

TÄTIGKEITSBERICHT

des Intendanten in der 13. Sitzung
der XIV. Amtsperiode des Fernsehrats
am 29. Mai 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

signifikanteste Veränderung in der Fernsehnutzung der letzten Jahre ist wohl die Fragmentierung des Publikums. War dafür in den letzten Jahren vor allem die wachsende Zahl der Digitalkanäle verantwortlich, gewinnt nun die zeitversetzte Nutzung über Videoportale - nicht nur für junge Altersgruppen - zunehmend an Bedeutung. Mit der VorabEinstellung von zwei hochwertigen fiktionalen Programmangeboten, den Serien „Schuld“ und „The Team“ in die Mediathek hat das ZDF Neuland in der Ausspielungskette von ZDF-Fiction betreten und wichtige Erfahrungen sammeln können. Gemessen an vorliegenden Erfahrungswerten für fiktionale Programme wurden Spitzenwerte für die Nutzung der Mediathek erzielt. Wie sich das Verhältnis von zeitgebundener linearer Fernsehnutzung und zeitunabhängigem Mediathek-Zugriff entwickelt und wie der Verbund beider Angebotsformen sich auf die Gesamtnutzung von Formaten auswirkt, wird das ZDF mit weiteren VorabEinstellungen fiktionaler Programme in die Mediathek in den kommenden Jahren ausloten.

In seiner aktuellen Berichterstattung arbeitet das ZDF gewissenhaft daran, Fehler zu vermeiden. Das ergibt sich schon aus der besonderen Verpflichtung des ZDF gegenüber seinem Publikum. Kommt es dennoch zu sachlichen Fehlern oder Ungenauigkeiten werden diese seit dem 18.03.15 in der neuen Rubrik "Korrekturen" rechts unten auf der Startseite der heute.de schnell und faktenorientiert korrigiert. Das Vorbild der neuen Online-Rubrik sind die „Corrections“ der „New York Times“. Auch Hinweise von Betroffenen, Experten oder aus dem Publikum finden dort Eingang. Insofern stellt die „Korrekturen“-Rubrik einen Beitrag zur Offenheit gegenüber dem Beitragszahler und zur internen Fehlerkultur dar.

Ende August wird das ZDF der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfes der Rundfunkanstalten (KEF) seine Finanzvorschau für die Jahre 2017-2020 vorlegen. Auf dieser Anmeldung wird die KEF den Bedarf des ZDF feststellen. In meinen Gesprächen mit Vertretern der KEF habe ich den Eindruck gewonnen, dass die Kommission die vom ZDF dazu bislang eingebrachten Zahlen als hinreichend transparent erachtet und die von uns schon umgesetzten oder eingeleiteten Einschnitte beim Personal anerkennt. Ich bin zuversichtlich, der Kommission auch vermitteln zu können, dass weitere Einschränkungen beim Personal das ZDF in den Jahren 2020ff. in eine „demografische Falle“ führen könnte. So darf der notwendige Wissenstransfer im Hause nicht dadurch gefährdet werden, dass die im ZDF überproportional vertretenen geburtenstarken Jahrgänge in den Ruhestand gehen, ohne dass geeigneter Nachwuchs zur Verfügung steht. Auf die KEF-Anmeldung des Hauses bei der KEF werde ich in den weiteren Beratungen der Gremien zurückkommen.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Ausführungen über:

	<u>Seite:</u>
1 ENTWICKLUNGEN IM UNTERNEHMENS-/WETTBEWERBSUMFELD	3
1.1 Medienpolitik	3
1.2 Medienbranche	6
1.3 Medientechnologie	7
1.4 ZDF-Finanzsituation	7
2 ZDF-PROGRAMM	10
2.1 Akzeptanz	10
2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV	11
2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld	11
2.3 Chefredaktion	12
2.4 Programmdirektion	15
3 ZDF-DIGITALKANÄLE	18
3.1 Akzeptanz	18
3.2 ZDFneo	20
3.3 ZDFinfo	21
3.4 ZDFkultur	22
4 PARTNERPROGRAMME	22
4.1 ARTE	22
4.2 3sat	24
4.3 PHOENIX	24
4.4 KiKA	25
5 ZDF-TELEMEDIENANGEBOTE	26
5.1 Akzeptanz	26
5.2 „Highlights“/Neues	28
6 AUSZEICHNUNGEN/PREISE	29

Berichtszeitraum: 16.02.15 bis 15.05.15

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1. Medienpolitik

Ich nehme Bezug auf meinen letzten Tätigkeitsbericht. Das ZDF hat in seiner Stellungnahme zum ZDF-Staatsvertrag deutlich gemacht, dass der vorliegende Entwurf die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts vom 25.03.14 grundsätzlich erfüllt. Dies gilt vor allem für die zentrale Maßgabe, dass der Anteil der staatlichen und staatsnahen Mitglieder ein Drittel der gesetzlichen Mitglieder der Gremien nicht übersteigen darf und für die Konkretisierung der Anforderungen an die auch aus Sicht des ZDF wünschenswerte Transparenz des Hauses und der Gremienarbeit. Wir haben daher vor allem Änderungsvorschläge unterbreitet, die dem Zweck dienen, die Klarheit und Handhabbarkeit der geplanten Neuregelungen zu gewährleisten bzw. zu verbessern. Wir sind überzeugt, dass ein entsprechend neugefasster ZDF-Staatsvertrag die Unabhängigkeit und die Legitimation des ZDF und damit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks weiter stärkt.

Novellierung des ZDF-Staatsvertrags

Die Beratungen über die Novellierung des ZDF-Staatsvertrags sind seitdem vor allem in Bezug auf die Verteilung der Interessensbereiche auf die Länder in § 21 Abs. 1 lit. q ZDF-Staatsvertrag fortgeschritten. Diese stellt sich nunmehr wie folgt dar:

	Interessensbereich	Länderverteilung
1.	Verbraucherschutz	BW
2.	Digitales	BY
3.	Internet	BE
4.	Senioren, Familien, Frauen und Jugend	BB
5.	Wissenschaft und Forschung	HB
6.	Musik	HH
7.	Migranten	HE
8.	Bürgerschaftliches Engagement	MV
9.	Muslimen	NI
10.	Medienwirtschaft und Film	NW
11.	Menschen mit Behinderungen	RP
12.	Kunst und Kultur	SL
13.	Ehrenamtlicher Zivil- und Katastrophenschutz	SN
14.	Heimat und Brauchtum	ST
15.	Regional- und Minderheitensprachen	SH
16.	LSBTTIQ (Lesbische, Schwule, Bisexuelle, Transsexuelle, Transgender, Intersexuelle und Queere Menschen)	TH

Die Länder haben 2014 Überlegungen angestoßen, wie die Mediengesetzgebung so weiterentwickelt werden kann, dass sie den Gegebenheiten moderner konvergenter digitaler Öffentlichkeiten gerecht wird. Dabei sollen auch die Schnittstellen von Medienrecht (in der Zuständigkeit der Länder) und dem im Kompetenzbereich des Bundes liegenden Telekommunikations- und Wirtschaftsrecht in den Blick genommen werden. Die Rundfunkkommission hat dazu das Gutachten „Konvergenz und regulatorische Folgen“ bei den Professoren Schulz (Hans-Bredow-Institut) und Kluth (Universität Halle-Wittenberg) beauftragt, das im Oktober 2014 veröffentlicht wurde.

Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz

Die Länder und der Bund haben im Anschluss eine Bund-Länder-Kommission ins Leben gerufen. Die Arbeiten werden auf Länderseite von Rheinland-Pfalz und auf Bundesseite von der Beauftragten für Kultur und Medien koordiniert. Auf dieser Grundlage haben die Staatsministerin für Kultur und Medien Prof. Grütters und Ministerpräsidentin Dreyer am 26.03.15 die Schwerpunkte der zukünftigen Arbeit der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz bekanntgegeben:

- Revision der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie
- Jugendmedienschutz
- Kartellrecht und Vielfaltssicherung
- Plattformregulierung
- Regulierung von Intermediären (Suchmaschinen)
- sowie gegebenenfalls Netzneutralität.

Mit Urteil vom 17.12.14 hat das Bundesverwaltungsgericht festgestellt, dass die regionale Differenzierung von Werbespots durch Veranstalter bundesweiter Rundfunkprogramme keiner gesonderten rundfunkrechtlichen Zulassung bedarf. Der Sendergruppe ProSiebenSat.1, die das Urteil erstritten hat, jedoch auch allen anderen Veranstaltern bundesweiter Fernsehprogramme ist es damit möglich, die Werbung in den jeweiligen Kabelnetzen in der Weise auseinanderzuschalten, dass Werbespots für regional beschränkte Verbreitungsgebiete gesendet werden. Die Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages, der ein solches Vorhaben weder verbiete noch unter einen besonderen Zulassungsvorbehalt stelle, sei in Bezug auf bundesweit verbreitete Fernsehprogramme abschließend.

Regionalwerbung

Auf Seiten der Länder bestand zwischenzeitlich die Absicht, die Regionalisierung von Werbeblöcken grundsätzlich im Rundfunkstaatsvertrag zu untersagen und den einzelnen Bundesländern die Möglichkeit einer länderindividuellen, ggf. mit Bedingungen versehenen Erlaubnis einzuräumen. Bislang kam es diesbezüglich nach Kenntnis des ZDF jedoch zu keiner Einigung.

Die Länder haben 2014 zwei Eckpunktepapiere zur Novellierung des JMStV im Rahmen von Online-Konsultationen öffentlich zur Diskussion gestellt. Dazu hat die Sächsische Staatskanzlei eine aktuelle Synopse zum JMStV übermittelt, die seitens der Rundfunkreferenten der Länder auf Grundlage der Auswertung der beiden Online-Konsultationen erarbeitet worden ist. Die Änderungsvorschläge dieser Synopse lassen sich – soweit sie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Belang sind – wie folgt zusammenfassen:

Novellierung des Jugendmedienschutzstaatsvertrages (JMStV)

Die Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle sollen durch eine Verschiebung von Kompetenzen weg von der KJM und hin zu den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle gestärkt werden. Diese Kompetenzverschiebungen zu Gunsten der Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle berühren den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht. Vielmehr wird durch die in der Synopse vorgesehene Änderung des JMStV das öffentlich-rechtliche Organisations- und Kontrollmodell mit seiner binnenpluralen gesamtgesellschaftlichen Überwachung, welches auch für den Jugendmedienschutz einschlägig ist, nicht angetastet.

Mit der JMStV-Novelle wollen die Länder vordringlich die Weiterentwicklung und Verbreitung von technischen Jugendschutzprogrammen für Telemedienangebote vorantreiben. ARD und ZDF haben in ihren gemeinsamen Stellungnahmen hervorgehoben, dass diese technischen Jugendschutzprogramme das von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten präferierte Jugendschutz-System der Zeitsteuerung nicht konterkarieren dürfen. Diese Forderung wird in der aktuellen JMStV-Synopse der Länder berücksichtigt.

Im Rahmen der Novellierungsüberlegungen der Länder wurde sowohl vom öffentlich-rechtlichen als auch vom privaten Rundfunk die Forderung erhoben, dass ein neuer JMStV die systemübergreifende Anerkennung einmal erteilter Jugend-eignungen regeln sollte. Nach derzeitiger Gesetzeslage ist eine derartige Anerkennung nur im Wege einer „Einbahnstraße“ vorgesehen: Während die Rundfunkanstalten an die Freigabeentscheidungen der FSK gebunden sind, haben die Altersbewertungen des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks keine Bindungswirkung für spätere Freigabeentscheidungen der FSK. Die aktuelle Synopse sieht eine gegenseitige Anerkennung einmal erteilter Altersbewertungen nunmehr nur zu Gunsten des Privatfunks vor. Hingegen fehlt eine Einbeziehung der Altersbewertungen von ARD und ZDF. Dies widerspricht zum einen den ausdrücklichen, gegenteiligen Empfehlungen des Hans-Bredow-Instituts in seinem Evaluationsbericht 2007. Eine Ausklammerung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus einem System der gegenseitigen Anerkennung ließe zum anderen die in 50 Jahren in Jugendschutzfragen entwickelte Erfahrung sowie die in der Öffentlichkeit anerkannten jugendschutzrechtlichen Standards des öffentlich-rechtlichen Rundfunks außer Acht. Als Begründung für eine Nicht-Einbeziehung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in ein System der gegenseitigen Anerkennung wird seitens der federführenden Länder der Umstand angeführt, dass die Altersbewertungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ohne Beteiligung einer staatlichen Stelle vorgenommen werden. Demgegenüber sollen entsprechende Entscheidungen des Privatfunks noch einmal durch die KJM bestätigt werden, bevor es zu einer Anerkennung durch die FSK kommt. Für ARD und ZDF ist eine Unterwerfung unter eine nochmalige Nachprüfung durch die KJM bzw. eine Beteiligung eines staatlichen Vertreters an den diesseits getroffenen Altersbewertungen wegen des Gebots der Staatsferne jedoch nicht denkbar. Hierauf werden ARD und ZDF im weiteren Gesetzgebungsverfahren nochmals hinweisen.

1.2. Medienbranche

Die europaweit tätige RTL Group, die für ein Drittel der Erlöse und für mehr als die Hälfte des Gewinns von Bertelsmann verantwortlich ist, verzeichnete im Geschäftsjahr 2014 einen Rückgang bei Umsatz und Gewinn. Die Rendite blieb mit 19,7 % konstant. Gegen den Trend in der RTL Group verlief das Geschäft von RTL Deutschland erneut äußerst positiv. Die Mediengruppe RTL Deutschland legte sowohl bei Umsatz als auch im Gewinn zu und erzielte mit 31,8 % eine neue Rekordrendite. In keinem anderem Land erzielt die RTL Group eine so hohe Rendite wie in Deutschland. Vor dem Hintergrund des Rekordergebnisses hat die Mediengruppe RTL Deutschland laut FAZ 15 Mio. € Erfolgsbonus an seine Mitarbeiter ausgeschüttet. Jeder Mitarbeiter bekam im Schnitt 1,5 Monatsgehälter zusätzlich als Prämie ausgezahlt.

ProSiebenSat.1 verbesserte 2014 sowohl im Gesamtkonzern als auch im Bereich „TV im deutschsprachigen Bereich“ Umsatz und Gewinn. Genauso wie bei der RTL Group, die im Ausland deutlich aktiver als ProSiebenSat.1 ist, liegt die Rendite des Geschäftsfelds „TV im deutschsprachigen Bereich“ von ProSiebenSat.1 mit 32,8 % über der Rendite des Konzerns. Rund ein Drittel der Umsatzerlöse des vergangenen Jahres erzielte ProSiebenSat.1 2014 aus anderen Quellen als dem TV-Werbegeschäft. Der Umsatz wurde unter anderem von Reise- und Mietwagenportalen, Gaming-Firmen und E-Commerce-Plattformen erwirtschaftet. Hintergrund ist das Vermarktungsmodell „media for acquity“, das ProSiebenSat.1 vor einigen Jahren eingeführt hat: junge Unternehmen erwerben Werbezeit, indem sie Anteile an ihrem Unternehmen an ProSiebenSat.1 abtreten. Im März 2015 hat ProSiebenSat.1 mit 7Commerce ein strategisches Beteiligungsgeschäft im eCommerce-Bereich gegründet, die sich schwerpunktmäßig an Online-Händlern beteiligen soll und bereits sieben Beteiligungen hält.

Der Bezahlfernsehsender Sky steigerte im ersten Halbjahr seines Geschäftsjahres 2014/2015 seinen Umsatz und wies mit 57,9 Mio. € erstmals seit Jahren ein positives operatives Geschäftsergebnis aus. Die Verbesserung der Geschäftszahlen lässt sich unter anderem mit einer gestiegenen Abonnentenzahl erklären. 2014 gelang es Sky, nach Abzug von Kündigungen 310.000 neue Kunden zu gewinnen.

Nachdem sich die Politik in der Schweiz entschlossen hat, eine Haushaltsabgabe nach deutschem Vorbild einzuführen (eine Volksabstimmung über den Wechsel oder den Erhalt des alten Modells steht noch aus), sind nun in Großbritannien Parlamentsabgeordnete des Ausschusses für Kultur, Medien und Sport in einem Ende Februar veröffentlichten Bericht zu dem Schluss gekommen, dass die heutige Gebühr keine langfristige Zukunft mehr habe und innerhalb der kommenden 15 Jahre modernisiert werden müsse. Eine reine Fernsehgebühr sei vor dem Hintergrund der technischen Veränderungen in den Medien immer schwieriger zu rechtfertigen. Die Abgeordneten schlagen vor, dass künftig jeder Haushalt eine Abgabe zahlt. BBC-Direktor Tony Hall begrüßte den Vorstoß.

Parallel zur Einführung einer Haushaltsabgabe sprechen sich die

**RTL 2014 mit
Rekordergebnis in
Deutschland**



**ProSiebenSat.1
erzielt Rekord-
ergebnis in
Deutschland und
expandiert beim
E-Commerce**



**Sky Deutschland
wieder mit Gewinn**



**Großbritannien
diskutiert über
Haushaltsabgabe
nach deutschem
Vorbild und eine
Reform der BBC-
Aufsichtsstrukturen**



Parlamentarier auch für eine grundsätzliche Reform der Aufsicht über die BBC aus. So soll unter anderem der BBC Trust – das aktuelle Aufsichtsgremium der BBC – ersetzt werden. Die Vorsitzende des BBC Trusts, Rona Fairhead, zeigte sich offen für Veränderungen und plädierte für eine „intelligente Reform“ des BBC-Aufsichtsmodells. Zwar sei dieser seinen Aufgaben bisher im Wesentlichen erfolgreich nachgekommen, doch bestehe ein ständiger Zuständigkeitskonflikt mit dem BBC Executive Board. Die Aufrechterhaltung der Binnenkontrolle formuliert Fairhead als Mindestbedingung zur Wahrung von Sonderstatus und politischer Unabhängigkeit der BBC, wenn 2016 eine Neufassung der BBC-Charter erarbeitet werden wird.

1.3 Medientechnologie

Im Rahmen des von den Landesmedienanstalten moderierten „Runden Tisches“ für den Umstieg von DVB-T auf DVB-T2 haben sich die Programmveranstalter Ende Februar auf einen gemeinsamen Starttermin in den Ballungsräumen im ersten Quartal 2017 geeinigt. Mitte 2019 wird die Migration auf DVB-T2 mit der Umstellung der Flächensender abgeschlossen sein, erst danach wird das 700-MHz-Band vollständig von der Rundfunknutzung geräumt sein. Nichtsdestotrotz bereitet der Bund derzeit die Versteigerung der 700-MHz-Frequenzen für das zweite Quartal 2015 vor. Nach Plänen der Bundesnetzagentur sollen erste Inseln der 700-MHz-Mobilfunknutzung bereits im Jahr 2017, ohne Gefährdung des DVB-T2-Umstieges, möglich sein. Ob das klappt, bleibt jedoch abzuwarten.



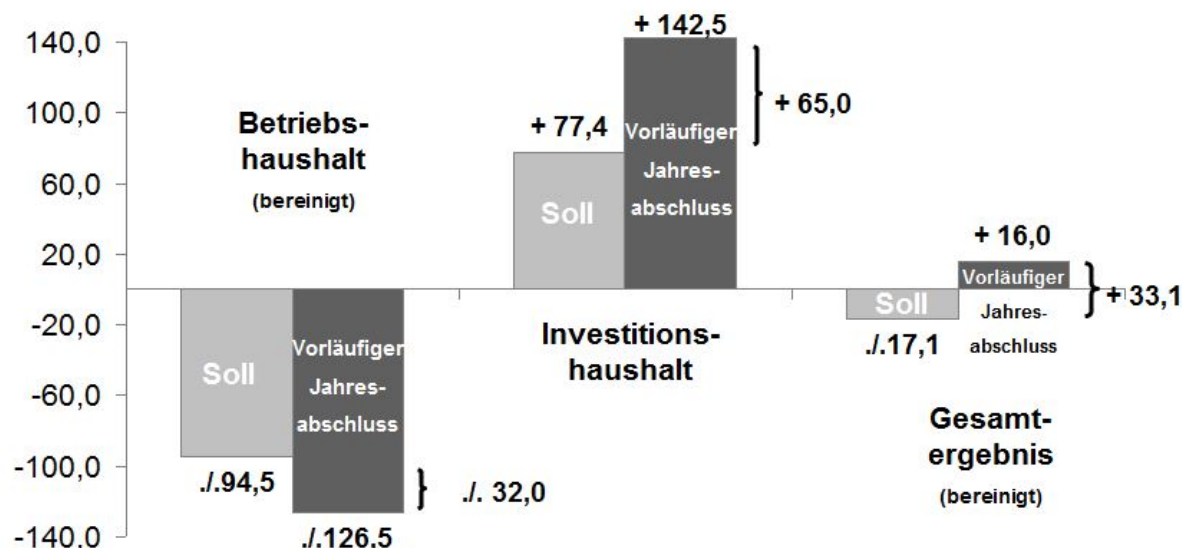
Die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten hat am 17. März der MEDIA BROADCAST GmbH den Zuschlag für den DVB-T2-Plattformbetrieb für die Verbreitung der privaten Programmangebote erteilt. In den Ballungsräumen wird MEDIA BROADCAST private verschlüsselte Programme sowie einzelne unverschlüsselte Programme überwiegend in HD-Qualität verbreiten. Endkunden wird die Freischaltung der Programme gegen Entgelt ermöglicht. In ausgewählten Ballungszentren wurde in Aussicht gestellt, bereits 2016 einen vorlaufenden Simulcast mit fünf bis sechs Programmen in HD zu starten. ARD und ZDF werden jeweils mit ihren Hauptprogrammen – natürlich unverschlüsselt – ebenfalls dabei sein. Das bedeutet noch nicht, dass dieser vorlaufende Simulcast der Start der DVB-T2-Umstellung von ARD und ZDF ist. Insbesondere werden ARD und ZDF ihre Programme auch über DVB-T2 kostenfrei und unverschlüsselt außerhalb der geplanten Plattform verbreiten. Dabei werden nach heutigem Planungsstand sämtliche Programmangebote in HD verfügbar sein.

1.4 ZDF-Finanzsituation

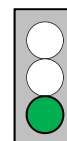
Nach dem vorläufigen Jahresabschluss 2014 zeigen sich folgende Ergebnisse: Bereinigt um die nicht verfügbaren Beitragsmehrerträge von 147,2 Mio. €, die gemäß Empfehlung der KEF in eine Sonderrücklage eingestellt werden, ergibt sich das **bereinigte Betriebsergebnis** mit einem Fehlbetrag von ./. 126,5 Mio. €. Gegenüber dem Soll fällt der Fehlbetrag um 32,0 Mio. € höher aus. Im **Investitionshaushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von + 142,5 Mio. €, das um

65,0 Mio. € über dem Soll liegt. Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte Gesamtüberschuss von 16,0 Mio. € wird der Rücklage Gesamtergebnis zugeführt. Dies bedeutet eine Verbesserung von 33,1 Mio. € gegenüber dem Soll (./. 17,1 Mio. €).

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



Auf der Ertragsseite zeigen sich bei den Erträgen aus dem Rundfunkbeitrag erhebliche Mehrerträge, vor allem aus der Direktanmeldung. Die gemäß KEF verfügbaren Mehrerträge beim Rundfunkbeitrag belaufen sich einschließlich der Anderen Erträge, die gegenüber der unterjährigen Prognose deutlich höher ausgefallen sind, auf 24,0 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 liegt der gesamte Personalaufwand ohne Altersversorgung geringfügig unter dem Soll. Der aus den Vorgaben des 19. KEF-Berichts abgeleitete Zielwert bei den Personalaufwendungen wird damit nicht ganz erreicht.

Bei der Altersversorgung zeigen sich diverse Mehraufwendungen aufgrund des höheren Rentnerbestandes sowie im Zusammenhang mit zusätzlichen Frühverrentungen. Bei der Zuführung zur Versorgungsrückstellung sind darüber hinaus Mehraufwendungen gem. der versicherungsmathematischen Berechnung zu berücksichtigen. Der erheblichen Erhöhung der Versorgungsrückstellung im Zusammenhang mit der BilMoG-bedingten unterjährigen Reduzierung des Rechnungszinses (67,4 Mio. €) stehen korrespondierende Einnahmen im Investitionshaushalt gegenüber. Dieser Mehrbedarf ist durch den Haushaltsbeschluss Ziff. 6 gedeckt.

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

Bei den Gemeinkostenbereichen zeigt sich eine Unterschreitung, die auf diverse Einsparungen im Haushaltsvollzug zurückzuführen ist. Auch die Übrigen Gemeinkosten bleiben insgesamt hinter dem Ansatz zurück.

Beim Dienstleistungsbereich ist eine Ergebnisverschlechterung gegenüber dem Haushaltsplan insbesondere aufgrund niedrigerer Umsätze mit dem Programm und den Gemeinkostenbereichen zu verzeichnen.

Im Investitionshaushalt ergibt sich eine deutliche Verbesserung insbesondere aufgrund höherer Versorgungsrückstellungen, die im Investitionshaushalt eine Einnahme darstellen.

Infolge des Abgleichs mit allen Einwohnermeldedaten, der im Zuge der Umstellung des Finanzierungssystems von der Gebühr auf den Beitrag einmalig vorgenommen werden durfte, sind die Beitragserträge des ZDF um über 171 Mio. € höher ausgefallen als geplant. Mehr als 147 Mio. € davon stehen nicht zur Deckung laufender Aufwendungen zur Verfügung, sondern müssen aufgrund der KEF-Vorgaben einer Sonderrücklage zugeführt werden, die als finanzielles Polster für die nächste Beitragsperiode und für mögliche Beitragsminderungen dient, die sich als Ergebnis der systematischen Evaluierung des Beitragssystems ergeben können. Der Erfolg des Datenabgleichs ist dem neuen Verfahren der Direktanmeldung geschuldet: Danach werden seit Anfang 2014 potentiell Beitragspflichtige, die auf Aufforderung zur Klärung beitragsrelevanter Sachverhalte mehrfach nicht reagieren, Beitragsrechnungen rückwirkend zum 01.01.13 gestellt.

Ertragsentwicklung Rundfunkbeitrag und Beitrags- senkung

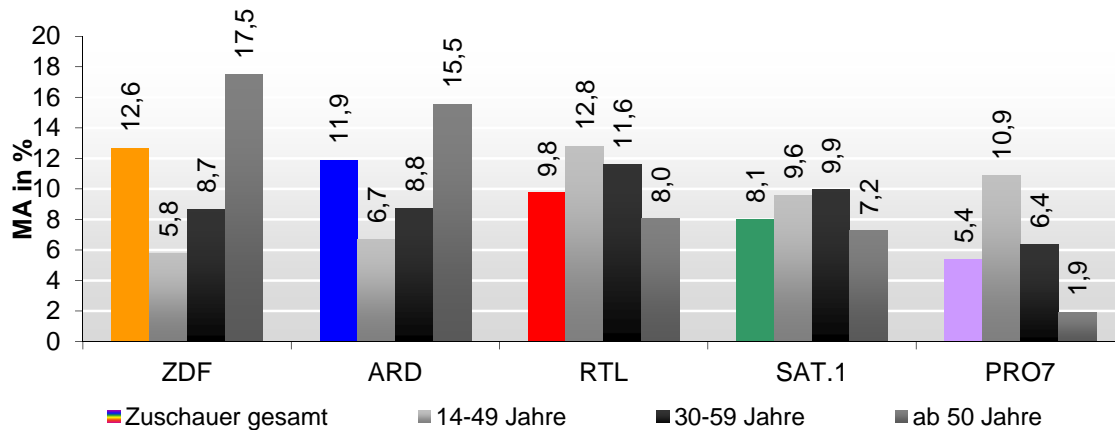
Der hohe Zugang an beitragspflichtigen Nutzungen wirkt auch für die Folgejahre. Auch wenn die Beitragsplanung erst im Juli erfolgt, um ihre Aktualität bei der Abgabe der Unterlagen für den 20. KEF-Bericht Ende August zu gewährleisten, ist aufgrund einer groben Hochrechnung der Ergebnisse 2014 bereits absehbar, dass trotz der Senkung der monatlichen Höhe des regulären Beitrags von 17,98 € auf 17,50 € das Aufkommen höher liegen wird, als es bei der Planung im Vorfeld des 19. KEF-Berichts erwartet worden war. Damit kann die Sonderrücklage auch in den Jahren 2015 und 2016 weiter aufgestockt werden. Einen Spielraum für höhere Aufwendungen verschaffen die zusätzlichen Beitragserträge dem ZDF – ebenso wie den anderen Anstalten – bis Ende 2016 nicht.

2 ZDF-Programm

2.1 Akzeptanz

Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Gesamttag

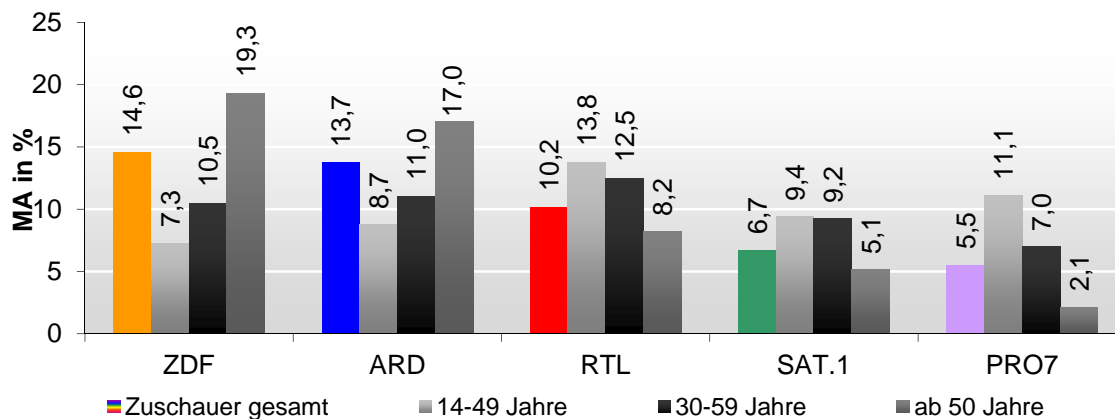
Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Feb 2015 bis Apr 2015



Das ZDF ist im Berichtszeitraum Februar 2015 bis April 2015 Marktführer vor der ARD. RTL bleibt unter der 10-Prozent-Marke und wird Dritter vor Sat.1 und ProSieben. Im Blick auf die einzelnen Monate ist das ZDF durchgehend Marktführer – im April zusammen mit der ARD. Bei ab 50-Jährigen hält das ZDF im Berichtszeitraum die Marktführerschaft. Bei den 30-59-Jährigen hingegen ist RTL Erster vor Sat.1, der ARD und dem ZDF. Bei 14-49-Jährigen ist das ZDF Siebter hinter Marktführer RTL, ProSieben, Sat.1, VOX der ARD und RTL 2.

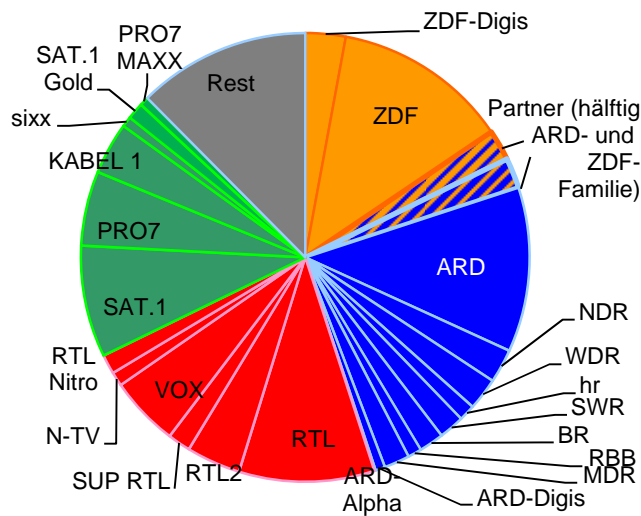
Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Primetime (19.00-23.00 Uhr)

Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Feb 2015 bis Apr 2015



In der Primetime ist das ZDF mit 14,6 % Marktanteil Erster vor der ARD mit 13,7 % und RTL mit 10,2 %. Auch bei ab 50-Jährigen liegt das ZDF in der Primetime weiter vorne, bei 30-59-Jährigen ist das ZDF Dritter hinter Marktführer RTL und der ARD. Bei 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, Feb 2015 bis Apr 2015**



Zuschauer ab 3 Jahre Feb 2015-Apr 2015	
MA %	
ZDF-Familie	17,8
ARD-Familie	27,3
RTL Gruppe	22,8
PRO 7/SAT.1	19,8

Von Februar 2015 bis April 2015 erreicht die ZDF-Familie im Schnitt 17,8 % Marktanteil und belegt damit unter den betrachteten Senderfamilien den vierten Platz hinter der ARD-Familie, der RTL-Gruppe und ProSiebenSat.1, wobei das Hauptprogramm 71 % zum Programmerfolg beiträgt, während die Partnerkanäle 12 %, die Digitalkanäle 16 % zum Gesamterfolg beisteuern.

Die ARD ist mit 27,3 % Marktanteil weiterhin die erfolgreichste Senderfamilie. Das Erste und die zusammengefassten Dritten Programme der ARD machen mit 44 % bzw. 45 % den größten Anteil aus, während die Digitalkanäle der ARD 3 % beitragen. Die Partner steuern aufgrund der größeren Anzahl der Sender in der ARD-Familie 8 % zum Gesamterfolg bei.

Dritterfolgreichste Senderfamilie insgesamt ist die RTL-Gruppe mit 22,8 % Marktanteil vor ProSiebenSat.1 mit 19,8 % Marktanteil.

2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV

2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld

Die Entwicklung des Wettbewerbsumfelds der ZDF-Programme in den ersten vier Monaten des Jahres 2015 schreibt die in den vergangenen Tätigkeitsberichten beschriebenen Trends fort. Die Marktführerschaft des ZDF-Hauptprogramms und Zugewinne der ZDF-Senderfamilie basieren im Hauptprogramm u.a. auf einem guten Jahresstart und stark nachgefragten Fernsehfilmen, Serien, Dokumentationen und Nachrichten. Die Digitalkanäle können die Etablierung erfolgreicher Sendetermine bei ZDFneo wie z. B. am Mittwoch um 20:15 Uhr mit ZDF-Samstagskrimi-Wiederholungen stabilisieren und ausbauen.

ZDF neo (+ 0,3 %) sowie ZDFinfo (+ 0,2 %) stehen im ersten Quartal 2015 für die sich fortsetzende Fragmentierung des Marktes. Neben den ZDF-Kanälen legen in diesem Zeitraum u.a. Sat.1 Gold, RTL Nitro sowie PRO7 MAXX weiter zu, in geringem Umfang auch ARTE und PHOENIX. Zugleich haben die „großen“ Vollprogramme weitere Verluste hinzunehmen, v.a. RTL (- 1,1 %), Das Erste (- 0,8 %), in geringerem Ausmaß auch das ZDF-Hauptprogramm (- 0,3 %) und Sat.1 (- 0,2 %). Dieser Trend wird

sich voraussichtlich im weiteren Jahresverlauf fortsetzen. Die laufende Optimierung und Abstimmung der Sendepanung von Programm-Marken und Repertoireprogrammen aller Genres wird vor diesem Hintergrund zur Daueraufgabe für die Senderfamilien und ihre Kanäle. Dies ermöglicht die gezielte Ansprache von Publikumsinteressen und bei Erfolg den Ausgleich von Marktanteilsverlusten der „großen“ Programme durch die Digitalkanäle.

Neben den Digitalkanälen beginnen auch Videoportale zu einem Element der Publikumsfragmentierung zu werden. Zwar ist der deutsche Markt noch deutlich entfernt von Angebotsveränderungen auf dem amerikanischen, auf dem gegen Ende 2014 rund 40 % der Haushalte Videoportale nutzten. Die 2014 nicht nur für junge Altersgruppen, sondern auch für die Erwachsenen ab 14 Jahr gestiegene Sehdauer von Videos im Internet deutet aber auf Veränderungen auch auf dem deutschen Markt hin. In diesem Umfeld haben die vom ZDF im Februar, März und April realisierten Vorabereinstellungen der Serien „Schuld“ und „The Team“ in die Mediathek wichtige Erfahrungen erbracht. Gemessen an vorliegenden Erfahrungswerten für fiktionale Programme haben sie zu Spitzenwerten für die Nutzung via Mediathek geführt. Sie war höher, als sie ohne Vorabereinstellung gewesen wäre. 51 % Vorab-Nutzung bei „The Team“ und 59 % bei „Schuld“ stehen u. a. für ein spürbares Interesse des Publikums an der zeitunabhängigen Vorab-Nutzungsmöglichkeit hochwertiger fiktionaler Programmangebote. Die Zuschauerzahlen für die Fernseh-Ausstrahlung lagen auf dem Niveau anderer Produktionen auf dem Sendepplatz, wurden also nicht durch die Vorab-Einstellung beeinträchtigt. Bemerkenswert war, dass die originalsprachigen Fassungen von „The Team“, die bei der Vorabereinstellung in die Mediathek angeboten wurden, spürbare Nachfrage erfuhren. Ebenso sind die 25.000 nach rund einer Woche erreichten Twitter-Tweets zu „The Team“, die Voraussetzung für die Einstellung der letzten Folge von „The Team“ in die Mediathek, ein Hinweis auf starke aktive Auseinandersetzung von Zuschauern mit dem Programm. Bei der Vorabereinstellung der beiden Produktionen in die Mediathek mehrere Wochen vor der Fernsehausstrahlung, handelte es sich um Neuland in der Ausspielungskette von ZDF-Fiction. Wie sich das Verhältnis von zeitgebundener linearer Fernsehnutzung und zeitunabhängigem Mediathek-Zugriff entwickelt und wie der Verbund beider Angebotsformen sich auf die Gesamtnutzung von Formaten auswirkt, wird das ZDF mit weiteren Vorabereinstellungen fiktionaler Programme in die Mediathek in den kommenden Jahren ausloten.



2.3 Chefredaktion

Der Absturz der Germanwings-Maschine am 24.03.15 in den französischen Alpen hat die aktuelle Berichterstattung Ende März geprägt. Das ZDF reagierte mit einer Reihe von Sonder-sendungen auf die neusten Entwicklungen und Ergebnisse der staatsanwaltlichen Untersuchungen. Online wurden die Ereignisse ebenfalls intensiv begleitet. „heute.de“ stellte die vielfältigen Angebote in Themenschwerpunkten zusammen, ergänzt durch eigene Interviews, Hintergrundtexte, Bilder, Videos und Fakten-boxen.

Absturz der „Germanwings“- Maschine

Insgesamt wurden die Nachrichtensendungen sowie die umfangreiche Sonderberichterstattung sehr gut angenommen. Die drei „ZDF spezial“-Ausgaben im Anschluss an die „heute“-19:00 Uhr verzeichneten eine hohe Zuschauerakzeptanz (Ø 4,22 Mio., 14,7 % MA). Die Ausgabe am 26.03.15 (4,83 Mio.; 17,9 % MA) war das meistgesehene „ZDF spezial“ seit der Sondersendung zu Orkan Xaver im Jahr 2013. Auch der „maybrit illner“-Talk zum Thema ist überdurchschnittlich gut eingeschaltet gewesen (3,02 Mio.; 14,3 % MA). Online erreichte die „heute.de“ einen der höchsten Tageswerte der vergangenen Jahre (Ø 1 Mio. Visits). ZDF und ARD widmeten dem Thema je über 30 Stunden, wobei die ARD mit rund 37 Stunden in der Fläche mehr über den Flugzeugabsturz berichtete als das ZDF mit rund 34 Stunden. Über alle Sendungen gesehen liegt das ZDF (Ø 13,7 % MA) leicht vor der ARD (Ø 13,5 % MA).



Katastrophenberichterstattung stellt immer eine Herausforderung dar. Einerseits besteht ein berechtigtes Informationsbedürfnis des Zuschauers, andererseits gilt es die Persönlichkeitsrechte der Opfer und Hinterbliebenen zu schützen. Zudem geht es darum, in den vertiefenden Informationen und Analysen trotz unübersichtlicher Faktenlage Einordnungen und Erklärung zu bieten. Das ZDF ist sich seiner besonderen Verantwortung an dieser Stelle bewusst. Die hohe Zuschauerakzeptanz zeigt, dass die Informationskompetenz des Senders gerade bei Krisen und Katastrophen besonders geschätzt wird.

Das schwere Erdbeben in Nepal mit über 7.000 Toten war im Berichtszeitraum Thema in den aktuellen Sendungen des ZDF. Auch auf der „heute.de“ und über die sozialen Netzwerke informierte der Sender kontinuierlich über die Auswirkungen der Naturkatastrophe. ZDF-Südostasienkorrespondent Peter Kunz erreichte bereits zwei Tage nach dem Erbeben die nepalesische Hauptstadt Kathmandu und berichtete über die Situation vor Ort. ZDF-Reporter Lothar Becker begleitete einen Hilfsflug nach Nepal und zeigte die Arbeit der deutschen Helfer. Ein „ZDF spezial“ mit dem Titel „Erdbeben in Nepal – die schwierige Rettung“ vertiefte am 27.04.15 die aktuelle Berichterstattung (2,78 Mio., 11,3 % MA). Ein Beitrag befasste sich mit der schwierigen Rettung in Kathmandu. Außerdem wurde die Situation der Bergsteiger am Mount Everest thematisiert. Eine durch das Erdbeben ausgelöste Lawine hatte ein Basislager von Bergsteigern verschüttet. In einem Schaltgespräch kam Bergsteiger Reinhold Messner zu Wort, der die Situation in Nepal besonders gut kennt. Er erklärte, dass es am Mount Everest die besten Rettungsmöglichkeiten gebe, deshalb ginge es nun vor allem um die Hilfe für die Menschen in Nepal. Vom 26.04.15 bis 30.04.15 wurden zudem Spendenaufrufe des „Aktionsbündnis Katastrophenhilfe“, bestehend aus Caritas international, Deutschem Roten Kreuz, Diakonie Katastrophenhilfe und Unicef Deutschland, im Programm gesendet. Bisher kamen über die Telefonhotline rund 750.000 € an Spenden zusammen.

Erdbeben in Nepal

Das ZDF hat als öffentlich-rechtlicher Sender eine besondere Verpflichtung gegenüber seinem Publikum. Deswegen hat der Sender am 18.03.15 auf heute.de die neue Rubrik "Korrekturen" eingerichtet. Fehler, die in der aktuellen Berichterstattung immer passieren können, werden dort schnell und faktenorientiert korrigiert. Das Vorbild der neuen Online-Rubrik sind die

Neue Korrekturen- Rubrik auf heute.de

„Corrections“ der „New York Times“. Durch die selbstkritische Betrachtung der eigenen Arbeit können Ungenauigkeiten oder sachliche Fehler umgehend richtiggestellt werden. Auch Hinweise von Betroffenen, Experten oder aus dem Publikum finden dort Eingang. Das ZDF versteht die „Korrekturen“-Rubrik als Beitrag zur Offenheit gegenüber dem Beitragszahler und zur internen Fehlerkultur. Zum Start der Rubrik ist dort eine Richtigstellung zu einem „heute“-Bericht vom 12.03.15 über die Folgen des syrischen Bürgerkriegs für die in der Region lebenden Kinder zu lesen. Dort wurden die Zahlen des Kinderhilfswerks UNICEF nicht korrekt wiedergegeben. Im Text hieß es: "Unter dem Konflikt leiden laut UNICEF rund 14 Millionen syrische Kinder und Jugendliche." Es hätte aber heißen müssen: "Unter dem Konflikt leiden laut UNICEF 14 Millionen Kinder und Jugendliche in Syrien und in den Nachbarländern." Das ZDF arbeitet in aller Gewissenhaftigkeit daran, Fehler zu vermeiden. Wo dennoch Fehler passieren, werden sie nun in chronologischer Reihenfolge aufgelistet und die "Korrekturen" vorgenommen. Die Rubrik findet sich rechts unten auf der Startseite der heute.de. In gravierenden Fällen findet die Korrektur auch in den betroffenen Sendungen statt.

Am 18.05.15 löst das neue Nachrichtenformat „heute +“ die Sendung „heute nacht“ ab. Der Testbetrieb für das crossmediale Angebot läuft schon. Bei „heute +“ werden die einzelnen Sendungsinhalte bereits vor der TV-Ausstrahlung online und über soziale Medien verbreitet. Dafür wählt „heute +“ eine Ansprache und Tonalität auf Augenhöhe mit dem interneterfahrenen Publikum: kein „Nachrichten-Hochamt“, sondern Dialog. So soll eine frische Marke für exzellenten, kritischen und mutigen Echtzeitjournalismus entwickelt werden. Das neue Format präsentieren Daniel Bröckerhoff (Jahrgang 1978) und Eva-Maria Lemke (Jahrgang 1982). Die neue „heute +“, die nun die ZDF-„heute“-Nachrichten-Familie ergänzt, ist auch eine Weiterentwicklung der „heute plus“-Sendung, die bisher bei ZDFinfo lief und deren letzte Ausgabe am Freitag, 24.04.15, ausgestrahlt wurde. Das prägende Element des Dialogs zwischen den Zuschauern und den Nachrichtenschreibern wird im neuen „heute +“-Format weiter ausgebaut.

**„heute +“ statt
„heute nacht“**

Das ZDF arbeitet intensiv am Konzept der „ZDF.reportage“. Die Sendung erzählt Geschichten aus dem „wahren“ Leben, steht am Sonntagvorabend aber in einem schwierigen Wettbewerbsumfeld (Ø 2014: 1,56 Mio., 8,0 % MA). Mit aktions- und bildstarken Themen sowie einer stärkeren seriell ausgerichteten Erzählweise will die „ZDF.reportage“ neue Zuschauergruppen gewinnen. Im Mittelpunkt der neuen Reportage steht immer ein Protagonist, der den Zuschauer mit in seine Lebenswelt nimmt, der sich aber auch privat öffnet. Ein Beispiel für diese neue Form der Reportage war die dreiteilige Reihe „Die Trucker“, gesendet im Januar 2015 (Ø 2,37 Mio., 10,0 % MA). Die Serie lief im Programm äußerst erfolgreich. Die Stoffe werden systematisch auf eine hohe Spielfrequenz auch bei ZDFinfo eingesetzt.

**Formatentwicklung
„ZDFreportage“**



Die ZDF-Wintersportberichterstattung ist in der Saison 2014/2015 auf eine positive Zuschauerresonanz gestoßen. Durchschnittlich 2,50 Millionen Zuschauer verfolgten die Übertragungen vom Saisonauftakt Ende Oktober 2014 in Sölden bis einschließlich Sonntag, 08.03.15 (Ø 2014/2015: 2,50 Mio., 17,7, % MA). Damit

wurden die Akzeptanzwerte der vergangenen Saison deutlich übertroffen (Ø 2013/2014: 2,10 Mio., 16,2, % MA). Das Sendevolumen von „ZDF SPORTextra“ belief sich auf insgesamt 173 Stunden, darüber hinaus stand den Nutzern ein ausführliches Online-Angebot zur Verfügung. Die nacholympische Saison war unter anderem geprägt von zahlreichen Weltmeisterschaften, darunter Ski alpin, Ski nordisch, Bob- und Skeleton sowie Biathlon. Zu den weiteren Höhepunkten im ZDF-Wintersportprogramm zählten die Biathlon World Team Challenge auf Schalke, die Übertragung der Springen drei und vier bei der Vierschanzentournee und die Live-Berichterstattung von der Tour de Ski. Nach wie vor ist Biathlon bei den TV-Zuschauern die Wintersportart Nummer eins (Ø 3,52 Mio., 24,0 % MA). Nicht zuletzt die hervorragenden Leistungen der deutschen Athleten haben zur großen Popularität dieser Sportarten mit beigetragen. Die Kompetenz von ARD und ZDF auf diesem Feld zahlt sich aus. Auch 2019 und 2021 werden die Alpinen und Nordischen Ski-Weltmeisterschaften von den öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen. Hierüber haben sich die internationale Sportmarketing-Firma Infront Sports & Media, Vermarktungspartner des Internationalen Ski Verbands (FIS), und SportA, die Sportrechteagentur von ARD und ZDF, verständigt.

Erfolgreicher Wintersport im ZDF



Das ZDF wird beim Finale der UEFA Champions League am 06.06.15 in Berlin als Host Broadcaster verantwortlich für das internationale Fernsehbild sein, das von rund 130 TV-Stationen weltweit ausgestrahlt und von rund 180 Millionen Zuschauern verfolgt werden wird. Bereits im vergangenen Jahr hatte die UEFA diese Aufgabe dem ZDF übertragen und damit die erfolgreichen Produktionen und Übertragungen des ZDF in der Champions League seit der Saison 2012/13 gewürdigt. Bei dieser prestigeträchtigen Produktion werden 40 Kameras im Einsatz sein, das ZDF bietet damit Übertragungsqualität auf höchstem internationalen Niveau. Das ZDF überträgt dieses Finale als deutscher Free-TV-Partner der UEFA live, eine umfassende Vor- und Nachberichterstattung präsentiert den Fernsehzuschauern alle Aspekte und Geschichten dieses großen Fußballtags. Moderator wird Oliver Welke sein, unterstützt von dem ZDF-Experten Oliver Kahn. Bela Rethy kommentiert das Spiel. Wenige Stunden vor dem Anpfiff im Berliner Olympiastadion stimmt „hallo deutschland“ ab 17:10 Uhr die Zuschauer live am Brandenburger Tor auf das große Endspiel am Abend ein.

Blick in die Zukunft „Champions-League“-Finale



2.4 Programmdirektion

Die gesellschaftlich relevanten und hochaktuellen Themen Demenz und Patientenbetreuung hat am 30.03.15 der Fernsehfilm „**Sein gutes Recht**“ aufgegriffen (3,95 Mio, 12,1 % MA / Erstsendung bei ARTE am 07.11.14: 0,64 Mio., 2,1 % MA.). Erzählt wird der fiktive Fall des im Anfangsstadium an Demenz erkrankten Pensionärs Max Büttner (Matthias Habich), der Opfer eines überforderten und betrügerischen juristischen Betreuers wird. Autor Marco Wiersch und Regisseurin Isabel Kleefeld schildern dramatisch, nachdrücklich, mit leisem Humor und ohne Pathos den zerbrechlichen Alltag von Max Büttner und seiner alten Jugendfreundin Leni (Thekla Carola Wied). Die in diesem Film gewählte Opferperspektive wurde bisher im Fernsehen noch

nicht fiktional erzählt. Die Realitätsnähe des fiktionalen Falls gründet auf einer akribischen Recherche und intensiven Zusammenarbeit mit Medizinern und Juristen. Um das Thema „Betreuung und Betreuungsmissbrauch“ zu vertiefen, wurde der Film von einer Dokumentation (3,72 Mio., 12,3 % MA) begleitet, die den medizinischen und juristischen Hintergrund und die Situation der Betroffenen kritisch beleuchtet.

Seit dem zweiten Weltkrieg waren weltweit noch nie so viele Menschen auf der Flucht wie heute – insgesamt über 50 Millionen. Für die Dokumentation **„Willkommen in Deutschland“** (10.03.15, 2,27 Mio., 9,9 % MA) hat **„37 Grad“** von November 2014 bis Februar 2015 ein kleines Dorf im Allgäu begleitet, in das 36 Flüchtlinge, Männer aus Syrien und Afghanistan, aufgenommen wurden. Unter den 300 Bewohnern des Ortsteils Au in Fischen gibt es Menschen, die vom Tourismus leben und angesichts der Flüchtlinge Angst um ihre wirtschaftliche Existenz haben, es gibt verdeckte Ausländerfeindlichkeit, aber auch viel Hilfsbereitschaft und Engagement für die Flüchtlinge. Ehrenamtliche versorgen die traumatisierten Menschen mit Kleidung und bieten ihnen Unterstützung im Umgang mit Behörden und eine sinnvolle Beschäftigung an. So entsteht ein freundschaftliches Miteinander, das hilft, Vorurteile zu überwinden. Dass die Zukunft der Flüchtlinge dennoch höchst ungewiss ist, zeigt sich am Ende der Dokumentation, als klar wird, dass die Asylanträge einiger Flüchtlinge abgelehnt wurden und ihnen die Abschiebung in das Ersteinreiseland bevorsteht.



Ende 2014 wurden die ersten drei Dokumentationen der sechsteiligen Staffel **„Terra X: Deutschland-Saga“** mit großem Erfolg ausgestrahlt. Sie beschäftigten sich damit, „Woher wir kommen“, „Wovon wir schwärmen“ und „Was uns eint“. Ab dem 08.03.15 folgten jeweils sonntags um 19:30 Uhr drei weitere Teile (Ø 4,19 Mio., 13,2 % MA). Der Historiker und Professor der Universität Cambridge, Christopher Clark, zeigte diesmal „Wonach wir suchen“ (Wie wurden wir zum Volk der Dichter und Denker, sind wir eine Kulturnation, welche Rolle spielte die Romantik für uns?), „Was uns antreibt“ (Große technische Erfindungen kamen und kommen heute noch häufig von deutschen Tüftlern und Forschern) und „Wer wir sind“ (Vermeintlich typisch deutsche Tugenden und Eigenheiten wurden auf den Prüfstand gestellt).



Große Klassik-Stars traten bei den diesjährigen Osterfestspielen in Salzburg auf. Das ZDF zeigte am Ostermontag die von der Presse gefeierte Kurzoper **„Cavalleria rusticana“** von Pietro Mascagni mit dem Startenor Jonas Kaufmann. Die Inszenierung stammte von Philipp Stölzl, dem Regisseur der Noah-Gordon-Verfilmung „Der Medicus“. Die Staatskapelle Dresden spielte unter der Leitung ihres Chefdirigenten Christian Thielemann (06.04.15, 23:15 Uhr, 0,58 Mio; 4,2 % MA).

Nach dem Ende von „Wetten, dass..?“ entwickelt das ZDF derzeit mehrere **Showideen für den Samstagabend**. Am 07.03.15 um 20:15 Uhr präsentierte Johannes B. Kerner mit **„Das Spiel beginnt! Die große Show von 3 – 99“** die erste von drei neuen Primetime-Shows. Der Spieleabend, der in vielen Familien zur gemeinsamen Freizeitgestaltung gehört, war die Vorlage für die Entwicklung der neuen Samstagabendshow. Klare Prämisse für



das neue Format war die gezielte Ansprache von jungen Familien. Gemeinsam mit seiner Co-Moderatorin Emma Schweiger begrüßte Johannes B. Kerner an diesem Abend prominente Gäste, die gegen ein Kinderteam in verschiedenen Spielrunden antraten. Spieleklassiker und moderne Gesellschaftsspiele wurden für die Show neu gebaut oder mit veränderten Regeln und neuen Spielprinzipien präsentiert. Die Sendung erreichte bei einem Gesamtmarktanteil von 16,0 % (4,62 Mio. Zuschauer) überdurchschnittliche 12,4 % MA bei den 14-49-Jährigen Zuschauern (1,24 Mio.). Zudem legt ein Kindermarktanteil von 22,7 % bei den 3-13-Jährigen nahe, dass das Ziel, die Familie vor dem Fernseher zu versammeln, erreicht wurde.

Kurz vor Ostern zeigte das ZDF eine ungewöhnliche Wissensshow: „**Das große Schlüpfen**“ bot den Zuschauern live einen unmittelbaren Einblick in den Beginn und das Werden des Lebens. 98 % aller Tierarten kommen aus dem Ei, insgesamt 11 von ihnen wurden in speziellen Brutstationen, Terrarien und Aquarien präsentiert. Daneben wurden in dokumentarischen Einspielern verschiedene Artenschutz-Projekte vorgestellt. Ziel der Sendung war es, die Zuschauer live an dem Schlüpfen der Jungtiere teilhaben zu lassen und ihnen auf unterhaltsame Weise Wissen zu vermitteln. Um dieses Vorhaben angemessen umzusetzen, hat das ZDF eng mit Tierärzten, Biologen und anerkannten Züchtern zusammengearbeitet. Die Sendung erzielte bei starker Konkurrenz einen Marktanteil von 11,7 % (3,70 Mio.) bei allen und 5,6 % (0,61 Mio.) bei den 14-49-Jährigen. Mit 15,4 % bei Kindern war sie in dieser Zielgruppe Marktführer.



Während es in den Tagen zuvor zu mehreren „Schlüpfen“, so der Fachterminus, kam, die über das Onlineangebot verfolgt werden konnten, schlüpfte in der Sendung selbst nur ein Strauß. Durch die enge Begleitung der Sendung in den sozialen Netzwerken und auf der Online-Seite konnten sowohl alle Vorbereitungen für die Sendung wie auch die Entwicklungen nach der Show von den Nutzern begleitet werden, was den authentischen Charakter des Formats verstärkte. Beim ersten Einsatz von „WhatsApp“ zu einer Show im ZDF meldeten sich fast 1000 Abonnenten an, deren Feedback positiv war. Bei den Trending Topics bei Twitter war der #schluepfen während der Live-Ausstrahlung die Nummer 1 und die klassische Internetseite hatte insgesamt über 400.000 Seitenabrufe.

Eine weitere neue Samstagabend-Show wurde am 02.05.2015 ausgestrahlt: „**1000 – Wer ist die Nummer 1?**“. Die HR Show hat gemeinsam mit BBC Worldwide das Konzept für die Show entwickelt, die von Johannes B. Kerner moderiert wurde. In einem deutschlandweiten Casting wurden tausend Kandidaten gefunden, die bei der Show gegeneinander antraten. In acht Spielrunden waren unterschiedliche Fähigkeiten gefragt: von Wissen über Fitness, Reaktionsvermögen, Taktik bis hin zu Geschicklichkeit und Nervenstärke. Während der Produktion kam es leider zu großen technischen Schwierigkeiten, die die Aufzeichnungszeit extrem in die Länge zogen. Die erfreuliche Quote bei den Jungen mit guten 8 %, kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Akzeptanzwerte im Gesamtmarkt mit 3,64 Mio., 12,8 % MA die Erwartungen nicht erfüllen konnten. Hier stellt sich zudem die generelle Frage nach der Passgenauigkeit des Formates für das ZDF.



„Der Bergdoktor“ und „Die Bergretter“ haben sich in den letzten Jahren zu starken Programmmarken entwickelt. Mit „**Hanna Hellmann**“ und „**Lena Lorenz**“ wurden nun zwei Formate mit je zwei Folgen getestet, die den donnerstäglichen Bergkosmos um eine weibliche Perspektive erweitern und serielles Erzählen jenseits des Krimi-Genres weiter ausbauen. Beide Formate setzen auf ein heutiges Grundthema, die Frage „Was ist Heimat?“, „Wo gehöre ich hin?“, allerdings mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung. In „Hanna Hellmann“ flieht die Protagonistin aus ihrem Alltag und landet mitten in den Bergen. „Lena Lorenz“ hingegen erzählt die Geschichte einer Heimkehrerin, die sich fragt, ob sie in die Gemeinschaft zurückfinden kann. Während „Hanna Hellmann“ eher klassisch erzählt ist und solide Marktanteile erzielte (Ø 4,47 Mio., 13,9 % MA), konnte „Lena Lorenz“ inhaltlich stärker überzeugen und eine erfreulich hohe Zuschauerakzeptanz erreichen (Ø 5,26 Mio, 16,7 % MA). Das Format wird 2016 mit vier neuen Folgen fortgesetzt.



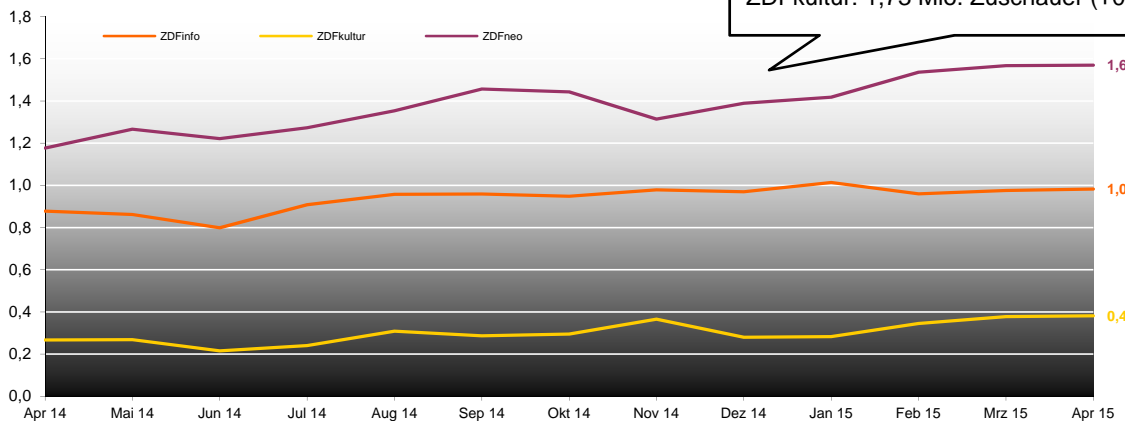
2013 haben über 860.000 Menschen ein Unternehmen gegründet, viele von ihnen im gastronomischen Bereich. In dem neuen ZDF-Format „**Rach und die Restaurantgründer**“ coacht der ehemalige Sternekoch und Restaurantbetreiber Christian Rach verschiedene Jung-Unternehmer bei deren ersten Schritten in die Selbständigkeit und zeigt auf, was alles bedacht und geplant werden muss. Er begleitet die Restaurantgründer in den ersten Monaten und gibt dabei gleichzeitig dem Fernsehpublikum einen realistischen Einblick in die Arbeitswelt. Die Protagonisten der vierteiligen Reihe zeigen dem Zuschauer auch, welche Motivationen oder Träume hinter dem persönlichen Entschluss stehen, die berufliche Selbständigkeit zu wählen: Angefangen von der klaren Geschäftsidee einer Fastfood-Kette mit gesundem Essen bis zum Traum, der eigenen kleinen Stadt wieder einen gesellschaftlichen Mittelpunkt zu geben.



3 ZDF-Digitalkanäle

3.1 Akzeptanz

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer ab 3 Jahre, Februar bis April 2015



Pro Tag erreichen die Digitalkanäle Februar bis April 2015 (vs. Feb-Apr 2014)
 zusammen: 7,15 Mio. Zuschauer (+1,14 Mio.)
 ZDFneo: 4,05 Mio. Zuschauer (+0,75 Mio.)
 ZDFinfo: 3,02 Mio. Zuschauer (+0,35 Mio.)
 ZDFkultur: 1,73 Mio. Zuschauer (+0,29 Mio.)

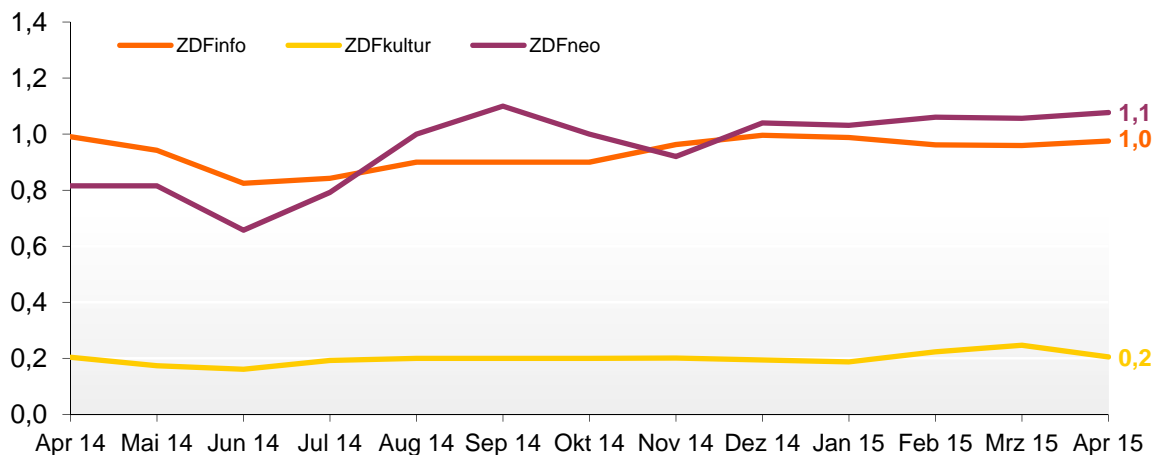
ZDFneo erreicht im Berichtszeitraum 1,5 % Marktanteil im Februar und kann sich im März erstmals auf 1,6 % Marktanteil steigern. Auch im April kann ZDFneo dieses Marktanteilsniveau halten. ZDFinfo bleibt im Auswertungszeitraum stabil und erzielt in allen drei Monaten jeweils 1,0 % Marktanteil. ZDFkultur erreicht im Februar noch 0,3 % Marktanteil, erhöht seine Akzeptanz im März dann zum ersten Mal auf 0,4 % Marktanteil. Dieses Akzeptanzniveau kann ZDFkultur im April wiederholen.

Die ZDF-Digitalkanäle erreichen zusammen im Februar 2,8 % Marktanteil und steigern sich im März und April auf je 2,9 %.

Im Gesamtjahr 2015 erreicht ZDFneo 1,5 %, ZDFinfo 1,0 % und ZDFkultur 0,3 % Marktanteil. Zusammen erzielen die ZDF-Digitalkanäle 2,8 % Marktanteil.

Im Digitalmarkt tut sich im Berichtszeitraum vergleichsweise wenig: ZDFneo liegt von Februar bis April bei je 1,9 % Marktanteil, ZDFinfo erzielt im Februar, März und April jeweils 1,2 % Marktanteil und ZDFkultur erreicht nach 0,4 % Marktanteil im Februar im März erstmals 0,5 % Marktanteil und kann diesen Wert im April halten. Gemeinsam können sich die ZDF-Digitalkanäle im Digitalmarkt von 3,5 % im Februar auf 3,6 % im März und 3,7 % Marktanteil im April steigern.

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer 14-49 Jahre, Februar bis April 2015



Bei 14-49-Jährigen bleibt die Zuschauerakzeptanz der ZDF-Digitalkanäle im Berichtszeitraum unverändert: ZDFneo erreicht in allen drei Monaten je 1,1 % Marktanteil. ZDFinfo kommt pro Monat auf jeweils 1,0 % und schließlich ist auch ZDFkultur in diesem Zeitraum bei jeweils 0,2 % Marktanteil unverändert stabil.

Zusammen erreichen die ZDF-Digitalkanäle bei 14-49-Jährigen im Februar 2,2 % und können sich im März und April auf jeweils 2,3 % Marktanteil steigern.

Im Gesamtjahr 2015 liegt ZDFneo bei 1,1 % Marktanteil, ZDFinfo bei 1,0 % und ZDFkultur erreicht 0,2 %. Zusammen kommen die drei ZDF-Digitalkanäle in 2015 auf 2,2 % Marktanteil.

Auch im Digitalmarkt bleiben die drei ZDF-Digitalkanäle im Betrachtungszeitraum bei jüngeren Zuschauern stabil: ZDFneo erreicht jeweils 1,3 % Marktanteil, ZDFinfo je 1,2 % und ZDFkultur je 0,3 % Marktanteil. Zusammen kommen die ZDF-Digitalkanäle bei Jüngeren im Digitalmarkt im Februar auf 2,7 %, und auf jeweils 2,8 % im März und April.

3.2 ZDFneo

Am Donnerstag, 05.02.15 um 22:15 Uhr ist das Nachfolgeformat vom „**NEO MAGAZIN mit Jan Böhmermann**“, mit dem Zusatz „**ROYALE**“ an den Start gegangen. Seitdem präsentiert sich die mit dem Grimme-Preis 2014 ausgezeichnete, wöchentliche Late-Night-Show in einem neuen Studio und mit dem Rapper Dendemann als Bandleader einer sechsköpfigen Studioband. Außerdem sind die 34 neuen Folgen seit Freitag, 06.02.15 nach 00:00 Uhr auch im ZDF-Hauptprogramm zu sehen.

Das „**NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann**“ ist eine Satiresendung, die aktuelle Themen provokant aufgreift und sich an eine sehr junge, internetaffine Zielgruppe richtet. Den Zuschauer erwartet ein 30-minütiges, satirisches Gag-Feuerwerk mit Studio-Gästen. Ob er nun die Twitter-Posts seines Publikums in der Rubrik "Prism is a Dancer" zu einem Hörbuch zusammenfasst oder kuriose Beiträge aus sozialen Netzwerken aufgreift – Böhmermann nimmt kein Blatt vor den Mund. Weiterhin mit von der Partie ist Pullover-Fetischist William Cohn.

Das „**NEO MAGAZIN ROYALE mit Jan Böhmermann**“ erreichte mit den ersten zwölf Sendungen im Zeitraum von Donnerstag, 05.02.15 bis Donnerstag, 23.04.15 im Schnitt 0,9 % MA im Gesamtmarkt und 1,3 % MA bei den 14-49-Jährigen.

Mit „**Eichwald, MdB**“ startete ZDFneo am Donnerstag, 16.04.15 um 22:45 Uhr eine neue vierteilige fiktionale Polit-Satire, die gemeinsam mit dem Kleinen Fernsehspiel umgesetzt wurde.

Im Mittelpunkt steht Hans-Josef („Hajo“) Eichwald, ein abgeklärter Abgeordneter des Deutschen Bundestags und politisches Urgestein, der auf dem langen Weg durch die Institutionen nicht nur sein gutes Aussehen, sondern auch viele seiner Ambitionen verloren hat. In der Hauptrolle der Polit-Satire ist Bernhard Schütz zu sehen, außerdem spielen Rainer Reiners, Lucie Heinze, Leon Ullrich, Maren Kroymann und Robert Schupp. „**Eichwald, MdB**“ erreichte bei den ersten drei Folgen 0,8 % MA im Gesamtmarkt und 1,1 % MA bei den 14-49-Jährigen.

In seinem Schwerpunkt "Der kleine Unterschied" widmete sich ZDFneo von Montag, 04.05.15 bis Freitag, 08.05.15 dem Thema „Geschlechterrollen“. Das fünfteilige Gender-Experiment "**sexchange – Im anderen Geschlecht**" (Erstausstrahlung) machte dabei den Auftakt: Drei Männer und zwei Frauen möchten erleben, wie es sich anfühlt, im anderen Geschlecht gesehen und behandelt zu werden. Professionelle Maskenbildner, Bewegungs- und Stimmtrainer helfen ihnen dabei, das Aussehen und den Habitus zu verändern. Über die Erfahrungsreise der Protagonisten werden gesellschaftliche Mechanismen behandelt.

zdf_neo

**NEO MAGAZIN
ROYALE mit Jan
Böhmermann**



Eichwald, MdB



**Schwerpunkt "Der
kleine Unterschied"**



Auch Thorsten Eppert beschäftigt sich in seiner Reportage „**Herr Eppert: Wie sexistisch sind wir?**“ (Erstausstrahlung) mit Rollen und Klischees. Neugierig wie immer sucht er ungewöhnliche Gesprächspartner und trifft auf altmodische und moderne Vorurteile.



Ergänzt wurde der Schwerpunkt durch weitere Sendungen, die auf ihre jeweils eigene Art mit den Geschlechterrollen spielen: der Romanverfilmung „**Feuchtgebiete**“ – dem ersten Buch von Charlotte Roche, „**Bambule – das Magazin**“ mit der Ausgabe „Mann oder Frau – sind wir nicht alle gleich?“ und der vierteiligen Reportage-Reihe „**Frau Kuttner & Herr Kavka**“ – einer Expedition in den Dschungel der geschlechtsspezifischen Stereotypen.



Der Schwerpunkt „Der kleine Unterschied“ erreichte mit allen Sendungen 0,7 % MA im Gesamtmarkt und 1,0 % MA bei den 14-49-Jährigen, davon „sexchange – Im anderen Geschlecht“ 0,5 % MA im Gesamtmarkt und 0,7 % MA bei den 14-49-Jährigen und „Herr Eppert: Wie sexistisch sind wir?“ 0,8 % MA im Gesamtmarkt und 1,4 % MA bei den 14-49-Jährigen.

ZDFneo arbeitet weiter an der Entwicklung von Social Factuals. Aktuell an einem Programm zum Thema Konfliktforschung, welches im Sommer 2015 ausgestrahlt wird. Wie bilden sich verfeindete Gruppen, wie entstehen Kriege? Zu welchen Dynamiken kommt es in einem Konflikt? Und wie können Konflikte gelöst werden? Die Sendung wird auch online aufgegriffen und durch informative Hintergrundinformationen bereichert. Nach „**Der Rassist in uns**“ und „**Ausgekockt – mein Drogentrip**“ zeigt ZDFneo damit das dritte Social Factual, das ein gesellschaftlich relevantes, aktuelles Thema aufgreift und durch ein starkes crossmediales Konzept begleitet. Die Entwicklungsarbeit für dieses Genre wird in den kommenden Monaten kontinuierlich fortgesetzt.

Nach „Eichwald MdB“ und der Gefängnis-Sitcom „Im Knast“, die im Mai ausgestrahlt wird, arbeitet ZDFneo an weiteren innovativen fiktionalen Auftragsproduktionen, u. a. an der Sitcom „BLOCKBUSTAZ“ (TVLab Gewinner 2014), die voraussichtlich Anfang 2016 ausgestrahlt wird.

3.3 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum reagierte ZDFinfo auf die aktuelle Diskussion über islamistischen Terror, indem der Sender besondere Programmakzente setzte: Als Folge auf die Pariser Attentate vom Januar dieses Jahres hinterfragte die Eigenproduktion „**Frankreichs Vorstadtghettos zwischen Revolte und Religion**“ (10.04.15, 0,04 Mio., 1,0 % MA) die Folgen französischer Integrationspolitik. Über die Frage „**Wie viel Islam verträgt Deutschland?**“ (10.04.15, 0,02 Mio., 0,5 % MA) diskutierten sechs Gäste in der gleichnamigen Auftragsproduktion. Die Auftragsproduktion „**Mit Bomben ins Paradies**“ (Ø 0,11 Mio., 1,0 % MA) erzählte von deutschen Jugendlichen, die sich von den salafistischen Lehren überzeugen lassen und in den Krieg nach Syrien ziehen. Wie die islamistische Terror-



organisation IS im Irak innerhalb kurzer Zeit an Stärke gewinnen konnte, zeichnet der Lizenzankauf „**Terror im Namen Allahs**“ (Ø 0,12 Mio., 1,1 % MA) nach.

Darüber hinaus hat ZDFinfo eine zweite Staffel des erfolgreich erprobten Formats „**15 Minutes of Fame**“ in Auftrag gegeben. In der Kurzdoku-Reihe werden Internetphänomene vorgestellt und ihre Entstehungsgeschichte analysiert. Auch die Auftragsproduktion „**World of Warcraft – Geschichte eines Kult-Spiels**“ (Ø 0,09 Mio., 1,0 % MA) hat dazu beigetragen, das Angebot von ZDFinfo im Themenkomplex digitale Gesellschaft zu erweitern.

Auch weiterhin erinnert ZDFinfo mit umfangreichen Zeitgeschichtsstrecken an die Ereignisse, die vor 70 Jahren zum Ende des Zweiten Weltkrieges und der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft führten. Einen besonderen Akzent markieren im Programm die abschließenden Folgen der zwölfteiligen Reihe „**Countdown zum Untergang**“ mit Blick auf den Sommer 1945.

3.4 ZDFkultur

ZDFkultur wurde zum 01.01.14 auf ein Schleifen- und Wiederholungsprogramm umgestellt. Nach Beschluss der Ministerpräsidentenkonferenz vom 17.10.14 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.

zdf.kultur

4 Partnerprogramme

4.1 ARTE

Am 24.02.15 bilanzierte ARTE in „**100 Tage Jean-Claude Juncker**“ die bisherige Amtszeit des neuen Präsidenten der EU-Kommission. Die Dokumentation bot eine Entdeckungsreise in das Innere der europäischen Politik und ein differenziertes Bild eines streitbaren Politikers. Beim Publikum stieß sie jedoch nur auf mäßiges Interesse (D: 1,2 % MA, 0,14 Mio.; F: 2,8 % MA, 0,15 Mio.).

arte

Vom 09.-26.03.15 zeigte ARTE seine erfolgreiche Schwerpunktprogrammierung „**Hochspannung auf ARTE**“. Das ZDF steuerte dazu die klassischen Films noirs „**Der gläserne Schlüssel**“ (09.03.15), „**Die blaue Dahlie**“ (16.03.15) und „**Gewagtes Alibi**“ (23.03.15) bei. Zwar erzielten diese Filme keinen Quotenerfolg, bereicherten den Schwerpunkt jedoch um das filmisch wichtige, historische Element. Dem Schwerpunkt voran ging der vom ZDF eingebrachte Spielfilm „**Sleepers**“, der mit über einer Million Zuschauer besonders in Frankreich reüssierte (01.03.15, D: 1,5 % MA, 0,53 Mio.; F: 4,1 % MA, 1,0 Mio.).

Anlässlich des 150. Jahrestages der Erstbesteigung des Matterhorns rekonstruierte ARTE am 04.04.15 in der Primetime-Dokumentation „**Tatort Matterhorn**“ (D: 1,2 % MA, 0,36 Mio.; F: 2,4 % MA, 0,56 Mio.) die Erstbesteigung des Gipfels im Juli 1865, bei der vier Menschen auf dramatische Weise in den Tod

stürzten. War es ein Unfall, Sabotage oder gar Mord? „Tatort Matterhorn“ untersucht eines der letzten Rätsel der Alpen. Der Film entstand in Zusammenarbeit mit dem ZDF-Hauptprogramm und dem Schweizer Fernsehen.

Im Rahmen des Schwerpunktes zum 70. Jahrestag des Ende des Zweiten Weltkrieges sendete ARTE am 07.04.15 die zweiteilige Dokumentation „**Wir, Geiseln der SS**“, die bei den Zuschauern auf großes Interesse stieß. So erzielte der erste Teil, „Fahrt ins Ungewisse“, in der Primetime in Deutschland einen Marktanteil von 1,8 % (0,60 Mio.), in Frankreich 2,5 % (0,66 Mio.), während der zweite Teil, „Auf Messers Schneide“, um 21:10 Uhr in Deutschland mit 2,2 % MA (0,74 Mio.) und in Frankreich mit 3,1 % MA (0,74 Mio.) noch erfolgreicher lief. Die Dokumentation erzählt von 139 Häftlingen der SS, darunter Angehörige der Hitler-Attentäter sowie Prominente aus Europas Adel, Klerus, Politik und Militär, die im April 1945 von der SS in die Alpen verschleppt wurden. Die Gefangenen sollten Himmler und seinen Schergen in Verhandlungen mit den West-Alliierten als Druckmittel dienen. Doch die Geiseln wendeten das Blatt mit einer List.

Rund sieben Milliarden Handys gibt es weltweit, das Mobiltelefon ist aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Doch ist seine Strahlung womöglich viel gefährlicher, als wir denken? Neue Studien zeigen, dass ein Zusammenhang zwischen häufigem Telefonieren am Handy und Krebs bestehen könnte. Die Wissenschaftsdokumentation „**Handy – Strahlendes Risiko**“ (10.04.15, D: 1,6 % MA, 0,45 Mio.; F: 1,4 % MA, 0,24 Mio.) ging diesem kontroversen Thema auf den Grund.

Die Dokumentation „**Freier Handel oder freie Bürger**“ (21.04.15) zeichnete anhand von geheimen Dokumenten und Zeugenaussagen das Phantombild des derzeit geheim verhandelten Freihandelsabkommens TTIP. Er zeigte, welche Argumente das Misstrauen und den Protest gegen das Abkommen nähren und warum Kritiker es als Anschlag auf die europäische Kultur werten, der die Gesetzgebung in Ländern wie Deutschland und Frankreich im Interesse von Konzernen aushebeln kann.

Als einer der Höhepunkte des Kulturhauptstadtjahres 2014 stand im lettischen Riga ein spektakuläres Open-Air-Konzert auf dem Programm: Unter dem Titel „**Born in Riga**“ spielten einige der prominentesten und beliebtesten Musiker des Landes, unter ihnen Weltstars wie der Cellist Mischa Maisky, die Geigerin Baiba Skride, die Organistin Iveta Apkal und die Akkordeon-Virtuosin Ksenija Sidorova. ARTE sendete das Konzert am 03.05.15.

Im Ausblick auf das weitere Jahr 2015 sendet ARTE am 21.06.15 den vom ZDF initiierten „Tag der Musik“, mit ganztägiger Übertragung von Konzerten aus aller Welt. Das ZDF trägt dazu voraussichtlich sechs Konzerte bei, darunter das Highlight-Programm „Die drei Tenöre: Der Beginn einer Legende“ in der Primetime. Der vom ZDF initiierte Schwerpunkt „**Summer of Peace**“ im Juli und August 2015 wartet mit zahlreichen Spielfilmen, Dokumentationen und Pop-Konzerten zum Thema Krieg und Frieden auf. Darüber hinaus knüpft das ZDF auf ARTE und ARTE Concert mit den Festivals „**Hurricane**“, „**Glastonbury**“, „**Splash**“, „**Melt**“ und „**Wacken**“ an den großen Erfolg des Festivalsommers vergangenen Jahres an.

4.2 3sat

Siehe Fernsehratsvorlage FR 8/15



4.3 PHOENIX

Mit einem Marktanteil von 1,2 % in den ersten drei Monaten 2015 hat PHOENIX sein erfolgreichstes Quartal seit dem Sendestart vor 18 Jahren erreicht. Alle drei Programmsäulen – Ereignisberichterstattung, Dokumentationen und Gesprächssendungen – entwickelten sich positiv, die Akzeptanz im Bereich der Gesprächssendungen stieg im gesamten ersten Quartal auf 1,2 % (plus 0,2 % im Vergleich zum Vorjahr).



Auch dieser Berichtszeitraum war überaus ereignisreich, dabei standen außenpolitische Themen im Vordergrund. PHOENIX begegnete dieser starken Nachrichtenlage wie gewohnt mit einer umfangreichen und aktuellen Ereignisberichterstattung.

So berichtete PHOENIX über den Absturz des Germanwings-Airbus in den französischen Alpen in insgesamt über 42 Stunden (24.-31.03.15, 0,17 Mio., 1,3 % MA). Zusätzlich übertrug PHOENIX am 17.04.15 live den Trauergottesdienst aus dem Kölner Dom. In der Sendung „Im Dialog“ war zudem an dem Tag Opferanwalt Christof Wellens zu Gast.

Des Weiteren begleitete PHOENIX in seinem Programm fortlaufend die politische Entwicklung in der Ukraine und berichtete kontinuierlich über den Schuldenstreit mit Griechenland und der EU, der sich nach der Parlamentswahl in Griechenland verschärfte. Seit Jahresbeginn widmete sich PHOENIX diesem Thema in einem Umfang von über 83 Stunden (0,12 Mio., 1,0 % MA, Stand: 10.04.15).

Zu Beginn des Jahres hatte PHOENIX über den Terroranschlag in Frankreich in einem Umfang von über 45 Stunden (07.-13.01.15, 0,14 Mio., 1,1 % MA) berichtet.

Die Übertragungen aus dem Bundestag, ein Kernbestandteil des PHOENIX-Programmauftrags, stießen auf großes Zuschauerinteresse. Die Debatten zum Freihandelsabkommen CETA und zur Verlängerung der Finanzhilfen für Griechenland am 27.02.15 erzielten Akzeptanzwerte von 3,3 % MA (0,21 Mio.) bzw. 3,0 % MA (0,16 Mio.).

Einen weiteren Programmschwerpunkt stellt der 70. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkrieges dar. Hierzu präsentierte PHOENIX eine multimediale Themenwoche vom 01.-08.05.15.

PHOENIX ergänzte in diesem Berichtszeitraum die aktuelle Ereignisberichterstattung mit dem Dokumentations-Programm, so z.B. mit den Produktionen „Deutschland in Gefahr? Kampf gegen den Terror!“ (ZDF) (0,13 Mio., 2,4 % MA, 20.02.15) zur zunehmenden Bedrohung durch Dschihadisten sowie zum Germanwings-Absturz mit dem kurzfristigen Lizenzerwerb „Absturz von Egypt Air 990“ (0,40 Mio., 1,3 % MA, 26.03.15, Discovery) über einen Flugzeugabsturz vor der US-Ostküste im

Jahr 1999, bei dem die offiziellen Ermittler Selbstmordabsichten des Co-Piloten als wahrscheinliche Hauptursache annehmen.

Gute Zuschauerresonanz erzielte das diesjährige Osterprogramm (1,3 Mio. MA). So beispielsweise die Doku-Thementage „Völker in Bewegung“ am Karfreitag (1,7 % MA) und „Abenteuerlust – Mein Ausland unterwegs“ am Ostermontag (1,5 % MA).

Im Juni stehen als Großereignisse der G7-Gipfel im bayerischen Elmau und der Staatsbesuch der Queen an, mit denen sich PHOENIX in seinem Programm großflächig beschäftigen wird.

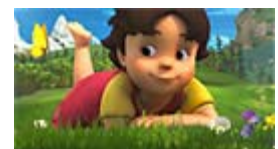
4.4 KiKA

Am 08.03.15 um 19:25 Uhr, startete bei KiKA das neue Jugend-Talkformat „**Let's talk. Weil Meinung zählt!**“. In der Auftaktstaffel mit acht Folgen diskutierte eine Runde von sechs Jugendlichen ohne Moderator über Themen wie „Schönheit“, „Anders sein“ oder „Die große Liebe“. Die Diskussion wurde mit kurzen Spielfilmen angereichert, die verschiedene Aspekte des Themas in den Vordergrund rückten und die im Anschluss engagiert in der Runde diskutiert wurden. Ein Gast berichtete in jeder Folge von seinen persönlichen Erfahrungen zum jeweiligen Thema. Bereits ab Mittwoch hatten interessierte Zuschauer die Möglichkeit, sich online über das Thema der kommenden Sendung auszutauschen. Im Anschluss konnten sie zudem im Netz mit den jungen Talkern weiter diskutieren.



Anlässlich des Ende des Zweiten Weltkrieges vor 70 Jahren zeigt KiKA seit dem 10.05.15 sonntags um 13:00 Uhr die zehnteilige französische Animationsserie „**Die langen großen Ferien**“. Diese begleitet ein Geschwisterpaar in der Normandie durch die Wirren des Zweiten Weltkrieges. Die einfühlsam erzählte Geschichte vermittelt aus Sicht der Kinder, was Krieg bedeutet. Mit ihnen erleben die Zuschauer u. a. die Besetzung des Dorfes durch deutsche Soldaten, die Rationierung von Essen, das Auseinanderreißen der Familien und die Judenverfolgung. Für Eltern und Pädagogen bietet das ZDF auf zdftivi.de ausführliche Begleitmaterialien zur Serie an.

Bekannte ZDF-Sendungen und -Marken waren im Frühjahrsprogramm des KiKA erfolgreich. Die 7. Staffel des Komponistenwettbewerbs „**Dein Song**“, die ab 09.02.15 bei KiKA lief, erreichte inklusive seiner Finalshow die bislang beste Quote des jährlichen Eventprogramms. Nach ihrer Premiere im ZDF-Programm (Ostermontag, 06.04.15) zeigte KiKA ab 11.04.15 die Neuauflage von „**Heidi**“. Die Computer-Generated Imagery (CGI)-Fassung des Klassikers wurde in den Medien zum Sendestart breit diskutiert. In der Zielgruppe erreichte das Programm auf Anhieb eine hohe Akzeptanz.



Das Grimme-Preis gekrönte Kastenbrot Bernd war von 2000 bis 2012 eine Figur, die in wechselnden Formaten seine große Fangemeinde aus Kindern und Erwachsenen bediente. Im Dezember 2012 hatte die Figur in „**Dinner für Brot**“ den vorerst letzten Premierenauftritt im KiKA-Programm. Seither ist das Brot nur noch in vereinzelten Wiederholungen und ab 21:00 Uhr in einer Nachtschleife als bewegtes Testbild zu sehen. Ende Mai soll

das „Kultbrot“ nun mit einem neuen netzaffinen Konzept bei KiKA wieder präsent sein. Das Format orientiert sich dabei an bei älteren Kindern beliebten Online-Formaten, die mit der Bernd-typischen Depression interpretiert werden. Bernd das Brot soll mit neuen Inhalten und Formen ältere Kinder und junge Erwachsene on air und online ansprechen und mit seinem Humor den Kultstatus der Figur in die Zukunft verlängern.

Das ZDF engagiert sich in der Initiative „**Der besondere Kinderfilm**“ zur Stärkung des originären deutschen Kinderfilms. Das Fördermodell basiert auf einer Initiative des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der Filmwirtschaft, Förderinstitutionen sowie der Politik. Jährlich werden zwei Stoffe zur Realisierung ausgewählt. Die erste Kinokoproduktion der Initiative ist die ZDF/KiKA-Koproduktion „Winnetous Sohn“, die am 09.04.15 im Kino startete. Die nächste ZDF/KiKA-Produktion steht mit „Auf Augenhöhe“ bereits fest und wird 2015 realisiert. „Der besondere Kinderfilm“ hat das Ziel, sich durch Originalität, Qualität und Attraktivität seiner Produktionen als Label für herausragende Kinderfilme in Deutschland zu etablieren.

5 ZDF-Telemedienangebote

5.1 Akzeptanz

Visits: Die ZDF-Onlineangebote im Vergleich

Angebot	Februar 2015	März 2015	April 2015	Veränderung Feb. 15 auf Apr. 15
ZDFonline *)	44.350.645	49.240.258	41.668.280	-6%
zdf.de	33.123.140	35.602.146	30.633.733	-8%
heute.de	12.866.686	16.464.645	12.502.505	-3%
tivi.de **)	1.674.203	1.731.236	1.621.522	-3%

Quelle: INFOline (SZMng-Verfahren)

*) ZDFonline, Visits: ZDFintern berechneter Nettowert aus zdf.de inklusive ZDF-Digitalkanäle / heute.de inklusive zdfsport.de / tivi.de; ggf. geringfügige Abweichungen zum INFOline-Wert (SZMng); Überschneidungen zwischen mobil und stationär möglich

***) Visits tivi: Februar 2015 ohne Nutzung der tivi-App, ab März 2015 inklusive mobiler Nutzung

Im April 2015 erzielt zdf.de 41,67 Mio. Visits und liegt damit auf niedrigerem Niveau als im Januar 2015 (-6%). heute.de generiert im Auswertungszeitraum eine um -3% geringere Nutzung und erreicht im April 2015 12,50 Mio. Visits.

Sichtungen: Die 20 erfolgreichsten ZDF-Abrufvideos von Februar bis April 2015

Rang	Video	erste Livestellung	Sichtungen
1	heute-show vom 27.02.2015	18.02.2015	274.473
2	Schuld nach Ferdinand von Schirach – Folge 1 "Der Andere"	06.02.2015	260.642
3	THE TEAM - Episode 1 (Original mit Untertiteln)	22.02.2015	251.441
4	heute-show vom 20.03.2015	20.03.2015	219.709
5	Die Anstalt vom 31.03.2015	28.03.2015	219.178
6	heute-show vom 13.02.2015	14.02.2015	215.076
7	heute-show vom 06.02.2015	06.02.2015	208.879
8	heute-show vom 10.04.2015	10.04.2015	203.729
9	heute-show vom 06.03.2015	06.03.2015	200.795
10	Die Anstalt vom 03.02.2015	04.02.2015	197.692
11	heute-show vom 13.03.2015	13.03.2015	197.420
12	heute-show vom 20.02.2015	20.02.2015	195.527
13	heute-show vom 17.04.2015	17.04.2015	192.294
14	Der Fernsehfilm der Woche "Tod eines Mädchens" (Teil 2)	11.02.2015	191.843
15	heute-show vom 24.04.2015	24.04.2015	189.977
16	Der Fernsehfilm der Woche "Tod eines Mädchens" (Teil 1)	09.02.2015	180.608
17	NEO MAGAZIN ROYALE vom 05.02.2015	05.02.2015	169.459
18	NEO MAGAZIN ROYALE vom 19.03.2015	19.03.2015	161.700
19	Der Bergdoktor "Die Lebenden und die Toten"	05.03.2015	156.640
20	Schuld nach Ferdinand von Schirach – Folge 2 "Schnee"	06.02.2015	156.527

*** Hinweis:**

In der AGF-Streamingmessung werden zurzeit Sichtungen über Flash und HTML5 erhoben. Damit wird im Wesentlichen die Nutzung an Windows und Mac-Rechnern (inklusive Laptops) erfasst. Noch nicht erfasst wird die Nutzung über die restlichen Ausspielwege. Quantitativ relevant sind hier mobile Geräte mit iOS- und Android-Software (v.a. Smartphones, Tablets) sowie hbbTV. Die Messung hierfür befindet sich in Vorbereitung und wird im Laufe des Jahres 2015 beginnen.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen Zensusdaten

Die Hitliste der Top 20 Abrufvideos im Zeitraum Februar bis April 2015 wird von der „heute-show“ vom 27.02.15 mit 274 Tsd. Sichtungen angeführt. Auf Rang 2 folgt mit

261 Tsd. Sichtungen „Schuld“ nach Ferdinand von Schirach (Folge 1 - „Der Andere“). Rang 3 belegt Episode 1 von „The Team“ (Original mit Untertiteln) mit 251 Tsd. Sichtungen. Insgesamt platzieren sich in der Hitliste der Top 20 Abrufvideos zehn Ausgaben der „heute-show“.

Grundsätzlich sammeln Videos aus dem fiktionalen und Unterhaltungsbereich über einen längeren Zeitraum hinweg 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 Februar bis April 2015 durchschnittlich 18 Tsd. Sichtungen pro Ausgabe.

5.2 „Highlights“/Neues

Mit der erfolgreichen Mediathek-App des ZDF können die Zuschauer nun an vielen ZDF-Programmen teilhaben. Durch die neuen Second-Screen-Funktionen werden Hintergrund-Infos der Redaktion passend zum Livebild angeboten. Zudem gibt es die Möglichkeit, an den Live-Abstimmungen und Social-Media-Diskussionen teilzunehmen.

Fernsehen zum Mitmachen: Neue ZDF-App mit Second-Screen-Funktionen

Den Anfang machten das „**NEO MAGAZIN ROYALE**“ mit Jan Böhmermann und der Sechsteiler „**SCHULD nach Ferdinand von Schirach**“. Auch bei „**WISO**“ können die Zuschauer in der App die Netzdiskussion verfolgen oder an Abstimmungen über Verbrauchertemen teilnehmen. Während der Fußball-Champions-League-Übertragungen im ZDF bietet die App umfangreiche Live-Sportdaten zu den Partien.

Seit dem 09.04.15 begleitet auch die Polittalkshow „**maybrit illner**“ ihre Sendung mit einem Second-Screen-Angebot. Hier können die Zuschauer die Netzdiskussion mitlesen oder am ZDF-Chat mit ausgewählten Gästen teilnehmen. Dazu kommen kompakte Hintergrundinfos zu den Gästen und Teilaspekten der TV-Diskussion (z. B. „Was sind die Eckpunkte der Abkommen Minsk und Minsk II?“).

Per Push-Mitteilung kann man sich an den Start einer Second-Screen-Sendung erinnern lassen. Neu ist auch die praktische Abonnement-Funktion: Unter "Sendungen A-Z" können Nutzer ihre Lieblingssendungen abonnieren und dann eine Nachricht erhalten, wenn die neueste Ausgabe in der Mediathek verfügbar ist.

Darüber hinaus kann die ZDF-App mit der kompletten Mediathek weiterhin wie gewohnt genutzt werden. Die neue App gibt es für Smartphones und Tablets – für Apple- und Android-Geräte – kostenlos zum Download in den App-Stores iTunes und Google Play.

Die Dokumentation „**Außer Kontrolle: Radikale Fußballfans**“ von ZDFinfo wird online mit einem speziellen Modul vertieft. In der vertikalen Navigation des „Scrollytelling“ werden die Porträts der verschiedenen Protagonisten in Videoausschnitten mit Bildern, Infografiken und weiteren Hintergrundinformationen ergänzt. Damit ergibt sich ein umfassendes Bild zum Themenkomplex Gewalt im Fußball aus der Sicht der Betroffenen, Fußballfan und Polizist, Ultra oder Hooligans, Insider neben Aussteiger. Die Konzeption des interaktiven Moduls berücksichtigt alle Ausspielwege und funktioniert gleichermaßen auf allen (mobilen) Endgeräten.

„Außer Kontrolle: Radikale Fußballfans“

→ <http://webstory.zdf.de/radikale-fussballfans>

6 Auszeichnungen/Preise

Preis:	EMIL 2015
Sendung / Beitrag:	Livespiel
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Gordana Großmann
Sendung / Beitrag:	Take-Off: Der Goldene Tabaluga 2014
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Galle, Anke Hornung

Preis:	International Digital Emmy Awards 2015
Sendung / Beitrag:	Dina Foxx – Tödlicher Kontakt
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Milena Bonse, Burkhard Althoff
Sendung / Beitrag:	Last Hijack Interactive
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Lucia Haslauer, Isa Ostertag, Lucas Schmidt (Das kleine Fernsehspiel)
Sendung / Beitrag:	Last Hijack Interactive
Zuständige Redaktion:	HR Neue Medien
Verantwortlicher Redakteur:	Lucia Haslauer, Isa Ostertag, Lucas Schmidt (Das kleine Fernsehspiel)

Preis:	Berlinale – Gläserner Bär, lobende Erwähnung Internationale Jury
Sendung / Beitrag:	My Skinny Sister
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Dufner, Olaf Grunert (ARTE)
Sendung / Beitrag:	My Skinny Sister
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Dufner, Olaf Grunert (ARTE)

Preis:	Berlinale – Preis der Deutschen Filmkritik 2014
Sendung / Beitrag:	Raimund – ein Jahr davor
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortlicher Redakteur:	Margrit Schreiber
Sendung / Beitrag:	1. Die Frau des Polizisten / 2. Staudamm
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Anne Even

Preis:	Grimme-Preis 2015
Sendung / Beitrag:	Wir waren Rebellen
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Burkhard Althoff
Sendung / Beitrag:	Die Anstalt
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortlicher Redakteur:	Stephan Denzer
Sendung / Beitrag:	auslandsjournal: Die Kinder von Aleppo
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen
Verantwortlicher Redakteur:	Diana Zimmermann, Frederic Ulferts

Preis:	Grimme-Preis 2015 – Sonderpreis Kultur des Landes NRW
Sendung / Beitrag:	Ab 18! 10 Wochen Sommer
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortlicher Redakteur:	Daniel Schössler



Dr. Thomas Bellut