

Paralympics *großflächige Liveübertragung des Behindertensports und Thema in zahlreichen Berichten und Reportagen*

Herzkino *mit neuer Reihe rund um Protagonist*innen mit Down-Syndrom: „Everybody is Perfect"*

„Ab 18!" *Fortsetzung der preisgekrönten Dokumentarfilmreihe über Heranwachsende bei 3sat mit 12 Folgen in 2021/2022*

Schwerpunktwoche bei KiKA *zum Thema Freundschaft als Zeichen gegen Mobbing und Diskriminierung*

„Germania: was ist deutsch?" *Weiterentwicklung von funk für die Mediathek mit Persönlichkeiten aus Kultur und Sport*

„Jüdisches Leben - Jüdischer Witz" *ARTE-Zweiteiler über 1700 Jahre jüdisches Leben in Europa nördlich der Alpen*

„Deadlines" *Sitcom über Frauen im Kampf mit ihren Vorstellungen über Karriere, Kinder, Beziehung, Sex und Freiheit*

Regieförderprogramm *zur Unterstützung von Nachwuchsregisseurinnen; Brückenschlag vom Debüt zur Primetime*

Zentrale Messgrößen

Anzahl **Schwerpunkte**

Das ZDF plant in der Senderfamilie für den Zeitraum 2021/2022 eine Vielzahl von Programmschwerpunkten. Die Anzahl wird für die Bilanz dokumentiert und vorgelegt.

Umsetzung **Maßnahmen**

Das ZDF plant eine Reihe von Maßnahmen zur Steigerung der Diviersität vor und hinter der Kamera, beispielweise durch Schulungen in den Redaktionen.

Marktposition **Senderkompetenz**

Das ZDF will in den relevanten Kompetenzfeldern die positive Positionierung verteidigen (z.B. Vielseitigkeit). Gemessen wird dies über eine Befragung.

Fortführung **Monitoring**

Die Maßnahmen zum Monitoring werden fortgesetzt, darunter die Beteiligung von Frauen an fiktionalen Programmen (vgl. Regelvorlage PA/PD-Ausschuss des Fernsehrats).

4 Das ZDF zeigt gesellschaftliche Entwicklungen und deren Ursachen

Die gesellschaftliche Lage ist in der öffentlichen Debatte häufig geprägt von Unsicherheit und Polarisierung. Vor dem Hintergrund politischer und ökonomischer Veränderungen fürchten viele Menschen um den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Manche erleben Existenznöte oder sehen ihre Region strukturell benachteiligt. Das ZDF beleuchtet diese Zukunftsthemen umfassend.

ZDF-Reporter*innen und Kameraleute leben und arbeiten bei „ZDF in...“ für mehrere Wochen in verschiedenen Kleinstädten.

Das ZDF fördert ein gemeinsames Bewusstsein für die Herausforderungen unserer Zeit. Die **Hintergründe für gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen werden erläutert und umfassend aufgearbeitet**. Verschiedene Blickwinkel auf die aktuelle Situation und Ereignisse zeichnen ein breites Bild der Gesellschaft. Wichtig ist es, hierbei auch positive Veränderungen und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen - etwa zu Solidarität und Aufstiegschanchen innerhalb der Gesellschaft.

>> Polarisierung der Gesellschaft aufgreifen

Mit der Corona-Pandemie befindet sich die Menschheit in einer der größten Prüfungen ihrer jüngeren Geschichte. Wie unter einem Brennglas treten die wesentlichen **Schwächen und Stärken unserer Gesellschaft** in den Vordergrund, die im Alltag oft unsichtbar sind. Dabei verlangen die gesellschaftlichen Entwicklungen nach einer gründlichen medialen Befassung. Das digitale Zeitalter führt zum Beispiel neben positiven Aspekten, wie dem schnellen und umfassenden Zugang aller Bürger*innen zu Informationen, auch zu negativen Effekten. Filterblasen und Fake News befördern **Polarisierung, Populismus und extremes Gedankengut**. Sie bedrohen Demokratien und sind auch für die öffentlich-rechtlichen Medien zur ständigen medialen Herausforderung geworden. Der Blick auf die digitale Welt mit allen ihren Versprechungen sensibilisiert viele Menschen zudem auch für Ungerechtigkeiten in ihrem direkten Umfeld. Manche fühlen sich gar als **Verlierer der Digitalisierung**. Infrastrukturelle Nachteile der Land- gegenüber der Stadtbevölkerung, der östlichen gegenüber den westlichen Bundesländern sowie wachsende Armut trotz stabiler Wirtschaftslage fördern das Gefühl einer ungerechten Verteilung der Güter.

>> Helfen, den Zustand der Welt besser zu verstehen

In Zuschauerbefragungen wird das ZDF besonders bei dem Statement „Der Sender berichtet verständlich und erklärt Zusammenhänge“ auch beim jüngeren Publikum gut bewertet. Das ZDF wird seine Programmarbeit 2021/2022 daraufhin stärker ausbauen. Die geplanten Programme des ZDF **zeigen Missstände auf und begegnen Vorurteilen und Falschinformationen durch konsequenten Faktencheck**. Sie zeigen positive Beispiele bürgerlichen Engagements und gelungener gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und politischer Initiativen und Modelle. Die Handlungskompetenz der Verbraucher soll zudem durch hintergründige Berichterstattung gesteigert werden. Das ZDF blickt in die unterschiedlichsten Lebensbereiche und Regionen Deutschlands und Europas und beleuchtet die regionalen Besonderheiten und Lebenswelten **- gerade auch der ostdeutschen Bundesländer** vor dem Hintergrund der spezifischen Transformationserfahrungen im Zuge der deutschen Wiedervereinigung. Alltagsrelevante und **lebensnahe Themen** wie Einsamkeit, gerechte Vermögensverteilung und Gendergerechtigkeit werden zum Beispiel bei „ZDFzeit” aufgegriffen und so

Zahlen zur aktuellen Situation

Relevante Themen dieser Zeit:

Corona, Integration, Klima, soziales Gefälle, Rechtspopulismus, Politikverdruss, Gesundheit und Pflege.

Nur jeder Zweite ist aktuell mit der Demokratie in Deutschland sehr oder überwiegend zufrieden.

Integration

ZDF-Nutzung

Aus Sicht der Bevölkerung leistet das ZDF einen klaren Beitrag zur Integration und Wertevermittlung.

Menschen in ihrer Lebenswirklichkeit abgeholt, indem ihre Sorgen und Nöte ernst genommen werden. Dokureihen wie die dreiteilige „Terra X“-Reihe „Wem gehört die Welt?“ betrachten die globale **soziale Ungerechtigkeit** auf einer Reise durch die Wirtschafts- und Gesellschaftsgeschichte. Totalitäre Tendenzen thematisiert die fiktionale Eventserie „Westwall“ über **Rechtsextremismus bei der Polizei und im Verfassungsschutz**, die aus der dezidiert jungen Perspektive einer Protagonistin erzählt wird. Die norwegisch-deutsche Serienproduktion „Furia“ nimmt das Phänomen des transnationalen Rechtsterrorismus in den Fokus. In der aktuellen Berichterstattung wie auch in historischen Dokumentationen und fiktionalen Programmen schaut das ZDF hinter die Kulissen politischer und wirtschaftlicher Kräfte. Die fünfteilige Doku-Reihe „Schattenwelten“ (ZDFinfo) beschäftigt sich mit der Bedrohung der freiheitlichen Gesellschaften durch **Cyber-Kriege, organisierte Kriminalität, die Aktivitäten der Geheimdienste** in Corona-Zeiten und der polarisierenden Rolle von etablierten sowie neuen Medien.

>> Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor und gesellschaftliche Aufgabe

Der Klimawandel und das globale ökonomische Ungleichgewicht stellen Herausforderungen dar. Globalisierung unter ökologischen Vorzeichen und die Diskussion um das Zusammenwirken von Wirtschaft, Bürger*innen und politisch Verantwortlichen zum Erhalt von Wohlstand, Lebensqualität und gleichzeitiger Ressourcenschonung werden beleuchtet. Die unterschiedlichen Perspektiven auf diese Zukunftsthemen sorgen für **Spannungen zwischen den Generationen**. Das ZDF blickt in hintergründigen, aktuellen und historischen Dokumentationen, wie in der ZDFinfo-Wissensreihe „Heißzeit“, auf vergangene heiße Klimaperioden unserer Erdgeschichte und die Lehren daraus für unseren heutigen Umgang mit dem Klimawandel. „Leschs Kosmos“ behandelt gesellschaftliche Themen wie Energie- und Agrarwende. Auch das 3sat Wirtschaftsmagazin „Makro“ widmet sich künftig verstärkt Zukunftsthemen. In seinen Gesprächssendungen, von „Markus Lanz“ über „maybrit illner“ und „Scobel“ (3sat) bis hin zu „13 Fragen“ wird das ZDF weiterhin Raum geben für Diskussion, Fragen und Lösungsansätze. Termine wie die UN-Klimakonferenz in Glasgow oder der zehnte Jahrestag der Katastrophe von Fukushima geben Anlass für eine fundierte Befassung mit der Klimageschichte und aktuellen Implikationen.

Bisherige Planungen für 2021/2022
(Auswahl)

„Covid Century“ *Event-Doku über die Bewältigung einer der größten Prüfungen der jüngeren Menschheitsgeschichte*

„Terra X: Wem gehört die Welt“ *soziale Ungerechtigkeit als Reise durch die Wirtschaftsgeschichte*

„Was ist Leistung?“ *Dokumentation über eine bessere Verteilung und Honorierung von Sorgearbeit bei 3sat*

„MrWissen2Go Geschichte“ *Mirko Drotschmann greift aktuelle Fragen auf und erläutert deren historische Hintergründe*

„Heißzeit“ *ZDFinfo blickt auf vergangene heiße Klimaperioden unserer Erdgeschichte und die Lehren für heute*

„planet e.“ *Weiterentwicklung zum Online First-Angebot sowie Entwicklung eines YouTube-Kanals zum Thema Nachhaltigkeit*

„Westwall“ *Thriller-Eventserie über Rechtsextremismus bei der Polizei und im Verfassungsschutz*

„Die Würde des Menschen“ *Fernsehfilm über Fremdenfeindlichkeit und eine Bürgermeisterin im Visier von Rechtsradikalen*

„13 Fragen“ *YouTube-Debatten-Format mit einer spielerischen Kompromissfindung zweier Meinungslager*

Zentrale Messgrößen

Themenvielfalt **Berichterstattung**

Das ZDF will die politischen und gesellschaftlichen Themen aufgreifen, die Deutschland bewegen. Dies wird einer genreübergreifenden qualitativen Bewertung unterzogen.

Anzahl **Schwerpunkte**

Das ZDF plant in der Senderfamilie für den Zeitraum 2021/2022 eine Vielzahl von Programmschwerpunkten. Die Anzahl wird für die Bilanz dokumentiert und vorgelegt.

Anteil **Erstsendungen**

Die Anzahl an Dokumentationen des ZDF soll auf hohem Niveau gehalten werden. ZDFinfo plant 2021/2022 die Erstausstrahlung von 500 neuen Produktionen jährlich.

Anteil **Info / Doku**

Der hohe Informationsanteil der ZDF-Programme soll 2021/2022 beibehalten werden und mindestens 60% betragen (ohne Kinderprogramm), im Hauptprogramm 40%.

5 Das ZDF entwickelt neue Zugänge zu Kultur- und Bildungsinhalten

Die Erfahrung mit der Pandemie zeigt, wie wichtig der Zugang zu Wissenschaft und Kultur über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist. Gerade in Zeiten von Schulschließungen, geschlossenen Museen und abgesagten Konzerten erfüllt das ZDF in besonderer Weise und auf vielfältigen Plattformen seinen Kultur- und Bildungsauftrag.

Protagonistinnen mit neuen Aufgaben im ZDF: Salwa Houmsi und Jasmina Neudecker

Während die Bereiche Gesundheit, Umwelt und Gesellschaft an Bedeutung gewinnen, wächst das Bedürfnis auch jüngerer Zuschauer*innen nach hochwertigen und verlässlichen Wissensinhalten. Das ZDF begegnet dieser **Nachfrage auf allen Ausspielwegen** - im TV, in der ZDFmediathek, in Social Media - Kanälen und in suchmaschinenorientierten Angeboten wie Wikipedia. Erklärtes Ziel ist der Ausbau von Programminhalten zu Hintergründen aktueller und historischer Ereignisse, die Darstellung und Vertiefung komplexer Themen, der Ausbau der Distributionsstrategie der Wissens-Marke „Terra X“ sowie die **Verstärkung niedrigschwelliger Programmangebote für Jüngere** mit unterschiedlichem sozialen Hintergrund. Die Inhalte und **Vermittlungsformen der Kulturangebote werden stärker auf bestimmte Zielgruppen und passende Ausspielwege** ausgerichtet. Die Erfahrungen während der Corona-Pandemie werden genutzt und gezielt in die Entwicklung neuer Programmformen überführt.

>> Ausbau der Wissensprogramme nach Zielgruppen

Die Marke „Terra X“ wird breit ausgebaut. Die Dokumentationsreihe macht Geschichte, Wissen und die Arbeit der Wissenschaft weiterhin auf international hohem produktionellen Niveau zugänglich. „Die große Terra X-Show“ wird nach erfolgreichem Start in höherer Folgenzahl fortgesetzt und auch als Kinderausgabe produziert. Auch das Mediatheksangebot „**Terra X plus Schule**“ wird systematisch erweitert, auch über die Pandemie hinaus. Es bündelt für den Unterricht geeignete Dokus und Videos nach Schulfächern und Themenpaketen. Das Angebot umfasst nun auch die medienpädagogische Reihe „**App+on**“. Gemeinsam mit der Initiative „klicksafe“ zur Förderung der Medienkompetenz hat das ZDF hierfür Unterrichtsmaterialien entwickelt. Lehrkräfte können diese Materialien in ihren Unterricht integrieren und auf unterhaltsame Weise Online-Kompetenzen für einen sicheren Umgang mit Internet-Phänomenen vermitteln. Ein wachsender Fundus kurzer Erklärclips kann unter der „**Creative Commons“-Lizenz** (CC) von allen Interessierten frei verwendet werden, beispielsweise über Wikipedia. Der YouTube-Kanal „Terra X plus“, der sich mit kurzen Erklärvideos zu Geografie und naturwissenschaftlichen Themen gezielt an Jugendliche richtet, wird fortgeführt. Für 2021 ist zudem der Neustart eines **YouTube-Kanals mit der Wissenschaftsjournalistin und Biologin** Jasmina Neudecker zur gezielten Ansprache weiblicher Nutzer geplant. Mit dem Wissensmagazin „Princess of Science“ macht das ZDF im KiKA ein niedrigschwelliges Bildungsangebot, indem es MINT-Wissen lebensnah aufbereitet. Der Kanal „So Many Tabs“ vermittelt bei funk Technik-Wissen und bei „Pocket Money“ stehen Finanzthemen im Zentrum. Wissensthemen spielen in den Kanälen „Kurzgesagt“, „MrWissen2Go“ und „MrWissen2Go Geschichte“ ebenfalls eine große Rolle.

Zahlen zur aktuellen Situation

45%

45% der 12-19-Jährigen haben während der Corona-Pandemie 2020 Online-Tutorials genutzt.

80.000

Zwischen März und Mai 2020 wurden 80.000 Veranstaltungen abgesagt.

ZDFkultur hat 242.000 Abonnent*innen bei Facebook und eine aktivere Community als andere journalistische Kulturangebote.

„Terra X“ ist Deutschlands bekannteste Doku-Marke.

Historische Ereignisse sollen in der plastischen Darstellung eines Dokudramas besonders eindrücklich erlebbar gemacht werden, wie zum Beispiel im geplanten „**Kaiserspiel**“, das zum 150. Jahrestag der deutschen Reichsgründung 1871 in Versailles einen bedeutsamen Wendepunkt in der Geschichte Deutschlands und Europas beleuchtet.

>> Neue Formate für ein verjüngtes Kulturangebot

Das ZDF richtet, gemeinsam mit den Partnersendern ARTE und 3sat, die **Programmentwicklung thematisch verstärkt an einem jungen Publikum aus**, das über non-lineare Ausspielwege erreicht werden soll. Mit Hauskonzerten, coronabedingt veränderten Produktionsweisen und kreativen Neuentwicklungen reagierte das ZDF gemeinsam mit institutionellen Kulturanbietern bereits 2020 flexibel auf den weitgreifenden Shutdown des öffentlichen Kulturraums. Erfolgreich wurden gewohnte Produktionsstätten verlassen, Publikumsveranstaltungen in Studiokonzerte oder Dokumentationen umgewidmet und Kulturschaffenden während der Pandemie eine mediale Bühne in der ZDFmediathek und den linearen Kulturformaten eröffnet. Das ZDF nutzt diese Erfahrung nun für die Programmerneuerung. So wird die **traditionsreiche Kulturmarke des ZDF „aspekte“ erneuert**. Nach der Umformatierung zur moderierten Kulturreportage werden Ideen für weitere Plattformen entwickelt, um verstärkt jüngere Zuschauergruppen im non-linearen Bereich für Kulturinhalte zu gewinnen.

Großes Gewicht liegt bei ZDFkultur neben dem breiten Angebot von Konzerten und Kulturdokumentationen in der Mediathek weiterhin auf dem **direkten Austausch mit kulturinteressierten Nutzer*innen**. Zum einen über das Facebook-Angebot, zum anderen über den neuen Instagram-Kanal „around the word“, der sich mit den Themenfeldern Heimat, Verwurzelung und interkultureller Verständigung beschäftigt. Relevanten Themen widmen sich die Kulturdokumentationen. Starke Frauen an Dirigentenpulten, Probleme mit Rassismus in der Klassik, Künstliche Intelligenz in der Kunst oder auch jüngere Generationen prägende historische Figuren wie Sophie Scholl stehen hier im Fokus. Ein **zentraler Baustein von ZDFkultur sind die Kulturpartnerschaften**. Diese werden in linearen wie nonlinearen Formaten fortgesetzt. Dazu kommt die Vernetzung im öffentlich-rechtlichen Kulturkosmos mit dem Deutschlandradio und der ARD. Auch die ARTE-Inhalte werden zukünftig Teil der ZDFmediathek.

Bisherige Planungen für 2021/2022
(Auswahl)

„Terra X“ *Online-Ausbau der Marke, für jüngere Nutzer*innen verstärkt auf Drittplattformen und in der ZDFmediathek*

„Terra X plus Schule“ *Ausbau des Angebots für die Schule und frei nutzbarer Erklärclips unter „Creative Commons“-Lizenz*

„aspekte“ *neue Ausprägungen der traditionsreichen Kulturmarke auf Online-Plattformen für neue Zielgruppen*

„Kaiserspiel“ *Dokudrama zur deutschen Reichsgründung 1871 in Versailles als Wendepunkt in der europäischen Geschichte*

„Sophie Scholl - das Gesicht des besseren Deutschlands“ *Dokumentation zum 100. Geburtstag der Widerstandskämpferin*

„Die Unbeugsamen“ *Dokumentarfilm über die Geschichte der politischen Pionierinnen der Bonner Republik bei 3sat*

„Die Wannseekonferenz“ *Fernsehfilm mit begleitender Dokumentation und vielseitigem Online- und Bildungsangebot*

„Summer of Voices“ *der ARTE-Sommerschwerpunkt zur Kraft und Magie der menschlichen Stimme*

ZDFkultur *Vernetzung mit Deutschlandfunk und der ARD. Integration der **ARTE**-Inhalte in die ZDFmediathek*

Zentrale Messgrößen

Marktposition **Genrekompetenz**

Das ZDF will in den vier relevanten Kompetenzfeldern in Wissenschaft / Kultur den ersten oder zweiten Platz verteidigen. Gemessen wird dies über eine Befragung.

Steigerung **Verfügbarkeit**

Wissenschafts- und Kulturinhalte werden umfangreicher und möglichst dauerhaft verfügbar gemacht, gemessen u.a. an der Anzahl kulturgeschichtlicher Archive.

Anzahl **Innovationen**

Im Zeitraum 2021/2022 sind neue Impulse zur Erreichung junger Zielgruppen mit Kultur- und Bildungsinhalten geplant, gemessen an der Anzahl entsprechender Neuformate.

Nutzungsvolumen **On Demand**

Das ZDF will die non-lineare Nutzung der Wissenschafts- und Kulturinhalte steigern, gemessen an Sehvolumen/ Sehdauer in der ZDFmediathek und Social Media - Kanälen.

6 Das ZDF bietet bereichernde Unterhaltung

Das Jahr 2020 hat gezeigt, dass die Zuschauer*innen weiterhin großen Wert auf hochwertige Fiktion und Unterhaltung legen. Die fiktionalen und non-fiktionalen Angebote des ZDF kombinieren dieses Sehbedürfnis mit gesellschaftlicher Aktualität und Relevanz und bieten so einen erkennbaren Mehrwert.

Neue Formate in 2021 / 2022: u.a. Queens of Comedy, Dr. Ballouz, Giovannis große Schlagershow

In der Corona-Krise hat sich neben dem Bedürfnis nach seriöser Information auch der Wunsch des Publikums nach Zerstreuung gezeigt. Unterhaltung und Fiktion schaffen **kollektive Momente und Erlebnisse** und fördern dadurch den Zusammenhalt in der Gesellschaft. Das ZDF plant, hochwertige und relevante Unterhaltung wie Fiktion aus Deutschland und Europa bereitzustellen, die en passant auch Bildungsinhalte vermitteln. Das Gesamtangebot an Unterhaltung und Fiktion soll sich **von privatwirtschaftlichen Wettbewerbern dadurch unterscheiden**, dass Auswahl und Zusammenstellung nicht von kommerziellen Beweggründen abhängen. Eine unterhaltende Wirkung ist eng verbunden mit Inhalten und Protagonist*innen, die Relevanz in den jeweiligen Zielgruppen haben. Bei der geplanten Weiterentwicklung wird es in diesem Genre darauf ankommen, **neue Angebote für spezifische Zielgruppen** zu machen. Neben der modernen Interpretation beliebter Unterhaltungsgenres wird die Entwicklung **weiblicher Protagonist*innen** im Comedy- und Showbereich für junge Zielgruppen insbesondere für nonlineare Ausspielwege fokussiert.

>> Fiktion, die mit relevanten Themen unterhält

Von großen Eventmehrteilern, Miniserien mit jüngerer Annonce, gesellschaftlich relevanten Fernsehfilmen über kürzere Formen, Instantfiction für die ZDFmediathek bis hin zur breiten Entwicklung neuer Serien plant das ZDF-Programm über alle Ausspielwege hinweg eine **Ausdifferenzierung der fiktionalen Ankerpunkte** zu aktuellen und zeitlosen Themen. Mit der Verfilmung literarischer Bestseller wie Frank Schätzings Öko-Science-Fiction-Thriller „Der Schwarm“ oder Siegfried Lenz‘ Roman „Deutschstunde“ können so unterschiedliche und doch gleichermaßen **relevante Themen wie Umweltschutz und Vergangenheitsbewältigung** als TV-Event angeboten werden. Deutscher Alltag und soziales Miteinander finden sich in verschiedenen Ausprägungen: Von „Dr. Ballouz“ um einen ungewöhnlichen Chefarzt in der Uckermark bis zu „Die Macht der Kränkung“ in ZDFneo über ein Amokszenario in einem Supermarkt. Folgenschwere historische Ereignisse werden in „Wannseekonferenz“ als Verfilmung mit Begleitdokumentation erlebbar. Das Panorama vergangener Lebenswelten breitet sich als fiktionale Serie in „Der Palast“ oder in „Ku’damm 63“ aus. Entwicklungen mit dem **Ziel der verstärkten programmlichen Erneuerung** gibt es sowohl im Fernsehfilm als auch in der Serie. Neben den Event-Zweiteilern „Il pastore” und „Der Zauberwürfel” werden in fünf neuen Serien u.a. mit Thüringen und der Region Freiburg neue Handlungsorte präsentiert. Dabei sind moderne fiktionale Leuchttürme mit hohen Schauwerten und ungewöhnlichen Erzählhaltungen im heutigen Wettbewerb oft **multinationale Produktionen**, die mit großem Aufwand hergestellt werden. Das ZDF wird seine erfolgreichen internationalen Partnerschaften ausbauen

Zahlen zur aktuellen Situation

Der Konsum auf Abruf steigt. Filme und Serien sind dabei die wichtigsten Inhalte.

Nur 13% der 2020 geschauten Streaming-Inhalte stammen aus Deutschland.

ZDF MAGAZIN ROYALE

21,3%
bei 14-49-Jährigen

Erfolgreicher Start im ZDF, in der ZDFmediathek und bei Social Media.

und bestehende Allianzen („European Alliance“, BBC-Partnerschaft, Nordvision u. a.) mit gemeinsamen Projekten wie der Neuverfilmung des Klassikers „In 80 Tagen um die Welt” vertiefen. Dies stärkt die Leistungsfähigkeit der europäischen Filmwirtschaft.

>> Anspruchsvolle Unterhaltungsformate für Jüngere

Das satirisch-investigative „ZDF Magazin Royale“ mit Jan Böhmermann erreichte im Hauptprogramm von Beginn an neue, junge Zielgruppen und konnte sich in der ZDFmediathek sofort unter den Top-Formaten platzieren. **Weitere Comedyformate** sollen ergänzend entwickelt werden, wie z.B. die neue Sketch-Show „Queens of Comedy“, die die Lebenswirklichkeit aus konsequent weiblicher Perspektive humoristisch betrachtet. Mit seinen Digital- und Partnerkanälen plant das ZDF **die ganzheitliche Förderung von Nachwuchstalenten** und den strategischen Aufbau von Protagonist*innen im Comedy-Bereich: Neuentwicklungen sind u.a. mit Ariane Alter, Tommi Schmitt, Aurel Mertz, Sebastian Puffpaff und Barry Hammerschmidt geplant. ZDFneo entwickelt derzeit **als einziger Anbieter in einer neuen Initative mehrere Sitcoms,** die diverse Lebensmodelle und die Lebensrealitäten junger Zuschauer*innen authentisch abbilden.

>> Frischer Wind und große Traditionen

Musikshows abseits von Castingshows haben zuletzt eine Renaissance erlebt. Neben großen Musikevents wie „50 Jahre Hitparade“ oder „Die große 90er Show“ wird das ZDF eine neue große Schlagershow mit dem Entertainer Giovanni Zarrella starten. Beste **Familienunterhaltung** am Samstagabend bieten zudem „Wetten, dass...?“ als großes Event und eine Jubiläumsshow für den Unterhaltungs-Klassiker „Dalli Dalli“.

>> Vielfältige Factual Entertainment - Angebote

Im Bereich Factual Entertainment entwickelt das ZDF neue Formate, die ohne Effekthascherei einen **Einblick in die Alltagswelt der Menschen** in Deutschland werfen. In „Heimliche Helden“ werden Alltagshelden in ihrem persönlichen Lebensumfeld überrascht. Das „Duell der Gartenprofis” mit Eva Brenner wird ausgebaut sowie neue Formate mit ihr entwickelt. Für den Erhalt der Stärke der Marke „Bares für Rares” sind mit „Händlerstücke” und „Sammlerstücke” zwei neue Spin-Offs geplant. Das coronabedingt abgesagte Abschlusskonzert von „Unvergesslich - unser Chor für Menschen mit Demenz“ mit Annette Frier wird nachgeholt.

Bisherige Planungen für 2021/2022
(Auswahl)

Giovanni Zarrella *als Gastgeber einer neuen Schlager-Show und der Factual-Sendung „Heimliche Helden“ in der Daytime*

„Die große Deutschlandreise“ *Quiz mit prominenten Gästen zu Deutschlands Wahrzeichen, Menschen und Landschaften*

Nachwuchstalente *fördern und strategischer Aufbau von Köpfen für non-lineare Angebote in der ZDFmediathek*

„Der Schwarm“ *vierteilige aufwändige Bestseller-Verfilmung des Öko-Science-Fiction-Thrillers von Frank Schätzing*

„Deutschstunde“ *Verfilmung des berühmten Romans von Siegfried Lenz durch Bad Banks-Regisseur Christian Schwochow*

„Furia“ *Serie zwischen den idyllischen Fjorden Norwegens und einem rechtsradikalen Terrornetzwerk in Berlin*

„Dr. Ballouz“ *Primetimeserie um einen ebenso begnadeten wie ungewöhnlichen Klinik-Chefarzt in der Uckermark*

Sitcoms-Offensive *für ZDFneo: „Deadlines“, „Das F-WORT“, „The Drag and Us“, „Andere Eltern“*

„Der Palast“ *mehrteilige deutsch-deutsche Familiengeschichte vor der Kulisse des Friedrichstadt-Palastes.*

Zentrale Messgrößen

Neue **Serien**

Das ZDF wird im Zeitraum 2021/2022 die Anzahl neuer Serien ausbauen, gemessen an der Anzahl an Neuproduktionen für das ZDF, ZDFneo und die ZDFmediathek.

Ausbau **Koproduktionen**

Das ZDF ist Europas größter Koproduzent im fiktionalen Bereich. Diese Position soll 2021/2022 durch zusätzliche internationale Koproduktionen ausgebaut werden.

Anzahl **Innovationen**

Die Anzahl an Innovationen im Unterhaltungsbereich soll bei ZDFneo, in der ZDFmediathek sowie für Social Media - Kanäle gesteigert werden.

Nutzungsvolumen **On Demand**

Der Anteil der non-linearen Nutzung von fiktionalen und unterhaltenden Programmen soll 2021/2022 gesteigert werden, gemessen am Sehvolumen in der ZDFmediathek.

7 Das ZDF bleibt verlässlicher Partner der deutschen Kreativwirtschaft

Eine leistungsstarke Kreativwirtschaft ist wesentlich für Deutschlands Bewegtbildmarkt. Das ZDF als größter Einzelauftraggeber unterstützt die Entwicklung der Branche in ökonomischer, ökologischer, technologischer und sozialer Dimension. Auch bei der Bewältigung der Corona-Pandemie übernimmt das ZDF Verantwortung.

Der Anteil von Regisseurinnen bei fiktionalen Programmen des ZDF soll 2021 / 2022 weiter gesteigert werden.

Das ZDF ist ein zentraler Akteur der deutschen Kreativwirtschaft und wichtiger Partner für die Kreativen der Branche. Diese Rolle des ZDF ist während der ersten Phase der Pandemiebewältigung in besonderem Maße deutlich geworden.

>> Mehrkostenübernahme und konstante Auftragsvergabe trotz Krise

Die Corona-Pandemie war und ist eine existenzielle Herausforderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Umsatzrückgänge, Drehunterbrechungen und -verschiebungen sowie neue Richtlinien zum Arbeitsschutz sind zentrale Herausforderungen für die Film- und Fernsehproduktion. Das ZDF hat sich 2020 als erster Auftraggeber zu **umfangreichen Unterstützungsmaßnahmen der Branche** verpflichtet. Die Kosten für notwendig gewordene Drehunterbrechungen und -verschiebungen werden seitdem hälftig, die Zusatzkosten für den Arbeitsschutz, z.B. für zusätzliche Hygienemaßnahmen am Set, werden vollständig übernommen. Die **Bewältigung der Auswirkungen der aktuellen Krise** wird auch die Arbeit in 2021/2022 maßgeblich bestimmen. Das ZDF wird mit einem hohen Auftragsvolumen von über 600 Mio. € jährlich für Auftrags- und Koproduktionen zur Beschäftigung in der Branche beitragen und **Arbeitsplätze für Kreativschaffende sichern**. Der Anteil deutscher und europäischer Neuproduktionen wird mindestens 75% umfassen, die unverändert zu mindestens zwei Dritteln von Firmen hergestellt werden, an denen das ZDF nicht beteiligt ist. Darüber hinaus plant das ZDF **wichtige Brancheninstitutionen zu unterstützen**. Zu diesem Zweck wurden die Vereinbarungen mit regionalen Filmfördergesellschaften erneuert. Die Bundes- und Länderförderungen werden 2021/2022 unterstützt. Der Aufwand im Zusammenhang mit dem Deutschen Fernsehpreis wird erhöht. Gemeinsam mit den weiteren Stiftern sowie einem neuen Konzept und der Rückkehr zur Live-Übertragung wird die Auszeichnung als zentraler Preis für Kreativleistungen des Bewegtbildmarktes in Deutschland positioniert.

>> Nachhaltiges Handeln als Teil des Auftrags

Für das ZDF ist der schonende Einsatz von Ressourcen ein wichtiges Prinzip seines Handelns. Dies gilt in besonderem Maße für die Leistungserstellung bei Film- und Fernsehproduktionen. Das ZDF orientiert sich dabei an den strengen **Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex**. Die nachhaltigere Wertschöpfung in der Kreativwirtschaft unterstützt das ZDF als Gründungsmitglied der Initiative „Arbeitskreis Green Shooting“. In diesem Zusammenhang hat sich das ZDF zu einer **Erhöhung der Anzahl nachhaltiger Produktionen** verpflichtet. Im Zeitraum 2021/2022 soll das Programmvolumen in den Bereichen Fiktion, Unterhaltung und Dokumentationen gesteigert werden, das den Kritieren des „Grünen Drehpasses“ entspricht.

Zahlen zur aktuellen Situation

-28 Mrd.

Bis zu 28 Mrd. € Umsatzrückgang in der Kultur- und Kreativwirtschaft infolge der Corona Pandemie.

1/3

Ein Drittel der Produktionsunternehmen sehen durch Corona ihre Existenz gefährdet.

50% Drehabbruch/ Drehverschiebungen
100% Mehrkosten zum Arbeitsschutz

Das ZDF übernahm 2020 Corona-Mehrkosten in zweistelliger Millionenhöhe.

Das ZDF investiert kontinuierlich in die Erprobung technischer Innovationen, die auch für die Marktentwicklung einen wichtigen Beitrag leisten. Derzeit arbeitet das ZDF an einem deutlichen **Ausbau des Programmvolumens, das in HD-HDR oder UHD-HDR** in der ZDFmediathek verfügbar gemacht wird. Diese Bemühungen werden im Zeitraum 2021/2022 weiter verstärkt, um das Bilderlebnis der Nutzer*innen zu erhöhen. Dies gilt auch für die Sprachverständlichkeit des Programms.

>> Öffentlich-rechtlicher Umgang mit Daten und Personalisierung

Die Distribution von Medieninhalten ist zunehmend auf die Nutzung von Daten angewiesen, um den Nutzer*innen einfachen Zugang zu gewünschten Inhalten sowie ein bestmöglich individualisiertes Nutzungserlebnis zu garantieren. Im Gegensatz zu den üblichen Branchenstandards bemüht sich das ZDF hierbei um **größtmögliche Transparenz gegenüber den Nutzer*innen und der Branchenöffentlichkeit**. Auch bei der Weiterentwicklung der Personalisierung der ZDFmediathek auf Basis eines öffentlich-rechtlichen Algorithmus werden diese Grundsätze verfolgt. Mit der begleitenden Erforschung des Nutzungsverhaltens leistet das ZDF einen wichtigen Beitrag zum **Erkenntnisgewinn im Bewegtbildmarkt**. Gemeinsam mit der ARD werden große Marktstudien, wie die ARD/ZDF-Onlinestudie, fortgeführt. Ein Schwerpunkt liegt zudem in der Erforschung ausspielwegübergreifender Nutzungsveränderungen. Das ZDF wird die gewonnenen Erkenntnisse 2021/2022 verstärkt mit der Öffentlichkeit und insbesondere den eigenen Partnern in der Kreativwirtschaft teilen.

>> Nachwuchs fördern, Diskriminierung vermeiden

Die Nachwuchsförderung nimmt in der Unternehmensstrategie des ZDF eine besondere Bedeutung ein. Im Zeitraum 2021/2022 steht die **genreübergreifende Talentförderung für non-lineare Programmangebote** im Fokus. Diese umfasst sowohl Funktionen vor als auch hinter der Kamera. Dabei sollen Diversitätskriterien noch stärker berücksichtigt werden.
Das ZDF hat außerdem zur Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz umfangreiche Maßnahmen ergriffen. Hier wird u. a. die branchenweite **Beratungsstelle Themis**, an deren Gründung das ZDF beteiligt war, durch eine höhere finanzielle Zuwendung unterstützt.

Arbeitsschwerpunkte bei der Unterstützung der Kreativwirtschaft 2021/2022

Zentrale Messgrößen

Ausbau **Green Shooting**

Die Anzahl nachhaltiger Produktionen wird im Zeitraum 2021/2022 genreübergreifend gegenüber 2019/2020 ausgebaut und im Nachhaltigkeitsbericht dargestellt.

Unterstützung **Brancheninitativen**

Das ZDF plant für 2021/2022 die Unterstützung von 40 Brancheninstitutionen, darunter Filmförderungen sowie die Beratungsstelle Themis.

Ausbau **Bild-/Tonqualität**

Das ZDF plant die Bildqualität zu erhöhen, gemessen am Programmvolumen in HD-HDR und UHD-HDR. Zudem soll die Sprachverständlichkeit optimiert werden.

Projektanzahl **Nachwuchs**

Das ZDF wird 2021/2022 mindestens 50 Nachwuchsprojekte unterstützen; die Möglichkeiten für den Filmnachwuchs werden vor allem bei non-linearen Projekten ausgebaut.

Quellenverzeichnis

Kapitel 1
1: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE (2021)
2: ARD/ZDF Massenkommunikation (2020)
3: ZDF-Familie inkl. Partnerprogramme (TV / Streaming, NRW 1sec, Marktstandard Bewegtbild, Jan-Dez 2020). AGF in Zusammenarbeit mit Ankordata, Nielsen und GfK

Kapitel 2
1: Vodafone Stiftung, infratest dimap (2020)
2: Die Medienanstalten, Vielfaltsbericht (2020)
3: Nennung als wichtigste oder zweitwichtigste Informationsquelle, ARD/ZDF Massenkommunikation (2020)

Kapitel 3
1: Sinus Institut (2020)
2: Statistisches Bundesamt (2019)
3: ZDF Imagetrend (2020)

Kapitel 4
1: Forschugsgruppe Wahlen, Langzeitbeobachtung Politbarometer (2021)
2: ZDF Integrationsstudie, Hans Bredow Institut, Mindline Media (2019)
3: ZDF Integrationsstudie, Hans Bredow Institut, Mindline Media (2019)

Kapitel 5
1: JIM Plus, GIM im Auftrag mpfs (2020)
2: BDKV (2020)
3: ZDF Social Media Bericht (2020)
4: ZDF Markenbarometer (2020)

Kapitel 6
1: AGF in Zusammenarbeit mit GfK (2020)
2: GfK SVOD-Tracker, Stand: 3. Quartal 2020 (2020)
3: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE (2021)

Kapitel 7
1: BMWi (2020)
2. Produzentenallianz, Herbstumfrage (2020)
3. ZDF Haushaltsplanung (2020)

Fotos
ZDF/Aljoscha Hofmann (2), Stefan Neuburger, Daniela Agostini, Simone Grabs, Frauke Siebold, Dominique Klughammer, Ralf Heinze, Thomas Henkel (2), Manfred Karremann, Axel Koch, Almut Faass, Anabel Münstermann, Tina Radke-Gerlach, Vita Spieß, Eyk Friebe, Daniel Moj, Johann Ahrends, Florian Lippke, Pia Huneke, Thomas Buchholz, Michael Petsch, Güner Yasemin Balci

ZDF
Anstalt des öffentlichen Rechts
ZDF-Straße 1
55127 Mainz

Intendant
Dr. Thomas Bellut

Redaktion: Dr. Florian Kumb, Beate Höbermann, Stefan Müller
Mitarbeit: Sophie Burkhardt, Ira Frinken, Astrid Hübers, Katharina Kolvenbach, David Sauer, Lara Schäfer, Paul Wolff