

TÄTIGKEITSBERICHT

des Intendanten in der 14. Sitzung
der XIV. Amtsperiode des Fernsehrats
am 18. September 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

die journalistische Aufarbeitung von Themen wie der Flüchtlingsnot, dem Konflikt Ukraine/Russland oder den Finanzhilfen für Griechenland, wird zunehmend von einer angeregten Debatte über die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung begleitet. Programme zu diesen Themenfeldern sorgen für teilweise heftiges Engagement von Zuschauergruppen, die jeweils ihre Ansichten in der Berichterstattung wiederfinden wollen, die Glaubwürdigkeit der Beiträge diskutieren oder gar in Frage stellen. Die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung ist für alle Medien wichtig, für einen öffentlich-rechtlichen, von allen finanzierten Sender ist es die Existenzgrundlage. Um die Glaubwürdigkeit der Mediengattungen und einzelner Medien aus der Sicht ihrer Nutzer besser abschätzen zu können, hat die Forschungsgruppe Wahlen für das ZDF eine repräsentative Umfrage durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie belegen keine Glaubwürdigkeitskrise aller Medien. So zeigt die Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen, dass regionale und überregionale Tageszeitungen, die wöchentlichen Nachrichtenmagazine sowie die öffentlich-rechtlichen Sender von einer sehr breiten Mehrheit als glaubwürdig angesehen und als unverzichtbar erachtet werden. Demgegenüber werden private Fernsehsender deutlich schwächer und die Sozialen Medien wie Twitter und Facebook besonders wenig glaubwürdig bewertet. Die Nutzer verstehen sie offenkundig nicht als relevante Informationsquelle, sie werden offenkundig als Austausch-, Meinungs- und Protestmedium erlebt. Angesichts dieses Befundes bleibt es Ziel unserer publizistischen Arbeit, durch journalistische Sorgfalt und gründliche Recherche die Zuschauerinnen und Zuschauer täglich aufs Neue von der Unabhängigkeit, der Korrektheit unserer Nachrichten, Dokumentationen und Reportagen zu überzeugen.

Das gilt aktuell vor allem für die zahlreichen Sondersendungen, Filmbeiträge und Dokumentationen über die dramatische Flüchtlingssituation in Deutschland und Europa. Wir lassen Flüchtlinge zu Wort kommen und von ihren bedrückenden Fluchterfahrungen erzählen, unsere Auslandskorrespondenten werfen einen Blick auf den Umgang mit der Flüchtlingssituation in anderen Ländern, die Inlandsstudios zeigen ebenso den beispielhaften Einsatz der zahlreichen ehrenamtlichen Helfer wie die Verunsicherung und Ablehnung in der Umgebung mancher Flüchtlingsunterkünfte. Dabei informiert das ZDF auch, vor welche Herausforderungen die Polizei im Umgang mit dem Flüchtlingsstrom gestellt wird und fragt in Gesprächssendungen Vertreter der Politik, wie Zuwanderung künftig gestaltet werden und auf welche Art ein Bleiben in Deutschland künftig möglich sein soll. Insbesondere am 02.09.15 hat das ZDF mit dem Themenschwerpunkt „Zuflucht Europa“ einen ganzen Tag lang die verschiedensten Aspekte des Flüchtlingsdramas beleuchtet.

Weil das ZDF außerdem ein Zeichen für ein hilfsbereites Deutschland setzen möchte, unterstützen wir mit einem Spendenaufruf des „Aktionsbündnisses Katastrophenhilfe“ (Caritas international, Deutschem Roten Kreuz, Diakonie Katastrophenhilfe und Unicef) Hilfsprojekte im In- und Ausland bei ihrer Arbeit mit Flüchtlingen. Unter dem Titel „Menschen auf der Flucht – Deutschland hilft!“ sendet das ZDF außerdem am 10.09.15 eine große Prime-Time-Sendung aus Berlin zur aktuellen Flüchtlingssituation in Deutschland.

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. ZDF-Finanzsituation	7
2 ZDF-PROGRAMM	11
2.1 Akzeptanz	11
2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV	13
2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld	13
2.3 Chefredaktion	14
2.4 Programmdirektion	16
3 ZDF-DIGITALKANÄLE	19
3.1 Akzeptanz	19
3.2 ZDFneo	21
3.3 ZDFinfo	22
3.4 ZDFkultur	22
4 PARTNERPROGRAMME	23
4.1 ARTE	23
4.2 3sat	23
4.3 PHOENIX	24
4.4 KiKA	25
5 ZDF-TELEMEDIENANGEBOTE	26
5.1 Akzeptanz	26
5.2 „Highlights“/Neues	27
6 AUSZEICHNUNGEN/PREISE	28

Berichtszeitraum: 16.05.15 bis 15.08.15

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1. Medienpolitik

Zum Jungen Angebot von ARD und ZDF startete die Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt am 19.06.15 federführend für die Rundfunkkommission der Länder ein offenes Konsultationsverfahren. Bis zum 31.07.15 waren die Rundfunkanstalten, Verbände und Unternehmen der Medienwirtschaft, aber auch interessierte Bürgerinnen und Bürger eingeladen, zum Angebotskonzept von ARD und ZDF sowie zum Normentwurf der Rundfunkkommission für eine Beauftragung des Angebots im Rundfunkstaatsvertrag inklusive einer „Negativliste“ Stellung zu nehmen.

Junges Angebot

Gemeinsam mit der ARD hat auch das ZDF eine Stellungnahme bei den Ländern eingereicht, die im Intranet des Fernseh Rates eingestellt wurde. In unserer Stellungnahme sind wir vor allem auf die von den Ländern vorgelegte Norm eingegangen, die wir grundsätzlich für eine sehr gute und tragfähige Basis zur direkten Beauftragung des Jungen Angebots halten. Wir haben auch Anregungen, vor allem in Bezug auf die Themenfelder Datenschutz, Grundsätze zur Nutzung von Drittplattformen, Vernetzungen des Jungen Angebots mit den übrigen Angeboten von ARD und ZDF, sowie zum Rechteerwerb für das Junge Angebot formuliert. Nach den von der EU-Kommission gesetzten Regeln für die Beauftragung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit neuen Angeboten müssen die Länder im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens zum Jungen Angebot sicherstellen, dass mit dem neuen Angebot keine unverhältnismäßigen, vermeidbaren Auswirkungen zu Lasten anderer Marktteilnehmer einhergehen. Aus diesem Grunde haben ARD und ZDF ein Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen des Jungen Angebots beauftragt. Das Gutachten wird von Goldmedia, Professor Goldhammer, erarbeitet. Goldmedia hatte bereits 2009 im Rahmen der Drei-Stufen-Tests die Marktgutachten zu den ZDF-Telemedien für den Fernseh Rat erstellt.

Die Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt hat auf ihrer Homepage Stellungnahmen von 41 Verbänden und Institutionen veröffentlicht (Stand 10.08.15). Die Stellungnahmen befürworteten ganz überwiegend die Beauftragung von ARD und ZDF mit einem jungen Angebot. Hierzu gehören unter anderem der Deutsche Bundesjugendring, die Arbeitsgemeinschaft der evangelischen Jugend sowie der Deutsche Familienverband. Widerspruch gibt es von der Arbeitsgemeinschaft privater Rundfunk (APR), BDZV und VDZ, vom Deutschen Steuerzahlerinstitut des Bundes für Steuerzahler e. V. und vom VPRT. In zahlreichen Stellungnahmen werden in Bezug auf das geplante Angebot Vorschläge unterbreitet und Forderungen erhoben.

Die Rundfunkkommission plant gegenwärtig, das Konsultationsverfahren Anfang September um eine mündlichen Anhörung zu ergänzen. Im Rahmen der Jahrestagung der Chefinnen und Chefs der Staatskanzleien am 17. und 18.09.15 werden die Ergebnisse des Konsultationsverfahrens für eine Entscheidung der Ministerpräsidentenkonferenz Mitte Oktober vorbereitet. Für die Ministerpräsidentenkonferenz wird eine Verständigung über einen Staats-

vertragstext angestrebt, der den Landtagen zur Vorabinformation übermittelt werden kann. Gegenwärtig ist es das Ziel, dass die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten den Staatsvertrag für die Beauftragung des Jungen Angebots im Dezember unterzeichnen. Der Staatsvertrag würde danach zur Verabschiedung in die 16 Landtage gehen. Bis zur Zustimmung aller Landtage ist von einem Zeitrahmen von rund einem halben Jahr zu rechnen, so dass der Staatsvertrag nach derzeitigem Stand frühestens Mitte 2016 in Kraft treten kann.

Entsprechend einer Festlegung im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung haben Bund und Länder eine gemeinsame Kommission eingerichtet, die die rechtlichen Vorschriften für Medien in Deutschland angesichts des technologischen Wandels auf Anpassungsbedarf überprüfen soll. Die Kommission hat mehrere Unterarbeitsgruppen eingesetzt, die verschiedene Themengebiete betrachten. Unter der Federführung des Landes Nordrhein-Westfalen evaluiert die AG Plattformregulierung den Anpassungsbedarf des Rundfunkstaatsvertrags.

Plattformregulierung

Das ZDF ist der Auffassung, dass zunächst die bisherigen Vorschriften der Plattformregulierung, welche im Kern Kabelnetzbetreiber z. B. mittels Must-Carry adressieren, weiterhin Bestand haben sollten. Dies belegt auch das aktuelle Vorgehen von Unitymedia in analogen Kabelanlagen.

Darüber hinaus gewinnt eine neue Kategorie zunehmend Bedeutung bei der Auswahl und Steuerung des Mediennutzungsverhaltens. Es handelt sich um Anbieter von Benutzeroberflächen, welche den unmittelbaren Zugriff auf Rundfunk- und Telemedienangebote beeinflussen. Insbesondere auf modernen Smart-TV Geräten treten neben die klassische Listensortierung zunehmend komplexe grafische Benutzeroberflächen, welche den Zugriff auf lineare wie non-lineare Dienste ermöglichen. Durch den entscheidenden Einfluss auf die Auswahl der genutzten Medien sind diese Oberflächen für die vom Bundesverfassungsgericht geforderten Vielfaltssicherung zunehmend relevant.

Das ZDF ist der Auffassung, dass für Anbieter von Benutzeroberflächen gesetzlich bestimmte materielle Mindeststandards formuliert werden sollten, die durch einen unabhängigen Regulator im Missbrauchsfall durchgesetzt werden können. Insbesondere sollte der diskriminierungsfreie Zugang, die Integrität der Inhalte und die Auffindbarkeit sichergestellt werden. Bei letzterem ist Angeboten, die einen besonderen Beitrag zu Meinungsvielfalt und Pluralismus leisten, ein angemessener Vorrang einzuräumen.

Gemeinsam mit der ARD hat das ZDF einen entsprechenden Gesetzesvorschlag erarbeitet und der Bund-Länder-Kommission vorgelegt.

Die Vereinbarungen des ZDF mit der Allianz Deutscher Produzenten, die sich auch auf die Bereiche Fiktion, Entertainment, Dokumentation und Fragen der Transparenz der Auftragsvergabe beziehen, sind Gegenstand einer gemeinsamen Evaluierung von ZDF und Allianz Deutscher Produzenten. Das ZDF verhandelt mit der Produzentenallianz über die Fortführung dieser Vereinbarungen, die teilweise zum 31.05.15 ausgelaufen waren. Diese Gespräche, die auch Fragen der Kalkulation und der Aner-

Eckpunktevereinbarung mit der Allianz Deutscher Produzenten

kennung von Berufsbildern zum Gegenstand haben, verlaufen konstruktiv. In diesem Rahmen hat sich das ZDF mit der Allianz Deutscher Produzenten auf eine Verlängerung der bestehenden Vereinbarung bis 31.12.15 geeinigt, um einen ausreichenden Verhandlungszeitraum zu schaffen. Auch hat sich das ZDF mit der Allianz Deutscher Produzenten über die Beteiligung der Produzenten an den Erträgen aus einer kommerziellen Verwertung von Video-on-Demand-Rechten durch ZDF Enterprises verständigt. Die Produzenten werden dabei hälftig an den Überschüssen beteiligt, wobei die Kalkulation auf einer Bruttoertragsbasis erfolgt. Schließlich hat das ZDF mit der Allianz Deutscher Produzenten, Sektion Kino, über Eckpunkte vertraglicher Vereinbarungen von Kino-Gemeinschaftsproduktionen eine Verständigung erzielt, die nach abschließender Zustimmung durch die Produzentenallianz unterzeichnet werden kann. Auch dort werden substantielle Verbesserungen zu Gunsten von Kinoproduzenten vereinbart. Dies betrifft namentlich die Überlassung weiterer Rechte an den Kinoproduzenten im Bereich von VoD-Rechten und die Stärkung finanzieller Erlösanteile des Produzenten.

Am 29.06.15 hat der Kabelnetzbetreiber Unitymedia das ZDF darüber in Kenntnis gesetzt, dass ab Juli 2015 die Gemeinschaftsprogramme 3sat, PHOENIX, KiKA und ARTE im analogen Kabel nur noch zeitpartagiert weiterverbreitet werden. 3sat ist nur noch im Zeitraum von 17:00 - 05:00 Uhr, PHOENIX von 05:00 - 17:00 Uhr empfangbar. Parallel werden ARTE von 20:00 - 06:00 Uhr und KiKA von 06:00 - 20:00 Uhr auf einem Kanal eingespeist.

Teilpartagierung Unitymedia

Auch wenn die Programme im digitalen Kabel weiterhin vollständig verfügbar sind, beeinträchtigt dies die Zuschauerinnen und Zuschauer, die noch den analogen Kabelempfang nutzen. Betroffen sind die Länder Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen.

Nach Auffassung des ZDF verstößt das Vorgehen von Unitymedia gegen die sog. Must-Carry-Vorschriften der jeweiligen Landesrundfunkgesetze. Nach diesen Vorschriften müssen die gesetzlich für das jeweilige Land vorgesehenen Sender uneingeschränkt in den analogen Kabelanlagen weiterverbreitet werden. Die gesetzlichen Regelungen vermitteln jedoch dem ZDF keinen unmittelbaren Anspruch auf Einspeisung der Programme, vielmehr sind die Landesmedienanstalten als unabhängige Regulatoren berufen, die Vorschriften durch Verwaltungshandeln durchzusetzen. Das ZDF hat daher die drei zuständigen Landesmedienanstalten über den Vorgang in Kenntnis gesetzt.

Die LfM Nordrhein-Westfalen hat bereits angekündigt, die Kanalbelegung durchzusetzen. Die LPR Hessen prüft den Vorgang derzeit intern. Seitens der LfK Baden-Württemberg wurde das ZDF dahingehend beschieden, dass man die Maßnahme von Unitymedia als rechtmäßig erachte. Gegen diesen Bescheid hat das ZDF Rechtsmittel eingelegt und parallel die Länder als zuständige Rechtsaufsicht über den Vorgang informiert.

1.2. Medienbranche

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) hat im April 2015 die Nettowerbeumsätze (nach Abzug von Rabatten und Skonti) für das vergangene Jahr für Deutschland vorgestellt. Das Volumen des deutschen Werbemarkts ist mit einem leichten Rückgang von 0,2 % ungefähr konstant geblieben. Die Entwicklung verlief in den verschiedenen Mediengattungen erneut sehr unterschiedlich. Mit einem Wachstum von 4,0 % bzw. 6,6 % sind die Werbeumsätze in den Sektoren Fernsehen sowie Online und Mobile 2014 erneut deutlich angestiegen, während die Umsätze im Printbereich abermals zurückgegangen sind. Den geringsten Rückgang im Printsektor hatten die Tageszeitungen mit einem Minus von 2,8 % zu verzeichnen. Bei den Wochen- und Sonntagszeitungen war das Minus mit 15,2 % am höchsten.

Vor zwei Jahren hatte ProSiebenSat.1 angekündigt, dass zusätzlich zu den bereits erfolgten Senderneugründen wie Sat.1Gold, Sixx und ProSiebenMaxx bis zu fünf weitere neue Spartenkanäle an den Start gehen sollten. Im Frühjahr gab das Unternehmen bekannt, dass man bis auf Weiteres keine neuen Sender mehr gründen wolle. Stattdessen will man das Digitalgeschäft mit strategischen Beteiligungen in den Bereichen eCommerce, Vergleichsportale und Online-Marktplätze weiter ausbauen.

Kurze Zeit nach der Ankündigung hat ProSiebenSat.1 mit 7Commerce ein strategisches Beteiligungsgeschäft im eCommerce-Bereich gegründet. ProSiebenSat.1 hat alle seine Mehrheitsbeteiligungen im eCommerce- und Travel-Bereich wie z. B. an wetter.de, moebel.de oder Billiger Mietwagen an 7Commerce übertragen. Im Zusammenhang mit der Gründung gab das Unternehmen bekannt, seinen Anteil an Flaconi, dem zweitgrößten Onlineshop für Parfüm und Kosmetik nach Douglas, auf 100 % ausgebaut zu haben. Des Weiteren wurde die Mehrheit an Amorelie, einem Onlineshop für Erotikartikel, erworben und die Anteile am Preisvergleichsportale preis24.de auf rund 85 % erhöht, auch werden 80 % der Anteile am Verbraucherportal Verivox für 170 Mio. € erworben.

Im April gab ProSiebenSat.1 bekannt, dass sein Multichannel-Netzwerk Studio71 den bisherigen Marktführer Mediakraft überholt habe und seitdem die neue Nummer 1 im deutschen Markt sei. Das Geschäft von Multi-Channel-Netzwerken ist es, Webvideoproduzenten unter anderem in den Bereichen Vermarktung, Werbung und Finanzierung sowie beim Steigern der Nutzerzahlen zu unterstützen. Die Netzwerke behalten als Entlohnung für ihre Tätigkeit einen Teil der von den YouTubern erzielten Werbeeinnahmen ein. Studio71 hat derzeit ca. 70 Webstars unter Vertrag, betreibt rund 180 You-Tube-Channels und erreicht etwa 270 Mio. Views im Monat.

**Wachsende
Werbeumsätze bei
Fernsehen, Online
und Mobile**

**ProSiebenSat.1
investiert massiv
ins Internetgeschäft**
 **ProSiebenSat.1
Media AG**

Seit Mitte 2013 hat die RTL Group ihre Aktivitäten in den Bereichen Multi-Channel-Netzwerke und digitale Werbevermarkter global deutlich ausgebaut und ist mit über 7 Milliarden Video-Views pro Monat zum zweitgrößten Player im Youtube-„Ökosystem“ geworden. In den letzten zwei Jahren wurden die amerikanischen Multichannel-Networks BroadbandTV und StyleHaul sowie das Netzwerk Dimove erworben, das eines der größten Netzwerke in Europa ist.

**RTL Group bündelt
Aktivitäten bei
Multi-Channel-Netz-
werken und
digitalen
Werbevermarktern**



Im März gab die RTL Group bekannt, dass man seine Aktivitäten in den Bereichen Multi-Channel-Netzwerke und digitale Werbevermarkter in der Einheit RTL Digital Hub bündeln und zur dritten Säule der Gruppe entwickeln will. Aufgabe des Digital Hubs wird es sein, Synergien und Partnerschaften zwischen den Netzwerken und TV-Sendern sowie den Produktionstöchtern der RTL Group zu heben und die weitere internationale Expansion voranzutreiben. Ziel der RTL Group ist es, mit Digital Hub in allen Segmenten von Onlinevideo und Onlinevideo-Werbung führend zu sein.

Im Dezember 2013 hat der Axel Springer Verlag den Nachrichtensender N24 erworben, den ProSiebenSat.1 im Rahmen eines Management-Buyouts 2010 an den Geschäftsführer Torsten Rossmann sowie den früheren Spiegel-Chefredakteur Stefan Aust veräußert hatte. Der Nachrichtensender wurde in die Welt-Gruppe integriert und fungiert als zentraler Bewegtbildlieferant für den gesamten Springer Verlag. Im Juli 2015 gab Springer bekannt, dass man den Markennamen N24 mittelfristig aufgeben und der Sender zukünftig den Namen Welt tragen werde. Vor dem Wechsel des Sendernamens sollen die beiden Web-Angebote von N24 und Welt in den kommenden Monaten schrittweise zusammengeführt werden.

**WELT künftiger
Markenname von
N24**



Am 14.06.15 haben sich die Schweizer Bürger in einer Volksbefragung mit sehr knapper Mehrheit (50,1 %) für die Einführung einer Haushaltsabgabe nach deutschem Vorbild zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausgesprochen. Die Umstellung war 2014 vom Schweizer Stände- und Nationalrat mit den Stimmen der großen Parteien bis auf die SVP und Teilen der FDP verabschiedet worden. Die Parteien haben auch im Rahmen der Volksabstimmung entsprechende Wahlempfehlungen für bzw. gegen das neue Modell ausgesprochen. Bei einer Ablehnung des Haushaltsmodells wäre es beim bisherigen Modell, der geräteabhängigen Gebühr, geblieben. Die Bürgerinnen und Bürger hätten in diesem Fall auch weiterhin 460 Franken pro Jahr zahlen müssen, statt der zukünftig geringeren Abgabe von 400 Franken. Die Volksabstimmung war vom Schweizer Gewerbeverband initiiert worden, der seine großen Mitgliedsfirmen benachteiligt sieht. Unternehmen ab 500.000 Franken Umsatz haben zukünftig einen Beitrag von 612 € pro Jahr zu zahlen. Unternehmen mit weniger Umsatz zahlen nichts.

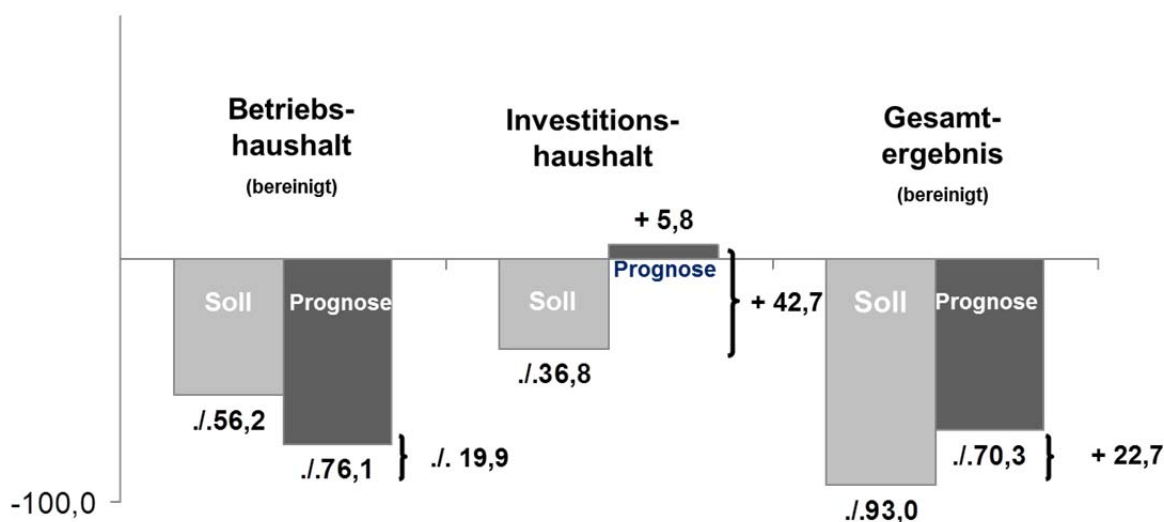
**Schweizer für die
Einführung einer
Haushaltsabgabe**

1.3 ZDF-Finanzsituation

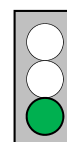
Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.06.15 zeigen sich folgende Ergebnisprognosen: Bereinigt um die nicht verfügbaren Beitragsmehrerträge, die gemäß Empfehlung der KEF in eine Sonderrücklage eingestellt werden, ergibt sich das

bereinigtes Betriebsergebnis mit einem Fehlbetrag ./. 76,1 Mio. €. Es liegt damit um 19,9 Mio. € über dem geplanten bereinigten Betriebsergebnis von ./. 56,2 Mio. €. Im **Investitions-haushalt** zeigt sich ein positives Finanzierungsergebnis von 5,8 Mio. €, das um 42,7 Mio. € über dem Soll liegt. Der aus bereinigtem Betriebsergebnis und Finanzierungsergebnis ermittelte **bereinigte Gesamtfehlbetrag** von rd. ./. 70,3 Mio. € wird der Rücklage Gesamtergebnis entnommen. **Dies bedeutet eine Ergebnisverbesserung von etwa 22,7 Mio. € gegenüber dem Soll.** Damit kann nach derzeitigem Stand der Erwartung des Verwaltungsrates, dass im Haushaltsvollzug Ergebnisverbesserungen erwirtschaftet werden, die den Gesamtfehlbetrag auf höchstens ./. 80,0 Mio. € begrenzen, entsprochen werden.

Übersicht Haushaltsvollzug, Soll 2015 und Prognose zum 31.12.2015 [Mio. €]



Bei den Erträgen aus Rundfunkbeitrag zeigen sich nicht verfügbare Beitragsmehrerträge von knapp 127 Mio. €. Das sind rd. 72 Mio. € mehr, als bei der Haushaltsplanung unterstellt. Die Beitragsmehrerträge sind der Sonderrücklage zuzuführen.



Beim gesamten Personalaufwand ohne Altersversorgung wird derzeit davon ausgegangen, dass der KEF-relevante Zielwert für 2015 erreicht werden kann. Bei der Altersversorgung wird BilMoG-induzierter Mehraufwand im Betriebshaushalt durch korrespondierende Einnahmen im Investitionshaushalt kompensiert und ist durch den Haushaltsbeschluss gedeckt.

Einsparungen beim Programmbereich werden insbesondere beim Sendeaufwand der Programmdirektion und der Chefredaktion sowie bei der Programmverteilung prognostiziert.

Beim Dienstleisterbereich zeigt sich aktuell eine Ergebnisverschlechterung vor allem aufgrund niedrigerer Umsätze mit dem Programm. Bei den Fremdkosten der Dienstleister zeigen sich dagegen Einsparungen, u. a. infolge von Projektverschiebungen.

Im Investitionshaushalt ergeben sich Veränderungen gegenüber dem Haushaltsplan, bei den Einnahmen infolge von geringeren Abschreibungen und bei der Versorgungsrückstellung.

Zum 31.08.15 hat das ZDF der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) eine Finanzvorschau bis 2020 vorgelegt und seinen Finanzbedarf für den Zeitraum 2017 - 2020 angemeldet. Die Anmeldung des Finanzbedarfs für den 20. Bericht erfolgt im Rahmen des üblichen KEF-Verfahrens. Das ZDF wird nach dem aktuellen Planungsstand seinen Finanzbedarf für die kommende Periode ohne Beitragserhöhung mit Hilfe der Rücklage aus den Beitragsmehrerträgen der laufenden Periode decken können. Sie stehen über die gebildete Sonderrücklage zur Verfügung.

Im Rahmen seiner Anmeldung hat das ZDF keine neuen KEF-Projekte oder programmliche Weiterentwicklungen berücksichtigt. Die Mittel für das neue Jugendangebot werden durch Umschichtungen sowie die Aufgabe des Digitalkanals ZDFkultur intern finanziert.

Gleichwohl mussten in der Finanzplanung auch einige erhebliche Mehrbedarfe berücksichtigt werden. Hier sind zunächst die Forderungen seitens Urhebern und Produzenten nach Verbesserungen bei den Vergütungen zu nennen, die innerhalb der Programmaufwendungen berücksichtigt wurden. Darüber hinaus sind auch umfangreiche Brandschutzsanierungsmaßnahmen nicht mehr länger verschiebbar. Die hier notwendigen Maßnahmen sind bei den Sachinvestitionen eingeflossen.

In Abstimmung mit der KEF wurde der Finanzbedarf, der sich als Folge des Bilanzmodernisierungsgesetzes (BilMoG), insbesondere durch einen noch geringeren Rechnungszins sowie die Berücksichtigung künftiger Gehaltstrends ergibt, nicht finanzbedarfserhöhend in die Anmeldung einbezogen, indem auf eine vollständige Dotierung des Versorgungsstocks verzichtet wird. Lediglich in dem Maße, in dem das ZDF an dem zweckgebundenen Beitragsanteil von 24,7 ct ab 2017 partizipiert sowie für die im 19. Bericht anerkannte anteilige Absenkung des Rechnungszinses auf 5,25 %, ist eine teilweise Schließung der Deckungslücke vorgesehen. So wird eine zu starke kurzfristige Belastung der Beitragszahler vermieden.

Die KEF-Anmeldung zeigt, dass die Gratwanderung zwischen dem, was angesichts der finanziellen Rahmenbedingungen und der Erwartungshaltung sowohl der politischen Entscheidungsträger als auch der Beitragszahler finanziell vertretbar ist, und dem, was zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und zur perspektivischen Entwicklung erforderlich wäre, schwieriger wird. Das ZDF wird sich auch weiterhin dieser Herausforderung stellen und alles tun, um eine belastbare Balance zwischen finanziellen Restriktionen und programmlichen Perspektiven zu finden.

1.3.1 Unternehmensentwicklung

Der Umbruch, in dem sich der deutsche Bewegtbildmarkt befindet, hat weiter an Intensität zugenommen. Ein verstärktes Aufkommen neuer und zum Teil proprietärer Plattformen lässt die Nutzung von Video-on-Demand-Angeboten kontinuierlich ansteigen. Der Markteintritt von Netflix im Herbst 2014 war nur ein prominentes Beispiel dafür. Auch rücken vor allem die reichweitenstarken sozialen Netzwerke das Bewegtbild mehr und mehr in den Mittelpunkt ihres Geschäftsmodells und wollen sich nicht mehr länger mit der Rolle als Verteiler fremder Inhalte abfinden. Diese Anbieter konkurrieren mit passgenauen Angeboten für die junge mobile Zielgruppe. Sie sprechen damit eine Zielgruppe an, die die etablierten Sender mit ihren Vollprogrammen nur noch punktuell erreichen. Vor diesem Hintergrund wachsen permanent die Herausforderungen für das ZDF, mit seinem Gesamtangebot bei begrenzten finanziellen Mitteln alle relevanten Zielgruppen auf einer immer unüberschaubarer werdenden Zahl von Plattformen zu erreichen. Dies alles bindet losgelöst von juristischen und finanziellen Fragen vor allem aber auch personelle Ressourcen, die dem ZDF so nicht zur Verfügung stehen und künftig noch weniger werden. Daher müssen wir alles dafür tun, über Synergien in Redaktion und Produktion sowie in den unterstützenden Bereichen in den kommenden Jahren Personal über natürliche Fluktuation einzusparen.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, hat auch der 2013 eingeleitete organisationsstrukturelle Veränderungsprozess im ZDF weiter an Fahrt aufgenommen. Mit dem geschäftspolitischen Beschluss, die Direktion Europäische Satelliten Programme (ESP) 2017 als eigenständige Direktion aufzulösen („2-Säulen-Modell“ für das Programm), rückte das Strukturmodell der genrebezogenen Plattformhauptredaktionen in den Fokus. Vereinbart wurde in diesem Kontext, die bisher in der Direktion ESP ressortierenden 3sat-Redaktionen in neu anzulegenden Plattformredaktionen innerhalb der Programmdirektion und der Chefredaktion anzusiedeln. Effizienzgewinne lassen sich dabei über eine gemeinsame formatübergreifende Themen- und Beitragsplanung, eine noch strukturiertere Verwertung innerhalb der Programmfamilie sowie den flexibleren Einsatz von Personal erwirtschaften.

Alle wesentlichen Konzeptarbeiten zum „2-Säulen-Modell“ im Programm wurden im Juni 2015 abgeschlossen. Konkret wurden Struktur und Funktionsweise der zukünftigen Koordination 3sat definiert und Feinkonzepte für die beiden neuen Hauptredaktionen „Geschichte und Wissenschaft“ und „Kultur“ sowie für die Integration der in weiteren Genres tätigen 3sat-Redaktionen entwickelt. Auch für die unterstützenden Bereiche von 3sat, wie etwa die Presse und Öffentlichkeitsarbeit und den Bereich Präsentation, wurden die Konzepte zur Integration in die jeweils passenden Bereiche des ZDF verabschiedet. Zudem wurden ausgehend von veränderten Organisationsstrukturen und Workflows korrespondierende Strukturen im Bereich des Produktionsmanagements konzipiert. Für 2016 steht die Nachschärfung einzelner Details auf der Agenda, wenn die Marktgegebenheiten ab 2017 noch besser absehbar und alle maßgeblichen Führungskräfte benannt sind. Des Weiteren werden bei Bedarf „Change-Management-Maßnahmen“ für die neuen Redaktionen geplant

und initiiert (z. B. Teamentwicklung). Um das Plattformprinzip auch räumlich umzusetzen, sollen umfassende Raumbelagungs- und Infrastrukturkonzepte entwickelt werden. Die Umsetzung der neuen Strukturen in den Rechenwerken des ZDF soll zum 01.01.17 erfolgen.

Neben den strukturellen Veränderungen in den programm-erstellenden Bereichen ist es zudem ein wichtiges Ziel, auch bei den Verwaltungs- und Unterstützungsprozessen im ZDF Effizienzpotentiale zu heben. Hierzu werden derzeit in der Verwaltungsdirektion und der Produktionsdirektion Prüfaufträge zur Verschlan- kung oder teilweisen Auslagerung ausgewählter Teilprozesse bzw. -funktionen abgearbeitet.

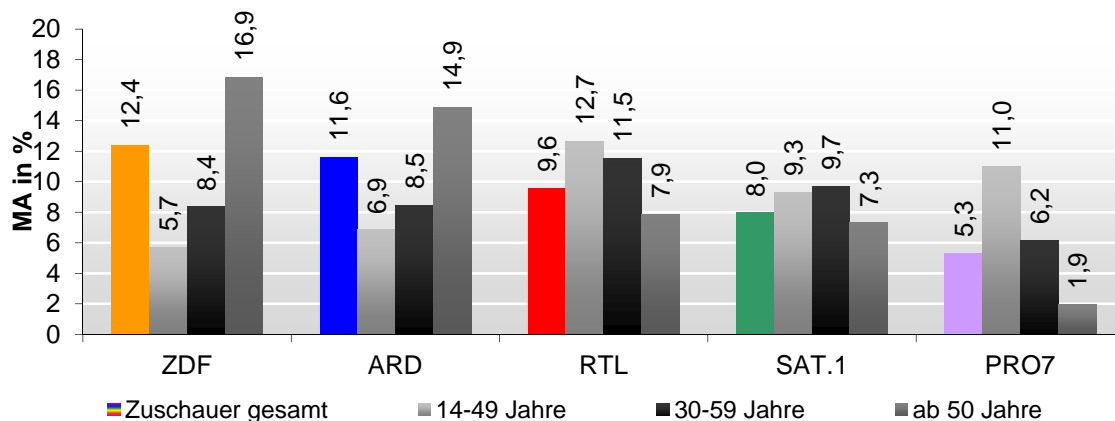
Eine neue und besondere Herausforderung für die Unter-nehmensentwicklung ist die von den Ländern beauftragte Konzeption und Umsetzung eines gemeinsamen Jugendangebots von ARD und ZDF. Auch hier wird die noch abschließend zu klärende Frage der dafür verfügbaren Personalressourcen ein kritischer Erfolgsfaktor sein. Ungeachtet dessen hat das ZDF seine Konzeptvorstellungen für das neue Angebot bereits konstruktiv eingebracht. Die weitere Entwicklung erfolgt nun in gemeinsamen Arbeitsgruppen mit der ARD. Die Federführung für die Mitwirkung des ZDF liegt beim Chefredakteur.

2 ZDF-Programm

2.1 Akzeptanz

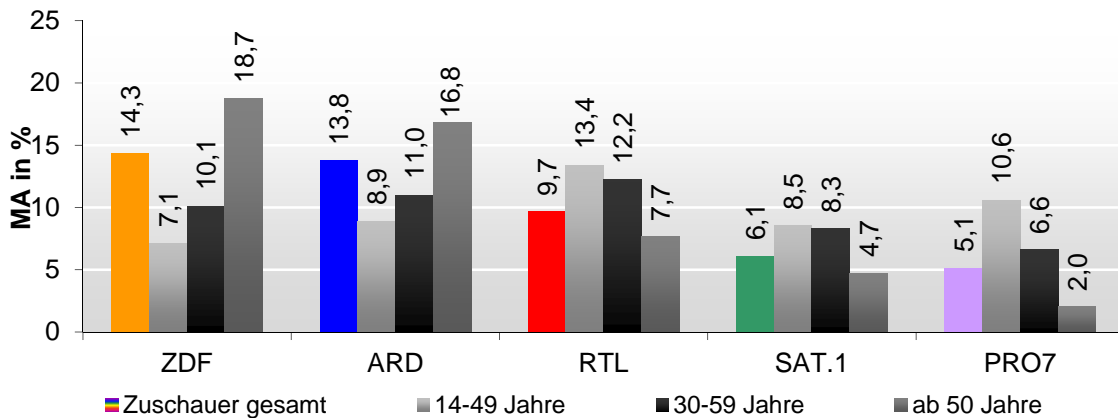
Marktanteile in %, Montag bis Sonntag, Gesamttag

Zuschauer ab 3 Jahre, 14-49 Jahre, 30-59-Jahre, ab 50-Jahre, Mai 2015 bis Jul 2015



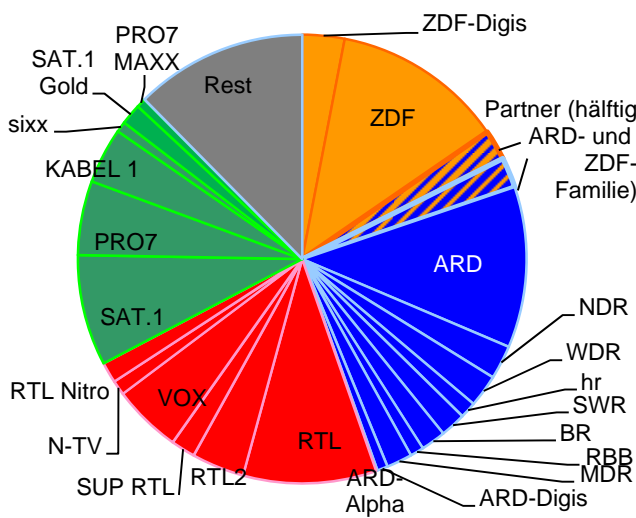
Das ZDF ist im Berichtszeitraum Mai 2015 bis Juli 2015 Markt- führer vor der ARD. RTL bleibt unter der 10-Prozent-Marke und wird Dritter vor Sat.1 und ProSieben. Mit Blick auf die einzelnen Monate ist das ZDF durchgehend Marktführer. Bei ab 50-Jährigen hält das ZDF im Berichtszeitraum die Marktführerschaft. 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, der ARD, VOX 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, Mai 2015 bis Jul 2015



In der Primetime ist das ZDF mit 14,3 % Marktanteil Erster vor der ARD mit 13,8 % und RTL mit 9,7 %. 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 Marktführer RTL, ProSieben, ARD, und Sat.1.

Marktanteile Senderfamilien, Montag bis Sonntag, Gesamttag
Zuschauer ab 3 Jahre, Mai 2015 bis Jul 2015



Zuschauer ab 3 Jahre	
Mai 2015-Juli 2015	
	MA %
ZDF-Familie	17,6
ARD-Familie	27,1
RTL Gruppe	22,6
PRO 7/SAT.1	20,3

Von Mai 2015 bis Juli 2015 erreicht die ZDF-Familie im Schnitt 17,6 % Marktanteil und belegt damit unter den betrachteten Senderfamilien den vierten Platz hinter der ARD-Familie, der RTL Gruppe und ProSieben/Sat.1, wobei das Hauptprogramm 70 % zum Programmerfolg beiträgt, während die Partnerkanäle 12 %, die Digitalkanäle 17 % zum Gesamterfolg beisteuern.

Die ARD ist mit 27,1 % Marktanteil weiterhin die erfolgreichste Senderfamilie. Das Erste und die zusammengefassten Dritten Programme der ARD machen mit 43 % bzw. 46 % 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.

Zweiterfolgreichste Senderfamilie insgesamt ist die RTL-Gruppe mit 22,6 % Marktanteil vor ProSieben/Sat.1 mit 20,3 % Marktanteil.

Die erfolgreichste Fernsehsendung im Berichtszeitraum und im Jahr 2015 ist das Hinspiel des Champions League Halbfinale zwischen FC Barcelona – FC Bayern München im ZDF am 06.05.15 mit 13,46 Mio. Zuschauern. Die ARD platziert sich mit insgesamt 18 Sendungen in der Hitliste (7x Tatort / 2x Polizeiruf 110 / 5x Live-Fußball (inkl. Berichterstattung) / 1x Tagesthemen im Sportumfeld / 1x Eurovision Song Contest 2015).

Das ZDF ist insgesamt sechsmal (3x Live-Fußball / 3x Nachrichtensendungen in Halbzeitpausen von Live-Sport) in der Hitliste vertreten.

Nach Genres betrachtet machen fiktionale Formate (9x) und Sportsendungen (9x) mehr als zwei Drittel der Hitliste aus, gefolgt von Informationssendungen (6x) sowie Unterhaltungssendungen (1x).

2.2 Aktuelle Entwicklungen im TV

2.2.1 ZDF im Wettbewerbsumfeld

Die Sommerprogramme mit ihrer Mischung aus saisonal ausgerichteten Programmakzenten, Format-Erprobungen und fiktionalen Programmreihen prägen den Wettbewerb zur Jahresmitte. Die großen kommerziellen Sender setzen dabei neben der Variation und Neuauflage bekannter Formate wie „Bachelorette“ und „Promi Big Brother“ in hohem Maße auf Archiv-Verwertung. Sie prägt auch wesentlich RTLs Format-Variation „Ich bin ein Star – lasst mich wieder rein!“, die mit ausführlichen Zusammenfassungen früherer Dschungelcamp-Staffeln operiert. RTLs „Die 100 ...“ mit dem Ranking von lustigen Tier-, Straßenverkehrs- und Reisevideos und Sat.1' „Wir sind Deutschland“ reihen unmoderiert bzw. moderiert Archivbeiträge aneinander. Demgegenüber bieten die öffentlich-rechtlichen Anbieter neben einigen Wiederholungen fiktionaler Angebote eine ganze Reihe von Formaterprobungen. Das Erste zeigt sich mit dem Quiz „Wer weiß denn sowas“, das neben werktäglichen Ausgaben auch in einer samstäglichen Lang-Variante präsentiert wird, um 18:00 Uhr erstarkt. Sitcoms laufen einmal im Ersten und mit zwei neuproduzierten Formaten im ZDF-Hauptprogramm. Daneben prägen neben einigen Fernsehpremierer von Kino-Produktionen die Personality-Doku „**Kessler ist...**“, das Reportage-Talk-Magazin „**ZDFdonnerstalk**“ und Dokumentations-Premieren in großer thematischer Bandbreite vom politischen Reisebericht über Geschichtsmonografien bis hin zur Verbraucheranalyse das Sommerangebot des ZDF. „ZDFdonnerstalk“ macht dabei u. a. mit Gesprächen und Reportagen zur aktuellen Flüchtlingsthematik als ein Format für weitere Gelegenheiten auf sich aufmerksam.



Insgesamt setzen die öffentlich-rechtlichen Anbieter im Sommer vielfältige thematische und Genre-Akzente im Programm und zeigen Formate, die die dauernde Optimierung und Weiterentwicklung der eigenen Angebote tragen, ohne die große neue Format-Erfindung darzustellen.

Neben den Free TV-Angeboten fallen im Sommer weiterhin die Erstangebote von fiktionalen Serien auf Pay TV-Kanälen und -Portalen auf. Dies drückt sich unter anderem in regelmäßigen Vorabgesprächen von Serien, wie z. B. Mitte August der amerikanischen HBO-Produktion um einen Jungpolitiker Ende der 80er Jahre „Show me a hero,“ aus. Darin und in den seit Jahresmitte zunehmenden Ankündigungen und Projekten von Internet-Portalen, -Communities und Vermarktern, ihre Video-Angebote zu stärken, deutet sich im Sommer 2015, deutlicher noch als in den Sommerprogramm-Angeboten der Sender, eine Veränderung des Wettbewerbsumfelds für das Fernsehen an. Die Mitte August in einem Interview des Geschäftsführers angekündigte strategische Neuausrichtung des zuletzt von Protagonisten-Abgängen geprägten Multi-Channel-Netzwerks „Mediakraft“, zukünftig „fast schon klassische TV-Produktion“ zu betreiben und sich als „Full-Service-Sender, also in allen Genres“ zu sehen, steht für den Wandel eines bislang als YouTube-Vermarkter agierenden Anbieters hin zu einem Bewegtbild-Publikationshaus. Die Zahl der Wettbewerber im Fernsehmarkt steigt mit diesen Entwicklungen weiter an und wird den Wettbewerb um kreative Ressourcen weiter verschärfen.

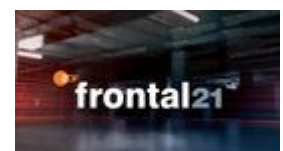
2.3 Chefredaktion

In den vergangenen Wochen beherrschte die Griechenland-Schuldenkrise fast täglich die Schlagzeilen. Das ZDF berichtete ausführlich rund um den Verhandlungsmarathon in Brüssel und das Referendum in Griechenland in seinen Nachrichtensendungen und Onlineangeboten. Insgesamt zehn „Spezial“-Sendungen (Ø 3,10 Mio., 14,0 % MA), darunter drei Ausgaben in der Länge von 45 Minuten auf dem Sendeplatz von „WISO“, lieferten den Zuschauerinnen und Zuschauern Hintergründe und Einordnungen. Die „ZDF Spezial“-Sendungen thematisierten die Positionen von EU, IWF und griechischer Regierung. In den Beiträgen wurde unter anderem erklärt, welche Folgen ein möglicher Austritt Griechenlands aus der Währungsunion haben könnte und was die Forderungen der Institutionen hinsichtlich der Reformanstrengungen Athens beinhalten.

Auch die Magazinsendungen gingen auf die Situation in Griechenland ein: In einer Spezialausgabe des „auslandsjournal“ reiste Moderatorin Antje Pieper nach Griechenland, um von den Griechen selbst zu erfahren, wie es um ihr Land steht. Sie traf Politiker und Anti-Korruptionsbeauftragte, Start-up-Unternehmer und Rentner (17.06.15: 2,22 Mio., 11,2 % MA). „Frontal 21“ beschäftigte sich in zwei Ausgaben mit der Lage in Griechenland (07.07.15: 2,14 Mio., 7,7 % MA; und 30.06.15: 2,14 Mio., 8,1 % MA). In der Sendung „heute im Parlament“ übertrug das ZDF im Hauptprogramm drei Bundestagsdebatten zum Thema Griechenland (18.06.15: 0,42 Mio., 8,6 % MA; 01.07.15: 0,72 Mio., 8,6 % MA; und 17.07.15: 0,52 Mio., 9,1 % MA).

Die Dokumentationsreihe „ZDFzoom“ fragte in der Ausgabe am 15.07.15: „Ist Europa noch zu retten?“ (15.07.15: 1,62 Mio., 9,2 % MA).

Sonderanstrengungen zur Griechenland-Krise



„**maybrit illner**“ widmete sich in einer Sonderausgabe am entscheidenden Verhandlungstag, dem 05.07.15, dem Ausgang des Referendums in Griechenland (05.07.15: 2,27 Mio., 10,3 % MA). In der Sendung mit dem Titel „Griechenland stimmt ab – Schicksalswahl für Europa?“ diskutierten Michael Fuchs (Stellvertreter Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion), Jean Asselborn (Außenminister Luxemburg), Katja Kipping (Partei-vorsitzende, Die Linke), Georgios Chatzimarkakis (ehemaliger FDP-Politiker und Europaabgeordneter) und der Historiker Heinrich August Winkler. Insgesamt hat sich „maybrit illner“ im Juni und Juli fünfmal mit dem Thema Griechenland beschäftigt und einen überdurchschnittlichen Zuschauerzuspruch erzielt (Ø 2,73 Mio., 13,8 % MA).



Am 07. und 08.06.15 war Deutschland Gastgeber des G7-Gipfels auf Schloss Elmau in Bayern. Das ZDF berichtete in seinen aktuellen Sendungen und in zwei Sonderformaten über die Ziele und Ergebnisse des Treffens der Staats- und Regierungschefs der USA, von Großbritannien, Frankreichs, Japan, Kanada, Italien und Deutschland. Online wurden die Ereignisse ebenfalls intensiv begleitet. Das ZDF bot auf „heute.de“ aktuelle Informationen, Stimmungen, Bilder und Videos rund um den Gipfel. Ein „Live-blog“ bündelte zudem die Redaktionen der Social-Media-Plattformen Facebook, Google+, Instagram und Twitter.

G7-Gipfel

Das „**ZDF spezial**“ am 07.06.15 nach der 19 Uhr „**heute**“-Sendung widmete sich den geplanten Themen des jährlichen Gipfeltreffens der führenden Wirtschaftsnationen und bot bereits ein Interview mit Bundeskanzlerin Angela Merkel (07.06.15: 2,71 Mio., 12,9 % MA). Das „ZDF spezial“ am 08.06.15 fasste die Ergebnisse des G7-Gipfels zusammen (08.06.15: 2,40 Mio., 10,6 % MA). Im Rahmen des so genannten „Berliner Modells“ war das ZDF beim G7-Gipfel an der Produktion des Weltbildes beteiligt und betreute die Zentralregie des International Broadcast Centers.



Seit der russischen Annexion der Krim vor über einem Jahr stehen die Staaten in Osteuropa im Bann des Konfliktes zwischen Russland und dem Westen. Matthias Fornoff und die Korrespondenten aus den ZDF-Studios Wien, Warschau und Moskau haben sich auf Reportagereise begeben und von Warna am Schwarzen Meer bis nach St. Petersburg die aktuellen Stimmungen und Entwicklungen erkundet. Der erste Teil der politischen Reisereportage führte vom Schwarzen Meer über die ukrainische Hafenstadt Odessa, den Südwesten der Ukraine, Rumänien und Moldawien bis nach Lwiw, dem früheren Lemberg (21.07.15: 1,95 Mio., 7,6 % MA). Die Westukraine, die Karpaten, Süd-Polen und die Grenze zu Kaliningrad waren die Stationen des zweiten Teils (28.07.15: 2,18 Mio., 7,5 % MA). Die Reise endete in den Weißen Nächten von St. Petersburg mit einer Beschreibung der Stimmung im Sommer 2015. Das Format belebte eine traditionelle öffentlich-rechtliche Dokumentationsform und vertiefte jenseits der aktuellen Berichterstattung den Blick auf die ost- und mitteleuropäischen Krisenherde.

Programmakzent „Schwarzes Meer und weiße Nächte“ – Reportagereise durch Osteuropa

Reportagen aus der deutschen Lebenswirklichkeit, die im Studiogespräch vertieft werden: Das bot der „**ZDFdonnerstalk**“ in der Sommerpause von „**maybrit illner**“. Das neue Talkmagazin mit Dunja Hayali griff Themen unserer Zeit in Filmbeiträgen und



Gesprächen mit Betroffenen auf. Der "ZDFdonnerstalk" war ab dem 23.07.15 viermal donnerstags zu sehen und ermöglichte dem ZDF, auch in der Sommerpause von „maybrit illner" politische Themen im Programm zu diskutieren. So ging es in der Startsendung unter anderem um den Protest und die zunehmende Gewalt gegen Asylbewerber (23.07.15: 2,71 Mio., 14,6 % MA). Dunja Hayali begab sich in Berlin-Marzahn mitten in die aufgeheizte Stimmung wütender Bürger und diskutierte im Anschluss mit dem Stellvertretenden Vorsitzenden der AfD, Alexander Gauland, und dem Internet-Politaktivisten Sascha Lobo.

Die Hauptredaktion Sport arbeitet derzeit an der Weiterentwicklung der „ZDF SPORTreportage“ (Ø 1 Hj. 2015: 1,40 Mio., 7,9 % MA). Mit Start der neuen Bundesligasaison bietet die Sendung den Fußballfans in jeder Ausgabe einen fachmännischen Analyse-Blick aufs Spieltags-Geschehen. Das garantieren die drei bundesligaerprobten Fußball-Experten, die dafür verpflichtet wurden: Holger Stanislawski, Simon Rolfes und Hanno Balitsch werden im Wechsel sonntags ab 17:10 Uhr ihre Einschätzung zum Freitag- und den sechs Samstagsspielen geben. Mit dem Experten-Blick soll das Angebot der „ZDF SPORTreportage“ am Sonntagnachmittag noch abwechslungsreicher werden. Bereits am 28.06.15 feierte Anna Kraft als neue Moderatorin ihre Premiere in der „ZDF SPORTreportage“. Die 29-jährige moderiert die Sendung künftig im Wechsel mit Norbert König und Rudi Cerne.



Am 01.10.15, 20:15 - 21:45 Uhr, widmet sich ein ZDF-Themenabend dem Jubiläum „25 Jahre Deutsche Einheit“ (vgl. FR 13/15). Im zweiten Themenabend, am 05.11.15, 22:15 - 23:45 Uhr, soll es um die Qualität der Krankenhäuser in Deutschland gehen. Das ZDF ruft gemeinsam mit dem Portal „Weisse Liste“ zur größten online-Patientenumfrage Deutschlands auf. Die „Weisse Liste“ ist ein unabhängiges Portal, getragen von der Bertelsmann Stiftung, mehreren gesetzlichen Krankenversicherungen sowie den Dachverbänden der größten Patienten- und Verbraucherorganisationen. Entstehen soll ein datenbankbasierter Krankenhausatlas von Patientenberichten unter der Überschrift: „Deine Krankenhaus-Story“. In der von Maybrit Illner moderierten Sendung kommen Politiker, Krankenkassenvertreter und Vertreter der deutschen Krankenhausgesellschaft und Betroffene zu Wort.

Themenabende im ZDF

2.4 Programmdirektion

Als ein Höhepunkt des Sommers stand der Abend des 28.06.15 ganz im Zeichen der klassischen Musik. Den Anfang machte ab 22:00 Uhr die „Sommernachtsmusik“ mit populären Arien und Duetten von Anna Netrebko, Jonas Kaufmann oder Thomas Hampson (1,38 Mio., 6,7 % MA). Schauplatz des traditionellen Sommer-Open-Air-Konzerts vor 12 000 Zuschauern war in diesem Jahr der weitläufige Münchner Königsplatz mit seinen klassizistischen Bauten. Mit „Anne-Sophie Mutter live im Club“ (0,86 Mio., 8,2 % MA) glückte im Anschluss ein Experiment, bei dem die Weltklassegeigerin klassische Musik einem neuen, jungen Publikum öffnete. Das Konzert mit kurzen, zugänglichen Musikstücken wie Vivaldis „Vier Jahreszeiten“ fand nicht in einem etablierten Konzerthaus, sondern in einer zum Clubraum

umfunktionierten ehemaligen Industriehalle in Berlin statt.

In der Sendereihe „**37**“ wurden insbesondere sozialpolitisch relevante Themenstellungen aufbereitet. Hierzu zählten „**Pflege im Akkord**“ über extremste Belastungen bei immer weniger Personal im Pflegedienst (2,44 Mio., 10,6 % MA), „**Eltern auf Zeit**“ über die schwierige Situation von Pflegefamilien, die hilfsbedürftige Kinder aufnehmen (2,28 Mio., 9,7 % MA), Erfahrungen von Sektenaussteigern „**Im Bannkreis der Erwählten**“ (1,56 Mio., 10,6 % MA) oder „**Die Pflege macht uns arm**“ über die Verarmung von Angehörigen pflegebedürftiger Menschen (1,22 Mio., 7,9 % MA). Besonders hervorzuheben ist die Ausgabe „**Schuffen bis zum Schluss**“. Die Dokumentation begleitete Rentner, die aufgrund eines einzigen Schicksalsschlages um ihren täglichen Lebensunterhalt kämpfen müssen. Beim Publikum fand der Beitrag generationenübergreifend hohe Beachtung (3,36 Mio., 15,6 % MA sowie 11,2 % MA bei 14-49-Jährigen).



Seit mittlerweile 48 Jahren wird „**Aktenzeichen XY...ungelöst**“ als wirksames Mittel der Verbrechensbekämpfung eingesetzt. Ungelöste Verbrechen stehen im Zentrum der Sendungen, die mit Hilfe von Zuschauerhinweisen geklärt werden sollen. Die Aufklärungsquote ist sehr hoch und liegt seit Jahren bei über 40 %. Neben der Fahndung wurde unter anderem über aufgeklärte Verbrechen („XY gelöst“) sowie über hochaktuelle im Studio besprochene Fälle („Vermisstenfall: Inga Gehricke“, „Vermisstenfall: Elias“, „Entführung von Markus Würth“) berichtet und die vorbildlichen Taten preiswürdiger Kandidaten für den „XY-Preis – Gemeinsam gegen das Verbrechen“ vorgestellt. Im Berichtszeitraum wurde neben vier regulären Ausgaben am 03.06.15 auch eine Spezialsendung „**Aktenzeichen XY...ungelöst-Spezial: Wo ist mein Kind?**“ (5,02 Mio., 18,7 % MA) ausgestrahlt. Rudi Cerne stellte vier Vermisstenfälle von Kindern und jungen Erwachsenen vor. Unmittelbar nach der Sendung konnte ein Erfolg bei der Suche nach der verschwundenen Luljeta Tahiri erzielt werden. Im Onlineauftritt zur Sonderausgabe wurde ein Themenschwerpunkt "Starke Kinder" angeboten. Dort wurden umfangreiche Tipps bereitgestellt, wie Eltern die Selbstsicherheit ihres Kindes stärken und wo sie Hilfe bekommen, wenn ihrem Kind etwas zugestoßen ist. Auf großes öffentliches Echo stieß eine Meldung, wonach ein „Aktzeichen XY“-Beitrag über eine Vergewaltigung nicht wie geplant ausgestrahlt werden sollte, weil der mutmaßliche Täter eine dunkle Hautfarbe besitze. Eine entsprechende Äußerung der Produktionsfirma war nicht mit der verantwortlichen ZDF-Redaktion abgestimmt gewesen. Für das ZDF steht fest, dass Hautfarbe, Herkunft und andere persönliche Merkmale bei der Fallauswahl keine Rolle spielen, es gilt vielmehr der Grundsatz: Opferschutz geht vor Täterschutz. Deshalb wird die Fahndung nach dem mutmaßlichen Vergewaltiger wie ursprünglich geplant in der Sendung am 02.09.15 behandelt.



Die Sommerpausen der Regelformate dienen seit Jahren als Teststrecken für innovative Programmideen, neue Protagonisten und Programmfarben. So wurde auch 2015 die Sommerpause des „**Markus Lanz**“-Talks für eine Reihe von Versuchen genutzt. Den Anfang der drei Neuentwicklungen machte die „**Lars Reichow Show**“ (ab 21.07.15 jeweils dienstags). Der Protagonist präsentierte eine Mischung aus Kabarett-Standup, Talk, Einspieler



und Musik. Die Neuentwicklung blieb sowohl inhaltlich als auch in der Zuschauerakzeptanz hinter den Erwartungen zurück und empfiehlt sich nicht für eine Fortsetzung. Für das Doku-Experiment „**Schöne harte Welt**“ (ab 22.07.15 jeweils mittwochs) wiederum begaben sich neben Christian Rach drei weitere deutsche Prominente in die Welt der internationalen Lebensmittelproduktion. Sie lebten bei Einheimischen und arbeiteten unter realistischen Bedingungen an der Ernte und Herstellung unseres Tees in Indien und Indonesien. Die vier Sendungen erzielten bei 1,27 Mio. Zuschauern einen durchschnittlichen Marktanteil von 9,5 %. Die Doku-Reihe „**Make Love**“ (ab 28.07. jeweils dienstags) widmete sich auf moderne Weise den Themenfeldern Liebe, Partnerschaft und Sexualität. Die Therapeutin Ann-Marlene Henning half Paaren aller Altersgruppen dabei, wieder Nähe und Intimität in ihren Beziehungen zu erleben. Beide Sendungen erreichten durchschnittlich 2,23 Mio. Zuschauer und erzielten damit einen Marktanteil von 11,4 %. In der zweiten Staffel der Personality-Doku „**Kessler ist...**“ (ab 23.07.15 jeweils donnerstags) interviewt Michael Kessler in jeder Folge einen Prominenten, taucht in dessen Welt ein und lernt ihn und sein Umfeld intensiv kennen. Wenn sich Michael Kessler am Ende der Sendung auch optisch in seinen Gast verwandelt und ihm im Gespräch als sein Ebenbild gegenüber sitzt, gipfelt die Spurensuche in einem sehr persönlichen und aufrichtigen Interview. Die vier Sendungen erzielten bei 0,97 Mio. Zuschauern einen durchschnittlichen Marktanteil von 8,9 %.



Erfolgreiche Sitcoms sind moderne, starke Programmmarken und wie kaum ein anderes Genre in der Lage, vor allem jüngere Zuschauer zu binden. Sie haben oftmals Kultcharakter, spiegeln den gesellschaftlichen Zeitgeist in humorvoller Art und prägen so das Image eines Senders mit. ZDF und ZDFneo haben in den vergangenen Monaten eine Reihe von sehr unterschiedlichen Sitcom-Versuchen ins Programm genommen. „**Eichwald MdB**“ ist eine Polit-Sitcom rund um den desillusionierten Bundestagsabgeordneten Hajo Eichwald und erreichte im Hauptprogramm bis zu 1,39 Mio. und 7,1 % MA sowie 6,7 % MA bei den 14-49-Jährigen (29.05.15). „**Diese Kaminskis**“ führte bei ZDFneo in die morbide Welt eines Bestattungsunternehmens und zeigte als Mocumentary, wie breit das Spektrum der Möglichkeiten innerhalb des Genres ist (Bestwerte 02.07.15: ZDFneo 14-49: 1,0 % MA, gesamt: 0,6 % MA). Zudem zeigte in der Sommerpause der „**heute-show**“, die Familien-Sitcom „**...und dann noch Paula**“ eine Konfrontation des perfektionistischen Starkochs Oliver Retter (Alexander Schubert) mit seiner 17-jährigen chaotischen Tochter Paula (Bestwerte 19.06.15: ZDF 14-49: 4,5 % MA, gesamt: 7,8 % MA). In der von Lokalpolitik geprägten Serie „**Ellerbeck**“ (Bestwerte bislang 07.08.15: ZDF 14-49: 4,1 % MA, gesamt: 7,8 % MA) spielte Cordula Stratmann eine Erzieherin und „Wutbürgerin“, die als Vorsitzende einer Bürgerbewegung urplötzlich zur Bürgermeisterin des Ortes Ellerbeck gewählt wurde. Beide Sitcoms konnten die hohen Akzeptanzwerte der „**heute-show**“ nicht erreichen. Nach einer Evaluierung der vorliegenden Produktionen sollen bis Ende des Jahres die weiteren Perspektiven für Sitcoms im ZDF geprüft werden. Dabei ist allen Beteiligten klar, dass dieses Genre hohe Investitionsbereitschaft und einen langen programmlichen Atem erfordert.



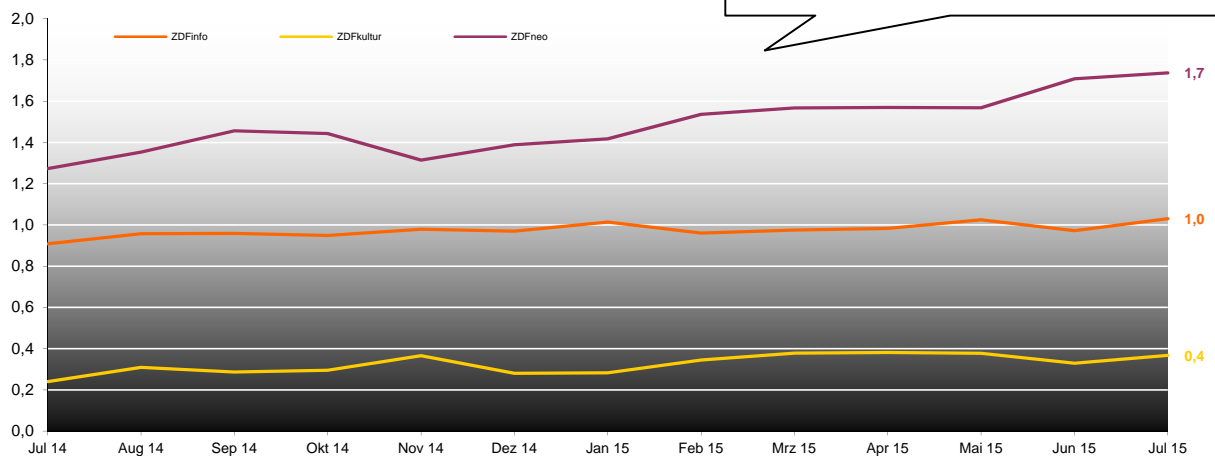
Die horizontal erzählte Thrillerserie „**Blochin – Die Lebenden und die Toten**“ wird als Herbstauftakt ein Kaleidoskop der Stadt Berlin und ihrer Menschen präsentieren. Sie erzählt von den Polizisten der Mordkommission 7, ihren Familien, Freunden und Feinden. Eine unübersichtliche Lebenswirklichkeit voller Fallstricke und Untiefen, in der die Unterwelt mit der gesellschaftlichen Elite und das persönliche Schicksal mit der Staatsräson untrennbar verbunden ist. Im Zentrum steht der vornamenlose Blochin (Jürgen Vogel), der schon einmal für tot erklärt wurde und mit einer Frau verheiratet ist, die an Multipler Sklerose erkrankte. Bevor Blochin sich entschieden hatte Polizist zu werden, war er auf der anderen Seite des Gesetzes aktiv. Nun muss er gegen seine alten Freunde aus der Ostberliner Club- und Drogenszene ermitteln. Die zunächst auf fünf Teile angelegte Serie wurde von der Redaktion mit Matthias Glasner und in Zusammenarbeit mit einem Writers Room, einem Team aus mehreren Autoren, entwickelt und spannt einen Bogen über 360 Minuten – ein 6 Stunden langer Film-Roman mit offenem Ende. Gesendet wird die Serie, begleitet von einer aufwändigen Marketingkampagne, an nur einem Wochenende ab dem 25.09.15 um den geänderten Sehgewohnheiten jüngerer Zuschauer Rechnung zu tragen.



3 ZDF-Digitalkanäle

3.1 Akzeptanz

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer ab 3 Jahre, Mai bis Juli 2015



Pro Tag erreichen die Digitalkanäle von Mai bis Juli 2015 (vs. Mai-Jul 2014)
zusammen: 6,58 Mio. Zuschauer (+0,92 Mio.)
ZDFneo: 3,75 Mio. Zuschauer (+0,64 Mio.)
ZDFinfo: 2,73 Mio. Zuschauer (+0,22 Mio.)
ZDFkultur: 1,49 Mio. Zuschauer (+0,21 Mio.)

Die ZDF-Digitalkanäle weisen insgesamt einen anhaltend positiven Akzeptanztrend auf: ZDFneo erreicht im Berichtszeitraum 1,6 % Marktanteil im Mai und steigert sich erstmals auf 1,7 % Marktanteil im Juni. Diesen Wert wiederholt ZDFneo im Juli. ZDFinfo bleibt im Auswertungszeitraum stabil und erzielt in allen drei Monaten jeweils 1,0 % Marktanteil. ZDFkultur erzielt im Mai 0,4 % Marktanteil, sinkt im Juni auf 0,3 %, bevor im Juli wieder 0,4 % erreicht werden.

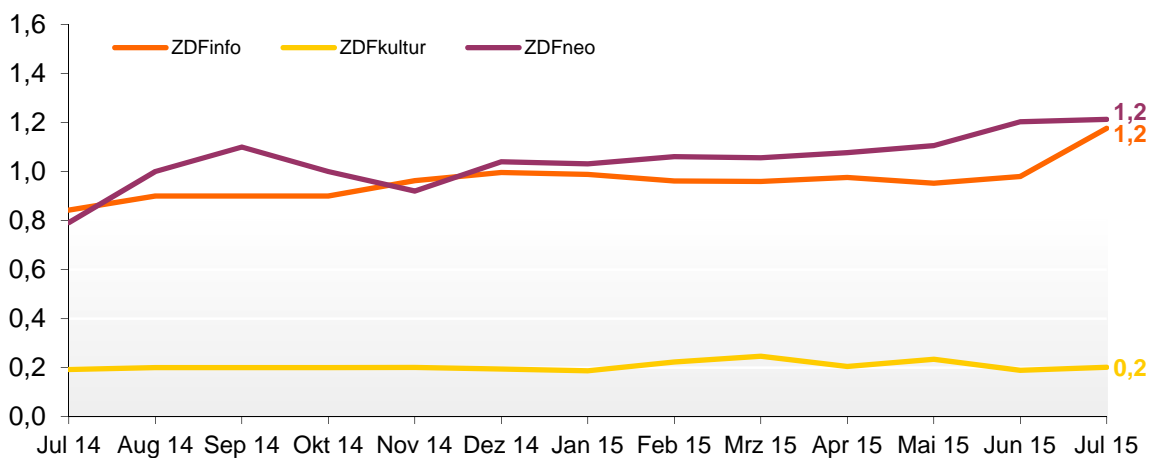
Die ZDF-Digitalkanäle kommen zusammen im Mai erstmals auf 3,0 % Marktanteil, erreichen diesen Akzeptanzwert auch im Juni und steigern sich im Juli auf den Rekordwert von 3,1 %.

Im Gesamtjahr 2015 erzielt ZDFneo 1,6 %, ZDFinfo 1,0 % und

ZDFkultur 0,4 % Marktanteil. Zusammen liegen die ZDF-Digitalkanäle bei 2,9 % Marktanteil.

Betrachtet man die digitale Fernsehnutzung (Digitalmarkt) kommt ZDFneo im Mai auf 1,9 % Marktanteil und erreicht im Juni und Juli jeweils einen Höchstwert von 2,1 % Marktanteil. ZDFinfo erzielt im Mai und Juli 1,3 % und ist nur im Juni mit 1,2 % etwas schwächer. Auch ZDFkultur erreicht im Mai und Juli mit jeweils 0,5 % Marktanteil höhere Akzeptanzwerte als im Juni mit 0,4 %. Zusammen können sich die ZDF-Digitalkanäle im Digitalmarkt von 3,7 % im Mai und Juni, im Juli auf den bisherigen Rekordwert von 3,9 % steigern.

Marktanteilsentwicklung Digitalkanäle Zuschauer 14-49 Jahre, Mai bis Juli 2015



Bei 14-49-Jährigen erzielt ZDFneo im Mai 1,1 % Marktanteil, steigert sich im Juni erstmals auf 1,2 % und bleibt im Juli auf diesem Akzeptanzniveau stabil. ZDFinfo kommt im Mai und Juni auf jeweils 1,0 % und verbessert sich im Juli zum ersten Mal auf 1,2 % Marktanteil. ZDFkultur bleibt im Betrachtungszeitraum bei jeweils 0,2 % Marktanteil auf konstantem Akzeptanzniveau.

Zusammen erreichen die ZDF-Digitalkanäle bei 14-49-Jährigen im Mai 2,3 %, können sich im Juni auf 2,4 % Marktanteil steigern und erzielen im Juli erstmals 2,6 %.

Im Gesamtjahr 2015 liegt ZDFneo bei 1,1 % Marktanteil, ZDFinfo bei 1,0 % und ZDFkultur bei 0,2 %. Zusammen kommen die drei ZDF-Digitalkanäle in 2015 auf 2,3 % Marktanteil.

Bei jüngeren Zuschauern im Digitalmarkt kommt ZDFneo im Mai auf 1,3 % Marktanteil, steigert sich im Juni auf einen Höchstwert von 1,5 % und fällt im Juli auf 1,4 % zurück. ZDFinfo erreicht im Mai und Juni je 1,2 % und erzielt im Juli erstmalig einen Marktanteil von 1,4 %. ZDFkultur erzielt im Mai 0,3 % Marktanteil und ist mit 0,2 % Marktanteil im Juni und Juli etwas schwächer.

Zusammen steigern sich die ZDF-Digitalkanäle bei Jüngeren im Digitalmarkt von 2,8 % im Mai auf 2,9 % im Juni auf schließlich 3,1 % im Juli.

3.2 ZDFneo

Mit der sechsteiligen Gefängnis-Sitcom „**Im Knast**“ zeigte ZDFneo eine neue fiktionale Serienproduktion. Draußen wären sich Bandenchef Erdem Azimut (Denis Moschitto), Sparkassen-Angestellter Manni Schuster (Tristan Seith) und der drogenabhängige Luxusimmobilienmakler, „Der Graf“ Alexander Vontrab (Manuel Rubey) nie begegnet – aber im geschlossenen Vollzug überlebt man nur mit Freunden. „Im Knast“ erreichte 0,8 % MA bei allen Zuschauern und 1,2 % MA bei 14-49-Jährigen.

zdf_neo



Von Dienstag, 19.05.15, bis Dienstag, 16.06.15, zeigte ZDFneo die zehnteilige belgische Drama-Serie „**Clan**“ jeweils ab 20:15 Uhr in Doppelfolgen als deutsche Free-TV-Premiere. Nach dem Tod von Jean-Claude Delcorps trauert außer seiner Frau niemand wirklich um den Verstorbenen. Als die Versicherungsvertreter Mathias und Thomas DeWitt in dem Fall ermitteln, offenbart sich die düstere Vergangenheit der Familie. „Clan“ erreichte 0,9 % MA bei Zuschauern gesamt und 0,5 % MA bei 14-49-Jährigen.

In seinem Schwerpunkt „**neoHorror**“ hat ZDFneo seine Zuschauer von Samstag, 27.06.15 bis Samstag, 01.08.15, jeweils zwischen 20:15 Uhr und 05:00 Uhr, mit einer Reihe von 26 Spielfilmen auf eine Reise durch schaurige Welten eingeladen. Den Auftakt der Reihe machte die Hochglanz-Fantasy-Verfilmung „**Van Helsing**“. Außerdem beinhaltet der Schwerpunkt Filme wie das Roadmovie „**From Dusk Till Dawn**“ von Robert Rodriguez, die Persiflage „**Von allen Geistern besessen**“ sowie den „Alfred Hitchcock“-Abend, der mit dem Klassiker „**Die Vögel**“ gestartet ist. Ein besonderes Highlight des Schwerpunktes war der kanadische Horrorfilm „**Cube**“: Der Schwerpunkt „neoHorror“ erreichte mit allen Sendungen 1,4 % MA bei Zuschauern gesamt und 1,4 % MA bei 14-49-Jährigen.

Wie schon bei „**Der Rassist in uns**“ und „**Ausgekockt – mein Drogentrip**“, wählt ZDFneo auch bei der Produktion „**Plötzlich Krieg? – Ein Experiment**“ eine besondere Herangehensweise an ein gesellschaftlich relevantes Thema. Vor 70 Jahren endete in Europa der Zweite Weltkrieg. Für ZDFneo Anlass, sich nicht in Form einer klassischen Dokumentation, sondern im Rahmen eines Social Factuals mit der Frage auseinanderzusetzen, wie Konflikte und Kriege entstehen und wie einfach und leicht Menschen manipulierbar sind. „Plötzlich Krieg? – Ein Experiment“ wird gerade produziert und im Herbst ausgestrahlt. Zwei Teams à sechs Personen wurden in einem stillgelegten Stasi-Krankenhaus rund um die Uhr beobachtet und unter Anleitung eines Experten gezielt in Konfliktsituationen gebracht. Die Teams wussten nicht, was sie in den fünf Tagen erwartet, in denen sie abgeschnitten von der Außenwelt lebten.

Die Auftragsproduktion „**Zurück zum Augenblick**“, am Freitag, 25.09.15 um 22:05 Uhr, steht im Mittelpunkt der Programmierung zum 25. Jahrestag der Deutschen Einheit. In dem Porträtformat geht es um das retrospektive Nacherleben eines zentralen Lebensmoments, der sich in einem Foto widerspiegelt. Hierfür werden die darauf abgebildeten Personen interviewt. Sie reisen dann an den entsprechenden Originalschauplatz zurück, um vor Ort gemeinsam mit einem Fotografen das Originalfoto nachzustellen. Begleitet wird das Programm von ausgewählten

Geschichtsdokus und deutscher Krimifiction (vgl. FR 13/15).

3.3 ZDFinfo

Im Berichtszeitraum setzte ZDFinfo Akzente mit politischen Dokumentationen zu aktuellen Themen. Die Eigenproduktion **„Die AfD – von Biedermännern und Brandstiftern“** (Ø 0,07 Mio., 0,9 % MA, erreichte bis zu 0,13 Mio.) analysiert den Aufstieg und die durch Richtungskämpfe ausgelöste Krise innerhalb der Partei. Einen Schwerpunkt bildeten auch aktuelle Themen der internationalen Politik: Der Annäherung Kubas an den Westen widmet sich die Eigenproduktion **„Kubas zweite Revolution“** (Ø 0,05 Mio., 1,1 % MA). Den Einfluss und die Geschichte der Waffenlobby in den USA erklärt der Lizenzankauf **„Amerikas Krieger – Die Macht der Waffenlobby“** (Ø 0,08 Mio., 0,8 % MA).



In seinem Programm griff ZDFinfo auch verstärkt Themen aus der Lebenswelt eines jungen Publikums auf. Obwohl Musik zunehmend digital konsumiert wird, zeigt die Auftragsproduktion **„Vinyl – Rückkehr der Schallplatte“** (Ø 0,07 Mio., 1,6 % MA), warum physische Tonträger besonders bei jungen Menschen sehr beliebt sind. Die zweiteilige Dokumentation **„Die YouTube-Story“** mit **„Videorevolution zwischen Katzen und Kinderstars“** (Ø 0,11 Mio., 0,9 % MA, erreichte bis zu 0,15 Mio.) und **„Milliardengeschäft zwischen Pop und Politik“** (Ø 0,07 Mio., 0,5 % MA, erreichte bis zu 0,14 Mio.) zeichnet die Erfolgsgeschichte des Videoportals nach. Aufgrund seiner weitreichenden Partizipationskultur gehört YouTube zum einflussreichsten Medienphänomen der Gegenwart. Die Auftragsproduktionsreihe **„15 Minutes of Fame“** hinterfragt die Popularität und die Entstehungsgeschichte einzelner Videos, wie z. B. von **„Daym Drops“** (Ø 0,09 Mio., 1,7% MA) oder **„David after Dentist“** (Ø 0,09 Mio., 1,6% MA).

Online gehört **„Die YouTube-Story“** mit über 12.000 Abrufen innerhalb von 7 Tagen zu den erfolgreichsten Dokumentationen in der ZDF-Mediathek im Berichtszeitraum. Auch in den sozialen Netzwerken wurden die Filme diskutiert und mit Interesse wahrgenommen. Die positive Resonanz fließt direkt in die Ausarbeitung der neuen Social-Media-Aktivitäten ein, bei der sich ZDFinfo in der abschließenden Konzeptionsphase befindet. Mit dem Ziel „log in“ als Markenlabel für crossmediales Engagement neu zu etablieren, entwickelt ZDFinfo mit verschiedenen Produktionsfirmen eine passgenau zugeschnittene Digital-Strategie.

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.



4 Partnerprogramme

4.1 ARTE

Siehe Fernsehratsvorlage FR 15/15.



4.2 3sat

Am 17.06.15 ging 3sat einen Abend lang der Frage nach, wie sich die Einstellung zum Leben mit fortschreitendem Alter und der Aussicht des nahenden Todes ändert. In insgesamt acht Reportagen, Dokumentarfilmen und Sondersendungen zeigte 3sat die persönlichen Schicksale schwerkranker Menschen, ihre individuellen Ängste, Wünsche und Hoffnungen. Den Auftakt zum Themenabend bildete um 18:05 Uhr die Reportage: „**This Jenny – bis zum Schluss**“ (0,11 Mio. / 0,8 % MA), in der Reporterin Vanessa Nikisch den Schweizer Unternehmer und Politiker This Jenny bei seinem Kampf gegen den Krebs begleiten durfte. Eine „**nano-spezial**“-Ausgabe unter dem Titel: „Sterbehilfe“ (0,13 Mio. / 0,8 % MA) bot den 3sat-Zuschauern eine wissenschaftliche Auseinandersetzung zu diesem noch immer in Gesellschaft und Politik umstrittenen Thema. Eine emotionale Annäherung an das Thema Sterbehilfe wagte eine „**Kulturzeit-extra**“-Ausgabe „In Würde leben – in Würde sterben“ (0,14 Mio. / 0,6 % MA) um 19:30 Uhr, indem sie die Literaturwissenschaftlerin Silvia Bovenschen interviewte, die sich selbst intensiv mit dem Thema auseinandersetzt. Die Gelehrte, Essayistin und Schriftstellerin hat Krebs und leidet seit 40 Jahren an Multipler Sklerose. Um 21:45 Uhr präsentierte 3sat die Familien-Tragikomödie „**Two Weeks – Anitas Abschied**“ (0,16 Mio. / 0,7 % MA), in dem vier erwachsene Kinder noch einmal in ihr Elternhaus zurückkehren, um sich von ihrer sterbenden Mutter zu verabschieden. Dabei muss die Familie lernen, nicht nur mit dem bevorstehenden Verlust, sondern auch wieder miteinander umzugehen. Abschluss des 3sat-Themas bildete die Dokumentation „**Wer nicht kämpft, hat schon verloren**“ (0,05 Mio. / 0,9 % MA) über Joachim Mohr, der seit Geburt an Herzrhythmusstörungen leidet, die mit zunehmendem Alter immer schwerer werden. Trotz mehrerer Operationen studierte er und arbeitet heute als Journalist in Hamburg. Die Dokumentation porträtiert ihn und seine Familie in einem Leben zwischen Zuversicht und steter Bedrohung.



3sat-Thema:
„**Leben, leben – bis zuletzt!**“

Am 05.09.15 um 20:15 Uhr widmet das Stuttgarter Ballett dem Komponisten Igor Strawinsky eine Ballett-Aufführung und zeigt eine Neuversion und zwei Uraufführungen zum Thema Märchen. Am 19.09.15 zeigt 3sat ebenfalls um 20:15 Uhr die Münchener Philharmoniker unter Leitung des Dirigenten Valery Gergiev. Gergiev, Leiter Chef des Mariinski Theaters in St. Petersburg, präsentiert zum Einstand seines neuen Dirigentenpostens in München Gustav Mahlers Auferstehungssinfonie Nr. 2 in c-moll. Wie schon in den Jahren zuvor, wird 3sat auch dieses Jahr vom 14. bis zum 18.10.15 zu Gast auf der Frankfurter Buchmesse sein. Auf dem eigenen Messestand präsentiert 3sat Autoren und Buchbesprechungen, die via Livestream den Zuschauerinnen und Zuschauern auf 3sat.de angeboten werden.

4.3 PHOENIX

Das dominierende Ereignis im Berichtszeitraum war die Schuldenkrise in Griechenland. PHOENIX berichtete hierzu in zahlreichen mehrstündigen Sondersendungen live und kontinuierlich über das aktuelle Geschehen, auch an Wochenenden und im Sommer-sonderprogramm. Dabei legte der Spartenkanal ein besonderes Augenmerk auf die Parlamentsberichterstattung. So sendete PHOENIX die Debatte im Griechischen Parlament zu den Spar- und Reformplänen am 15.07.15, die Sondersitzung des Deutschen Bundestages am 17.07.15 und die Debatte zur Griechenland-Krise aus dem Europaparlament am 08.07.15 live. Diese über dreieinhalbstündige Übertragung aus Straßburg erzielte eine durchschnittliche Akzeptanz von 3,0 % MA (0,19 Mio.). Insgesamt berichtete PHOENIX zu diesem Themenkomplex in einem Umfang von über 164 Stunden (Stand 27.07.15). Die Zuschauerakzeptanz erreichte dabei durchschnittlich 1,3 % MA (0,14 Mio.).



Ebenfalls großflächig in einer Gesamtlänge von über 13 Stunden (0,15 Mio., 1,2 % MA) widmete sich PHOENIX mit Berichten, Interviews und Dokumentationen dem Staatsbesuch von Queen Elizabeth II. in Deutschland vom 23. - 26.06.15.

Außerdem übertrug PHOENIX zum Start der Bürgerdialog-Reihe der Bundesregierung „Gut leben in Deutschland“ jeweils live die Veranstaltung mit Bundeskanzlerin Angela Merkel am 01.06.15 in Berlin sowie am 07.07.15 mit Vizekanzler Sigmar Gabriel in Magdeburg. Des Weiteren berichtete PHOENIX live vom FDP-Bundesparteitag in Berlin, vom Bundesparteitag der LINKEN in Bielefeld sowie vom AfD-Parteitag in Essen.

Anlässlich des 25. Jahrestages des Treffens Kohl-Gorbatschow im Kaukasus zeigte PHOENIX in Erstaussstrahlung die Dokumentation „Poker um die deutsche Einheit – Wurde Russland in der NATO-Frage getäuscht?“.

Vom 16. - 18.06.15 konzentrierte sich die „PHOENIX-Runde“ in ihren Ausgaben auf die Erörterung der Krise in Griechenland: „Countdown für Athen – Wer pokert höher?“ (0,20 Mio., 0,9 % MA), „Finanzmärkte in Aufruhr“ (0,26 Mio., 1,1 % MA) sowie „Nervenkrieg für Europa“ (0,17 Mio., 0,8 % MA). In einer interaktiven #phoenixrunde am 25.06.15 „Finale in Brüssel – Tag der Entscheidung“ konnte das Publikum per Mail und über die sozialen Netzwerke Fragen stellen.

PHOENIX ist seit dem 01.07.15 in den analogen Kabelnetzen von Unitymedia nur noch von 05:00 - 17:00 Uhr zu empfangen. Von dieser Maßnahme sind 3,8 Mio. Zuschauer in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg betroffen. Damit können u. a. hörbehinderte oder taube Menschen, die die „Tagesschau“ um 20:00 Uhr oder das „heute journal“ um 21:45 Uhr mit Gebärdensprachdolmetscher bei PHOENIX über das analoge Kabelnetz verfolgen wollen, dieses Angebot nicht mehr nutzen.

4.4 KiKA

Mit einem Spitzenwert von 27,7 % Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen endete am 21.06.15 die zehnteilige Animationsserie „**Die langen großen Ferien**“. Die Erlebnisse zweier französischer Kinder während des Krieges in der Normandie verfolgten die jungen Zuschauer mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 16,6 %. Neben dem vielfältigen Angebot für Kinder im Netz gab es auch für Eltern und Pädagogen ein umfassendes begleitendes Angebot.



An dem Wochenende 17. - 19.07.15 widmete sich KiKA in einer Sonderprogrammierung mit verschiedenen Sendungen und einem Webtalk dem Thema „**Flüchtlinge**“. Für die „logo!“-Sondersendung „**logo! extra: Flucht nach Europa – Hoffnung auf ein besseres Leben**“ am Freitag, 17.07.15, 19:25 Uhr hat „logo!“-Reporter Tim Schreder junge Flüchtlinge in Melilla, auf Sizilien und Malta getroffen. Auf logo.de fanden die User weitergehende Informationen unter anderem in Form eines interaktiven Moduls zu den Flüchtlingstragödien im Mittelmeer. Das „logo! extra“ stieß bei den jungen Zuschauern mit einem Kindermarktanteil von 20,1 % (3- bis 13-Jährige) auf reges Interesse. Zum Abschluss der Sonderprogrammierung am 19.07.15 beantworteten Experten in einem Webtalk auf kika.de Zuschauerfragen. Die Experten waren „Flüchtlingslotsin“ Merle, Misghena, ein Flüchtling aus Eritrea und „logo!“-Moderator Tim Schreder. Moderiert wurde der Webtalk von Felix Seibert-Daiker, Moderator der Sendung „ERDE AN ZUKUNFT“.



Am Sonntag, 19.07.15, 19:50 Uhr startete bei „logo!“ erneut die Reihe "**logo!-Sommerinterviews**". Hier befragen die "logo!"-Kinderreporter Spitzenpolitiker der Parteien vor ihrem Sommerurlaub. Den Kinderreportern stellten sich der Fraktionschef der Grünen, Anton Hofreiter (19.07.15, 19:50 Uhr), die Bundesarbeitsministerin Andrea Nahles von der SPD (26.07.15, 19:50 Uhr), Andreas Scheuer, Generalsekretär der CSU (02.08.15, 19:50 Uhr), die Bundestagsvizepräsidentin Petra Pau von der Linkspartei (09.08.15, 19:50 Uhr) und der CDU/CSU-Fraktionschef Volker Kauder (16.08.15, 19:50 Uhr).

Die Kindernachrichten-Sendung „logo!“ wird am Sonntag, 27.09.15, 19:50 Uhr erstmals mit **Live-Untertitelung** gesendet. Am „Tag der Gehörlosen“ wird es damit gehörlosen Kindern möglich, mit nicht-benachteiligten Altersgenossen die Kindernachrichtensendung zu verfolgen. Das ZDF-Kinder- und Jugendprogramm baut damit seine Untertitelung weiter aus und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Integration gehörloser Kinder.

„**Respekt für meine Rechte! – Kinderarmut in Deutschland**“ heißt der diesjährige KiKA-Themenschwerpunkt. Wie in den vergangenen Jahren wird KiKA damit ein gesellschaftlich relevantes Thema altersgerecht für die Zielgruppe umsetzen.

Der Auftakt des Schwerpunkts wird am 05.10.15, 19:25 Uhr „**Held ohne Geld**“, ein Doku-Musical aus der Reihe „**Der Goldene Tabaluga**“ machen. In acht Folgen werden sechs Jugendliche begleitet, die von Armut betroffen sind und den Alltag mutig und engagiert meistern. Am „Internationalen Tag zur Bekämpfung der Armut“ (17.10.15) startet eine neuntägige Sonderprogrammierung,

in der über alle Altersgruppen und Genres hinweg das Thema vielseitig behandelt wird. Am Themenschwerpunkt beteiligen sich u. a. „logo!“, „pur+“ und „stark!“

2015 feiert das ZDF-Wissensformat „Löwenzahn“ seinen 35. Geburtstag. Aus diesem Anlass gestalten ZDF und KiKA am Wochenende vom 06. - 08.11.15 einen gemeinsamen Programmschwerpunkt. In einem abwechslungsreichen senderübergreifenden TV- und Online-Angebot werden neben Premierensendungen von „Löwenzahn“, u. a. Folgen des Löwenzahn-Spin-off für Vorschüler „Löwenzähnchen“, eine Jubiläumsfolge in Überlänge sowie ausgewählte Folgen von „Löwenzahn classics“ gezeigt. In einer Mitmach-Aktion werden Kinder dazu animiert, Wunder vor der Tür zu entdecken.



5 ZDF-Telemedienangebote

5.1 Akzeptanz

Visits: Die ZDF-Onlineangebote im Vergleich

Angebot	Mai 2015	Juni 2015	Juli 2015	Veränderung Mai. 15 auf Juli 15
ZDFonline *)	43.790.667	43.174.341	42.587.284	-3%
zdf.de	31.899.648	30.966.750	30.758.767	-4%
heute.de	13.108.226	15.209.172	14.201.853	+8%
tivi.de	1.835.386	1.546.174	1.854.094	+1%

Quelle: INFOnline (SZMng-Verfahren)

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

Im Juli 2015 erzielt zdf.de 42,59 Mio. Visits und liegt damit auf niedrigerem Niveau als im Mai 2015 (-3 %). heute.de steigert seine Nutzung im Vergleich zu Mai 2015 um +8 % und erreicht im Juli 2015 14,20 Mio. Visits.

Sichtungen: Die 20 erfolgreichsten ZDF-Abrufvideos von Mai bis Juli 2015

Rang	Video	erste Livestellung	Sichtungen
1	Make Love – Sex ohne Leistungsdruck*	27.07.2015	242.818
2	heute-show vom 15.05.2015	15.05.2015	214.396
3	heute-show vom 29.05.2015**	29.05.2015	197.257
4	heute-show vom 01.05.2015	01.05.2015	196.226
5	heute-show vom 22.5.2015	22.05.2015	192.886
6	heute-show vom 08.05.2015	08.05.2015	184.716
7	NEO MAGAZIN ROYALE vom 28.05.2015	28.05.2015	161.542
8	Die Anstalt vom 26. Mai 2015	26.05.2015	148.232
9	Herzokino: Rosamunde Pilcher – Rundum glücklich	17.05.2015	138.902
10	NEO MAGAZIN ROYALE vom 07.05.2015	07.05.2015	138.866
11	Montagskino im ZDF: Feuchtgebiete*	04.05.2015	137.814
12	Herzokino: Inga Lindström – Die Kinder meiner Schwester	03.05.2015	136.924
13	Der Fernsehfilm der Woche: Wer Wind sät**	04.05.2015	114.393
14	Make Love – Sex ohne Leistungsdruck	27.07.2015	123.449

	(Trailer)		
15	NEO MAGAZIN ROYALE vom 21.05.2015	21.05.2015	117.618
16	ZDF Royal: Prinzenhochzeit in Schweden	13.06.2015	117.543
17	Herzokino: Eine wie diese	10.05.2015	115.767
18	Herzokino: Inga Lindström – Das dunkle Haus	31.05.2015	106.750
19	NEO MAGAZIN ROYALE vom 30.04.2015	30.04.2015	103.477
20	Herzokino: Inga Lindström – Svens Vermächtnis	14.06.2015	101.732

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen Zensusdaten

* Dieses Video kann wegen einer FSK-Beschränkung erst ab 22 Uhr abgerufen werden. Aus technischen Gründen werden aber derzeit Zugriffe vor 22 Uhr ebenfalls noch als Sichtungen gezählt.

** Für dieses Video gab es zwei Basenames, die manuell zusammengefasst wurden.

Die Hitliste der Top 20 Abrufvideos im Zeitraum Mai bis Juli 2015 wird von der Dokumentation „**Make Love – Sex ohne Leistungsdruck**“ mit 243 Tsd. Sichtungen angeführt. Dieses Video konnte wegen einer FSK-Beschränkung erst ab 22:00 Uhr abgespielt werden. Die 243 Tsd. Sichtungen beinhalten aus technischen Gründen allerdings auch die Zugriffe vor 22:00 Uhr, die als Interesse an dem Video interpretiert werden können. Gleiches gilt für „**Montagskino im ZDF: Feuchtgebiete**“ (Rang 11). Auf den Rängen 2 bis 6 platzieren sich mit bis zu 214 Tsd. Sichtungen die Abrufvideos der Mai-Ausgaben der „**heute-show**“. Erfolgreichstes fiktionales Format ist mit 139 Tsd. Sichtungen „**Herzokino: Rosamunde Pilcher – Rundum glücklich**“.



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 Mai bis Juli 2015 durchschnittlich 17 Tsd. Sichtungen pro Ausgabe.

5.2 „Highlights“/Neues

Der Spielfilm „Good Kill“ wurde in einem Programmakzent mit der Dokumentation zum Thema „Militärische Drohnen“ gebündelt. Für die zeitsouveräne Online-Nutzung gibt es eine umfangreiche Web-Doku mit Text, Grafiken und Videos zu den Fakten und Hintergründen der militärischen Nutzung von Kampfdrohnen. Als Zusatzmaterial stand das komplette, bisher unveröffentlichte Interview mit dem Drohnenpiloten Brandon Bryant zum Abruf zur Verfügung.

→ <http://webstory.zdf.de/drohnen> oder drohnenkrieg.zdf.de

„Militärische Drohnen“

Die umfangreiche Live-Berichterstattung zum Besuch der britischen Königin in Deutschland wurde Online von einem Liveblog und den Livestreams ergänzt. Das ZDFspezial vom Empfang beim Bundespräsidenten wurde mit einer Direktabgabe an den kommentierten Livestream in der ZDFmediathek weitergeführt. Den eigentlichen Empfang im Schloss Bellevue und die anschließenden Tischreden der Queen und des Bundespräsidenten konnten die ZDF-Zuschauer damit alternativ zum TV-Sendeschema live verfolgen.

Vielfältige Hintergrundinformationen zur Regierungszeit der Queen und zur bemerkenswerten höfischen Etikette wurden insbesondere

Besuch der Queen in Deutschland

über die Sozialen Netzwerke verbreitet und erfreuten sich eines regen Nutzerinteresses.

6 Auszeichnungen/Preise

Preis:	Deutscher Kamerapreis 2015
Sendung / Beitrag:	Faszination Mini-Erde
Zuständige Redaktion:	HR Kultur, Geschichte und Wissenschaft
Verantwortlicher Redakteur:	Bernhard von Dadelsen
Sendung / Beitrag:	Be My Baby
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortlicher Redakteur:	Christian Cloos
Sendung / Beitrag:	Die Königin der Stille
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Sabine Bubeck-Paaz

Preis:	Ciak Junior 2015
Sendung / Beitrag:	Take-off: Der goldene Tabaluga 2014
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Katharina Galle, Anke Hornung

Preis:	Banff World Media Festival 2015
Sendung / Beitrag:	Das Zeugenhaus
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Reinhold Elschot, Stefanie von Heydtwolff
Sendung / Beitrag:	Dina Foxx – Tödlicher Kontakt
Zuständige Redaktion:	HR Neue Medien
Verantwortlicher Redakteur:	Burkhard Althoff, Milena Bonse

Preis:	Bayerischer Fernsehpreis 2015
Sendung / Beitrag:	Schuld – Volksfest
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Günther van Endert
Sendung / Beitrag:	Tannbach – Schicksal eines Dorfes
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur:	Caroline von Senden, Katharina Dufner
Sendung / Beitrag:	Die Helene Fischer Show
Zuständige Redaktion:	HR Show
Verantwortlicher Redakteur:	Oliver Heidemann, Stefanie Deuker
Sendung / Beitrag:	Hunger!, Durst!
Zuständige Redaktion:	HR Aktuelles
Verantwortlicher Redakteur:	Michael Gries, Christian Deick, Marita Hübinger (ARTE)

Preis: Shanghai International TV Festival 2015

Sendung / Beitrag: Tannbach – Schicksal eines Dorfes
Zuständige Redaktion: HR Fernsehfilm
Verantwortlicher Redakteur: Caroline von Senden, Katharina Dufner

Preis: New York Festivals 2015

Sendung / Beitrag: Die Ära der Supermodels
Zuständige Redaktion: ARTE
Verantwortlicher Redakteur: Tobias Cassau

Preis: Monte Carlo TV Festival 2015

Sendung / Beitrag: Gomorrah
Zuständige Redaktion: ARTE
Verantwortlicher Redakteur: Doris Hepp, Olaf Grunert



Dr. Thomas Bellut