

TÄTIGKEITSBERICHT

des Intendanten in der 11. Sitzung
der XIV. Amtsperiode des Fernsehrats
am 12.12.2014

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der Medienbranche machte im Berichtszeitraum vor allem der Eintritt des größten amerikanischen Video on Demand-Anbieters netflix in den deutschen Markt Schlagzeilen. Zuvor waren mit Germany's Gold (ARD/ZDF) und Amazonas (RTL/Pro7/Sat1) deutsche Modelle für ein Abruffernsehen am Widerstand des Bundeskartellamtes gescheitert. Das Unternehmen netflix hat weltweit mehr als 53 Mio. Kunden und erzielte 2013 einen Umsatz von 4 Mrd. \$. Der netflix' Einstieg in den deutschen Markt wird einheimische Anbieter unter Druck setzen und Abruffernsehen als Form der Mediennutzung für die Zuschauer attraktiver machen.

Ein Blick auf die Akzeptanz der ZDF-Programme zeigt auch im vierten Quartal eine erfreuliche Entwicklung. Hervorzuheben ist hier die 19:00 Uhr-„heute“-Sendung, die von den Zuschauern wieder stärker nachgefragt wird. So konnten sich die ZDF-Nachrichten im aufgelaufenen Jahr um 0,5 Prozentpunkte auf 16,0 % verbessern. Wenn die „heute“-Sendung so nach seit langer Zeit wieder RTLaktuell (15,8 %) hinter sich lassen konnte, ist dies das Ergebnis einer intensiven qualitätsorientierten Formatarbeit, die es fortzusetzen gilt.

Im fiktionalen Bereich war es zuletzt allen Sendern schwer gefallen, Formatwechsel vorzunehmen und neue Serien erfolgreich beim Publikum einzuführen. Bei dem Versuch, mit überzeugenden Erzählmustern vielfältige Lebenswirklichkeiten abzubilden, gelang nun der Freitagabendserie „Dr. Klein“, mit Geschichten um eine kleinwüchsige Kinderärztin ein vielversprechender Start. Weitere Formatinnovationen, wie die interkulturelle Familienserie „Sibel und Max“ oder die Krankenhausserie „Bettys Diagnose“, werden Anfang Januar an den Start gehen.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

	<u>Seite:</u>
1. ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD	3
1.1. Medienpolitik	3
1.2. Medienbranche	5
1.3. Medientechnologie	6
1.4. ZDF-Finanzsituation	7
2 ZDF-PROGRAMM	9
2.1 Akzeptanz	9
2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV	12
2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld	12
2.3 Chefredaktion	13
2.4 Programmdirektion	16
3 ZDF-DIGITALKANÄLE	19
3.1 Akzeptanz	19
3.2 ZDFneo	20
3.3 ZDFinfo	20
3.4 ZDFkultur	21
4 PARTNERPROGRAMME	21
4.1 ARTE	21
4.2 3sat	21
4.3 PHOENIX	22
4.4 KiKA	24
5 ZDF-TELEMEDIENANGEBOTE	25
5.1 Akzeptanz	25
5.2 Neue Entwicklungen	26
6 AUSZEICHNUNGEN/PREISE	27

Berichtszeitraum: 16.08.14 bis 15.11.14

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1. Medienpolitik

Die Länder haben die Arbeiten an der Novellierung des ZDF-Staatsvertrags fortgesetzt. Ein Arbeitsgruppenvorschlag von Anfang Oktober 2014 sieht vor, dass der Verwaltungsrat von vierzehn auf zwölf Mitglieder verkleinert werden soll. Acht staatsferne Mitglieder sollen vom Fernsehrat in das Gremium gewählt werden, vier staatsnahe oder staatliche Mitglieder werden von den Ländern entsandt. Für den Fernsehrat ist die Reduzierung der Größe von 77 auf 60 Mitglieder vorgesehen. Der Arbeitsgruppenvorschlag greift auch die Gesichtspunkte Inkompatibilitäten, Transparenz, Rechtsstellung der Gremienmitglieder, Gleichstellungsauftrag und Vorkehrungen gegen "Versteinerung" auf.

Novellierung ZDF-Staatsvertrag

Am 17.10.14 wurde das Gutachten "Konvergenz und regulatorische Folgen" der Professoren Schulz (Hans Bredow Institut) und Kluth (Universität Halle-Wittenberg) der Rundfunkkommission der Länder als Auftraggeberin übergeben.

Gutachten Konvergenz und regulatorische Folgen

Das Gutachten hat die Herausforderungen zum Gegenstand, die sich aus dem technischen Zusammenwachsen bisher getrennter Medienbranchen ergeben. Derzeit unterscheidet das Medienrecht für den Grad der Regulierung zwischen linearer Verbreitung (Rundfunk) und non-linearer Verbreitung (Telemedien). Diese technischen Kriterien stellen immer weniger taugliche Anknüpfungspunkte für eine moderne Medienregulierung dar. So stellt das Phänomen Hybrid-TV, bei dem Rundfunk und Telemedien auf demselben Endgerät parallel wahrnehmbar sind, dieses Regulierungskonzept in Frage. Neuer Regelungsbedarf ergibt sich zudem aus den Möglichkeiten von Endgeräteherstellern und Anbietern von Benutzeroberflächen, die Zugänglichkeit zu Inhalten festzulegen und wie klassische Plattformbetreiber eine Torwächterrolle einzunehmen. Das Gutachten soll auch als Vorbereitung der Bund-Länder-Gespräche zur Abstimmung ihrer jeweils einschlägigen gesetzlichen Regelungen, beispielsweise an den Schnittstellen von Kartell- und Rundfunkrecht, dienen. Sonderfragen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Auftragsbereich und bei der kommerziellen Betätigung sind nicht unmittelbar Gegenstand des Gutachtens. Das ZDF begleitet die Diskussion jedoch intensiv. Absenkungen der Anforderungen an private Veranstalter haben Auswirkungen auf den Funktionsauftrag von ARD und ZDF, was wir in die Diskussion einbringen werden.

In jüngster Zeit wurden erneut Forderungen von Produzentenverbänden nach einer stärkeren Förderung sog. unabhängiger Produzenten laut. Regelungsmodelle hierzu sind bisher nicht konkretisiert. Das Land Berlin hat jedoch bereits ein Gutachten zu den rechtlichen Möglichkeiten in Auftrag gegeben, in dem eine direkte Förderung aus zweckgebundenen Beitragsmitteln des § 40 RfStV ebenso thematisiert wird, wie die Frage einer mittelbaren Zweckbindung von Rundfunkbeitragsmitteln zu Gunsten von Produktionen unabhängiger

Förderung von TV-Produzenten

Produzenten oder höherer Programmquoten für solche Produktionen. Eine Notwendigkeit solcher Förderungen prüft der Gutachter nicht, sondern setzt sie begründungslos voraus. Ein weiteres gesetzgeberisches Handeln in diesem Feld ist aus Sicht des ZDF aus folgenden Gründen nicht veranlasst:

- Das ZDF ist bereits heute mit über 500 Mio. € p. a. einer der größten Einzelauftraggeber der Auftragsproduzenten in Deutschland.
- Das ZDF hat seit den 70er Jahren Vereinbarungen mit Produzenten zu angemessenen Vertragsbedingungen geschlossen, die aktuell durch eine Reihe von Vereinbarungen zu sog. Terms of Trade und Transparenzfragen bei der Auftragsvergabe ergänzt worden sind. Mit diesen laufenden Vereinbarungen wurde der Protokollnotiz zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag genüge getan und substantielle Verbesserungen der Vertragsbedingungen vereinbart. Zu nennen sind Fragen der Rechtaufteilung, Erlösbeteiligung, Bürgschaftsfreistellungen, Verbesserung von Zahlungsbedingungen und die Anerkennung weiterer Berufsbilder in der Kalkulation.
- Daneben engagiert sich das ZDF bereits heute in der Filmförderung, über die unabhängig von Marktbedingungen ein Förderumfeld mit Vorzugskonditionen für unabhängige Produzenten geschaffen worden ist.
- Die Veränderung von Geschäftsmodellen weg von der klassischen Auftragsproduktion hin zu Lizenzmodellen, bei denen zwar nur noch eingeschränkte Rechte übertragen werden, aber eine Vollfinanzierung durch die Rundfunkanstalt fortgeführt werden soll, ist finanzverfassungsrechtlich und beihilferechtlich nicht vertretbar. Die Zweckbindung des Rundfunkbeitrags könnte mangels konkreten Vorteils des Zuschauers aufgelöst werden, so dass die Gefahr der Angreifbarkeit des Rundfunkbeitrags als Steuer entstünde.
- Die Gesetzgebungskompetenz der Länder ist fraglich, da es sich um eine Wirtschaftsförderung handeln könnte.
- Beihilferechtlich ist der im Vordergrund stehende Subventionscharakter zu Gunsten der Produzenten angreifbar. Eine argumentierte Vielfaltsförderung wäre dabei weder hinsichtlich ihrer Notwendigkeit belegt, noch ist die Geeignetheit der Maßnahme dargelegt.
- Die unmittelbare Beauftragung von Produzenten mit der Erstellung von Produktionen für das ZDF würde in verfassungsrechtlich problematischer Weise in die Programmautonomie eingreifen. Auch der Grundsatz der Vertragsfreiheit würde verletzt.

Ebenso muss bei der politischen Entscheidung bedacht werden, dass eine Beschränkung der Förderung auf deutsche Produzenten europarechtswidrig ist. Zudem führen Lizenzmodelle ohne Vollfinanzierung in eine Konzentration der Auftragsproduzentenlandschaft zu Lasten kleinerer Produktionsfirmen. Denn diese können die notwendigen

Eigeninvestitionen nicht leisten. Entsprechende Konzentrationsentwicklungen sind wegen eines solchen Fördermodells schon heute im englischen Markt nachweisbar.

Das ZDF wird die mit den Produzenten getroffenen Vereinbarungen zu Terms of Trade in den nächsten Jahren evaluieren und soweit notwendig fortschreiben und anpassen. Dabei gilt allerdings weiterhin der Grundsatz „rights follow the risk“, nach dem der Rechteleumfang der beteiligten Akteure ihrem finanziellen Einsatz entsprechen muss.

1.2 Medienbranche

Mitte September 2014 hat unter großer medialer Begleitung der größte amerikanische Video-on-demand (VoD)-Anbieter netflix sein Angebot in Deutschland gestartet. Bis 2010 war das Unternehmen, das 1997 als kleiner Online-DVD-Verleih gestartet ist und dessen Angebote inzwischen von mehr als 25 % der amerikanischen Haushalten genutzt werden, nur in seinem Heimatland aktiv. Aktuell ist das Unternehmen in mehr als 40 Ländern weltweit aktiv, hat mehr als 53 Mio. Kunden (davon rund 36 Mio. in den USA) und erzielte 2013 einen Umsatz von über 4 Mrd. \$ und einen operativen Gewinn von rund 230 Mio. \$. In Deutschland will man nach Aussage von Konzernchef Reed Hastings innerhalb von 5 Jahren Gewinn erzielen. Falls es länger dauern sollte, hätte das Unternehmen wohl auch hierfür die notwendige Ausdauer, unter anderem, weil man grundsätzlich langfristig orientiert ist und sämtliche Gewinne reinvestiert, anstatt sie auszuschütten. In der Regel verfolgt netflix in einem neuen Markt das Ziel, erst einmal die Wünsche und Vorlieben der Kunden mit Hilfe sehr ausgeklügelter Softwaresysteme genau zu ermitteln, um auf dieser Basis den Programmstock gezielt sukzessive auszubauen und ggf. nationale Produktionen in Auftrag zu geben. Mit seinem stufenweisen Vorgehen will netflix verhindern, ein unnötig großes und teures Rechtepertoire zu erwerben. Das Unternehmen gibt jedes Jahr bis zu 150 Mio. \$ für seine Empfehlungssysteme aus, da man sich so von der Konkurrenz abheben will. Langfristig ist es das Ziel, die Kundenwünsche mit Hilfe von selbstlernenden Systemen und guter Katalogisierung so weitgehend analysieren zu können, dass der Kunde mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % die ihn interessierenden Inhalte bereits auf der Startseite innerhalb der dort zuerst empfohlenen vier Programme findet. Mit seinem werbefreien Angebotsportfolio konzentriert sich netflix ganz gezielt auf Kino- und Fernsehfilme, Serien und Dokumentationen. Andere Inhalte wie etwa Nachrichten, Musik, Sport oder User generated Content werden nicht angeboten. Die Kunden können netflix nur gegen ein monatliches Entgelt abonnieren, ein werbefinanzierter oder kostenpflichtiger Abruf einzelner Programme ist anders als bei anderen VoD-Portalen nicht möglich. In Deutschland beträgt die monatliche netflix-Gebühr nach einem Freimonat 7,99 €. Eine Kündigung ist binnen 24-Stunden über das Netz möglich. In Anbetracht der Ressourcen, des langfristigen Ansatzes und des Erfolgs von netflix in anderen Ländern ist davon auszugehen, dass sich netflix auch im deutschen Markt zu einer bedeutenden VoD-Plattform entwickeln und die einheimischen Anbieter unter Druck setzen wird.

Größter US-VoD-Anbieter netflix in Deutschland gestartet

The Netflix logo, consisting of the word "NETFLIX" in a bold, white, sans-serif font with a black outline, set against a red rectangular background.

Dieser Druck ist bereits im Markt zu spüren: Laut Presseberichten versucht der französische Vivendi-Konzern bereits seit einiger Zeit vergeblich, einen Käufer für seine deutsche VoD-Plattform watchever zu finden. Diese ist 2013 gestartet worden und soll seitdem rund 100 Mio. € Verluste angehäuft haben. Gleichzeitig hat der spanische Streaming-Marktführer wuaki.tv angekündigt, seinen Dienst auch in Deutschland anzubieten. Wuaki.tv gehört zum japanischen Rakuten-Konzern, einem der zehn größten Internetunternehmen weltweit.

Auch in den USA reagiert die Konkurrenz auf den wachsenden Erfolg von netflix. Der renommierteste über die US-amerikanischen Kabelnetzbetreiber verbreitete Pay-TV-Kanal HBO hat Mitte Oktober angekündigt, ab 2015 einen eigenen, von den US-Kabelgesellschaften unabhängigen Streamingdienst im Netz anzubieten. So will man verstärkt diejenigen US-Haushalte erreichen, denen ein Kabelanschluss und die zusätzlich angebotenen Pay-TV-Pakete zu teuer sind, und die stattdessen lieber netflix abonniert haben.

Die RTL Mediengruppe Deutschland hat im ersten Halbjahr ihren operativen Gewinn trotz eines stabilen Umsatzes weiter steigern und die Rendite auf 33,8 % verbessern können. Die ProSiebenSat.1 Media AG verbesserte parallel Umsatz und Gewinn und erhöhte ihre Rendite im deutschsprachigen Raum auf 32,1 %. Die in Deutschland erzielten Renditen übertreffen wie üblich die Ergebnisse aller anderen Länder, in denen die beiden Konzerne aktiv sind. Sky Deutschland hat im ersten Halbjahr 2014 erneut einen Gewinn erzielt, die Rendite verschlechterte sich allerdings auf 4,3 %.

Anfang Oktober 2014 hat der Bertelsmann Konzern bekannt gegeben, dass man der Familie Jahr ihren Anteil von 25 % am Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr abgekauft hat und seitdem 100 % der Unternehmensanteile hält. Laut Handelsblatt soll der Kaufpreis rund 250 Mio. € betragen haben und damit deutlich unter dem Angebot liegen, dass man der Familie Jahr noch vor zwei Jahren unterbreitet hat. Im Gegenzug hatte man der Familie Jahr für ihre Anteile an G+J Aktien von Bertelsmann angeboten. G+J liefert dem Bertelmann Konzern bereits seit einigen Jahren weder die angestrebte Rendite noch das gewünschte Wachstum. Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand von G+J vor kurzem ein Sparprogramm gestartet, in dessen Zusammenhang rund 400 von 2.400 Stellen in Deutschland abgebaut werden sollen. Darüber hinaus soll das Digitalgeschäft des Verlags ausgebaut werden. Kritiker befürchten, dass G+J damit sein Engagement im Bereich des Qualitätsjournalismus ausdünn. Befördert wurde diese Sorge nochmals Ende Oktober als bekanntgegeben wurde, dass die Zeitschrift „Brigitte“ künftig auf schreibenden Redakteure verzichtet. Das Heft wird künftig in erster Linie mit Texten freier Autoren gefüllt werden.

1.3 Medientechnologie

Das ZDF bietet mit der HbbTV-Mediathek einen sehr erfolgreichen Dienst an, dessen Abrufzahlen kontinuierlich steigen. Die Zuschauer schätzen offensichtlich den Mehrwert der nützlichen Zusatzfunktionen der durch HbbTV (Hybrid Broadcast

RTL und ProSiebenSat.1 erzielen im ersten Halbjahr erneut Renditen über 30 %



Bertelsmann übernimmt kriselnde Verlagstochter Gruner + Jahr vollständig

Positionspapier der Datenschutzbeauftragten zu Smart-TV

Broadband TV) gebotenen Internetdienste. Gleichzeitig besteht aber, wie die Reaktionen auf entsprechende Presseberichte zeigen, ein beträchtliches Misstrauen gegenüber einem etwaigen Missbrauch dieser Technik bis hin zur Sorge, die modernen Fernseher würden zum „Spion im Wohnzimmer“. Die Bedenken beruhen u. a. darauf, dass der Zuschauer beim Fernsehen eine anonyme Nutzung gewohnt ist. Hingegen übertragen moderne Smart-TV-Geräte die IP-Adresse und andere zur Identifizierung des Nutzers geeignete Daten.

Der Datenschutzbeauftragte des ZDF hat zusammen mit den ARD-Datenschutzbeauftragten und den für die privaten Sender und die Gerätehersteller zuständigen übrigen Aufsichtsbehörden ein gemeinsames Positionspapier erarbeitet und verabschiedet (<http://www.zdf.de/ZDF/zdfportal/blob/33347008/1/data.pdf>), in dem festgehalten wird, dass

- auch bei Smart-TVs eine anonyme Nutzung der Fernsehangebote möglich bleiben soll,
- eine sog. Profilbildung ohne die vorherige ausdrückliche Einwilligung der Zuschauer unzulässig ist,
- der Nutzer dem Einsatz von Cookies und der Nutzungsmessung widersprechen kann („Opt-Out“),
- die Aktivierung von Internet-Diensten erst nach umfassender Information des Nutzers geschieht und
- die auf den Geräten gespeicherten Daten der Kontrolle durch die Nutzer zu unterliegen haben.

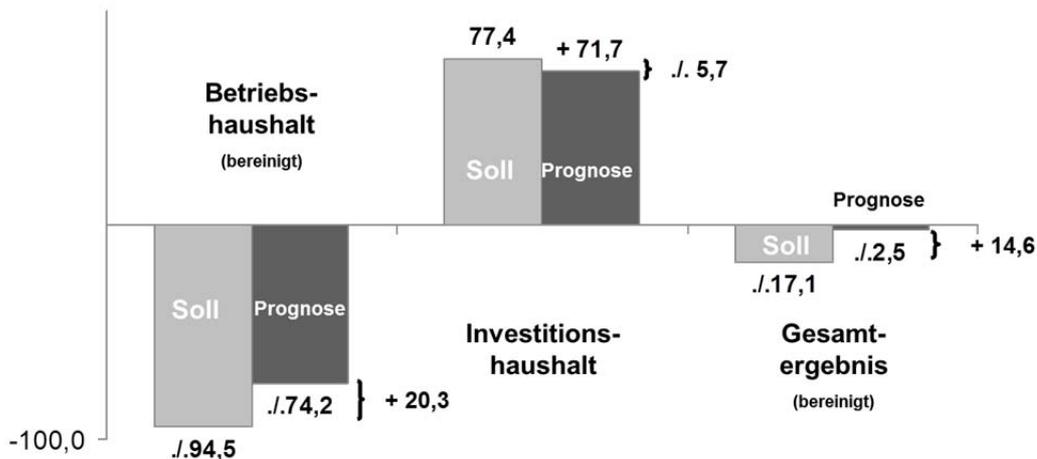
Das ZDF begrüßt dieses Positionspapier, weil es die vom Haus ohnehin eingehaltenen Datenschutzbedingungen auf die übrigen Rundfunkanbieter und die Geräteindustrie erstreckt. Weiterhin wurde das Thema Datenschutz auch innerhalb der Arbeitsgruppe Smart-TV der Deutschen TV-Plattform intensiv analysiert, diskutiert und bearbeitet. Neben den internen Verbesserungen und Anpassungen bei den beteiligten Teilnehmern wurde ein gemeinsames Leitlinienpapier veröffentlicht, welches den verantwortlichen Umgang mit Daten auf Smart-TV regelt (<http://www.tv-plattform.de/images/stories/pdf/leitlinien-datenschutz-smarttv-2014.pdf>).

Der nachhaltige Markterfolg der Smart-TV-Geräte hängt auch von der Gewissheit der Zuschauer ab, dass ihre Daten wirksam geschützt bleiben.

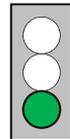
1.4 ZDF-Finanzsituation

Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.09.14 zeigen sich folgende Ergebnisprognosen: Bereinigt um die nicht verfügbaren Beitragsmehrerträge von knapp 91,0 Mio. €, die gemäß Empfehlung der KEF in eine Sonderrücklage eingestellt werden, ergibt sich das **bereinigte Betriebsergebnis** mit einem Fehlbetrag von ./ 74,2 Mio. €. Gegenüber dem Soll fällt der Fehlbetrag um 20,3 Mio. € geringer aus. Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von + 71,7 Mio. €, das um 5,7 Mio. € unter dem Soll liegt. Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte Gesamtfehlbetrag von ./ 2,5 Mio. € wird der Rücklage Gesamtergebnis entnommen. Dies bedeutet eine Verbesserung von 14,6 Mio. € gegenüber dem Soll (./ 17,1 Mio. €).

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2014 und Prognose zum 31.12.2014 [Mio. €]



Auf der Ertragsseite zeigen sich bei den Erträgen aus Rundfunkbeitrag nach der aktuellen Schätzung erhebliche Mehrerträge, vor allem aus der Direktanmeldung. Die gemäß KEF verfügbaren Mehrerträge beim Rundfunkbeitrag belaufen sich auf 16,2 Mio. €. Die darüber hinaus gehenden Beitragsmehrerträge sind einer Sonderrücklage zuzuführen. Höhere Werbe- und Sponsoringerträge ergeben sich infolge des weiterhin überaus günstigen Marktklimas.



Auf der Aufwandsseite wird beim gesamten Personalaufwand ohne Altersversorgung derzeit von einem Prognosewert ausgegangen, der geringfügig unter dem Soll liegt. Gleichwohl sind weitere Einsparungen unabdingbar, um den aus den Vorgaben des 19. KEF-Berichts abgeleiteten Zielwert bei den Personalaufwendungen zu erreichen.

Bei der Altersversorgung zeigen sich diverse Mehraufwendungen aufgrund des höheren Rentnerbestandes, für die gegebenenfalls erforderliche Versteuerung der Zahlung 2013 zur Bildung des Gründungsstocks 2013 sowie im Zusammenhang mit zusätzlichen Frühverrentungen. Bei der Zuführung zur Versorgungsrückstellung sind darüber hinaus Mehraufwendungen gem. der versicherungsmathematischen Hochrechnung zu berücksichtigen. Der zu erwartenden Erhöhung der Versorgungsrückstellung im Zusammenhang mit der BilMoG-bedingten unterjährigen Reduzierung des Rechnungszinses stehen korrespondierende Einnahmen im Investitionshaushalt gegenüber. Dieser Mehrbedarf ist durch den Haushaltsbeschluss Ziff. 6 gedeckt und wird nach Vorliegen des endgültigen Wertes des Rechnungszinses im Jahresabschluss berücksichtigt.

Die prognostizierten Gesamtkosten der Programmbereiche liegen unter dem Soll. Die Einsparungen werden u. a. beim Sendeaufwand der Programmdirektion und der Chefredaktion sowie bei der Programmverteilung prognostiziert. Die noch ausstehenden Mittel für den im Tarifvertrag 2013/2014 vorgesehenen Solidaritätsfonds sind berücksichtigt.

Bei den Gemeinkostenbereichen zeigt sich derzeit eine Unterschreitung, die auf diverse Einsparungen im Haushaltsvollzug zurückzuführen ist. Bei den übrigen Gemeinkosten ist aktuell von einer Überschreitung beim Steueraufwand vor allem aufgrund der zusätzlichen Werbeerträge und beim Beitragseinzug auszugehen.

Beim Dienstleistungsbereich wird eine Ergebnisverschlechterung gegenüber dem Haushaltsplan insbesondere aufgrund niedrigerer Umsätze mit dem Programm sowie höherer DLP-Kosten bei den Dienstleistern der Produktionsdirektion prognostiziert.

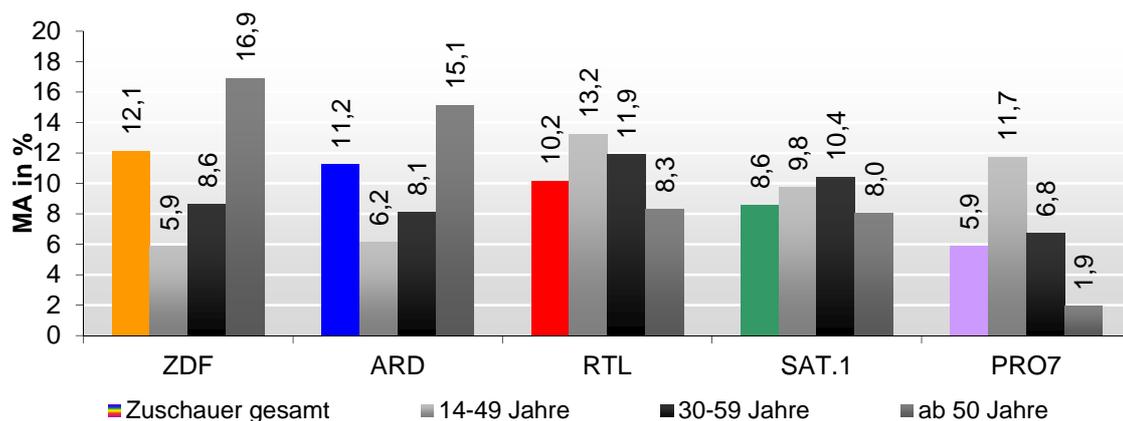
Im Investitionshaushalt ergibt sich eine leichte Verschlechterung aufgrund geringerer Einnahmen und höherer Ausgaben.

2 ZDF-Programm

2.1 Akzeptanz

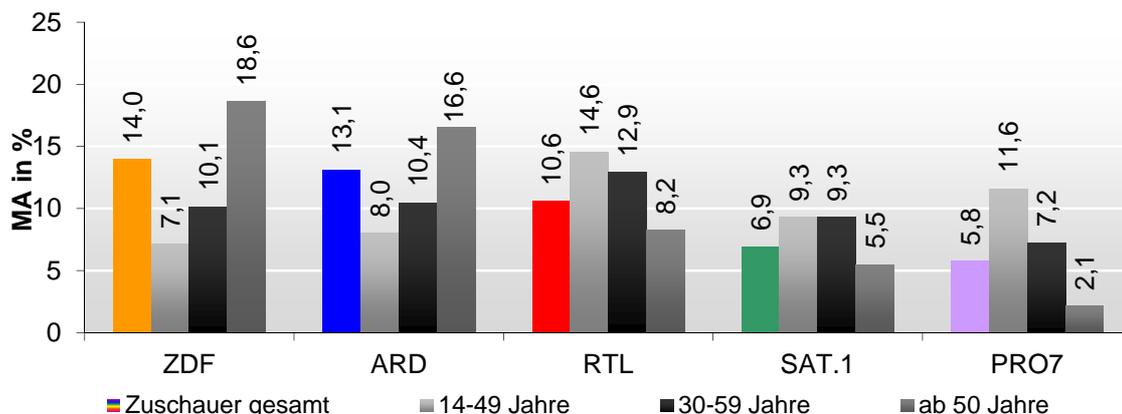
Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Gesamttag

Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Aug 2014 bis Okt 2014



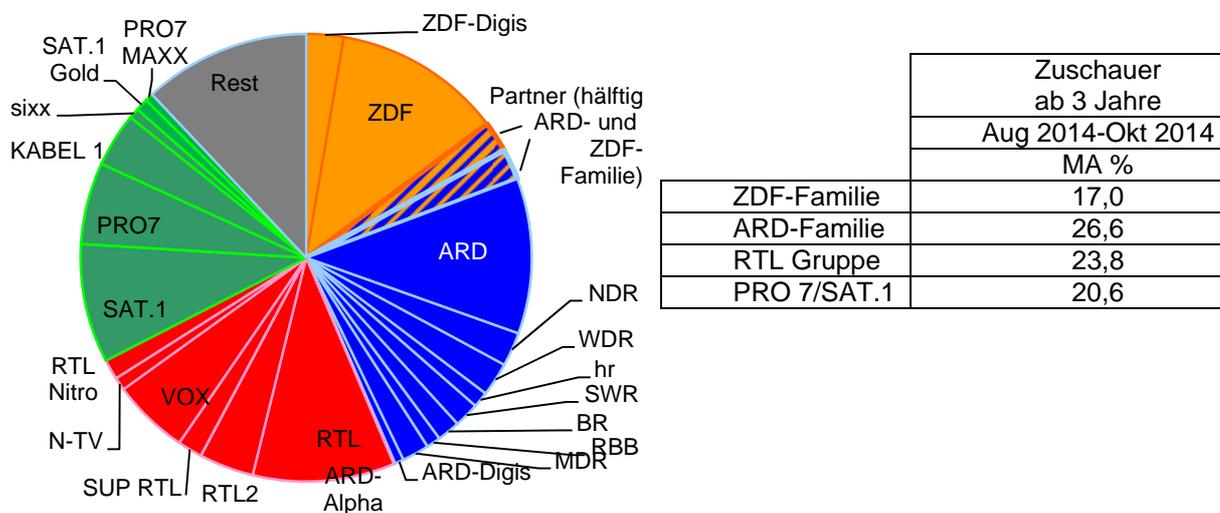
Das ZDF ist im Berichtszeitraum August 2014 bis Oktober 2014 deutlicher Marktführer vor der ARD. RTL kann zulegen, bleibt aber weiter Dritter vor SAT.1 und ProSieben. Im Blick auf die einzelnen Monate ist das ZDF in allen drei Monaten auf Platz 1. Bei den ab 50-Jährigen hält das ZDF im Berichtszeitraum weiter die Marktführerschaft. Bei den 30-59-Jährigen hingegen ist RTL Erster vor SAT.1 und dem ZDF. Bei 14-49-Jährigen ist das ZDF Siebter hinter RTL, ProSieben, SAT.1, VOX, RTL 2 und der ARD.

Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Primetime (19:00-23:00 Uhr)
Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Aug 2014 bis Okt 2014



In der Primetime ist das ZDF mit 14,0 % Marktanteil Erster vor der ARD mit 13,1 % und RTL mit 10,6 %. Auch bei den ab 50-Jährigen liegt das ZDF in der Primetime weiter vorne, bei 30-59-Jährigen ist das ZDF in der Hauptsendezeit Dritter hinter Marktführer RTL und der ARD. Bei den 14-49-Jährigen ist das ZDF Fünfter hinter RTL, ProSieben, SAT.1 und der ARD.

Marktanteile Senderfamilien, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahre, Aug 2014 bis Okt 2014



Von August 2014 bis Oktober 2014 erreicht die ZDF-Familie 17,0 % Marktanteil und belegt damit unter den betrachteten Senderfamilien den vierten Platz hinter der ARD-Familie, der RTL Gruppe und ProSieben/SAT.1, wobei das Hauptprogramm 71,0 % zum Programmerfolg beiträgt, während die Partnerkanäle 13,0 %, die Digitalkanäle 16,0 % zum Gesamterfolg beisteuern.

Die ARD ist mit 26,6 % Marktanteil weiterhin die erfolgreichste Senderfamilie. Das Erste und die zusammengefassten Dritten Programme der ARD machen mit 42,0 % bzw. 47,0 % den größten Anteil aus, während die Digitalkanäle der ARD weiterhin nur 2,0 % beitragen. Die Partner steuern aufgrund der größeren Anzahl der Sender in der ARD-Familie 8,0 % zum Gesamterfolg bei.

Zweiterfolgreichste Senderfamilie insgesamt ist die RTL-Gruppe mit 23,8 % Marktanteil vor ProSieben/SAT.1 mit 20,6 % Marktanteil.

Top 25 Berichtszeitraum Aug 2014-Okt 2014

Platz	Sender	Titel	Datum	Beginn	Mio.	MA
1	ARD®	Tatort: Mord ist die beste Medizin	21.09.2014	20:15	13,22	36,7
2	RTL	RTL FUSSBALL: DEUTSCHLAND-IRLAND	14.10.2014	20:45	11,11	36,0
3	RTL	RTL FUSSBALL: DEUTSCHLAND - SCHOTTLAND	07.09.2014	20:45	10,88	33,8
4	RTL	RTL FUSSBALL: POLEN - DEUTSCHLAND	11.10.2014	20:47	10,69	36,0
5	ARD®	Tatort: Wahre Liebe	28.09.2014	20:16	10,68	30,7
6	ARD®	Tatort: Blackout	26.10.2014	20:15	10,43	29,0
7	ZDF	ZDF SPORTextra: FB Deutschl.-Argentinien	03.09.2014	20:49	10,42	37,2
8	ARD®	Tatort: Der Wüstensohn	14.09.2014	20:20	9,99	28,5
9	ARD®	Tatort: Winternebel	05.10.2014	20:15	9,41	26,3
10	ZDF	heute-journal / Wetter	03.09.2014	21:36	9,34	31,6
11	ARD®	Tatort: Im Schmerz geboren	12.10.2014	20:15	9,34	26,0
12	ARD®	Tatort: Paradies	31.08.2014	20:16	8,98	26,9
13	ZDF	FB UEFA CL: Galat.Istanbul-Dortmund	22.10.2014	20:46	8,18	26,7
14	ARD®	Tagesschau	26.10.2014	19:59	8,07	24,1
15	ARD®	Polizeiruf 110: Morgengrauen	24.08.2014	20:15	8,03	24,4
16	ZDF	FB UEFA CL: Bay.München-Manchester City	17.09.2014	20:46	7,97	28,6
17	ARD®	Tagesschau	28.09.2014	19:59	7,86	25,2
18	ARD®	Tagesschau	21.09.2014	19:59	7,61	23,7
19	ARD®	Tagesschau	14.09.2014	19:59	7,47	23,9
20	ARD®	Tagesschau	05.10.2014	19:59	7,45	22,8
21	ARD®	DFB-Pokal: Hamburger SV - FC Bayern München	29.10.2014	20:30	7,41	23,7
22	ARD®	Polizeiruf 110: Smoke on the Water	19.10.2014	20:15	7,33	21,1
23	ZDF	ZDF SPORTextra: FB DFL-Supercup Dortmund-Bay.München	13.08.2014	18:02	7,28	33,7
24	ARD®	Tagesschau	12.10.2014	19:59	7,18	21,8
25	ARD®	Sportschau live: DFB-Pokal: FC St. Pauli - Borussia Dortmund	28.10.2014	20:31	7,10	22,6

Die erfolgreichste Fernsehsendung im Berichtszeitraum ist der ARD-„Tatort: Mord ist die beste Medizin“ (Münster) am 21.09.14 mit 13,22 Mio. Zuschauern. Die ARD platziert sich mit insgesamt siebzehn Sendungen in der Hitliste (7x „Tatort“ / 2x „Polizeiruf 110“ / 2x „Fußball DFB Pokal Live“ / 6x „Tagesschau“).

Das ZDF ist insgesamt fünfmal in der Hitliste vertreten. Am erfolgreichsten ist dabei das Fußballländerspiel „**Deutschland – Argentinien**“ vom 03.09.14 auf Rang sieben mit 10,4 Millionen Zuschauern. Auch die weiteren ZDF-Sendungen in der Hitliste sind Fußballliveübertragungen (2x „**Champions League**“ / 1x „**DFL-Supercup**“) oder wurden in deren Umfeld ausgestrahlt (1x „**heute-journal**“). RTL kann mit den drei WM-Qualifikationsspielen mit deutscher Beteiligung die Plätze zwei bis vier in der Hitliste belegen.

Nach Genres betrachtet machen Sportübertragungen (9x) und fiktionale Formate (9x) etwas mehr als zwei Drittel der Hitliste aus. Informationssendungen (7x) belegen in der Rangreihe nach Häufigkeit den dritten Platz.

2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV

2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld

Während das ZDF-Hauptprogramm im aufgelaufenen Jahr 2014 deutlich vorne liegt, zeigen die Ergebnisse des Monats Oktober einige neue Wettbewerbs-Facetten, die in den kommenden Wochen und Monaten weiter zu verfolgen sein werden. RTL stabilisiert sich nach nur 10,0 % September-Marktanteil im Oktober mit 11,5 % deutlich. Neben den nach wie vor attraktiven Formel 1-Übertragungen und den zwar nicht mehr zulegenden, aber immer noch wettbewerbsstarken Formaten „Wer wird Millionär“, „Supertalent“ und „Bauer sucht Frau“, sorgen die zwei Übertragungen der EM-Qualifikationsspiele mit jeweils rund 11 Millionen Zuschauern für verbesserte RTL-Akzeptanz. Das Erste hat im Oktober mit 11,1 % MA einen Allzeit-Monatsstiefstwert zu verzeichnen und muss nach wie vor v.a. im Vorabendprogramm mit einer schwachen Zuschauerresonanz klar kommen. Allerdings zeigen einzelne Ergebnisse wie z.B. gut 6 Mio. Zuschauer und 19,0 % MA für den Usedom-Krimi „Mörderhus“ am Donnerstag, 30.10.14, dass angekündigte Optimierungen der Angebotes im Ersten Erfolge zeigen. Ähnliches gilt für neue großflächige Fernsehfilm-Wiederholungsstrecken am Wochenende. Wie die für Februar 2015 angekündigten Veränderungen der Schwachzone des Ersten im Vorabend mit einem täglichen Pilawa-Quiz angenommen werden, bleibt abzuwarten. Im Wettbewerb der Vollprogramme wird im Herbst 2014 an vielen kleinen Stellschrauben gedreht.

Im ZDF-Hauptprogramm bleiben neben Nachrichten und Dokumentationen fiktionale Programme ein Pfeiler des Erfolgs. Dabei ist es im Berichtszeitraum gelungen, die neue Familienserie „**Dr. Klein**“ am Freitag um 19:25 Uhr erfolgreich zu starten. Marktanteile von 15,0 % bis 18,0 % sind bemerkenswert, angesichts der 2013/2014 bei Serien-Neueinführungen am Markt immer wieder zu konstatierenden Erfahrung, dass diese kaum angenommen werden. Dem ZDF wird nach wie vor hohe Serien-Kompetenz zugesprochen. Zugleich verdeutlicht die Resonanz, dass vom Publikum Format-Wechsel und die Lebenswirklichkeit der aktiven Mitte der Gesellschaft abbildenden Erzählmuster

nachgefragt sind.

Programme, die modern erzählen und etwas mitzuteilen haben, erweisen sich damit neuerlich als Kern erfolgreicher Programmarbeit. Anklänge daran, beispielsweise in „Waren-Checks“ bei Sat.1 nach seiner Kochshow „The Taste“ am Mittwoch und RTLs „Die 25 kuriosesten Ost-West-Geschichten“ am 09.11.14 illustrieren die Wirkmächtigkeit dieses Zusammenhangs bis ins unterhaltungsorientierte Kommerzfernsehen hinein. Das ZDF hat im Berichtszeitraum z.B. mit der Scripted-Reality-Persiflage „**Diese Kaminskis**“ (ZDFneo) und originellen Themenzugängen und Erzählformen in der „**Mauerspecht**“-Aktion von ZDF-Online sowie dem Mehrgenerationen-Blick auf die deutsche Einheit in der Morgenmagazin-Beitragsreihe und –Reportage „**Die Popows**“ rund um den 25. Jahrestags des Mauerfalls neue Sichtweisen und Tonlagen ins Programm gebracht. Substantielle Programm-Beiträge dauernd zu modernisieren und dadurch den Zugang zum Publikum zu finden, bleibt Kern der laufenden Programmarbeit des Hauses.

2.3 Chefredaktion

Der Ausbruch der Ebola-Epidemie in Westafrika stellt das ZDF vor ein Dilemma. Zum einen besteht großes öffentliches Interesse an Berichten aus den betroffenen Ländern. Zum anderen aber muss genau abgewägt werden, welche Risiken bei der Berichterstattung eingegangen werden.

Ebola-Ausbruch in Westafrika

Derzeit schickt das ZDF keine Korrespondenten in die Hochrisikoländer. Die Entscheidung haben ARD/WDR und ZDF in gegenseitiger Abstimmung auch der zuständigen Fachleute getroffen. Dennoch wird regelmäßig berichtet. Das Material dazu stammt von örtlichen Mitarbeitern, die in den Länder leben und schon länger für das ZDF tätig sind. Auch diese werden geschützt und zum Beispiel mit Schutzkleidung ausgestattet, außerdem werden alle Drehs genau abgesprochen. So sind beispielsweise Drehs in Ebola-Stationen etc. zum Schutz der Kollegen verboten. Aus anderen afrikanischen Staaten hat das ZDF direkt berichtet und wird dies auch weiter tun. Zudem kooperiert das ZDF mit vielen Hilfsorganisationen, erhält Material von Partnersendern wie BBC, NBC etc. und natürlich auch von den Agenturen. So ließ sich in den vergangenen Monaten eine umfangreiche Berichterstattung gewährleisten.

Einen besonderen Schwerpunkt setzte das ZDF am 08.10.14. Einen ganzen Tag lang beschäftigten sich alle aktuellen Formate von „**Volle Kanne**“ (0,55 Mio., 12,0 % MA) bis hin zum „**heute-journal**“ (3,63 Mio., 13,0 % MA) und dem „**auslandsjournal**“ (1,99 Mio., 8,9 % MA) mit dem Thema Ebola. Den Abschluss bildet die Auslandsjournal-Dokumentation „**Ebola - der einsame Tod**“ (0,52 Mio., 9,1 % MA). Das „Aktionsbündnis Katastrophenhilfe“ rief in diesem Zusammenhang zu Spenden für die von Ebola betroffenen Menschen in Westafrika auf. Dabei wurden insgesamt knapp 50.000 € gesammelt.

Die vielen Krisen in der Welt treiben die Zahlen der Flüchtlinge immer weiter in die Höhe. Derzeit sind weltweit rund

Weltweite Flüchtlingsströme

51,2 Millionen Menschen auf der Flucht. Auch in Deutschland wird heftig darum gerungen, wie mit der zunehmenden Zahl von Flüchtlingen umzugehen ist. Das ZDF hat das Thema im Berichtszeitraum immer wieder intensiv behandelt. Am 12.11.14 setzte das Haus unter dem Titel **„SOS – Millionen Menschen auf der Flucht“** einen besonderen Schwerpunkt.

Den ganzen Tag über beschäftigten sich die aktuellen Sendungen mit dem Thema. Das Spektrum reichte dabei von einem Interview mit Innenminister de Maizière über die Situation der Flüchtlinge in Deutschland im **„Morgenmagazin“** (0,66 Mio., 18,0 % MA), über das Frühstücksgespräch mit dem Leiter des ZDF-Studios Nairobi, Jörg Brase, in **„Volle Kanne“** (0,57 Mio., 11,7 % MA) bis hin zu Berichten über die Situation in Nordirak oder die zunehmende Anzahl von Klimaflüchtlingen in den **„heute“-Sendungen** („heute“ 19:00 Uhr, 4,21 Mio., 17,7 % MA).



Am Abend setzte sich das **„auslandsjournal“** (2,28 Mio., 9,8 % MA) mit zwei Beiträgen mit dem Thema auseinander und blickte dabei nach Australien und ins irakische Kobane. **„ZDFzoom“** widmete sich unter dem Titel **„Chaos statt Konzepte“** (1,67 Mio., 8,9 % MA) der Situation der Flüchtlinge in Deutschland. Die Reporter waren dazu in mehreren Ländern unterwegs und beleuchteten die Unterbringung und Versorgung von Flüchtlingen. Auf die **„heute nacht“** folgte dann ab 0:45 Uhr **„Die lange Nacht: Millionen Menschen auf der Flucht“** mit verschiedenen Dokumentationen zum Thema. Online wurden die Beiträge des Tages gebündelt und durch Zahlen, Fakten und Hintergrundstücke ergänzt.

Am 13.11.14 nahm dann **„Maybrit Illner“** den Ball auf und diskutierte das Thema unter dem Titel **„Flüchtlinge in Deutschland - vertrieben, verwaltet, verachtet?“**.

Ziel ist es, neben all den aktuellen Krisen auch die globalen und langfristigen Probleme nicht aus den Augen zu verlieren. In einem zweiteiligen Doku-Schwerpunkt setzen sich Claus Kleber und Angela Andersen unter dem Titel **„Hunger!“** und **„Durst!“** mit der Welternährungslage auseinander. Der ZDF-Anchorman begab sich dazu auf eine Reise zu den Brennpunkten des Hungers und der Wasserknappheit – von Mexiko über Sierra Leone bis Indien, von Spanien über Palästina bis China. Dabei ging es um Fragen wie: Warum kommen so viele Lebensmittel nie bei den Hungernden an? Wie werden Nahrung und Trinkwasser als Machtinstrumente eingesetzt? Der erste Teil **„Hunger!“** erreichte im ZDF-Hauptprogramm 05.11.14, 1,96 Mio. Zuschauer (15,3 % MA), der zweite am 11.11.14, 2,43 Mio. (7,8 % MA). Die beiden Teile wurden vorab bei **„arte“** ausgestrahlt und erreichten dort einen Marktanteil von 2,0 % (0,65 Mio.). Auch in den sozialen Medien wurde das Thema intensiv diskutiert.

Hunger! und Durst!



Hintergründige Zahlen, Analysen und Fakten lieferte zudem ein eigens entwickeltes Webmodul. Die Dokumentation war dabei online so aufbereitet, dass die Dokumentation direkt mit vertiefendem Material ergänzt wurde.

Das öffentliche Interesse an der Krise in der Ukraine ist groß. Die etablierten Medien in Deutschland stehen in diesem

Qualitätszirkel Ukraine-Berichterstattung

Zusammenhang jedoch immer wieder in der Kritik, sie würden einseitig und tendenziös über den Konflikt berichten.

Für das ZDF geht es an dieser Stelle um seine Glaubwürdigkeit. Es ist dem Sender deshalb wichtig, sich der Kritik nach außen transparent zu stellen und intern intensiv über die eigene Berichterstattung zu sprechen. Deshalb haben sich im Oktober 2014 Schlussredakteure, Planer und Reporter aus den aktuellen Sendungen in einem Qualitätszirkel intensiv mit der Ukraine-Berichterstattung beschäftigt. Es wurde diskutiert, was die Schwierigkeiten in der Krisenberichterstattung sind und an welchen Stellen Fehler gemacht wurden. Themen waren dabei die schwierige Rolle der Journalisten, die aus einem Konfliktgebiet berichten, die Desinformation beider Seiten und die Problematik der Auswahl von Material, das die Redaktionen über die sozialen Medien oder Youtube erreicht. Konkrete Beiträge wurden ebenso besprochen wie Strategien für den transparenten Umgang mit Kritik in den sozialen Netzwerken.

Auch im Programm hat das ZDF seine Ukraine-Berichterstattung zum Thema gemacht. In der Sendung „**heute plus**“ vom 31.10.14 auf ZDFinfo stellte sich der stellvertretende Chefredakteur Elmar Theveßen kritischen Fragen aus dem Netz zur Berichterstattung und erläuterte Hintergründe (0,12 Mio., 0,5 % MA).

Den diesjährigen Winterschwerpunkt nutzt das ZDF zu einem Blick über den Tellerrand. Den Anfang macht am 29.12.14 (19:25 Uhr) die Dokumentation „**Leben am Sambesi**“. Das Team des Studios Johannesburg um Korrespondent Tim Kröger folgt dem Fluss von der Quelle bis zur Mündung und zeigt einen erstaunlichen Querschnitt Afrikas.

Winterschwerpunkt

Am 06.01.15 (22:50 Uhr) stehen dann die Arabischen Emirate am Golf im Fokus. ZDF-Korrespondent Dietmar Ossenbergschaut nach Dubai, wo das höchste Gebäude der Welt, das luxuriöseste Hotel der Welt mit sieben Sternen und natürlich die größte Einkaufsmall der Welt im vergangenen Jahr fast 10 Millionen Touristen aus aller Herren Länder angelockt hat. Dubai ist immer noch die größte Baustelle der Welt. Aber ist dieser Luxus nicht letztendlich auf Sand gebaut? Die Dokumentation beleuchtet eine Region der Superlative.

Der Oman ist das dritte Land, das der Winterschwerpunkt in den Blick genommen wird (08.01.15, 22:15 Uhr). Während rings herum eine Weltgegend in Bürgerkrieg und Volksaufstand, Terror und Ungewissheit versinkt, ist das stabile, wohlhabende und offene Sultanat eine Insel der Seligen, die letzte Oase in einer Wüste von Furcht und Fanatismus. ZDF-Autor Gert Anhalt zeigt ein Land, das den scheinbar unmöglichen Spagat zwischen westlicher Moderne und islamischer Tradition vorlebt und dem ganzen Orient ein Beispiel bieten könnte.

ARD und ZDF setzen ihre Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) bis zur Saison 2017/2018 fort. Im Rahmen eines im Juni 2014 gestarteten Ausschreibungsverfahrens haben sich ARD und ZDF die audiovisuellen Medienrechte an den Freundschafts-Länderspielen der Herren, den Länderspielen der Frauen, den Spielen der 3. Liga und den Begegnungen der

Fußball-Freundschafts-Länderspiele bis zur Saison 2017/2018 im ZDF

Frauen-Bundesliga für zwei weitere Spielzeiten gesichert. Übertragungen von Fußball-Länderspielen gehören zu den großen TV-Highlights. Zuletzt hatten ARD und ZDF die Übertragungsrechte der Qualifikationsspiele für die Fußball-Europameisterschaft an RTL verloren.

2.4 Programmdirektion

Der Wissenschaftsmoderator und Tierschützer Dirk Steffens hat für „ZDFzeit: Projekt Hühnerhof“ einen Selbstversuch unternommen. In der zweiteiligen Erlebnisdokumentation jeweils dienstags, 30.09. und 07.10.14 um 20:15 Uhr (2,53 Mio., 8,4 % MA bzw. 2,71 Mio., 8,5 % MA), wagte er über zehn Wochen das Experiment einer Bio-Hühnermast und betreute 2.500 Tiere vom Küken bis zur Schlachtung. Gleichzeitig verschaffte er sich direkte Vergleichsmöglichkeiten durch ein Praktikum bei einem konventionellen Maststall, in dem in einem Durchgang 82.000 Tiere in wenigen Wochen zur Schlachtreife gebracht werden. Zusätzlich startete er eine Kampagne: Er wollte die Verbraucher einer Kleinstadt dazu bewegen, weniger, aber dafür besseres Fleisch von artgerecht gehaltenen Hühnern zu essen. Und er animierte eine Familie, selbst ein paar Hühner aufzuziehen und zu schlachten. Das Projekt machte die Unterschiede zwischen artgerecht und konventionell erzeugtem Hühnerfleisch deutlich und es wurde klar, warum Bio-Fleisch vier- bis fünfmal teurer ist. Die Resonanz auf den Zweiteiler war groß. Besonders gewürdigt wurde die gelungene Balance zwischen Emotionalisierung und Aufklärung.



Mit der neuen Serie „Dr. Klein“, die seit dem 10.10.14 zu sehen ist, tritt die Modernisierung der 19:25 Uhr-Serienleiste in die nächste Phase und bietet auf dem Freitagssendeplatz nach den Traditionsserien „Forsthaus Falkenau“ und „Der Landarzt“ eine annoncestarke, urbane Familien- und Krankenhausserie auf der Höhe der Zeit. Christine Urspruch spielt darin eine kleinwüchsige Kinderärztin, die ihren jungen Patienten in der Stuttgarter Kinderklinik buchstäblich auf Augenhöhe begegnet und ihr herausforderndes Berufs- und Familienleben zu bewältigen hat. Durchaus auch provokant spielt die Serie mit Vorurteilen und der Frage des Andersseins – denn Normalität, das zeigt die Serie, ist vor allem eine Sache der Perspektive. Der Serienauftakt verlief mit 4,72 Mio. Zuschauern und 18,9 % MA außergewöhnlich erfolgreich, mit sehr starken 8,7 % MA auch bei den jüngeren Zuschauern; auch die weiteren Folgen erfahren bislang eine hohe Akzeptanz.



Johannes B. Kerner präsentierte am 18.10.14 die Geburtstagsgala „Udo Jürgens – Mitten im Leben“. Inhaltlicher Schwerpunkt der Show zum 80. Geburtstag des Künstlers lag auf der Würdigung seines musikalischen Werks. Nationale und internationale Künstler wie Helene Fischer, Lang Lang, David Garrett, José Carreras oder Chris de Burgh interpretierten die Hits des Entertainers. Abgerundet wurde die Hommage an Udo Jürgens durch zahlreiche Einspieler, die sein Leben und Schaffen zeigten, sowie durch einige Talks, u. a. mit seiner Familie. Die Sendung erzielte bei 5,32 Mio. Zuschauern einen MA von 18,1 % und damit die Marktführerschaft. In der Zielgruppe der 14- bis 49-



Jährigen wurden 0,70 Mio. Zuschauer und ein MA von 6,9 % erreicht.

Am 26.10.14 übertrug das ZDF die festliche Gala zur Verleihung des „**ECHO Klassik**“ (22:00 Uhr; 2,22 Mio; 11,0 % MA) aus der Philharmonie in München. Durch das Programm führten Nina Eichinger und Rolando Villazón, unterstützt von Laudatoren, wie José Carreras, Senta Berger und Hans Sigl. Zum Erfolg der Sendung trug die exzellente Besetzung bei, mit Anna Netrebko, Anne-Sophie Mutter, Diana Damrau, Piotr Beczala und Nikolaus Harnoncourt. David Garrett war an diesem Abend nicht nur Preisträger, sondern übernahm gleichzeitig die Rolle des Backstage-Moderators. Seine Interviews waren über die ZDF-Homepage und in den sozialen Netzwerken abrufbar. Die Verleihung des „ECHO Klassik“, einem der weltweit wichtigsten Klassik-Preise, ist eine feste Marke im ZDF-Programm und eine der besteingeschalteten Klassik-Sendungen im deutschen Fernsehen. Im Anschluss an die Preisverleihung zeigte das ZDF eine Aufzeichnung des Brahms-Violinkonzerts mit David Garrett („David Garrett & Brahms on tour“; 23:45 Uhr; 0,41 Mio; 7,2 % MA).



Zum 25. Jahrestag des Mauerfalls hat das ZDF auch im Fiktionalen und Dokumentarischen besondere Akzente gesetzt. In „**ZDFzeit: Wahnsinn '89. Wie die Mauer fiel**“ (04.11.14, 20:30 Uhr) machte sich die Hauptdarstellerin des Musicals „Hinterm Horizont“, Josephin Busch, auf den Weg, suchte bedeutende Schauplätze der Wende auf, interessierte sich für Schicksale und begegnete Menschen, die Besonderes erlebten. Sie spielt seit der Uraufführung 2011 das "Mädchen aus Ost-Berlin", dem Udo Lindenberg ein eigenes Epos widmete. Er ist auch ihr Gesprächspartner in der Sendung zum Jahrestag, neben anderen Zeitzeugen: mutige Revolutionäre, Flüchtlinge und weitere DDR-Bürger, die von dem Wahnsinn ihrer eigenen "Wende" berichten.

Der Fernsehfilm „**Zwischen den Zeiten**“ (09.11.14, 20:15 Uhr, 1,99 Mio; 6,2 % MA) erzählte die Geschichte einer Ingenieurin (Sophie von Kessel), die für die digitale Rekonstruktion von tausenden Säcken zerrissener Stasi-Unterlagen verantwortlich ist. Nach der Entdeckung eines Fotos ihrer Jugendliebe muss sie sich beruflich und persönlich mit den Themen Schuld und Vergebung auseinandersetzen.



Die begleitende Dokumentation (09.11.14, 22:40 Uhr) zeigte, wie real die Personen und Geschichten in der Spielhandlung des Fernsehfilms sind. Sie führte auch vor Augen, wie es mit aufwändigen technischen Mitteln gelingt, letzte Geheimnisse der Stasi zu lüften, und stellt Forscher vor, die an dem Projekt arbeiten wie Bertram Nickolay, Leiter der Aktenrekonstruktion beim Fraunhofer-Institut.

Um den aktuellen Serien-Trend abzubilden und auch dem breiten Publikum die neuen Qualitäts-Serien zugänglich zu machen, gibt es seit dem 01.11.13 auch im ZDF-Hauptprogramm am späten Freitagabend einen Sendeplatz für internationale Serien. Dieser neue Sendeplatz soll zum einen mit bereits auf ZDFneo bewährten Programmen synergetisch bespielt werden, zum anderen soll er eine Plattform bieten, um neue Formate zu



erproben. Den Anfang machte die Free-TV-Premiere der fünften Staffel der preisgekrönten US-Serie „**Mad Men**“; es folgten die BBC-Serie „**Ripper Street**“, eine Wiederholungsstrecke mit der britischen Serie „**Luther**“ sowie die US-Dramedy „**House of Lies**“. Zuletzt lief als deutsche Free-TV-Premiere die Premiumserie „**Ray Donovan**“. Leider ist der quantitative Erfolg bisher ausgeblieben. So fand „Ray Donovan“, ähnlich wie die zuvor erwähnten Programme mit einem durchschnittlichen MA von ca. 4,0 % beim Gesamtpublikum und rund 3,0 % bei den 14-49-Jährigen nicht die erhoffte Zuschauerresonanz. Prinzipiell ist zu beachten, dass es sich bei den erwähnten Serien um Nischenprodukte handelt. Auch Serien wie „Homeland“, „House of Cards“ oder „Breaking Bad“ haben im deutschen Fernsehen bei den ausstrahlenden Privat-Sendern für unterdurchschnittliche Quoten gesorgt. Zudem ist auch der Sendeplatz nicht als optimal einzuschätzen.

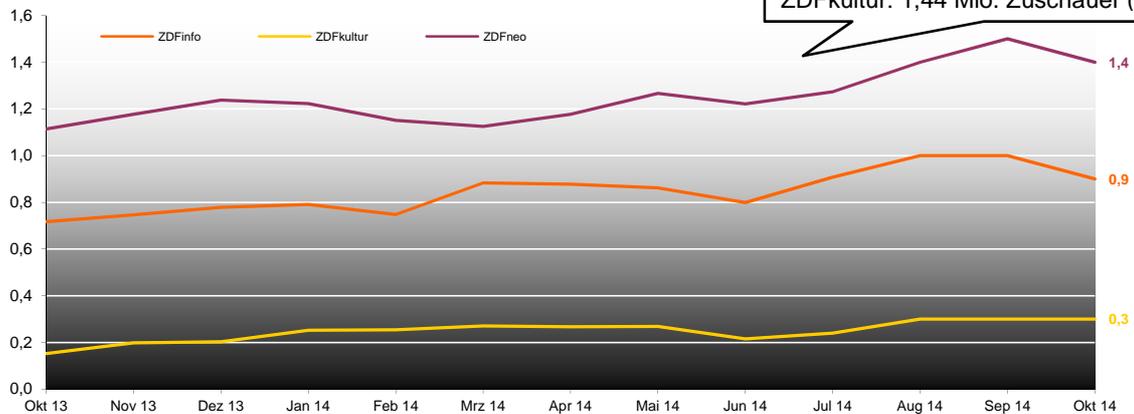
Der Fernsehfilm „**Das Zeugenhaus**“ (24.11.14) wendet sich einem besonderen Kapitel deutscher Nachkriegsgeschichte zu: Der Zeit der Nürnberger Prozesse. In einem Gästehaus der US-Militäradministration treffen Täter, Opfer und Mitläufer des NS-Regimes auf engstem Raum aufeinander. Frei nach wahren Begebenheiten erzählt der Film von der dramatischen Verstrickung jedes Einzelnen. Der Film, der zum Gedenken an das Kriegsende vor fast 70 Jahren einen Beitrag leisten soll, eröffnet eine neue Perspektive: Erstmals werden die Nürnberger Prozesse nicht aus der Sicht der Ankläger oder Angeklagten erzählt, sondern aus der Sicht der Zeugen und Informanten, die das Prozessgeschehen von außen mitverfolgen. Die gegensätzlichen Schicksale, die im „Zeugenhaus“ aufeinandertreffen, ermöglichen den Begriff von Schuld und Unschuld komplexer zu fassen. Nach dem Drehbuch von Magnus Vattrodt, das auf Recherchen des gleichnamigen Sachbuchs von Christiane Kohl beruht, inszenierte Matti Geschonneck (u.a. „Helen Dorn“, „Das Ende einer Nacht“, „Liebesjahre“) den historischen Stoff als modern gestaltetes Ensemble-Drama. Zur Besetzung gehören neben Iris Berben unter anderen Matthias Brandt, Samuel Finzi, Tobias Moretti und Edgar Selge. Das Online-Angebot auf zeugenhaus.zdf.de unterstreicht den realhistorischen Hintergrund des Films und gibt weiterführende Informationen zum „Zeugenhaus“ und seinen Bewohnern. Der Fernsehfilm ist in voller Länge abrufbar, ebenso die programmbegleitende Dokumentation, in der die historischen Vorbilder der Protagonisten anhand von Archivmaterial und Fotos gezeigt werden.



3 ZDF-Digitalkanäle

3.1 Akzeptanz

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer ab 3 Jahre, Oktober 2013 bis Oktober 2014



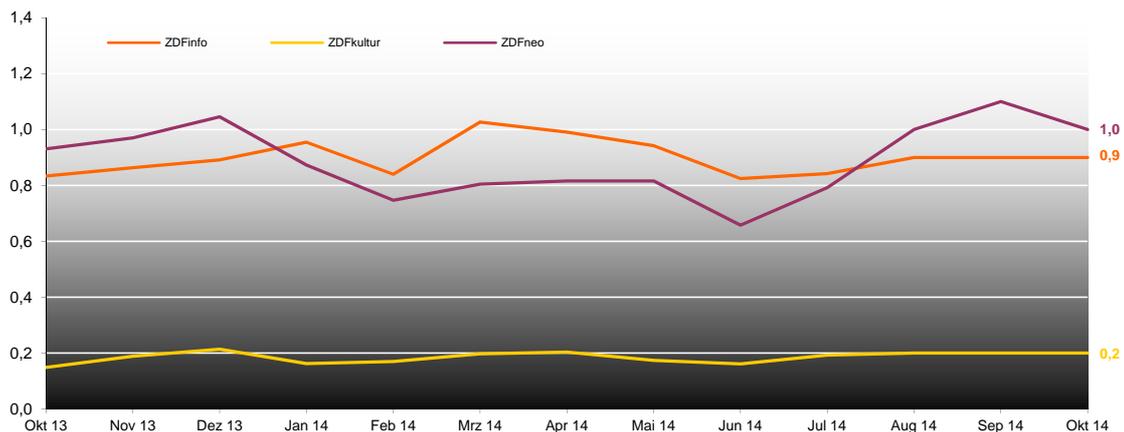
Pro Tag erreichen die ZDF-Digitalkanäle von August bis Oktober 2014 (vs. August-Oktober 2013):
zusammen: 6,03 Mio. Zuschauer (+1,27 Mio.)
ZDFneo: 3,33 Mio. Zuschauer (+0,77 Mio.)
ZDFinfo: 2,59 Mio. Zuschauer (+0,35 Mio.)
ZDFkultur: 1,44 Mio. Zuschauer (+0,48 Mio.)

ZDFneo erzielt im August 1,4 % MA. Im September kann sich ZDFneo weiter steigern und erreicht erstmals 1,5 % MA. Im Oktober gehen die Werte mit 1,4 % MA wieder auf das Augustniveau zurück. ZDFinfo erreicht in den Monaten August und September jeweils 1,0 % MA und muss im Oktober mit 0,9 % MA ebenfalls einen leichten Marktanteilsrückgang hinnehmen. ZDFkultur bleibt in allen drei Monaten des Betrachtungszeitraums mit jeweils 0,3 % MA auf konstantem Akzeptanzniveau.

Zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle im August bei 2,6 % MA bevor im September und Oktober noch eine Marktanteilssteigerung auf jeweils 2,7 % erreicht wird.

Vergleicht man den Zeitraum August bis Oktober 2014 mit dem Vorjahreszeitraum, wird der anhaltend positive Trend für die ZDF-Digitalkanäle weiterhin deutlich (ZDFneo: 1,4 % MA, / +0,4 PP; ZDFinfo: 1,0 % MA / +0,3 PP, ZDFkultur: 0,3 % MA / +0,1 PP, zusammen: 2,7 % MA / +0,8 PP).

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer 14-49 Jahre, Oktober 2013 bis Oktober 2014



Bei 14-49-Jährigen liegt ZDFneo im August bei 1,0 % MA, kann sich im September auf 1,1 % MA steigern ehe im Oktober abermals 1,0 % MA erreicht werden. ZDFinfo liegt in den Monaten August bis Oktober bei jeweils 0,9 % MA. Auch ZDFkultur bleibt stabil und erreicht im selben Zeitraum monatlich jeweils 0,2 % MA.

Zusammen kommen die ZDF-Digitalkanäle bei Jüngeren im August, September und Oktober auf jeweils 2,1 % MA.

Im Zeitraum August bis Oktober 2014 erreichen die ZDF-Digitalkanäle ähnliche Werte wie im Vorjahreszeitraum (ZDFneo: 1,0 % MA / +0,1 PP; ZDFinfo: 0,9 % MA / ±0,0 PP, ZDFkultur: 0,2 % MA / ±0,0 PP, zusammen: 2,1 % MA / +0,1 PP).

3.2 ZDFneo

Siehe Fernsehratsvorlage FR 23/14

The logo for ZDFneo, featuring the word "zdf" in orange and "neo" in black.

3.3 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum unternahm ZDFinfo besondere Programmanstrengungen, um dem Bedürfnis – besonders jüngerer Zuschauer - nach Einordnung und Orientierung gerecht zu werden. So zeigte der Sender ergänzend zur aktuellen Berichterstattung über die Terrormiliz Islamischer Staat die Reportage „Die deutschen Gotteskrieger: Töten und Sterben für Allah“ (Ø 0,08 Mio., 0,5 % MA) und die zweiteilige Dokumentation „**Mein Bruder, der Islamist**“ bzw. „**Mein Bruder, der Terrorist**“ (Ø 0,08 Mio., 0,9 % MA). Die Filme suchen nach Erklärungen und hinterfragen die Motive, warum sich junge Europäer vom radikalen Islamismus angezogen fühlen, sogar dafür töten.

The logo for ZDFinfo, featuring the word "zdf" in orange and "info" in white on a black background.

Auch die Auseinandersetzung mit der digitalen Vernetzung greift ZDFinfo in seinem Programm auf. So beleuchten die Auftragsproduktionen „15 Minutes of Fame“ mediale Phänomene der Netzkultur wie dem „**Harlem Shake**“ (Ø 0,09 Mio., 1,3 % MA) oder „ALS Ice Bucket Challenge“. Der Film „**Rebellen im Internet: Die Anonymous-Story**“ (0,08 Mio., 0,7 % MA) begibt sich auf die Spuren der Internetaktivisten hinter dem Hackerkollektiv. Welchen Einfluss die digitale Technik auf unsere Gesellschaft hat, zeigt die Dokumentation „**DSKNECTD – Vernetzt und doch einsam**“ (0,06 Mio., 1,6 % MA).

Mit umfangreichen Zeitgeschichtsstrecken widmete sich ZDFinfo den Ereignissen, die zur Maueröffnung vor 25 Jahren führten. Zeitzeugen berichten in der Dokumentation „**Die letzte Truppe**“ über die schicksalhafte Nacht des 09.11.1989. Einen Blick in den Ost-Alltag bietet die vierteilige Doku-Reihe „Wie die DDR wirklich war“ (Im Berichtszeitraum Ø 0,10 Mio., 1,0 % MA) anhand bisher unveröffentlichter Privataufnahmen. Ein weniger bekanntes Thema behandelt der Film „**Trauma Umerziehung**“ (Ø 0,11 Mio., 1,0 % MA) über das Schicksal von Heimkindern in der DDR.

Bei der Weiterentwicklung des „log in 3.0“-Konzepts versucht

ZDFinfo eine jüngere Zielgruppe dort abzuholen, wo sie sich bevorzugt aufhält: Im Netz. Als erster Test wurde eine längere Themenstrecke zum Thema „Rechtsextremismus“ gezielt in den sozialen Netzwerken beworben, begleitet und ergänzt. Kommentare und Fragen zu den Event-Dokumentationen flossen direkt in den Inhalt der Talksendung log in **„Die neuen Nazis: Wie können wir den Hass bekämpfen?“** (0,06 Mio., 0,3 % MA) ein. Hier konnten Gäste und Zuschauer im Studio und über Chat, Blog und Social Media das Thema vertiefend diskutieren. Auch die Autorin des zuvor gezeigten Dokumentarfilms **„Die Arier“** (0,14 Mio., 0,5 % MA) war anwesend und konnte sich on air und über das Netz mit Zuschauern und Usern austauschen.

Am 27.01.15 jährt sich die Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz zum 70. Mal. ZDFinfo erinnert an die Verfolgung und Ermordung der europäischen Juden mit dem Achtteiler **„Die Wahrheit über den Holocaust“**, der in internationaler Zusammenarbeit entsteht und ab Dezember 2014 gezeigt wird.

3.4 ZDFkultur

ZDFkultur wurde zum 01.01.2014 auf ein Schleifen- und Wiederholungsprogramm umgestellt. Nach Beschluss der Ministerpräsidentenkonferenz vom 17.10.2014 steht fest, dass es ein öffentlich-rechtliches Jugendangebot im Netz geben soll, für das im Gegenzug die Digitalkanäle ZDFkultur und EinsPlus eingestellt werden sollen. Der Starttermin für das neue Angebot ist noch offen.



4 Partnerprogramme

4.1 ARTE

Siehe Fernsehratsvorlage FR 24/14



4.2 3sat

Für die Raumfahrt war es ein denkwürdiger Tag: Zum ersten Mal gelang am 12.11.14 die Landung eines Raumschiffs auf einem Kometen. Schon 2004 war die „Mission Rosetta“ gestartet, nach zehn Jahren Flug durch das All traf die Raumsonde pünktlich auf den Kometen "67P/Tschurjumow-Gerassimenko" und koppelte das Landemodul „Philae“ ab, das wenige Stunden später auf der Kometenoberfläche aufsetzte und Materialproben nahm, die Aufschluss geben sollen über die Entstehung des Lebens auf der Erde. 3sat widmete diesem großen Ereignis, das weit über die Wissenschaftswelt hinaus faszinierte, den Thementag **„Komet in Sicht“** (2,0 % MA) und berichtete in mehreren **„nano spezial“**-Sendungen live aus dem Kontrollzentrum der Europäischen Weltraumorganisation (ESA) in Darmstadt: um 09:45 Uhr über die Abkopplung des Landemoduls „Philae“ (0,18 Mio. / 3,5 % MA), ab 16:30 Uhr über dessen Landung (0,56 Mio. / 4,5 % MA) und fasste schließlich Höhepunkte und Hintergründe im **„nano spezial – Der Tag“** um 19:30 Uhr (0,62 Mio. / 2,2 % MA) zusammen. Auf



**Der 3sat-
Thementag „Komet
in Sicht“ anlässlich
der „Rosetta-
Mission“ am
12.11.14**

nano.de informierte die Online-Redaktion kontinuierlich über den Fortgang der Mission und kommunizierte mit den 3sat-Nutzern per Twitter und auf Facebook. Der 3sat-Thementag „**Komet in Sicht**“ bot außerdem in zahlreichen Dokumentationen umfangreiche Informationen über die Weltraumforschung, abgerundet durch die Science-Fiction-Filme „**Cargo**“ (20:15 Uhr, 0,50 Mio. / 1,6 % MA) und „**Event Horizon – Am Rande des Universums**“ (22:00 Uhr, 0,45 Mio. / 2,2 % MA).

Zum Auftakt der Jubiläumsprogrammierung widmet 3sat seinen Kerngenres die vier Thementage „**Bühnenwelten**“ (29.11.14), „**In 24 Stunden um die Welt**“ (30.11.14), „**Lebenswelten**“ (02.12.14) und am Geburtstag selbst den Thementag „**Wissenswelten**“, denn auf dieses Datum fallen gleich zwei wichtige Jubiläen: 30 Jahre 3sat und 15 Jahre „**nano**“. Seit dem 01.12.99 berichtet die von den 3sat-Partnern ZDF, ORF, SRF und ARD gemeinschaftlich produzierte Magazinsendung „**nano**“ werktäglich aus allen Bereichen der Wissenschaft. Zum 15. Geburtstag am 01.12.14 befasst sich das „**nano** spezial: ... wollt Ihr ewig leben“ mit dem Wunsch nach Unsterblichkeit und stellt unter anderem Kryoniker vor, die ihre Körper für die Wiedererweckung einfrieren lassen. Drei weitere „**nano** spezial“-Sendungen am 19.11.14, 26.11.14 und 04.12.14 befassen sich mit wichtigen Zukunftsthemen unserer Gesellschaft und hinterfragen die aktuelle Rolle des Wissenschaftsjournalismus.

Der Thementag „**Wissenswelten**“ am 01.12.14 bietet darüber hinaus informative Dokumentationen über wissenschaftliche und medizinische Forschungsthemen und Entwicklungen, die unser tägliches Leben maßgeblich beeinflussen. Ein besonderes Programmhilighlight bildet die Erstaussstrahlung „**Die Erkenntnisjäger - Revolutionäre der Physik**“ von Wolfram Giese und Julia Zipfel um 20:15 Uhr, die zwei jüngere spektakuläre Entdeckungen aus dem Bereich der Physik vorstellt: den experimentellen Nachweis des Higgs-Boson-Teilchens am CERN in Genf am 04.07.12 und die Radioteleskop-Messung von Gravitationswellen am Südpol vom 17.03.14, die amerikanische Astrophysiker als eine Art „**Babyfoto des Urknalls**“ und damit als die letzte fehlende Bestätigung für Einsteins Allgemeine Relativitätstheorie beschreiben.

4.3 PHOENIX

Der Berichtszeitraum war überaus ereignisreich. Innenpolitisch widmete sich PHOENIX insbesondere den Landtagswahlen in Sachsen, Brandenburg und Thüringen.

Außenpolitisch berichtete PHOENIX zum einen weiterhin kontinuierlich über die Krise in der Ukraine. Hierzu informierte PHOENIX wie gewohnt großflächig und aktuell auf seinen Ereignisflächen und mit entsprechenden Themenmodulen, wie z.B. einer „**Chronik Ukraine**“, die den Verlauf des Konfliktes von den Protesten auf dem Maidan über die russische Annektierung der Krim bis hin zum hybriden Krieg an der Ostgrenze beleuchtete. Seit Beginn der Krise im November 2013 hat PHOENIX hierüber in allen Programmbereichen in einer Gesamtlänge von 280 Stunden berichtet (Stand 30.10.14).

Der Thementag „Wissenswelten“ zum 30. Geburtstag von 3sat und 15. Geburtstag von „nano“ am 01.12.14



Ein weiterer Schwerpunkt im Programm waren die kriegerischen Auseinandersetzungen im Irak und in Syrien durch den Terror der IS-Organisation. In diesem Zusammenhang präsentierte PHOENIX z. B. die Themenmodule „**Kampf ums Kalifat**“ sowie einen Themenschwerpunkt „**Kurden – Volk ohne Land**“.

Außerdem übertrug PHOENIX live die Sondersitzung des Deutschen Bundestages über die aktuelle Lage im Irak mit der Regierungserklärung der Bundeskanzlerin zu den Waffenlieferungen in den Nord-Irak.

In der Programmsparte Gespräche fanden ebenfalls die Ukraine-Krise und die Situation in Syrien und dem Irak besondere Beachtung, wie z.B. mit der Ausgabe von „**Unter den Linden**“ zum Thema „**Einmischen oder raushalten? - Deutschland und die Krisenherde**“ und den Sendungen der PHOENIX-Runde „**Erst die Krim und dann? - Putins umstrittene Strategie**“, „**Hilflos gegen IS - Letztes Mittel Bodentruppen?**“ und „**Kampf gegen Terror - Taugt Obamas Strategie?**“.

Im Bereich Dokumentationen lieferten außerdem die ZDF-Auslandskorrespondenten für den Sendeplatz „**Mein Ausland**“ erneut aktuelle Beiträge. So berichtete Klaus Prömpers zum Weltklimagipfel über „**Fluten, Stürme, Hitzeschock – Amerikas Ostküste kämpft ums Überleben**“ und Susanne Gelhard und Patricia Schäfer fragten anlässlich des Referendums in Schottland „**Bye-bye Britannia?**“.

Anknüpfend an die historischen Ereignisse „100. Jahrestag des Beginns des Ersten Weltkriegs“ und „Beginn des Zweiten Weltkriegs vor 75 Jahren“ entwickelte die Redaktion Dokumentationen eine Themenwoche über „**Krieg & Frieden**“ vom 25. - 31.08.14. Angesichts der eskalierenden Kämpfe in der Ukraine, in Syrien bzw. dem Irak und im Gazastreifen erfuhr diese Programmgestaltung ungeahnte Aktualität. Die Themenabende beleuchteten moderne Kriege, Friedensstifter, die neuen Herausforderungen der Außen- und Sicherheitspolitik sowie Täter und Opfer, wie z.B. in der Dokumentation „**Musik als Waffe**“ (ZDF/ARTE) und der zweiteiligen Dokumentation „**Unsere Mütter, unsere Väter**“ (ZDF).

Der 25. Jahrestag des Mauerfalls war ein weiteres Thema, dem PHOENIX breiten Raum im Programm einräumte. Besonders hervorzuheben ist dabei der Thementag „Als es noch zwei Deutschlands gab“ am 09.11.14 in einer Gesamtlänge von über 15 Stunden, u.a. mit „**Wahnsinn `89 – Wie die Mauer fiel**“ (ZDF), „**Goodbye DDR – Spektakuläre Mauerfluchten**“ (ZDF History) und einer Ausgabe der Gesprächssendung „**History Live**“ zum Thema „Der Fall der Mauer - wie es wirklich war“. Zu Gast waren Marianne Birthler, Werner Weidenfeld und Heinrich August Winkler.

Im Zuge der kurzfristig notwendigen Sparmaßnahmen wurden auch im Bereich Dokumentationen alle Sendeplätze unter dem Kostenaspekt überprüft. Das Tagesschema wurde analog zu den Einsparungsvorgaben der Ereignisredaktionen modifiziert und nachmittags ein möglichst aufwandsneutraler dreistündiger Dokumentationsblock eingeführt.

4.4 KiKA

Nach dem Markteintritt des frei empfangbaren Disney Channels im Januar 2014 verlor KiKA Marktanteile an den starken Mitbewerber. Allerdings musste der Kinderkanal von ARD und ZDF von allen Kindervollprogrammen die geringsten Einbußen hinnehmen. Im September und Oktober übernahm KiKA erneut die Marktführerschaft in der Zielgruppe der 3-13-Jährigen: Nach einem Monatsmarktanteil von 20,5 % im September erreichte KiKA im Oktober einen Marktanteil von 19,7 % und lag damit 1,2 Prozentpunkte vor Super RTL. Neben unterhaltenden Animationsprogrammen wie „**Coco, der neugierige Affe**“ (ZDF, 24.08 - 01.10., täglich 18:15 Uhr), „**Das Dschungelbuch**“ (ZDF, 24.07. - 04.09., donnerstags 10:50 Uhr) oder „**Ritter Rost**“ (ZDF, 06.07. - 28.09., sonntags 09:50 Uhr) trugen zu diesem Ergebnis auch der Neustart von „**Das Haustiercamp**“ und ein Themenschwerpunkt bei:



Mit einer Themenwoche vom 13. - 21.09.14 startete der KiKA seinen Schwerpunkt 2014 „**Respekt für meine Rechte**“. Darin widmete er sich mit einer Vielzahl von Neuproduktionen dem Thema Kinderrechte. Dabei verschafften v.a. die Comedy-Clips „Onkel Gernot erklärt die Kinderrechte“ mit Gernot Hassknecht, die in der Zeit immer wieder zu sehen waren, der Themenwoche eine hohe mediale Aufmerksamkeit. Auch die Akzeptanz der Kinder war groß: Insgesamt wurden über zwölf Stunden Programm ausgestrahlt und über 2,0 Mio. 3-13-Jährige Zuschauer kumuliert erreicht. Gut eingeschaltet waren besonders die Informationsformate in der KiKA-Primetime um 19:25 Uhr wie „**logo! extra: Der Kinderrechte-Check**“ (ZDF) oder „**pur+: Respekt für meine Rechte!**“ (ZDF) mit für den Sendeplatz überdurchschnittlichen Marktanteilen von 31,6 % und 23,9 % bei den 3-13-Jährigen.

Quotenstark war im Berichtszeitraum der Neustart der zehnteiligen Doku-Reihe „**Das Haustiercamp**“ (ZDF, 27,7 % MA) am 13.09.14 um 17:35 Uhr, der auch im Internet auf großes Interesse stieß. In dem Blog der „Haustiercamp“-Tierexpertin hinterließen bislang 684 Kinder ihre Kommentare und Fragen. In der Sendung ziehen sechs Kinder für zehn Tage auf einen Bauernhof, der ein Tierheim beherbergt. Ihr sehnlichster Wunsch: ein eigenes Haustier. Dort lernen sie, was man als Haustierhalter alles wissen und können muss. Am Ende entscheiden die Eltern, für welches Kind sich der Traum vom Haustier erfüllt.

Der „Lollywood“-Platz am Freitagabend (wöchentlich, 19:30 Uhr) ist bei KiKA ein etablierter Spielfilmplatz für die ganze Familie. Es hat sich allerdings gezeigt, dass eine zu große Themen- und Genre-Vielfalt der Attraktivität des Sendeplatzes schadet. Deshalb soll das Angebot planerisch besser gesteuert werden, um das Profil des Sendeplatzes zu schärfen und ihn zu stärken.

5 ZDF-Telemedienangebote

5.1 Akzeptanz

Visits: Die ZDF-Onlineangebote im Vergleich

Angebot	August 2014	September 2014	Oktober 2014	Veränderung Aug.14 auf Okt. 2014 in %
ZDFonline*				
zdf.de	22.915.406	24.787.900	27.237.780	19
heute.de (inkl. zdfsport.de)	10.281.787	10.276.924	10.357.012	1
tivi.de*				

*Nach erfolgter Umstellung des Messverfahrens für Visits und PageImpressions bei zdf.de und heute.de (inkl. zdfsport.de) können seit Juni 2014 wieder Visits für diese beiden Domains ausgewiesen werden. Auch die Nutzung der ZDFmediathek findet dabei Berücksichtigung. Da die tivi-Mediathek noch nicht auf das neue Messverfahren umgestellt wurde, kann die Nutzung für tivi.de und ZDFonline nicht ermittelt werden.

Im Oktober 2014 erzielt zdf.de 27,24 Mio. Visits und liegt damit auf deutlich höherem Niveau als im August 2014 (+19 %). heute.de generiert im Auswertungszeitraum eine konstante Nutzung und erreicht im Oktober 2014 10,36 Mio. Visits. Gegenüber dem Vorjahresmonat (11,75 Mio. Visits) verliert das Angebot 12 % seiner Nutzung, zdf.de gewinnt im Vergleich Oktober 2013 leicht hinzu (+2 %).

Sichtungen: Die 20 erfolgreichsten ZDF-Abrufvideos von August bis Oktober 2014

Rang	Video	erste Livestellung	Sichtungen
1	heute-show vom 19.09.2014	20.09.2014	567.596
2	heute-show vom 17.10.2014	17.10.2014	555.503
3	heute-show vom 10.10.2014	10.10.2014	531.402
4	heute-show vom 26.09.2014	26.09.2014	529.604
5	heute-show vom 24.10.2014	24.10.2014	521.377
6	heute-show vom 05.09.2014	05.09.2014	519.981
7	heute-show vom 12.09.2014	12.09.2014	497.137
8	Alles muss raus - Eine Familie rechnet ab (Teil 1)	13.10.2014	364.348
9	Die Anstalt vom 23. September 2014	23.09.2014	359.702

10	Herzokino: Zu mir oder zu dir?	19.10.2014	359.484
11	Herzokino: Ein Sommer in Island	12.10.2014	355.813
12	Der Fernsehfilm der Woche: Mordsfreunde	20.10.2014	353.321
13	Herzokino: Rosamunde Pilcher - Anwälte küsst man nicht	21.09.2014	337.462
14	Der Fernsehfilm der Woche: Verhängnisvolle Nähe	22.09.2014	309.498
15	Der Fernsehfilm der Woche: Die Frau aus dem Moor	06.10.2014	305.429
16	Herzokino: Katie Fforde - Geschenkte Jahre	26.10.2014	302.484
17	Herzokino: Inga Lindström: Sterne über Öland	05.10.2014	300.538
18	Alles muss raus - Eine Familie rechnet ab (Teil 2)	15.10.2014	299.895
19	Udo Jürgens - Mitten im Leben	18.10.2014	299.130
20	Herzokino: Der Weg nach San José	28.09.2014	287.128

Die Hitliste der Top 20 Abrufvideos im Zeitraum August bis Oktober 2014 wird mit deutlichem Abstand von sieben Abrufvideos der „**heute-show**“ angeführt, die zwischen 568 und 497 Tsd. Sichtungen erreichen. Auf Rang 8 folgt mit 365 Tsd. Sichtungen der erste Teil des Zweiteilers „**Alles muss raus – Eine Familie rechnet ab**“. Der zweite Teil erzielt rund 300 Tsd. Sichtungen und platziert sich auf Rang 18 der Hitliste. Ebenfalls sehr erfolgreich sind die Abrufvideos aus der Reihe Herzokino. Diese platzieren sich mit bis zu 359 Tsd. Sichtungen auf sechs Rängen der Hitliste. Zudem sind zwei weitere Abrufvideos aus dem Genre Unterhaltung in der Hitliste vertreten: „**Die Anstalt**“ vom 23.09.14 (360 Tsd. Sichtungen, Rang 9) und die Geburtstagsshow „**Udo Jürgens – Mitten im Leben**“ (299 Tsd. Sichtungen, Rang 19). Aus der Reihe „Der Fernsehfilm der Woche“ können sich drei Abrufvideos mit bis zu 353 Tsd. Sichtungen in der Hitliste platzieren.

Grundsätzlich sammeln Videos aus dem Fiktionalen und Unterhaltungsbereich über einen längeren Zeitraum hinweg eine höhere Nutzung als beispielsweise Videos zu aktuellen Nachrichten, welche i.d.R. schnell durch aktuellere Ausgaben ersetzt werden und somit lediglich für einen kurzen Zeitraum Nutzung generieren. Zur Einordnung: Die Ausgaben des „**heute-journals**“ erzielen inkl. aller Einzelbeiträge von August bis Oktober 2014 durchschnittlich 53 Tsd. Sichtungen pro Ausgabe und liegen damit deutlich über dem Vorjahresniveau (August bis Oktober 2013: durchschnittlich 34 Tsd. Sichtungen).

5.2 Neue Entwicklungen

25 Jahre nach dem Mauerfall fällt die Mauer erneut – diesmal in einem speziellen Online-Modul und durch Einwirkung der Sozialen

Netzwerke. Über Twitter, Facebook, Instagram oder ZDF.de konnten die Nutzer unter dem Stichwort **#mauerspecht** mit ihren Texten, Fotos und Videos symbolisch dazu beitragen, die Mauer einzureißen. In der Zeit zwischen 27.10.14 und 11.11.14 zählte jeder Beitrag mit dem Hashtag **#mauerspecht** für einen Meter Mauer. Die Teilnehmer konnten so ihre eigenen Erlebnisse, Gedanken und Kommentare zur deutsch-deutschen Teilung und der Wiedervereinigung zur Diskussion stellen. Auch wenn die Mauer (Stand 01.11.14) nicht völlig eingerissen wurde, so waren die Beiträge doch von großer Ernsthaftigkeit und Emotionalität.

Das multimediale Webspecial **„1914 - der Weg ins Verderben“** zum Auftakt zur Dokumentation **„100 Jahre Erster Weltkrieg“** bei ZDFonline wurde mit dem „Eyes and Ears Award“ in der Kategorie „Interactive“ prämiert. Die „beste contentbezogene Website“ zeichnet mit Hilfe von historischen Filmen, szenischen Darstellungen, Tagebuchaufzeichnungen, Fotos, Briefen und Berichten von drei jungen deutschen Soldaten die Stimmung in Deutschland und an der Front während des Ersten Weltkrieges nach. Neben der Desktop-Variante wurde das Special auch für Tablets und Smartphones umgesetzt.

„Wer rettet Dina Foxx“ war bereits 2011 der Titel des ersten interaktiven Krimiformates im deutschen Fernsehmarkt. Mitte November startet nun die zweite Staffel im ZDF-Hauptprogramm, den Digitalkanälen ZDFneo und ZDFkultur sowie einem besonderen Online-Angebot. Diesmal gerät Dina Foxx in einen skrupellosen Krieg zwischen Lebensmittelindustrie und politischen Aktivisten. Die zwei TV-Filme von **„Dina Foxx – Tödlicher Kontakt“** werden im Abstand von einer Woche gesendet. Gleichzeitig öffnet sich für die Zuschauer über dinafoxx.zdf.de oder die separate App eine Online-Welt, in der sie noch tiefer in die Geschichte eintauchen können. Über die drei Ebenen Webserie, Game und einer ganz neuen 360°-Ermittlung werden die tieferen Zusammenhänge des Falls lebendig. Für alle, die der Story im Netz folgen, wird „Dina Foxx“ zu einem noch spannenderen Thriller; die Online-Nutzer werden, dies die erzählerische Überraschung, den zweiten TV-Film schließlich mit völlig anderen Augen sehen. Doch auch über den reinen TV-Konsum bietet „Dina Foxx – Tödlicher Kontakt“ ein abgeschlossenes und spannendes Erlebnis.



6 Auszeichnungen/Preise

Preis:	Ekotopfilm-Festival 2014
Sendung / Beitrag:	Seltene Erden – Die dunkle Seite der Hightech-Metalle
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Ann-Christin Hornberger
Sendung / Beitrag:	ZDFzoom: Böse Mine, gutes Geld – das schmutzige Geschäft mit der Kohle
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortlicher Redakteur:	Paul Amberg

Preis:	Prix Europa 2014
Sendung / Beitrag:	Sound of Torture – Bei Anruf Folter
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Sabine Bubeck-Paaz, Martin Pieper
Sendung / Beitrag:	Last Hijack
Zuständige Redaktion:	HR Neue Medien
Verantwortlicher Redakteur:	Lucia Haslauer

Preis:	Deutscher Fernsehpreis 2014
Sendung / Beitrag:	Spreewaldkrimi – Mörderische Hitze
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Pit Rampelt
Sendung / Beitrag:	heute show
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortlicher Redakteur:	Stephan Denzer
Sendung / Beitrag:	FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014
Zuständige Redaktion:	HR Sport
Verantwortlicher Redakteur:	Christoph Hamm

Preis:	Robert Geisendörfer Preis 2014
Sendung / Beitrag:	pur+: Hilfe, ich bin ein Vorurteil
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Tim Engelmann

Preis:	First Steps Awards 2014
Sendung / Beitrag:	Los Angeles
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Dufner

Preis:	Ernst-Schneider-Preis 2014
Sendung / Beitrag:	ZDFzoom: Flucht in die Karibik – Die Steuertricks der Konzerne
Zuständige Redaktion:	Chefredaktion
Verantwortlicher Redakteur:	Claudia Ruete, Paul Amberg

Preis:	Darßer Naturfilmfestival 2014
Sendung / Beitrag:	Natur unter Beschuß
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Finger

Preis:	Golden Prague International Television Festival 2014
Sendung / Beitrag:	Nacho Duato – Ein Fremder in Russland
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Dieter Schneider

Preis: Japan Prize 2014

Sendung / Beitrag: Netwars – Out of CTRL
Zuständige Redaktion: ARTE
Verantwortlicher Redakteur: Sabine Bubeck-Paaz



Dr. Thomas Bellut