BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE DES ZDF

2022

Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF

2022

Inhaltsübersicht

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF 6

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF 10

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF 10

2. Ergebnisse des 23. KEF-Berichts 11

3. Beitragsperioden 2017 - 2020 und 2021 - 2024 12

3.1 Erträge 14
3.2 Personalaufwendungen 14
3.3 Programmaufwendungen 16
3.4 Programmverteilung 17
3.5 Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen 17

4. Erfüllung des Programmauftrags 18

4.1 ZDF-Programmfamilie 18
4.1.1 ZDF 18
4.1.2 ZDFneo 38
4.1.3 ZDFinfo 40
4.2 Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF 41
4.2.1 Europäischer Kulturkanal ARTE 41
4.2.2 phoenix 44
4.2.3 3sat 46
4.2.4 KiKA 48
4.2.5 funk 52
4.3 Online-Angebote 54
4.4 Programmverteilung und neue Technologien 55
4.4.1 Terrestrik 56
4.4.2 Satellit und Kabel 56
4.4.3 Übertragungswege über das Internet 57
4.4.4 Aktuelle technologische Entwicklungen 59

5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung 60

6. Ausgewählte gemeinsame Aktivitäten von ARD, Deutschlandradio und ZDF 65

6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice 65
6.2 SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH 66
6.3 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH 67

7. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen 68

7.1 ZDF Studios GmbH (bis 31. März 2022 ZDF Enterprises GmbH) 68
7.2 ZDF Werbefernsehen GmbH 69
7.3 Bavaria Studios & Production Services GmbH 70

Impressum 71

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF

Nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) erstatten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, Deutschlandradio und das ZDF alle zwei Jahre jeweils zeitnah nach Vorliegen des Berichts der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) allen Landesparlamenten schriftlich Bericht über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

Ziel des vorliegenden Berichts ist es, den Abgeordneten aller Landesparlamente Informationen zur Verfügung zu stellen, um insbesondere die wirtschaftliche und finanzielle Situation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten besser beurteilen zu können.

Entsprechend dem üblichen KEF-Verfahren handelt es sich beim 23. KEF-Bericht um einen sogenannten Zwischenbericht. Es werden darin die Annahmen und Feststellungen aus dem 22. Bericht geprüft und Veränderungen dokumentiert. Zu diesem Zweck haben die Rundfunkanstalten ihren voraussichtlichen Finanzbedarf für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 auf der Basis aktualisierter Zahlen und neuer Entwicklungen angemeldet. Mehrbedarfe ergeben sich insbesondere bei ARD und ZDF vor allem infolge der Auswirkungen der Corona-Pandemie. Dazu gehören etwa Mehrkosten bei Produktionen wegen Sicherheitsauflagen und Testungen. Darüber hinaus war die unklare Beitragssituation infolge der nicht wie vorgesehen zum 1. Januar 2021 umgesetzten Beitragsanpassung zu berücksichtigen. Insgesamt vertritt die Kommission nach Abwägen aller Chancen und Risiken die Auffassung, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit der im 22. Bericht empfohlenen Beitragsanpassung auf monatlich 18,36 Euro für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 bedarfsgerecht finanziert sind. Somit ist der 23. KEF-Bericht, wie bei einem Zwischenbericht üblich, nicht beitragsrelevant.

Eine abschließende Gesamtrechnung ist aus Sicht der KEF angesichts weiter bestehender Unsicherheiten über die zukünftige Entwicklung jedoch nur eingeschränkt möglich. Das betrifft insbesondere die Preisentwicklung und die Folgen der Corona-Pandemie auf sonstige liquiditätswirksame Faktoren. Eine erneute Bestandsaufnahme wird die Kommission zum 24. Bericht auf Basis der dann vorliegenden Erkenntnisse vornehmen. Dabei wird die KEF auch überprüfen, ob wegen der verzögerten Beitragsanpassung die Notwendigkeit zur Kompensation besteht.

In einer Hinsicht unterscheidet sich dieser KEF-Bericht von regulären Zwischenberichten: Zum Zeitpunkt ihrer Anmeldung konnten die Anstalten noch nicht absehen, ob und wann genau die Beitragsempfehlung der KEF aus ihrem 22. Bericht umgesetzt werden würde. Denn nachdem der Erste Medienänderungsstaatsvertrag zur Anpassung des Rundfunkbeitrags nicht wie erforderlich von allen Ländern im Jahr 2020 ratifiziert worden war, wurde der Rundfunkbeitrag zunächst nicht wie von der KEF in ihrem 22. Bericht empfohlen zum 1. Januar 2021 erhöht. Erst mit Beschluss vom 20. Juli 2021 gab der Erste Senat des Bundesverfassungsgerichts den von ARD, Deutschlandradio und ZDF eingereichten Verfassungsbeschwerden statt und ordnete an, dass der Rundfunkbeitrag entsprechend dem Ersten Medienänderungsstaatsvertrag vorläufig angepasst wird. Der Rundfunkbeitrag konnte damit ab August 2021 monatlich in Höhe von 18,36 Euro eingezogen werden.

Der Erste Senat knüpft in seinem Beschluss an die ständige Rechtsprechung des Gerichts an. Demnach kommt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Rahmen der dualen Rundfunkordnung die Aufgabe zu, den klassischen Funktionsauftrag der Rundfunkberichterstattung zu erfüllen. Insbesondere hebt das Verfassungsgericht den Auftrag der Rundfunkanstalten im Internet als Gegengewicht zu Fake News[1], Filterblasen[2] und Deep Fakes[3] hervor und betont erneut, dass dadurch die Bedeutung des beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks weiter wächst.

Hinsichtlich der Finanzierungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stellt das Gericht klar, dass für die funktionsgerechte Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine staatliche Handlungspflicht besteht. Sie zu erfüllen ist Aufgabe der Ländergesamtheit als föderaler Verantwortungsgemeinschaft, wobei jedes Land Mitverantwortungsträger ist. Die Festsetzung des Rundfunkbeitrags muss frei von sachfremden Einflüssen, insbesondere medienpolitischen Zwecksetzungen, erfolgen. Von der konkreten Beitragsempfehlung der KEF abzuweichen ist möglich, allerdings nur aus Gründen, die vor der Rundfunkfreiheit Bestand haben. Programmliche und medienpolitische Zwecke scheiden in diesem Zusammenhang aus. Abweichungen müssen zudem nachvollziehbar begründet und von der Verantwortungsgemeinschaft der Länder gemeinsam getragen werden.

Die Corona-Pandemie verdeutlichte in besonderem Maße die hohe gesellschaftliche Relevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Nachfrage nach seriösen Informationen wie auch unterhaltenden Inhalten sowie kulturellen und bildenden Programmen wuchs in der Pandemie deutlich. Vor

[1] Fake News sind Informationen in Form von Texten, Fotos oder Videos, die nicht der Wahrheit entsprechen. In ihrer visuellen Gestaltung und ihrem Aufbau ähneln Fake News klassischen Nachrichtenbeiträgen, um über ihren fehlenden Wahrheitsgehalt hinwegzutäuschen. (Quelle: www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/was-sind-fake-news/ 11. November 2021)

[2] Filterblasen entstehen durch die verstärkte Anzeige ähnlicher Inhalte bei Suchmaschinen oder in sozialen Netzwerken auf grund eines auf einem Algorithmus basierenden Filters. (Quelle: www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/fake-news/filterblasen-wen man-nur-das-gezeigt-bekommt-was-man-eh-schon-kennt/ 11. November 2021)

[3] Deep Fake bezeichnet eine Technik, bei der künstliche Intelligenz Bilder oder Videos errechnet, die so eigentlich gar nicht existieren. (Quelle: www.lmz-bw.de/aktuelles/aktuelle-meldungen/detailseite/deefake-wie-kuenstliche-intelligenz-die-wahrheit-auf-den-kopf-stellt/ 11. November 2021)

allem die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender haben hiervon profitiert. So hat sich im ersten Lockdown die Sehdauer für öffentlich-rechtliche TV-Inhalte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um rund 20 Prozent erhöht. 84 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren halten in Umfragen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit seinen Angeboten in TV, Radio und Internet in der Corona-Situation für wichtig oder sehr wichtig für die Allgemeinheit.[4] In der unabhängigen Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen erzielten die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender 2020 wie in den Jahren zuvor die höchsten Vertrauenswerte, gefolgt von den Regionalzeitungen. Dahinter rangieren die überregionalen Zeitungen und mit deutlichem Abstand das private Fernsehen und die Boulevardzeitungen.[5] Insbesondere das Radio ist als Alltagsbegleiter in Krisenzeiten für die Menschen wichtiger denn je: In allen Altersgruppen erzielt es höhere Tagesreichweiten als 2020.[6]

Wie wertvoll unabhängige und verlässliche Informationen sind und wie hoch die Resonanz darauf ist, erwies sich erneut bei der Berichterstattung zum Krieg in der Ukraine.

Das Bundesverfassungsgericht weist in seinem Beschluss darauf hin, dass die Bedeutung verlässlicher Informationsquellen für unsere Gesellschaft und unsere Demokratie in der digitalen Medienwelt unvermindert hoch bleibt. Die öffentlich-rechtlichen Sender erfüllen ihren Auftrag, indem sie unserer Gesellschaft Informations-, Bildungs-, Wissens- und Unterhaltungsinhalte anbieten. Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk, wie vom Bundesverfassungsgericht gefordert, auch ein wirksames Gegengewicht gegen Fake News, Filterblasen, Deep Fakes und nicht-journalistische Inhalte bilden, muss er die gesamte Gesellschaft regelmäßig erreichen können. Das erfordert nicht nur eine funktionsgerechte Finanzierung; vielmehr muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch dem technischen Fortschritt und den Veränderungen im Verhalten der Nutzer*innen Rechnung tragen. Dazu soll – mit Blick auf den weiter wachsenden nonlinearen Medienkonsum – unter anderem das gemeinsame Streaming-Netzwerk von ARD und ZDF beitragen. Es soll dem Publikum ermöglichen, sowohl ZDF-Inhalte in der ARD Mediathek als auch umgekehrt ARD-Inhalte in der Mediathek des ZDF zu finden. Um erste Erfahrungen zu sammeln, werden die Nutzer*innen in einem Pilotversuch bei der Suche nach den „tagesthemen“ in der ZDFmediathek (Web-Version) bereits in die ARD Mediathek verlinkt. Auf dem gleichen Weg führt umgekehrt die Suche nach dem „heute journal“ in der ARD Mediathek auf die entsprechende Seite der ZDFmediathek. Möglich sein soll es außerdem, sich in beiden Angeboten mit der gleichen Kennung einzuloggen und Empfehlungen auch aus dem jeweils anderen Angebot direkt abspielen zu können. Das Netzwerk wird in den kommenden Jahren schrittweise aufgebaut. Die Inhalte des jungen Angebots funk sowie von ARTE und phoenix haben beide Mediatheken bereits integriert. Den Veränderungen im Verhalten und den Erwartungen der Nutzer*innen Rechnung zu tragen, heißt nicht nur, die technische Verbreitung modernen Gewohnheiten und Ansprüchen entsprechend zu gestalten, sondern schon in der Entwicklung der Angebote diesen Ansprüchen Rechnung zu tragen und gemeinsame Wege zu suchen. Dies geschieht beispielsweise mit dem neuen Kulturportal der ARD, das von Weimar aus gestaltet wird. Hier sollen medienübergreifend Kulturinhalte in Video-, Audio- oder digitalen Formaten der ARD-Anstalten aufbereitet und projektbezogen mit den Angeboten von ZDF und Deutschlandradio verlinkt werden.

[4] Vgl. dazu „Gesellschaftliche Relevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Corona-Zeiten“ Studie des ZDF und des Forschungsinstituts „mindline media“ (https://www.zdf.de/zdfunternehmen/medienforschung-studien-corona-berichterstattung-100.html)
[5] Vgl. dazu Media Perspektiven 03/2021, Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2020: Medienvertrauen in Krisenzeiten S. 152 ff.
[6] Vgl. dazu Media Perspektiven 7-8/2021, Aktuelle Ergebnisse der repräsentativen Langzeitstudie: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021: Mediennutzung im Intermediavergleich S. 370 ff.

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF

Das oberste strategische Finanzziel des ZDF ist es, das finanzielle Gleichgewicht innerhalb einer Beitragsperiode zu sichern. Unter dieser Zielsetzung stehen auch die Planungen der Beitragsperiode 2021 bis 2024. Zur Erreichung dieses Zieles hat das ZDF bereits vor Jahren einen konsequenten Sparkurs in Redaktion, Produktion und Verwaltung eingeschlagen – permanente Strukturoptimierungen aufgrund erhöhter Wirtschaftlichkeitsbestrebungen und veränderter Wettbewerbsanforderungen sind im ZDF seit Jahren ein kontinuierlicher Prozess. Beispiele hierfür sind die Auflösung und Überführung der Direktion Europäische Satellitenprogramme in Plattformredaktionen sowie der mit der KEF vereinbarte Personalabbau von 562 FTE[7] gegenüber dem Jahr 2010 bis zum Ende des Jahres 2020, mit etwa 3.500 Festangestellten. Mithilfe solcher Maßnahmen und einer restriktiven Haushaltssteuerung konnten Mehrbedarfe für neue Projekte wie für den Ausbau von ZDFneo, ZDFinfo, funk sowie Online- und Social Media-Angebote mittels interner Umschichtungen aufgefangen werden. Auch in der aktuellen Beitragsperiode tragen diese laufenden Strukturoptimierungen dazu bei, die Beitragszahler*innen zu entlasten. Ebenso aufwandssenkend im Finanzbedarf berücksichtigt sind die Strukturprojekte aus den Vorgaben der Länder zu Auftrag und Strukturoptimierung der Rundfunkanstalten.

Das ZDF wird weiterhin Priorisierungen und Effektivitätssteigerungen vornehmen. Allerdings ist anzumerken, dass sich tiefgreifende Umstrukturierungsprozesse nicht beliebig fortführen oder wiederholen lassen. Insgesamt ist festzuhalten, dass die Gratwanderung zwischen dem, was angesichts der Rahmenbedingungen und der Erwartungshaltung sowohl der politischen Entscheidungsträger*innen als auch der Beitragszahler*innen finanziell vertretbar ist, und dem, was zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und zur programmlichen Entwicklung erforderlich wäre, immer schwieriger wird. Eine geringe Personalaufwandsquote und ein hoher Anteil externer Beauftragung im Bereich der Programmherstellung unterstreichen, dass die möglichen Maßnahmen zur Effiziensteigerung weitgehend ausgereizt sind. Das ZDF wird sich dieser Herausforderung weiterhin stellen und alles tun, um eine belastbare Balance zwischen finanziellen Restriktionen und programmlichen Perspektiven zu finden.

[7] Full Time Equivalents bzw. Vollzeitäquivalente

2. Ergebnisse des 23. KEF-Berichts

Nach § 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag melden die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio im Abstand von zwei Jahren jeweils für eine vierjährige Periode ihren Finanzbedarf zur Erfüllung des öffentlichen Auftrags an die KEF. Aufgabe der KEF ist es, den von den Rundfunkanstalten angemeldeten Finanzbedarf unter Beachtung der Programmautonomie der Rundfunkanstalten fachlich zu überprüfen. Über ihr Ergebnis erstattet sie den Landesregierungen alle zwei Jahre einen Bericht, legt die Finanzlage der Rundfunkanstalten dar und nimmt für gewöhnlich in jedem zweiten Bericht zu der Frage Stellung, ob und in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt eine Änderung des Rundfunkbeitrags notwendig ist.

Beim 23. KEF-Bericht handelt es sich um einen sogenannten Zwischenbericht, in dem die Kommission im Wege einer Zwischenbilanz feststellt, wie sich die aktuellen Bedarfsplanungen der Anstalten zu den Ansätzen verhalten, die dem beitragsrelevanten 22. KEF-Bericht zugrunde gelegt wurden. Die Kommission ist nach Abwägung aller Risiken und Chancen der Auffassung, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit der Beitragsanpassung auf monatlich 18,36 Euro für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 bedarfsgerecht finanziert sind. Die Anpassung auf diesen Betrag wurde von der Kommission bereits in ihrem 22. Bericht empfohlen und vom Bundesverfassungsgericht mit Beschluss vom 20. Juli 2021 umgesetzt.

Die aktuelle Überprüfung der KEF bestätigt im Wesentlichen die Feststellungen des 22. Berichts. Eine abschließende Gesamtrechnung ist jedoch aus Sicht der KEF angesichts weiter bestehender Unsicherheiten über die zukünftige Entwicklung nur eingeschränkt möglich. Das betrifft insbesondere die Preisentwicklung und die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf sonstige liquiditätswirksame Faktoren. Eine erneute Bestandsaufnahme wird die Kommission zum 24. Bericht auf der Grundlage der dann vorliegenden Erkenntnisse vornehmen.

Die Anpassungen der KEF im Einzelnen:

Erträge
Die KEF nimmt eine Korrektur des von den Anstalten angemeldeten Beitragsaufkommens (inkl. Arte) in Höhe von 368,9 Mio. Euro für die Jahre 2021 bis 2024 vor, wovon 151,1 Mio. Euro auf das ZDF entfallen. Diese Zuschätzung beruht im Wesentlichen darauf, dass die Kommission in ihrem 23. Bericht von der Umsetzung ihrer Empfehlung aus dem 22. Bericht ausgeht (Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags von 17,50 Euro auf 18,36 Euro zum 01. Januar 2021), während den Anmeldungen der Anstalten – aufgrund der zunächst ausgebliebenen Beitragsanpassung – für das Jahr 2021 weiterhin der monatliche Rundfunkbeitrag in Höhe von 17,50 Euro zugrunde liegt.

Ob aufgrund der verzögerten Beitragsanpassung Kompensationsnotwendigkeiten bestehen, wird die KEF im Rahmen des 24. Berichts prüfen. Sie geht aus heutiger Sicht davon aus, dass den Rundfunkanstalten für die aktuelle Beitragsperiode ausreichend Finanzmittel zur Verfügung stehen.

Bei den übrigen Ertragspositionen nimmt die KEF beim ZDF eine geringfügige Zuschätzung in Höhe von 12,2 Mio. Euro vor.

Personalaufwendungen ohne Altersversorgung
Die Personalaufwendungen des 22. Berichts werden bestätigt. Die gegenüber der Anmeldung des ZDF vorgenommene Kürzung in Höhe von 7,9 Mio. Euro beruht auf einem Wirtschaftlichkeitsabschlag.

Die angemeldeten Umschichtungen aus der freien Mitarbeit in Festanstellung im Umfang von 300 Stellen erkennt die Kommission an.

Altersversorgung
Die Kommission erkennt die Anmeldungen des ZDF zur Altersversorgung grundsätzlich an. Allerdings verhängt sie für die Pensionskassenbeiträge von ARD und ZDF jeweils eine Sperre. Die Aufhebung der Sperren (ZDF: 15,9 Mio. Euro) ist an die Vorlage von Konzepten zum Umgang mit den Pensionskassen geknüpft.

Programmaufwendungen
Auch bei den Programmaufwendungen werden die Werte des 22. Berichts bestätigt, der keine pandemiebedingte Effekte beinhaltet (Verschiebungen und Mehrbedarfe). Damit trägt die KEF den Unsicherheiten über die aktuellen und zukünftigen Preissteigerungen Rechnung. Eine endgültige Bewertung der Preis- und Kostenentwicklung wird die Kommission erst im 24. Bericht vornehmen. Die Mehrbedarfe für Urheber, die die Anerkennung des Urhebermehrbedarfs im 20. Bericht übersteigen, erkennt die KEF nicht an. Coronabedingte Mehrbedarfe und auch pandemiebedingte Verschiebungen von Aufwendungen (Sportgroßereignisse) werden von der KEF anerkannt.

Programmverteilung
Die Anmeldungen des ZDF zur Programmverteilung liegen in etwa auf dem im 22. Bericht festgestellten Niveau und werden von der KEF bestätigt.

Sachaufwendungen
Die angemeldeten indexierbaren Sachaufwendungen des ZDF, die bereits eine pauschale Einsparerwartung enthalten, werden von der Kommission um 42,5 Mio. Euro gekürzt. Damit wird ein Mehrbedarf in Höhe von 7,6 Mio. Euro gegenüber der Feststellung im 22. Bericht berücksichtigt. Bei den nicht indexierbaren Sachaufwendungen entspricht die Feststellung der KEF der Anmeldung des ZDF. Gegenüber der Feststellung im 22. Bericht wird ein Mehraufwand in Höhe von 19,7 Mio. Euro anerkannt.

Investitionen und Instandhaltungsaufwendungen
Für den Zeitraum 2021 bis 2024 erkennt die Kommission die bereits im 22. Bericht festgestellten Investitionen an. Zum 23. Bericht angemeldete Mehrbedarfe erkennt die KEF nicht an und kürzt die Anmeldungen des ZDF daher um 14,0 Mio. Euro.

Großinvestitionen
Die vom ZDF angemeldeten Neubauten auf dem Mainzer Lerchenberg als Ersatz für baufällige Gebäude werden, einschließlich der Finanzierung dieser Bauvorhaben über Kredit, anerkannt.

Entwicklungsbedarf (Projekte)
Das ZDF hat keine Projekte angemeldet.

3. Beitragsperioden 2017 - 2020 und 2021 - 2024

Im Folgenden werden die Erträge und Aufwendungen der beiden Beitragsperioden 2017 bis 2020 und 2021 bis 2024 tabellarisch dargestellt und kurz beschrieben. Die IST-Daten der Jahre 2017 bis 2020 basieren auf den veröffentlichten Jahresabschlüssen und die Plan-Daten für 2021 und 2022 auf den entsprechenden Haushaltsplänen. Eine Ausnahme bilden die Rundfunkbeiträge des Jahres 2021, die nicht auf der zur Haushaltsplanung angenommenen Beitragsanpassung zum 01. Januar 2021 auf 18,36 Euro basieren, sondern entsprechend der Anmeldung zum 23. KEF-Bericht für dieses Jahr zunächst weiterhin einen monatlichen Beitrag in Höhe von 17,50 Euro zugrunde legen. Die Vorschau-Werte für die Jahre 2023 bis 2024 stammen aus der Finanzvorschau der Anmeldung zum 23. KEF-Bericht, die an den Haushaltsplan 2021 – den zum Zeitpunkt dieser Anmeldung aktuellen Haushaltsplan – anknüpft und hieraus die Ansätze fortentwickelt. Außerdem orientiert sich die Finanzplanung an den Rahmenvorgaben aus dem 22. KEF-Bericht – unter Berücksichtigung zwischenzeitlich aufgetretener Belastungen wie Auswirkungen der Corona-Pandemie.

Da der vorliegende Bericht für das Jahr 2022 den nach Abgabe an die KEF fertiggestellten Haushaltsplan berücksichtigt, wohingegen die Anmeldung zum 23. KEF-Bericht für das Jahr 2022 noch von Finanzvorschauwerten ausging, ergibt sich an dieser Stelle eine Abweichung gegenüber der Anmeldung zum 23. KEF-Bericht. Für das Jahr 2020 ging die Anmeldung teilweise noch von Haushaltsplanwerten aus, die aber bereits im weiteren Verlauf des KEF-Verfahrens auf Jahresabschlusswerte aktualisiert wurden. Der vorliegende Bericht enthält alle Werte in der der KEF-Anmeldung zugrundeliegenden Finanzvorschausystematik. Die in Kapitel 2 beschriebenen Anpassungen der KEF sind in den folgenden Werten noch nicht enthalten. Sie werden in den kommenden Planungsschritten in die Finanzplanung des ZDF eingearbeitet

in Mio. Euro[1]	2017 Ist	2018 Ist	2019 Ist	2020 Ist	2021 Plan[2]	2022 Plan	2023 Vorschau	2024 Vorschau	Gesamt 2017 - 2020	Gesamt 2021 - 2024
Rundfunkbeiträge	1.894,9	1.903,0	1.917,5	1.928,5	1.917,9	2.027,1	2.081,1	2.031,3	7.644,0	8.057,4
(davon nicht verfügbar gem. KEF)[3]	(33,7)	(33,7)	(34,0)	(34,1)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(135,5)	(0,0)
Erträge aus Werbefernsehen	153,7	176,0	163,0	162,3	162,0	168,0	160,0	160,0	655,0	652,0
Sonstige Erträge[4]	145,2	155,2	149,7	139,7	186,0	207,4	192,0	199,4	589,8	784,8
Erträge	2.193,8	2.234,2	2.230,2	2.230,5	2.265,9	2.402,5	2.433,1	2.392,6	8.888,8	9.494,2
(davon verfügbar gem. KEF)[3]	(2.160,2)	(2.200,5)	(2.196,3)	(2.196,3)	(2.265,9)	(2.402,5)	(2.433,1)	(2.392,6)	(8.753,3)	(9.494,2)
Personalaufwendungen	512,3	600,0	549,3	619,1	573,5	565,6	493,1	507,0	2.280,6	2.139,2
(davon: Personalaufwand ohne AV)	(311,2)	(321,3)	(324,5)	(338,0)	(353,3)	(366,6)	(383,8)	(399,2)	(1.295,1)	(1.502,9)
(davon: Altersversorgung)	(201,0)	(278,7)	(224,7)	(281,1)	(220,2)	(199,1)	(109,3)	(107,8)	(985,6)	(636,3)
Programmaufwendungen	1.240,3	1.278,5	1.202,6	1.157,8	1.404,1	1.399,3	1.320,0	1.390,8	4.879,2	5.514,1
Programmverteilung[4]	69,6	68,0	58,1	63,0	64,9	65,6	65,8	68,5	258,6	264,8
Geschäftsaufwendungen	210,9	222,6	227,0	233,5	248,5	247,1	231,6	239,5	894,0	966,7
Andere Aufwendungen	262,8	259,6	259,2	241,1	307,7	321,7	327,0	334,9	1.022,6	1.291,3
Aufwendungen	2.295,9	2.428,7	2.296,1	2.314,4	2.598,7	2.599,2	2.437,5	2.540,8	9.335,1	10.176,2

[1] Es können rundungsbedingte Abweichungen auftreten.
[2] Rundfunkbeiträge wurden entsprechend der Anmeldung zum 23. KEF-Bericht auf Basis einer Beitraghöhe von 17,50 Euro ermittelt (abweichend zum Haushaltsplan 2021 mit 2.044,2 Mio. Euro)
[3] Beitragsmehrerträge, die einer Sonderrücklage zugeführt wurden bzw. Summe der Erträge ohne diese Beitragsmehrerträge.
[4] Inkl. Erträgen/Aufwendungem aus der Kostenbeteiligung des KiKA an der Satellitenverbreitung. Diese waren in der Anmeldung zur 22. KEF und somit im LTB 2020, um der KEF-Systematik zu entsprechen, ergebnisneutral eliminiert worden. Im Rahmen der letzten KEF-Anmeldung wurden die Darstellungen weiter differenziert, so dass in der Anmeldung zur 23. KEF und somit im LTB 2022 ein unsaldierter Ausweis erfolgt.

3.1 Erträge

Für den Zeitraum 2017 bis 2020 wurden Erträge in Höhe von 8.888,8 Mio. Euro erzielt, für den Zeitraum 2021 bis 2024 sind Erträge in Höhe von 9.494,2 Mio. Euro eingeplant. Die größte Position stellen mit 7.644,0 Mio. Euro bzw. 8.057,4 Mio. Euro jeweils die Rundfunkbeiträge dar, wobei die an ARTE und an die KEF weiterzuleitenden Anteile am Beitragsaufkommen des ZDF bereits ertragsmindernd berücksichtigt sind. In den Jahren 2017 bis 2020 wurden Beitragserträge in Höhe von insgesamt 135,5 Mio. Euro erzielt, die zwar in den oben genannten Werten enthalten sind, aber dem ZDF in den betreffenden Haushaltsjahren nicht zur Verfügung stehen. Sie wurden einer Sonderrücklage zugeführt, auf die in der aktuellen Beitragsperiode zurückgegriffen werden kann. Den Rundfunkbeiträgen liegt der Rundfunkbeitragsstaatsvertrag zugrunde. In den IST-Jahren 2017 bis 2020 betrug der monatliche Beitrag 17,50 Euro und auch für das Jahr 2021 ging die Anmeldung zum 23. KEF-Bericht – nachdem der neue Staatsvertrag nicht zum 01. Januar 2021 in Kraft trat – von dieser Beitragshöhe aus. Die Beitragsplanung ab dem Jahr 2022 basiert auf der Prognose der AG Beitragsplanung von ARD, ZDF, Deutschlandradio und dem „ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice“[8] vom März 2021 und geht von einem monatlichen Beitrag in Höhe von 18,36 Euro aus.

Die Ansätze für die Werbeerträge beruhen auf der Annahme, dass die dem ZDF laut Staatsvertrag erlaubte Werbezeit auch zukünftig weitgehend ausgebucht sein wird und dem ZDF keine weiteren Beschränkungen in diesem Bereich auferlegt werden. Die Schwankungen zwischen den Jahren folgen der Bedeutung und Vermarktungseinschätzung der jeweils in diesen Jahren stattfindenden Sportgroßereignisse.

Die Sonstigen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus Erstattungen von ARTE für Programmzulieferungen sowie Verwertungserlösen, Beteiligungserträgen, Sponsoringerträgen und Kostenerstattungen zusammen. Darüber hinaus werden ab dem Jahr 2021 Veränderungen des Rückkaufwertes für die abgeschlossenen Rückdeckungsversicherungen nicht mehr mit den entsprechenden Prämienzahlungen saldiert. Der Wegfall der bisher erfolgten Saldierung schlägt sich sowohl in einem Anstieg bei dem Posten Sonstige Erträge als beim Posten Andere Aufwendungen nieder.

3.2 Personalaufwendungen

Für den Zeitraum 2017 bis 2020 betrugen die Personalaufwendungen 2.280,6 Mio. Euro, für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 sind 2.139,2 Mio. Euro eingeplant. Diese setzten sich aus Personalaufwendungen ohne Altersversorgung in Höhe von 1.295,1 Mio. Euro bzw. 1.502,9 Mio. Euro und Aufwendungen für die Altersversorgung in Höhe von 985,6 Mio. Euro bzw. 636,3 Mio. Euro zusammen. Neben den Tarifsteigerungen sind alle Veränderungen erfasst, die sich z. B. durch turnusmäßige Steigerungen und Stellenanhebungen ergeben. Die Planungen beinhalten die Auswirkungen der an die Länder gemeldeten Strukturoptimierungsmaßnahmen.

Die Versorgungsaufwendungen setzen sich hauptsächlich aus den Beiträgen des ZDF zu den Pensionskassen, den direkt vom ZDF zu zahlenden Renten sowie der Zuführung zur Versorgungsrückstellung zusammen. Den Ansätzen für die Altersversorgung liegen im Wesentlichen die Berechnungen des Versicherungsmathematikers zugrunde. In den Vorschaujahren sind, in Absprache mit der KEF, keine Aufwendungen für die erwartete unterjährige Rechnungszinsabsenkung berücksichtigt.

[8] Siehe hierzu Kapitel 6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice

Die Personalaufwendungen sind von dem mit der KEF vereinbarten Stellen- und Personalabbau von insgesamt 562 Vollzeitäquivalenten bis zum Jahr 2020 im Vergleich zum Ist-Stand 2010 geprägt. Parallel zu diesem Abbauprozess erfolgt zur Erreichung sachgerechter Beschäftigungsformen eine Umschichtung von Freier Mitarbeit zu festen Stellen, die auch in der aktuellen Beitragsperiode fortgeführt wird. Der von der KEF in der aktuellen Beitragsperiode von den Anstalten erwartete Abbau von jährlich 0,5 Prozent der besetzten Planstellen wird vom ZDF nach Bereinigung um die durch die Kommission anerkannten Umschichtungen – unter Einbeziehung eines Abbaus in der Freien Mitarbeit sowie aus bereits in der Vorperiode vorgezogenen Einsparungen aus Strukturoptimierungsmaßnahmen – erbracht.

Das ZDF hat im durch die Corona-Pandemie geprägten Jahr 2021 rund 610 Ausbildungs-, Praktikums- und Volontariatsplätze betreut, um damit kompetenten Nachwuchs zu sichern und zu fördern. Seit Juli 2021 werden alle Praktika im In- und Ausland, unabhängig davon, ob es sich um Pflicht- oder freiwillige Praktika handelt und unabhängig von einer Mindestdauer, vergütet. Darüber hinaus wird durch eine gezielte Ausschreibung der einzelnen Praktika eine bessere Passung für die Anforderungen der Fachbereiche gewährleistet. Das Redaktionsvolontariat wurde fortgesetzt, alle Trainings fanden im Webinar-Betrieb statt. Im Rahmen der erstmalig bedarfsorientierten Differenzierung des Ausbildungsangebots wurde für diesen Jahrgang in Zusammenarbeit mit Expert*innen der betreffenden Redaktionen ein Spezial-Kurs „Fiction“ konzeptioniert. Einen weiteren Themen-Schwerpunkt im Curriculum bildete der Bereich „Diversity“. Das 2019 begonnene Kamera-Volontariat in Kooperation mit der Fernsehakademie Mitteldeutschland wurde von allen Teilnehmer*innen erfolgreich mit Bachelor-Niveau abgeschlossen. Auch im zweiten Pandemie-Jahr konnten alle Ausbildungs- und dualen Studienplätze besetzt werden. Alle (remote) ausgewählten Auszubildenden und DH-Student*innen begannen ihre Ausbildung im September/Oktober 2021.

Eine besondere Herausforderung liegt im demografischen Wandel und dem bevorstehenden Generationenwechsel im ZDF. Das ZDF beschäftigt sich intensiv mit dem Thema Nachfolgeplanung. Das Führungskräftenachwuchsprogramm wurde in der zweiten Staffel fortgeführt und mit einem Interessenbekundungsverfahren in allen Direktionen verknüpft. Die entwickelte eignungsdiagnostische Auswahl wurde auch für Schlüsselpositionen im Bereich Management angewendet.

Daneben unterstützt die Personalentwicklung des ZDF die erforderliche Entwicklung aller Mitarbeitenden im Laufe des Berufslebens, mit der Absicht einer Optimierung der Aufgabenerfüllung. Das Spektrum der Personalentwicklung reicht dabei von fachspezifischen Trainings über fachübergreifende Angebote bis hin zu Seminaren zur Formatentwicklung, Changeprozess-Begleitung und Unterstützung der Organisationsentwicklung. Ziel ist die Etablierung eines an den Unternehmenszielen und -leitlinien ausgerichteten Personalentwicklungssystems für Mitarbeitende, (Nachwuchs-)Führungskräfte, junge Talente und fachliche Expert*innen. Erarbeitet werden bedarfsgerechte Konzepte, Instrumente und Strategien, die eine systematisierte Fort- und Weiterbildung sicherstellen.

Schwerpunkt-Themen bildeten 2021 „Diversity“ sowie „Sexismus“. Hierzu gab es eine ganze Reihe von Seminar-/Webinar-Angeboten. Vielfalt vor und hinter der Kamera war Inhalt zahlreicher Webinare für Redaktionen, u. a. in „Die Kunst, vielfältig zu erzählen“ für Fiction und Non-Fiction. Der fünfte

Crossmedia-Tag stand unter dem Motto „Vielfalt auf allen Plattformen“. Er fand in hybrider Form mit einem Online-Barcamp mit über 30 Sessions und verschiedenen Panels statt. Der Bedarf an crossmedialen Fortbildungen war auch 2021 sehr hoch und wurde überwiegend mit Online-Formaten gedeckt, z. B. „Crossmedia für Führungskräfte“, „Mobile Reporting“ oder „Facebook“. Mit Video-Tutorials wurde zudem Basiswissen zum Produzieren für die Social Media-Plattformen und die ZDFmediathek vermittelt.

Neben den betrieblich angebotenen Aktivitäten unterstützt die gemeinsam von ARD und ZDF getragene ARD/ZDF-Medienakademie gGmbH[9] einen wesentlichen Teil der Qualifizierungsstrukturen. Die im Mai 2020 gestartete E-Learning-Plattform „CAMPUS“ der Medienakademie wurde weiter ausgebaut, um die orts- und zeitunabhängigen Lernoptionen am Arbeitsplatz zu optimieren. Auch im Jahr 2021 wurden die Seminare zum Thema „Green Production“ fortgesetzt. Zusätzlich wurde nach den Vorgaben des Arbeitskreises „Green Shooting“ eine neue Weiterbildung in Kooperation mit den Rundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der ARD/ZDF-Medienakademie gGmbH konzeptioniert, um Eigenproduktionen im Sinne der Leitlinien des Arbeitskreises begleiten zu können.[10]

Um auch extern gezielt gut qualifiziertes Personal rekrutieren zu können, liegt der Fokus nach wie vor auf einem adäquaten Personal- und Ausbildungsmarketingkonzept. Das entwickelte Onboarding-Konzept wurde ZDF-intern implementiert und der Start für Neueinstellungen ab 1. Januar 2022 festgelegt.

Zur Unterstützung der Erfüllung der Einsparvorgaben der KEF wurden, zur strukturierten Vorbereitung von Arbeitsplatzwechseln und sich neu formierender Teams im Rahmen der Auslagerung von Aufgaben, Pilotprojekte zur bedarfsgerechten Personalentwicklung gestartet. Dabei gilt es zu gewährleisten, dass gut qualifizierte Mitarbeiter*innen in den Bereichen eingesetzt werden können, in denen eine Entlastung benötigt wird. Darüber hinaus werden im Rahmen eines umfangreichen Umschichtungsprozesses auch in den kommenden Jahren freie Funktionen in feste Funktionen umgewandelt.

Gesunde und motivierte Mitarbeiter*innen sind entscheidend für ein erfolgreiches Unternehmen, und das Gesundheitsmanagement des ZDF trägt durch gezielte Informationen zu Gesundheitsthemen und durch gesundheitsfördernde Maßnahmen dazu bei. Beratungsangebote, Gesundheitsaktionen sowie Sport-, Entspannungs-, und Workshopangebote bieten Unterstützung zur Erhaltung einer positiven Work-Life-Balance. Das betriebliche Eingliederungsmanagement wurde als Teil des umfassenden betrieblichen Gesundheitsmanagements im Rahmen einer Dienstvereinbarung, welche mit ihren Regelungen über die gesetzlichen Mindeststandards hinausgeht, ein fester Unternehmensbestandteil.

Des Weiteren bietet das ZDF eine Vielzahl an Dienstvereinbarungen, Tarifverträgen, Maßnahmen und Angeboten, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen. Hierzu zählen beispielsweise Teilzeitregelungen, Tarifverträge zur Arbeitszeitflexibilisierung sowie zur Modernen Arbeit, die Dienstvereinbarung Gleichstellung sowie die Möglichkeit der Beurlaubung zur Kleinkinderbetreuung oder aus anderen familiären Gründen.

3.3 Programmaufwendungen

In der Periode 2017 bis 2020 betrugen die Programmaufwendungen 4.879,2 Mio. Euro, für die Periode 2021 bis 2024 sind 5.514,1 Mio. Euro vorgesehen. Ausgangsbasis für die Programmaufwendungen der laufenden Periode sind die Vorgaben der KEF aus dem 22. KEF-Bericht unter Zugrundelegung der aktuellen Wirtschaftspläne für ARTE, KiKA und phoenix. Coronabedingte Verschiebungen, die im Wesentlichen auf die Verschiebung von Sportereignissen zurückgehen, sind hier berücksichtigt. Darüber hinaus wurden weitere Mehrbelastungen, die sich im Rahmen der Corona-Pandemie u. a. durch Drehverschiebungen und -unterbrechungen sowie erhöhte Arbeitsschutzmaßnahmen bei der Programmerstellung für das ZDF ergeben haben, separat erhoben und der KEF gemeldet. Diese coronabedingten Verschiebungen sind nicht berücksichtigt. Mehrbedarfe aus der neuen Vereinbarung mit den Urhebern von Film- und Fernsehproduktionen und aus den neuen Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit mit den Produzenten wurden der KEF gesondert angezeigt, sind jedoch nicht eingeflossen. Der ebenfalls berücksichtigte Umschichtungsprozess von freier Mitarbeit in Festanstellungen wirkt sich bei den Programmaufwendungen aufwandsmindernd aus.

In den Programmaufwendungen enthalten ist auch der Aufwand für die inhaltliche Gestaltung der interaktiven und multimedialen Angebote des ZDF inklusive Streaming und Mediathek.[11] Ebenso dazu zählen die barrierefreien Angebote wie z. B. die Untertitelung und die Audiodeskription, die weiter sukzessive ausgebaut werden. Die technischen Verbreitungskosten sind der Programmverteilung zugeordnet.

3.4 Programmverteilung

Im Zeitraum 2017 bis 2020 fielen Aufwendungen für die Programmverteilung in Höhe von 258,6 Mio. Euro an, für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 sind 264,8 Mio. Euro eingeplant. Darin enthalten sind die digitale terrestrische Verbreitung, die Satellitenverbreitung sowie die Online-Verbreitung.[12] Der Ansatz für die Online-Verbreitung erstreckt sich im Wesentlichen auf die Verträge zur Ausspielung der ZDFmediathek sowie auf das Live-Streaming von ZDF-Programmen.

Bei der Programmverteilung sind auch die Auswirkungen aus Strukturoptimierungsmaßnahmen berücksichtigt. Diese ergeben sich aus der Verringerung von Satellitenkapazitäten sowie den Umstieg auf DVB-T2. Aufgrund der Berücksichtigung aktueller Planungsprämissen sind jedoch Überlagerungseffekte möglich. So wurde beispielsweise die in diesem Kontext vorgesehene Beendigung der Satelliten-SD-Verbreitung ab dem Jahr 2021 aufgrund der nach wie vor vergleichsweise hohen SD-Nutzung (rund 23 Prozent der Satellitenhaushalte bzw. 3,9 Mio. Haushalte) nicht umgesetzt, zumal auch die namhaften kommerziellen Programmanbieter über die bestehenden kartellrechtlichen Verpflichtungen hinaus ihre SD-Satellitenverträge zunächst bis 2024 verlängert haben. Das ZDF konnte jedoch im Rahmen des neuen Kontraktes mit dem Satellitenbetreiber die hierfür anfallenden Aufwendungen deutlich reduzieren und darüber hinaus die Laufzeiten hoch flexibel vereinbaren, was ein rasches Reagieren auf veränderte marktliche und finanzielle Gegebenheiten erlaubt.

3.5 Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen

Im Zeitraum 2017 bis 2020 betrugen die Geschäftsaufwendungen und Anderen Aufwendungen insgesamt 1.916,6 Mio. Euro. Die Planung für die Periode 2021 bis 2024 geht von Geschäftsaufwendungen und Anderen Aufwendungen in Höhe von 2.258,0 Mio. Euro aus.

An dieser Stelle sind die Aufwendungen veranschlagt, die nicht unmittelbar Produktionen zugeordnet werden können. Zu den Geschäftsaufwendungen zählen z. B. die Gemeinkosten der

[9] Siehe hierzu Kapitel 6.3 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH
[10] Siehe hierzu Kapitel 5 Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung

[11] Siehe hierzu Kapitel 4.3 Online-Angebote
[12] Siehe hierzu Kapitel 4.4 Programmverteilung und neue Technologien

Redaktionsbereiche sowie die Aufwendungen der verwaltenden Bereiche, des IT-Service und des Gebäudemanagements. Unter die Anderen Aufwendungen fallen beispielsweise der betriebliche Steueraufwand und der Aufwand für den Beitragseinzug.

4. Erfüllung des Programmauftrags

4.1 ZDF-Programmfamilie

Das ZDF muss sich als nationaler öffentlich-rechtlicher Anbieter fortlaufend erneuern, um sein Stammpublikum zu halten und wieder eine stärkere Bindung zu den Menschen in Deutschland aufzubauen, die es nicht oder zu selten erreicht. Derzeit erreicht die ZDF-Programmfamilie monatlich 86 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren. Die ZDF-Programmfamilie belegt als kleinste der vier Senderfamilien erstmals Platz 2 bei den Zuschauer*innen.

Folgende übergeordneten Ziele bilden die Grundlage für die programmlichen Anstrengungen in den kommenden Jahren:

- mehr digitale Kontaktpunkte, die das Medien-Konsumverhalten der Menschen berücksichtigen,
- mehr Inhalte für Jüngere, denn die Nutzungsinteressen der Zuschauer*innen differenzieren sich aus und
- mehr Vielfalt im Programm für eine zunehmend diversere Gesellschaft.

Das ZDF wird in den kommenden Jahren Qualitätsinhalte für alle auf allen Plattformen anbieten. Die Angebote müssen über Generationen hinweg genutzt werden, wichtig für die Menschen sein und einen positiven Einfluss auf unser Zusammenleben haben. Entscheidend ist dabei neben einer hohen Reichweite und Relevanz in unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen auch die Reputation des ZDF als vertrauenswürdige Marke. Dies spiegeln auch die ZDF-Programme, die informieren, einordnen und unterhalten. Dabei werden die vielfältigen Lebenswelten berücksichtigt, denn kulturelle Vielfalt gehört zu Deutschland. Das Bewusstsein für Diversität wächst und die Akzeptanz für das Nebeneinander von traditionellen wie neuen Familienmodellen nimmt zu. Gesellschaftliche Entwicklungen und deren Ursachen beleuchtet das ZDF aus mehreren Blickwinkeln in Informations- und Unterhaltungsprogrammen. Zu Kultur- und Bildungsinhalten entwickelt das ZDF fortlaufend neue Zugänge.

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. 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.

4.1.1 ZDF

Nachfolgend werden die Genres und Sendeplätze der Programmjahre 2020 - 2024 exemplarisch anhand von Programmhighlights beschrieben. Die Darstellung der IST-Jahre 2017 - 2019 erfolgte bereits im „Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF 2020“. Das ZDF-Hauptprogramm ist auch in den Jahren 2020 und 2021 der meistgesehene deutsche TV-Sender und damit im zehnten Jahr Marktführer in Deutschland (2021: 14,7 Prozent Marktanteil).

2020
Ein Thema, das die Menschen seit Anfang des Jahres 2020 besonders beschäftigt, ist das pandemische Geschehen durch das Corona-Virus SARS-CoV-2 mit all den einschränkenden Auswirkungen in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Bewältigung dieser Pandemie und deren sozialer und ökonomischer Folgen ist seit 2020 ein übergreifender Schwerpunkt und floss seither in alle Bereiche der Programmarbeit des ZDF ein. Mit zahlreichen Expert*innen hat das ZDF das Virus-Geschehen in täglichen Sendungen hintergründig eingeordnet und verständlich erklärt. Neben den regulären Nachrichtensendungen wurde eine Vielzahl von Sondersendungen, Debatten aus dem Bundestag sowie Pressekonferenzen nach Bund-Länder-Beratungen ausgestrahlt.

In der außenpolitischen Berichterstattung bildete u. a. die US-Präsidentschaftswahl einen Schwerpunkt. Auch die 75. Jahrestage der Befreiung des KZ Auschwitz sowie vom Nationalsozialismus wurden 2020 im Programm mit Spezial- und Sondersendungen gewürdigt. Die Bürgerschaftswahl in Hamburg und der G20-Gipfel in Saudi-Arabien waren ebenfalls Teil der aktuellen Berichterstattung.

Das Dokumentationsformat „ZDFzoom“ griff 2020 investigativ gesellschaftlich und politisch relevante Themen mit Alltagsbezug auf, wie z. B. die Bundeswehrkrise, den Klimawandel und die Energiewende, die Landwirtschaft oder türkische Spione in Deutschland. Außerdem bot das ZDF-Programm verschiedene Dokumentationen zum Thema „30 Jahre Deutsche Einheit“ an. Ende August stellte das Sendeformat „Am Puls Deutschlands“ aus Anlass von fünf Jahren „Wir schaffen das“ den Zuschauer*innen crossmedial die Fragen: Wie erfolgreich waren wir? Und wie hat sich Deutschland dadurch verändert?

Die Auslandsberichterstattung spiegelte weiterhin die hochstehenden geopolitischen Fragen wie den Konflikt in Nahost zwischen Iran, Irak und USA sowie die Entwicklung in Hongkong. Am 3. November 2020 wählten die USA einen neuen Präsidenten. Das ZDF berichtete umfassend in seinen aktuellen Nachrichten- und Magazinsendungen sowie in zahlreichen Dokumentationen und in der Wahlnacht über sieben Stunden live aus dem Berliner Zollernhof. Ein „auslandsjournal spezial“ beleuchtete u. a. aus Mexiko das wechselvolle Verhältnis zwischen Mexiko und den USA.

Auch bei „ZDFzeit“ hatten 2020 aktuelle Themen des Zeitgeschehens – wie auch geschichtliche Analysen – ihren Platz. So lieferte die Redaktion u. a. auf Grundlage einer exklusiven Studie in der „ZDFzeit“-Doku „Armes Deutschland, reiches Deutschland – Der Vermögenscheck“ einen deutschlandweiten Vergleich der Zukunftsperspektiven der regionalen Wirtschaftsräume und Arbeitsplätze vor Ort und fragte, wie es um die Chancengleichheit bestellt ist und wie sich die Corona-Krise auf den Wohlstand auswirkt. „ZDFzeit: Streitfall Rassismus“ ging in aufwändigen Experimenten der Frage nach, wie verbreitet Vorurteile gegenüber fremdländisch aussehenden Menschen sind. Denn oft kommt Rassismus sehr subtil daher, versteckt hinter scheinbar harmlosen Formulierungen. Wo fängt Rassismus an? Welche Formen gibt es? Und was kann man dagegen tun?

Der Doku-Mehrteiler „Aschenberg“ zeigte in Form einer Langzeitbeobachtung den Mikrokosmos des Fuldaer Stadtteils Aschenberg, der einen zweifelhaften Ruf genießt, aber gleichzeitig für sozialen Zusammenhalt steht. Zehn Monate lang begleitete ein Kamerateam einzelne Bewohner des Aschenbergs bei der Bewältigung ihrer alltäglichen Herausforderungen. Die Reihe mit fünf Folgen wurde für die ZDFmediathek entwickelt.

Die „ZDFheute“-App und die Website „heute.de“ (nach dem Relaunch „ZDFheute“) standen 2020 im Mittelpunkt der Arbeit an den Informationsangeboten und wurden besonders für mobile Nutzer*innen weiterentwickelt. Seitdem werden Nachrichten und Hintergründe stärker als bisher visuell und erklärend aufbereitet – mit noch passgenaueren Videos, Grafiken und Texten. Ziel war und ist es, die Reichweite der ZDF-Nachrichten online zu steigern.

Der Wintersport bildete zum Jahresauftakt 2020 mit der Vierschanzentournee im Skispringen und im Februar mit den Biathlon-Weltmeisterschaften einen Schwerpunkt der Sport-Berichterstattung. Weiterhin übertrug das ZDF drei Livespiele der Fußball-Bundesliga. Weitere Sport-Highlights 2020 waren die Handball-EM in Norwegen, Schweden und Österreich sowie die UEFA Nations League-Gruppenspiele.

Neben der aktuellen Berichterstattung vermittelten Dokumentationen und Magazine ein umfassendes Bild von Zeitgeschehen und Zeitgeschichte. Die 75-minütige Dokumentation „Extremismus in Deutschland: Gefahr von rechts und links“ spiegelte aus aktuellem Blickwinkel die Geschichte des politischen Extremismus seit 1945 sowie die Gefahren für die Demokratie. 30 Jahre Deutsche Einheit wurden unter dem Titel „Beim nächsten Mal wird alles besser“ in einer ebenso kenntnisreichen wie augenzwinkernden Art beleuchtet. Die 90-minütige ZDF-Dokumentation „Ein Tag in Auschwitz“ erzählte aus Sicht der Opfer und einiger Täter von einem „typischen“ Tag im Vernichtungslager Auschwitz-Birkenau im Mai 1944 – auch an diesem Tag war der Massenmord grausame Routine. Die Dokumentation „Deutschland von oben – 1945“ zeigte zum 8. Mai eindringliche Luftaufnahmen aus den Wochen um das Kriegsende 1945 und verknüpfte diese mit Erfahrungen von Zeitzeugen. „Kinder im Krieg“ aus der Reihe „ZDF-History“ schloss daran an und zeigte anhand privater Filmfunde ebenfalls ausgewählte Schicksale. Vom Wiederaufbau nach dem Krieg bis in die Zeit des „Wirtschaftswunders“ berichtete eine zweiteilige Dokumentation („Wir leben noch“ und „Wir sind wieder wer“).

„Terra X“ blieb auch 2020 seinem Erfolgsrezept treu, u. a. mit der dreiteiligen Reihe „Off the Road – Moderne Abenteurer“, die Entdecker zu den schönsten und aufregendsten Orten der Welt begleitete. In der sechsteiligen Reihe „Welten-Saga“ stellte der Historiker Sir Christopher Clark einige der faszinierendsten Orte der Erde vor und reiste einmal um den Globus, um UNESCO-Welterbestätten zu besuchen. Sein Weg führte ihn von der Cheops-Pyramide in Ägypten bis zum Nationalpark Serengeti in Tansania, vom „Palast der Winde“ im indischen Jaipur bis in die Wüste Jordaniens, von der Lagunenstadt Venedig bis in die mexikanische Stadtanlage Teotihuacán sowie zu vielen weiteren beeindruckenden Kultur- und Naturdenkmälern. Die dreiteilige Reihe „Anthropozän – Das Zeitalter des Menschen“ ging der Frage nach: Wie haben die Menschen in den vergangenen Jahrtausenden Wasser, Luft, Erde genutzt, wie die Welt verändert? Aufbauend auf dem bereits bestehenden umfassenden Online-Angebot entstand mit dem „Terra X Web“ ein Wissensnetz aus relevanten Kanälen und Formaten. In diesem wurden aktuelle Wissensfragen aus den Bereichen Geschichte und Naturwissenschaft mit glaubwürdigen Köpfen aufgegriffen.

Neben aufwändigen Dokumentationsreihen haben auch weiterhin vielfältige Wissensformate, wie z. B. das Magazin „Terra Xpress“ mit Fokus auf Fragen und Probleme des täglichen Lebens ihren festen Sendeplatz. Das Format „Leschs Kosmos“ sowie das YouTube-Angebot mit Prof. Harald Lesch bereitete auch 2020 wichtige Themen aus Naturwissenschaft und Technik verständlich und attraktiv auf und ordneten sie im Hinblick auf ihre Bedeutung für gesellschaftliche Entwicklungen ein. Hierunter fielen auch mehrere Klimawandel-Ausgaben wie z. B. „Klima im Wandel - Keiner stirbt für sich allein“, „Apropos Klima: Die Wolken gehen neue Wege“ oder „Klimaerwärmung: Sind zwei Grad wirklich zu viel?“.

Auch die renommierte Reportage-Reihe „37°“ blieb fester Bestandteil des ZDF-Programms, wobei der begonnene crossmediale Ausbau der Reihe fortgesetzt wurde, indem nun auch Facebook, Instagram und YouTube mit plattformkonformen Inhalten bespielt werden. Das philosophische Talk-Format „Precht“ wurde wie auch „ZDF-History“ als Reihe fortgesetzt. Die traditionsreiche ZDF-Kultursendung „aspekte“ wandelte sich im Oktober 2020 zu einem Reportageformat. Die Moderatoren sind seitdem unterwegs, präsentieren Themen und treffen Kulturschaffende und andere Gesprächsgäste an den unterschiedlichsten Plätzen. In der Corona-Pandemie konnten dadurch kulturelle Orte zugänglich gemacht werden, die für den Publikumsverkehr geschlossen waren.

ZDFkultur entwickelte 2020 seine webspezifischen Tools weiter. Highlight-Projekt war „Collected Memories“: In der „Digitalen Kunsthalle“ von ZDFkultur gab es eine eigens kuratierte Ausstellung von Raubkunst-Objekten, die in Zusammenarbeit mit bedeutenden Partnern entstand. Synergetisch entstand aus diesem Projekt eine Dokumentation für das Hauptprogramm und 3sat.

Seit Herbst 2020 rückt das innovative Debattenformat „13 FRAGEN“ brisante gesellschaftspolitische Themen in den Fokus. Gemeinsam mit Gästen gehen Moderator Jo Schück und Moderatorin Salwa Houmsi in jeder Folge drängenden Fragen auf den Grund. Zu sehen sind die Diskussionen im digitalen Kulturraum ZDFkultur und auf dem YouTube-Kanal von „ZDFheute“.

Im fiktionalen Bereich erzählte die zweiteilige Romanverfilmung „Altes Land“ die Geschichte von drei Frauen aus drei Generationen – eine Geschichte über Vertreibung und Neuanfang, Heimat und die Sehnsucht nach Leben auf dem Land. Neben erfolgreichen Reihen wie „Inga Lindström“ und „Frühling“ wurden zur Weiterentwicklung des „Herzkino“-Sendeplatzes neue Formate wie „Ein Tisch in der Provence“ und „Glück kommt selten allein“ gesendet. Außerdem wurden für den Donnerstagabend zwei neue Prime-Time-Serien entwickelt: In „Fritzie – Der Himmel muss warten“ erhält eine Lehrerin die Diagnose Krebs und muss sich dieser Herausforderung optimistisch stellen. „Doktor Ballouz“ erzählt die Geschichte eines Arztes mit libanesischen Wurzeln und eines jungen Außenseiters, die sich in der Uckermark den beruflichen und privaten Herausforderungen stellen.

Zu den fiktionalen Highlights 2020 zählten auch die Neuverfilmung von „Das Boot“ als Mehrteiler, die zweite Staffel der Miniserie „Bad Banks“ sowie die Verfilmung des Romans „Unterleuten“ von Juli Zeh, in der die Bewohner eines Dorfes zu Feinden werden, als ein Windpark in unmittelbarer Nähe zum Dorf entstehen soll. Die vierteilige Mini-Serie „DEUTSCHER“, die die Übernahme der Regierung durch eine rechtspopulistische Partei durchspielt, und der Film „Sterne über uns“ über das Thema Obdachlosigkeit und den Existenzkampf einer alleinerziehenden Mutter, ergänzten das ZDF-Filmangebot. Mit der 30. Folge endete die mehrfach preisgekrönte Samstagskrimi-Reihe „Unter Verdacht“, während die Reihen „Wilsberg“ und „Ein starkes Team“ fortgeführt wurden. Auch die regional verwurzelten Krimi-Reihen „Erzgebirgskrimi“, die beiden in Berlin spielenden Reihen „Schwartz & Schwartz“ sowie „Herr und Frau Bulle“, die neue Leipziger Krimi-Reihe „Das Quartett“ und der Saarlandkrimi „In Wahrheit“ waren 2020 zu sehen.

Die erfolgreichen europäischen Serien am Sonntagabend wurden mit bereits etablierten und bekannten Marken wie „Inspector Barnaby“ fortgesetzt. Die fünfteilige skandinavische Mini-Serie „Arctic Circle“ und der achtteilige aufwändige Thriller-Mehrteiler „Shadow Play“ zählten zu den internationalen Highlights. Zu den größten Auffälligkeiten gehörten auch Spielfilm-Titel wie die deutsch-isländische Koproduktion „Gletschergrab“, „Aus dem Nichts“ unter der Regie von Fatih Akin sowie „Astrid“, das filmische Porträt der „Pippi Langstrumpf“-Autorin Astrid Lindgren.

Akzente setzte das ZDF auch mit kulturellen Programmen: Prächtige Kulisse der Verleihung des „OPUS Klassik“ war im Oktober 2020 wieder das Konzerthaus in Berlin. Gesetzt waren zudem das „Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker“ und das „Adventskonzert“ am 1. Advent aus der Dresdner Frauenkirche. Im Sommer feierte das ZDF 100 Jahre Salzburger Festspiele mit einer Opernübertragung und den 250. Geburtstag Ludwig van Beethovens mit einem OpenAir-Konzert.

Seit 2020 geht ZDFkultur mit dem Magazin „Filmgorillas“ und dem gleichnamigen YouTube-Kanal neue Wege in der Filmberichterstattung. Kinoexperte Steven Gätjen diskutiert mit Journalist*innen und Cineast*innen versiert über Serien und Kinofilme.

Im Bereich Show bot das ZDF einen Mix aus etablierten Formaten wie „Der Quiz-Champion“, „Da kommst Du nie drauf!“ und „Bares für Rares“ sowie neuen großen Showformaten und Musikevents an. Mit „Einfach super!“ kam am Samstag-Abend eine neu entwickelte Familienshow ins Programm. „Die große Terra X-Show“ wurde nach dem Erfolg 2019 mit zwei Ausgaben fortgeführt. Der Jahresrückblick „Markus Lanz – Das Jahr 2020“ war ebenfalls Bestandteil des ZDF-Programms.

Zum Ausbau der Factual-Strategie wurden weitere Programme entwickelt. „Unvergesslich - Unser Chor für Menschen mit Demenz“ widmete sich einem sozialen Experiment: An Demenz erkrankte Personen unterschiedlicher Altersklassen bildeten einen Chor. Neben etablierten Formaten wie „heute-show“ und „Die Anstalt“ ergänzte 2020 wieder „Mann, Sieber!“ die Comedy-Facette im ZDF. Auch die Comedy-Serie „Merz gegen Merz“ wurde 2020 fortgesetzt. Im Herbst wechselte zudem Jan Böhmermann mit seinem neuen Format „ZDF Magazin Royale“ ins Hauptprogramm. Im Bereich Online und Social Media wurden die umfangreichen Begleitangebote zur „heute-show“ (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) und „Bares für Rares“ (Facebook, YouTube) fortgeführt und ausgebaut.

Zwei Klassiker des ZDF-Kinderfernsehens feierten 2020 ihr Jubiläum: „Löwenzahn“ wurde 40, „PUR+“ 25 Jahre alt. Ebenso wie die Traditionsmarke „1, 2 oder 3“ gehören diese Sendungen zum festen Bestandteil des Programms. Das fiktionale Angebot wurde für ausgewählte Sendeplätze an Feiertagen durch hochwertige Spielfilme wie „Die kleine Hexe“ und „Die Hexenprinzessin“ sowie die ausgezeichneten Animationsspecials „Die Schnecke und der Buckelwal“ und „Shoooms abenteuerliche Reise“ ergänzt. Erfolgreiche internationale Koproduktionen wie „Find me in Paris“, „Mister Twister“ und „Eine lausige Hexe“ wurden fortgesetzt. Das serielle Animationsangebot wurde zeitgemäß mit „Petronella Apfelmus“ und „Mumintal“, dem 3D-Remake der „Mumins“, erweitert. Zum 30. Jahrestag der Deutschen Einheit zeigte das ZDF für jüngere Zuschauer*innen den Coming-of-Age-Kinofilm „Zwischen uns die Mauer“.

Auf die Herausforderungen und Probleme für Kinder und Jugendliche in der Corona-Zeit reagierte das ZDF im Herbst 2020 mit einem Programmakzent zum Thema Kindeswohl im KiKA, dessen Beiträge sich auch im ZDF-Kinderprogramm wiederfanden. Der für den Grimme-Preis nominierte Kurzspielfilm „@Kalinka08 - Melde dich bitte“ und „Die WG – Zusammen mit Abstand“ wurden linear und non-linear durch die „PUR+“-Sendung „Corona macht mir Stress“ und Beiträge in den Kindernachrichten „logo!“ ergänzt. Mit dem von drei jungen Wissenschaftlerinnen präsentierten MINT-Format „Princess of Science“ wurde zudem das Portfolio der Wissenssendungen erweitert.

2021

Das ZDF-Programm wurde auch im Jahr 2021 stark durch das pandemische Geschehen rund um das Corona-Virus dominiert und die Krise hat gezeigt, wie wichtig der Zugang zu Informationen über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist. Dem Bedürfnis danach kam das ZDF mit seinen Nachrichtensendungen, Magazinen sowie aktuellen Sondersendungen nach. Die Live-Sendung „Wir und das Virus – Gesichter der Pandemie“ ging der Frage nach, wie sich diese Ausnahmesituation auf die Menschen und die Gesellschaft ausgewirkt hat. In mehreren Themenblöcken ging es unter anderem darum, welche Erkenntnisse aus der Jahrhundertkrise bisher gewonnen wurden, wie es weiter geht und wie sich die Gesellschaft insgesamt durch die Pandemie verändert hat. Die „ZDFzeit“-Dokumentation „Alles auf eine Karte – Der Wettlauf um den Impfstoff“ widmete sich dem rasanten Wettlauf zwischen „BioNTech“ und „CureVac“ um ein Vakzin gegen COVID-19.

Über das deutsche Pflegesystem wurde im Zuge der Corona-Pandemie viel diskutiert. Die achtteilige Doku-Serie „Herz & Viren“ begleitete 2021 acht Pflegerinnen und Ärztinnen der Charité und am Deutschen Herzzentrum durch ihren Alltag.

Die Informationsprogramme von „ZDFheute“ wurden 2021 weiter ausgebaut. Alle Nachrichtenformate der „heute“-Familie wurden kontinuierlich weiterentwickelt – im Fernsehen, online und in den sozialen Medien. Die journalistische Qualität und Kompetenz des ZDF wurde dafür genutzt, auf allen Ausspielwegen noch passgenauere Nachrichteninhalte anzubieten.

Im Fokus der innenpolitischen Berichterstattung stand 2021 die Bundestagswahl. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender erhielten für ihre Informationsleistung das beste Urteil der Bürger*innen. Laut einer Studie von „mindline media“ vergab eine deutliche Mehrheit des Fernsehpublikums Bestnoten für die Angebote im ZDF. Als Orientierungshilfe bei der Wahlentscheidung wurden von den Zuschauer*innen vor allem die Interview- und Diskussionssendungen mit Politiker*innen, die Reportagen und Dokumentationen zur Wahl sowie Sendungen geschätzt, in denen sich die Spitzenkandidat*innen den Fragen der Zuschauer*innen stellten. Darüber hinaus beteiligten Sendungen wie „Wie geht’s, Deutschland?“ auch Bürger*innen an der politischen Diskussion. In Einspielfilmen kamen Menschen aus allen Teilen Deutschlands zu Wort und sprachen über Schule, Digitalisierung, Klima, Chancen, Perspektiven in der Lebensmitte und würdevolles Altern. Unter dem Hashtag #warumichnichtzurWahlgehe kam ZDF-Reporter Jochen Breyer in der „ZDFzoom“-Doku „Am Puls Deutschlands“ auch mit denen ins Gespräch, die sich vom politischen System abgewandt haben. In dem Film „Volksparteien ohne Volk – Die rätselhaften Wechselwähler“ ging „ZDFzeit“ den Ursachen der schwindenden Parteienbindung im Land nach, denn Milieus lösen sich auf, soziale Medien beschleunigen und radikalisieren die politische Debatte, immer schneller wechseln sich Themen ab. Neben dem Duell und den Einzelsendungen mit den drei Kanzlerkandidat*innen gab das Format „Schlagabtausch“ den kleineren Parteien Gelegenheit, ihre Positionen zu markieren.

Akzente setzte das ZDF zur Bundestagswahl auch in der ZDFmediathek und im non-linearen Nachrichtenangebot „ZDFheute“. So stellte das Online-Doku-Format „Generation Merkel“ junge Wähler*innen im Land vor, die sich nur an Angela Merkel als Bundeskanzlerin erinnern können. Das auf Lösungen ausgerichtete Online-Gesprächsformat „Auf der Couch“ versuchte in einer Zeit, in der sich bei bestimmten Reizthemen immer wieder verschiedene Lager unversöhnlich gegenüberstanden, Konflikte zu überwinden. In der „ZDFheute“ -App und auf den Kanälen der „ZDFheute“ bei Facebook und YouTube wurde zudem live über den Wahlkampf vor und nach den großen TV-Debatten berichtet. Crossmediale Formate wie „#jetztredenwir“ oder das „Politbarometer2go“ kamen hinzu.

Neben der Begleitung der Bundestagswahl bildete der 20. Jahrestag der Anschläge vom 11. September 2001 mit Dokumentationen von „ZDF-History“ und „ZDFzoom“ einen Themenschwerpunkt.

In die Sportberichterstattung startete das ZDF im Jahr 2021 mit der Vierschanzentournee, auf die mit der Alpinen Ski-WM, der Biathlon-WM und der Nordischen Ski-WM weitere Wintersport-Highlights folgten. Neben dem Wintersport war die Übertragung der Handball-WM in Ägypten ein Sport-Highlight. Im Sommer folgten die verschobenen Sport-Events: die UEFA EURO 2020 sowie die Olympischen und Paralympischen Sommerspiele in Tokio. Komplettiert wurde das Sport-Jahr mit der Veranstaltung „Die Finals“, dem Wochenende der Deutschen Meisterschaften.

Im Frühjahr 2021 startete der „Sportstudio“-Account auf der jungen Plattform TikTok. Boxerin Zeina Nassar und Sportjournalistin Magdalena Austermann präsentieren dort seitdem zielgruppengerecht Top-News und Hintergrundinformationen aus dem Sportbereich und teilen emotionale und unterhaltsame Highlights. Der Highlight-Player in der ZDFmediathek ist ein weiteres Angebot, das den Nutzungsgewohnheiten Sportinteressierter entgegenkommt. Mit diesem können User*innen einzelne Highlights oder Zusammenfassungen von Sport-Events im Video direkt anwählen – live oder nach der Übertragung.

Dokumentationen bedienten 2021 eine anspruchsvolle und breite Themenpallette: Zum 150. Jahrestag der Deutschen Reichsgründung 1871 in Versailles beleuchtete das 90-minütige Dokudrama „Kaiserspiel“ einen bedeutsamen Wendepunkt in der Geschichte Deutschlands und Europas. Die fünfteilige ZDF-BBC-Koproduktion „Ein perfekter Planet“ stellte den Planeten Erde vor und erklärte seine Regelsysteme. Die fünf Filme zeigten, wie Vulkane, Sonne, Wetter und Ozeane Leben ermöglicht haben und es bis heute formen. „Terra X“ lieferte Zugänge zu Geschichte, u. a. mit einer Dokureihe, die drei Epochen näher beleuchtete: Deutschland in der frühen Bronzezeit, in der Industriellen Revolution und in den Goldenen Zwanzigern. Presenter Mirko Drotschmann gab spannende Einblicke in diese Zeitspannen voller Umbrüche und stellte ihre Protagonist*innen vor. Die zweiteilige Dokumentation „Wie kam Hitler an die Macht?“ fußt auf der BBC-Reihe “Rise of the Nazis”, die vom ZDF für die deutsche Fassung aufwändig neu bearbeitet wurde. Sie rekonstruierte die Zerstörung der ersten deutschen Demokratie und den Weg in die NS-Diktatur. Der Film „Ein Tag im August - Mauerbau ‘61“ erzählte das Geschehen vor 60 Jahren aus unterschiedlichen Blickwinkeln und begleitete Zeitzeugen auf ihrem Weg durch jene dramatischen Stunden.

Mit „Ku’damm 63“ wurde die Geschichte der Familie Schöllack in der Tanzschule „Galant“ am Kurfürstendamm fortgesetzt. In der dritten Staffel stießen die drei Schwestern wieder an die unsichtbaren gesellschaftlichen Grenzen, die ein selbstbestimmtes weibliches Leben beschränkten. Erneut bewiesen die Darsteller*innen eine intensive Auseinandersetzung mit den Figuren und die Zuschauer*innen erlebten das Zeitkolorit der 60er-Jahre. Die Miniserie „Westwall“ gab Einblicke in die wendungsreiche Geschichte einer jungen Polizeischülerin, die auf der Suche nach den Drahtziehern einer rechtsextremen Verschwörung auf die Spur ihrer totgeglaubten Mutter stößt. Kurz vor Weihnachten zeigte das ZDF das zweite Projekt der European Alliance, der öffentlich-rechtlichen Koproduktionsallianz zwischen ZDF, France Télévisions und RAI: Die Neuverfilmung des Abenteuer-Klassikers „In 80 Tagen um die Welt.“ Die achtteilige Abenteuerserie, frei nach dem Roman von Jules Verne, interpretierte den Klassiker erfolgreich auf moderne Weise und zählte zu den Highlights des Jahres 2021.

Die Komödie „Mein Freund, das Ekel“ mit Dieter Hallervorden war 2019 ein großer Erfolg für das ZDF. Fast 8 Mio. Zuschauer*innen haben den Film über einen tyrannischen Lehrer im Ruhestand und eine alleinerziehende Mutter, die seine Betreuung übernimmt, im ZDF gesehen. Die sechsteilige Primetime-Serie knüpft an die Komödie an und erzählte die Geschichte um das „odd couple“ weiter.

Relevante gesellschaftliche Themen aufzugreifen gelang dem ZDF im Jahr 2021 mit mehreren Filmen erfolgreich: „Das Versprechen“ – ein authentischer Film über psychisch erkrankte Familienmitglieder – erzählte die Geschichte von dem alleinerziehenden U-Bahnfahrer Fabian, der an starken Depressionen leidet, und seinem elfjährigen Sohn Bendix, der versucht, das Leben der beiden zu organisieren. Das preisgekrönte Sozialdrama „Systemsprenger“ berichtete von der Odyssee eines neunjährigen Mädchens durch Erziehungseinrichtungen, in denen sich viele um sie bemühen und ihr doch niemand helfen kann. Der Film war auch ein wichtiger Beitrag zur aktuellen Debatte. Daran schloss sich der Fernsehfilm „Die Welt steht still“ an, in dem Natalia Wörner die Rolle einer Oberärztin übernimmt, die sich plötzlich in einer Pandemie wiederfindet und schließlich selbst an dem neuartigen Virus erkrankt. In der Thriller-Serie „Furia“ wurde in viermal 90 Minuten erzählt, wie eine europaweit vernetzte rechtsradikale Terrorzelle Politik und Gesellschaft für ihre Zwecke beeinflussen will. Die Montagskino-Reihe „Adrenalin“ präsentierte 2021 acht spannende Filme, wie z. B. „Deepwater Horizon“ oder die Free-TV-Premiere von „15:17 nach Paris“, in der Clint Eastwood die wahre Geschichte dreier US-Soldaten nacherzählt, die im August 2015 einen verheerenden Terroranschlag auf einen französischen Hochgeschwindigkeitszug verhindern konnten. Im Sommer 2021 präsentierte das ZDF-Montagskino zum zweiten Mal eine Filmreihe mit ausgewählten europäischen Thrillern – diesmal über sieben Wochen parallel zur Fußball-Europameisterschaft im Juni und Juli. Alle Filme, z. B. „Der Nebelmann“ oder „Entscheidung in der Tiefe“, waren nach ihrer TV-Ausstrahlung auch in der ZDFmediathek zu sehen.

Erfolgreiche Primetime-Formate wurden sowohl im Show-Bereich (z. B. „Da kommst du nie drauf“ und „Der Quizchampion“) wie auch im Comedy- und Kabarett-Bereich fortgeführt. In „Das große Deutschland-Quiz“ nahm die neue ZDF-Moderatorin Sabine Heinrich die Zuschauer*innen mit auf eine große Quiz- und Spielreise durch Deutschland. Mit „50 Jahre Dalli Dalli – die große Jubiläumsshow“ erinnerte das ZDF an legendäre Momente aus der Kult-Show und ließ sie samt „Dalli-Klick“ und temporeichen Spielen erfolgreich neu aufleben. Für das Weihnachtsprogramm wurde zudem eine Sonderausgabe produziert, in der sich alles um Weihnachten und Silvester drehte. „50 Jahre ZDF-Hitparade - Die Zugabe“ würdigte zum zweiten

Mal die beliebte ZDF-Hitparade mit zahlreichen Stars und Schlagerlegenden. Anlässlich des 40. Geburtstages von „Wetten, dass..?“ kehrten die beliebte Show und Moderator Thomas Gottschalk für eine Ausgabe zurück auf die TV-Bildschirme. 14,46 Mio. Menschen haben die Sonderausgabe des ZDF-Klassikers verfolgt. Sie war die mit Abstand erfolgreichste Show des Jahres. Seit 2021 präsentiert Giovanni Zarrella seine eigene Musik-Show erfolgreich im ZDF. Die ZDFmediathek bietet neben der TV-Show ein umfangreiches Zusatzangebot.

In acht neuen Folgen konnten 2021 Fans der ZDF-Serie „Merz gegen Merz“ das von Annette Frier und Christoph Maria Herbst gespielte Paar durch die Höhen und Tiefen ihres Trennungsjahres begleiten. Besonderes Augenmerk wurde im Bereich Show und Comedy auf die Neuentwicklungen für die digitalen Plattformen gelegt. Mit neuen Comedy-Programmen und einem optimierten Comedy-Schwerpunkt in der ZDFmediathek sprach das ZDF im Sommer 2021 ein jüngeres, nonlineares Publikum an. Junge Comedians blickten authentisch und ehrlich auf ihre Generation und die Gesellschaft. Derweil ist die „heute-show“ mit mittlerweile über 500.000 Abonnenten auch auf TikTok erfolgreich. Von allen Social Media-Plattformen auf denen das Format vertreten ist, generiert es dort zur Zeit die höchsten Wachstumsraten.

Auf den Factual-Strecken konnten weitere Formate etabliert werden. „Mein Hund fürs Leben“ lief in fünf Teilen und stellte eine besondere „Partner-Vermittlung“ dar: Hund sucht Mensch, und Mensch sucht Hund für eine lebenslange Freundschaft. Im neuen Factual-Entertainment-Format „Heimliche Helden“ begleitete Giovanni Zarrella in fünf Folgen Menschen auf ihrer Mission, eine Angst zu überwinden, etwas Neues zu erlernen oder sich einer anderen Herausforderung zu stellen. In sieben Folgen „Mein Zuhause richtig schön“ halfen Moderatorin Eva Brenner und ihr Handwerker-Team Familien bei der Neugestaltung des eigenen Zuhauses.

Auch Kulturprogramme setzten im Pandemiejahr 2021 wichtige Akzente. So wurden die Marken „Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker“, „Adventskonzert“, „Sommernachtsmusik“, „Silvesterkonzert“, „OPUS Klassik“ und die Opernübertragungen (aus der Arena di Verona: Giuseppe Verdis „La Traviata“) fortgesetzt. Auch „Das Literarische Quartett“, „aspekte“ und die Berichterstattung zu Buchmessen und Filmfestspielen wurden, wenn auch wegen der Pandemie in reduziertem Umfang, fortgeführt. Dokumentationen wie „Die Schlagerstory - Geliebt, gehasst und unterschätzt“, „Helmut Newton - The Bad and the Beautiful“ oder „Alles ist im Fluss – Wolfgang Niedecken zum 70. Geburtstag“ präsentierten hintergründig das kulturelle Geschehen. Abgerundet wurde das Angebot durch eine Konzert-Matinee zum 85. Geburtstag des „König des Klezmer“, Giora Feidman.

Nach dem im Frühjahr 2021 überarbeiteten Sendeschema bietet das ZDF-Kinderprogramm am Samstag- und Sonntagvormittag ein vielfältiges, fiktionales Programm für Vor- und Grundschüler*innen sowie altersgerechte Informations- und Unterhaltungssendungen an. Die lineare ZDFtivi-Strecke startet mit einem Angebot für Vorschulkinder und richtet sich im Laufe des Vormittags an eine zunehmend ältere Zielgruppe. Das Angebot auf den Kinderseiten der ZDFmediathek und in der ZDFtivi-App steht – gestützt durch das neue Telemedienkonzept – mit ausgeweiteten Verweildauern und (wenn rechtlich möglich) auch Online first und zum Bingewatching zur Verfügung, was auch ältere User*innen anspricht.

Seit Mai 2021 bietet das ZDF für Medienanfänger*innen unter der Dachmarke „ZDFchen“ bekannte und beliebte Formate in einem altersgerechten Umfeld an. Das rein digitale Videoangebot richtet sich an Eltern, die für ihre Kinder unterhaltsame, interaktive und lehrreiche Inhalte in einem übersichtlichen, zuverlässigen und werbefreien Umfeld suchen. Gestartet ist das Vorschulangebot u. a. mit einem Spin-off der Vorschulmarke „JoNaLu“, den ausschließlich non-linear abrufbaren „JoNaLu-Minis“.

Neben einer Vielzahl erfolgreicher Prolongationen zu „Find me in Paris“, „Pettersson und Findus“ und „Zoom - Der weiße Delfin“ sowie einer Staffel „Die Mixed-WG“ der beliebten WG-Reihe startete die Animationsserie „Die Muskeltiere“ nach der gleichnamigen Buchreihe von Ute Krause sowie die Vorschulserie „Pip und Posy“ nach den Bilderbüchern von Axel Scheffler.

2022

Seit Februar 2022 bestimmt der Krieg in der Ukraine die Nachrichtenlage und damit auch die Programmgestaltung des ZDF. Bereits in den ersten Tagen nach Ausbruch des Krieges stellte das ZDF sein Programm fast vollständig um und berichtete in zahlreichen Sondersendungen und verlängerten Nachrichtenprogrammen ausführlich über das Geschehen in der Ukraine.

Die ursprünglich geplanten Fastnachtsprogramme „Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht“ und „Kölle Alaaf - Die Mädchensitzung“ wurden aus dem linearen Hauptprogramm ausgeplant und zum Abruf in die ZDFmediathek eingestellt. Auch auf die Ausstrahlung von bestimmten Actionfilmen und fiktionalen Reihen haben das ZDF und ZDFneo bewusst verzichtet. In den Nächten wurden zusätzlich historische Dokumentationen von ZDFinfo eingeplant, die Hintergrundwissen zu Russland und Wladimir Putin lieferten.

Schon am ersten Kriegstag konnten sich die Zuschauer*innen in zehn „ZDF spezial“/„heute spezial“-Ausgaben, einer „maybrit illner“-Spezialsendung, einem „Was nun, Frau Baerbock?“ sowie in einer „Ansprache des Bundeskanzlers Olaf Scholz“ und einer „Markus Lanz“-Sendung rund um die Uhr ein Bild von der Lage machen. In den ersten Kriegsnächten wurde die nachrichtliche Sendung „phoenix vor ort“ des Partnersenders phoenix ins Spätprogramm des ZDF übernommen.

In den ersten zwei Wochen nach Kriegsausbruch sendete das „ZDF-Morgenmagazin“ mit Live-Schalten, Gesprächen und Berichten zum zweiten Mal in seiner 30-jährigen Geschichte auch am Wochenende, um dem großen Informationsinteresse gerecht zu werden. Auch Maybrit Illner lud ihre Gäste zusätzlich zweimal am Sonntag zu ihrer Gesprächsrunde „maybrit illner spezial“ ein. In ihrer Sendung auf dem Stammplatz am Donnerstag stellte sich Bundeskanzler Olaf Scholz ausführlich als alleiniger Gast ihren Fragen.

Die dynamische Nachrichtenlage ordneten zahlreiche neue Dokumentationen und Reportagen ein: In „auslandsjournal - die doku: Frontland“ war die ZDF-Reporterin Anna Feist einige Tage vor Kriegsbeginn unterwegs in der Ostukraine – entlang der Invasionsziele Słowiańsk, Charkiw, Mariupol bis kurz vor die Krim. Es kamen die Menschen mit ihrer Angst vor einem Krieg, aber auch mit ihrer Hoffnung, dass der große Konflikt doch noch ausbleibt, zu Wort. Die Dokumentation „ZDFzoom: Der enthemmte Despot - Putins Weg zur Macht“, zeigte Putins Weg vom unscheinbaren KGB-Agenten zum Kriegsherrn und ließ Rivalen, Weggefährten und hochrangige Politiker zu Wort kommen.

„ZDFzeit: Putin gegen die Welt“ analysierte, warum man in Deutschland lange dachte, Putin könne ein guter Nachbar sein. Der Film zeigte, wie sich diese Vorstellungen im Lichte des Angriffskrieges auf die Ukraine vollständig geändert haben. Der Krieg in

der Ukraine hat zudem zu einer 180-Grad-Wende in der deutschen Außen- und Sicherheitspolitik geführt. Der Film „ZDFzeit: Kehrtwende in Berlin“ zeichnete diese Entwicklung nach. Die Dokumentation „Putins Wahrheit – Krieg, Lüge, Wahnsinn“ analysierte in fünf thematischen Kapiteln die größten Illusionen der deutschen Politik in Bezug auf Wladimir Putin. Der Film widmete sich unter anderem Themen wie Wirtschaft, Demokratie, Bündnispolitik und politische Opposition.

„Terra X: Putins Krieg - Geschichte als Waffe“, fragte, welches Bild Putin von der Geschichte zeichnet und wo er diese Geschichte verfälscht. Der Film blickte zurück auf Momente, Personen und Wendepunkte aus 1000 Jahren russischer Geschichte, auf die Putin sich immer wieder bezieht. Die Unabhängigkeit der Ukraine nach dem Zerfall der Sowjetunion betrachtet Putin nach wie vor als die größte Katastrophe des 20. Jahrhunderts. „ZDF-History: Im Fadenkreuz Moskaus - Die Geschichte der Ukraine“ lieferte die historischen Hintergründe der aktuellen Invasion durch russische Truppen und zeichnete deren Weg von Kiewer Rus über Zarenzeit, Sowjetunion und Unabhängigkeit nach.

„Ukraine-Krieg bewegt Deutschland - Helfen, hoffen und bangen“ lautete der Titel der „ZDF.reportage“, die ein deutsches Stimmungsbild angesichts des Krieges nachzeichnete. Lange haben hierzulande viele auf einen friedlichen Verlauf der Krise gehofft, auf Dialog und Kompromiss.

Die ZDF-Korrespondent*innen bilden das wichtige Netz der ZDF-Auslandsberichterstattung, vor allem in Krisenzeiten. In mehreren „auslandsjournal spezial“-Ausgaben berichteten sie über den massiven Druck und die Verfolgung durch die Staatsmacht, der junge russische Kriegsgegner*innen in Moskau ausgesetzt sind. Aber auch russische Veteranen, die Putins Kriegskurs unterstützen, kamen zu Wort.

Aus der Ukraine schilderten die Reporter*innen die Geschichte von traumatisierten Kriegskindern aus der Ost-Ukraine, die unter Beschuss und Lebensgefahr aus dem Frontgebiet im Donbass nach Westen flohen und ihre Eltern zurücklassen mussten. Auch das Investigativmagazin „frontal spezial“ setzte sich monothematisch mit dem Krieg auseinander und zeigte neben Kriegsverbrechen auch Aspekte der deutschen Russland-Politik.

Der Krieg in der Ukraine bereitet vielen Menschen große Sorgen, die Bilder im Fernsehen und im Internet sind vor allem für Kinder beängstigend. Sie wollen die täglichen Geschehnisse und Informationen einordnen können und Antworten darauf haben. Für die Kinder-Nachrichtensendung „logo!“ traf die zehnjährige Polina Bundeskanzler Olaf Scholz zum Interview. Mehr als 2.000 Fragen hatten die „logo!“-Redaktion erreicht. Der Bundeskanzler nahm sich Zeit, um Polina stellvertretend für viele Kinder und Jugendliche Rede und Antwort zu stehen.

In einer 105-minütigen Sondersendung bekundeten „Markus Lanz“ und seine Gäste Solidarität und Unterstützung für die kriegserschütterte Ukraine, darunter Robert Habeck, Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz, Nancy Faeser, Bundesministerin des Innern und für Heimat sowie Natalia Klitschko. Im Mittelpunkt standen Gespräche mit Politiker*innen, Beobachter*innen und Expert*innen – zugeschaltet aus der ganzen Welt oder zu Gast im Studio. Die ZDF-Zuschauer*innen spendeten 4,4 Mio. Euro. Insgesamt kamen durch den ZDF-Spendenaufruf seit Ausbruch des Krieges bis zu diesem Zeitpunkt 91 Mio. Euro an Spenden zusammen.

Aus Anlass des Krieges lud auch der Evangelische ZDF-Fernsehgottesdienst „Verleih uns Frieden gnädiglich“, übertragen aus der St. Michaelskirche

in Fürth, zum Gebet für den Frieden und zur Versöhnung ein.

Die politische Berichterstattung ist neben der Ukraine 2022 stark von der Arbeit der neu gewählten Bundesregierung, von der Bundespräsidentenwahl im Februar und den Landtagswahlen im Saarland, in Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen geprägt. Zu den Parteitagen der im Bundestag vertretenen Parteien wird das ZDF voraussichtlich sieben „Standpunkte“-Sendungen ausstrahlen. Anlässlich des Jahrestages der Flut-Katastrophe im Ahrtal plant das ZDF im Juli Dokumentationen und Live-Sendungen.

Berichtet wird tagesaktuell neben den Nachrichtensendungen der „heute“ auch hintergründig in den ZDF-Magazinen aus Mainz und Berlin. Zudem sendet das „ZDF-Morgenmagazin“ auch 2022 an voraussichtlich vier Terminen aus verschiedenen Regionen des Landes und bespricht aktuelle Themen mit Bürger*innen und Vertreter*innen verschiedener Städte. „moma vor der wahl“ bietet 2022 gewohnt umfangreich Live-Berichterstattung rund um die Landtagswahlen.

Rund um die Olympischen Winterspiele in Peking fanden Sonderanstrengungen in Form von Dokumentationen statt, die auch für die Fußball-WM in Katar sowie zum 50. Jahrestag des Münchner Olympia-Attentats geplant sind. Die Berichterstattung über Corona und die Folgen für Gesundheit, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik wird 2022 ebenso wie die globale Klimakrise einen Schwerpunkt bilden. Geplant ist auch ein Re-Design der Sendung „ZDFspezial“.

Das Format „ZDFzoom“ wird sich im Jahr 2022 in Inhalt, Form und Drittplattformaktivitäten grundlegend verändern. Der aktuell laufende Entwicklungsprozess zielt auf eine Neuausrichtung des Formats mit besonderem Fokus auf die ZDFmediathek hin. Dafür werden unterschiedlich ausgerichtete Doku-Staffeln auf dem TV-Sendeplatz und in der ZDFmediathek veröffentlicht.

Mit dem Dokumentationsformat „plan b“ setzt das ZDF auf kritischen, konstruktiven Journalismus. Die erfolgreiche Sendereihe wird weiterhin Lösungsansätze und alternative Wege für die Probleme unserer Gesellschaft aufzeigen. Dabei präsentieren die Filme nicht nur Visionär*innen und Pionier*innen aus Deutschland, sondern konzentrieren sich auch auf internationale „Game-Changer“. 2022 wird unter dem Titel „Da geht was, Deutschland!“ erneut ein filmischer Schwerpunkt für die ZDFmediathek produziert. In der vierteiligen Serie stellt eine Reporterin Menschen vor, die wegweisende Lösungen für soziale und gesellschaftliche Herausforderungen gefunden haben. Darüber hinaus verstärkt „plan b“ die Präsenz im Social Media-Bereich.

Das Sportjahr startete mit der Handball-EM in Ungarn/Slowakei. Umrahmt wurde die Berichterstattung von der Vierschanzentournee sowie den Biathlon-Weltcups der Wintersaison 2021/2022. Höhepunkt im Wintersport war jedoch die Übertragungen der Olympischen Winterspiele, gefolgt von den Paralympics in Peking.

Die UEFA Women’s EURO war ursprünglich für 2021 geplant und findet nun im Sommer 2022 in England statt. Live im ZDF übertragen wird auch das Champions-League-Finale der Herren Ende Mai. Außerdem wird es eine zusammenfassende Berichterstattung von jedem CL-Mittwoch in der Gruppen- und K.o.-Phase geben. Für die Spielzeit 2022/23 ist es dem ZDF gelungen, Übertragungsrechte im DFB-Pokal zu erwerben. Das Sport-Highlight 2022 wird die Fußball-WM in Katar im November und Dezember 2022 sein. Neben ihrer gesellschaftspolitisch wie terminlichen Umstrit-

tenheit werden ihre sportlichen Hervorbringungen umfangreichen Niederschlag in der ZDF-Berichterstattung finden. Weitere Produktionen werden „Die Finals“ in Berlin sowie die European Championships in München sowie die verschobene Leichtathletik-WM in den USA sein.

Bei „ZDFzeit“ am Dienstag um 20.15 Uhr haben aktuelle Themen des Zeitgeschehens, aber auch geschichtliche Analysen ihren Platz. Hier werden etablierte Dokumentationsreihen wie „Nelson Müllers Ernährungsreport” stehen, aber auch relevante Einzeldokumentationen, wie z. B. zur Clan-Kriminalität, zur durch die Pandemie verursachten Volkskrankheit Einsamkeit sowie zu Innovationen. Die von Collien Ulmen-Fernandes präsentierte dreiteilige Reihe „Deutschlands Frauen-Power“ blickt auf den Wandel des Frauenbildes in Deutschland und geht dabei auf die vielfältigen und aktuellen Diskussionen von Lohn- und Gehaltsunterschieden, über Frauenquoten und Gendern bis zu #MeToo ein. Die Fortsetzung der Reihe „Ziemlich beste Nachbarn“ ermöglicht auf unterhaltsame Art Einblicke in die Beziehungen der Deutschen zu anderen europäischen Ländern. Zudem wird eine 90-minütige Dokumentation beleuchten, wie die Menschheit mit dem Corona-Virus eine der größten Prüfungen ihrer jüngsten Geschichte bewältigen muss. Ziel des Filmprojektes ist, die Entstehung der Pandemie minutiös zu rekonstruieren.

Auf dem Sendeplatz am Sonntag um 19.30 Uhr wird mit „Terra X“ und Themen der Kultur-, Wissenschafts- und Naturgeschichte in innovativer Umsetzung ein überdurchschnittlich junges Publikum erreicht. Diesem Erfolgsrezept wird das Format auch 2022 treu bleiben, u. a. mit der BBC/ZDF-Koproduktion „Green Planet“, die die wundersame Welt der Pflanzen präsentiert. Mit neuesten Techniken, Ultra-Zeitlupen und Computer Generated Imagery (CGI) zeigen die Filmemacher das Ergebnis von fünf Jahren erstaunlicher Dreharbeiten. Die Reihe „Die Geschichte der Kontinente“ ist Mittelpunkt des 40-jährigen „Terra X“-Jubiläums und dokumentiert die erstaunlichen Zusammenhänge zwischen der Geologie der Welt und der kulturellen Entwicklung ihrer Bewohner. Jeder Kontinent wird dabei von einer Moderatorin oder einem Moderator der Reihe präsentiert. Weiteres Highlight wird der Zweiteiler „Mai Brain – Expeditionen ins Gehirn“ sein, in dem sich Dr. Mai Thi Nguyen-Kim auf eine aufregende Reise in die Welt der Sinne und Gefühle begibt – eine Expedition ins Gehirn, mit dem Ziel, uns selbst zu finden und zu verstehen.

Inzwischen hat sich die Marke „Terra X“ auch zu einer reichweitenstarken Digitalmarke entwickelt. Dazu gehört auch das Mediatheksangebot „Terra X plus Schule“, das zum Lernen geeignete Filme und Videos bündelt. Im Fokus stehen neben der ZDFmediathek auch Facebook, YouTube, Podcasts, Instagram sowie Wikipedia. Das umfangreiche Bildungs- und Informationsangebot deckt Geschichte, Zeitgeschichte, Geowissenschaften, Natur- und Umweltthemen bis hin zu Astrophysik und Psychologie ab. In den nächsten Jahren soll dieser Weg systematisch weiter beschritten werden, um noch mehr junge bzw. ZDF-ferne Zielgruppen anzusprechen. Dabei soll Wert auf mehr Diversität und weibliche Hosts gelegt werden, wie im neuen YouTube-Format „Terra Xplore“ mit der Wissenschaftsjournalistin und Biologin Jasmina Neudecker zu sehen ist.

Die Sendereihe „Leschs Kosmos“ bereitet auch 2022 relevante Themen aus Naturwissenschaft und Technik verständlich für das ZDF-Publikum auf und ordnet sie im Hinblick auf ihre Bedeutung für gesellschaftliche Entwicklungen ein, so z. B. in „Leschs Kosmos: Wie schmeckt die Zukunft?“ oder mit einer Ausgabe zu Kryptowährungen. Weiterhin im Fokus stehen die Entwicklungen in der Corona-Pandemie und die Fragen, wie die Pandemie die Gesellschaft verändern wird und welche Entwicklungen in der Medizin angestoßen worden sind, die weit über die Erforschung von COVID-19 hinausweisen.

Das Dokudrama „Die Bilderkriegerin“ (AT) ist dem Leben und Wirken der Fotojournalistin und Kriegsreporterin Anja Niedringhaus gewidmet. 2014 fiel sie in Afghanistan einem Mordanschlag zum Opfer. Ihre bewegenden Fotos sind Bildnisse des Aufschreis gegen das Leiden der Menschen an Brennpunkten von Terror und Bürgerkriegen. Um die Lebenswirklichkeit in seiner gesamten Breite und Diversität abzubilden, wird die wöchentliche Reportagereihe „37°“ zu einer Format-Familie mit besonderem Blick auf die Verbreitung in der ZDFmediathek und in Social Media-Kanälen ausgebaut. Das neue Spin-Off „37° Leben“ ist im ersten Quartal 2022 gestartet.

Im Mai fand in Stuttgart der Deutsche Katholikentag statt. Die Berichterstattung umfasste eine Auftaktdokumentation, eine Diskussionssendung, eine Abschlussdokumentation und den Abschlussgottesdienst. Für diverse kirchliche Feiertage sind zusätzliche Dokumentationen geplant. Dabei wird es unter anderem um die Frage gehen, welche Werte unsere Gesellschaft prägen bzw. zusammenhalten und welche Rolle das Christentum und Religionen allgemein spielen.

Im fiktionalen Bereich plant das ZDF 2022 große Eventmehrteiler, Miniserien mit jüngerer Annonce, gesellschaftlich relevante Fernsehfilme, kürzere neuartige Formen wie Instantfiction für die ZDFmediathek und die breite Entwicklung neuer Serien. Die Mischung aus Krimis, Komödien, melodramatischen und gesellschaftskritischen Filmstoffen wird fortgeführt und zeitgemäß, lebendig und relevant von individuellen und gesamtgesellschaftlichen Themen erzählen. Der Vierteiler „DER PALAST“ über den Friedrichstadt-Palast, das „Las Vegas der DDR“, wirft einen neuen, andersartigen Blick auf die DDR und erzählt eine deutsch-deutsche Familiengeschichte in den Jahren 1987 bis 1989. Weiteres Highlight ist das zweiteilige Familiendrama „Süßer Rausch“. Im Zentrum stehen drei Frauen, die ihre Beziehung zum Patriarchen einer Traditionsbrennerei vereint. Als dieser stirbt, stehen sie vor den Scherben ihrer Lebensentwürfe. Nach und nach erkennen sie seine Machenschaften, deren Folgen bis weit in die nachfolgende Generation reichen.

Die ZDF-High-End-Serie „Der Überfall“ erzählt multiperspektivisch in sechs Folgen à 52 Minuten, die jeweils einen Tag abbilden, wie der Überfall auf einen Eckladen eine fatale Kettenreaktion auslöst und die Lebenswege von Menschen, die nie zuvor etwas miteinander zu tun hatten, heftig aufeinanderprallen lässt.

Im Januar 1942 plante eine Runde von hochrangingen NS-Funktionären und SS-Führern bei der Wannseekonferenz den Massenmord an den Juden Europas. Der gleichnamige Fernsehfilm, der im Januar 2022 ausgestrahlt wurde, illustriert die „Banalität des Bösen“. Die nüchterne, kammerspielartige und gerade deshalb so eindringliche Darstellung der Verwaltung des Holocaust war Kernstück eines Programmschwerpunkts (inklusive externer Partnerschaften, wie z. B. mit dem Verband der Geschichtslehrer): Ein umfassendes Begleitangebot mit dem Ziel der Ergänzung, Einordnung und Vertiefung des Themas spiegelte den Wendepunkt in der Geschichte des Holocausts aus verschiedenen Perspektiven.

Themenfilme mit hohem Realitätsbezug gehören zum festen Bestandteil des Sendeplatzes „Fernsehfilm der Woche“. Dazu widmet sich die Redaktion 2022 in dem Film „Die Würde des Menschen“ dem

Rechtsradikalismus. Eine ehrenamtliche Ortsbürgermeisterin gerät darin ins Visier von Rechtsradikalen. Am Ende gibt sie ihr Amt auf, um ihre Familie zu schützen. Der Film nimmt das Publikum mit in den Alptraum rechtsextremer Einschüchterungsversuche. In der neuen Adaption „Der Schimmelreiter“ kämpft der Küsteningenieur Hauke Haien in Nordfriesland für radikale Maßnahmen gegen den Anstieg des Meeresspiegels. Doch als er erschöpft von ständigem Streit krank wird, trifft er eine falsche Entscheidung. Die Literaturvorlage von Theodor Storm aus dem Jahr 1888 ist in Zeiten des Klimawandels relevanter denn je. Das ZDF bietet dem Publikum nicht nur die Verfilmung eines großen deutschen Literaturklassikers, sondern macht auch ein Angebot zur Auseinandersetzung mit einem der relevanten Themen unserer Zeit. Der Film „Leben über Kreuz“ ist ein emotionales Drama mit komödiantischen Zügen zum Thema Organspende.

Das Drama „Wir haben einen Deal“ behandelt das Thema Kindesmissbrauch im Sport und gibt Opfern eine Stimme. Die Konfrontation mit seinem ehemaligen Fußball-Trainer, der ihn als Kind missbrauchte, stürzt den beruflich erfolgreichen Frank in eine schlimme Krise, die sein Familienleben und ihn selbst gefährdet. Das Schweigen der Opfer, das die Bundesregierung durch den Einsatz einer Untersuchungs-Kommission zum Thema Missbrauch im Sport nun brechen will, wird in diesem Film in seiner ganzen Dramatik erzählt. Der Film „Rechtsabbiegerin“ aus der Nachwuchsredaktion „Das kleine Fernsehspiel“ zeigt in einem aktionsreichen Drama um ein Reichsbürgerpaar, wie mit der Geiselnahme eines Gerichtsvollziehers eine Katastrophe heraufbeschwört wird.

2022 wird u. a wieder in den bekannten Krimireihen „Wilsberg“, „Unter anderen Umständen“, „Stralsund“, „Ein starkes Team“, „Nachtschicht“ sowie „Marie Brand“ ermittelt. Die Reihen „Helen Dorn“, „München Mord“ und „Friesland“ sowie die „Ostfriesland-Krimis“ werden ebenfalls fortgesetzt. Auch „Das Quartett“ sowie der „Erzgebirgskrimi“ werden in 2022 wieder zu sehen sein.

Auch neue Krimireihen werden entwickelt. In „Katharina Tempel“ wird die junge, titelgebende Ermittlerin die Mordkommission Hamburg Altona mit ihrer besonderen Fähigkeit, Tatzusammenhänge, Abläufe und die Schritte der Täter*innen intuitiv in ihrem Kopf zu rekonstruieren, unterstützen. Ein neues Gesicht gibt es mit Désirée Nosbusch auch im „Samstagskrimi“ als Staranwältin und Gegenpol zu einer jungen, engagierten Staatsanwältin: „Ein Fall für Cora Freydank“ zeigt zwei Frauen in ihrer Rolle als Justizprofis, die auf unterschiedlichen Seiten für Recht und Gerechtigkeit kämpfen. Eine weitere neue Reihe der Marke „Samstagskrimi“ wird mit „Herzwald – Ein Wendland-Krimi“ auf den Bildschirm kommen. Dafür wurde die Figur des LKA-Ermittlers Jan Konrad dem Schauspieler Ulrich Noethen auf den Leib geschneidert – in einer der schönsten Kulissen, die Deutschland zu bieten hat: dem Wendland.

In der Miniserie „Gestern waren wir noch Kinder“ geht es um eine Familie aus einem gehobenen Münchner Vorort. Der Vater ist erfolgreicher Anwalt, seine Frau kümmert sich um die drei gemeinsamen Kinder. Das Familienleben scheint perfekt, bis der Vater seine Frau im Affekt an deren 44. Geburtstag tötet. Während sein Motiv Rätsel aufgibt und die Ermittlungen beginnen, kämpft die 18-jährige Vivian um das Sorgerecht für ihre Geschwister. In dem Familien- und Gesellschaftsdrama „Neuland“ übernimmt eine traumatisierte Berufssoldatin nach dem spurlosen Verschwinden ihrer Schwester vorübergehend die Vormundschaft für ihre beiden Nichten. Auf der Suche nach ihrer Schwester blickt sie mehr und mehr in die Abgründe hinter hellen Kleinstadtfassaden.

Zur Weiterentwicklung des „Herzkino“-Sendeplatzes am Sonntag um 20.15 Uhr soll das Format „Glück kommt selten allein“ zu einer Reihe ausgebaut werden. Zudem werden neue Reihen wie „Freunde sind Meer“ (AT) und „Unterm Apfelbaum“ (AT) mit jeweils zwei Filmen entwickelt. „Liebe kennt keinen Unterschied“ ist ein anrührender „Herzkino“-Zweiteiler um den Vater eines erwachsenen Sohns mit Down-Syndrom, der einsehen muss, dass er diesen ins Leben – und in die Liebe – entlassen kann und über diese Erkenntnis auch für sein eigenes Leben lernt. Die etablierten Formate „Der Bergdoktor“, „Die Bergretter“ und „Lena Lorenz“ bleiben am Donnerstag um 20.15 Uhr weiterhin von zentraler Bedeutung. „Wendehammer“ erweitert den Kosmos der Prime-Time-Serien am Donnerstagabend. Die Serie erzählt die Geschichte von fünf Freundinnen, die mir ihren Familien in benachbarten Reihenhäusern in einem Wendehammer leben und neben Freud und Leid auch ein düsteres Geheimnis teilen, das – im wahrsten Sinne des Wortes – an die Oberfläche zu kommen droht. Die Prime-Time-Serien „Doktor Ballouz“ und „Fritzie – Der Himmel muss warten“ werden fortgesetzt. Darüber hinaus werden diverse Komödien-Einzeltitel für den Sendeplatz entwickelt.

Das ZDF wird auch weiterhin auf den Sendeplätzen um 18.00 und 19.25 Uhr werktäglich auf hochwertige deutsche Serien setzen, die an unterschiedlichen Orten Deutschlands entstehen. Neue Folgen mit den bekannten Ermittler*innen werden für die Freitagskrimis „Der Staatsanwalt“, „Der Alte“, „Die Chefin“ und „Ein Fall für zwei“ produziert. Die neue Serie „Jenseits der Spree“ mit Jürgen Vogel als alleinerziehender Polizist komplettiert den Sendeplatz. Die 21.15-Uhr-Leiste ergänzt den traditionellen Krimi-Abend im ZDF u. a. mit weiteren Staffeln von „SOKO Leipzig“ und „Letzte Spur Berlin“.

Das ZDF wird – auf den Sendeplätzen im „Montagskino“ in der Primetime sowie an Feiertagen – als Anbieter hochwertiger und moderner Kino-Unterhaltung mit Erstsendungen insbesondere für ein jüngeres Publikum wieder starke Akzente setzen. Als Highlights für 2022 sind die Spielfilme „Once Upon a Time in Hollywood“ (2019) mit Leonardo DiCaprio, Brad Pitt und Margot Robbie sowie die Literaturverfilmung „Narziss und Goldmund“ (2020) nach dem Roman von Hermann Hesse vorgesehen.

Der Sendeplatz am Sonntag um 22.15 Uhr steht weiterhin im Zeichen viel beachteter internationaler Krimi-Reihen und Mehrteiler. In dem zweiteiligen international koproduzierten Thriller „Perfect Mother“ stellt ein Schreckensanruf in der Nacht das heile Familienleben von Helene Berg auf den Kopf. Ihre Tochter, die als Austauschstudentin in Paris lebt, meldet sich aus der Untersuchungshaft. Sie wird beschuldigt einen jungen Mann in ihrer Wohnung erstochen zu haben. Der Dreiteiler „The Chelsea Detective“ bietet britische Krimi-Unterhaltung mit allen bekannten Vorzügen des Genres: intelligent, humorvoll, mit psychologisch fein gezeichneten Figuren.

Das ZDF bietet Kulturschaffenden eine mediale Bühne. Mit Blick darauf wird die traditionsreiche Kulturmarke „aspekte“ weiter erneuert. Das Ziel lautet: verstärkt jüngere Publikumsgruppen im non-linearen Bereich für Kulturinhalte gewinnen. ZDFkultur wird seine Kulturpartnerschaften in linearen wie non-linearen Formaten fortsetzen und sich im öffentlich-rechtlichen Kulturkosmos vernetzen. Neben alljährlichen Highlights wie dem „Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker“ wird das ZDF 2022 auch die Premiere von „Madame Butterfly“ auf der Seebühne Bregenz präsentieren sowie Konzerte (z. B. von David Garrett) übertragen.

2022 jährt sich der Geburtstag des schillernden Archäologen Heinrich Schliemann zum 200. Mal. Die Kulturdokumentation „Wem gehört der Schatz des Priamos?“ beleuchtete im Januar Mythen und Konflikte um Schliemanns Gold aus Troja.

Zum Welttag des Buches am 23. April 2022 lud Thea Dorn in einer Sonderausgabe des „Literarischen Quartetts“ drei junge Gäste unter 21 Jahren ein, um über Literatur zu diskutieren. Jeder Gast brachte einen Buchvorschlag mit. Das philosophische Talk-Format „Precht“ wird auch im Jahr 2022 mit sechs Ausgaben im ZDF-Programm fortgesetzt.

Unterhaltung wird auch weiterhin in den Genres Comedy, Musik und Factual Entertainment – sowohl im Hauptprogramm wie auch bei ZDFneo, linear sowie in der ZDFmediathek – angeboten. Nach dem erfolgreichen Start von „Die Giovanni Zarella Show“ im Jahr 2021 werden auch 2022 in vier neuen Ausgaben aktuelle Stars der Schlagercharts, vielversprechende Newcomer*innen und Musiklegenden mit ihren Hits Unterhaltung bieten. Moderatorin Sabine Heinrich wird im Jahr 2022 wieder „Das große Deutschland-Quiz“ präsentieren und Zuschauer*innen und Prominente dazu einladen, Deutschland spielerisch zu erkunden. Und nach der erfolgreichen „Wetten, dass..?“-Jubiläumssendung von 2021 wird Thomas Gottschalk auch in den Jahren 2022 und 2023 jeweils eine Ausgabe der ZDF-Erfolgsshow moderieren.

Das Programm „Don’t Stop the Music“ verbindet als Multi-Plattform-Projekt für das ZDF, KiKA und ZDFneo ein Thema von großer öffentlicher Aufmerksamkeit mit einem emotional-personalisierten Storytelling. In einer Schule in einem sozialen Brennpunkt dürfen Kinder aus finanzschwachen Elternhäusern eine musikalische Grundausbildung absolvieren. Über zehn Monate werden diese in einer Langzeitbeobachtung auf ihrem Weg hin zu einem großen Auftritt im Berliner Konzerthaus am Gendarmenmarkt begleitet. Bülent Ceylan begleitet das Projekt als prominenter Pate.

Auf der neuen Factual-Entertainment-Strecke am Sonntag werden 2022 weiterhin die neuen Formate wie „Mein Zuhause richtig schön“ mit Eva Brenner und „Bares für Rares – Händlerstücke“ mit Horst Lichter fortgesetzt. Diese Formate flankieren die bereits erfolgreich etablierten Marken wie „Duell der Gartenprofis“. Der „ZDF-Fernsehgarten“ macht 2022 auf seiner Tour Halt in Thüringen. In einem gewohnt bunten Mix aus Musik, Gästen, Spaß, Service, Sport und regionalen Themen begrüßt Andrea Kiewel die Zuschauer*innen.

Neben den quotenstarken Comedy-Formaten „heute-show“ und „ZDF Magazin Royale“ sollen gerade auch für die ZDFmediathek und YouTube verstärkt Programme entwickelt werden, die sich in der Annonce an Zielgruppen wenden, die aktuell nur wenig Kontakt zum ZDF haben.

Im ZDF-Kinderprogramm erwartet die Zuschauer*innen im Jahr 2022 fiktional ein breites Angebot international koproduzierter Real- und Animationsserien und Spielfilme. Die hochwertige Science Fiction-/Mystery-Serie „Theodosia“ präsentiert mit diverser Besetzung spannende Abenteuer rund um die 14-jährige Theodosia, die 1906 mit ihrer Familie im „Museum für seltsame Artefakte“ in London lebt. Eine Neuauflage von „Der Räuber Hotzenplotz“ – in klassischer Inszenierung und mit prominentem Cast – ergänzt das Familienfilm-Angebot an den Feiertagen. Die auf dem ZDF-Produzententag ausgeschriebene fiktionale Kinderserie „Weckschreck“ erzählt in zehn 25-minütigen Episoden Geschichten mit Fantasy-Elementen zum Entspannen und Lachen. Die Verfilmung des Jugendromans „Im Labyrinth der Lügen“ von Ute Krause als animierte neunteilige Miniserie zeigt ein deutsch-deutsches Drama aus der Zeit, als Deutschland noch geteilt war.

„Terra X“ ist die Wissensmarke des ZDF und seiner Partnerkanäle. Mit der „Terra X-Show Kids“ findet sich diese Marke nun auch im KiKA wieder und soll die jüngeren Zielgruppen an die Marke heranführen. Spiele, Einspieler und Expert*innen erwarten die jungen Kandidat*innen im großen „Terra X“-Studio. In Kooperation mit ZDFneo plant „PUR+“ für 2022 eine Schwerpunktsendung zum Thema Scheidung bzw. der Trennung von Eltern.

2023 und 2024

Hinsichtlich der aktuellen Berichterstattung in Nachrichten- und anderen Informationssendungen des ZDF können für die Folgejahre naturgemäß nur eingeschränkte Themenvorschauen erstellt werden. Mit seiner journalistischen Expertise sowie seinem Netz aus Inlands- und Auslandsstudios ist der Sender jedoch gut aufgestellt, um die sich entwickelnden innen- und außenpolitischen Themen und Brennpunkte schnell, umfassend und hintergründig zu begleiten. Im Jahr 2023 stehen die Landtagswahlen in Hessen und Bayern sowie die Bürgerschaftswahl in Bremen im Fokus der Berichterstattung. Für 2024 gilt dies für die Wahl zum Europäischen Parlament und die Landtagwahlen in Sachsen, Thüringen und Brandenburg. Von den Parteitagen wird das ZDF voraussichtlich mit sieben „Standpunkte“-Sendungen berichten.

Für das „ZDF-Morgenmagazin“ ist Ende 2021 das YouTube-Format „kontext“ gestartet. Im Falle einer positiven Evaluierung der ersten Folgen sind für 2023 weitere Folgen vorgesehen. Das mit Fokus auf den Erfolg in der ZDFmediathek entwickelte Nachfolge-Format von „ZDFzoom“ wird auf allen relevanten Plattformen bei der anvisierten Zielgruppe bekannt gemacht. Dies bedarf einer umfangreichen crossmedialen Verbreitungsstrategie mit eigenen Auftritten auf Drittplattformen, die neu aufgebaut werden.

Das Sportjahr 2023 startet im ZDF wieder mit der Vierschanzentournee, auf die die Handball-WM in Polen und Schweden, die Alpine Ski-WM in Courchevel/Méribel, die Biathlon-WM im heimischen Oberhof und die Nordische Ski-WM in Planica folgen.

Der Sommer bietet weitere sportliche Programmhighlights. So bleiben „Die Finals“ fester Bestandteil des Sport-Portfolios sowie die Special Olympics in Berlin. Die Leichtathletik-WM findet im ungarischen Budapest statt. Vorbehaltlich des Rechteerwerbs ist die Fußball-WM der Frauen in Australien/Neuseeland als eine weitere, herausragende Produktion 2023 zu nennen.

Der Fußball wird darüber hinaus weiter durch eine zusammenfassende Berichterstattung von jedem Champions League-Mittwoch in der Gruppen- und K. o.-Phase im ZDF-Programm vertreten sein. Außerdem wird das ZDF 2023 das Champions League-Finale in Istanbul und 2024 das Finale aus dem Wembley-Stadion in London live übertragen. Zusätzlich wird das ZDF im nationalen Pokalwettbewerb für Vereinsmannschaften – dem DFB-Pokal – von den jeweiligen Spielrunden zusammenfassend als auch live berichten.

2024 wird mit der Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land ein besonderes Sportjahr für Deutschland. Austragungsorte sind die zehn Städte Berlin, München, Düsseldorf, Stuttgart, Köln, Hamburg, Leipzig, Dortmund, Gelsenkirchen und Frankfurt/Main. ARD und ZDF werden sämtliche Spiele der deutschen Nationalmannschaft übertragen. Im Januar findet zudem die Handball-EM der Männer ebenfalls auf heimischen Boden statt. Die Olympischen Sommerspiele sowie die Paralympics

werden 2024 in Paris stattfinden. Dazu wird das ZDF gewohnt umfangreich berichten.

Das Jahr 2023 wird bei „Terra X“ voraussichtlich mit der dreiteiligen Reihe „Die Arktis – 66,5 Grad Nord“ beginnen, die die Schönheit der arktischen Welt und ihren Wandel dokumentiert. Die sechsteilige BBC/ZDF Dokureihe „Eisige Welten II“ bietet für das Frühjahr 2023 ein einzigartiges Porträt der Polarregionen und wird bislang unentdeckte Schätze dieser grandiosen Landschaft aufspüren, aber auch prominente Bewohner in ihrem Überlebenskampf auf und unter dem Eis begleiten. Einen besonderen Blick aus der Vogelperspektive auf einen von einer jungen, aufstrebenden Bevölkerung geprägten Kontinent mit der ursprünglichsten Natur der Erde gewährt 2023 die ZDF/ARTE Koproduktion „Afrika von oben“. 2024 begibt sich „Terra X“ im Dreiteiler „Macht der Götter“ an emblematische Orte, an denen der Glaube Weltgeschichte schrieb. Moderator Christopher Clark trifft offizielle Vertreter*innen von Glaubensgemeinschaften und spricht mit Gläubigen und Expert*innen. Die BBC-Reihe „Planet Erde III“, die voraussichtlich im Frühjahr 2024 ausgestrahlt werden kann, bildet ein weiteres Jahreshighlight.

In den Jahren 2023 und 2024 werden wissenschaftliche Fragen, die die Entwicklung des globalen Klimas und die Herausforderungen, die mit dem Anspruch auf „Klimaneutralität“ verbunden sind, eine wichtige Rolle spielen. „Leschs Kosmos“ wird sich verstärkt der Energiewende, den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen zum Klimawandel sowie dem Blick auf konkrete Strategien zum Erreichen der Klimaziele widmen. Knapp zwei Jahre nach dem Regierungswechsel zieht Harald Lesch Bilanz. Sind wir in Deutschland auf dem richtigen Weg, um unseren Beitrag zu leisten? Können Wissenschaft und Forschung neue Lösungen aufzeigen?

Neunzig Jahre nach der so genannten „Machtergreifung“ entsteht 2023 ein Programmschwerpunkt unter dem Titel „Hitlers Weg“. Eine dreiteilige Dokumentation widmet sich auf Basis neuester Forschungen den historischen Schlüsselmomenten auf dem Weg in die NS-Diktatur, Krieg und Menschheitsverbrechen. Ergänzt durch ein aufwändiges Social Media-Angebot sollen Wendepunkte herausgestellt werden, die vor Augen führen, wie Hitler sich bis zum Untergang des NS-Reichs auf großen Rückhalt bei den Deutschen stützen konnte.

Im Doku-Dreiteiler „Zeitreise Heimat“ begibt sich Mirko Drotschmann 2023 auf Spurensuche und präsentiert traditionsreiche Städte, Dörfer und Landschaften. Der Presenter versucht dabei, das Heimatgefühl neu zu ergründen. Eine Reise in die Gegenwart und – mithilfe computergrafischer Zeitsprünge – auch in die Vergangenheit. Für Ostern 2023 ist das 90-minütige Dokudrama „INRI – Der Prozess gegen Jesus“ geplant. Fachleute aus den Bereichen Archäologie und Geschichte geben Antworten zum neuesten Forschungsstand. So entsteht ein Dokudrama der letzten Tage Jesu, wie es sich historisch begründbar herleiten lässt.

In der Dokumentation „Aktenzeichen XY … ungelöst – Kulturgeschichte im True Crime Format“ (AT), wird anlässlich des 55-jährigen Bestehens der Sendung untersucht, wie sich aus der Inszenierung der formatprägenden Einspielfilme eine Mentalitätsgeschichte der jungen Bundesrepublik ableiten lässt.

Fiktional wird die achtteilige Thriller-Serie „Der Schwarm“, die in internationaler ZDF-Koproduktion entsteht und auf Frank Schätzings gleichnamigem internationalen Bestseller basiert, eines der großen ZDF-Highlights für 2023 sein. Erzählt

wird vom Kampf der Menschheit gegen eine unbekannte Schwarmintelligenz, die in den Tiefen des Meeres lebt. Weil der rücksichtslose Umgang des Menschen mit den Ozeanen den natürlichen Lebensraum dieses geheimnisvollen Kollektivs bedroht, schlägt es zurück. In kürzester Zeit steht alles menschliche Leben auf dem Spiel – und das Schicksal der gesamten Weltbevölkerung liegt in den Händen einer kleinen Gruppe von internationalen Wissenschaftler*innen. Flankiert wird die Serie von mehreren Dokumentationen, die die Bedrohung der Meere wissenschaftlich analysieren.

„Concordia“ ist eine sechsteilige Miniserie um eine Stadt mit einem umfassenden Kriminalitätspräventions-System, das alle Bürger*innen 24/7 überwacht. Nach einem verheerenden Amoklauf an einer Schule haben sich die Einwohner*innen der Stadt Concordia entschieden, ihre Stadt zur sichersten der Welt zu machen. Mit einem Überwachungssystem, das jeden Aspekt des Lebens live überwacht. Seitdem blüht die Stadt auf. Doch dann wird ein junger Mann in Concordia gefunden, der offensichtlich erschlagen wurde. Erwartet wird ein spannendes Szenario, das wie Science-Fiction klingen mag, aber zum Teil versuchsweise in chinesischen Städten gelebt wird. In Entwicklung befindet sich die achtteilige Miniserie „Love Sucks“, die eine zeitgemäße Neuinterpretation von Romeo und Julia darstellt. Ben und Zelda haben sich unsterblich ineinander verliebt und auch ihrer Liebe steht eine alte Familienfehde – wenn auch mystischer – im Weg, denn Ben ist der Sohn einer Vampirfamilie und Zeldas Familie besteht aus Vampirjägern.

Der Thriller „Die Whistleblowerin“ behandelt das brisante Thema Cyber-War. Darin bietet eine junge Russin Deutschland einen Deal an: Sie ist im Besitz von Informationen darüber, dass russische Hacker gezielt die Computersysteme von deutschen Kliniken angreifen. Um ähnliche Gefahren geht es auch im Thriller „Unsichtbare Angreifer“, der das aktuelle und kontroverse Thema „Smart Home-Haus“ aufgreift und damit die Vorzüge und Gefahren der Technik, die uns das Leben erleichtern soll: Als eine unbekannte Person ihr Smart Home-Netzwerk hackt und sie so gegen ihre Liebsten ausspielt, muss Architektin Lucia Hansen trotz anhaltendem Psychoterror alles daransetzen, ihre Familie zu beschützen.

Als Sehnsuchtsziel für deutsche Wirtschaftswunderkinder bildet der „Gardasee“ die Kulisse für den gleichnamigen Dreiteiler, der mit den Jahren 1953, 1968 und 1985 drei Schlaglichter wirft, um die Geschichte dreier Frauengenerationen zu erzählen, die die Sehnsucht eint, den einen Ort zu finden, an dem alles zusammenkommt und an dem alles stimmt.

Die Tsunami-Katastrophe von 2004 ist der Ausgangs- und Kristallisationspunkt der spannenden Event-Miniserie „Was zählt“, in der ein gut situierter Freundeskreis unerwartet Besuch aus der Vergangenheit bekommt und sich mit einer lange verdrängten Wahrheit konfrontiert sieht. Sie alle konnten der Tsunamiwelle in Thailand entkommen, ihren Lügen entkommen sie jedoch nicht.

Das aus komplett weiblicher Perspektive erzählte Drama „Le Prince“ aus der Reihe „Das kleine Fernsehspiel“ widmet sich 2023 einem Liebespaar aus kongolesischem Geschäftsmann und deutscher Kuratorin, das unterschiedlicher nicht sein könnte. Spannung versprechen 2023 auch die internationalen Koproduktionen wie z. B. der Titel „Reunion“ (AT), ein Thriller mit großer emotionaler Wucht vor der pittoresken Kulisse der Côte d’Azur, in dem eine Reihe von Mittvierzigern anlässlich eines Klassentreffens in Antibes von den Ereignissen ihrer Jugend eingeholt wird.

In der Primetime wird 2023 der Spielfilm „Der Junge muss an die frische Luft“ nach dem Erfolgsroman von Hape Kerkeling ausgestrahlt. Für das „Montagskino“ ist in 2024 die zweiteilige Spielfilm-Koproduktion „Die drei Musketiere“ geplant. Diese Verfilmung des berühmten Klassikers der Weltliteratur richtet sich an ein junges Publikum und wurde im Stil heutiger Blockbuster-Unterhaltung umgesetzt: modern, frech, aufwändig und temporeich. Ebenfalls für 2024 ist der französische Spielfilm „Notre-Dame on Fire“ (AT) zum 5. Jahrestag der Brand-Katastrophe als Free-TV-Premiere geplant. Meisterregisseur Jean-Jacques Annaud („Der Name der Rose“) setzt den Kampf um das kulturelle Welterbe spektakulär und dramatisch in Szene.

zdf.de /ZDF /ZDF /zdf

4.1.2 ZDFneo

Sendebeginn	01. November 2009
Leitung	Dr. Nadine Bilke (Koordination ZDFneo bis 30. April 2022),
	Jasmin Maeda (Koordination ZDFneo ab 1. Juli 2022)
Kernkompetenz	Fiction, Unterhaltung, Dokumentationen

ZDFneo zählte 2020 und 2021 zu den zehn meistgenutzten TV-Sendern in Deutschland. 2021 wurde im vierten Jahr in Folge Rang 8 belegt (2,8 Prozent Marktanteil). Die bestehende Strategie von ZDFneo wird daher auch 2022 fortgesetzt. Dafür sind mehrere Serien und Sitcoms geplant, die eine große Bandbreite für die junge Zielgruppe anbieten und das Repertoire für die ZDFmediathek erweitern sollen. Den Auftakt bildete die Couple-Sitcom „Ich dich auch!“, die die Beziehung eines jungen Pärchens zeigt, das sich mit Themen aus seiner Lebenswelt auseinandersetzt. Darauf folgte die Familiencomedy „Doppelhaushälfte“, die das Zusammenleben zweier sehr unterschiedlicher Familien humorvoll darstellt. Mit der 2. Staffel „Fett und Fett“ soll die Zielgruppe der Dreißigjährigen angesprochen werden, die auf der Suche nach dem richtigen Weg im Leben ist.

Für den Bereich der europäischen Koproduktionen setzte ZDFneo die Erfolgsserie „Sløborn“ als Survival-Thriller auf einer abgeschotteten Insel fort.

Im Rahmen der Partnerschaft mit der European Alliance wird die Dramaserie „Survivors“ produziert, in der ein Jahr nach einem Segelboot-Unglück einige Verschollene auf mysteriöse Weise wieder auftauchen. Emotionale und figurenzentrierte Dramaserien wird es 2022 ebenfalls bei ZDFneo geben, darunter die erste Fernsehserie von Caroline Link: In „Safe“ (AT) treffen zwei Kinder- und Jugendtherapeuten auf junge Patient*innen, deren Schicksale die Zuschauer*innen auf berührende Weise erleben. In eine andere Richtung geht der Drama-Thriller „Decision Game“ (AT), in dem die Tochter einer Risk-Managerin gekidnappt wird. Die Geschichte einer jungen non-binären Person wird in dem Instant Fiction-Format „Charlie“ (AT) erzählt. Für das Mystery-Genre wird die Serie „Another Monday“ (AT) produziert, in der eine Ehefrau und Mutter sich plötzlich in einer Zeitschleife befindet und immer wieder denselben Montag erlebt.

In der Daytime setzt ZDFneo weiterhin auf die Entwicklung unterhaltsamer Factuals mit emotionaler Ansprache und hat mit dem Format „Waschen, Schneiden, Leben!“ das bisherige Portfolio ergänzt. Ziel dieser und weiterer Entwicklungen, wie z. B. der „Streetfood Challenge“ bleibt es, einen Langläufer für den ZDFneo-Vorabend zu etablieren. In der Primetime geht es in den zwei neuen Factuals „Rabenväter oder Super Dads?“ und „Trennungskinder“ um das Thema Familie – in bewährter Form präsentiert von Collien Ulmen-Fernandes. Bestandteil des Programms bleiben 2022 auch die beiden neu gestarteten Showformate „Studio Schmitt“ und „MaiThink X“.

Auch über das Jahr 2022 hinaus plant ZDFneo eine Vielzahl fiktionaler Programmhighlights für junge Publikumsgruppen. Ein wichtiger Baustein der Fiction-Strategie bleibt dabei die Sitcom-Offensive – zwei neue Sitcom-Stoffe sind bereits in der Entwicklung: „Karibou“, eine Adaption des israelischen Erfolgsformats „Nevsu“, zeigt die alltäglichen Probleme, die aus einer multikulturellen Beziehung erwachsen können und birgt neben offensichtlichem Culture Clash viel komisches Potenzial durch zahlreiche Familien- und Beziehungskonflikte. Dabei steht in besonderer Form unbewusster Alltagsrassismus im Vordergrund. Eine Familie ganz anderer Art wird in „Loser“ (AT) gezeigt. Nachdem der 31-jährige Arbeitslose Julian aus finanziellen Gründen wieder bei seinen Eltern einziehen muss, eröffnet ihm seine ehemalige Jugendliebe, dass er einen 15-jährigen Sohn hat. Neben der Neuentwicklung dieser Sitcoms sind für das kommende Jahr gleich zwei Folgestaffeln der Sitcom „Deadlines“ geplant.

Neben Folgestaffeln der erfolgreichen Drama-Serien „Die Macht der Kränkung“ (Staffel 2), „WIR“ (Staffel 4) und „Loving Her“ (Staffel 2) plant ZDFneo zwei neue Dramastoffe für das Jahr 2023: In „Amok“ (AT) versucht die neue Polizeichefin einer Kleinstadt einen Amoklauf, der vor einem Jahr an der Schule ihrer Tochter stattgefunden haben soll, aufzuklären. Mithilfe der übernatürlichen Gabe ihrer Tochter kommt sie der Wahrheit auf die Spur. Damit vereint das Format Horror- und Mystery-Elemente und bedient sich dabei an Themen aus der Lebenswelt der jungen Zielgruppe. Spannung bietet auch der Psychothriller „Der Schatten“, in dem die Journalistin Norah versucht einen Mord zu verhindern – einen Mord, den sie selbst begehen soll.

Bei den Koproduktionen ist eine zweite Staffel der Neo-Serie „Hidden Agenda“ geplant. Außerdem sind mit „Elvira“ (AT), „Riding in Darkness“ und „Blood Red Road“ weitere Koproduktionen in Entwicklung.

zdf.de/sender/zdfneo /ZDFneo /zdfneo /zdfneo /zdfneo

4.1.3 ZDFinfo

Sendebeginn	05. September 2011
Leitung	Robert Bachem (Leiter Programmbereich Info,
	Gesellschaft und Leben/ZDFinfo)
Kernkompetenz	Dokumentationen

ZDFinfo setzt als Informationssender in der ZDF-Familie auf ein hintergründiges Dokumentationsangebot. Damit ist ZDFinfo 2020/2021 zum mit Abstand erfolgreichsten Dokumentationssender in Deutschland geworden (2021: 2,0 Prozent Marktanteil). Auch 2022 wird das Programm stark von zeitgeschichtlichen Dokumentationen geprägt sein. In der achtteiligen „Ägypten-Saga“ soll den Zuschauer*innen ein größerer Bildausschnitt des Alten Ägyptens gezeigt werden: eine Gesamtansicht der ägyptischen Geschichte, monumentale Tempel, die Grabanlagen im Tal der Könige und vor allem die Pyramiden von Gizeh. In vier Episoden spannt die Dokureihe „Tschernobyl – Die wahre Geschichte“ den Bogen von 1972 bis heute. Im Fokus stehen die Menschen und ihre persönlichen Geschichten. Die Dokumentationsreihe beleuchtet nicht nur die Katastrophe, sondern auch den Traum, der mit der friedlichen Nutzung der Kernenergie zusammenhängt. Weitere Akzente werden Doku-Events wie „Zeit der Gier - Ackermann, die Deutsche Bank und die Folgen“ oder „Der blinde Fleck – Der Missbrauchsskandal von Lügde“ sein. Letzterer zeichnet investigativ in vier Folgen den Missbrauchsskandal in Lügde nach, den schweren Kindesmissbrauch auf dem Campingplatz in Nordrhein-Westfalen, der sich verstörend in das öffentliche Bewusstsein drängte.

Auch in den Jahren 2023 und 2024 wird ZDFinfo Dokumentationen präsentieren, die aktuelle und geschichtliche Themen stärker einordnen. Für 2023 sind bisher zwei Reihen angedacht: Der Dreiteiler „Das Atomzeitalter - Illusionen, Geheimnisse, Krisen“ beleuchtet die Geschichte der Kernspaltung. Die zehnteilige dokumentarische Reihe „Mythos – Die größten Rätsel der Geschichte“ wird bereits in der dritten Staffel produziert und geht den großen Mythen auf den Grund. Sie zeigt, wie Mythen entstanden sind, welche Ereignisse die Legendenbildung befeuert haben und welche Beweise es für ihre Echtheit gibt. Die Faszination für die mystischen Orte, heroischen Sagengestalten und fantastischen Wesen bleibt ungebrochen. Die Dritte Staffel wird Mysterien wie die geheimnisvolle Goldstadt Eldorado, den Garten Eden oder das Rätsel von Tunguska umfassen.

zdf.de/dokumentation/zdfinfo-doku /ZDFinfo /zdfinfo /c/ZDFDOKU /zdfinfo

4.2 Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF

4.2.1 Europäischer Kulturkanal ARTE

Federführende Anstalt	SWR
Sitz	ARTE Deutschland TV GmbH: Baden-Baden
Gründungsjahr	1991
Leitung	Dr. Markus Nievelstein (ARD-Koordination, Geschäftsführer ARTE
	Deutschland TV GmbH),
	Wolfgang Bergmann (ZDF-Koordination, Geschäftsführer ARTE
	Deutschland TV GmbH)
Kernkompetenz	Der europäische Kulturkanal ARTE fördert den Dialog, das Verständnis und
	die Annäherung der Menschen in Europa. ARTE steht für kulturelle Vielfalt
	und Mehrsprachigkeit, spürt Talente und Trends auf, unterstützt die
	kreative Szene und pflegt Europas Kulturerbe.

Der deutsch-französische Sender ARTE besteht aus drei Einheiten: der zentralen Sendeeinheit ARTE G.E.I.E. in Straßburg und den beiden Mitgliedern ARTE France und ARTE Deutschland. Die Mitglieder produzieren jeweils rund 40 Prozent der von ARTE gesendeten Programme, auf deutscher Seite hälftig von ARD und ZDF. Die restlichen 20 Prozent stellt ARTE G.E.I.E. zum Teil gemeinsam mit kooperierenden Sendern aus Belgien, Österreich, Tschechien, der Schweiz, Finnland, Griechenland, Irland, Italien und dem Film Fund Luxembourg bereit.

Die Reichweitenbilanz im Jahr 2021 war sehr zufriedenstellend: In Deutschland konnte ARTE seine Reichweitenbilanz mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr leicht ausbauen (2020 waren es 1,2 Prozent). In Frankreich stabilisierte sich der Marktanteil von ARTE und lag wie im Vorjahr bei 2,9 Prozent.

Bei der Nutzung der online angebotenen Programme konnte ARTE einen Zugewinn verzeichnen. Im Jahr 2021 wurden auf den unterschiedlichen digitalen Verbreitungswegen des Senders 153 Mio. Videoabrufe pro Monat registriert. Das bedeutet einen Anstieg um rd. 12,5 Prozent zum Vorjahr. Auch die Nachfrage nach dem erweiterten europäischen ARTE-Angebot in englischer, polnischer, spanischer und italienischer Sprache stieg deutlich auf durchschnittlich 66,7 Mio. Abrufe pro Monat. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerungsrate von 139 Prozent – eine gute Voraussetzung für die weitere Europäisierung des ARTE-Angebots, die im Fokus der Unternehmensstrategie steht. Sie umfasst eine höhere Anzahl der in mehreren Sprachen untertitelten Programme, weiter gehende Sprachfassungen (Untertitel in Kombination mit Voiceover) und die Produktion des ARTE Journals in weiteren europäischen Sprachen (Englisch, Spanisch).

Das Programmjahr 2021 startete mit einem Schwerpunkt zu den Ozeanen als Quelle des Lebens, Ursprung von Mythen und Sagen, als bedrohtes Biotop, aber auch als Schauplatz legendärer Schlachten. Der „Winter of Oceans“ griff die breite Palette dieses Themas in mehr als 40 Dokumentationen, Reportagen und Spielfilmen auf. Insgesamt war der Winterschwerpunkt mit 1,5 Prozent

Marktanteil in Deutschland ebenso erfolgreich wie 2020 der „Winter of Forests“. In Frankreich konnte das Ergebnis im Vergleich zum vergangenen Jahr von 2,9 Prozent Marktanteil auf 3,1 Prozent gesteigert werden. Auch die Abrufzahlen konnten sich steigern: Rund ein Viertel der verfügbaren Filme und Dokumentation erreichten mehr als 100.000 Videoabrufe.

Zahlreiche Jahrestage prägten 2021 das ARTE-Programmangebot: Ein Themenabend beschäftigte sich zehn Jahre nach dem arabischen Frühling ausführlich mit den damaligen Revolutionsbewegungen in Nordafrika und ihren Folgen. Die zweiteilige Dokumentation „Das Erbe des Arabischen Frühlings – Zwischen Aufbruch und Chaos“ arbeitete die Geschehnisse aus der heutigen Sicht von Beteiligten auf und analysierte die Rolle von Drittstaaten. Die Web-Serie „Arabellinnen“ stellte fünf Frauen in den Fokus, die während der Revolutionsbewegungen eine tragende Rolle gespielt hatten und berichteten, wie sich ihre Lebens- und Arbeitssituation seitdem veränderte.

Zum 200. Todestag von Napoleon Bonaparte widmete ARTE dieser historischen Figur, die nicht nur Frankreich, sondern auch die europäischen Nachbarn an Abgründe führte, einen Programmschwerpunkt. „Napoleon. Der Tod hat sieben Leben“ zeichnete sieben Schlüsselmomente im Leben des französischen Kaisers nach. Mit „Napoleon – Metternich: Der Anfang vom Ende“ kam die erste große deutsch-französische Koproduktion im Bereich Dokumentation zur Ausstrahlung. Der Film ist ein Duell der Worte zwischen dem französischen Herrscher, der bis dahin alle Gegner in die Knie gezwungen hatte, und Österreichs Außenminister, dem engsten Vertrauten des österreichischen Kaisers und Meister der Diplomatie.

Auf die Machtübernahme der Taliban Mitte August reagierte nicht nur die Chefredaktion im ARTE Journal und in der ARTE Reportage. „Re: Die Taliban in Kabul: Afghanische Zivilisten in Gefahr“ begleitete eine Afghanin und zwei Afghanen von der Rückeroberung des Landes durch die Taliban bis zu deren Einzug in Kabul am 15. August 2021. Allein auf dem deutschen YouTube-Kanal von ARTE erreichte die Reportage 1,4 Mio. Aufrufe. Die sechsteilige preisgekrönte Dokumentationsreihe „Afghanistan. Das verwundete Land“ ergänzte das Angebot auf arte.tv. Sie beleuchtet die Geschichte des Landes von den 1960er Jahren bis in die Gegenwart.

20 Jahre nach den Terroranschlägen vom 11. September stellte ARTE Betroffene und Täter in den Mittelpunkt. „Die Klasse von 9/11“ fragt, was aus den Grundschüler*innen wurde, deren Klasse von George W. Bush besucht wurde, als ihn die Nachricht des Terroranschlags erreichte. „Der Fall el-Masri“ wiederum rollt die Geschichte des Deutsch-Libanesen auf, der zu Unrecht Opfer des US-amerikanischen Anti-Terror-Programms wurde. Die investigative Recherche „Slahi und seine Folterer“ deckt schließlich auf, was tatsächlich in Guantanamo nach den Anschlägen des 11. September 2001 passierte.

Der ARTE Kultursommer startete mit einem musikalischen Event von europäischer Strahlkraft: Am Sonntag, den 6. Juni 2021, ließ der Sender von 13.00 bis 22.00 Uhr an symbolträchtigen Orten in ganz Europa Beethovens neun Symphonien erklingen. Im Arkadenhof des Kurfürstlichen Schlosses in Beethovens Geburtsstadt Bonn, am Ufer des Luganer Sees sowie in Prag, Dublin, Helsinki, Luxemburg, Delphi, Straßburg und Wien interpretierten einige der renommiertesten Orchester Europas unter hochkarätiger Leitung Beethovens Symphonien. Sieben von ihnen spielten dabei live.

Einen der Höhepunkte bot die 7. Symphonie um 19.00 Uhr. Vor der imposanten Kulisse des Delphi-Theaters in Griechenland spielte das Ensemble musicAeterna unter Maestro Teodor Currentzis und wurde dabei tänzerisch von der Compagnie der Choreographin Sasha Waltz begleitet. Das Publikum war begeistert und bescherte ARTE überdurchschnittlich hohe Marktanteile im TV. Auch online auf arte.tv verzeichnete das Beethoven-Fest ca. 700.000 weltweite Video-Views, davon 22 Prozent außerhalb von Deutschland und Frankreich.

Eine erfreuliche Resonanz, sowohl linear als auch non-linear, erzielte der sommerliche Schwerpunkt „Summer of Voices“ (2,3 Prozent in Deutschland, 4,4 Prozent in Frankreich). Der Schwerpunkt feierte mit Dokumentationen und Filmen Künstler*innen, die durch ihre Stimme, Leidenschaft und Persönlichkeit die Menschen begeistern und berühren. Der „Summer of Voices“ war in Deutschland der beste, in Frankreich der zweitbeste popkulturelle Sommerschwerpunkt seit seiner Einführung 2007.

Mit „42 – Die Antwort auf fast alles“ startete Anfang September das neue, von ARTE Deutschland eingebrachte Wissenschaftsformat. Die Resonanz war erfreulich. Das „online first“ konzipierte Format richtet sich an ein YouTube-Publikum, wird aber ebenso in der ARTE-Mediathek wie linear verbreitet. Alle Ausspielwege werden separat kuratiert, d. h. die vorhandenen Produktionen werden je nach den jeweiligen Erfordernissen ausgewählt. Die Presseresonanz auf das neue Format war auch deshalb hoch, weil sich die Off-Präsentatorin der Sendung, Nora Tschirner, für dieses Format engagiert hatte.

Im Rahmen des Festjahres „1700 Jahre jüdisches Leben in Deutschland“ ging die Kulturdokumentation „Kunst, Kultur, Kippa“ der Frage nach, ob es das Jüdische in der Kunst gibt und machte sich auf Spurensuche in Paris, Berlin, Rom und Lodz. „Jüdisches Leben, Jüdischer Humor“ vermittelte, wieso jüdischer Humor aus der globalen Popkultur nicht wegzudenken ist.

Die Kulturszene wurde durch die Corona-Pandemie schwer getroffen. Der großen Nachfrage nach kulturellen musikalischen Höhepunkten standen die enormen Einschränkungen gerade in diesem Bereich des öffentlichen Lebens gegenüber. Immer wieder stellte sich die Frage, mit welchen neuen Inhalten und Formaten die Musikplattform ARTE Concert dem gesteigerten Interesse an (Live-)Streamings gerecht werden konnte. Unter den zahlreichen Aktivitäten zur Unterstützung der Kultur- und Musikszene sei eine explizit genannt: Mit Hope@Home, der täglichen Musiksendung mit Starviolinist Daniel Hope und europäischen Gästen in dessen Berliner Wohnung, konnte ARTE ein eigenes Format einführen, das in der schwierigsten Phase der Pandemie ein Anker für Kulturschaffende und Musikbegeisterte war. Seinen Erfolg beweist nicht nur das große öffentliche Interesse an dem Format, sondern auch die Auszeichnung mit einem Opus-Klassik Sonderpreis.

Mit „United We Stream“ in Zusammenarbeit mit der Berliner Clubcommission erhielt die schwer getroffene und existenziell bedrohte Clublandschaft ein Forum. Nach einer ersten Auflage mit den bekanntesten Clubs aus Berlin wurde das Format um Clubs aus ganz Deutschland und Europa erweitert. Mit fast 100 Folgen, über 12 Mio. Abrufen und einem weltweit positiven Presseecho war dieses Projekt für ARTE ein Erfolg.

Ausgerichtet an den jeweils geltenden Corona-Beschränkungen gelang es, teils ohne, teils mit reduziertem Publikum hochkarätige Konzert-, mitunter auch Opernereignisse für ARTE Concert zu sichern. Neben einer vierwöchigen, auf die Wochenenden konzentrierten Reihe gelang es, die

Salzburger Festspiele 2021 mit Orchester, Oper- und Soloabenden abzubilden und dafür weit über 550.000 Abrufe zu erzielen.

Seit einigen Jahren ist ARTE Partner der Young Euro Classics, eines Festivals europäischer Jugendorchester im Berliner Konzerthaus, das trotz der schwierigen Einreisebedingungen stattfand und dem ARTE Concert eine digitale Bühne bot. Im gleichen Haus fand aus Anlass des 200. Jahrestages ihrer Uraufführung die Oper „Der Freischütz“ inszeniert von La Fura dels Baus statt. Weitere musikalische Höhepunkte in einer künstlerisch schwierigen Phase waren die Konzerte des hr-Sinfonieorchesters oder des Gewandhausorchesters Leipzig, Streamings aus der Elbphilharmonie, ein Open-Air-Opernabend aus Hannover sowie Konzerte mit jungen und frei tätigen Ensembles (Balthasar-Neumann-Chor und -Ensemble, Ensemble Reflektor, Deutsche Kammerphilharmonie Bremen u. a.) und Live-Streams von Musikfestivals wie dem „Zeitgleich Festival“ und „Alcatraz“.

arte.tv /artede artede ARTEde /arte.tv

4.2.2 phoenix

Federführende Anstalt	WDR/ZDF
Sitz	Bonn
Gründungsjahr	1997
Leitung	Eva Lindenau (WDR), Michaela Kolster (ZDF)
Kernkompetenz	Information

phoenix ist die Politik-Plattform von ARD und ZDF. Seit dem Sendestart vor 25 Jahren (7. April 1997) ist es gelebter Anspruch, stets das ganze Bild zu zeigen. 2020 erreichte phoenix einen durchschnittlichen Jahresmarktanteil von 1,1 Prozent, 2021 von 1,0 Prozent.

Mit seinem einzigartigen Programm aus Live-Ereignissen, einordnenden Gesprächen und vertiefenden Dokumentationen ermöglicht der Sender eine fundierte Meinungsbildung zu aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen im In- und Ausland. Zum Programmauftrag gehört explizit die Abbildung der Arbeit in politischen Institutionen und demokratischer Prozesse. Markenkern von phoenix sind Live-Übertragungen aus dem Deutschen Bundestag, dem Bundesrat und den Landtagen sowie von Parteitagen. Insbesondere bei zentralen politischen Live-Ereignissen schalten die Menschen in Deutschland zu phoenix. So erzielte der Sender etwa bei der Vereidigung der neuen Bundesregierung 2021 in der Spitze eine Marktanteil von 9,9 Prozent. Auch bei internationalen Ereignissen ist phoenix live dabei. So schätzten die Zuschauer*innen etwa die Debatten im britischen Unterhaus zum Brexit-Gesetz 2020. phoenix lässt das Publikum nicht allein mit den Informationen, sondern ordnet dort ein, wo es möglich ist. Dabei lässt der Sender eine möglichst große Bandbreite von Gesprächspartner*innen aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu Wort kommen. Ebenso ordnen die Reporter*innen vor Ort, die Moderator*innen im Studio und die Korrespondent*innen von ARD und ZDF die Ereignisse ein.

Mit verschiedenen Gesprächssendungen schafft phoenix Erkenntnisgewinn. Ziel ist es, sachliche Diskussionen mit Persönlichkeiten anzubieten, die unsere vielfältige Gesellschaft abbilden. Dabei achtet phoenix auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Darüber hinaus ist phoenix mit seinen Talkformaten nah am Publikum. Erwähnt sei der Bürgertalk „wir müssen reden!“. Ende September 2021 haben die Menschen aus dem Ahrtal so die Möglichkeit erhalten, ungefiltert zu schildern, wie es ihnen nach der Flutkatastrophe ergangen ist und was sie sich von der Politik wünschen.

Einmal im Jahr finden zum Jahrestag des Grundgesetzes in Karlsruhe die „Karlsruher Verfassungsgespräche“ in Kooperation mit dem Bundesverfassungsgericht und der Stadt Karlsruhe statt, wo die Zuschauer*innen auch über Social Media Fragen stellen können. Fast jeden Sonntag um 12 Uhr überträgt phoenix den Presseclub der ARD, wobei „Presseclub nachgefragt“, bei dem das Publikum zu Wort kommt, im Anschluss exklusiv bei phoenix zu sehen ist. Und wann immer der Presseclub in der ARD ausfällt, läuft bei phoenix zur gleichen Sendezeit der „internationale frühschoppen“, in der Regel mit Marktanteilen von 4 bis zu 5 Prozent.

Abgerundet wird das Programm durch vertiefende Dokumentationen mit Hintergründen zur aktuellen Berichterstattung. Sie bieten einen umfassenden, unterhaltenden und informativen Blick über den Tellerrand des Tagesaktuellen und ermöglichen es auf diese Weise, die Welt in ihrer Gesamtheit besser zu verstehen. Weiterhin gibt es bei phoenix Filmpremieren, wie etwa 2021 die Dokumentation „Gleis 11“, die der ersten Gastarbeitergeneration in Deutschland eine Stimme gegeben hat.

phoenix verfolgt auch einen inklusiven Ansatz und überträgt mehrere Sendungen mit Gebärdendolmetscher. Dies ermöglicht es hörgeschädigten Menschen zum Beispiel, die „tagesschau“ um 20 Uhr live zu sehen und zu verstehen. Inzwischen werden auch alle Plenardebatten aus dem Bundestag und dem Bundesrat live untertitelt. Zudem können zu den Gesprächssendungen „unter den linden“ und „phoenix runde“ Untertitel hinzugeschaltet werden. Ferner bietet phoenix die meisten Prime-Time-Dokus um 20.15 Uhr und um 21.00 Uhr mit Untertitel an. Bereits seit seiner Gründung 1997 sendet phoenix die „tagesschau“ und das „heute journal“ mit Gebärden-Dolmetscher*innen.

Die Sehgewohnheiten der Menschen ändern sich rasant. Darauf hat sich phoenix eingestellt, indem es die Inhalte auf den digitalen Ausspielwegen verbreitet. So können die Menschen zeitunabhängig phoenix-Inhalte in den Mediatheken von ARD und ZDF genießen und selbst entscheiden, welche der teils parallel stattfindenden Pressekonferenzen sie live verfolgen wollen. Ebenso ist phoenix auf allen relevanten Social Media-Plattformen vertreten, so etwa bei YouTube mit mehr als 239.000 Abonnent*innen. Im Rahmen der Bundestagswahlberichterstattung hat phoenix ein eigens für Instagram konzipiertes Format entwickelt: Bei der „phoenix Wahlstraße“ kamen Bürger*innen, die den Ansichten unterschiedlicher Parteien nahestehen, miteinander ins Gespräch. In Zukunft wird phoenix noch stärker für die jeweiligen Ausspielwege optimiert Inhalte anbieten, um neue Zielgruppen für Politik zu begeistern.

2024 wird phoenix seinen Standort in Bonn verändern und vom ehemaligen ZDF-Hauptstadtstudio, das im Besitz des WDR ist, in das Gebäude der Deutschen Welle ziehen. Mit der räumlichen Veränderung wird phoenix weiter modernisiert. Ziel ist es, durch den technischen Fortschritt Ressourcen einzusparen, die dann für die digitale Transformation eingesetzt werden können. So wird phoenix auch nach der Pandemie modernes, mobiles Arbeiten ermöglichen und dadurch auch einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten.

phoenix.de /phoenix /phoenix_de /phoenix /phoenix_de

4.2.3 3sat

Federführende Anstalt	ZDF
Sitz	Mainz
Gründungsjahr	1984 (1993 Beitritt der ARD)
Leitung	ZDF/ARD/ORF/SRG
Kernkompetenz	Kultur, Wissenschaft und Bildung

3sat erzielte 2021 stabile Marktanteile und konnte den bisherigen Jahreshöchstwert aus 2020 von 1,4 Prozent auch in 2021 bestätigen. Kultur und Wissenschaft werden auch 2022 die tragenden Säulen des 3sat-Programms sein. Die eigenproduzierten 3sat-Formate „Kulturzeit“, „nano“ und „makro“ sowie der Wissenschaftsabend „Wissen hoch 2“ mit den Formaten „Wissenschaftsdoku“ und „scobel“ sind für die Profilierung in diesen Genres von maßgeblicher Bedeutung. Monothematische Schwerpunktprogrammierungen – je nach Komplexität und Programmvolumen zum „Thementag“ oder an einem Abend zum „3satThema“ gebündelt – bieten durch vielfältige Zugänge eine intensive Befassung mit einem ausgewählten Themenbereich. Hochwertige Dokumentarfilme im Rahmen der „Dokumentarfilmzeit“ am Montagabend komplettieren das Angebot.

Die Ausstrahlung kultureller und wissenschaftlicher Ereignisse (als Live- oder zeitversetzte Live-Übertragung oder als Aufzeichnung im TV-Programm und in der 3sat-Mediathek) wird 2022, sollte es die pandemische Lage zulassen, wieder ein wichtiges Element des 3sat-Senderprofils sein. Beispiele sind die Übertragung der Eröffnungsgala sowie der Verleihung der Bären bei den „Internationalen Filmfestspielen Berlin“ oder die Ausstrahlung herausragender Musik- und Performing Arts-Events unter der Rubrik „Festspielsommer“.

Mit der Marke „Pop Around the Clock“ bietet 3sat in der Mediathek ganzjährig hochwertige Pop- und Rockkonzerte an. An Silvester und an zwei Samstagen im Sommer werden diese im Rahmen des gleichnamigen Thementages auch linear ausgestrahlt.

Die Medienkooperationen des ZDF unterstützt 3sat auch 2022 aktiv und bildet Kulturprojekte aus unterschiedlichen Bereichen im Programm ab. Dazu zählen unter anderen die Partnerschaften mit der „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“ und den Berliner Festspielen zum „Berliner Theatertreffen“, die Beteiligungen an der „Duisburger Filmwoche“, dem „goEast-Filmfestival“, den „Internationalen Filmfestspielen Berlin“, dem „Internationalen Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm“, den „Internationalen Kurzfilmtagen Oberhausen“ und dem „Fernsehfilmfestival Baden-Baden“ sowie die Engagements auf der Frankfurter und Leipziger Buchmesse.

Im Vorfeld der 72. Internationalen Filmfestspiele Berlin zeigt 3sat in seiner Reihe „Arthouse Kino“ ungewöhnliche Filme und Geschichten in internationalen, deutschen, österreichischen und Schweizer Produktionen – darunter einige Erstausstrahlungen. Mit der Reihe „Ab 18!“ präsentiert 3sat seit 2013 kreative Dokumentarfilme, die in die Erlebnis- und Gefühlswelt junger Erwachsener eintauchen. 2022 wird die Reihe mit sechs regulären Folgen fortgeführt. In zwei zusätzlichen Jubiläumsfolgen stehen Protagonist*innen aus vergangenen Episoden erneut im Mittelpunkt.

Im Umfeld des Europäischen Holocaust-Gedenktages für Sinti und Roma zeigt 3sat 2022 erstmals die Dokumentarfilm-Koproduktion „Widerstand“ (AT) von Peter Nestler, die sich dem Bürgerrechtsaktivisten und langjährigen Vorsitzenden des Zentralrats Deutscher Sinti und Roma, Romani Rose, widmet, den Nestler nach seinem Film „Zigeuner sein“ (1970) abermals begleitet hat.

Um den politischen und gesellschaftlichen Diskurs geht es 2022 in einer neuen Sendereihe mittwochs um 20.15 Uhr: Mo Asumang geht dorthin, wo Menschen mit gegensätzlichen Meinungen aufeinanderprallen. Ohne vorgefertigtes Urteil versucht sie, die Menschen auf beiden Seiten zu verstehen, ihnen zuzuhören und ihre Identitäten und Meinungen kennenzulernen. Sie geht zudem der Frage nach, warum sich diese Menschen so unversöhnlich gegenüber zu stehen scheinen.

In „Kaminer Inside“ begibt sich der titelgebende Schriftsteller auf Identitätssuche in den 3sat-Ländern. Auf der Suche nach ihrem charakteristischen Sound reist er durch die drei Länder und trifft auf eine Vielfalt musikalischer Stile, auf Bräuche und Traditionen und auf Menschen, die „Heimatmusik“ neu interpretieren.

Im Rahmen der seit 2018 bestehenden Kooperation mit der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF entstehen Abschlussfilme zu großen Stoffen oder Figuren der dramatischen Weltliteratur, die im 3sat-Programm als „KlassiXS“-Reihe gesendet werden. 2022 entstehen Filme zum Thema „Einsamkeit“, 2023 zu „Stolz und Vorurteil“.

Der Kinodokumentarfilm „Die Unbeugsamen“, eine 3sat-Koproduktion, wird 2023 ausgestrahlt und erzählt die Geschichte der Frauen in der Bonner Republik, die sich ihre Beteiligung an den demokratischen Prozessen in der männerdominierten Politik hart erkämpfen mussten. 3sat widmet ihnen 2023 einen Themenabend.

Die „Happy Hour“, die nach dem Ausscheiden von Sebastian Pufpaff unter neuer Moderation fortgeführt wird, und das 3sat-Festival mit aktuellen Höhepunkten aus Kabarett, Comedy und Musik sind auch 2022 feste Programmsäulen – eventuell dann wieder mit Live-Publikum.

3sat.de /3sat.de /3sat /3sat

4.2.4 KiKA

Federführende Anstalt	MDR
Sitz	Erfurt
Gründungsjahr	1996
Leitung	Dr. Astrid Plenk (Programmgeschäftsführerin)
Kernkompetenz	KiKA steht für Information, Bildung, Beratung sowie Unterhaltung für Kinder und unterstützt ihre emotionale und kognitive Entwicklung. Der Sender fördert die soziale und mediale Kompetenz seiner jungen Zuschauer*innen.

Die weltweite Pandemie stellte die Gesellschaft von März 2020 an vor Herausforderungen, auch die Programmverantwortlichen von ARD, ZDF und KiKA. Dennoch blieb der Kinderkanal von ARD und ZDF führend im deutschen Kindermedienmarkt: KiKA schloss das Jahr 2020 mit einem Gesamtmarktanteil von 16,2 Prozent in seiner Sendezeit von 6 Uhr bis 21 Uhr bei den 3- bis 13-Jährigen ab.

Im Folgejahr 2021 wurde KiKA mit 16,4 Prozent Marktanteil zum dritten Mal in Folge linearer Marktführer. Auch in allen Teilzielgruppen, im Vorschulsegment, bei Grundschulkindern und den Preteens ab zehn Jahren, lag KiKA 2021 mit 21, 18 und 10,2 Prozent ganz vorn in der Gunst seines Publikums.

Die KiKA-Digitalangebote verzeichneten 2020 monatlich bis zu 10,2 Mio. Visits und mit 144 Mio. eine signifikant gestiegene Anzahl an Video-Abrufen – eine Verdopplung der Werte des Vorjahres 2019. Die mobilen Anwendungen „KiKA-Player“ und „KiKANiNCHEN-App“ wurden bis Ende 2020 jeweils rund eine Million Mal heruntergeladen. Im Pandemiejahr 2020 stieg die Nutzung um 70 Prozent. 2021 bestätigten die digitalen KiKA-Angebote diesen Erfolg und konnten sich nochmals um 20 Prozent steigern. Insgesamt wurden 1,7 Mrd. Minuten abgerufen.

Nach aktuellen Ergebnissen einer repräsentativen Befragung, die vom Marktforschungsinstitut icon-kids & youth im Herbst 2021 durchgeführt wurde, belegt KiKA im Image-Ranking Platz eins und liegt damit unter anderem vor Netflix, Super RTL und anderen Medienangeboten. 25 Prozent der 6- bis 13-Jährigen geben von sich aus an, dass KiKA für sie ihr persönliches Lieblingsangebot sei. Ebenso bevorzugt die Mehrheit der Vorschulkinder die werbefreie Angebotsvielfalt. 48 Prozent der Eltern bestätigen das. KiKA bleibt in diesem Segment unangefochten die Nummer eins. Die KiKA Online-Angebote sind zudem unter den 6- bis 13-Jährigen das bevorzugte digitale Angebot und belegen bei den Befragten Platz zwei hinter YouTube und vor WhatsApp und TikTok.

Von allen abgefragten Medienangeboten schneidet KiKA am besten ab, so die Bewertung der Kinder mit und ohne Migrationshintergrund. Dass sie bei KiKA auf unterschiedliche Themen, Menschen und Geschichten treffen, auf die sie von allein nicht gestoßen wären, honorieren sie mit hohen Zustimmungswerten.

Die Corona-Pandemie hat die Welt auch medial aus den Angeln gehoben. Es gab und gibt nach wie vor ein erhöhtes Informations- und Unterhaltungsbedürfnis bei Kindern und ihren Familien. Zugleich haben sich die Rahmenbedingungen und Umsetzungsformen für KiKA-Produktionen und Veranstaltungen deutlich verändert. Seit dem ersten Corona-Lockdown bot KiKA (ab 17. März 2020) unter #gemeinsamzuhause auf allen Plattformen umfangreiche Angebote für eine sinnvolle Beschäftigung zu Hause an: u. a. Lesungen, Spiele, Basteltipps, sowie Beiträge zu Themen wie Bewegung, Kochen oder Musik. Darüber hinaus zeigten sich die bekannten KiKA-Gesichter und -Figuren den Kindern auf allen Plattformen in kurzen Clips und sprachen ihnen Mut zu. In Zeiten von Homeschooling wurden alle Info- und Wissensangebote in den Fokus gerückt und unter „besser.wissen“ auf kika.de und im KiKA-Player gebündelt.

Auch für Eltern wurden umfangreiche Informationen und Anregungen (Stichwort: „Homeschooling“) auf kika.de/erwachsene und Instagram bereitgestellt.

Darüber hinaus entwickelte KiKA Poster mit „Bernd das Brot“ und KiKANiNCHEN, die auf die Hygieneregeln aufmerksam machen. Für die multimediale Vorschulstrecke KiKANiNCHEN wurde u. a. ein „Händewaschlied“ veröffentlicht.

KiKA verstärkte auch sein Beratungsangebot „KUMMERKASTEN“ (KiKA) und ging fokussiert auf die Gefühle, Sorgen und Ängste der Kinder ein – mit Tipps, Rat und Hilfestellung bei Stress mit den Geschwistern, Belastungen durch Distanzunterricht, Traurigkeit wegen Corona, Sorge um die Familie und Überforderung.

Außerdem entstanden viele Formate explizit im Kontext der Corona-Krise. Exemplarisch genannt seien „Die WG – Zusammen mit Abstand“ (ZDF), „Checker Tobi: Der Krisen-Check“ (BR) und – live aus Erfurt – „Timster #gemeinsamzuhause“ (KiKA, NDR, rbb). Damit nicht ganz auf lieb gewonnene Rituale verzichtet werden musste, produzierte KiKA gemeinsam mit dem MDR sogar ein Krippenspiel für Kinder und Familien. Die Premiere von „Paule und das Krippenspiel“ (KiKA/MDR) fand pünktlich an Heiligabend 2020 statt.

Kontakteinschränkungen in Zeiten der Corona-Pandemie bedeuten für alle nicht nur, mehr zu Hause zu sein und weniger Freunde zu treffen, sondern auch, dass Konflikte stärker zutage treten. Physische und psychische Gewalt innerhalb der Familie nahmen seit Anfang 2020 zu. Als Ansprechpartner der Kinder nahm sich KiKA auch dieses schwierigen Themas an. In einem Programmakzent im Oktober 2020 bot KiKA Aufklärung, Beratung und Hilfestellung gleichermaßen – mit dem Kurzfilm „@Kalinka08 – Melde dich bitte“ (ZDF), begleitet von einem vielbesuchten Chat des Beratungsangebots „KUMMERKASTEN“ (KiKA) und der „PUR+“-Folge „Corona macht mir Stress“ (ZDF).

Während der Sommerferien nahm KiKA alle Kinder, die keine großen Reisen erleben konnten, unter dem Label #ZuHauseUmDieWelt mit in eine atemberaubende Natur, ferne Länder und fantastische Welten. Sogar ein Festival fand statt: Im August 2020 (und später auch im Mai 2021) gestaltete KiKA das „KiKA KINO Festival“ mit einer Auswahl prämierter oder nominierter Filme bei renommierten Kinderfilmfestivals, denn Kinobesuche waren in vielen Phasen der Pandemie nicht möglich.

Ausgefallener Sportunterricht, einseitige Ernährung und weniger Bewegung – dem stellte KiKA den Jahresschwerpunkt entgegen: „Gesund leben!“ war im September 2020 in mehr als 20 Wissensmagazinen, Doku-Reihen, Shows und Spielfilmen das große Thema bei KiKA. Die Rückmeldungen einer repräsentativen Befragung von 800 Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren zum Thema „Gesundheit und gesundes Leben“ wurden bei der Programmarbeit berücksichtigt.

Persönliche Kontakte zu Gleichaltrigen waren für Kinder auch 2021 nur eingeschränkt möglich. Dabei spielen Freundschaften eine große Rolle in ihrer Lebenswelt. Vor diesem Hintergrund stellte KiKA gemeinsam mit den Kinderprogramm-Redaktionen von ARD und ZDF den Themenschwerpunkt im September 2021 unter das Motto „Freundschaft“. Ergänzt wurde er durch die Beteiligung an der internationalen Kids Freundschaftskampagne der Europäischen Rundfunkunion (EBU) „#SayHi“, mit der KiKA auch in Deutschland tanzend ein Zeichen für Freundschaft und gegen Mobbing setzen konnte. Ab September wurden Kinder und Jugendliche eingeladen mitzumachen und ihre Tanzvideos an kika.de zu senden. Am Ende der Aktion, an der sich zahlreiche europäische Länder beteiligten, stand am 19. November 2021 der „gemeinsame Tanztag“, an dem Kinder, Jugendliche, Prominente und alle, die mitmachen wollten, ihre Choreografien präsentierten.

Highlights im Programm – Partizipation und Diversität im Fokus

Unabhängig von der Pandemie, wenngleich unter den geltenden Hygieneregeln umgesetzt, setzte KiKA in den Jahren 2020 und 2021 vor allem auf Partizipation und Diversität. Bei den großen Events zeigte sich das deutlich: Exemplarisch sei die Live-Show zur Verleihung des „KiKA Award“ genannt, erstmalig im November 2020 ausgestrahlt und 2021 fortgesetzt: KiKA, ARD und ZDF prämieren mit dem Award außergewöhnliches Engagement von Kindern und Jugendlichen und machen herausragende Projekte sichtbar.

Ebenfalls erstmalig im Jahr 2020 und erneut 2021 nahm Deutschland am „Junior Eurovision Song Contest“ teil. Die deutsche Ausscheidung konnten die Fans bei KiKA nachverfolgen. 2020 performte die 13-jährige Berlinerin Susan den Song „Stronger with you“, 2021 war es die 12-jährige Pauline aus der Nähe von Koblenz mit dem Titel „Imagine us“. Federführend produziert vom NDR übertrug KiKA die zweistündigen Finalshows aus Warschau und Paris.

Fortgesetzt wurden die überaus beliebten und nachgefragten Event-Formate „Dein Song“ (ZDF), der Songwriter-Contest von und für Kinder, sowie „Die beste Klasse Deutschlands“ (KiKA, ARD/HR), Deutschlands größtes Schülerquiz.

Vielfalt im Programm abzubilden ist ein zentrales Anliegen von KiKA. Alle Mitarbeitenden in Erfurt wurden mit zahlreichen Impulsreferaten für das Thema sensibilisiert. Ebenso wurden Angebote und Projekte optimiert, Castings ergänzt und Moderationsteams neu aufgestellt.

Wie mit Wortwitz, Satire und Übertreibung Alltagsrassismus sichtbar werden kann, zeigte die fünfteilige Sketch-Comedy „Mooooment!“ (KiKA) ab Oktober 2021 auf allen KiKA-Ausspielwegen, auf kika.de ergänzt um zusätzliche Parodien und Vorstellungsclips der Protagonist*innen. Die Sketch-Comedy arbeitet mit verschiedenen, untereinander verflochtenen Erzählebenen. Die Rahmengeschichte handelt von sechs Freund*innen, die Alltagsrassismus erleben und humorvoll kenntlich machen. Grundlage sind die Bücher eines diversen Autorenteams, das wiederum fachlich durch Studienerkenntnisse des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) unterstützt wurde. Vom Pitch bis zum Lektorat der Drehbücher beriet Schauspieler und Produzent Tyron Ricketts die KiKA-Redaktion bei der Entwicklung.

In Zeiten, in denen die Gesellschaft um eine gendersensible Sprache ringt, hat KiKA eine Studie in Auftrag gegeben, die darüber aufklären sollte, ob und wie Kinder sprachliches Gendern verstehen. Basierend auf den Ergebnissen entwickelte KiKA eine Empfehlung, die über die KiKA-Programmkommission an alle Kinderredaktionen von ARD, ZDF und KiKA weitergereicht wurde.

Zeitgeschichtliche Themen

Auch wichtige zeitgeschichtliche Themen werden bei KiKA kindgerecht aufbereitet. Für 2020 und 2021 seien die Programmakzente zu „30 Jahre Wiedervereinigung“ (2020), „30 Jahre Deutsche Einheit“ (2020) sowie zur Bundestagswahl 2021 und die Berichterstattung zur Flutkatastrophe 2021 herausgehoben.

kika.de, kikaninchen.de /KiKAfuerdich KiKA von ARD und ZDF /kikaninchen

4.2.5 funk

Federführende Anstalt	SWR
Sitz	Mainz
Gründungsjahr	2016
Leitung	Philipp Schild
Kernkompetenz	Webvideo

Am 1. Oktober 2016 ist funk, das Content-Netzwerk von ARD und ZDF, mit dem Auftrag gestartet, 14- bis 29-Jährige mit öffentlich-rechtlichen Inhalten im Internet zu erreichen – und zwar dort, wo sie unterwegs sind: vorrangig auf Drittplattformen wie YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat und TikTok. Trotzdem sind alle funk-Formate ohne Login und Zugangsbeschränkungen auch im eigenen Player abrufbar, sowohl auf www.funk.net als auch in den Mediatheken von ARD und ZDF.

funk ist ein identitäts- und demokratiestiftendes Angebot für 14- bis 29-Jährige, das sowohl informiert und orientiert als auch unterhält. Durch die Distribution über Drittplattformen und die zielgruppenorientierte Entwicklung von Formaten werden junge Menschen mit öffentlich-rechtlichen Inhalten erreicht. Auf diese Weise trägt funk dem sich ändernden Mediennutzungsverhalten der jungen Zielgruppe Rechnung. Um die Diversität der Zielgruppe abzubilden, ist funk kein einheitliches Angebot, denn eine 14-jährige Schülerin sucht im Netz nach anderen Dingen als ein 29-jähriger Berufstätiger. Deswegen produziert funk unterschiedliche Formate für unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Interessen. Entsprechend sieht funk für jede Nutzerin und jeden Nutzer etwas anders aus.

Aus den zunächst 40 verschiedenen Formaten sind inzwischen mehr als 60 Formate mit spannenden, informierenden, kritischen und unterhaltenden Inhalten geworden. Das Ausprobieren und Analysieren gehört dabei zur DNA des Content-Netzwerks. Da sich funk in einem dynamischen Feld bewegt, muss sich das Angebot kontinuierlich weiterentwickeln, um die Nutzer*innen noch besser zu erreichen. Das erfordert immer wieder, neue für die Zielgruppe relevante Plattformen zu erschließen. Ein Schwerpunkt sind Recherchen von funk zur kritischen Auseinandersetzung mit Social Media. Zudem fördert funk junge Kreative und baut so Talente auf, die die Webvideo-Szene und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nachhaltig bereichern. Die Nutzer*innen haben mit ihren Interessen und Bedürfnissen bei funk einen zentralen Stellenwert. Um Rückschlüsse auf die Wünsche der 14- bis 29 Jährigen zu ziehen, ist datengetriebenes Arbeiten eine der wesentlichen Grundlagen des Content-Netzwerks. Der direkte Austausch mit dem Publikum spielt schließlich eine essenzielle Rolle in der Neu- und Weiterentwicklung von Formaten. Daher wird jedes funk-Format nach seiner Veröffentlichung unter Einbindung der Zielgruppe iterativ weiterentwickelt. Zudem fördert funk den Wissensaustausch mit ARD und ZDF, z. B. hinsichtlich Methoden der Datenanalyse, Formatentwicklung oder auch agiler Arbeitsweisen, damit möglichst viele Menschen von den Erfahrungen von funk profitieren können.

Die Nutzerzahlen von funk konnten in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesteigert werden. Seit dem Start von funk bis Ende 2021 generierten alle Formate zusammen rund 5,6 Mrd. Views auf YouTube. 1,4 Mrd. Views waren es allein 2021. Bei Instagram konnten seit dem Start rund 296,4 Mio. Abrufe gesammelt werden. Auf Facebook belaufen sich die Views auf mehr als 1,9 Mrd. Ende 2021 konnten die YouTube-Kanäle von funk etwa 26,6 Mio. Abonnements generieren, die Instagram-Kanäle rund 6,2 Mio. Bei Facebook wiederum konnten Ende 2021 ca. 2,4 Mio. Page Likes gezählt werden. Laut einer repräsentativen Online-Befragung (SWR- und ZDF-Medienforschung) aus dem Jahr 2021 liegt die Bekanntheit der Marke funk und ihrer Formate bei 87 Prozent. Rund 77 Prozent der 14- bis 29-Jährigen gaben an, funk-Formate schon einmal genutzt zu haben.

funk.net /funk /funkoffical /funk /@funk

4.3 Online-Angebote

ZDF-Online entwickelt sich dynamisch weiter. Ein kurzer Satz, hinter dem substanzielle Veränderungen stecken, die 2021 vorangetrieben wurden. Sie betreffen die Entwicklung der inhaltlichen Arbeit, distributive Aspekte und auch die Strukturen, in denen das ZDF lineare und non-lineare Produktionen organisiert. Alles zusammen trägt zu einem steten Wachstum der Angebote bei. So steigerte sich die ZDFmediathek mit durchschnittlich 5,9 Mio. Visits pro Tag im Vergleich zum Vorjahr um rund 28 Prozent. „ZDFheute“ konnte im Vergleich zum Vorjahr rund 40 Prozent hinzugewinnen und sich auf durchschnittlich 1,9 Mio. Visits pro Tag steigern. Damit gehört „ZDFheute“ zu den klaren Gewinnern des Jahres 2021, während fast alle News-Konkurrenten an Visits verlieren. Diese nur beispielhaft angeführten Erfolge entstehen aus der gleichzeitigen Dynamik der oben erwähnten Prozesse.

Im Mittelpunkt steht dabei die Herausforderung, Erwartungen und Wünschen eines Publikums gerecht zu werden, das auf unterschiedlichsten Plattformen mit unterschiedlichsten Interessen unterwegs ist. Dabei stehen distributive und inhaltliche Arbeit in einer engen Wechselbeziehung. Die Fragen, welche Zielgruppe ein Inhalt erreichen soll, wie er daraus folgend konzipiert und wo er dann zielgruppengerecht publiziert werden soll, stehen heute am Anfang kluger Formatentwicklung. Sie markieren einen großen Umbruch im digitalen Arbeiten. In zahlreichen Redaktionen entstanden Formate, die in Zuschnitt und Konzeption primär auf Akzeptanz in der Mediathek oder auch auf Drittplattformen ausgerichtet sind. Für den Informationsbereich können hier beispielhaft Dokumentationen wie „Aschenberg“ (ZDF Zoom) oder „Achtung Essen“ (Frontal 21) sowie das innovative Talk-Format „Auf der Couch“ genannt werden. Im Bereich der Unterhaltung sticht in dem Zusammenhang die wöchentlich publizierte, fiktionale Serie „WIR“ heraus, die auf Grundlage einer Befragung junger Serienfans entwickelt wurde und das Lebensgefühl dieser Zielgruppe widerspiegelt. Es gibt im ZDF kein Genre mehr, in dem nicht übergreifend gedacht und konzipiert wird. Die notwendigen Budgets werden im verfügbaren Rahmen um- und nicht aufgeschichtet. Das geht. Das ist erfolgreich.

Diesen Prozess unterstützend hat das ZDF einen modernen Instrumentenkasten entwickelt. Schaute man früher auf die Gesamtheit der 14- bis 49-Jährigen, wird das Publikum heute in deutlich differenzierteren, sogenannten „Content-Communities“ betrachtet. Planung, Entwicklung und Distribution von Inhalten – egal für welche Plattform – sollen künftig aus einem Guss organisiert werden. Ein umfassender Umbau der ZDF-internen Strukturen wurde dafür auf den Weg gebracht.

Eine weitere Antwort auf die immer ausdifferenzierteren Interessen des Publikums ist die Personalisierung und Automatisierung der ZDFmediathek. Nicht zehn verschiedene Startseiten oder viele, spitz zugeschnittene Applikationen sind der richtige Weg, sondern die nach Interessen und Gewohnheiten der einzelnen Nutzer*innen komponierten, algorithmisch generierten Seiten, die die eine ZDFmediathek ausspielen kann. Dabei fühlt sich das ZDF anders als manche amerikanische Streaming-Plattform ganz besonders der Transparenz und dem Datenschutz verpflichtet. Die personalisierte ZDFmediathek soll kein manipulatives, sondern ein plurales und diverses Angebot unterbreiten. Alle Erfahrungen zeigen, wie wertvoll Personalisierung an dieser Stelle sein kann. Zugleich braucht die Mediathek für diese individualisierte Ausspielung mehr Inhalte. Deshalb bauen ZDF und ARD ein gemeinsames Streaming-Netzwerk auf. Es soll den Nutzer*innen erlauben, die Inhalte beider Angebote möglichst schrankenlos zu nutzen. Schon bald sollen erste zum Nutzer passende ARD-Inhalte auch in der ZDFmediathek angeboten und direkt abspielbar gemacht werden (und umgekehrt). Die Suchsysteme sollen verknüpft und gemeinsame Inhaltslisten möglich werden. Dort wo es sinnvoll und effizient ist, soll eine technologische Partnerschaft entstehen. Den Inhalten von ARTE, phoenix und funk geben ARD und ZDF schon eigene Auftritte in ihren Mediatheken, die Inhalte von 3sat und KiKA sollen noch folgen. Zwar zeigen alle Nutzungszahlen, wie eng die einzelnen Mediatheken in einer Nutzungssymbiose mit ihren jeweils linearen TV-Kanälen stehen, so dass ihre Eigenständigkeit und unverwechselbare Markentreue unverzichtbar bleiben. Zugleich aber kann die Durchlässigkeit der Onlineangebote einen großen Gesamtkosmos entstehen lassen, der das Publikum den ganzen Reichtum öffentlich-rechtlicher Inhalte in Deutschland erfahren lassen soll.

Wer auf die Diversität der Gesellschaft eingehen will, braucht einen für möglichst alle Gruppen offenen Zugang zu den zentralen Inhalten des ZDF. Auch Menschen, die für die Nutzung der ZDF-Angebote auf Untertitel, Audiodeskription oder Gebärdensprache angewiesen sind, müssen sich vom ZDF mit Information versorgt fühlen sowie mit guter Fiktion, Dokumentationen, Comedy und Sport unterhalten werden. Auch hier sollen die Möglichkeiten, die die digitalen Ausspielwege bieten, ausgeschöpft werden. So wurde im vergangenen Jahr vor allem rund um die Corona-Berichterstattung ein umfängliches Angebot mit Gebärdensprache aufgesetzt, außerdem ein erster Einstieg in das weiter auszubauende Projekt „Einfache Sprache“ gefunden und der Zugang zu barrierefreien Inhalten direkt über die Startseite ermöglicht. Diese Entwicklungen werden weiter vorangetrieben.

Wo Menschen dem ZDF möglicherweise nicht mehr in gleicher Selbstverständlichkeit wie früher folgen, muss es umgekehrt laufen: das ZDF folgt den Menschen. YouTube ist an dieser Stelle längst eine zentrale Adresse geworden. Ob mit dem stetig wachsenden „ZDFheute“-Kanal, einem investigativen Angebot aus der Werkstatt von „Frontal“ oder „Terra X“: das ZDF hat auf dieser kommerziellen Plattform öffentlich-rechtliches Terrain erobert. Auch dazu wurden Budgetmittel umgeschichtet, eigene Formatierungsideen entwickelt und Strategien entworfen – allerdings nicht nur um das YouTube-Publikum dort zu erreichen, sondern auch um es für die aktuell insgesamt über 86.000 Videos der Mediathek zu gewinnen. Im strategischen Mittelpunkt muss immer das eigene Angebot stehen. Dessen „Usability“, das vor allem durch die Auffindbarkeit ihrer Inhalte, die grafische bzw. funktionale Attraktivität und strukturelle Klarheit des Angebots gewährleistet sein muss, erfordert beinahe wöchentliche Software-Einspielungen innovativer Elemente. Beispielhaft sei an dieser Stelle auf die wuchtigeren, sogenannten „Plakat-Teaser“ verwiesen, mit denen auf der Mediathek-Startseite Inhalte beworben werden. Auch die Mediathek als modernisierte Smart-TV-Anwendung (HbbTV) kann hier als Beispiel genannt werden. Smart-TV ist mittlerweile die wichtigste Plattform, über die die ZDFmediathek genutzt wird.

All das sind Zwischenschritte auf dem Weg zu einer modernen Streaming-Plattform des ZDF.

4.4 Programmverteilung und neue Technologien

Das ZDF überträgt seine Programme über die Verbreitungswege Terrestrik, Kabel und Satellit. Somit ist sichergestellt, dass jeder Haushalt die Programme der ZDF-Familie mit vertretbarem technischem Aufwand per Antenne, Satellitenschüssel oder Kabelanschluss empfangen kann. Zusätzlich zu diesen klassischen Verbreitungswegen sind

Distributionsformen über das Internet entstanden, über die nicht nur die linearen Angebote – also das Abbild des laufenden Programms als „Live-Streaming“ –, sondern auch die „Video-On-Demand“ (VoD)-Angebote der Sender verbreitet werden, die über die Sender-Mediatheken abrufbar sind. Streaming, Hybrid broadcast broadband TV (HbbTV), Internet Protocol Television (IPTV) und Over-the-top (OTT) lauten hier die Schlagworte.[13] Beim Empfang der Angebote ist die portable und mobile Nutzung der ZDFmediathek-App unterwegs mit Smartphones und Tablets mittlerweile eine feste Größe und hat sich neben der stationären Nutzung am großen TV-Bildschirm etabliert. Ziel des ZDF ist es, mit seinen linearen und non-linearen Programmangeboten auf allen für die Zuschauer*innen relevanten Wegen ohne Zusatzkosten, unverschlüsselt und barrierefrei zugänglich zu sein.

Für Hörgeschädigte und Gehörlose werden zu zahlreichen Sendungen Untertitel angeboten. Hörfilme (Audiodeskription) sind ein spezielles Serviceangebot an blinde und sehbehinderte Menschen. Diese Angebote stehen auf einem Großteil der genannten Übertragungswege zur Verfügung.

Zunehmend werden Sendungen auch im Mehrkanalton-Standard „Dolby Digital 5.1“ angeboten.

4.4.1 Terrestrik

Am 22. Mai 2019 wurde die im Frühjahr 2017 begonnene bundesweite Umstellung von DVB-T auf das neue digitale Antennenfernsehen DVB-T2 HD abgeschlossen.

DVB-T2 HD steht für die Kombination des Übertragungsstandards DVB-T2 mit dem aktuellen Videocodierstandard HEVC (High Efficiency Video Coding), die mehr Übertragungskapazität und somit Platz für mehr Programme und verbesserte Bildqualität bietet. Technisch gesehen ist das Antennenfernsehen damit der modernste Empfangsweg. Der ZDF-Multiplex beinhaltet das gesamte Programmangebot bestehend aus ZDF HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, 3sat HD und KiKA HD in Full-HD-Qualität (1080p50). Die beiden Partnerprogramme phoenix und ARTE werden über das DVB-T2 HD-Angebot der ARD verbreitet.

Der Empfang von DVB-T2 HD setzt die Verwendung eines geeigneten Empfangsgeräts voraus. Das kann entweder eine Set-Top-Box sein, mit der „alte“ Fernsehgeräte DVB-T2 HD-fähig gemacht werden, oder aber ein Fernseher der neuesten Generation mit integriertem DVB-T2 HD-Empfangsteil. Zur Orientierung dient das grüne DVB-T2 HD-Logo. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme sind nahezu bundesweit, frei und ohne laufende Zusatzkosten empfangbar. Der überwiegende Teil der Programme privater Veranstalter ist im Programmpaket von freenet TV (nach Ablauf einer Gratisphase für derzeit monatlich 6,99 Euro) in den Ballungsraumregionen empfangbar. Dazu ist ein Entschlüsselungsmodul (CI+-Modul) oder ein Empfangsgerät (Set-Top-Box oder Fernseher) mit integrierter Entschlüsselung für das Programmpaket von freenet TV erforderlich.

Etwas mehr als 2,6 Mio. Haushalte empfingen im Jahr 2021 ihr Fernsehsignal über DVB-T2 HD, das entspricht einem Anteil von 6,7 Prozent der TV-Haushalte (+0,4 Prozentpunkte gegenüber Vorjahr).

4.4.2 Satellit und Kabel

Die Mehrzahl der deutschen TV-Haushalte empfängt ihre Programme per Satellit und Breitbandkabel. Beide Übertragungswege kamen im Jahr 2021 auf einen Marktanteil von je 44 Prozent, was jeweils ca. 17 Mio. TV-Haushalten entspricht.[14] Hierbei stellt der Satellit neben der Terrestrik einen primären Übertragungsweg für die Programme des ZDF dar, während es sich bei der Kabelverbreitung um eine Form der Weitersendung im lizenzrechtlichen Sinne handelt.

Über Satellit werden alle deutschsprachigen Programme seit dem 1. Mai 2012 ausschließlich digital in Standard Definition (SD)- und High Definition (HD)-Qualität übertragen.

Das digitale Programmbouquet, welches sowohl über Satellit als auch über Kabel verbreitet wird, beinhaltet mit dem ZDF-Hauptprogramm, ZDFneo und ZDFinfo nicht nur alle Programme der ZDF-Familie, sondern auch die Partnerkanäle 3sat und KiKA sowie die Hörfunkprogramme von Deutschlandradio, namentlich Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Kultur und Deutschlandfunk Nova. Über das ASTRA-Satellitensystem 19,2 Grad Ost werden die TV-Programme dieses Bouquets sowohl in SD- als auch in HD-Qualität ausgestrahlt. In den Kabelnetzen steht den Nutzer*innen das komplette Programmbouquet in SD- und HD-Qualität zur Verfügung.

Anders als in der Anmeldung zum 22. Bericht angekündigt, hat das ZDF die Satellitenverbreitung in der Qualitätsstufe SDTV nicht zum Jahresende 2020 beendet. Der Umstellungszeitpunkt erschien aufgrund der Corona-Pandemie ungünstig und da auch die privaten Anbieter weiterhin SD-Verbreitungen über Satellit anbieten und die Anzahl der SD nutzenden TV-Haushalte noch immer verhältnismäßig hoch ist, hat sich das ZDF entschieden, die SD-Satellitenverbreitung zunächst weiterhin aufrecht zu erhalten. Ein konkreter Abschalttermin der SD-Satellitenverbreitung steht derzeit noch nicht fest. Mit dem Satellitenbetreiber konnte jedoch eine Vereinbarung getroffen werden, die eine flexible Entscheidung zum Zeitpunkt des switch-off zulässt.

4.4.3 Übertragungswege über das Internet

Mit Mediatheken, Live-Streaming, HbbTV, IPTV und OTT gewinnt das Internet als Übertragungsweg für Bewegtbildinhalte weiter an Bedeutung. Bereits 4,7 Prozent der deutschen Haushalte (1,8 Mio.) empfangen ihre Medieninhalte nur noch über den Internetweg.[15] „Cord-Cutting“ nennt sich dieser Trend, welcher den vollständigen Verzicht auf die Nutzung der klassischen Übertragungswege beschreibt. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine entsprechend hohe Breitbandanbindung.

Insbesondere die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen nutzt die Mediathek-Angebote der TV-Sender überdurchschnittlich stark. Andere VoD- und Streamingangebote hingegen (z. B. Netflix oder Prime Video von Amazon) sind vor allem bei den unter 30-Jährigen beliebt.[16] Die rasant steigende Beliebtheit der non-linearen Nutzung spiegelt sich in einem jährlich steigenden Datenvolumen in der Online-Verbreitung wider, welches wiederum zu einer massiven Kostensteigerung geführt hat. Die KEF hat den jährlichen Anstieg der Aufwendungen für diese Verbreitungsform gedeckelt. Somit war das ZDF gezwungen, trotz sehr enger Spielräume, finanzielle Deckung durch Einsparungen und Prioritätensetzungen selbst zu schaffen.

Die Online-Angebote des ZDF sind über das „offene Internet“ und unabhängig von der Art des Internetzugangs (LAN, WLAN, Mobilfunk) verfügbar. Die ZDFmediathek bietet Zugang zu den VoD-Angeboten und zu den Live-Streams der Programme der ZDF-Familie. Über die ZDFmediathek-App sind diese auch auf Smartphones und Tablets komfortabel nutzbar. Für 3sat und phoenix bereitet das ZDF die Online-Angebote – sowohl Live-Streams als auch die VoD-Angebote in den Mediatheken – auf. Die Bereitstellung der IP-Angebote des KiKA werden

[13] Siehe hierzu Kapitel 4.4.3 Übertragungswege über das Internet
[14] Vgl. dazu Digitalisierungsbericht Video 2021, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“

[15] Vgl. dazu Digitalisierungsbericht Video 2021, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“
[16] Vgl. dazu Media Perspektiven 10/2021, Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland, 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie: Unterwegsnutzung steigt wieder und Streaming/ Mediatheken sind weiterhin Treiber des medialen Internets S. 486 ff.

von der ARD verantwortet; ARTE veranstaltet seine Online-Dienste selbst. Damit sind alle Programme des ZDF sowie die Beiträge der ZDFmediathek auch auf internetfähigen Empfangsgeräten (Smart-TV, Notebook, Tablet, Smartphone etc.) nutzbar. Die Inhalte des ZDF werden als „adaptive Streams“ in verschiedenen, der Bildschirmgröße der Endgeräte sowie der Performanz des Internetzugangs automatisch angepassten Qualitätsstufen – teilweise bis hin zu UHD – angeboten. Zusätzliche Kosten für die Nutzer*innen entstehen beim Abruf der Services nicht.

Mit HbbTV bedient das ZDF das Zusammengehen von klassischer TV- und Internet-Nutzung. Der HbbTV-Standard ist eine offene Technologie, die es Anbietern von Inhalten ermöglicht, ihre Online-Angebote auch für die Nutzung auf dem TV-Gerät zu entwickeln. Mit den sogenannten Smart-TVs, die über WLAN oder per LAN-Kabel an das Internet angeschlossen werden, können die Zuschauer*innen sowohl klassisches lineares Fernsehen als auch speziell für den TV-Bildschirm angepasste Online-Inhalte oder die Mediatheken direkt am heimischen TV-Gerät nutzen. Bewährte TV-Dienste wie der Videotext oder die Bild-Untertitelung können mittels HbbTV sowohl erweitert als auch z. B. mit Bildern grafisch aufgewertet werden. Insbesondere zu Sport-Events wie z. B. Fußball-Welt- und Europameisterschaften sowie Olympischen Spielen werden temporär zusätzlich auch Event-Livestreams, Ergebnis-, Statistik- und Tabellendienste eingerichtet. Aktuell verfügen 64 Prozent der deutschen TV-Haushalte (24,8 Mio.) über mindestens einen internetfähigen Fernseher – rund 80 Prozent dieser Geräte sind auch an das Internet angeschlossen.[17] Fast alle 2021 verkauften Smart-TVs waren auch HbbTV-fähig.

Neben den eigenen Live-Stream-Angeboten des ZDF stellt IPTV eine weitere Form von Fernsehen über das Internet dar und hält einen Marktanteil von ca. 10,1 Prozent der TV-Haushalte (3,9 Mio.). IPTV-Angebote gibt es derzeit von der Deutschen Telekom und Vodafone. Die Programme der ZDF-Familie sowie die Partnerprogramme 3sat, KiKA, phoenix und ARTE sind über die geschlossenen DSL-Netze beider Anbieter in Deutschland für den jeweiligen Kundenkreis barrierefrei nutzbar.

Eine weitere Form des Angebotes von Live-TV bieten die diversen OTT-Plattformen. Während bei IPTV ein Internet-Service-Provider in die Verbreitung der Inhalte involviert ist und dafür Sorge trägt, dass die Programme nur über einen ausreichend leistungsfähigen Internetanschluss zur Verfügung stehen (der Service muss abonniert werden und setzt mindestens einen 16 Mbit/s DSL-Anschluss voraus), kommen die Bewegtbildinhalte bei OTT direkt – also ohne Service-Provider und damit auch ohne Qualitätsgarantie – über das Internet auf das heimische TV-Gerät. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist die OTT-Plattform „Zattoo“, über die auch die Live-Streams der Programme des ZDF und dessen Partnerprogramme in einem Basispaket in ausreichender Bildqualität frei empfangbar sind. In höherer Bildqualität (HD) und vor allem werbefrei kostet der Zugang ein zusätzliches Entgelt (ca. 10 – 14 Euro pro Monat).

Bei ausgewählten Mobilfunktarifen werden von den Providern inzwischen auch Optionen angeboten, um Musik- und Video-Streaming der teilnehmenden Streaming-Partner zu nutzen, ohne dass dies auf das Datenvolumen angerechnet wird. Das ZDF ist zum Beispiel Partner bei „StreamOn“ der Telekom. Sobald allerdings die monatliche Volumengrenze durch andere Dienste erreicht ist, wird auch dieses Streaming begrenzt. Ein Video-Streaming bei beschränktem monatlichem Datenvolumen ist auf Grund der großen Datenmengen eher ungeeignet.

[17] Vgl. dazu Digitalisierungsbericht Video 2021, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“

4.4.4 Aktuelle technologische Entwicklungen

Große Fortschritte bei der Verbesserung der Bildqualität sind durch entsprechend höhere Auflösungen (UHDTV) in Kombination mit weiteren bildverbessernden Maßnahmen (High Dynamic Range (HDR), Wide Color Gamut (WCG)) erzielt worden. Weitere technologische Entwicklungen am Markt sind auf dem Gebiet der Virtual-Reality (VR) zu beobachten. In beiden Feldern ist auch das ZDF aktiv.

Die Entwicklung in Richtung ultrahochauflösendes Fernsehen – UHDTV – ist, zumindest auf der Endgeräteseite, nicht mehr aufzuhalten. UHDTV – das oftmals nicht ganz korrekt auch als 4K bezeichnet wird – bietet eine Auflösung von 3840 x 2160 Bildpunkten bei mindestens 50 Vollbildern pro Sekunde. Erste Hersteller haben angekündigt, dass sie in Kürze keine HD-Geräte mehr anbieten werden, sondern nur noch solche mit UHD-Panels. Allerdings gibt es bisher UHD-Regelausstrahlungen nur im Bereich Pay-TV, nicht im Free-TV.

Der UHD-Standard bietet in seiner Entwicklungsperspektive gleich mehrere Elemente von Verbesserungen des Fernsehbildes, wie etwa einen erhöhten Kontrastumfang (HDR), eine erhöhte Bildwechselfrequenz und somit eine bessere Bewegtbildwiedergabe und auch einen der menschlichen Farbwahrnehmung besser angepassten erweiterten Farbraum (WCG). Diese Verbesserungen der Bildqualität sind gegenüber der heutigen HD-Technik deutlich wahrnehmbar und werden dazu führen, dass sich UHDTV weiter am Markt etablieren wird. Dementsprechend werden in den nächsten Jahren für den Rundfunk Investitionen anfallen, bei denen UHD zumindest eine Rolle spielen wird. Mit „Die Bergretter“ stellte das ZDF Ende 2017 über die ZDFmediathek erstmals im deutschen Free-TV ein Regelformat in UHD-Auflösung und HDR-Qualität zum Abruf via HbbTV bereit. Es wurden aber auch einige Eigenproduktionen im UHD-Format erstellt, um erste Erfahrungen auf diesem Gebiet zu sammeln („Deutschland XXL“, „Moselbrücke“ etc.).

Virtual-Reality gilt weiterhin als Nischenprodukt, welches es aber zu beobachten gilt. Ein zukünftiger Erfolg hängt maßgeblich von der weiteren Entwicklung von Displaytechnologie, Übertragungstechnik und Endgeräten ab. Die VR-Produktionen des ZDF (z. B. „Terra X“-Dokumentationen, „ZDF-Fernsehgarten“, Sport) sind über www.vr.zdf.de oder über verschiedene Plattformen im Netz wie YouTube oder Facebook abrufbar.

Die aktuelle Mobilfunkgeneration 5G und deren Weiterentwicklungen bieten neben der reinen Mobilfunkfunktionalität das Potential, ganze Bereiche und Märkte – u. a. den Bereich „Media & Entertainment“, zu dem auch der Rundfunk zählt – zu beeinflussen und zu verändern. Dem Rundfunk ist es bei 3GPP, der globalen Standardisierungsorganisation des Mobilfunks, unter dem Begriff „5G Broadcast“ gelungen, die Anforderungen eines Rundfunkmodus (one-to-many/Broadcast) einzubringen. Das ZDF ist u. a. durch die Europäische Rundfunkunion (EBU) in die Standardisierungsarbeiten sowie die nationalen und internationalen 5G-Pilotprojekte mit Rundfunkbezug involviert. Neben der Verbreitung von Rundfunkinhalten hat 5G auch das Potential, künftig bei Produktion und Zuführung der Inhalte eine zentrale Rolle zu spielen. Die möglichen Auswirkungen von 5G auf die klassischen Übertragungswege Kabel, Satellit und Terrestrik, die Produktion und Zuführung von Inhalten sowie auf die Netzbetreiber und Geschäftsmodelle sind heute schwer vorherzusagen. Doch eines ist absehbar: Bei der zukünftigen Nutzung linearer und nichtlinearer Rundfunkinhalte auf portablen und mobilen Endgeräten sowie Infotainmentsyste-

men z. B. in Autos und Zügen wird 5G eine zentrale Rolle spielen.

5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung

Das ZDF verfolgt als einziger deutscher TV-Sender bereits seit 2010 eine eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie, die sich seit 2016 beim Reporting im Sinne einer Fortschrittsberichterstattung systematisch auf den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) stützt. Dieser bezieht sich mit seinen insgesamt 20 Kriterien auf ausgewählte internationale Normen und Standards, wobei das ZDF die Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version GRI SRS nutzt. Das ZDF erfüllt hier alle Vorgaben mit seiner in der öffentlich zugänglichen DNK-Datenbank hinterlegten „Entsprechenserklärung“. Dabei werden in den übergeordneten Feldern „Strategie“, „Prozessmanagement“, „Umwelt“ und „Gesellschaft“ Informationen über die Ziele, Strategien und Aktivitäten in den entsprechenden Bereichen des ZDF vermittelt. Im Sommer 2022 wird die aktualisierte Fassung dieser Entsprechenserklärung wieder beim „Rat für Nachhaltige Entwicklung“ vorgelegt. Weiterhin stellt das ZDF sein viele Dimensionen umfassendes Engagement über das Programm hinaus sehr detailliert in den Bereichen „Gesellschaft“, „Branche“ und „Unternehmen“ auf der Unternehmensseite unter www.nachhaltigkeit.zdf.de dar. Auch damit folgt die Nachhaltigkeitsberichterstattung den Triple-Bottom-Line-Prinzipien der Corporate Social Responsibility (CSR), welche die unternehmerische Verantwortung im Dreiklang aus ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten beschreibt.

Als wichtigstes Nachhaltigkeitsziel priorisiert das ZDF weiterhin Umwelt- und Ressourcenschonung. Um den ökologischen Herausforderungen zum Schutz der Umwelt glaubhaft nachzukommen, konzentriert das ZDF seine Anstrengungen ganz konkret auf einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen („Ökologische Mindeststandards“), etwa im Kontext von „Green Production“. Langfristig und unter der Prämisse dafür notwendiger Rahmenbedingungen strebt das ZDF Klimaneutralität an.

Die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF basiert auf einer nachhaltigkeitsbezogenen Umwelt- und Unternehmensanalyse sowie auf der Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen für ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen. Sie übersetzt die als relevant erachteten Ziele im Sinne einer mittel- und langfristigen Zielerreichung in konkrete Maßnahmen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass eine auf ökologische, gesellschaftliche und soziale Wirkungen abzielende und zugleich ökonomisch sinnvolle und verantwortungsbewusste Unternehmensführung eine Vielzahl von zum Teil interdependenten Zielen zu berücksichtigen hat.

Organisatorisch ist die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF mit einer Stelle „Nachhaltigkeitskoordination“ in der Intendanz und mit einem direktionsübergreifenden „Nachhaltigkeitsteam“ im Haus verankert. Dessen Aufgabe ist es, Nachhaltigkeitsziele zu entwickeln, eine zweckmäßige Erhebung von Daten und deren Analyse zu initiieren und die Fortschritte und Entwicklungen der Unternehmensführung unter den Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu bewerten sowie neue Impulse zu geben. Der Rechnungshof des Landes Rheinland-Pfalz hat die Haushalts- und Wirtschaftsführung des ZDF für die Geschäftsjahre ab 2014 insbesondere unter Aspekten der Nachhaltigkeit geprüft und dem ZDF eine Vorreiterrolle bescheinigt. Der Bericht des Rechnungshofs wurde Ende 2019 veröffentlicht und bietet Anregungen, in welchen Bereichen das ZDF noch nachhaltiger werden kann. Insgesamt stellte der Rechnungshof fest, dass das ZDF seit vielen Jahren die gesamtgesellschaftliche Nachhaltigkeitsaufgabe wahrnimmt und Anregungen aufgreift. Weitere Anstrengungen, so der Rechnungshof, würden erheblich erleichtert, wenn der Rundfunkstaatsvertrag eine entsprechende Ergänzung erhielte.

Wie sich das ZDF seinen Nachhaltigkeitszielen nähert, lesen sie im Folgenden in Auszügen. Den vollständigen Bericht zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) finden Sie unter www.nachhaltigkeit.zdf.de.

Sustainable Development Goals und Green Production

Den engeren Rahmen für die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF setzen die Sustainable Development Goals (SDGs) im Kontext der Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Bereits im Jahr 2017 hat der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung des Deutschen Bundestages in einer öffentlichen Anhörung zum Thema „Nachhaltigkeit in der Medienproduktion“ das ZDF mit Blick auf als relevant erachtete Nachhaltigkeitsziele eingeladen und angehört. Den Fokus bildeten vor allem die Themen faire Arbeitsbedingungen, klimarelevante Ressourcenschonung und Grüne Medienproduktion.

Das ZDF hat sich insbesondere auf das Feld „Green Production“ konzentriert und sich als Mitglied des Arbeitskreises „Green Shooting“ im Jahr 2021 maßgeblich an der Entwicklung von ökologischen Mindeststandards für deutsche Kino-, TV- und Online/VoD-Produktionen beteiligt. Ein breites Bündnis aller relevanten Branchenteilnehmer stellt mit konkreten Maßnahmen seit dem 01. Januar 2022 einen großen Teil der Inhalte nach detaillierten Vorgaben zu Energieversorgung, Transport, Unterbringung, Verpflegung, Materialien oder Entsorgung klima- und ressourcenschonend her. Die ZDF-Gruppe hat hierbei in der deutschen Film- und Medienbranche eine besondere Verantwortung, die sich aus der Rolle als größter Einzelauftraggeber im deutschen Produzentenmarkt und zugleich aus der Rolle als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen und seinem gesellschaftlichen Auftrag ergibt. In einem ersten Schritt hat sich das ZDF dazu verpflichtet, die Hälfte seiner fiktionalen Auftragsproduktionen nach den ökologisch Mindeststandards der Branche zu produzieren. Die Kriterien sind darüber hinaus Maßstab für alle übrigen Auftrags- und Eigenproduktionen des ZDF. Details zu den vereinbarten klima- und ressourcenschonenden Produktionsweisen finden sich unter www.oekologische-mindeststandards-greenmotion.de.

Beschaffung

Das ZDF nutzt die Möglichkeit zur Berücksichtigung nachhaltiger und ressourcenschonender Aspekte in jeder Phase seiner Vergabeverfahren und Wettbewerbe, von der Bedarfsermittlung und Festlegung des Auftragsgegenstandes, über die Festlegung von Eignungs- und Zuschlagskriterien bis hin zur konkreten vertraglichen Ausgestaltung. Bei der Analyse des Bedarfs wird auch hinterfragt, ob eine bestimmte Leistung überhaupt beschafft werden muss oder nachhaltigere Alternativen in Frage kommen. Auch wird bei der Frage der Neubeschaffung in der Bedarfsanalyse abgewogen, ob nicht etwa die Reparatur eines Arbeitsmittels anstelle einer Neuanschaffung die nachhaltigere Variante darstellt. Der Einkauf und das Reisemanagement des ZDF qualifizieren sich bei der vergaberechtskonformen nachhaltigen Beschaffung stetig weiter. So wurden und werden Schulungsveranstaltungen zur Nachhaltigkeit u. a. mit der Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung beim Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern durchgeführt. Zudem werden die erforderlichen Kompetenzen im ZDF zusammen mit dem Umweltbundesamt, dem

Kompetenzzentrum innovative Beschaffung, dem Forum Vergabe e. V. oder der Plattform Kompass Nachhaltigkeit weiterentwickelt.

Energiemanagement und Energieaudit
Um die Themen Umweltschutz und Energieeffizienz im ZDF noch stärker zu verankern, wurde im Rahmen der Realisierung eines Energiemanagementsystems in den letzten Jahren ein ZDF-eigenes Energieerfassungssystem aufgebaut. Dieses System zur automatischen Erfassung und Auslese der Energieverbräuche liefert auch die (Zahlen-)Basis für das Energieaudit. Zur systematischen Erfassung und späteren Analyse werden an definierten Messpunkten dauerhaft Energieverbräuche gezählt, protokolliert und gespeichert. Eine spezifische Software bietet umfassende Funktionen, um die Verbrauchswerte nach unterschiedlichen Anforderungen zu analysieren und auszuwerten. Es lassen sich so Schwachstellen sowie Auffälligkeiten im Energieverbrauch erkennen und Einsparpotentiale sowie Energiesparmaßnahmen ableiten. In Energieberichten lassen sich die Auswirkungen der Verbesserungen verfolgen und Verbrauchswerte witterungs- und saisonbereinigt gegenüberstellen. Ebenso bietet das System die Möglichkeit zeitraum- und verbrauchsbezogen entsprechende CO2-Belastungen zu errechnen, um so eine Klimabilanz zu erstellen. Das ZDF hat das erste Energieaudit im Dezember 2015 durchgeführt, das Wiederholungsaudit erfolgte im Jahr 2020. Aus den Audits können sich wieder neue Einschätzungen zu Einsparpotentialen und deren Wirtschaftlichkeit ergeben.

Ökostrom
Das ZDF bezog in den Jahren 2019 bis 2021 100 Prozent Ökostrom am Standort Mainz und für alle Inlandstudios. Hierdurch werden am Standort in Mainz (Sendezentrum 1) jährlich ca. 5.000 t CO2 eingespart. Das ZDF hat sich auch für die Jahre 2022 bis 2024 für den Bezug von 100 Prozent Ökostrom entschieden. Der Strom stammt aus vom TÜV-Süd-zertifizierten Anlagen für erneuerbare Energien und wird zu 100 Prozent aus Wasserkraft in Skandinavien erzeugt. Das ZDF bestätigt durch diesen neuen Stromlieferungsvertrag sein Ziel, die CO2-Emissionen spürbar zu reduzieren. Zudem erzeugt das ZDF mit Hilfe einer Photovoltaik-Anlage Solarstrom und verringert somit seine CO2-Emmissionen weiter.

Remote-Produktion und Fernschnitt
In den vergangenen zwei Jahren wurde das Know-how im Bereich der Remote-Produktionen, also der Trennung von Produktionsort und Produktionstechnik, im ZDF deutlich ausgebaut. Erste Erfahrungen mit dieser Produktionsweise wurden bei den Live-Übertragungen der Ski-WM in Åre im Februar 2019 gesammelt. 2021 fanden mit der UEFA Euro 2020 sowie den Olympischen und Paralympischen Sommerspielen in Tokio drei Sport-Großveranstaltungen als Remote-Produktionen unter Pandemiebedingungen statt. Die deutsche Federführung für die TV- und Online-Übertragung lag beim ZDF. Hierfür wurde im Sendezentrum 2 in Mainz ein nationales Übertragungszentrum („National Broadcast Center“ (NBC)) errichtet, von wo aus die Teams von ZDF und NDR (als Federführer für die ARD) gemeinsam die Berichterstattung über die Olympischen Sommerspiele zentral steuerten. Die Remote-Produktion ermöglicht nicht nur moderne und kosteneffiziente Produktionsweisen, sondern hat zudem durch die Corona-Pandemie erheblich an Bedeutung gewonnen. Ein weiteres Beispiel für neue Produktionsweisen ist der Fernschnitt, bei dem Redakteur*in und Cutter*in von unterschiedlichen Orten aus an einem Film oder Beitrag arbeiten. Die Kommunikation erfolgt dabei über Videokonferenzen. Der Fernschnitt hat sich inzwischen fest etabliert und wird auch für längere Filme genutzt.

LED-Lichttechnik
Glühlichtscheinwerfer werden im Rahmen von Reinvestitionen sukzessive durch moderne LED-Technik ersetzt. Dies reduziert sowohl den Stromverbrauch als auch die Emissionen beim Transport zum Produktionsort, weil z. B. keine schweren Vorschaltgeräte mehr benötigt werden. Auch produzieren die neuen Scheinwerfer deutlich weniger Wärme, wodurch Studios weniger gekühlt werden müssen. Zudem sind die LED-Scheinwerfer universeller einsetzbar als die herkömmlichen Glühlichtscheinwerfer. Dadurch werden insgesamt weniger Scheinwerfer benötigt, die dann wiederum besser ausgelastet werden können. Weitere Vorteile der LED-Scheinwerfer sind u. a. eine höhere Lebensdauer sowie zusätzliche Energieersparnisse bei LED-Videoflächen.

Nachhaltige Mobilität
Dienstreisen haben einen erheblichen Anteil an den indirekten Treibhausgas-Emissionen des ZDF. Ziel ist es daher neben Gründen der Sparsamkeit auch aus Umweltgesichtspunkten, Dienstreisen zu reduzieren. Die Pandemie und das mobile Arbeiten haben deutlich gemacht, dass Videokonferenzen und Onlineschulungen das physische Zusammentreffen insbesondere bei innerbetrieblichen Treffen ersetzen können. Das Ziel einer dauerhaften Reduktion von Dienstreisen wird durch diese Erkenntnis aktiv unterstützt. Das Ziel der Emissionsreduktion wird auch durch Eigenproduktionen des ZDF, die nach den ökologischen Mindeststandards der ZDF-Nachhaltigkeitsinitiative „Green Production“ durchgeführt werden, unterstützt: Die Mindeststandards sehen beispielsweise einen Verzicht auf innerdeutsche Flugreisen und die grundsätzliche Nutzung der Bahn bei Reisezeiten unter fünf Stunden vor. Außerdem werden Unterkünfte am Produktionsort so ausgewählt, dass der Verkehrsaufwand so gering wie möglich ausfällt und mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrrädern oder zu Fuß möglich wird. Bei der Wahl der Unterkunft werden zudem im reisekostenrechtlich zulässigen Rahmen zertifizierte Einrichtungen berücksichtigt. Das ZDF setzt sich auch für eine nachhaltige Mitarbeitermobilität ein – neben der Steigerung der Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs soll auch die Fahrt zur Arbeit mit dem Rad noch attraktiver werden. Im Februar 2021 wurde daher auf dem ZDF-Gelände eine E-Bike-Ladestation in Betrieb genommen und seit Juni 2021 können sich ZDF-Mitarbeiter*innen am Standort Mainz zudem ein Rad oder ein Auto leihen. In Kooperation mit dem ZDF stellen zwei regional ansässige Firmen ihre Sharing-Angebote zur Verfügung.

Diversity und Chancengerechtigkeit
Der Anspruch des ZDF ist es, für alle Menschen in Deutschland ein publizistisches Angebot zu machen. Das ZDF hat als nationaler Sender einen Integrationsauftrag – dies beinhaltet sowohl die Abbildung der kulturellen Vielfalt als auch das Beitragen zu einer Kultur des Verstehens in einer pluralistischen Gesellschaft (§ 5 ZDF-Staatsvertrag). Das ZDF verfolgt im Bereich Diversität und Chancengerechtigkeit deshalb das Ziel, einen wertschätzenden, bewussten und respektvollen Umgang mit Individualität und Verschiedenheit zu finden, die reale Vielfalt in der Gesellschaft sichtbar zu machen, dabei aber gleichzeitig auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Ansatzpunkte für Diversity liegen für das ZDF sowohl im Unternehmen als auch im Programm. Ziel ist ein wertschätzender und respektvoller Umgang mit Verschiedenheit und Individualität. Die vielfältigen Merkmale, Erfahrungen und Leistungen von Menschen werden als Potentiale begriffen. Es gilt, Diskriminierungen abzubauen und Chancengleichheit zu fördern. Diversity ist im ZDF eine Querschnittsaufgabe über alle Bereiche im Unternehmen. Sie umfasst Unternehmenskultur, Führung, Personalgewinnung und -entwicklung, strukturelle Ansätze zur

Förderung von Diversität in der redaktionellen Arbeit sowie die Zusammenarbeit mit Produktionsfirmen und vieles mehr. Das ZDF versteht die Implementierung von Diversität im Unternehmen als Prozess. In den letzten Jahren wurden vielfältige strategische Ansatzpunkte identifiziert und konkrete Maßnahmen eingeleitet, um Vielfalt im Unternehmen zu fördern.

Barrierefreie Programmangebote

Für das ZDF gehören barrierefreie Angebote seit vielen Jahren zum Selbstverständnis. Das ZDF betrachtet es als seine Aufgabe, den Kanon seines Programms aus Information, Kultur, Wissenschaft und Unterhaltung so aufzubereiten, dass Barrieren gar nicht erst empfunden werden. Das Angebot umfasst derzeit Untertitelung (UT), Audiodeskription (AD), Deutsche Gebärdensprache (DGS) und leicht verständliche Sprache (LS), wobei letztere einen Projektstatus hat. Das erhöhte Informationsbedürfnis während der Pandemie hat zum Ausbau von Untertitelung und Gebärdensprache geführt – bei der Untertitelung im TV wurde 2020 mit 90,4 Prozent ein wichtiger Meilenstein passiert. Auch in der Mediathek wurde die Zahl der untertitelten und mit DGS versehenen Abrufvideos deutlich erhöht. Zur Bundestagswahl 2021 konnte das ZDF zudem erstmals ein Angebot in leicht verständlicher Sprache machen. Hier gab es acht erklärende Beiträge zu Ablauf und Ziel der Wahlen, die in der „ZDFheute“-App abrufbar waren.

Engagement für die Gesellschaft und in der Branche

Nachhaltig zu handeln, heißt auch, sozial und gesellschaftlich verantwortungsbewusst zu handeln. Deshalb engagiert sich das ZDF über sein Programm hinaus in vielen Bereichen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Beispielhaft genannt seien hier die „Aktion Mensch“, die „Sterne des Sports“, der „Deutsche Gründerpreis“, der ARD/ZDF Förderpreis „Frauen und Medientechnologie“ und „Schau hin!“, der Medienratgeber für Eltern, die enge Partnerschaft mit der „Deutschen Stiftung Denkmalschutz“ sowie die Medienpartnerschaft mit der „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“ und die Mitgliedschaft im „Deutschen Kulturrat“. In den Bereichen Filmförderung und Talentförderung agiert das ZDF als ein wichtiger Partner der deutschen Filmwirtschaft und des Filmnachwuchses – und dies weit über den unmittelbaren Nutzen für das eigene Programm hinaus. Das ZDF unterstützt zudem jedes Jahr eine Vielzahl von karitativen Organisationen mit Spendenaufrufen im Programm, auch z. B. durch regelmäßige Charity-Sendungen wie zuletzt bei der Flut im Westen der Republik und zum Krieg in der Ukraine.

6. Ausgewählte gemeinsame Aktivitäten von ARD, Deutschlandradio und ZDF

6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice

Federführende Anstalt	ARD, ZDF und Deutschlandradio (Sitzanstalt: WDR)
Sitz	Köln
Gründungsjahr	1973 (Gründung); 1976 (Arbeitsaufnahme)
Leitung	Michael Krüßel
Kernkompetenz	Verwaltung und Pflege der Beitragskonten sowie Bearbeitung aller Anliegen der Beitragszahler*innen auf verschiedenen Servicekanälen. Buchmäßige Erfassung und Abrechnung der Beitragsforderungen, -rückstände und -einnahmen bis zum Abschluss sowie Abrechnung mit den Rundfunkanstalten.

Der Beitragsservice ist eine Gemeinschaftseinrichtung von ARD, ZDF und Deutschlandradio mit dem Auftrag, den Rundfunkbeitrag einzuziehen. Er schafft mit seiner Arbeit die wichtigste finanzielle Grundlage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Um diese Aufgabe bewältigen zu können, betreibt er ein eigenes Rechenzentrum in Köln. Hier verwalte er unter Beachtung höchster Datenschutzkriterien die Daten der angemeldeten Beitragszahler*innen, für deren Wohnungen oder Betriebsstätten ein Beitragskonto angelegt wird. Die Zahl der geführten Beitragskonten lag Ende 2020 bei 45,9 Mio. Mit rund 960 Mitarbeiterkapazitäten sorgte der Beitragsservice in Köln dafür, dass der Einzug der Rundfunkbeiträge möglichst flächendeckend und damit fair für alle umgesetzt wird. Die eingegangenen Rundfunkbeiträge werden entsprechend den staatsvertraglichen Regeln an die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und Deutschlandradio weitergeleitet. Im Jahr 2020 wurden rund 8,11 Mrd. Euro auf die Rundfunkanstalten verteilt. Der Anteil des Aufwands an den Gesamterträgen betrug 2,17 Prozent.

Wie so vieles stand auch der Beitragsservice 2020 ganz im Zeichen der Pandemie. Der Geschäftsbetrieb mit sämtlichen Services für die Beitragszahlenden musste aufrechterhalten werden, gleichzeitig hatte der Gesundheitsschutz der Beschäftigten oberste Priorität. Der Geschäftsleitung gelang es in kürzester Zeit, Arbeitsprozesse zu verändern und Telearbeit und Homeoffice voranzutreiben.

Im ersten Lockdown, im Mai 2020, beschlossen die Rundfunkanstalten, die im Rundfunkbeitragsstaatsvertrag (RBStV) verankerte Möglichkeit der Beitragsfreistellung für Saisonbetriebe auch auf jene Unternehmen anzuwenden, die pandemiebedingt zeitweise schließen mussten. Im November 2020, als es zum erneuten Lockdown kam, wurde die Freistellungsregelung erneut erweitert.

Zugleich begann ein unternehmensweiter Strategieprozess, der den Beitragsservice in wirtschaftlicher, technischer, personeller und kultureller Hinsicht zukunftsfest machen wird. Dazu gehört es, die Serviceangebote umfassend zu digitalisieren und die Kontaktaufnahme zum Beitragsservice zeitgemäß zu gestalten.

Ebenfalls im Jahr 2020 startete der Beitragsservice die Vorbereitungen für den bundesweiten Meldedatenabgleich, der 2022 durchgeführt wird und in §11 Abs. 5 RBStV gesetzlich verankert ist. Dieses Instrument dient dazu, eine mögliche Erosion bei

den angemeldeten Wohnungen zu verhindern. Die anlassbezogene Meldedatenübermittlung, die der Beitragsservice zur Aktualisierung seines Datenbestands regelmäßig nutzt, reicht hierfür nicht aus. Zieht ein Beitragskontoinhaber beispielsweise um und die in der Wohnung verbleibende Person meldet sich nicht aktiv, erfährt das der Beitragsservice nur über einen bundesweiten Meldedatenabgleich. Die Einwohnermeldeämter übermitteln dabei die Meldedaten aller Volljährigen an den Beitragsservice. Nach einem Abgleich mit den eigenen Bestandsdaten ist der Beitragsservice in der Lage, wichtige Informationen zu aktualisieren und herauszufinden, für welche Wohnungen kein Rundfunkbeitrag (mehr) gezahlt wird. Potenzielle Beitragszahler*innen schreibt der Beitragsservice an, um den Sachverhalt zu klären.

rundfunkbeitrag.de

6.2 SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH

Federführende Anstalt	BR/ZDF
Sitz	München
Gründungsjahr	1995
Leitung	Marc Freyberger, Daniel von Busse
Kernkompetenz	Erwerb von Fernsehrechten an nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung durch ARD und ZDF.

Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH (SportA) ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50 Prozent) und des ZDF (50 Prozent).

Die Gesellschaft erwirbt in erster Linie mediale Übertragungsrechte an zahlreichen nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung in ARD, ZDF und den Dritten Programmen. Damit liefert sie ihren Gesellschaftern attraktive Programminhalte. Darüber hinaus berät die SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben außerhalb der SportA (z. B. über die EBU) und wird aktiv in die Einkaufsverhandlungen einbezogen. Ferner ist die SportA von ihren Gesellschaftern beauftragt, nicht genutzte Rechte an Sportereignissen und -veranstaltungen Dritten zur Nutzung anzubieten (Sublizenzierung). Eine wesentlich über die Beschaffungs- und Sublizenzierungsfunktion für ARD und ZDF hinausgehende unternehmerische Tätigkeit der SportA ist nicht vorgesehen.

Bei durchschnittlich 20 Beschäfftigten erzielte die SportA 2020 einen Jahresumsatz in Höhe von rund 85,9 Mio. Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die nach Berücksichtigung der eigenen Erträge verbleibenden Kosten der Gesellschaft betrugen 2020 rund 2,6 Mio. Euro und entsprachen somit 3 Prozent des Umsatzvolumens. Diese Kosten der SportA werden über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter gedeckt.

Der Sportbetrieb ist pandemiebedingt immer noch weit von einer Rückkehr in die Normalität entfernt. Absagen bzw. Verschiebungen von Sportveranstaltungen und sonstige Folgen der Pandemie erfordern interessengerechte und angemessene Lösungen mit den Vertragspartnern.

Die Übernahme- und Konzentrationstendenzen im internationalen Sportrechtemarkt durch globale Investoren beeinflussen die Vergabe von Sportrechten maßgeblich und erschweren den Zugang zu attraktiven audiovisuellen Medienrechten aus unterschiedlichsten Gründen.

Die kontinuierliche Entwicklung neuer Verbreitungsformen bringt neue Marktteilnehmer und Wettbewerber mit sich und verschiebt zudem Zuschauerprioritäten. Das führt zu einer sich verändernden Programmanbieterlandschaft, verbunden mit einer weiteren Verlagerung des Content-Angebots für Sportveranstaltungen in andere Verbreitungsformen.

Dennoch verfügt die SportA weiterhin über ein breit gefächertes Portfolio an attraktiven und längerfristig gesicherten Sportrechten und gilt als wichtiger Teilnehmer im Sportrechtemarkt.

sporta.de

6.3 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH

Federführende Anstalt	BR
Sitz	Nürnberg
Gründungsjahr	2006
Leitung	Dr. Stefan Hanke
Kernkompetenz	Erwachsenenfortbildung/Ausbildung

Die ARD/ZDF-Medienakademie ist die zentrale Fortbildungseinrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland.

Sie versteht sich als proaktiver Anbieter von Fortbildung und Wissen. Dabei greift sie relevante Trends und zukünftige Themen der digitalen Medienwelt auf und setzt sie in konkreten Angeboten um. Ferner entwickelt sie bedarfs- und passgenaue Weiterbildungsangebote.

Zu den Aufgaben der Akademie zählen Konzeption, Entwicklung und Durchführung aller Qualifizierungsmaßnahmen wie (Präsenz-)Seminare, Workshops, Symposien und E-Learnings. Die Angebote sind nach Art und Umfang flexibel ausgerichtet.

Der inhaltliche Schwerpunkt des Angebots liegt auf fachlichen programm- und redaktionsbezogenen sowie technikorientierten Seminaren. Hinzu kommen Seminare im Rundfunkmanagement sowie zur Entwicklung von persönlichen und Führungskompetenzen. Digitale Arbeitsprozesse und New Work verändern das Angebot. Im Rahmen von Veränderungsprojekten bietet die Medienakademie komplexe, workfloworientierte Fortbildungsmaßnahmen an. Beim E-Learning ermöglicht die Medienakademie Webinare, Web Based Trainings, Videotutorials, Podcasts und Blended Learnings – unterstützt vom eigenen Lernmanagementsystem „CAMPUS“. Derzeit sind über 2.000 Kurse auf „CAMPUS“ installiert und fast 30.000 User mit zusammen über 255.000 Anmeldungen registriert. „CAMPUS“ wird im arbeitsteiligen Sinn als Shared Service für alle

Rundfunkanstalten betrieben. Durch den zentralen Service entstehen Synergien und Kostenvorteile, zum Beispiel beim Einkauf von Lerninhalten und beim Betrieb der Plattform.

Ferner führt die Akademie einen Teil des Berufsschulunterrichts für die Ausbildung zu neuen Medienberufen wie „Mediengestalter/in Bild und Ton“ durch.

Das Leistungsangebot steht dem Markt generell offen, richtet sich also auch an Beschäfftigte anderer (Medien-)Unternehmen.

Die Einrichtung verfügt über Trainingszentren in Nürnberg (Hauptsitz) und Hannover. Die Corona-Krise hat zu einem zeitweisen Verbot von Präsenzveranstaltungen geführt. Die Medienakademie weitete daher ihr Angebot an Online-Fortbildungen deutlich aus. Im Jahr 2020 wurden trotz coronabedingter Einschränkungen 2.459 Fortbildungsseminare mit rund 14.636 Teilnehmer*innen durchgeführt.

Die Medienakademie finanziert sich fast ausschließlich über Seminarerträge. Mit im Jahresdurchschnitt 55 Angestellten und über 400 freien Trainer*innen konnte sie im Geschäftsjahr 2020 Umsatzerlöse von rund 9,5 Mio. Euro und sonstige Erträge von rund 0,6 Mio. Euro erwirtschaften. Dem stehen Aufwendungen von rund 10,8 Mio. Euro gegenüber. Unter Einbeziehung des Finanzergebnisses ergibt sich im Jahr 2020 ein Jahresfehlbetrag in Höhe von 0,7 Mio. Euro.

ard-zdf-medienakademie.de /ARDZDFmedienakademie /ARDZDF_Akademie

7. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen

7.1 ZDF Studios GmbH (bis 31. März 2022 ZDF Enterprises GmbH)

Sitz	Mainz
Gründungsjahr	1992
Leitung	Karoline Meichsner-Sertl, Fred Burcksen (bis 30. Juni 2022),
	Markus Schäfer (ab 1. Juli 2022)
Kernkompetenz	Beschaffung, Herstellung, Vermittlung und Verwertung von sowie
	Beteiligung an Produktionen im Bereich des Rundfunks und
	anderen Medien einschließlich Erwerb,
	Vermittlung und Verwertung von Übertragungsrechten

Die ZDF Studios GmbH ist mit der Beschaffung, aber auch Herstellung und Vermittlung von Produktionen bzw. Übertragungsrechten für das ZDF sowie der Verwertung von Produktionen und Übertragungsrechten betraut.

Das Unternehmen agiert im eigenen Namen, indem es sich beispielsweise an ZDF-Produktionen beteiligt und damit die Ausstrahlungsrechte im Ausland erwirbt oder indem es Rechte des ZDF erwirbt und im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verwertet. Das operative Geschäft ist organisatorisch auf die Genres „Drama“, „Unscripted“ und „Junior“ aufgeteilt. Darüber hinaus ist die ZDF Studios GmbH für den nicht-gewerblichen Programmvertrieb zuständig, soweit er Großkunden und die administrative Abwicklung von Mitschnittsvereinbarungen betrifft. Tochtergesellschaften sind auch im Online- und Musikrechtebereich tätig.

Zudem ist die GmbH an Unternehmen beteiligt, die u. a. Kino- und Fernsehfilme, Fernsehserien, Kinderprogramme, Dokumentationen und Reportagen sowie Talksendungen und Showproduktionen herstellen. Das ZDF sichert sich dadurch die Unabhängigkeit in der Programmbeschaffung, neben dem Bereich der Eigenproduktionen sowie der Beauftragung von kleinen und mittelständischen Produktionsgesellschaften am Markt.

Über eine Beteiligungsgesellschaft ist ZDF Studios außerdem für das Besucher- und Veranstaltungsmanagement, das Merchandising im Zusammenhang mit Sendungen des ZDF, den privaten Mitschnittservice sowie die Bearbeitung von Zuschaueranfragen verantwortlich.

zdf-studios.com /zdfstudios /zdfstudios /ZDFStudios /zdfstudios /zdfstudios

7.2 ZDF Werbefernsehen GmbH

Sitz	Mainz
Gründungsjahr	2009
Leitung	Hans-Joachim Strauch
Kernkompetenz	Verkauf, Vermarktung und Vermittlung von Fernsehwerbung und Sponsoring
	und damit im Zusammenhang stehende Dienstleistungen.

Die ZDF Werbefernsehen GmbH wickelt im eigenen Namen, aber auf Rechnung des ZDF, das Geschäft mit den Werbe- und Sponsoringkunden ab, seit Anfang 2016 mit einer eigenen Vertriebsorganisation. Für die akquirierten Werbe- und Sponsoringerträge erhält sie eine Provision.

zdf-werbefernsehen.de

7.3 Bavaria Studios & Production Services GmbH

Sitz	Grünwald
Gründungsjahr	1996
Leitung	Friedhelm Bixschlag
Kernkompetenz	Betrieb, Vermietung, Verwaltung, Wartung und Erneuerung von Fernsehstudios. Realisation von Fernseh- und Filmproduktionen sowie audiovisuellen Veranstaltungen sowie damit im Zusammenhang stehende Dienstleistungen.

Die als Gemeinschaftsunternehmen mit der Bavaria Film GmbH und der LfA Förderbank Bayern geführte Bavaria Studios & Production Services GmbH (BSPS) ist einer der größten TV- und Film-Produktionsdienstleister Deutschlands. Gegenstand des Unternehmens ist u. a. der Betrieb, die Vermietung, Verwaltung, Wartung und Erneuerung von Fernsehstudios einschließlich ihrer Nebenbetriebe und Postproduktions-Komplexe vornehmlich in Bayern.

Die Unternehmensgruppe der BSPS umfasst Tochterunternehmen, die in den Geschäftsfeldern Studioproduktion, Postproduktion, Rental und Dekorationsbau tätig sind. Das ZDF nutzt die Dienstlwder Serien „Der Alte“ und „Die Rosenheim-Cops“ sowie die Sendungen „Aktenzeichen XY“, „1, 2 oder 3“ sowie Showreihen.

bavaria-studios.de

Impressum

© Zweites Deutsches Fernsehen, Juni 2022
Verantwortlich: Alexander Stock,
Hauptabteilung Kommunikation
Layout und Gestaltung: ZDF Herstellung

Bildnachweis

Titel: ZDF/Turan Tufan
ZDF/Patrick Pees, ZDF/Henrik Eichmann, ZDF/Christoph Piening, ZDF/[F] Jana Kay, ZDF/Nico Viets, ZDF/Andreas Steffan, Logo 30 Jahre ZDF/Agentur Woodblock, ZDF/Winfried Laasch, ZDF/Jacqueline Krause-Burberg, ZDF/Mathias Bothor, ZDF /Clément Pui, ZDF/[F] Fabrizio Maltese, ZDF/Britta Krehl, ZDF und Jens Koch, ZDF/Zia Ziarno, ZDF/Walter Wehner, ZDF/BDA, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Maurice Weiss, ZDF/Christoph Kuchinke, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Brandnew, ZDF/Julian Balducci, ZDF/Andrejs Strokins, ZDF/[F] Michael Schreitel, ZDF/Gerhard Schirlo, ZDF/stephanie kulbach, ZDF/Gerhard Schirlo, ZDF/Agentur Umbruch, ZDF und [F] Tobias Schult, ZDF/Julia Feldhagen, ZDF/Richard Hübner, ZDF/Alpenblick, ZDF/[F] Benno Kraehahn [H] Marcus Höhn [M] RETOUCHING DE LUXE, ZDF/© 2021 Edel Germany GmbH, ZDF/ZDF/Sascha Baumann, ZDF/Thomas Kierok, ZDF/Timo Bruhns, ZDF/Corporate Design, ZDF/FEEDMEE, ZDF/Markus Hertrich, ZDF und ZDF Grafik/[M] Renate Becker, ZDF/Torsten Silz, ZDF/Claudius Pflug, ZDF/Beijing Organising Committee for the 2022 Olympic and Paralympic Winter Games / ‚BrandNew Creative Agency, ZDF/Superblak, ZDF/[F] Uli Kunz, ZDF/Lars Doering, ZDF/Anatol Kotte, ZDF/Corporate Design, ZDF/Jacqueline Krause-Burberg, ZDF/Ishka Michocka, ZDF/Julia Terjung, ZDF/Hardy Brackmann, ZDF/Marcus Kablitz, ZDF/Guido Engels, ZDF/Uwe Frauendorf, ZDF/Georges Pauly, ZDF/Georges Pauly, ZDF/[F] Hardy Spitz, ZDF und Karel Kuehne, ZDF/Britta Krehl, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Sascha Baumann, ZDF/Sascha Baumann, ZDF/[F] Christoph Assmann, ZDF/ZDF/Sascha Baumann, ZDF/[F] Benno Kraehahn [H] Marcus Höhn [M] RETOUCHING DE LUXE, ZDF/Corporate Design, ZDF/Walter Wehner, ZDF/Alena Dörfler, ZDF/Corporate Design, ZDF/Andreas Steffan, ZDF/Dennis Weissmantel, ZDF/Opium Effect, ZDF/Julian R. Wagner, ZDF/Nicolas Velter, ZDF/Baschi Bender, ZDF/Corporate Design, ZDF/Florian Trettenbach, ZDF/Nicolas Tusl, ZDF/Maor Waisburd, ZDF/[F] Krzysztof Wiktor, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Pär Bäckstrand, ZDF/[F] Petro Domenigg, ZDF/Marius Becker, ZDF/Tobias Lenz, ZDF/Andreas Steffan, ZDF/Daniela Eberl, Mathieu Schwartz, Gruppe5, © Kobalt, Sasha Waltz & Guests / World Human Forum, Daniel Waldhecker, ©phoenix, ©phoenix, ©phoenix, ©phoenix, ZDF/(m) 3sat-Grafik, ZDF/Axel Berger, ZDF/GF Design, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/Nadja Kölling, ZDF/Svea Pietschmann, ZDF/3sat Online Grafik, ZDF/Daniel Dittus, KiKa/Anja Feßer, KiKa/Domenik Schuster, ZDF/StudioZentral, ZDF/[F] Christine Schröder, ZDF/StudioZentral, Foto Artwork Leeroy will´s wissen: funk, ZDF/Ruven Breuer, ZDF/Dino Schachten, ZDF/Jens Fussan, ZDF/Drive Beta, ZDF/Carolin Saage, ZDF/[F] Johanna Wittig [M] funk, ZDF/Jennifer Endom