

Bilanz der Selbstverpflichtungserklärung des ZDF 2013 - 2014

Bilanz der Selbstverpflichtungserklärung 2013 - 2014

Die Programminhalte sind wie in der SVE 2013–2014 prognostiziert stärker in den Mittelpunkt der medienpolitischen Diskussion gerückt. Die neuen Videoportale wie das für Herbst 2014 in Deutschland angekündigte Netflix gelten dabei bis in die Feuilletons als neue Taktgeber für Qualität im Programm. Diese Einschätzung geht an der Sache vorbei. Nicht nur haben die nachrichtenfremen Portale bislang nur einzelne interessante Produktionen wie die viel besprochene, auf einer BBC-Vorlage basierende Serie *House of Cards* hervorgebracht. Programm umfasst weit mehr als Einzel-Genres wie Fiktion, auf die sich die neuen, Algorithmusgesteuerten Videoportale weitgehend beschränken. In der Breite der Genres klassischer Vollprogramme haben in den vergangenen Jahren nach wie vor Fernsehanbieter die Akzente gesetzt. Das ZDF hat dazu wesentlich beigetragen.

Mit seinen fiktionalen Mehrteilern und Comedy-Shows wie der *Anstalt* und der *heute show* hat das ZDF Genre-Maßstäbe gesetzt. Unterhaltsames Erzählen aus dem Lebensalltag hat es in neuen Serien erfolgreich am Markt etabliert. Neue Formen aktueller Informationsvermittlung boten u.a. die Sendungen zur Bundestags- und Europawahl. Investigative Hintergrundberichterstattung hat es systematisch durch kontinuierlich arbeitende Redaktionsstrukturen und in mehreren Formaten gestärkt. Thematisch und gestalterisch sind die Wissens-Dokumentationen v.a. der *Terra X*-Reihe weiterentwickelt worden. Live-Sport-Übertragungen wurden umfangreicher denn je um Begleitberichte über den Sportbetrieb und Austragungsländer ergänzt. Die aktuelle Kulturberichterstattung in *aspekte* hat zu zeitgemäßer Form gefunden. Im Kinderprogramm wurde das Genre Comedy neu und altersgerecht etabliert. Die ZDF-Online-Angebote bieten Zuschauern neue Formen aktiver Beteiligung. Die neuen Qualitätsakzente ebenso wie die bewährten Formate werden vom Publikum angenommen. Das ZDF-Hauptprogramm ist seit 2012 Marktführer, die Digitalkanäle haben an Akzeptanz zugelegt. Nur in Ansätzen gelungen ist 2013–2014 die Ansprache jüngerer Zuschauer. Einzelformate gelang sie, in der Fläche der Gesamtprogramme steht sie aus.

Inhalt/ Selbstverpflichtung

- | | | |
|---|---|-------|
| 1 | Die besten Programme anbieten – oberste Maxime des ZDF | S. 3 |
| 2 | Verständlich und zugänglich substantiell informieren | S. 4 |
| 3 | Modernisierung kulturell-bildender Programmangebote fortführen | S. 6 |
| 4 | Von den Dingen des wirklichen Lebens fiktional erzählen | S. 7 |
| 5 | Neue Akzente im Show- und Unterhaltungsangebot entwickeln | S. 9 |
| 6 | Kinderprogramm-Angebote weiterentwickeln | S. 11 |
| 7 | Programmstrukturen und Profilierung der Kanäle in der Senderfamilie optimieren | S. 12 |
| 8 | Nutzungsmöglichkeiten der Online-Angebote erhöhen | S. 13 |
| 9 | Unternehmerische Verantwortung wahrnehmen | S. 14 |

Hinweis: Die folgende Bilanz fasst die Umsetzung der Programm-Perspektiven 2013–2014 zusammen, bewertet und ordnet die Ergebnisse ein. Sie dient dem Fernsehrat zur Überprüfung, ob und wie das ZDF seine Selbstverpflichtungen im Programm eingelöst hat. Ihre Anmerkungen geben dem ZDF Hinweise bei der künftigen Akzentsetzung und sind damit wichtiges Instrument der Qualitätssicherung. Eine detaillierte Auseinandersetzung mit allen in der Selbstverpflichtungserklärung 2013–2014 angekündigten Programmprojekten finden Sie in den Tätigkeitsberichten des Intendanten Nr. 2 bis 9.

1 Die besten Programme anbieten – oberste Maxime des ZDF

Es gehört zu den unveräußerlichen Prinzipien des ZDF als Senderverbund, seinen Nutzern höchste Qualität in Form und Inhalt zu bieten. Das ZDF hat 2013 – 2014 nachhaltig daran gearbeitet, in allen Kanälen Programminhalte in großer Bandbreite von Sujets, Genres und Handschriften zu ermöglichen und zugänglich zu machen, dadurch möglichst alle Publikumsgruppen anzusprechen, audiovisuelle Ausdrucksformen weiterzuentwickeln und Beiträge zum aktuellen gesellschaftlichen Diskurs zu leisten. Die für das Hauptprogramm 2012 und 2013 erreichte Marktführerschaft unterstreicht, dass es im Publikum einen Resonanzboden für qualitativ ausgerichtete Programmarbeit gibt. Publikum und Öffentlichkeit bemerken zugleich, wenn diese Qualitätsmaßstäbe wie bei der Ranking-Show **Deutschlands Beste!** in Frage gestellt werden. Das Haus hat in diesem Fall gezeigt, dass es schnell und nachhaltig für die Wahrung dieser Maßstäbe eintritt.

Mehrteiler auf internationalem Top-Niveau wie **Das Adlon. Eine Familiensaga** und **Unsere Mütter, unsere Väter** erreichten ein Millionenpublikum und stießen weit reichende, generationenübergreifende Debatten an. Breaking News-Ereignisse wie das Hochwasser in Deutschland und den Nachbarländern, der Taifun Haynan, der syrische Bürgerkrieg oder der Konflikt in der Ukraine und der Tod Nelson Mandelas wurden in zahlreichen aktuellen Berichten, Magazinbeiträgen und über 60 **ZDF spezial-**Sendungen hintergründig eingeordnet. Aufwändige Dokumentationen konnten – auch kurzfristig – zu aktuellen Ereignissen wie dem verschwundenen Flug 370 ins Programm genommen werden, allein fünf zum Thema Syrien. Die **heute**-Nachrichten haben ihren Formatkern weiter gefestigt und das Design weiterentwickelt. So konnte sie im Wettbewerb mit den Konkurrenten deutlich Raum gewinnen. Besondere Hintergründigkeit bot das **heute-journal** zur Europawahl mit Gastmoderatoren aus dem europäischen Ausland, die die Perspektive unserer Nachbarn auf die Wahlen konkret veranschaulichten.

Verpflichtung	Beispiele
Informationsleistung und Glaubwürdigkeit: Umfassende Recherche, Ausbau der Hintergrundberichterstattung	<i>ZDFzeit: Nicht alles war schlecht 1+2, Unser Krieg – Kampfeinsatz Afghanistan 1+2; europäische Gastmoderatoren im heute-journal</i>
Show und Fiction: Erhöhung der Innovationsfrequenz der Angebote	Show: Ausbau der Comedy; neue Darstellungsformen im Tagesprogramm Fiction: frische 19.25 Uhr-Serien, jüngere Samstagkrimis
Erprobung neuer transmedialer Erzählformen für klassische Genres, Verbesserung der Online-Nutzungsmöglichkeiten	<i>APP + Verschwörung gegen die Freiheit 1+2; Dina Foxx – Tödlicher Kontakt</i>
Noch deutlichere Ausrichtung auf ein jüngeres Publikum	Marktanteil der Senderfamilie bei 14-49 auf 10 % gesteigert



Abschied für immer? „Unsere Mütter, unsere Väter“ am Vorabend des Frontbefehls

Im Bereich Polit-Comedy hat das ZDF seine Trendsetter-Position mit weiterem Zuschauerzuwachs der *heute-show* und neuen Formaten unterstrichen. Bei der großen Primetime-Show steht dies noch aus (s. Kap.5).

Mit der Einstellung langlaufender Serien wie *Forsthaus Falkenau*, *Der Landarzt* und *Küstenwache* bzw. Reihen wie *Rosa Roth*, *Das Duo* und *Einsatz in Hamburg* wurde Platz geschaffen für modernere Vorabendserien resp. Samstagkrimis. Aber auch die Weiterentwicklung beliebter Reihen wie *Der Bergdoktor*, dessen horizontale Erzählweise durch eine komplexere private Handlung gestärkt wurde, tragen zur aktuellen Marktposition bei.

Immer wieder versucht das ZDF auch mit fiktionalen Projekten, die erzählerische Bandbreite des Mediums Fernsehen durch aktive Einbeziehung der Zuschauer zu erweitern. So wurde zum niederländischen Spielfilm *APP*, in dem eine Studentin mehr und mehr einem zunächst nützlichen Handy-Programm ausgeliefert ist, eine entsprechende mobile Anwendung programmiert, um die Risiken für den Zuschauer realistisch erfahrbar werden zu lassen. Dieses Experiment war Teil eines Schwerpunktes mit Filmen, Beiträgen und Dokumentationen zur Frage, welchen Gefahren von Missbrauch unsere eigentlich privaten Daten ausgeliefert sind (s. Kap. 2).



Gefangen im Netz: Eine „APP“ bedroht Studentin Anna im gleichnamigen, interaktiven Spielfilm



Nachgefragt beim mächtigsten Mann der Welt: Claus Kleber im Gespräch mit US-Präsident Barack Obama

Bei der Verjüngung ihrer Publikumsstruktur kam die Senderfamilie im Berichterstattungszeitraum voran und konnte den Marktanteil bei 14-49jährigen auf 10 % steigern. Eine durchgängige Verjüngung ist dem ZDF jedoch noch nicht gelungen, während sich gerade hier der Wettbewerb verschärft. Die vor zwei Jahren hier umrissene Debatte um die Konvergenz immer neuer Anbieter von Bewegtbildformaten im Digital-Markt erreicht mit dem angekündigten Deutschland-Start von Netflix scheinbar eine neue Dimension: Ein Videoportal produziert hochwertige Serien, bietet sie seinen Abonnenten zum Preis einer DVD an und wird in den Feuilletons zum Muster für Programmqualität. Bei bisher nur wenigen Neuproduktionen steht ein solches Urteil auf schmalen Füßen. Vor allem bricht die behauptete Revolution von Fernsehproduktion und -vertrieb in sich zusammen, wenn die ganze Genre-Bandbreite des Fernsehens berücksichtigt wird, für die auf globale Verwertbarkeit zielende Serien-Fiction allein kein Maßstab sein kann. Die Diskussion leidet also unter einer fundamentalen Verkürzung: Der eigentliche Schritt von Netflix und Co., weg von einer gemeinwohlorientierten, auf Diskurs beruhenden Programmarbeit, hin zu Algorithmen-gesteuertem, kommerziellem Programmvertrieb, wird damit übersehen. Somit bleiben die öffentlich-rechtlichen Sender inklusive ihrer Mediatheken das einzige frei zugängliche Bewegtbildangebot mit aktuellen und Repertoire-Elementen und wirken der sozialen Spaltung beim Zugang zu publizistischen Inhalten entgegen.

2 Verständlich und zugänglich substantiell informieren

Die Parallelität von Krisenszenarien, propagandistische Anstrengungen der jeweiligen Konfliktparteien sowie die Durchdringung der Öffentlichkeit durch neue Medien stellen Journalisten, Berichtersteller und Redaktionen vor neue Herausforderungen. Vertiefung von Information, Verifikation von Ereignissen sowie Analyse und Erklärung stellen in einem durch zunehmenden Zeitdruck gekennzeichneten Umfeld vor allem für Fernsehjournalismus ein immer wichtigeres Qualitätsmerkmal für unsere Berichterstattung dar. Die Informationsangebote stellten sich dieser Herausforderung in der aktuellen Berichterstattung, bei der Format-Weiterentwicklung sowie der Etablierung neuer Sendungen und Beitragsformen.

Eine Vielzahl neuer Formatideen zur aktuellen Informationsvermittlung präsentierte die ZDF-Senderfamilie vor allem zur Bundestags- und Europawahl. Im Mittelpunkt standen dabei die **Wie geht's, ...?**-Themenabende im ZDF, die zur besten Sendezeit ausführliche Reportagen zum Zustand des Landes bzw. Europas mit Live-Talkrunden und Spielelementen kombinierten und dabei die Protagonisten der Reportagen und Politiker im Studio aufeinandertreffen ließ. Zu beiden Wahlen prüfte das Online-Projekt **#ZDFcheck** Aussagen von Politikern auf ihren Wahrheitsgehalt und bewertete sie an Hand eines nachvollziehbaren Rasters (stimmt – stimmt nicht – stimmt so nicht). Die Ergebnisse flossen in unterschiedliche Sendungen und Beiträge ein und wurden außerdem regelmäßig unter **heute.de** vorgestellt und diskutiert. Das ZDF-Morgenmagazin legte zu den Wahlen mehrteilige Serien auf und porträtierte Erstkandidaten, die es auch nach der Wahl in ihrem politischen Alltag begleitete. Neue Formate zur Bundestagswahl entwickelte außerdem PHOENIX (**Wie tickt Deutschland?; Taxi Berlin; netzrauschen**), das bis zum Wahltag mit 100 Stunden Programm ausführlich berichtete.

Auch jenseits der Großereignisse werfen die ZDF-Auslands- und Inlandsstudios den Blick auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen

Verpflichtung	Beispiele
Aktualität: Nachrichtenkompetenz durch höheren Zuschauerbezug stärken, neue Formen der Informationsvermittlung ausbauen	ZDF <i>speziels</i> zu Flutkatastrophe, Syrien, Ukraine; Bundestags- und Europawahl: #ZDFcheck , neue PHOENIX-Formate
Zeitgeschehen: Orientierung durch neue investigative Formate und Stärkung der Hintergrundberichterstattung	Weiterverfolgung investigativer <i>Frontal 21</i> -Themen bei ZDFzoom; Bildung von Investigativ-Kooperationen, u.a. mit <i>DIE ZEIT</i>
Service: Verbrauchernahe Themen und Kernmarken pflegen	Weiterentwicklung <i>WISO-Duell</i> ; Coaching-Formate innerhalb <i>Volle Kanne</i> ; <i>planet e.</i> -Ausgaben zum Thema Energiewende
Sport: Hintergrundberichterstattung zu den Events Champions League, Olympische Winterspiele und Fußball-WM; Breitensport-Berichte	ZDFzoom: <i>Die Bayern-Story</i> , <i>Das Fußball-Imperium – Die Geschäfte der FIFA</i> ; Dokumentationen über Russland und Südamerika

und stärken so die aktuellen Tagessendungen und Magazine, etwa zu den Debatten um Mindestlohn oder Rente. Mit der neuen **Frontal 21**-Moderatorin Ilka Brecht und der endgültigen Etablierung von **ZDFzoom** hat das ZDF seine Investigativkräfte neu aufgestellt. **ZDFzeit** erreicht mit seinen verbraucher-nahen Reihen **Wie gut ist...** und **Das Duell** überdurchschnittlich viele junge Zuschauer.

Längerfristig virulente gesellschaftspolitische Fragen griffen umfangreiche Programmschwerpunkte auf. Unter dem Titel **Verschwörung gegen die Freiheit** widmeten sich der Spielfilm *APP*, *ZDFzoom* und *ZDFzeit* dem Ausmaß der Zusammenarbeit von Geheimdiensten mit der Telekommunikati-

onsbranche. Ähnlich hintergründig informierten am späten Dienstag die ARTE-Themenabende **Cyberwar – Krieg in der fünften Dimension** und **Die Arier** – die afrodeutsche Regisseurin Mo Asumang konfrontierte darin Rassisten in Deutschland und den USA mit scheinbar arglosen Fragen.

Vom Anlagetipp über die Leitzins-Entwicklung bis zum Transatlantischen Freihandelsabkommen durchdringen Wirtschaftsthemen weiterhin die gesamte aktuelle Berichterstattung des ZDF. Insbesondere ihren politischen Konnex machten die Magazine **WISO** und **makro** in zahlreichen Beiträgen deutlich, ohne dabei die Konsequenzen für den einzelnen Verbraucher aus dem Blick zu verlieren.

Mit der Integration von **Volle Kanne** in die Hauptredaktion Wirtschaft, Recht, Soziales, Service und Umwelt ab 2013 können Verbraucher- und Lebenshilfe-Themen über das Kompetenzteam Service besser gebündelt werden. So entstehen spontan redaktionsübergreifende Synergieprojekte wie **Mick Wevers hilft Flutopfern**, mit dem ein Schreiner bayrischen Katastrophenopfern Hilfe zur Selbsthilfe anbietet, aber auch längerfristige „Formate im Format“ wie der **Volle Kanne-Diagnose Doc** oder das weiterentwickelte **WISO Duell**.

Sportlich blickt das ZDF auf einen sehr erfolgreichen Berichterstattungszeitraum. Die Übertragungen von der **Champions League**, den **Olympischen Winterspielen** und der **Fußball-WM** hielten das Publikum auf der Höhe des sportlichen Geschehens und fanden insgesamt eine ausgewogene Balance zwischen mitfiebernder Teilhabe an den Wettbewerben und nachfragender, kritischer Einordnung und Analyse. Neben der Attraktivität der Ereignisse unterstützte das sportjournalistische Niveau die hohe Nachfrage des Publikums. Vor allem die Großereignisse Olympische Winterspiele in Sotschi



Kein Freund kritischer Fragen: FIFA-Präsident Sepp Blatter im „Gespräch“ mit Markus Harm

und Fußball-WM in Brasilien warfen politische und soziale Fragen auf. Antworten suchten neben anderen **planet e.** mit der Dokumentation **Sotschi – Goldmedaille für Naturvernichtung**, der ARTE-Themenabend **Enteignung auf Russisch** sowie die Reportagen von Anne Gellinek (**Durch den wilden Kaukasus**) und Marietta Slomka (**Zwischen Anden und Amazonien**).

Kritischen Umgang mit den Geschäften hinter der Vorzeigeware Fußball pflegte unter anderem Markus Harm in **Das Fußball-Imperium – Die Geschäfte der FIFA**. Die Dokumentation wurde direkt im Anschluss an eine Champions League-Übertragung gesendet. Dem Breitensport widmete allein das ZDF im Berichterstattungszeitraum über 300 Beiträge. Von den Winterparalympics in Sotschi berichtete es mehr als sieben Stunden.

3 Modernisierung kulturell-bildender Programmangebote fortführen

Das ZDF konnte seine führende Dokumentationskompetenz mit Kernmarken wie **Terra X** halten und mit immer neuen Reihen Wissenschaft für die ganze Familie zugänglich machen. Eine Ansprache jüngerer Zuschauer erreicht auch zunehmend der Ableger **Terra Xpress** mit alltagsnahen, spannenden und persönlich erzählten Umsetzungen wie **Es sind Zwillinge**. Das traditionsreiche Kulturformat **aspekte** wurde im Februar 2014 mit verändertem Themenmix, junger Moderatorenriege und moderner Bildsprache zur 45-minütigen Live-Sendung um- und ausgebaut. Der 3sat-**Wissenschaftsabend am Donnerstag** widmete sich mit **Die Macht der Zuschauer – Quotenmessung im TV** einem Thema, das Fernsehschaffende bisher meist abseits des Bildschirms pflegen.

Ein einzigartiges Konzerthighlight war Anna Netrebkos Auftritt vor der imposanten Kulisse des Roten Platzes in Moskau vor über 10.000 Klassik-Fans. Garant für höchste künstlerische Qualität sind weiterhin die Übertragungen von den großen internationalen Festivals in Salzburg und Verona. Die TV-Gala 2013 zur Preisverleihung des **ECHO Klassik** ist mit Stars wie Jonas Kaufmann, Elīna Garanča und Sol Gabetta zum international wichtigsten Branchentreffpunkt im Herbst geworden. Besonders markierten ZDF, ARTE und 3sat auch die runden Geburtstage von Giuseppe Verdi, Richard Wagner, Georg Büchner und Richard Strauss durch umfangreiche Schwerpunkte.

Zugangsbarrieren gegenüber philosophischen Fragestellungen abbauen konnte Bestsellerautor Richard David **Precht** in verschiedenen anschaulichen und intensiven Dialogen seiner gleichnamigen Gesprächssendung, etwa mit der Schriftstellerin Juli Zeh zum Thema **Der getunte Mensch – Wie perfekt wollen wir sein?** Kontrovers und gehaltvoll war auch die bisher erfolgreichste **3sat-Themenwoche** zum „**Mythos Intelligenz**“.

Verpflichtung	Beispiele
Wissensvermittlung und -teilhabe: Kernmarken mit neuen thematischen Akzenten	Neue Themen und Darstellungsformen in <i>Terra X: Deutschland – Wie wir leben</i> und <i>Die Welt der Ritter, Aspekte-Relaunch; Jahrestage</i>
Klassischen Kultur-Kanon pflegen und zum Event machen	<i>Sommernachtsmusik – Anna Netrebko vom Roten Platz in Moskau, ECHO Klassik, Schwerpunkte zu Verdi, Wagner, Büchner und Strauss</i>
Philosophische und religiöse Fragen in neuer Form aufscheinen lassen	<i>Precht; 3sat-Themenwoche „Mythos Intelligenz“</i>
Kulturangebote für ein junges Publikum ausbauen	<i>Terra X: filmische Aufbereitung Frauen, die Geschichte machten; Musik- und Open Air-Festival-Übertragungen, ARTE Lounge, Tracks</i>

Aufgrund der KEF-Einsparvorgaben musste **ZDFkultur** auf ein reines Schleifen- und Wiederholungsprogramm umgestellt werden. Um die Modernisierung der Kulturberichterstattung dennoch vorantreiben zu können, hat 3sat etwa sein Musikprogrammangebot um die Festivals „Hurricane“ und „Wacken“ erweitert, die im Kulturverbund mit ARTE bestritten werden und ein breites On Demand- und Blog-Angebot auf 3sat.de umfassen. Ein szeniges Forum mit authentischer Club-Atmosphäre und hochwertiger klassischer Musik bietet die **ARTE Lounge**, Trends und Hintergründe zur Popkultur das Magazin **Tracks**.

4 Von den Dingen des wirklichen Lebens fiktional erzählen

Einen sichtbaren Schritt im Erzählen moderner Lebenswelten ist das ZDF mit der Wiederbelebung des Genres Familienserie gegangen. Während die chaotische, aber handfeste **Familiendetektivin** das Publikum leider nicht ganz überzeugen konnte, kommt die Familienserie **Herzensbrecher** über einen alleinerziehenden Pfarrer auch bei jüngeren Zuschauern bisher gut an. Mit Christine Urspruch als kleinwüchsige Kinderärztin **Dr. Klein**, die ihren Patienten auf Augenhöhe begegnet, sowie weiteren neuen Serien gehen diese Modernisierungen im Herbst 2014 weiter.

Am Samstagabend haben mit **Helen Dorn**, **München Mord**, **Kommissarin Heller** und **Friesland** gleich vier modern erzählte Reihen mit jüngeren Protagonisten debütiert und auch reüssiert. Am Freitag ermittelt neben einem neuen Team bei **Ein Fall für zwei** nun endlich auch eine Frau, nämlich Katharina Böhm als **Die Chefin** – inzwischen bereits in der vierten Staffel. Maßstäbe vor allem in der optischen Umsetzung setzte **VERBRECHEN nach Ferdinand von Schirach**. Insgesamt ist das ZDF mit seinen Neuerungen bei Reihen und Serien erfolgreich – was angesichts der großen Schwierigkeiten anderer Fernsehanbieter bei der Etablierung neuer serieller Formate alles andere als selbstverständlich ist.

Die Fernsehfilme am Montag setzen weiterhin regelmäßig gesellschaftlich relevante und konfliktreiche Stoffe für ein großes Publikum um. Das Drama **Kein Entkommen** beispielsweise schilderte die Folgen einer Gewalttat aus der Opferperspektive – ein aufwühlender Film, dessen Denkanstöße direkt im Anschluss in einer von Maybrit Illner geleiteten Talkrunde diskutiert wurden. Auch beliebte Reihen wie der **Spreewaldkrimi** interessieren sich für die Auswirkungen beruflichen Scheiterns und sozialer Ausgrenzung, etwa, wenn in der Folge **Mörderische Hitze** anders als sonst üblich das Opfer gesucht wird und dabei die Persönlichkeit des Täters verstehbar wird.

Verpflichtung	Beispiele
Lebens-, Alltags- und Familienbezug stärken, Innovationen im Vorabend- und Hauptabend-Programm vorantreiben	<i>Schafkopf, Die Familiendetektivin, Herzensbrecher, Dr. Klein, Heldt, Die Chefin, Letzte Spur Berlin; neue Samstagskrimis; Ein Reihenhaus steht selten allein</i>
Mit Fernsehfilmen Reflexionen der Themen unserer Zeit anregen	<i>Einmal Leben bitte, Der Fall Jakob von Metzler, Lebe lieber italienisch!, Kriegerin</i>
Mehrteiler und Fortsetzungsgeschichten als Events setzen	<i>Das Adlon; Unsere Mütter, unsere Väter; Die Abrechnung</i>
Internationale Attraktionen für jüngere Zuschauer bieten	<i>Fortsetzungen der Koproduktionen Kommissarin Lund und Die Brücke; James Bond – Ein Quantum Trost, Ich – einfach unverbesserlich; Downton Abbey</i>



Jungs unter sich: Familie Tabarius in „Herzensbrecher“

Der Familienfilm **Neue Adresse Paradies** zeigt auf realistische und dennoch heiter-lebensbejahende Weise die reale Gefahr des sozialen Abstiegs einer deutschen Mittelschichtsfamilie. Auch Komödien wie **Kückückskind** kommen mit ihrer unterhaltsamen, aber wahrhaftigen Zuspitzung gesellschaftlicher Wirklichkeit in unterschiedlichen Altersgruppen gut an.

Das **Herz kino** am Sonntag erweitert immer häufiger seine Darstellungsformen gegenüber dem klassischen Melodram, um auch für ein jüngeres Publikum attraktive Varianten gefühlvoller Geschichten anzubieten. Das gelingt nicht immer in allen Belangen, doch entstehen auch eindringliche Filme wie **Einmal Leben bitte** mit Anja Kling, der sich ebenso ernsthaft wie emotional nachvollziehbar mit dem Thema Selbstüberforderung und Burn-Out auseinandersetzt, oder heitere Beiträge zur Diskussion bürgerlicher Lebenshaltung wie mit der Komödie **Die Mütter-Mafia**.

Internationale Attraktionen sind im ZDF-Hauptprogramm abseits der dafür gelernten, erfolgreich weiterlaufenden Sendeplätze wie Montagskino oder Sonntagskrimi schwer erfolgreich zu platzieren. Im Hauptprogramm ist es bisher noch nicht gelungen, einen Sendeplatz für renommierte US-amerikanische oder britische Serien wie **Mad Men** oder **Ripper Street** erfolgreich durchzusetzen, dies erfordert wettbewerbsbedingt langen Atem. Hochwertiges internationales Programm wie **Ray Donovan** einem – wenn auch kleineren – Fanpublikum zugänglich zu machen, bleibt dennoch Bestandteil des Portfolios im Hauptprogramm. Daneben macht ZDFneo internationale Serien zu einem zentralen Profilelement und bietet markante Produktionen wie z.B. **Masters of Sex** im Abendprogramm an.



Angst vor dem sozialen Nichts: Dana Golombek und Martin Brambach in „Neue Adresse Paradies“

5 Neue Akzente im Show- und Unterhaltungsangebot entwickeln

Die sich beschleunigende Aufsplitterung des Fernsehmarktes führt insbesondere im Bereich der klassischen TV-Unterhaltung zu einem Umbruch. Vor allem in der Primetime befindet sich der Markt in einer Suchbewegung: Nur ganz wenige Formate schaffen es derzeit noch, ein alters- und interessenübergreifendes Publikum gemeinsam vor den Bildschirmen zu versammeln. Das ZDF begegnet dieser Entwicklung mit singulären und aufmerksamkeitsstarken Events (**50 Jahre ZDF, Deutschlands größte Grillshow, Die Helene Fischer Show, Udo Jürgens – Mitten im Leben**) an Stelle großer Showreihen mit schwer kalkulierbarem finanziellen Risiko. Den sich ändernden Sehgewohnheiten und -bedürfnissen der Zuschauer und der letztlich nicht mehr zu korrigierenden öffentlichen Wahrnehmung von **Wetten, dass..?** ist auch die Einstellung des Showklassikers zum Jahresende 2014 geschuldet. Öffentlich-rechtliche Standards in der Show, insbesondere der Primetime-Show zu erarbeiten und weiterzuentwickeln bleibt in der veränderten Angebots-Landschaft eine vorrangige Aufgabe.

Neben dem regelmäßigen Quizformat **Rette die Million!** und den Show-Events **Deutschlands Superhirn** und **Der Super-Champion** präsentierte Jörg Pilawa im Vorfeld der Bundestagswahl die Show **Wie wählt Deutschland?**, die das politische Wissen der Bevölkerung und der prominenten Studiokandidaten testet. Mit dem Wechsel des Moderators zur ARD im Herbst 2013 wurden die geplanten neuen Show-Formate mit ihm hinfällig. Das Ziel „Unterhaltung mit Haltung und Substanz“ wird mit Johannes B. Kerner fortgesetzt: **Die große Zeitreise-Show** verbindet Quiz-Spannung und geschichtliches Wissen, **Der Quiz-Champion** führt das erfolgreich etablierte Quiz in leicht veränderter Form weiter. Christian Rach vermittelt mit dem neuartigen Hybridformat aus Show und Factual Entertainment **Rach tischt auf!** Wissen zum Thema Ernährung auf unterhaltsame Weise.

Verpflichtung	Beispiele
Weitere Show-Formate neben dem neuen <i>Wetten, dass..?</i> entwickeln	Event-Shows wie <i>50 Jahre ZDF, Deutschlands größte Grillshow, Die Helene Fischer Show; Udo Jürgens – Mitten im Leben</i>
Neue Akzente für das Tages- und Feiertagsprogramm entwickeln	<i>Der Star auf meiner Couch, Inka!, Bares für Rares, Deutschlands bester Bäcker, Ganz große Weihnachten mit Maite Kelly</i>
Satire und Comedy als Säule der Unterhaltung ausbauen	<i>Durchgedreht!, Ohne Garantie, Vier sind das Volk</i>



Unterhält jung und alt: Multitalent Helene Fischer (re.) mit Leona Lewis in ihrer Weihnachtsshow 2013

Strukturell reagiert das ZDF auf die Krise der Primetime-Show mit dem Schmieden kreativer Allianzen mit internationalen Partnern wie der BBC oder TF1. Gute Formatideen von Studierenden oder „young professionals“ werden durch den Formatwettbewerb **ShowUp** gefördert.

Intensiviert werden müssen außerdem die Bemühungen um Neuerungen im Tagesprogramm. Werktags haben **Der Star auf meiner Couch** und der Nachmittags-Talk **inka!** hier noch nicht für den Durchbruch gesorgt. Umso ermutigender war der Zuschauerzuspruch für die Trödel-Show **Bares für Rares** am Sonntagnachmittag, die im Sommer für vier Wochen in einer täglichen Ausstrahlung erprobt wurde. Einen weiteren Test wird es mit **Deutschlands bester Bäcker** ab Mitte September geben, einem regionalen Wettstreit um die in Deutschland besonders geschätzte Handwerkskunst.

Zur Modernisierung des Feiertagsprogramms hat das ZDF mit **Ganz große Weihnachten mit Maite Kelly** und **Schöne Bescherung!** ebenfalls Showformate ausprobiert, die in den kommenden Jahren weiterentwickelt werden müssen.

Seiner Rolle als Deutschlands führender Sender im Genre Kabarett/Comedy wurde das ZDF unter anderem gerecht mit der erfolgreichen Fortsetzung von **Die Anstalt** nach dem Abschied von Urban Priol und Frank-Markus Barwasser und dem Ausbau der **heute-show** zum Benchmark politischer Comedy. Neue, vielversprechende Versuche gab es mit der Polit-Impro-Show **Vier sind das Volk**, der Verbrauchercomedy **Ohne Garantie** und der Wissenschafts-Comedy **Kühe haben beste Freunde**. Nach dem Wechsel von Joko und Klaas zu ProSieben werden junge Köpfe wie Lutz van der Horst und Philip Simon sowohl bei ZDFneo als auch im Hauptprogramm in verschiedenen Sendungen eingesetzt. Im 3sat-Programm bietet u.a. die Kabarettshow **Puffpaffs Happy Hour** jungen Künstlern Gelegenheit, sich vor Publikum zu bewähren.



Ramsch oder Rarität? Horst Lichter und die ZDF-Trödel-Experten mit einem Dachbodenfund

6 Kinderprogramm-Angebote weiterentwickeln

Mit den Serien **Wolfblood – Verwandlung bei Vollmond** und **Mako – Einfach Meerjungfrau** wurde das Angebot in den bei Jugendlichen beliebten Genres Mystery und Fantasy für die 10- bis 13-Jährigen ausgebaut. Auch das Comedy-Format **Occupy School**, in dem drei Nachwuchs-Comedians mit wechselnden prominenten Gastkomikern den Schulalltag aufs Korn nehmen, richtet sich vor allem an die Zielgruppe der sogenannten Pre-Teens.

Für die jüngeren Nutzer des Kinderprogramms, aber auch ihre Eltern, wurden die liebevoll in 3D neu aufgelegten Klassiker **Die Biene Maja** und **Wickie und die starken Männer** an veränderte Sehgewohnheiten und -erwartungen angepasst. Durch Einsatz moderner CGI-Technik, die intensive Farbgebung und dynamische Kamerafahrten bleiben die Traditionsmarken der 1970er Jahre kommenden Kindergenerationen erhalten.

Auch mit den Kino-Koproduktionen **Hanni & Nanni**, **Das kleine Gespenst** und **Bibi und Tina** setzt das ZDF die Pflege seines traditionsreichen Familien-Repertoires fort. Daneben erschließt es auch die Genres Science Entertainment und Dokumentation für die junge Zielgruppe. So stellt sich ein junges Team des Wissenschafts-Formats **Checkpoint** kuriosen Fragen im Feldtest, etwa jener, ob man sich mit Klopapier aus einem Haus abseilen kann, oder ob Urin gut gegen Brennesseln ist. **Das Haustiercamp** bietet sechs Jugendlichen zwei Wochen lang die Chance zu beweisen, dass sie ein Tier artgerecht halten und pflegen können.

Der 25. Geburtstag der Kindernachrichten **logo!** wurde in allen aktuellen ZDF-Sendungen und Magazinen öffentlichkeitswirksam umgesetzt. Einen prominenten Platz in der ZDF-Berichterstattung zur Bundestagswahl nahmen die **logo!-Kinderreporter** und die Sicht der Jüngeren auf die große Politik ein.

Verpflichtung	Beispiele
Neue Akzente für 10- bis 13-Jährige	<i>Mako – Einfach Meerjungfrau, Wolfblood – Verwandlung bei Vollmond</i>
Ausbau der Comedy-Angebote für junge Zuschauer	<i>Occupy School</i>
Pflege der Familienprogramme	Kino-Koproduktionen <i>Hanni & Nanni 1+2, Bibi und Tina, Das kleine Gespenst</i> ; Fortführung von <i>Dein Song</i>



Von den Großen lernen: Der „Occupy School“-Nachwuchs mit Bülent Ceylan (li.)

7 Programmstrukturen und Profilierung der Kanäle in der Senderfamilie optimieren

Der Wettbewerbsanforderung an attraktive und klar programmierte Factual Entertainment-Formate begegnet das ZDF-Hauptprogramm seit Mai 2013 am frühen Sonntagnachmittag. Die beiden Sendeplätze um 13.15 Uhr und 14.00 Uhr sind gleichzeitig ein gelungenes Beispiel für die synergetische Beschaffung und Nutzung von Programmrepertoire: An der neu geschaffenen Factual-Strecke beteiligen sich sowohl ZDFneo als auch ZDFinfo über verschiedene Formate wie **Mit Herz und Hammer** oder **Büffelranch**.

ZDFneo konnte seinen Gesamterfolg in den vergangenen beiden Jahren steigern und mit dem **TVLab** ein wichtiges Instrument zur Umsetzung neuer Formatideen etablieren, das 2014 erstmals komplett fiktional ausgelegt ist. Neben dem Erwerb uniquer Serien fördern mit **nate light** und dem **NEOMAGAZIN** vor allem Entwicklungen für den Spätabend aus dem Bereich Satire das Image des Senders. Provokante Formate wie das mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnete **Auf der Flucht – das Experiment** und **Der Rassist in uns** befördern Debatten über Themen, die sonst kaum auf die Agenda gelangen, und stärken das Qualitätsprofil der Senderfamilie.

ZDFinfo hat sein Profil als Anbieter von hochwertigen Dokumentationen und Reportagen zu Themen der Zeit geschärft und seinen Wiedererkennungswert durch Akzentuierung auf längere Themenstrecken und konsequente Programmstrukturierung nachweislich erhöht. Das Angebot ist insbesondere in der Vermittlung von Politik deutlich auf ein jüngeres Publikum ausgerichtet und dort auch überproportional erfolgreich, vor allem bei Männern. Debatten und Meinungen, die insbesondere über soziale Medien ausgetragen und verbreitet werden, greift der interaktive Talk **log in** auf, der bereits mehrere Sonderausgaben für das Hauptprogramm beisteuern konnte. In der Reihe **Brutzeln am Brennpunkt** setzen sich zwei politisch engagierte Köche mit den Essgewohnheiten von Randgruppen im europäischen Ausland auseinander –

Verpflichtung	Beispiele
Kanal-Profilierung der Senderfamilie schärfen	Factual Entertainment-Strecke am Sonntagnachmittag; Kaufserien und Comedy bei ZDFneo, Themenstrecken bei ZDFinfo
Stärkere gemeinsame Nutzung des ZDF-Programmrepertoires und Beschaffungssynergien	Umstellung <i>ZDFkultur</i> auf Schleifenprogramm; Einsatz von <i>Bares für Rares</i> als tägliches Format
Thematische Akzentuierungen/ Thementage	<i>ZDF</i> : Junge Menschen erleben den 2. Weltkrieg; Ausbruch des 1. Weltkriegs; Folgen einer Gewalttat <i>ZDFneo</i> : Medizinschwerpunkt <i>3sat thema</i> : Menschenrecht Asyl



Geben Raum für Meinungen: Die log in-Gastgeber Sandra Rieß und Wolf-Christian Ulrich

und damit auch mit den ihnen entgegengebrachten Vorurteilen.

Mit der Neuorientierung von ZDFkultur (s. Kap. 3) wird dem Zuschauer ein fixes Wiederholungsraster unter optimaler Nutzung des Repertoires an ZDF-“Kult“-Programmen wie der *Hitparade* oder *Schlosshotel Orth* geboten. Die Primetime wird überwiegend mit Programmen aus den Jahren 2011 bis 2013 bestückt, um die Marke ZDFkultur in dieser Kernzeit erkennbar zu halten.

Verstärkt nutzt die ZDF-Senderfamilie Thementage, Schwerpunkt- und Eventprogrammierungen, um wichtige Themen, Protagonisten und historische Ereignisse im Zusammenhang darzustellen. Im Senderverbund ist hier für den Berichtszeitraum an erster Stelle die vielfältige Befassung mit dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges zu nennen, inklusive der 3sat-Themenwoche *Europa am Abgrund*. In der Programmierung von Events hat das ZDF die Kombination von Fiction mit direkt anschließender, vertiefender Dokumentation um die Variante „Fiction plus Talk“ erfolgreich ergänzt. Dies war inhaltlich besonders gewinnbringend mit den Gesprächssendungen zu den Filmen *Unsere Mütter, unsere Väter* und *Kein Entkommen*.

Die erhöhten Anforderungen an die planerische Abstimmung bei Programmschwerpunkten führen im Ergebnis im Idealfall zu einem prägnanteren Profil der Angebote und eröffnen ihnen besondere Aufmerksamkeit. Viele auch öffentlich beachtete Programmbeiträge ebenso wie gute Zuschauerzahlen für Thementage und Eventprogrammierungen sprechen dafür, dass damit Bedürfnisse des Publikums aufgegriffen werden.



Zeitsprung mit „heute“: Nachrichten aus dem Jahr 1914 im 100 Sekunden-Format

8 Nutzungsmöglichkeiten der Online-Angebote erhöhen

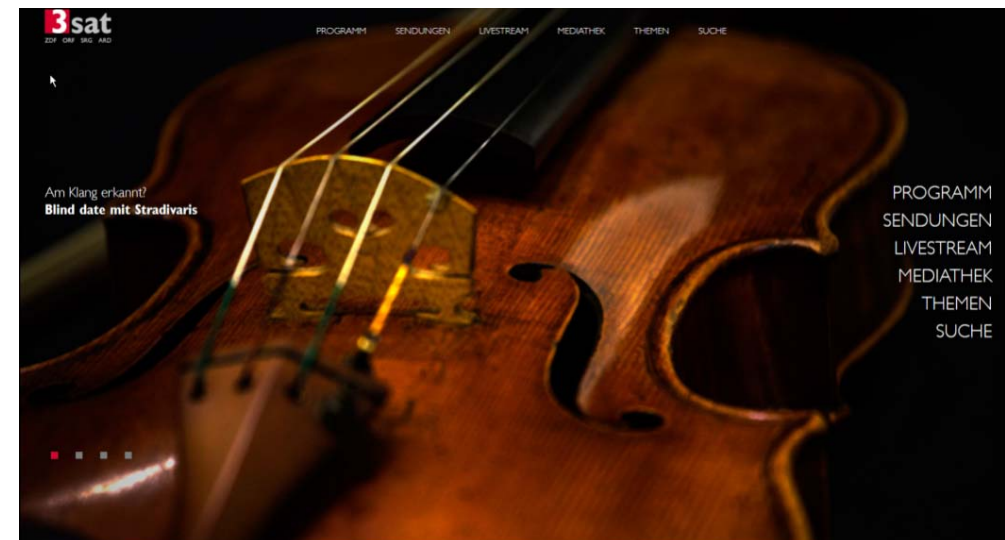
Seit Anfang 2013 bietet das ZDF sein Hauptprogramm sowie die drei Digitalkanäle ZDFneo, ZDFinfo und ZDFkultur als permanenten Live-Stream im Internet an. Die lineare Ausstrahlung im Netz gewinnt vor allem bei sportlichen Großevents, „Breaking News“-Ereignissen und Programmschwerpunkten an Bedeutung. Aber auch die Regelprogramme werden zunehmend in der Mediathek abgerufen. Dabei kann online großer Mehrwert generiert werden, wenn beispielsweise bei den Olympischen Spielen von Sotschi bis zu vier zusätzliche parallele Livestreams verschiedener Sportarten zum Abruf über PC, mobile Endgeräte oder per HbbTV bereitstehen.

Die Integration der Redaktion **heute.de** in die Hauptredaktion Aktuelles ermöglicht eine noch engere Vernetzung der ZDF-Nachrichtenangebote über alle Plattformen hinweg und stärkt sie mit höheren Videoanteilen und zusätzlichen Social-Media-Aktivitäten. Die neue **3sat Online**-Startseite legt den Fokus auf ausgewählte Themen des Tages und einen Ausbau des Livestream- und On-Demand-Angebots.

Vor allem im Sportbereich werden die jüngsten Second-Screen-Angebote des ZDF gut angenommen, etwa der Live-Blog der **Web-Tribüne** zur Champions League (cl.zdf.de) oder die MyView-Funktion in der Mediathek-App, mit der der Zuschauer bei der Fußball-WM entscheidende Spielszenen aus bis zu 20 verschiedenen Kameraperspektiven nacherleben konnte. In einem animierten Comic konnten sich Nutzer durch die Vorgeschichte der Protagonisten von **Unsere Mütter, unsere Väter** klicken – ein zusätzlicher Weg, um verschiedene Generationen über das Filmthema ins Gespräch zu bringen.

Das Programmportal **ZDF.de** und die **ZDFmediathek** werden bereits auf ihre für 2016 anstehende Fusion vorbereitet, mit der sich die prioritär beworbenen Formate stärker von der klassischen, linearen Orientierung lösen und ähnlich wie Videoportale nach verschiedenen Programmgenres sortieren.

Verpflichtung	Beispiele
Multigerätaefähigkeit erhöhen	Permanenter Live-Stream <i>ZDF</i> , <i>ZDFneo</i> , <i>ZDFinfo</i> und <i>ZDFkultur</i> ; <i>heute</i> -App, ZDF-Programm-App, Sport-App, 3sat-App
Intensivierung der Nutzungsmöglichkeiten von <i>Second Screen</i>	Interaktionsmöglichkeiten der Web-Tribüne unter <i>cl.zdf.de</i> ; bis zu 20 Kameraperspektiven der Fußball-WM mit <i>MyView</i>
Relaunch der <i>ZDFmediathek</i>	<i>HbbTV</i> , <i>Live-Fähigkeit</i>



Kultur im Fokus: Die Startseite von 3sat.de präsentiert die Top-Angebote des Tages nun im Vollbild

9 Unternehmerische Verantwortung wahrnehmen

Mit Einführung des neuen Rundfunkbeitrags 2013 wurden die barrierefreien Angebote weiter deutlich ausgebaut. Der Anteil an Sendungen mit Untertiteln für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen liegt inzwischen bei 65 Prozent des ZDF-Programms. In der zuschauerstärksten Kernzeit von 16.00 bis 21.45 Uhr sind es 100 Prozent. Darüber hinaus werden die kompletten Sendungen **Morgenmagazin** und **Mittagsmagazin** im Rahmen einer Kooperation mit der ARD mit Live-Untertiteln versehen. Etwa ein Drittel der untertitelten Sendeminuten fand sich zudem zur zeitsouveränen Nutzung in der Mediathek.

2013 hat das ZDF 21.600 Sendeminuten mit Audiodeskription ausgestrahlt. Hörfilm-Fassungen gibt es von den 19.25-Uhr-Vorabendserien, dem **Fernsehfilm der Woche** und dem **Samstagskrimi**. Dass Audiodeskription nicht nur ein Angebot für Menschen mit Sehbeeinträchtigung und somit ein Beispiel für erfolgreiche Inklusion ist, beweist die alternative Nutzung des Live-Hörfunk-Kommentars, den das ZDF bei den wichtigsten Spielen der diesjährigen Fußball-Weltmeisterschaft auf einer parallelen Tonspur anbot.

Unterhaltungssendungen des ZDF haben seit Oktober 2012 über 40 Millionen Euro an Spenden für einen guten Zweck gesammelt. Weitere fast zwei Millionen Euro kamen über die Kooperation mit dem Aktionsbündnis Katastrophenhilfe nach der Flutkatastrophe in Bayern und Ostdeutschland im Juni 2013 zusammen. Für die Opfer des Taifuns Haiyan auf den Philippinen gingen über den gleichen Weg binnen einer Woche 17,9 Millionen Euro an Spendenzusagen ein.

Neben eigenen On-Air- und Online-Angeboten zur Förderung der Medienkompetenz unterstützt die Hauptredaktion Kinder und Jugend als Medienpartner den Kindersoftwarepreis **TOMMI**. Mit dem **TOMMI** werden besonders hochwertige PC- und Konsolenspiele sowie Spiele-Apps ausgezeichnet.

Verpflichtung	Beispiele
Erweiterung der Barrierefreiheit	Ausbau von Untertitelung und Audiodeskription
Fortführung der Unterstützung von Spendenprojekten	Spenden-Galas <i>Carmen Nebel</i> (Dt. Krebshilfe), <i>Quizshow-Special</i> (Dt. Welthungerhilfe), <i>Die schönsten Weihnachts-Hits</i> (Brot für die Welt/Misereor), <i>Ein Herz für Kinder</i>
Unterstützung von Initiativen zur Förderung und Entwicklung von Medienkompetenz	Beteiligung am Informations- und Beratungsangebot <i>SCHAU HIN!</i> und am Kindersoftware-Preis <i>TOMMI</i>

Aktionsbündnis Katastrophenhilfe und Partner

01802 363 363

(6 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz, max. 42 Cent pro Minute aus Mobilfunknetzen)

Deutsches Rotes Kreuz | Diakonie Katastrophenhilfe | UNICEF | caritas international

Internet: www.spenden.zdf.de | ZDFtext Seite 890

Das ZDF unterstützt jedes Jahr karitative Organisationen durch Spendenaufrufe in seinem Programm