

Schleswig-Holsteinischer Landtag

Umdruck 18/6483

Herrn
Dr. Matthias Rößler, MdL
Präsident des Sächsischen Landtags
Bernhard-von-Lindenau-Platz 1
01067 Dresden

Herrn
Hardy Peter Güssau, MdL
Präsident des Landtags Sachsen-Anhalt
Domplatz 6 - 9
39104 Magdeburg

Herrn
Klaus Schlie, MdL
Präsident des Landtags Schleswig-Holstein
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Herrn
Christian Carius, MdL
Präsident des Landtags Thüringen
Jürgen-Fuchs-Straße 1
99096 Erfurt

14.07.2016

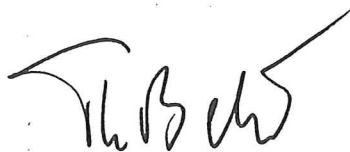
Information der Landesparlamente nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag

Sehr geehrte Damen und Herren,

anbei erhalten Sie den Bericht des ZDF an die Landesparlamente nach § 5a des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags. Der Bericht knüpft unmittelbar an den 20. Bericht der Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) an. Abweichend zum 20. KEF-Bericht wurden jedoch für das Jahr 2016 die Ansätze des Haushaltsplans zugrunde gelegt.

Frau Ministerpräsidentin Malu Dreyer, die Vorsitzende der Rundfunkkommission, werden wir durch Kopie dieses Schreibens in Kenntnis setzen. Zur Geschäftserleichterung erhalten Sie den Bericht zusätzlich als pdf-Datei per E-Mail.

Mit freundlichen Grüßen



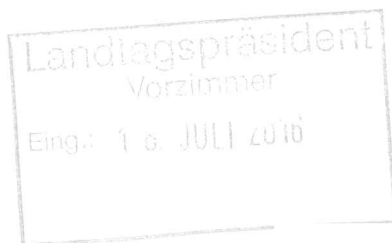
Dr. Thomas Bellut

Hinweis: Der Bericht (59 S.) kann über das Internet unter www.sh-landtag.de --> Dokumente--> Umdrucke aufgerufen werden und im Ausschussbüro - Zi. 138 - eingesehen werden.

Anlage



ZDF · 55100 Mainz



Zweites Deutsches Fernsehen | 55100 Mainz
Anstalt des öffentlichen Rechts

Dr. Thomas Bellut
Intendant

Frau
Muhterem Aras, MdL
Präsidentin des Landtags Baden-Württemberg
Haus des Landtags
Konrad-Adenauer-Straße 3
70173 Stuttgart

Herrn
Ralf Wieland, MdA
Präsident des Abgeordnetenhauses von
Berlin
Niederkirchnerstraße 5
10117 Berlin

Herrn
Christian Weber, MdBB
Präsident der Bremischen Bürgerschaft
Haus der Bürgerschaft
Am Markt 20
28195 Bremen

Herrn
Norbert Kartmann, MdL
Präsident des Hessischen Landtags
Schlossplatz 1 - 3
65183 Wiesbaden

Herrn
Bernd Busemann, MdL
Präsident des Niedersächsischen Landtags
Hannah-Arendt-Platz 1
30159 Hannover

Herrn
Hendrik Hering, MdL
Präsident des Landtags Rheinland-Pfalz
Platz der Mainzer Republik 1
55116 Mainz

Frau
Barbara Stamm, MdL
Präsidentin des Bayerischen Landtags
Maximilianeum
81627 München

Frau
Britta Stark, MdL
Präsidentin des Landtags Brandenburg
Alter Markt 1
14467 Potsdam

Frau
Carola Veit, MdHB
Präsidentin der Hamburgischen Bürgerschaft
Rathausmarkt 1
20095 Hamburg

Frau
Sylvia Bretschneider, MdL
Präsidentin des Landtags Mecklenburg-
Vorpommern
Lennéstraße 1
19053 Schwerin

Frau
Carina Gödecke, MdL
Präsidentin des Landtags Nordrhein-
Westfalen
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf

Herrn
Klaus Meiser, MdL
Präsident des Landtags Saarland
Franz-Josef-Röder-Straße 7
66119 Saarbrücken



Juli 2016

**Bericht über die
wirtschaftliche
und finanzielle
Lage des ZDF**

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF	1
II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF	4
1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF	4
2. Ergebnisse des 20. KEF-Berichts	5
3. Übersicht über die Haushaltsentwicklung in den Beitragsperioden 2013 - 2016 und 2017 - 2020	6
3.1 Erträge	7
3.2 Personalaufwendungen	8
3.3 Programmaufwendungen	9
3.4 Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen	10
4. Erfüllung des Programmauftrags	10
4.1 ZDF-Programmfamilie	10
4.1.1 ZDF	10
4.1.2 ZDFneo	23
4.1.3 ZDFinfo	24
4.1.4 ZDFkultur	25
4.2 Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF	25
4.2.1 Europäischer Kulturkanal ARTE	25
4.2.2 PHOENIX	27
4.2.3 3sat	28
4.2.4 Kinderkanal (KiKA)	30
4.2.5 Junges Angebot	32
4.3 Online-Angebot	33
4.4 Programmverbreitung und neue Technologien	36
4.4.1 Terrestrik	37
4.4.2 Satellit und Kabel	38
4.4.3 Übertragungswege über das Internet und die Mobilfunknetze	39
4.4.4 Aktuelle technologische Entwicklungen	41
5. Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische Verantwortung	42
6. Gemeinsame Aktivitäten von ARD, Deutschlandradio und ZDF (einschließlich Tochter- und Beteiligungsgesellschaften)	45
6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (Zentraler Beitragsservice)	45
6.2 SportA Sportrechte und Marketing-Agentur GmbH (SportA)	49
6.3 Institut für Rundfunktechnik GmbH (IRT)	50
6.4 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH (Medienakademie)	51
7. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen	52
7.1 ZDF-Enterprises GmbH (ZDF-E)	52
7.2 ZDF-Werbefernsehen GmbH	52
7.3 Bavaria Studios & Production Services GmbH (BSPS)	52
7.4 Sonstige Beteiligungen	53

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF

Nach § 5 a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) erstatten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Deutschlandradio und das ZDF alle zwei Jahre jeweils zeitnah nach Vorliegen des Berichts der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) allen Landesparlamenten einen schriftlichen Bericht zur Information über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage. Nachdem die KEF inzwischen ihren 20. Bericht veröffentlicht hat, berichten die Rundfunkanstalten hiermit zum achten Male in diesem Rahmen. Der vorliegende Bericht zielt darauf ab, den Abgeordneten aller Länderparlamente Basisinformationen zur Verfügung zu stellen, um die wirtschaftliche und finanzielle Situation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten besser beurteilen zu können.

Zunächst ein kurzer Rückblick: Zum 01.01.2013 erfolgte die Umstellung vom geräteabhängigen Gebührenmodell zum geräteunabhängigen Beitragsmodell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des 19. KEF-Berichts waren die Prognosen zur Entwicklung der Beitragserträge noch mit großen Risiken und Unsicherheiten verbunden. Daher hatte die KEF in ihrem 19. Bericht empfohlen, nur die Hälfte der geschätzten Mehreinnahmen aus Rundfunkbeiträgen für eine Absenkung des monatlichen Beitrags zu verwenden und den monatlichen Beitrag für die Jahre 2015 und 2016 um 0,73 Euro auf 17,25 Euro zu senken¹. Mit dem 16. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde der Rundfunkbeitrag ab dem 01.04.2015 um 0,48 Euro auf 17,50 Euro gesenkt. Damit sollten die notwendigen finanziellen Spielräume erhalten bleiben, um im Rahmen der Evaluierung des Beitragsmodells über Anpassungen bei den Anknüpfungspunkten für die Rundfunkbeitragspflicht zu entscheiden. Mehrerträge gegenüber dem von der KEF festgestellten Finanzbedarf wurden von den Anstalten einer Sonderrücklage zugeführt.

Die Ministerpräsidentenkonferenz hat am 18.06.2015 die Ergebnisse der Evaluierung beraten und Modifikationen vorgenommen, die das Beitragsaufkommen im Ergebnis leicht verringern². Damit die Ergebnisse der Evaluierung noch im 20. KEF-Bericht berücksichtigt werden konnten – wobei die KEF die Beschlüsse der Regierungschefs³ als hinreichende Rechtsgrundlage betrachtet, auf deren Basis die Rundfunkanstalten ihren Finanzbedarf anmelden können – wurde das Verfahren von der KEF in Abstimmung mit der Rundfunkkommission der Länder um vier Monate verschoben.⁴ Entsprechend kam es auch bei der Erstellung des vorliegenden Berichtes zu zeitlichen Verschiebungen gegenüber der Praxis der vorangegangenen Jahre.

¹ Vgl. dazu 19. KEF-Bericht, Februar 2014, S. 202 f.

² Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 197, Tz. 331

³ Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten jedoch für beiderlei Geschlecht.

⁴ Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S.28, Tz. 8

Nach dem üblichen Turnus der Kommission handelt es sich beim 20. Bericht um einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe. Auf Grundlage ihrer Prüfungen kommt die Kommission zu der Empfehlung, den Beitrag zum 01.01.2017 erneut abzusenken, diesmal um 0,30 Euro auf dann 17,20 Euro.⁵ Die eingangs erwähnte Sonderrücklage aus Beitragsmehrerträgen aus der Periode 2013 - 2016 ist vollständig in das Verfahren zur Bedarfsermittlung für die Periode 2017 - 2020 einbezogen worden. Ohne diesen Sondereffekt hätte sich für die kommende Periode für die Anstalten ein zusätzlicher Finanzbedarf ergeben.⁶ Die Beitragsertragsplanung der Rundfunkanstalten für den Zeitraum 2017 - 2020 wurde von der Kommission ohne Korrekturen akzeptiert. Dies bestätigt, dass die Planung – anders als noch im 19. Bericht, der insoweit von erheblichen Unsicherheiten geprägt war – auf einer soliden Basis steht. Zudem wird deutlich, dass die Umstellung der Rundfunkfinanzierung ein Erfolg ist und dass insbesondere die Entscheidung für die Durchführung der Direktanmeldungen maßgeblich zur Ertragssicherung beigetragen hat.

Die Regierungschefs der Länder haben mit der Unterzeichnung des 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrages ARD und ZDF beauftragt, ein gemeinsames Jugendangebot zu gestalten, das ausschließlich über das Internet verbreitet wird. Wenn alle 16 Landesparlamente zustimmen, können die Änderungen des Rundfunkstaatsvertrags (Art. 1, 19. RÄndStV) zum 01.10.2016 in Kraft treten und das Jugendangebot zu diesem Termin starten. Das Angebot richtet sich konzeptionell insbesondere an Menschen im Alter von 14 bis 29 Jahren aus allen Bildungsschichten und in jeglicher Lebenssituation. Im Gegenzug werden die beiden digitalen TV-Programme EinsPlus und ZDFkultur zum 01.10.2016 eingestellt.

Die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist mit einem komplett neuen Verständnis der Beziehungen zwischen Sender und Empfänger aufgewachsen und erwartet dadurch, dass Fernsehen zeitsouverän und ortsunabhängig zur Verfügung steht, Interaktivität ermöglicht und mit nichtlinearen Angeboten vernetzt ist. Nichtsdestotrotz spielt auch das lineare Fernsehen für sie immer noch eine erhebliche Rolle. Die ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“ hat im Jahr 2015 ermittelt, dass das Fernsehen nach wie vor die wichtigste Zugangsplattform ist, um sich über Aktuelles aus Politik und Wirtschaft in Deutschland und der Welt zu informieren. Dabei werden die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme von den Zuschauern aller Alters- und soziodemografischen Gruppen weiterhin mit weitem Abstand als sachlicher, glaubwürdiger, kompetenter, anspruchsvoller, objektiver, informativer, kritischer, aktueller und unabhängiger bewertet als die privaten TV-Programme.⁷

⁵ Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 298 ff.

⁶ Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 29, Tz. 10 f.

⁷ Vgl. dazu Media Perspektiven 7-8/2015, Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich, S. 331 ff.

Erstmals wurde in der genannten Studie auch nach dem Empfinden der Werbeunterbrechungen gefragt: Sehr eindeutig empfinden die Zuschauer aller Alters- und soziodemografischen Gruppen Werbung in erster Linie bei den Privatsendern als störend: Unter 10 Prozent der Befragten sind der Auffassung, dass die Programme der öffentlich-rechtlichen Anbieter durch zu viel Werbung unterbrochen werden – bei den privaten TV-Programmen sind es fast 90 Prozent.⁸ In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass die Werbe- und Sponsoringerträge von ARD und ZDF zwar nur einen vergleichsweise kleinen Anteil – unter 5 Prozent der Erträge – ausmachen, Berechnungen im Rahmen des 20. KEF-Berichts jedoch ergaben, dass Werbung und Sponsoring den Beitragszahler um rund 1,23 Euro monatlich entlasten.⁹ Auch ist davon auszugehen, dass bei einem Entfall von Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die frei werdenden Werbegelder zum weit überwiegenden Teil ins Internet zu Google, YouTube, Facebook & Co. abwandern würden, und damit deutschen Unternehmen entzogen wären.

Kritisch sehen ARD und ZDF die im KEF-Bericht unterstellte Beendigung der Satelliten-Ausstrahlung ihrer TV-Programme im SD-Format zum 31.12.2019, zumal die beiden großen kommerziellen Senderfamilien RTL und ProSiebenSat1 im Zuge des Zulassungsverfahrens für die kostenpflichtige HDplus-Verbreitung vom Kartellamt verpflichtet wurden, ihre Programme bis Ende 2022 zusätzlich in SD unverschlüsselt anzubieten.

ARD und Deutschlandradio begrüßen ausdrücklich, dass die KEF das Projekt „Digitaler Hörfunk“ weiter stützt. Die hierfür zweckgebunden zur Verfügung gestellten und deutlich erhöhten Mittel werden in einen weiteren offensiven Ausbau des Sendernetzes investiert. Die begleitenden Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit werden ebenfalls deutlich intensiviert und mit den Beteiligten koordiniert. Im Jahr 2020 wird der mobile Empfang über DAB+ in über 99 Prozent der Fläche Deutschlands möglich sein. Nahezu 95 Prozent der Menschen im Bundesgebiet werden dann Hörfunk mit einem DAB+-fähigen Gerät hören können. Die öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter teilen in diesem Zusammenhang ausdrücklich die Auffassung der KEF, dass ein Umstieg von UKW nur dann gelingen kann, wenn es zu klaren Festlegungen von Bundesregierung, Bundestag und Ländern zu DAB+ kommt.¹⁰

⁸ Vgl. dazu Media Perspektiven 7-8/2015, Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich S. 338 f.

⁹ Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 221, Tz. 382

¹⁰ Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 187 ff.

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF

Das strategische Finanzziel des ZDF besteht grundsätzlich darin, ein ausgeglichenes Ergebnis innerhalb einer Beitragsperiode zu erreichen. Unter dieser Zielsetzung stehen auch die Planungen der aktuellen und zum Jahresende 2016 endenden sowie der dann beginnenden Beitragsperiode. Die Notwendigkeit sich an diesem Ziel zu orientieren, ergibt sich schon daraus, dass die Aufnahme von Krediten dem ZDF gemäß Staatsvertrag nur für definierte Ausnahmefälle gestattet ist. Das Erreichen eines ausgeglichenen Ergebnisses gelingt dem ZDF durch das Festhalten an dem bereits vor Jahren eingeschlagenen kontinuierlichen, konsequenten und strikten Sparkurs in Redaktion, Produktion und Verwaltung. Durch die damit verbundenen Einsparungen sowie strukturellen und dauerhaften Verbesserungen wird der Finanzhaushalt – und damit auch der Beitragszahler – nachhaltig entlastet.

Die Ertragsseite ist wesentlich durch die Beitragsfinanzierung bestimmt, welche mit der Entkoppelung vom Vorhalten eines Empfangsgerätes auf eine solide, von der technischen Entwicklung unabhängige Grundlage gestellt ist. In der Erzielung und Steigerung weiterer Erträge ist das ZDF in seinen Möglichkeiten begrenzt. Beispielsweise unterliegt das ZDF im Bereich der Werbung und des Sponsorings den bekannten gesetzlichen Beschränkungen. Gleichwohl wird versucht, im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten auch weitere Erträge z. B. aus Verwertungen, Mieten und Zinsen zu erzielen, um die Höhe des Rundfunkbeitrages zu begrenzen.

Auf der Aufwandsseite steht das ZDF vor der Notwendigkeit, seine finanziellen Planungen an die Einsparvorgaben der KEF und die damit zugestandenen finanziellen Mittel anzupassen; insbesondere der Personalbereich wird dabei weiter im Fokus stehen. Um diese Einsparungen erreichen zu können, nimmt das ZDF weiterhin verstärkt Priorisierungen und Effektivitätssteigerungen vor. Das ZDF wird sich an dem von der KEF anerkannten Finanzbedarf als Obergrenze auch weiterhin orientieren und mögliche Mehrerträge nicht kurzfristig einsetzen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Gratwanderung zwischen dem, was angesichts der Rahmenbedingungen und der Erwartungshaltung sowohl der politischen Entscheidungsträger als auch der Beitragszahler finanziell vertretbar ist, und dem, was zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und zur programmlichen 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.

2. Ergebnisse des 20. KEF-Berichts

Nach § 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag melden die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio im Abstand von zwei Jahren jeweils für eine vierjährige Periode ihren Finanzbedarf zur Erfüllung des öffentlichen Auftrags an die KEF. Aufgabe der KEF ist es, den von den Rundfunkanstalten angemeldeten Finanzbedarf unter Beachtung der Programmautonomie der Rundfunkanstalten fachlich zu überprüfen. Über ihr Ergebnis erstattet sie den Landesregierungen alle zwei Jahre einen Bericht, legt die Finanzlage der Rundfunkanstalten dar und nimmt für gewöhnlich in jedem zweiten Bericht zu der Frage Stellung, ob und in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt eine Änderung des Rundfunkbeitrags notwendig ist. Im April 2016 hat die KEF ihren 20. Bericht veröffentlicht.

Auf Grundlage der Anmeldungen der Anstalten ergab sich für den Beitragszeitraum 2017-2020 nach Einsatz der vorhandenen Sonderrücklage ein Defizit einschließlich ARTE von 470,6 Mio. Euro. Dabei zeigte sich bei ARD (395,6 Mio. Euro), Deutschlandradio (44,5 Mio. Euro) und ARTE (34,9 Mio. Euro) jeweils ein Defizit, das ZDF hatte in seiner Anmeldung einen Überschuss von 4,5 Mio. Euro ausgewiesen.

Im Rahmen der Prüfung wurden durch Ertragszuschätzungen, Aufwands- und Ausgabenkürzungen sowie sonstige Korrekturen (z. B. Eigenmittel, ARD-Finanzausgleich) finanzbedarfs-wirksame Veränderungen von 965,7 Mio. Euro vorgenommen. Hiervon entfallen 166,0 Mio. Euro auf das ZDF. Dies entspricht lediglich 16 Prozent der gesamten Veränderungen. Gegenüber der Anmeldung halten sich die Korrekturen der Kommission also in engen Grenzen.

Als Ergebnis ihrer Prüfungen stellt die Kommission für die Beitragsperiode 2017 bis 2020 einen Gesamtüberschuss von 542,2 Mio. Euro fest. Hiervon entfallen bei hälftiger Zuordnung von ARTE zu ARD und ZDF auf die ARD 378,0 Mio. Euro, auf das ZDF 180,4 Mio. Euro und auf Deutschlandradio ein Defizit von 16,2 Mio. Euro. Hieraus abgeleitet errechnet die Kommission die Absenkung des monatlichen Rundfunkbeitrags ab 2017 um 30,3 Cent und empfiehlt daher ab dem 01.01.2017 einen monatlichen Rundfunkbeitrag von 17,20 Euro.

Auch in der Einzelbewertung der von der Kommission behandelten Themen sieht sich das ZDF in seiner Finanzbedarfsanmeldung bestätigt. Insbesondere das vorgelegte Konsolidierungskonzept des ZDF bei den Personalaufwendungen hat die KEF in vollem Umfang bestätigt. Die vom ZDF beantragte Umschichtung vom Aufwand freier Mitarbeiter in den Personalaufwand hielt die Kommission noch nicht für entscheidungsreif. Ab 2017 partizipiert das ZDF wie vorgesehen an dem 25 Cent-Beitragsanteil zur Schließung der BilMoG-Lücke bei der Altersversorgung. Auch dies ist eine positive Entwicklung.

Die vom ZDF angemeldeten 17 Stellen für feste Mitarbeiter für das Jugendangebot hat die Kommission anerkannt. Finanziert werden sie durch Umschichtungen aus dem Programm.

Bei den Programmaufwendungen erkennt die Kommission die vom ZDF geltend gemachte Basiserhöhung für das Jahr 2013 an. Ebenfalls zu begrüßen ist, dass die KEF den Mehrbedarf für die Produzenten zum überwiegenden Teil anerkannt hat. Der für die Auftragsproduzenten nunmehr zur Verfügung stehende Zusatzbedarf ermöglicht dem ZDF eine weitere Stärkung der vielfältigen Produzentenlandschaft und die Weiterentwicklung der Rahmenbedingungen im Kreativsektor.

Bei den Investitionen und Instandhaltungsaufwendungen hat die Kommission die regulären Anmeldungen des ZDF anerkannt. Der darüber hinaus geltend gemachte Bedarf für den Brandschutz wurde im Grundsatz akzeptiert.

Insgesamt kann das Ergebnis des 20. KEF-Berichts als Indiz dafür gewertet werden, dass sich die mit Augenmaß vorgenommene Anmeldung des ZDF bewährt hat und von der Kommission gewürdigt worden ist.

3. Übersicht über die Haushaltsentwicklung in den Beitragsperioden 2013 - 2016 und 2017 - 2020

Im Folgenden sind die Ergebnisse des ZDF für die Perioden 2013 - 2016 und 2017 - 2020 zunächst tabellarisch dargestellt, daraufhin werden die wesentlichen Haushaltspositionen kurz beschrieben. Die Zahlen für die Jahre 2013 und 2014 basieren auf den veröffentlichten Jahresabschlüssen, die Zahlen für 2015 und 2016 auf den entsprechenden Haushaltsplänen. Die Zahlen der Jahre 2017 - 2020 stammen aus der Finanzvorschau, die an den jeweils zum Zeitpunkt der Erstellung aktuellen Haushaltsplan anknüpft und hieraus die Ansätze fortentwickelt. Hierbei wird zum einen die zu erwartende Entwicklung zugrunde gelegt, zum anderen werden die Vorgaben, die sich aus den betreffenden KEF-Berichten für den anerkannten Finanzbedarf ergeben, umfassend berücksichtigt. Gegenüber der Anmeldung zum 20. KEF-Bericht ergibt sich im vorliegenden Bericht insofern eine Aktualisierung, als das für das Jahr 2016 der nach Abgabe an die KEF fertiggestellte Haushaltsplan berücksichtigt ist, wohingegen die Anmeldung zum 20. KEF-Bericht für das Jahr 2016 noch von Finanzvorschauwerten ausgeht.

Im Zuge der Rechnungslegung nach HGB wird seit dem Jahresabschluss 2003 die Vorsteuer auf Sachinvestitionen und das Programmvermögen aktiviert. Um auch über diesen Zeitpunkt hinaus einheitliche Zeitreihen zu erhalten, werden seither die betreffenden Ansätze für die KEF gesamtergebnisneutral korrigiert.

Zweckbestimmung	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Insgesamt 2013 - 2016	Insgesamt 2017 - 2020
	Ist	Ist	Plan	Plan	Vorschau	Vorschau	Vorschau	Vorschau		
- in Mio € ¹ -										
Betriebshaushalt										
1. Rundfunkbeiträge (davon nicht verfügbar gem. KEF) ²	1.783,6	1938,0 (147,2)	1.830,6 (54,5)	1.905,2 (117,8)	1.933,1	1.935,8	1.935,8	1.935,6	7.457,4 (319,5)	7.740,4
2. Werbefernsehen	135,9	155,5	133,0	150,0	135,0	150,0	135,0	150,0	574,3	570,0
3. Zinserträge	8,7	10,3	9,0	9,0	8,9	8,7	8,9	9,2	37,0	35,8
4. Übrige Erträge	137,8	150,6	141,0	146,0	138,1	148,4	140,7	147,9	575,4	575,1
Zwischensumme	2.066,0	2254,3	2.113,6	2.210,2	2.215,1	2.242,9	2.220,4	2.242,8	8.644,1	8.921,2
(davon verfügbar gem. KEF) ³	(2.066,0)	(2.107,2)	(2.059,2)	(2.092,3)	(2.215,1)	(2.242,9)	(2.220,4)	(2.242,8)	(8.324,6)	(8.921,2)
Aktivierete Eigenleistungen	5,0	6,4	8,5	8,4	11,0	10,6	10,7	10,0	28,4	42,2
5. Erträge	2.071,0	2260,7	2.122,2	2.218,6	2.226,1	2.253,5	2.231,1	2.252,8	8.672,5	8.963,5
(davon verfügbar gem. KEF) ³	(2.071,0)	(2.113,6)	(2.067,7)	(2.100,7)	(2.226,1)	(2.253,5)	(2.231,1)	(2.252,8)	(8.353,0)	(8.963,5)
6. Personalaufwendungen	465,2	541,5	441,5	480,9	445,6	445,1	456,2	469,2	1.929,1	1.816,1
7. Programmaufwendungen	1.171,0	1252,1	1.223,1	1.314,1	1.319,7	1.357,2	1.340,2	1.422,9	4.960,3	5.440,0
8. Geschäftsaufwendungen	169,4	174,6	196,6	204,8	190,6	195,3	196,6	201,2	745,5	783,7
9. Andere Aufwendungen ⁴	267,3	270,0	269,5	261,7	296,5	311,7	314,9	308,4	1.068,5	1.231,5
10. Aufwendungen	2.073,0	2238,2	2.130,7	2.261,5	2.252,4	2.309,2	2.307,9	2.401,7	8.703,4	9.271,3
11. Betriebsergebnis	-2,0	22,6	-8,6	-43,0	-26,4	-55,8	-76,7	-148,9	-30,9	-307,8
(bereinigtes Betriebsergebnis) ⁵	(-2,0)	(-124,6)	(-63,0)	(-160,8)	(-26,4)	(-55,8)	(-76,7)	(-148,9)	(-350,4)	(-307,8)
Investitionshaushalt										
12. Abschreibungen/Abgänge	65,2	61,8	70,9	65,7	87,6	99,3	98,7	92,2	263,5	377,8
13. Darlehensrückzahlung	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,9	1,0
14. Rückstellungen	93,3	160,0	48,0	82,3	35,9	46,8	44,7	45,7	383,6	173,0
15. Abnahme Programmvermögen ⁴		11,5		37,3				49,1	48,9	49,1
16. Sonstige Einnahmen	2,6	0,9	1,1	1,8	0,6	0,6	1,4	1,1	6,4	3,6
17. Verminderung des Versorgungsstocks				10,7	12,5	3,0	5,3	3,8	10,7	24,6
18. Mittel aus Beschaffungsresten ⁵	64,5	60,8							125,3	
19. Mittel aus Ausgabenresten ⁵	61,3	57,5							118,8	
20. Einnahmen	287,0	352,7	120,2	198,1	136,7	150,0	150,3	192,1	958,0	629,1
21. Sachinvestitionen ⁴	49,0	45,2	60,6	60,0	89,6	82,6	84,7	76,4	214,8	333,3
22. Programminvestitionen ⁴	48,5		54,2		10,2	4,6	56,8		102,7	71,5
23. Andere Investitionen	161,7	166,9	35,5	28,2	55,6	57,8	58,9	60,6	392,3	232,8
24. Ausgaben	259,2	212,1	150,3	88,2	155,4	145,0	200,4	136,9	709,8	637,7
25. Finanzierungsergebnis	27,7	140,6	-30,0	109,9	-18,6	5,0	-50,1	55,2	248,3	-8,6
26. Gesamtergebnis	25,8	163,2	-38,6	67,0	-45,0	-50,8	-126,8	-93,8	217,3	-316,4
(bereinigtes Gesamtergebnis) ⁵	(25,8)	(16,0)	(-93,0)	(-50,9)	(-45,0)	(-50,8)	(-126,8)	(-93,8)	(-102,1)	(-316,4)

1 Es können rundungsbedingte Abweichungen auftreten.

2 Beitragsmehrerträge, die der Sonderrücklage zugeführt wurden/werden.

3 Ohne die Beitragsmehrerträge, die der Sonderrücklage zugeführt wurden/werden.

4 Ab dem Jahresabschluss 2003 wurde im Zuge der Rechnungslegung nach HGB die Vorsteuer auf Sachinvestitionen und auf das Programmvermögen aktiviert. Diese Umgliederung vom Betriebshaushalt in den Investitionshaushalt wurde in der Darstellung korrigiert, um im Vergleich mit der Finanzvorschau einheitliche Zeitreihen zu erhalten.

5 Beschaffungs- und Ausgabenreste sind Instrumente des unterjährigen Haushaltsvollzugs und fallen daher nur in den Ist-Jahren an.

3.1 Erträge

Für den Zeitraum 2013 - 2016 sind Erträge in Höhe von 8.672,5 Mio. Euro eingeplant, für den Zeitraum 2017 - 2020 erwartet das ZDF Erträge in Höhe von 8.963,5 Mio. Euro. Die größte Position stellen mit 7.457,4 Mio. Euro bzw. 7.740,4 Mio. Euro jeweils die Rundfunkbeiträge dar, wobei die an ARTE und an die KEF weiterzuleitenden Anteile am Beitragsaufkommen des ZDF bereits ertragsmindernd berücksichtigt sind. In den Jahren 2014, 2015 und 2016 wurden bzw. werden voraussichtlich Beitragserträge in Höhe von insgesamt 319,5 Mio. Euro erzielt, die – wie bereits erwähnt – über den von der KEF in ihrem 19. Bericht festgestellten Finanzbedarf hinausgehen. Diese sind in den oben genannten Werten für die Periode 2013 - 2016 enthalten, stehen dem ZDF aber in den betreffenden Haushaltsjahren nicht zur Verfügung, sondern werden einer Sonderrücklage zugeführt. Die Rundfunkbeiträge basieren auf dem jeweils aktuellen Rundfunkbeitragsstaatsvertrag und fußen in Plan-

bzw. Vorschaujahren auf der Prognose der gemeinsamen „Arbeitsgruppe Beitragsaufkommensplanung“ von ARD, ZDF, DLR und dem „ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice“, in der entscheidende Parameter soweit wie möglich validiert bzw. durch plausible Annahmen festgelegt wurden. Zum 01.01.2013 erfolgte die Umstellung von der gerätebezogenen Rundfunkgebühr zum geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag. Vom 01.01.2009 bis zum 31.03.2015 betrug die Gebühr bzw. der Beitrag 17,98 Euro im Monat, zum 01.04.2015 wurde der monatliche Beitrag auf 17,50 Euro abgesenkt. Der Anteil des ZDF daran betrug vom 01.01.2013 bis zum 31.03.2015 24,2878 Prozent und beträgt seit dem 01.04.2015 24,7031 Prozent.

Die Ansätze für die Werbeerträge beruhen auf der Annahme, dass die dem ZDF laut Staatsvertrag erlaubte Werbezeit auch zukünftig weitgehend ausgebucht sein wird und unterstellen, dass das derzeitige erreichte hohe Niveau gehalten werden kann und dem ZDF keine weiteren Beschränkungen im Bereich Werbung und Sponsoring auferlegt werden. Die Schwankungen zwischen den Jahren ergeben sich insbesondere durch die in geraden Jahren stattfindenden Sportgroßereignisse.

Die Übrigen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus Kostenerstattungen, Sponsoringerträgen, Verwertungserlösen, Mieten und Pachten sowie Anderen Erträgen inkl. Beteiligungserträgen zusammen. Der Ansatz des Sponsorings berücksichtigt ab dem Jahr 2013 die Regelungen des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrags, der im öffentlich-rechtlichen Fernsehen Sponsoring an Sonn- und Feiertagen sowie Werktags nach 20.00 Uhr weitestgehend verbietet.

3.2 Personalaufwendungen

Für den Zeitraum 2013 - 2016 sind Personalaufwendungen in Höhe von 1.929,1 Mio. Euro vorgesehen, für die Beitragsperiode 2017 - 2020 sind 1.816,1 Mio. Euro eingeplant. Neben den Tarifsteigerungen sind auch Veränderungen wie turnusmäßige Steigerungen und Stellenanhebungen berücksichtigt. Des Weiteren geht die Planung davon aus, dass die Anzahl der Beschäftigten weiter kontinuierlich reduziert wird.

Das ZDF hat im Jahr 2015 erneut rund 1.700 Ausbildungsplätze in den verschiedensten Formen vom Auszubildenden, Hospitanten und Praktikanten bis hin zum Volontär betreut, um damit den kompetenten Nachwuchs zu sichern. Daneben unterstützt das ZDF mit Fortbildungsangeboten die erforderliche Entwicklung im Laufe des Berufslebens, mit dem Ziel einer Optimierung der Aufgabenerfüllung. Das Angebot umfasst z. B. Moderationstrainings, Schulungen ZDF-spezifischer Software, das Führungskräfteentwicklungsprogramm, Kommunikationstrainings, Arbeitsorganisations- und Selbstmanagementtrainings, Maßnahmen zur Erfüllung von Programmzielen, zur Einhaltung der Programmrichtlinien sowie Changeprozess-Begleitungen und Seminare zur Organisationsentwicklung.

Die Personalentwicklung hat das Ziel der Etablierung eines an den Unternehmenszielen und -leitlinien ausgerichteten Personalentwicklungssystems für Mitarbeiter, Führungskräfte und fachliche Experten. Sie unterstützt mit Methoden, Instrumenten und Strategien eine bedarfsgerechte, systematisierte Fort- und Weiterbildung. Hierzu gehört beispielsweise die Durchführung von Kompetenzanalysen und die Erarbeitung von persönlichen Entwicklungsplänen. Das direktionsübergreifende Projekt der sogenannten „bedarfsorientierten Personalentwicklung“ wurde insbesondere initiiert, um die Erfüllung der Einsparvorgaben der KEF zu unterstützen, zu deren Umsetzung interne Umstrukturierungsprozesse und Veränderungen von Workflows mit teilweise veränderten Anforderungsprofilen der Arbeitsplätze erforderlich sind. Darüber hinaus müssen weitere Herausforderungen wie z. B. der demografische Wandel, technologische Entwicklungen und die Markt-/Branchendynamik berücksichtigt werden.

Gesunde und motivierte Mitarbeiter sind entscheidend für ein erfolgreiches Unternehmen und das Gesundheitsmanagement des ZDF trägt durch gezielte Informationen zu Gesundheitsthemen und gesundheitsfördernde Maßnahmen hierzu bei. Vielfältige Angebote sind darauf ausgerichtet, eine Unterstützung für eine positive Work-Life-Balance zu geben. Hierfür stehen Beratungsangebote, Gesundheitsaktionen sowie – gegen einen Unkostenbeitrag – Sport-, Entspannungs- und Workshopangebote zur Verfügung.

Des Weiteren hat das ZDF eine Vielzahl an Dienstvereinbarungen und Tarifverträgen, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen. Hierzu zählen beispielsweise Teilzeit- und Telearbeitsregelungen, ein Tarifvertrag zur Arbeitszeitflexibilisierung sowie die Möglichkeit der Beurlaubung zur Kleinkinderbetreuung oder aus anderen familiären Gründen.

3.3 Programmaufwendungen

Für die Periode 2013 - 2016 sind Programmaufwendungen in Höhe von 4.960,3 Mio. Euro, vorgesehen. Die Planung für die Periode 2017 - 2020 geht von Programmaufwendungen in Höhe von 5.440,0 Mio. Euro aus. Ausgangsbasis für die Programmaufwendungen sind die anerkannten fortgeschriebenen Aufwendungen gemäß dem 19. KEF-Bericht unter Zugrundelegung der aktuellen Wirtschaftspläne für ARTE, den Kinderkanal und PHOENIX. Die Einsparauflagen inkl. der Kürzung bei den freien Mitarbeitern für die Jahre 2013 - 2016 wurden realisiert. Für die Jahre 2017 - 2020 wird eine kontinuierliche Programmentwicklung unterstellt. Die für das neue Jugendangebot anfallenden Programmaufwendungen werden durch Umschichtungen innerhalb der Programmaufwendungen finanziert, führen also nicht zu einem höheren Finanzbedarf. Allerdings hat das ZDF, entsprechend der auch in der Protokollnotiz der Länder zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag formulierten Erwartung der Vereinbarung angemessener Vertragsbedingungen mit Produzenten, die Eckpunkte der vertraglichen Zusammenarbeit (Terms of Trade) in mehreren Vereinbarungen fixiert und damit kos-

tenwirksame Verbesserungen der Vertrags- und Vergütungssituation für Produzenten realisiert. Weiterhin wurde den in den letzten Jahren veränderten gesetzlichen Rahmenbedingungen zum Urhebervertragsrecht und der diesbezüglichen Rechtsprechung durch die Vereinbarung gemeinsamer Vergütungsregeln mit Urheberverbänden nach § 36 UrhG Rechnung getragen.

Neue Entwicklungsprojekte hat das ZDF für den Zeitraum 2017 - 2020 nicht vorgesehen. Es ist beabsichtigt, das Projekt HDTV per Ende 2016 in den Bestand zu überführen.

3.4 Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen

Für den Zeitraum 2013 - 2016 sind Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen in Höhe von insgesamt 1.814,0 Mio. Euro vorgesehen. Die Planung für die Periode 2017 - 2020 geht von Geschäftsaufwendungen und Anderen Aufwendungen in Höhe von 2.015,2 Mio. Euro aus. An dieser Stelle sind die Aufwendungen veranschlagt, die nicht unmittelbar Produktionen zugeordnet werden können, wie beispielsweise der Steueraufwand, der Aufwand für den Beitragseinzug, die Aufwendungen der verwaltenden Bereiche, des IT-Service und des Gebäudemanagements.

4. Erfüllung des Programmauftrags

4.1 ZDF-Programmfamilie

4.1.1 ZDF

In den letzten Jahren hat sich im deutschen Fernsehmarkt einiges bewegt: Die wachsende Akzeptanz kleinerer TV-Sender für ein spezifisches Publikum – die zunehmend auch ältere Zuschauergruppen ergriffen hat – beschleunigt die Marktfragmentierung. Gleichzeitig sind die Betreiber von Videoplattformen und Streamingdiensten verstärkt auch als Anbieter eigener Produktionen und mit aggressivem Marketing angetreten, dem linearen Fernsehen Zuschauer zu entziehen. Vor diesem Hintergrund ist es ein ausgewiesener Doppelerfolg des ZDF, dass in den Jahren 2014 und 2015 nicht nur das Hauptprogramm mit relativ deutlichem Abstand Deutschlands meistgesehener Sender war, sondern dass sich – erkennbar an der steigenden Nutzung insbesondere der Digitalkanäle ZDFneo und ZDFinfo sowie der ZDF-Onlineangebote inklusive der Mediathek als Abrufplattform – offensichtlich auch die Strategie der Differenzierung der Publikumsansprache in der Senderfamilie als richtig erweist.

Dennoch bleibt die Modernisierung der Programmangebote bei durchgängigem Qualitätsanspruch ein Schwerpunkt der Programmarbeit des ZDF, um auch die zukünftigen Herausforderungen im Wettbewerb zu meistern und der Überalterung seines Publikums entgegenzuwirken.

Gerade in den aktuell als politisch und gesellschaftlich sehr unruhig und schwierig wahrgenommenen Zeiten muss das ZDF neben einer objektiven aktuellen Berichterstattung immer wieder seine Kompetenz im Erläutern von Zusammenhängen beweisen. Dabei müssen in Spiegelung des demokratischen Prozesses stets auch die relevanten unterschiedlichen Positionen in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft dargestellt, diskutiert und auf den Alltag der Bürger heruntergebrochen werden.

Eine große Aufgabe bleibt auch die Vermittlung von Wissen, die Darstellung der Vielfältigkeit von Kultur und Natur sowie das Angebot zur Orientierung in Alltags- wie auch Daseinsfragen, zu deren Erfüllung sich das ZDF einer ganzen Format-Palette – historische und zeitgeschichtliche Dokumentationen, Wissenschafts- und Kulturmagazine sowie Gesprächssendungen – bedient.

Auch dem verständlichen Bedürfnis der Zuschauer nach Entspannung und Abwechslung bei der Fernsehnutzung wird das ZDF weiterhin gerecht. Fiktionale Programme und unterhaltende Shows verbinden diesen Wunsch mit Möglichkeiten zur Reflexion über aktuelle Themen. In Fernsehfilmen, Serien und internationalen Spielfilmen setzt das ZDF sowohl auf erprobte als auch unkonventionelle Erzählweisen und Sujets zur Ansprache unterschiedlicher Publika.

Den Schwerpunkt der politischen Berichterstattung im Jahr 2013 bildete die Bundestagswahl im September. ZDF-Wahlformate wie die Kandidatenporträts und „Illner intensiv“ wurden in modernisierter Form neu aufgelegt. Mit „Wie geht’s, Deutschland?“, „Die Debatte“ und dem „#ZDFcheck“ wurde eine Reihe von neuen Formaten entwickelt. „ZDF.log in“ im Hauptprogramm richtete sich vor allem an Jung- und Erstwähler. Das Politbarometer am Donnerstag vor der Wahl war in die inhaltliche Berichterstattung eingebettet und machte das Zustandekommen der Zahlen transparent. Am Wahlabend verlängerte das ZDF in Anbetracht der aktuellen Ereignisse seine Wahlsendungen bis in die Nacht hinein. Ausführliche Wahlberichterstattung in den aktuellen Sendungen und an den Wahlabenden gab es auch rund um die Landtagswahlen in Niedersachsen, Bayern und Hessen.

Die quer durch das Programm des ZDF und besonders in den Magazinen „drehscheibe“, „heute - in Deutschland“ und „Länderspiegel“ stattfindende Berichterstattung über die Bundesländer erfuhr 2013 anlässlich der Flutkatastrophe im Juni, die viele Menschen betroffen und bewegt hat, eine besondere Aufmerksamkeit. Insgesamt gab es dazu im ZDF allein acht „ZDF spezial“-Sendungen und drei Spezial-Ausgaben der „drehscheibe“. Darüber hinaus war es dem ZDF wichtig, in dokumentarischer Form auf die Ereignisse einzugehen. So beschäftigte sich „ZDFzoom: Flutkatastrophe mit Ansage?“ investigativ mit den menschengemachten Ursachen des Hochwassers. „ZDF.reportage: Gemeinsam gegen die Flut“ erzählte die Geschichte der Solidarität, die viele Bürger angesichts der Katastrophe erlebten. Mit der weite-

ren Entwicklung in den Hochwassergebieten beschäftigten sich den ganzen Sommer und Herbst hindurch die aktuellen Sendungen des ZDF. Begleitet wurden alle diese Sendungen mit Spendenaufrufen für das „Aktionsbündnis Katastrophenhilfe“.

Über den überraschenden Rücktritt von Papst Benedikt XVI. und die Wahl von Papst Franziskus hat das ZDF im Februar und März 2013 ausführlich berichtet. Dazu gehörten diverse „ZDF spezial“-Sendungen sowie Live-Übertragungen. Hinzu kam die ausführliche Auseinandersetzung mit der Situation der katholischen Kirche zum Beispiel bei „maybrit illner“ oder in einem „auslandsjournal spezial“.

Die gesellschaftspolitischen Dokumentationen des ZDF greifen immer wieder aktuelle Themen vertiefend auf. Ein Beispiel dafür war die „ZDFzoom“-Dokumentation „World Wide War“, die sich mit der Frage der Datensicherheit beschäftigte und die im Zuge der Snowden-Enttüllung über die Ausspähung des Handys der Kanzlerin im Jahr 2014 noch einmal ins Programm gehoben wurde. Außergewöhnlich erfolgreich war die verbrauchernahe Dokumentation „Aldi gegen Lidl - das Duell“, die neben einem Produktvergleich auch den Arbeitsbedingungen bei den Discontnern und ihren Zulieferern nachging. „Arm und Reich - Wie geteilt ist Deutschland?“ widmete sich dem Thema Ungleichheit, porträtierte Arme und Reiche in Deutschland und beleuchtete das Thema Bildung. „ZDFzeit“ beschäftigte sich auch mit dem Wahlkampfthema Gesundheit und sendete am Dienstagabend „Der Deutschland-Test - Wie gut ist unser Gesundheitssystem?“. Der Zweiteiler „Unser Krieg - Kampfeinsatz in Afghanistan“ zeigte den Bundeswehreininsatz am Hindukusch vor allem aus Sicht der deutschen Soldaten.

Das sportliche Highlight 2013 war für das ZDF neben der Leichtathletik-Weltmeisterschaft und der Frauenfußball-Europameisterschaft mit dem deutschen Sieg die Übertragung der Champions League. Das Angebot bestand neben den Live-Übertragungen der Spiele aus kompakter und werbefreier Vor- und Nachberichterstattung, die auch auf politische und gesellschaftliche Themen rund um die teilnehmenden Länder einging. Das Finale ‚Borussia Dortmund – Bayern München‘ war das meistgesehene Spiel seit Gründung der Champions League im Jahr 1992 und führt 2013 die Rangliste der TV-Sendungen in Deutschland an.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die rund um die Champions League-Übertragungen platzierten Informationsformate von den höheren Zuschauerzahlen profitieren konnten und es dem „auslandsjournal“ und „ZDFzoom“ nach diesem Vorlauf gut gelang, auch jüngere Zuschauer für die Informationsformate des ZDF zu interessieren.

Zum runden Geburtstag des Senders im April wurde im Jahr 2013 sowohl mit den beiden Shows unter dem Titel „50 Jahre ZDF“ ein nostalgischer Blick zurück geworfen als auch deutlich gemacht, dass das ZDF auch zukünftig in vielen Genres die Modernisierung der

Publikumsansprache suchen wird. Ein guter Beleg dafür war die Bühnenshow von Helene Fischer, die zu Weihnachten erstmals im ZDF ausgestrahlt wurde. Johannes B. Kerner gelang mit „Die große Zeitreise-Show“ eine erfolgreiche Rückkehr zum ZDF, während Jörg Pilawa nach einem Polit-Quiz im Vorfeld der Bundestagswahl den Sender wieder verließ. Dem Versuch, mit Inka Bause am Nachmittag das Genre der Talkshow wieder aufleben zu lassen, war leider kein Erfolg beschieden. Die Weiterentwicklung sowohl unterhaltsamer als auch dokumentarischer Formate gelang ab Mai auf den Sendeplätzen am frühen Sonntagnachmittag unter anderem mit Porträts sowohl ferner Länder und Städte als auch des deutschen Landlebens, mit einem Coaching-Format für Hundeliebhaber, der Beobachtung des Alltags auf einer Büffelranch und einer Antik- und Trödel-Show mit Horst Lichter.

2013 war im ZDF auch das Jahr der qualitativ herausragenden und entsprechend erfolgreichen Fiction-Events. Zum Jahresauftakt wurde mit „Das Adlon - Eine Familiensaga“ eine hochdramatische, opulent ausgestattete und hochkarätig besetzte Geschichte inszeniert, deren Erzählbogen mehrere Jahrzehnte umfasst. Im März setzte der Dreiteiler „Unsere Mütter, unsere Väter“ Maßstäbe in der filmischen Umsetzung der Geschichte von fünf eng befreundeten jungen Menschen aus Berlin, die im zweiten Weltkrieg unterschiedliche Schicksale erleiden müssen. Besonders faszinierend ist neben der virtuosen Kameraführung das eindringliche Spiel der durchweg jungen Hauptdarsteller. Zu beiden Programmhighlights gab es neben Berichten in den aktuellen Sendungen historisch ausgerichtete Begleitdokumentationen und ein umfangreiches Online-Angebot. Zu „Unsere Mütter, unsere Väter“ gab es zudem eine Gesprächssendung mit Maybrit Illner über die Aufarbeitung von Schmerz, Schuld und Schweigen der Kriegsgeneration.

Weitere fiktionale Programmhöhepunkte waren die erstmalige Verfilmung von sechs Kriminalfällen unter dem Titel „VERBRECHEN“ nach Ferdinand von Schirachs gleichnamiger Buchvorlage sowie „Und alle haben geschwiegen“ über die Misshandlung von Heimkindern in den 60er Jahren, begleitet von einer Dokumentation, die Betroffene zu Wort kommen ließ.

Im Krimi-Genre nahm das ZDF Abschied von liebgewonnenen, langjährig laufenden Formaten wie dem Evergreen „Ein Fall für zwei“, „Rosa Roth“ mit Iris Berben und dem internationalen Erfolgsprogramm „Kommissarin Lund“. Ein Wiedersehen gab es hingegen mit dem Kinder-Klassiker „Biene Maja“, die nichts von ihrer Fröhlichkeit eingebüßt hatte, als sie ab März in einer technisch aufwändigen 3D-Fassung ausgestrahlt wurde.

Höhepunkte klassischer Musik waren im Juni die Übertragung der Verdi-Oper „Aida“ aus der Arena in Verona sowie ein international produziertes Konzert vom Roten Platz in Moskau mit Anna Netrebko in der Hauptrolle.

Im Bereich der naturwissenschaftlichen und historischen Dokumentationen blieb das ZDF vor allem durch „Terra X“ auch im Jahr 2013 Spitzenreiter hinsichtlich des qualitativen Anspruchs und der Zuschauergunst. Beleg dafür waren beispielsweise die Fortsetzungen der extrem bildstarken Reihen „Schneller als das Auge“ mit Hochgeschwindigkeitskameras oder „Deutschland von oben“ mit faszinierenden Luftaufnahmen markanter deutscher Natur. Zum Jahresende porträtierte die sechsteilige Reihe „Frauen, die Geschichte machten“ in filmischer Form das Leben und Wirken so unterschiedlicher Charaktere wie Kleopatra, Elisabeth I. oder Sophie Scholl und ergänzte dies durch umfangreiche Online-Interviews mit Historikern.

Im Jahr 2014 stand die Berichterstattung rund um die Wahlen zum Europäischen Parlament besonders im Fokus. Das ZDF hat den Wahlkampf in seinen aktuellen Sendungen ausführlich begleitet und in Dokumentationsformaten über die Europapolitik berichtet. Im unmittelbaren Vorfeld der Wahl war der Themenabend „Wie geht’s, Europa?“ mit einem mehrstündigen Talkformat und einer Dokumentation komplett dem Thema Europawahl gewidmet. Schließlich wurde am Wahlabend live aus dem ZDF-Wahlstudio in Berlin berichtet, die Ergebnisse wurden mit Experten eingeordnet. Zudem standen in 2014 Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und Brandenburg an. Die Zuschauer konnten im ZDF im Vorfeld in vielen Beiträgen einen Überblick über die Wahlkämpfe und die Kandidaten der in den Landtagen vertretenen Parteien sowie über Schwerpunkte der Parteiprogramme und Koalitionsoptionen gewinnen. In Sondersendungen an den Wahlabenden wurde der Wahlausgang eingehend analysiert, wobei auch entsprechende Online-Angebote die Berichterstattung ergänzend begleiteten.

Die Auslandsberichterstattung wurde 2014 zunächst dominiert vom Beginn des Konflikts in der Ukraine, über dessen Entstehen und die Hintergründe u. a. in entsprechenden Sondersendungen berichtet wurde. Ein weiterer Schwerpunkt war im Verlauf des Jahres der beginnende Vormarsch des sogenannten „Islamischen Staats“, der schließlich in erste US-Luftangriffe mündete. Die weltpolitische Nachrichtenlage erforderte im gesamten Jahr 2014 vielfältige Programmanstrengungen. Das Informationsbedürfnis der Zuschauer wurde u. a. auch durch aktuelle „ZDFzoom“-Dokumentationen oder Sendungen wie „auslandsjournal spezial“ erfüllt.

25 Jahre nach dem Mauerfall hat das ZDF 2014 in zahlreichen Sendungen an die Ereignisse von 1989 erinnert. Die zweiteilige Dokumentation „Die Insel“ aus der Reihe „ZDFzeit“ schlug dabei eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Die Verbrechen der DDR-Staatssicherheit bildeten den Hintergrund der spannenden Geschichte „Zwischen den Zeiten“ um eine Liebe aus den letzten Jahren der DDR, die nach einem Vierteljahrhundert wieder lebendig wird.

Dem Gedenken an den Beginn des 1. Weltkriegs vor 100 Jahren widmete sich u. a. der Fernsehfilm „Das Attentat - Sarajevo 1914“, in dem die Geschehnisse um das Attentat auf den österreichischen Thronfolger Franz Ferdinand und seine Frau Sophie in der bosnischen Hauptstadt Sarajevo aufbereitet wurden. Die anschließende Dokumentation schilderte in eindrucksvoller Weise die Folgen des Attentats bis zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs. Das Gedenkkonzert „Sarajevo Memorial“ der Wiener Philharmoniker erinnerte ebenfalls an diese historische Tragödie. Auch der 75 Jahre zurückliegende Beginn des 2. Weltkriegs wurde im ZDF thematisiert, u. a. in einer zweiteiligen gemeinschaftlichen Dokumentation, die parallel im polnischen Sender TVP1 ausgestrahlt wurde.

Das Jahr 2014 war überdies von herausragenden Sportereignissen geprägt. Von den Olympischen Winterspielen und den Paralympics in Sotschi sowie der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien berichtete das ZDF wie gewohnt im Wechsel mit der ARD, um durch enge Zusammenarbeit in den Bereichen Redaktion, Produktion und Technik die Anzahl des zu sendenden Personals zu limitieren. Rund um die Sportereignisse fand eine ausführliche sportliche Rahmenberichterstattung statt, die sich auch intensiv des Themas Doping annahm. Neben der reinen Sportberichterstattung rundeten Dokumentationen und Reportagen zu kulturellen, politischen, sozialen und wirtschaftlichen Aspekten der gastgebenden Länder das Programmangebot ab. So bereiste Marietta Slomka für die zweiteilige Dokumentation „Zwischen Anden und Amazonien“ Südamerika und zeigte den Zuschauern „das andere Amerika“. Zu den sportlichen Highlights gehörten 2014 auch wieder die Spiele der Champions League.

Wie in den Vorjahren zeigte das ZDF auch im Jahr 2014 einem breiten Publikum kultur-, wissenschafts- und naturgeschichtliche Dokumentationen in modernster Machart. An erster Stelle zu nennen ist hier die sechsteilige „Deutschland-Saga“, die zum 25-jährigen Jubiläum des Mauerfalls eine Erfolgsstory unseres Landes erzählt; ein Best-of-Germany der letzten 600 Jahre, ohne dabei dunkle Kapitel der Vergangenheit auszusparen. „Die Welt der Ritter“ zeigte die großartige Geschichte mittelalterlicher Helden anhand berühmter und schillernder Vertreter ihres Standes, während sich die dreiteilige „Terra X“-Reihe „Große Völker“ als Zeitreise zu den Wurzeln Europas verstand. Ab Februar 2014 ging zudem das renommierte Kulturmagazin „aspekte“ mit neuer 45-Minuten-Länge und stärker live- und gesprächsorientiertem Konzept an den Start. In der neuen Reihe „Leschs Kosmos“ bereitet der Physikprofessor Harald Lesch mit seinem erzählerischen Talent seit 2014 durch aufwändige Bildgestaltung und Animationen komplexe Themen aus Naturwissenschaft und Technik für ein interessiertes Publikum verständlich und attraktiv auf.

Auf eine Reise zu den globalen Brennpunkten des Hungers und der Wasserknappheit ging Claus Kleber in einer zweiteiligen Dokumentation. Mit einem anderen brisanten Thema be-

schäftigte sich der Zweiteiler „Projekt Hühnerhof“: ZDF-Wissenschaftsmoderator Dirk Stefens beleuchtete darin die Auswüchse der Geflügelindustrie und die Folgen für die Verbraucher.

Neben dem bereits erwähnten Gedenkkonzert der Wiener Philharmoniker zeigte das ZDF für Klassik-Fans im Sommer 2014 mit der spektakulären Opernübertragung „Carmen“ eine der beliebtesten Opern weltweit in der grandiosen Kulisse der Arena di Verona. Um ein weiteres Highlight handelte es sich auch bei Emmerich Kálmáns Operette „Die Csárdásfürstin“ mit Anna Netrebko aus der Dresdner Semperoper.

Mit der neuen Besetzung Max Uthoff und Claus von Wagner ging 2014 das kabarettistische Programm „Die Anstalt“ als Nachfolger des wegweisenden „Neues aus der Anstalt“ auf den Schirm und weist das ZDF seitdem weiterhin als Qualitätsführer in diesem Genre aus. „Udo Jürgens - Mitten im Leben“ war der Titel der großen Gala zu seinem 80. Geburtstag im Oktober, als noch nicht abzusehen war, dass schon bald darauf der Tod des Sängers und Entertainers zu betrauern sein würde. Mit der letzten Sendung des Show-Klassikers „Wetten, dass..?“ ging im Dezember 2014 eine Ära der Familienunterhaltung zu Ende.

Im Bereich Fiction zeigte das ZDF zum Jahresauftakt den im Mittelalter angesiedelten zweiteiligen Fernsehfilm „Die Pilgerin“, während das historische Drama „Das Zeugenhaus“ am Jahresende ein besonderes Kapitel deutscher Nachkriegsgeschichte aufschlug: die Zeit der Nürnberger Prozesse, als in einem Gästehaus des US-Militärs Täter, Opfer und Mitläufer des NS-Regimes auf engstem Raum aufeinander trafen. Die nachfolgende Dokumentation zeigte die historischen Vorbilder der Spielhandlung und ließ Nachfahren zu Wort kommen. Von aktueller gesellschaftlicher Relevanz war der Zweiteiler „Alles muss raus - Eine Familie rechnet ab“, der fragte, was mit den Menschen passiert, die auf den unteren Hierarchieebenen vom Konkurs eines Unternehmens betroffen sind und um ihre Existenz bangen müssen.

Seine verstärkte Ausrichtung auf ein Familienpublikum und eine frische Tonalität im Serienbereich hat das ZDF 2014 intensiviert, unter anderem mit der Serie „Dr. Klein“, in deren Mittelpunkt eine äußerst kompetente und resolute kleinwüchsige Ärztin steht. Auch im Genre der Krimis ging es um eine Modernisierung der Bildsprache und eine größere Unterhaltsamkeit, wie in der Neuauflage des ZDF-Klassikers „Ein Fall für zwei“. Gleich vier neue Samstagskrimi-Formate – „Helen Dorn“, „München Mord“, „Kommissarin Heller“ und „Friesland“ – gingen darüber hinaus im Lauf des Jahres 2014 erfolgreich an den Start. Dagegen endete mit der 50. Folge die Krimireihe „Stubbe - Von Fall zu Fall“.

Das 25-jährige Jubiläum der täglich im KiKA ausgestrahlten Kindernachrichtensendung „logo! Die Welt und ich.“ wurde 2014 auch im Hauptprogramm gefeiert. Im Animationsbereich erfreute sich die neu aufgelegte computeranimierte Serie „Wickie und die starken Män-

ner“ großer Beliebtheit. Das koproduzierte Märchen „Die Schneekönigin“ von Hans Christian Andersen bot prächtige Bilder voller visueller Kontraste und bereicherte das Feiertagsangebot des ZDF-Kinderprogramms ebenso wie die Kinoverfilmungen des Kinderbuchklassikers „Hanni & Nanni“ von Enid Blyton.

Mit dem Angriff auf die Satirezeitschrift „Charlie Hebdo“ in Paris im Januar 2015 begann ein Jahr, das von Terror, Krisen und Skandalen geprägt war und in dem ab dem Sommer die große Zahl an Flüchtlingen die Nachrichtenlage bestimmte. Das ZDF hat all diesen Ereignissen – u. a. mit einer außergewöhnlich hohen Zahl an „ZDF spezial“-Sondersendungen – in seinem Programm Rechnung getragen.

Der Vormarsch des sogenannten „Islamischen Staats“ in Syrien, die damit einhergehenden Terroranschläge und die sich dramatisch zuspitzende Flüchtlingskrise haben Europa und insbesondere Deutschland im Jahr 2015 in extremer Weise vor vielfältige Herausforderungen gestellt. Das ZDF hat daher sehr umfassend in seinen Nachrichtensendungen und aktuellen Magazinen, in zahlreichen Reportagen und Dokumentationen sowie in Talkformaten über alle Aspekte und Hintergründe informiert und den unterschiedlichen politischen Positionen Raum gegeben. Die Zusammenhänge der Entwicklungen im Nahen Osten mit ihren Auswirkungen auch auf Europa darzustellen, war im Jahr 2015 eine Aufgabe, der sich das ZDF in besonderem Maße widmete. Insbesondere die Berichterstattung über die Lage der Flüchtlinge auf ihrem Weg nach Europa, ihre Ankunft in Deutschland bis hin zu den Problemen bei der Aufnahme und den Diskussionen um die Integration einer so hohen Zahl von Menschen prägte ab Herbst 2015 das Programm des ZDF, wie z. B. in der sechsteiligen ZDF.reportage „Flüchtlinge: Willkommen oder unerwünscht?“.

Der bewusst herbeigeführte Absturz des Germanwings-Flugzeugs war 2015 ebenfalls ein besonders dramatisches Ereignis, das die Menschen bewegte und über das im ZDF ausführlich berichtet wurde. Auch die Krise in Griechenland und die Zukunft der Europäischen Gemeinschaftswährung prägte über Monate die aktuelle Berichterstattung. Die Beratungen und Beschlüsse der Finanzminister und die Diskussionen um einen möglichen Austritt Griechenlands aus der Eurozone wurden im ZDF in allen Aspekten beleuchtet. Auch der G7-Gipfel sowie die Skandale um VW und die FIFA waren 2015 Ereignisse, die ein hohes Maß an programmlichen Anstrengungen erforderten.

Ebenfalls im Jahr 2015 löste das neue Nachrichtenformat „heute+“ die Sendung „heute nacht“ ab und trieb die crossmediale Vernetzung voran: Die einzelnen Sendungsinhalte werden bereits vor der TV-Ausstrahlung online und über soziale Medien verbreitet. Eine jüngere Zielgruppe soll auf diesem Weg für die Nachrichten der „heute“-Familie gewonnen werden. Mit „ZDFdonnerstalk“ wurde 2015 außerdem ein neues Talkmagazin mit Dunja Hayali ent-

wickelt, das wichtige Themen unserer Zeit informativ, kontrovers und authentisch für die Zuschauer aufbereitet.

Der Befreiung des Konzentrationslagers in Auschwitz und dem Ende des 2. Weltkriegs vor 70 Jahren widmete sich das ZDF u. a. in der zweiteiligen Dokumentation „Wir Geiseln der SS“ sowie der 75-minütigen szenischen Dokumentation „Mit dem Mut der Verzweiflung“, die den Blick auf das Menschheitsverbrechen richtet, dem allein sechs Millionen Juden zum Opfer fielen. Im Anschluss an die Dokumentation, die das Schicksal von Menschen in Auschwitz schilderte, berichteten in der Sendung „Markus Lanz“ Holocaust-Überlebende in eindringlicher Weise von ihren Erlebnissen. 2015 jährte sich zum 25. Mal die Wiedervereinigung Deutschlands, an die das ZDF in einer Reihe von Sendungen unter dem Label „Deutschland 25“ erinnerte. Unter dem Titel „Geh doch nach drüben!“ spürte das ZDF in einer zweiteiligen Dokumentation dem Lebensgefühl von damals nach. Der Film zeigt, wie unterschiedlich die Menschen in Ost und West aufwuchsen und wie ihre politischen und wirtschaftlichen Systeme sie prägten. Maybrit Illner fragte in einem Themenabend „Sind wir ein Volk?“: In einer Mischung aus Analyse, Bestandsaufnahme und einer Portion Humor wurde deutsche Wirklichkeit ergründet und auch aktuell diskutiert, wo das Land 25 Jahre nach der Deutschen Einheit steht. Eher unterhaltsam näherte sich eine Spezialausgabe der Show „Der Quiz-Champion“ am 3. Oktober dem Thema.

Als Highlight darf im Übrigen auch die royale Hochzeit des Jahres 2015 – die Vermählung des schwedischen Prinzen – gelten, die das ZDF in einer Live-Übertragung aus Stockholm zeigte. Aus Anlass des viertägigen Besuchs der britischen Königin in Deutschland hatte das ZDF neben zwei „ZDF spezial“-Ausgaben auch die Dokumentation „Wie deutsch ist die Queen?“ im Programm. Zum ersten Mal schilderten darin Vertreter deutscher Adelshäuser ihre Verbindung zum britischen Königshaus und zur historischen Verantwortung ihrer Familien – auch in der Zeit des Nationalsozialismus.

Der Mythos Osteuropa wurde in der zweiteiligen Dokumentation „Schwarzes Meer und Weiße Nächte“ enthüllt und dabei auch die zum Europäischen Brennpunkt avancierte Ukraine in den Fokus genommen. Eines gesellschaftspolitisch brisanten Themas nahm sich der Programmschwerpunkt „Notfall Krankenhaus“ an: den erheblichen Qualitätsunterschieden zwischen deutschen Krankenhäusern – trotz des teuersten Gesundheitssystems der Welt. Mit Betroffenen und Verantwortlichen wurden live Missstände und Lösungsansätze diskutiert. Zuschauer und Nutzer konnten sowohl im Vorfeld als auch während der Live-Sendung ihre Erfahrungen und Fragen online einbringen.

Das Sportjahr 2015 konzentrierte sich neben der Fußball-U21-Weltmeisterschaft und der Schwimm-Weltmeisterschaft ganz besonders auf die Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft in Kanada. ARD und ZDF teilten sich in bewährter Weise die Übertragungen und waren vom

ersten bis zum letzten Spiel am Ball. Neben dem Eröffnungsmatch stand auch das Finale auf dem Programm des ZDF, das an insgesamt elf Sendetagen 28 Spiele live übertrug – im TV-Programm oder via Livestream im ZDF-Onlineangebot.

„Terra X“ erzählte auch im Jahr 2015 Stoffe in Hochglanzqualität und neuester Machart: Neben „Faszination Erde“ widmete sich die erfolgreiche Marke den diversen Facetten Deutschlands in „Deutschland von oben“, „Deutschlands Städte“ sowie Teil 2 der „Deutschland Saga“. Hingegen spannte die dreiteilige Reihe „Freibeuter der Meere“ einen weiten Bogen und zeigte, wie Piraten die große Politik beeinflussten. Das ZDF setzte 2015 auch die Naturdokumentationen der Reihe „Im Zauber der Wildnis“ fort, die deutlich machen, wie Nationalparks einmalige Naturlandschaften bewahren und für ein natürliches Zusammenleben von Mensch und Tier sorgen.

Der qualitativ herausragende dreiteilige Fernsehfilm „TANNBACH - Schicksal eines Dorfes“ erzählte zum Jahresbeginn 2015 anhand der Lebenswege der Bewohner eines kleinen Ortes an der bayerisch-thüringischen Grenze von den Schicksalsmomenten im Nachkriegsdeutschland auf dem Weg zur deutsch-deutschen Teilung. Die anschließende Dokumentation ließ Zeitzeugen zu Wort kommen, die ihre persönlichen Erlebnisse aus den Jahren des Kalten Krieges schilderten. Als Fortsetzung der Krimireihe „VERBRECHEN“ setzte 2015 die neue Reihe „SCHULD“ nach dem gleichnamigen Bestseller von Ferdinand von Schirach dessen Kurzgeschichten in einer neuen Erzählweise um. Der preisgekrönte Ensemble-Film „Ein großer Aufbruch“ handelt von einer Familie, aus der sich das Oberhaupt mit einem letzten großen Auftritt verabschieden möchte, um in Kürze seinem Leben ein selbstbestimmtes Ende zu setzen. Das breit gefächerte Fiction-Repertoire wurde 2015 ergänzt durch das fünfteilige Schuld- und Sühne-Drama „Blochin - Die Lebenden und die Toten“, in dem sich die Grenzen von Gut und Böse auflösen. Die sechsstündige Serie wurde als Eventprogrammierung komplett an einem Wochenende ausgestrahlt und war bereits vorab als Stream in der ZDF-Mediathek abrufbar.

Neben der Primetime-Serie „Lena Lorenz“ startete 2015 auch die Familienserie „Sibel & Max“ die von einer alleinerziehenden türkisch-deutschen Ärztin und einem verwitweten deutschen Arzt in Hamburg handelt, deren Kinder unverhofft gemeinsamen Nachwuchs erwarten. Als weitere neue Serie konnte sich auch „Bettys Diagnose“ etablieren – ein ebenso humorvolles wie emotionales Medical mit einer starken Frauenfigur im Zentrum.

Die vom ZDF initiierte, groß angelegte Europäische Koproduktion „The Team“ erzählt die Geschichte eines Europäischen Ermittlerteams, das in Berlin, Kopenhagen und Antwerpen eine mysteriöse Mordserie aufzuklären hat. Weitere Krimi-Highlights waren 2015 die in Nordirland angesiedelte mehrteilige BBC-Serie „The Fall - Tod in Belfast“, in der eine Polizistin unmittelbar nach ihrer Beförderung mit einem Serienkiller konfrontiert wird, die Reihe

„Broadchurch“ und die Verfilmung des Romans „Erbarmen“ von Jussi Adler-Olsen, die als Free-TV-Premiere im „Montagskino“ des ZDF zu sehen war.

Neu entwickelte Show-Formate zeigte das ZDF 2015 mit „Das Spiel beginnt!“, „1000 - Wer ist die Nummer 1?“ sowie „Mich täuscht keiner!“, während im neuen Doku-Format „Rach und die Restaurantgründer“ Sternekoch und Gastroberater Christian Rach mehrere Restaurantgründer auf ihrem Weg in die erhoffte Selbstständigkeit begleitete.

Auch neue Comedy-Formate gingen 2015 im ZDF an den Start: Neben Serien wie „... und dann noch Paula“ und „Ellerbeck“ war auch die politische Sitcom „Eichwald, MdB“, die von einem gleichnamigen Hinterbänkler im Deutschen Bundestag handelt, eine besondere Auffälligkeit. In „Sketch History“ wurden die großen und kleinen Ereignisse der Weltgeschichte aus neuem Blickwinkel – satirisch, humorvoll und herrlich absurd – gezeigt, während in der neuen politischen Late-Night-Show „Mann, Sieber!“ ein ewiger Optimist zu einem bissig-satirischen Schlagabtausch auf einen notorischen Skeptiker trifft.

Im Kinderprogramm kehrten 2015 Klassiker mit großem Namen in neuem Look zurück auf den Bildschirm: Während die 2D-Animationsserie „Lassie“ in traditioneller Weise neue, spannende Abenteuergeschichten über die unerschrockene Collie-Hündin Lassie erzählt, diente die bekannte Legende des englischen Volkshelden als Vorlage für die 2D-/3D-Animationsserie „Robin Hood - Schlitzohr von Sherwood“. Die Neuauflage von „Heidi“ im frischen 3D-Look basiert auf dem weltbekannten Roman von Johanna Spyri. Als Free-TV-Premieren waren 2015 die Märchen „Das kalte Herz“ und „Die weiße Schlange“ zu sehen.

Im Jahr 2016 stehen innenpolitisch die Landtagswahlen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin besonders im Fokus. Das ZDF wird wie gewohnt umfassend und kompetent mit Analysen und Meinungen zum Wahlausgang berichten. Hinzu kommen diverse Dokumentationen und Reportagen zur Flüchtlingssituation in Deutschland und dem Stand der Integrationsbemühungen mit ihren Erfolgen und Schwierigkeiten. Die wichtigen US-Präsidentenwahlen im November wird das ZDF mit einer langen Wahnacht aus Gesprächen und Analysen sowie Sonderausgaben des „heute-journals“ begleiten. Im Vorfeld der Wahlen wird in einer Dokumentation die Bilanz der Regierungszeit von Barack Obama gezogen. Zudem wird Claus Kleber in der Dokumentation „Silicon Valley - digitale Revolution“ die aktuellen Entwicklungen auf diesem Sektor näher betrachten.

Die zwei Großereignisse, die das Sportjahr 2016 prägen, sind die Fußball-Europameisterschaft der Männer in Frankreich sowie die Olympischen Sommerspiele und die anschließenden Paralympics in Rio de Janeiro. Das ZDF berichtet in gewohnter Weise im Wechsel mit der ARD und beleuchtet in Dokumentationen und Reportagen kulturelle, politische, soziale

und wirtschaftliche Aspekte der gastgebenden Länder. Auch die Spiele der Champions League werden wieder im ZDF zu sehen sein.

2016 wird „Terra X“ weiter neue Themen der Kultur-, Wissenschafts- und Naturgeschichte für sich entdecken. Geplant sind u. a. die dreiteilige Reihe „Die Kelten“ über das Leben und Wirken der Stämme, die fast ein Jahrtausend lang maßgeblich die Geschichte Europas bestimmten, sowie der Zweiteiler „Christopher Clark: Mein Australien“, in dem der weltbekannte australische Historiker ebenso humorvoll wie kritisch „seinen“ Kontinent entdeckt. Mit einem besonderen historischen Vergleich beschäftigt sich die dreiteilige „Terra X“-Reihe „24 Stunden“, indem sie jeweils einen Tag im Leben der einfachen Bevölkerung im antiken Rom, im mittelalterlichen Frankfurt und im Berlin zur Zeit der Industrialisierung gegenüberstellt.

Im Bereich zeitgeschichtlicher Dokumentationen wird das ZDF 2016 u. a. mit folgenden Produktionen seine Kompetenz belegen: Die zweiteilige Reihe „Wir Nachkriegskinder“ schildert die Zeit nach Kriegsende mit den vielfältigen Herausforderungen an die Generation, die den Wiederaufbau Deutschlands bewältigen musste. Der Zweiteiler „Das Deutschlandhaus“ vergleicht anhand von alltäglichen Momenten in drei übereinander liegenden Stockwerken das Leben in den 20er, 50er und 70er Jahren – mit Blick auf heute. Eine weitere mehrteilige Doku-Reihe mit dem Titel „Unternehmer-Dynastien“ erzählt vom Aufstieg der großen Macher-Clans, die am wirtschaftlichen Aufschwung Deutschlands in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts großen Anteil hatten.

Zum Jahresauftakt 2016 wurde die zweiteilige Verfilmung des Romans „Die Pfeiler der Macht“ von Ken Follett über eine Familienchronik im viktorianischen London ausgestrahlt. Von den jungen Frauen der 1950er Jahre und ihrem Aufbegehren gegen das biedere, in der Gesellschaft fest verankerte Frauenbild erzählen dagegen der Fernsehfilm-Dreiteiler „Ku'damm 56“ sowie die an den ersten Teil anschließende Dokumentation. In der zweiteiligen Europäischen Koproduktion „Gotthard“ wird der historische Riesenbau des Gotthard-Tunnels nacherzählt.

Neben den 2015 neu etablierten Krimi-Formaten wird auch die langjährige Reihe „Ein starkes Team“ mit neuer Hauptdarstellerin fortgesetzt. Als Ergänzung kommt 2016 „Lotte Jäger“ als weitere Ermittlerin hinzu. Mit der neuen Reihe „Morgen hör ich auf“ über einen Familienvater und Geldfälscher wider Willen wurde bereits am Jahresanfang erfolgreich ein neuer Akzent am Samstagabend gesetzt. Bei „Die Spezialisten - Im Namen der Opfer“, handelt es sich um eine neue Vorabendserie, in deren Zentrum das Team um eine Rechtsmedizinerin und einen Kriminalhauptkommissar steht.

Zur strategischen Weiterentwicklung des „Herzkino“-Sendeplatzes werden 2016 neue Formate pilotiert, die im Erfolgsfall zu einer Reihe ausgebaut werden könnten. Hierzu gehört

z. B. die Verfilmung eines weiteren Romans der Erfolgsautorin Kerstin Gier. Auch „Lena Lorenz“ wird als erfolgreich gestartete Serie 2016 wieder im Programm zu finden sein. Eingebettet in eine emotionsstarke Familiengeschichte um drei Frauen ist „Die Glasbläserin“, ein Film über die Erfindung der Weihnachtskugel im Thüringen des ausgehenden 19. Jahrhunderts. „Exodus - Die Flucht der Kinder“ ist eine dramatische Geschichte um unbegleitete minderjährige Flüchtlinge und ihre Situation nach der Ankunft in Deutschland. Im Film „Der Bankraub“ sowie der anschließenden Dokumentation wird das Schicksal eines Opfers der Bankenkrise dargestellt. Bereits zum Jahresbeginn 2016 widmete sich das neunzigminütige Doku-Drama „Letzte Ausfahrt Gera - Acht Stunden mit Beate Zschäpe“ dem NSU-Prozess und seiner Hauptangeklagten.

Die internationale Fiction wird 2016 vertreten durch die etablierten Reihen „Inspector Barnaby“ und „Inspector Banks“ sowie durch die dritte Staffel der schwedisch-dänisch-deutschen Reihe „Die Brücke - Transit in den Tod“. Als Free-TV-Premiere wird der spannende, mutige und kritische Film „Zero Dark Thirty“ zu sehen sein. Er befasst sich mit der Jagd einer CIA-Agentin auf Osama bin Laden und sorgte in den USA für viele Diskussionen. Auch mit der Verfilmung des Kinderbuch-Klassikers „Paddington“ und dem außergewöhnlichen Action-Drama „All is Lost“ wird das ZDF weitere Free-TV-Premieren im Programm haben.

Im Bereich der Show ist der neue Moderator Steven Gätjen 2016 für das ZDF mit der Neuauflage von „Die versteckte Kamera 2016“ an den Start gegangen, in der deutsche Unterhaltungsgrößen in den Wettbewerb treten um den besten eigenen Streich mit versteckter Kamera. Neben der seit Jahren beliebten Show „Deutschlands Superhirn“ präsentiert Steven Gätjen auch die Live-Showreihe „I can do that!“, in der sechs Prominente Woche für Woche spektakuläre Showacts erlernen müssen. Die im Vorjahr neu gestarteten Show-Formate „Das Spiel beginnt!“ und „Mich täuscht keiner!“ werden ebenfalls 2016 das Repertoire in diesem Bereich ergänzen.

Für die Klassik-Fans wird das ZDF neben dem Neujahrskonzert aus Wien weitere besondere Events, wie z. B. ein Open-Air-Konzert aus Paris anlässlich der Fußball-Europameisterschaft anbieten.

Neben den bekannten Kinder-Marken wie „Löwenzahn“, „pur+“ und „1, 2 oder 3“ werden 2016 namhafte Animationsserien wie „Peter Pan - Neue Abenteuer“, „Der kleine Drache Kokosnuss“, die Vorschulreihe „JoNaLu“ zur Sprachförderung und die australische Fantasy-Serie „Mako - Einfach Meerjungfrau“ fortgesetzt. Hinzu kommen Programmneuheiten wie die farbenfrohe Animationsserie „Wir Kinder aus dem Möwenweg“ nach Kirsten Boies gleichnamiger Kinderbuchreihe oder das Hybridformat „Seven Dwarfs and Me“, eine internationale Koproduktion über die sieben Zwerge in der realen Welt. Im Umfeld der US-Wahlen beleuchtet die Reportagereihe „Hallo USA“ das Traumland vieler Kinder und Jugendlicher. Der

erfolgreichen Umsetzung des ersten „Bibi und Tina“-Kinofilms folgen weitere Sommerabenteuer.

4.1.2 ZDFneo

ZDFneo ist es gelungen, seine Marktanteile seit dem Programmstart im Jahr 2009 kontinuierlich zu steigern. 2015 war das bisher erfolgreichste Jahr, und das erstmalige Überschreiten der 1-Prozentmarke bei den 14- bis 49-Jährigen ist ein Beleg für die wachsende Akzeptanz in der jungen Zielgruppe. ZDFneo steht für modernes, intelligentes Unterhaltungsfernsehen, das mit mutigen Auftragsproduktionen und zeitgemäßen fiktionalen Lizenzprogrammen plattformübergreifend die vernetzte Zielgruppe zwischen 25 und 49 Jahren an die Marke ZDF heranführt, und so einen immer größeren Beitrag zur Verjüngung der Senderfamilie leistet. Die Programmarbeit der zurückliegenden Jahre war auf die Programmsäulen Fiction, Show und Factual ausgerichtet. Junge Zuschauer konnten zusätzlich durch eine konsequente crossmediale Ausrichtung von Programm-Projekten und deren Verankerung in den sozialen Medien an ZDFneo gebunden werden.

In der Fiction profiliert sich der Sender mit internationalen Premium-Serien wie „The Knick“, „Ray Donovan“ oder „Code 37“. Erstmals wurden auch hochwertige Auftragsproduktionen angestoßen: Mit der Politsatire „Eichwald, MdB“ sowie den Sitcoms „Im Knast“ und „BLOCKBUSTAZ“ sind ZDFneo Hybridformate zwischen Comedy und Fiction gelungen, die mit intelligentem Humor und unkonventioneller Erzählweise nicht nur bei Kritikern, sondern auch beim jungen Publikum reüssieren konnten. Auch die Ausstrahlung der ersten eigenproduzierten Drama-Serie im Herbst 2016 steht für dieses programmliche Engagement in der Fiction.

Das Genre Show ist bei ZDFneo das Entwicklungsfeld für Formate und Köpfe. So konnte das „NEO MAGAZIN ROYALE“ mit Jan Böhmermann – zwischenzeitlich ausgezeichnet mit dem Deutschen Fernsehpreis wie mit dem Grimme-Preis – zur imageprägenden Late Night Show des Senders aufgebaut werden. Gleichsam prototypisch steht diese Sendung auch für die dezidiert crossmedial angelegte Programmentwicklung bei ZDFneo: Kein anderes regelmäßiges ZDF-Format erreicht einen so großen Anteil seines Gesamtpublikums über non-lineare Nutzung in der Mediathek und bei YouTube (3,2 Mio. Abrufe für das Video „Varouf fake“ und 9,8 Mio. Abrufe für „Ich hab Polizei“) und damit eine Zuschauer Klientel, die über die Fernsehausstrahlung nicht erreicht wird. Die Talkshow „Schulz & Böhmermann“ mit Jan Böhmermann und dem Musiker Olli Schulz als konsequente programmliche Variation ist ebenfalls im Fernsehen wie über Social Media gleichermaßen beliebt. Auch mit Michael Kessler und Sarah Kuttner gelingt es, in den Talkformaten „Kessler ist...“ bzw. „Kuttner plus

Zwei“ einen crossmedialen Ansatz in der Programmentwicklung über zwei markante, gut vernetzte Protagonisten zu etablieren.

Mit den „Social Factuals“ hat ZDFneo eigene dramaturgische Umsetzungsformen für Inhalte geschaffen, die in ihrer gesellschaftlichen Relevanz für Aufmerksamkeit sorgen und den öffentlichen Diskurs anregen sollen. Mit „Der Rassist in uns“ – dessen Versuchsanordnung transparent macht, wie leicht man sich von einer bestimmten Haltung vereinnahmen lässt – und der Sendung „Plötzlich Krieg? - Ein Experiment“, die die gruppenspezifischen Prozesse hin zu einem womöglich gewalttätigen Konflikt nachvollziehbar macht, ist es ZDFneo nicht nur gelungen, ein großes mediales Echo auszulösen, sondern auch die Diskussionen erfolgreich ins Netz zu verlängern und damit eine gerade bei der jungen Zielgruppe weit beachtete Form der Partizipation zu schaffen.

Mit der konsequenten Fortsetzung dieser crossmedial angelegten Programmentwicklungsstrategie in den Kerngenres Fiction, Factual und Show will ZDFneo auch perspektivisch sein Profil als unverzichtbarer Sender mit einem außergewöhnlichen, hochwertigen Programmangebot für junge Menschen in einer multimedial vernetzten Medienwelt schärfen und seinen Markterfolg ausbauen.

4.1.3 ZDFinfo

ZDFinfo ist der junge Informationssender innerhalb der ZDF-Familie und liefert mit einem umfangreichen Dokumentations- und Reportageangebot ein breites Spektrum von Themen aus Zeitgeschichte, Politik, Wissen und Service. Der Digitalkanal setzt auf ein hintergründiges Programmangebot, das den Sehgewohnheiten und Themenansprüchen jener Zuschauergruppe gerecht wird, die mitten im Leben steht. Mit diesem Fokus konnte sich ZDFinfo in den letzten Jahren unverwechselbar im deutschen Fernsehmarkt positionieren und zusätzlich dazu beitragen, dem Generationenabriss in der ZDF-Familie entgegen zu wirken.

Die Programme bei ZDFinfo werden täglich zu mehrstündigen Schwerpunkten gebündelt. Diese Programmierung bietet die Möglichkeit, Themen aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und dadurch ein möglichst breites Bild zu vermitteln. Sein Profil schärft ZDFinfo durch Eigen- und Auftragsproduktionen, internationale Koproduktionen sowie Ankäufe auf dem internationalen Markt. Das Programmvermögen profitiert auch von Synergien, die ZDFinfo innerhalb der ZDF-Familie nutzt. Umgekehrt entstehen auch zahlreiche Programminhalte, die das ZDF-Hauptprogramm bereichern.

Die Vermittlung von sozial- und gesellschaftspolitischen Themen nimmt bei ZDFinfo einen hohen Stellenwert ein. In den Jahren 2014 und 2015 markierten insbesondere solche Sendereihen das Programmangebot, die für eine neue, moderne Erzählweise stehen. Für die

Reihe „Geschichte treffen“ nähert sich Presenter Wolf-Christian Ulrich beispielsweise zeitgeschichtlichen Themen, indem er sie in seinen Gesprächen mit den Protagonisten aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Weitere Akzente im Programm setzte die zwölfteilige Reihe „Countdown zum Untergang“, die das lange Ende der Naziherrschaft von August 1944 bis Juli 1945 chronologisch schildert. Die sechsteilige Sendereihe „Die Geschichte der RAF“ erzählt von der größten innenpolitischen Herausforderung in der Geschichte der alten Bundesrepublik. Mit diesen Auftragsproduktionen konnte sich ZDFinfo als Experimentierplattform für neue Formate und Themen weiter etablieren.

Auch 2016 setzt ZDFinfo auf ein informationsorientiertes Programm. Neben umfangreichen Dokumentationsreihen mit zeitgeschichtlichem Hintergrund wie „Die Geschichte des Kommunismus“ plant ZDFinfo Reportagen, die die sich auf die ungeschönte Lebenswirklichkeit vor allem in Deutschland fokussieren.

4.1.4 ZDFkultur

ZDFkultur wurde zum 01.04.2014 zu einem Schleifen- und Wiederholungsprogramm zurückgefahren. Die innovativen Programmformate werden in 3sat und ZDFneo fortgeführt. Es wird erwartet, dass ZDFkultur mit in Kraft treten des Rundfunkstaatsvertrags zum 01.10.2016 eingestellt wird.

4.2 Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF

4.2.1 Europäischer Kulturkanal ARTE

Der deutsch-französische Sender ARTE besteht aus drei Einheiten: der Gemeinschaftseinrichtung ARTE G.E.I.E. in Straßburg und den beiden Mitgliedern ARTE France und ARTE Deutschland. Die Mitglieder produzieren jeweils rund 40 Prozent der von ARTE gesendeten Programme, auf deutscher Seite stammen diese je zur Hälfte von ARD und ZDF. Die Gemeinschaftseinrichtung stellt gemeinsam mit kooperierenden Sendern aus Belgien, Polen, Tschechien, Österreich, Schweiz, Finnland und Griechenland die restlichen 20 Prozent der Programme bereit.

Das Jahr 2015 war mit Blick auf die Zuschauerakzeptanz das erfolgreichste Jahr seit Gründung des Europäischen Kulturkanals: In Deutschland konnte der Rekord-Marktanteil von 1,0 Prozent aus dem Vorjahr gehalten werden, wohingegen in Frankreich eine Steigerung auf 2,2 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) zu verzeichnen war. Viele Programme fanden in beiden Ländern einen hohen Anklang wie beispielsweise der deutsche Fernsehfilm „Kommissar Marthaler“, die schwedische Serie „Mord im Mittsommer“, die Dokumentation „IS – Die Wirtschaftsmacht der Gotteskrieger“ und die Dokumentationsreihe „Jesus und der Islam“. Zum

Erfolg trug u. a. auch der „Summer of Peace“ bei, der mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 1,7 Prozent in Deutschland der erfolgreichste „Summer of“ seit Einführung der Sommerprogrammierung im Jahr 2008 war.

Auch im Digitalbereich konnte ARTE im Jahr 2015 mit insgesamt 246 Mio. abgerufenen Videos erhebliche Zuwächse verbuchen. Auf ARTE+7 wurden insgesamt 125 Mio. Videos im Laufe des Jahres 2015 abgerufen. Das ist im Vergleich zu 2014 ein Plus von 24 Prozent. Die bimediale Strategie „ARTE Galaxie“ hat sich bewährt. Lineares und nicht-lineares Angebot befruchten sich gegenseitig. Insbesondere für die Bindung von jüngeren Zuschauern gewinnt die Web-Nutzung weiter an Bedeutung. Die Plattform ARTE Concert hat sich mit insgesamt 14,7 Mio. abgerufenen Videos erfolgreich etabliert. Die weiteren Digitalangebote – 2014 um die Angebote „ARTE Info“ und „ARTE Cinema“ ergänzt – konnten ebenfalls einen sehr großen Zuwachs im Vergleich zu 2014 erreichen.

Die Abrufzahlen der Online-Angebote weisen neben guten Steigerungsraten auch klare Tendenzen der weiteren Entwicklung auf: Mehr als 30 Prozent der Videoabrufe entfallen inzwischen auf mobile Endgeräte, der Anteil der Smart-TVs steigt kontinuierlich und mehr als 20 Prozent aller Videoabrufe werden über Drittplattformen generiert.

Anfang des Jahre 2015 wurde das gemeinsam entwickelte, deutsch-französische Doppelprogramm „Tandem“ – mit zwei Filmen zu einem Thema – ausgestrahlt. Ziel war es, im Bereich der TV-Fiktion internationale, insbesondere deutsch-französische Koproduktionen zu fördern. Zum Thema „Atomenergie“ entstanden dabei die französische Komödie „Das gespaltene Dorf“ sowie der deutsche Politthriller „Tag der Wahrheit“. Die aktuellen Fragen zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in Europa wurden bei „Thema am Dienstag“ in investigativen Dokumentationen aufgegriffen und analysiert: So z. B. das Thema „Islamismus“ mit „IS – Die Wirtschaftsmacht der Gotteskrieger“ und „Salafisten auf dem Vormarsch“, der 50. Todestag von Winston Churchill, der 70. Jahrestag der Befreiung von Auschwitz sowie der 70. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkriegs. Auch der Bereich Kunst und Kultur startete mit einem breiten Angebot ins Jahr 2015: Mit dem 200-jährigen Jubiläum des Städel Museums in Frankfurt, einem Schwerpunkt zu den „Wilden 20er Jahren“ sowie dem 150. Geburtstag von Max und Moritz.

Im Online-Bereich wurden insbesondere die Marketing-Maßnahmen für die Internet-Plattform ARTE Concert verstärkt, um den Bekanntheitsgrad des großen Sommerfestival-Angebots weiter auszubauen.

Im Mai 2015 startete ARTE „The Opera Platform“ mit einem Livestreaming aus der Oper Madrid. Die Plattform wird von der EU-Kommission unterstützt und beruht auf der Partnerschaft zwischen dem Dachverband für Opernhäuser und -festivals, dem Kultursender ARTE

und 15 Europäischen Opernhäusern. Die von ARTE programmierte Plattform steht in drei Sprachen zur Verfügung und bietet kostenlos zahlreiche Inhalte. Jeden Monat wird mindestens eine Oper aus Europa online gestellt. Die Produktionen sind in sechs Sprachen unterteilt und können sechs Monate lang abgerufen werden.

Zudem hat ARTE Ende 2015 eine Kofinanzierung durch die Europäische Union für eine zweite Phase des Projekts „ARTE Europe“ erhalten. Seit Herbst 2015 stellt ARTE+7 einen Teil seiner Inhalte mit englischen und spanischen Untertiteln zur Verfügung. In der zweiten Phase plant ARTE, ab Herbst 2016 polnische Untertitel hinzuzufügen.

Für das Jahr 2016 ist im Wirtschaftsplan der ARTE Deutschland TV GmbH ein Budget von 174,3 Mio. Euro veranschlagt, davon entfallen 64,8 Mio. Euro auf die Aufwendungen für ARTE G.E.I.E. und 91,8 Mio. Euro auf Programmzulieferungen an die Zentrale in Straßburg.

4.2.2 PHOENIX

Der Ereignis- und Dokumentationskanal von ARD und ZDF steht für ein qualitativ hochwertiges Informationsprogramm, das in besonderem Maße zur politischen Meinungs- und Willensbildung beiträgt. Dabei wird gemäß dem Sendermotto „Das ganze Bild“ die großflächige Live-Berichterstattung von Ereignissen stets durch Dokumentationen, Gesprächssendungen sowie Online-Angebote ergänzt. Alleinstellungsmerkmal sind zudem die umfangreichen Übertragungen aus dem Deutschen Bundestag und weiteren nationalen und auch internationalen Parlamenten sowie die journalistische Begleitung der Arbeit des Europäischen Parlaments und der anderen EU-Institutionen. Mit seinem speziellen Programmangebot übernimmt PHOENIX somit einen wichtigen Auftrag innerhalb der öffentlich-rechtlichen Senderfamilie.

Mit einem Marktanteil von insgesamt 1,1 Prozent in 2015 behauptete PHOENIX bereits im fünften Jahr in Folge seine Spitzenposition unter den Informationsprogrammen. Das Durchschnittsalter der PHOENIX-Zuschauer lag bei 59 Jahren.

In dem überaus ereignisreichen Jahr 2015 konnte der Bonner Sender erneut mit seinem Programmkonzept überzeugen. Kein anderer Sender berichtete derart ausführlich und differenziert über die zahlreichen Großereignisse, wie z. B. über die Flüchtlingskrise in Europa in einem Umfang von über 329 Stunden, zum Themenkomplex des Schuldenstreits mit Griechenland und der EU im Ganzen über 164 Stunden, zur politischen Entwicklung in der Ukraine 79 Stunden und zu den Terroranschlägen in Frankreich (IS-Terror) über 133 Stunden lang.

Hierfür stand dem Sender 2015 mit rund 33,5 Mio. Euro ein Budget zur Verfügung, das in der Höhe in etwa den im Vorjahr verausgabten Mitteln entsprach.

Angesichts der anhaltend guten Marktakzeptanz von PHOENIX ist der von ARD und ZDF gemeinsam betriebene Ereignis- und Dokumentationskanal ein erfolgreiches Beispiel für eine synergetische Zusammenarbeit der großen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Hier werden die Kompetenzen und finanziellen Ressourcen beider Partner für eine aktuelle, hintergründige und zugleich crossmediale Berichterstattung – flankiert von anspruchsvollen Dokumentationssendungen und einordnenden Diskussionsrunden – gezielt so gebündelt, dass dem Zuschauer unter Beachtung einer wirtschaftlichen Mittelverwendung ein signifikanter Mehrwert geboten werden kann.

4.2.3 3sat

Seit über 30 Jahren wagt 3sat, das Gemeinschaftsprogramm von ZDF, ARD, ORF und SRF, den etwas „anderen“ Blick auf Themen und hinterfragt, erklärt und vertieft sie. Die Vermittlung von Kultur, Bildung und Wissen ist die Kernkompetenz von 3sat, das aus den Repertoires der vier öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten von Deutschland, Österreich und der Schweiz die besten Programme zu jedem Thema zusammenführt. Im Dezember 2014 feierte 3sat seinen 30. Geburtstag und unterstrich zum Auftakt der Jubiläumsprogrammierung seine Stärken mit den vier Thementagen „Bühnenwelten“, „In 24 Stunden um die Welt“, „Wissenswelten“ und „Lebenswelten“.

Im Zeitalter des digitalen Wandels bietet 3sat Orientierung und Einordnung, sowohl durch seine Regelprogramme, als auch durch monothematische Programmschwerpunkte. Die Bündelung der Themenschwerpunkte erfolgt je nach Komplexität des Themas und nach Programmumfang in einem der Sendegefäße „Thementag“, „Themenwoche“ oder „3sat thema“. Gemäß Programmauftrag unterstützt 3sat mit seinem Informationsangebot die Meinungsbildung und fördert damit die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft. Der durchschnittliche Jahres-Marktanteil von 1,1 Prozent, der im Jahr 2013 erreicht und seitdem gehalten werden konnte, ist angesichts des immer stärker fragmentierten Marktes eine Bestätigung des 3sat-Programmkonzepts.

Der Relaunch des 3sat-Onlineangebots im April 2014 war ein wichtiger Schritt, um die 3sat-Sendungsinhalte in einer zeitgemäßen Form zu präsentieren und dem Zuschauer zur zeit-souveränen Nutzung zugänglich zu machen. Mit dem Ausbau des Livestream- und On-demand-Angebots kommt 3sat dem sich verändernden mobilen Nutzungsverhalten der Medienkonsumenten und ihrer gesteigerten Nachfrage nach non-linearen Angeboten entgegen.

3sat bietet den Zuschauern Kultur in allen Facetten: Seit 20 Jahren wirft die Sendung „Kulturzeit“ einen fernsehfeuilletonistischen Blick auf das tagesaktuelle Kulturgesehen, reflektiert gesellschaftliche Diskussionen und berichtet über Literatur, Film, Kunst, Netzkultur, Architektur und Musik. Auch in der Primetime bietet 3sat Hochkultur: am Samstagabend mit

der Ausstrahlung renommierter Konzerte, Oper-, Ballett- und Theater-Inszenierungen und -filme sowie Dokumentationen. Unter dem Titel „Festivalsommer“ versammelt 3sat von Mai bis September Übertragungen ausgewählter Musikfestivals und Konzertereignisse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Anlässlich des Berliner Theatertreffens zeigt 3sat alljährlich drei Inszenierungen unter dem Titel „Starke Stücke“ zur besten Sendezeit.

Große Jubiläen, wie den 200. Geburtstag von Richard Wagner 2013, den 150. Geburtstag von Richard Strauss 2014 oder den 25. Todestag von Leonard Bernstein im Jahr 2015 würdigte 3sat mit umfassenden Programmschwerpunkten. Innerhalb der Performing Arts stellt auch Kabarett eine markante und akzeptanzstarke Farbe dar. 3sat hat Kabarettgrößen wie Urban Priol und Georg Schramm seit den frühen Tagen ihrer Karrieren begleitet, heute können sich junge Künstler in der Kabarettshow „Pufpaffs Happy Hour“ vor Publikum bewähren. Höhepunkt des 3sat-Kabarettjahres ist traditionell das „3satfestival“, das Kabarettgrößen und Neuentdeckungen präsentiert.

Die Wissenschaft ist neben der Kultur die zweite tragende Säule des 3sat-Programms. Das Magazin „nano“ berichtet werktäglich aktuell aus Wissenschaft und Forschung. Der Donnerstag steht mit einer Folge „wissen aktuell“ oder dem Doppelpack „Wissenschaftsdoku“ plus der inhaltlich anschließenden interdisziplinären Diskussionsrunde in der „scobel“-Sendung ganz im Zeichen der Wissenschaft. Darüber hinaus vertiefen wissenschaftliche Programmschwerpunkte komplexe Fragestellungen, so zum Beispiel die 3sat-Themenwoche „Mythos Intelligenz“ (2,1 Prozent Marktanteil), die sich im April 2014 mit der Frage beschäftigte, was Intelligenz ist.

Der Nachfrage nach einer fundierten Wirtschaftsberichterstattung wird 3sat mit dem Wirtschaftsformat „Makro“ gerecht, das wöchentlich die globalen ökonomischen Zusammenhänge analysiert, ohne die sozialen Komponenten aus dem Blick zu verlieren.

3sat bietet den Zuschauern auch 2016 ein breites Portfolio an aktueller Kultur- und Wissenschaftsberichterstattung. Zu den Programmhöhepunkten zählt die Berichterstattung über die 66. Berlinale, der Schwerpunkt zum Gedenken an den 400. Todestag von William Shakespeare und das 30-jährige Jubiläum des „3satfestivals“. Darüber hinaus macht 3sat den Zuschauern weiterhin ein einzigartiges Literatur-Programmangebot, unter anderem mit der Begleitung der 40. Tage der deutschsprachigen Literatur in Klagenfurt sowie den Buchmessen in Leipzig und Frankfurt. Auch das Voranschreiten der Bauarbeiten des Jahrhundertprojekts „Museumsinsel“ in Berlin begleitet 3sat in den kommenden Jahren kontinuierlich im Programm.

Angesichts der aktuellen Flüchtlingskrise und der innereuropäischen Herausforderungen fällt 3sat als übergreifendem deutschsprachigen Sender eine besondere Aufgabe zu: Themen

über nationale Grenzen hinaus zu vermitteln und verständlich zu machen und über Kultur und Wissenschaft eine gemeinsame Verbundenheit für Zukunftsfragen zu fördern.

4.2.4 Kinderkanal (KiKA)

Der Kinderkanal sendet ein werbefreies und zielgruppenorientiertes Programm für Jungen und Mädchen von drei bis 13 Jahren. Da die Bedürfnisse von Heranwachsenden entsprechend ihres Entwicklungsstandes sehr unterschiedlich sind, widmet der Kinderkanal seine besondere Aufmerksamkeit sowohl Klein- und Vorschulkindern, Grundschulkindern und Preteens. Auf sie differenziert abgestimmt bietet der Sender auf unterschiedlichen Ausspielwegen – im Fernsehen und im Internet – informative, bildende, beratende und unterhaltende Inhalte.

Zum ersten Mal seit dem Sendestart des Kinderkanals vor 19 Jahren wurde der Spartenkanal mit einem Anteil von 19,0 Prozent Marktführer in der Zielgruppe der Drei- bis 13-Jährigen. Bei den Vorschülern (drei bis fünf Jahre) konnte KiKA seine langjährige Marktführerschaft 2014 fortführen (31,8 Prozent) und mit der Sendezeitausweitung des Vorschulprogramms KiKANiNCHEN für Drei- bis Fünfjährige die Konkurrenz in dieser Zeitschiene mit einem Marktanteil von 37,3 Prozent weit hinter sich lassen.

Der Markt der Kinderangebote wird auf allen Plattformen und Ausspielwegen merklich breiter. Nicht nur neue Sender haben sich etabliert, auch im Netz finden sich immer mehr Kinderangebote, insbesondere von großen, weltweit operierenden Playern wie Amazon, Netflix und Google. Der Mitbewerber und langjährige Marktführer SuperRTL startete im April 2015 mit „kivido“ eine eigene Subscription Video on Demand-Plattform für Kinder.

Um der voranschreitenden Fragmentierung und dem erweiterten Konkurrenzumfeld des Marktes zu begegnen, wurde bereits Ende 2013 eine Analyse der KiKA-Stärken und -Schwächen, der Marktchancen und -risiken sowie des Senderportfolios durchgeführt. Ausgehend von diesen Betrachtungen wurde die Unternehmensstrategie für kommende Jahre entwickelt, die einen Ausbau der Crossmedialität, die Konzentration auf die Stärken des Senders und des öffentlich-rechtlichen Profils sowie die Weiterentwicklung und Konsolidierung der KiKA-Marken vorsieht. Etablierte Sehgewohnheiten sollen gepflegt und möglichst ausgebaut sowie die Programmierung einzelner Sendestrecken optimiert werden.

Anfang November 2014 wurde der Internetauftritt kika.de einem umfassenden Relaunch unterzogen. Das besondere Augenmerk galt dabei dem Aufsetzen eines responsiven Designs, um die KiKA-Inhalte zukünftig auf allen medialen Plattformen verfügbar zu machen und den sich weiter entwickelten Wiedergabemöglichkeiten mobiler Endgeräte ein entsprechendes Angebot gegenüber stellen zu können. Die Optimierung des Systems wird den Kinderkanal

bis weit in das Jahr 2016 hinein beschäftigen. Das gilt auch für das besondere Online-Angebot für Vorschulkinder kikaninchen.de, dessen Überarbeitung noch ansteht und 2016 umgesetzt werden soll.

Die Barrierefreiheit der KiKA-Angebote wird verbessert, nicht nur im Zuge der Umsetzung des Relaunchs von kika.de, sondern auch durch eine Erhöhung des Anteils an unvertitelten TV-Formaten. Die Untertitelungsquote, die 2013 noch im niedrigen einstelligen Bereich lag, soll auf 35 Prozent im Jahr 2016 steigen.

Neben den programmlichen und technischen Weiterentwicklungen steht auch eine Anpassung des Personalkonzepts im Fokus des Senders. Nach einer Spanne von mehr als 18 Jahren und den einhergehenden inhaltlichen und technischen Entwicklungen müssen Anforderungen und Aufgaben sowie die Strukturen und Arbeitsbereiche am Standort Erfurt nicht nur angepasst, sondern überprüft, neu bewertet und wenn nötig neu strukturiert werden. Damit soll vor dem Hintergrund tariflicher Anpassungen und steigender fixer Kosten gewährleistet werden, dass Personal-, Sach- und Programmaufwand auch zukünftig in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen.

Als Folge des KiKA-Betrugsfalls wurden auf Empfehlungen der Revisionen von MDR und ZDF sämtliche relevanten Geschäftsregeln und Dienstanweisungen des MDR im Programmbereich KiKA umgesetzt. Die Beschaffungs- und Programmbereiche wurden neu strukturiert und voneinander getrennt. Mit der Schaffung zweier neuer Stellen wird das Mehr-Augen-Prinzip bei allen Einkaufsvorgängen gewährleistet. Die Prozesse werden im Jahr 2016 noch einmal von den Revisoren überprüft.

Die Intendantin des MDR, Frau Prof. Dr. Karola Wille, legte dem Rundfunkrat am 04.05.2015 nach mehr als vier Jahren Aufklärungsarbeit einen Abschlussbericht zu den Betrugsfällen beim Kinderkanal von ARD und ZDF vor. Insgesamt wurde gegen 20 Personen innerhalb und außerhalb des Senders ermittelt. Den Gesamtschaden bezifferte die Intendantin gemäß dem Revisionsbericht von ZDF und MDR auf 9,97 Mio. Euro. Im Zuge der gerichtlichen und außergerichtlichen Auseinandersetzungen mit den in die dolosen Handlungen verstrickten Personen und Unternehmen konnten bis Ende des Jahres 2015 Schadensersatzleistungen in Höhe von 2,37 Mio. Euro vereinnahmt werden, die an die beteiligten Rundfunkanstalten ausgekehrt wurden.

Das KiKA-Budget wird grundsätzlich mit den von den Finanzbereichen der beteiligten Rundfunkanstalten festgelegten Steigerungsraten fortgeschrieben. Daneben erwirtschaftet der Kinderkanal zusätzliche Erlöse aus Koproduktionen, der Lizenzierung eigener Programme sowie – in geringerem Umfang – durch Merchandising. Diese Mittel stehen dem KiKA zur Erfüllung seines Programmauftrages zur Verfügung. Die wirtschaftliche Lage kann als gesi-

chert bezeichnet werden. Seit 2012 hat der KiKA das ihm zur Verfügung stehende Budget nicht vollständig in Anspruch genommen. Die Restmittel wurden den beteiligten Rundfunkanstalten zurückerstattet.

4.2.5 Junges Angebot

Im Rahmen der Ministerpräsidentenkonferenz am 09.10.2015 haben sich die Regierungschefs der Länder einstimmig für ein Jugendangebot von ARD und ZDF ausgesprochen, das ausschließlich über das Internet verbreitet werden soll. Damit soll dem steigenden Altersdurchschnitt der Zuschauer des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und einem somit drohenden Generationenabriss entgegengewirkt und dem veränderten Mediennutzungsverhalten der jungen Zielgruppe entsprochen werden. Maximal 45 Mio. Euro werden jährlich in das Projekt investiert, wobei sich die ARD mit zwei Dritteln und das ZDF mit einem Drittel beteiligen. Die Finanzierung erfolgt aus dem Bestand: ARD und ZDF schichten zu diesem Zweck intern um, u. a. fließen die Mittel der im Gegenzug eingestellten Digitalkanäle EinsPlus und ZDFkultur in das Junge Angebot ein.

Im Zuge des Gesetzgebungsverfahrens (offenes Konsultationsverfahren) wurden auch die marktlichen Auswirkungen des neuen Jugendangebots von ARD und ZDF mittels eines Gutachtens untersucht. Die Regierungschefs der Länder kamen zu dem Schluss, dass die möglichen negativen Auswirkungen auf einzelne Medienangebote und den Gesamtmarkt insgesamt unwahrscheinlich seien. Das gesellschaftliche Bedürfnis für ein solches Angebot sei hingegen hoch. Somit kann das Junge Angebot seine Inhalte unabhängig von einer linearen Ausstrahlung in TV oder Hörfunk verbreiten und dabei vornehmlich auf Drittplattformen aktiv sein.

Starttermin des Jungen Angebots ist voraussichtlich der 01.10.2016. Zielgruppe sind die 14- bis 29-Jährigen. Mit dem Jugendangebot betreten ARD und ZDF Neuland. Inhalte werden konsequent für die Online-Verbreitung konzipiert und produziert. Im Mittelpunkt des Distributionskonzeptes steht angesichts des Mediennutzungsverhaltens die Verbreitung der Inhalte über Drittplattformen wie YouTube, Facebook, Snapchat oder Instagram. Der Erstkontakt wird also dort stattfinden, wo sich die junge Zielgruppe bereits jetzt im Netz bewegt. Um der äußerst heterogenen Zielgruppe gerecht zu werden, werden die Formate plattform- und altersgerecht für Unterzielgruppen konzeptioniert, beispielsweise also ein Facebook-Format für 25- bis 29-Jährige. Interaktion und Beteiligung der Zielgruppe und der Austausch untereinander spielen eine wichtige Rolle. Ziel ist es, die Nutzer auf ihrem Smartphone – das für die junge Zielgruppe den wichtigsten Zugang zum Internet darstellt – zu erreichen und so mit ihnen in Kontakt zu treten.

Daher wird das Junge Angebot auch eine eigene App anbieten, um hier beispielsweise fiktionale Inhalte zur Verfügung zu stellen und eigene Funktionalitäten vorzuhalten. Auf einer eigenen Webpräsenz werden die gesamten Inhalte des Jungen Angebots abrufbar sein, der Fokus wird aber klar auf der Verbreitung der Inhalte via Drittplattformen und App liegen.

Das Junge Angebot wird auf kurztaktige, unterhaltsame Inhalte genauso wie auf längere informative Formate setzen. Nachhaltige Reichweite ist wichtiger als schnelle Klicks. Entscheidend ist dabei, sich auf die speziellen Funktionalitäten und Nutzung der jeweiligen Plattform einzustellen. Berichtet wird nicht über die Jugendlichen, sondern für sie und gemeinsam mit ihnen. Somit stehen die Nutzer noch stärker als bei den klassischen Hörfunk- und Fernsehprogrammen im Mittelpunkt.

4.3 Online-Angebot

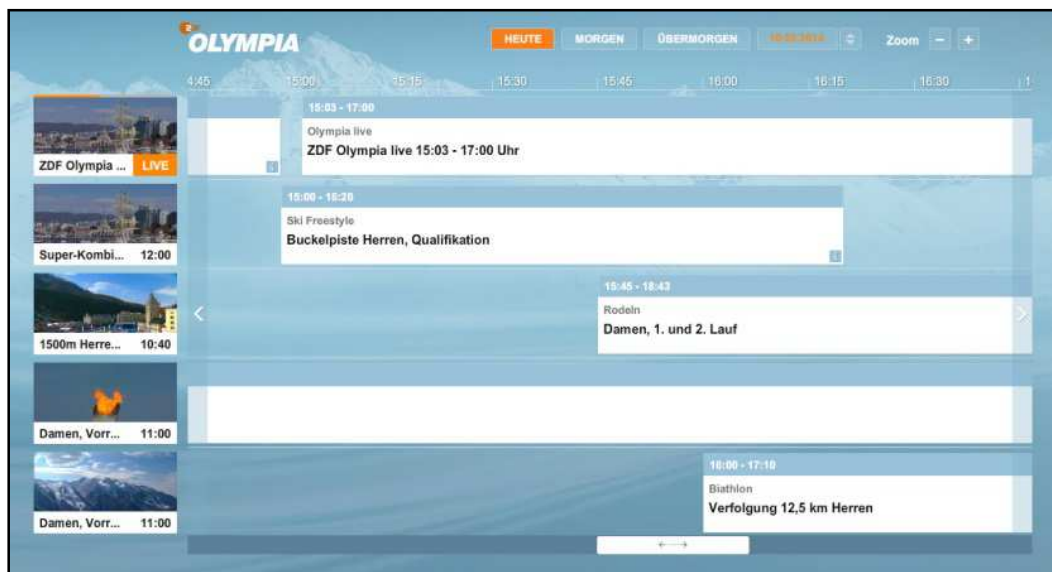
Der Online-Bereich wird zunehmend vielfältiger. Zum einen gibt es die deutliche Tendenz zur mobilen Nutzung über Smartphones und Tablets, zum anderen gibt es immer mehr zum „Smart-TV“ – auch „Connected-TV“ oder „Hybrid-TV“ genannt – aufgewertete Fernsehgeräte, die über einen Internetanschluss die Nutzung des Internets inklusive der Mediatheken im heimischen Wohnzimmer erlauben.

Das ZDF versteht dies als einen dynamischen Entwicklungsprozess und passt seine Angebote permanent an die geänderten Nutzergewohnheiten an. Mittlerweile erfolgt fast die Hälfte aller Zugriffe bei den Telemedien über mobile Geräte und ca. 10 Prozent aller Videoaufrufe erfolgen über den Standard HbbTV für die nunmehr smarten Fernseher. Darüber hinaus ist die ZDFmediathek beispielsweise über das Angebot der IPTV-Anbieter Telekom und Vodafone und über die Streaming-Boxen verschiedener Plattformbetreiber wie Apple-TV, Amazon Fire-TV und Google Chromecast zugänglich, auf denen das ZDF eine qualitativ hochwertige Alternative zu den kommerziellen Kaufproduktionen bietet.¹¹

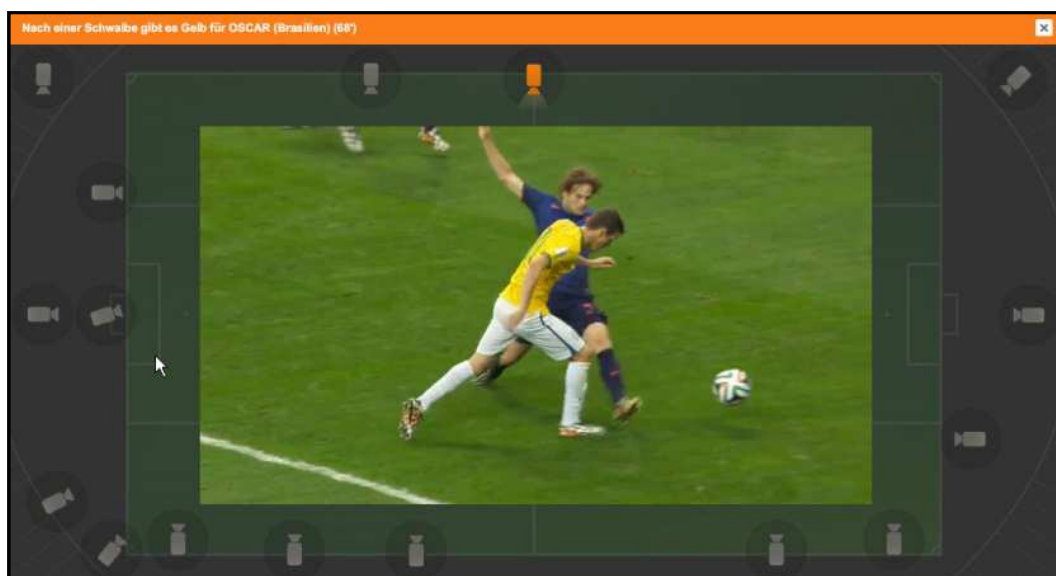
Mit dem Deutschland-Start von Netflix im September 2014 haben sich die Nutzergewohnheiten insbesondere bei den fiktionalen Angeboten deutlich erweitert: Zunehmend werden Serien nicht durch das Programmschema getaktet, sondern in Form des sogenannten „Binge Watching“ konsumiert, bei dem mehrere Folgen einer Serie bis hin zu ganzen Staffeln am Stück angeschaut werden. Das ZDF bedient und nutzt diesen Trend und bietet beispielsweise Eigen- oder Koproduktionen wie „Die Brücke - Transit in den Tod“, „SCHULD“, „The Team“ oder – wie bereits in Kapitel 4.1.1 erwähnt – „Blochin - Die Lebenden und die Toten“ als komplette Staffel und vorab der TV-Ausstrahlung an.

¹¹ Im Folgenden wird überwiegend auf die Inhalte des Online-Angebots eingegangen. Einen umfangreichen Überblick über die Verbreitungswege der Inhalte – sowohl linear als auch „On Demand“ – bietet das Kapitel 4.4 Programmverbreitung und neue Technologien.

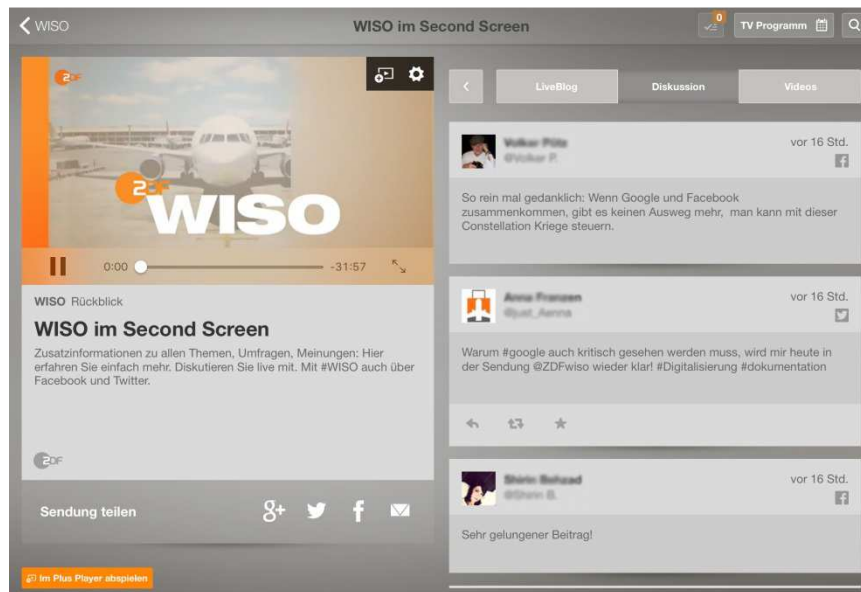
Während der Olympischen Spiele in Sotchi wurde Online ein erweitertes Programmangebot gezeigt. In enger Zusammenarbeit mit den Kollegen der ARD wurde neben dem jeweiligen Hauptprogramm – online erstmalig in HD-Qualität – eine zum überwiegenden Teil kommentierte Auswahl der wichtigsten Wettbewerbe in vier weiteren Livestreams angeboten. Prägendes Navigationselement ist der EPG (Electronic Program Guide), durch den die Nutzer jederzeit einen aktuellen Überblick zu den angebotenen Sportarten erhalten. Ergänzt durch interaktive Zusatzfunktionen wie Ergebnisse, Medailienmodul, Liveticker und weiteren redaktionellen Meldungen erschließt sich durch die Online-Angebote ein umfassendes Bild der sportlichen Ereignisse.



Bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien haben sich die Online-Zugriffe auf das Angebot des ZDF mehr als verdoppelt. Die Livestreams wurden dabei durch eine sogenannte „My-View-Funktion“ ergänzt, mit der die Zuschauer die vielen, teilweise durchaus strittigen Entscheidungen der Schiedsrichter oder die Tore der Spiele in bis zu 20 verschiedenen Kamerapositionen abrufen konnten.



Nach den Erfahrungen mit den sportlichen Großereignissen wurde die jetzt einheitlich „ZDF-App“ genannte Applikation für mobile Endgeräte durch eine Second-Screen-Funktion ergänzt. Damit können sich die Zuschauer und Nutzer direkt an vielen Sendungen beteiligen. Hintergrund-Infos der Redaktion, Live-Abstimmungen und Social-Media-Diskussionen werden dabei passend zum Livebild angeboten. Bei "WISO" und der Polittalkshow „maybrit illner“ können die Zuschauer die meist lebhaften Netzdiskussionen verfolgen. Dazu kommen kompakte Hintergrundinfos zu den Gästen oder Teilaspekten der TV-Diskussion.



Während der Champions League-Übertragungen im ZDF bietet die App umfangreiche Live-Sportdaten zu den Partien. 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.

Die starke Nutzung mobiler Endgeräte erklärt sich auch durch die zunehmende Verbreitung der Sozialen Netzwerke. Es wird als Selbstverständlichkeit angesehen und erwartet, dass Facebook, YouTube, Twitter & Co. mit den Angeboten einer Sendeanstalt verknüpft werden. Das damit verbundene Phänomen der zur Konfliktsituation „Shitstorm“ ausufernden Meinungsäußerungen der Zuschauer wurde im Sendeformat „Plötzlich Krieg? - Ein Experiment“ und dem Online-Special „Im Shitstorm: Allein gegen alle - Überleben in den Sozialen Netzwerken“ beleuchtet. In Interviews mit Prominenten und Kommunikationsexperten wurde die Problematik durch Infografiken, Standbilder und eine Bildergalerie beleuchtet und es wurden Strategien zur Bewältigung vorgestellt.

Im Unterschied zu früheren, meist nur am PC oder Laptop nutzbaren Modulanimationen wird den modernen mobilen Nutzergewohnheiten folgend bei der Produktion besonders darauf geachtet, dass die Webstory auf allen Geräten uneingeschränkt genutzt werden kann. Das mit dem „Eyes and Ears Award“ ausgezeichnete multimediale Webspecial „1914 - der Weg

ins Verderben" zum Auftakt der Dokumentation „100 Jahre Erster Weltkrieg" zeichnet mit Hilfe von historischen Filmen, szenischen Darstellungen, Tagebuchaufzeichnungen, Fotos, Briefen und Berichten von drei jungen deutschen Soldaten die Stimmung in Deutschland und an der Front während des Ersten Weltkrieges nach. Der Gedenktag für die Opfer des Nationalsozialismus wurde ebenfalls mit einem multimedialen Webspecial begleitet. „Das Auschwitz-Album" erzählt die Geschichte der Auschwitz-Überlebenden Lili Jacob und ihrem außergewöhnlichen Fotoalbum, das umfangreichste fotografische Zeugnis der Selektionsprozesse in Auschwitz-Birkenau. In der einfühlsamen Form des „Scrollytelling“ können Nutzer jeder Generation mit Hilfe von Texten, Originalbildern aus dem Album, Videos, Animationen, Karten und Infografiken die Geschichte des Auschwitz-Alboms und seiner Besitzerin nachempfinden. In ähnlicher Form wurde auch die dreiteilige Familiensaga „TANNBACH - Schicksal eines Dorfes“ in einem Online-Special mit einem historischen Zeitstrahl zu den Abläufen eines zwischen 1945 und 1952 durch die innerdeutsche Grenze geteilten Dorfes vertieft. Parallel zur fiktionalen Spielhandlung konnten die geschichtlichen Zusammenhänge damit sehr anschaulich vermittelt werden. Einen weiteren Schritt der spielerischen Ergänzung fiktionaler Sendungen bietet das Spiel zur ZDF-Serie „Morgen hör ich auf“ mit Bastian Pastewka. Die Nutzer können hier dem Erzählstrang folgend Falschgeld entdecken, die mächtige Falschgeld-Mafia im Hintergrund überführen und der Spielfigur Jochen Lehmann dabei helfen, seine Familie am Leben zu erhalten.

Im Jahr 2016 wird das ZDF seine Online-Angebote komplett überarbeiten. Die Nutzergewohnheiten und die weitere Fokussierung auf die Bewegtbildangebote von Hauptprogramm und Digitalkanälen erfordern die weitere Entwicklung von ZDF.de und der ZDFmediathek. Damit einher geht eine nutzerfreundlichere Einbindung der Sozialen Netzwerke, zudem sind transparente Schnittstellen für Verlinkung und Embedding der steigenden Zahl von Drittplattformen vorgesehen.

Im Herbst 2016 soll darüber hinaus das Junge Angebot von ARD und ZDF starten, das sich an die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen richtet, und neben der App sowie einer Webpräsenz vor allem auf eine Verbreitung über Drittplattformen ausgelegt ist. Das ZDF beteiligt sich an der Gesamtkonzeption und begleitet den Prozess mit der Formatentwicklung. Schwerpunkt sind zunächst die Konzepte in den Bereichen Comedy, Wissen, Service und Information sowie Fiktion.¹²

4.4 Programmverbreitung und neue Technologien

Das ZDF überträgt seine Programme über die Distributionswege Terrestrisch, Kabel und Satellit zum Zuschauer. Somit ist sichergestellt, dass jeder Haushalt die Programme der ZDF-Fa-

¹² Siehe hierzu Kapitel 4.2.5 Junges Angebot

milie mit vertretbarem technischem Aufwand per Antenne, Satellitenschüssel oder Kabelanschluss empfangen kann. Neben diesen „klassischen“ Verbreitungswegen sind mit der stetig wachsenden Bedeutung und Nutzung des Internet auch neue Distributionsformen entstanden. Über diese werden nicht nur die linearen Angebote – also das Abbild des laufenden Programms als „Live-Streaming“ –, sondern auch die „On Demand“-Angebote der Sender verbreitet, die über die Sender-Mediatheken abrufbar sind. IPTV, Streaming, HbbTV und WebTV lauten hier die Schlagworte. Beim Empfang der Angebote ist die mobile Nutzung unterwegs mit Smartphones und Tablets mittlerweile eine feste Größe und hat sich neben der stationären Nutzung fest etabliert. Ziel des ZDF muss es sein, mit seinen linearen und non-linearen Programmangeboten auf allen für die Zuschauer relevanten Plattformen barrierefrei zugänglich zu sein.

Für Hörgeschädigte und Gehörlose bieten das ZDF (im Hauptprogramm) und 3sat zu zahlreichen Sendungen Teletext-Untertitel und auf den meisten Übertragungswegen auch zusätzlich noch die modernere Variante „DVB-Subtitling“ an. Hörfilme (Audiodeskription) sind ein spezielles Serviceangebot an blinde und sehbehinderte Menschen. Auch diese Angebote stehen bei ZDF und 3sat auf einem Großteil der genannten Übertragungswege zur Verfügung.¹³

Zudem werden über Satellit, Kabel und IPTV zunehmend Sendungen auch im Mehrkanalton-Standard „Dolby Digital 5.1“ angeboten.

Die Digitalisierung der klassischen Verbreitungswege ist mit Ausnahme des Kabels mittlerweile abgeschlossen. Mitte 2015 hatten 34,5 Millionen Fernsehhaushalte¹⁴ in Deutschland Zugang zu digitalem Fernsehen. Dies entspricht einem Digitalisierungsgrad von 88,5 Prozent.

4.4.1 Terrestrik

Die Terrestrik wurde mit Abschluss des Jahres 2008 als erster der klassischen TV-Übertragungsweg komplett digitalisiert. Zur Verbreitung des terrestrischen Programmangebotes des ZDF sind bundesweit 144 DVB-T-Senderstandorte in Betrieb. ZDFmobil - so der Name des Angebots - beinhaltet das ZDF-Hauptprogramm, ZDFinfo und 3sat sowie zeitpartagiert die Programme KiKA (von 06:00 Uhr bis 21:00 Uhr) und ZDFneo (von 21:00 Uhr bis 06:00 Uhr). Ca. 90 Prozent der Bevölkerung (Versorgungsgrad/technische Reichweite) können DVB-T mindestens über Dachantenne empfangen. Gemäß Digitalisierungsbericht 2015 liegt die Nutzung von DVB-T bei ca. 10 Prozent (3,8 Mio.) der deutschen TV-Haushalte. Am 31. Mai 2016 hat mit der ersten Stufe der „DVB-T2 HD“-Einführung die Modernisierung der Terrestrik

¹³ Siehe hierzu Kapitel 5. Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische Verantwortung

¹⁴ Vgl. dazu Digitalisierungsbericht 2015, herausgegeben von „die medienanstalten - ALM GbR“

begonnen. Der free-net TV-Plattformbetreiber MEDIA BROADCAST bietet in einem vorläufigen Programmpaket neben vier verschlüsselten privaten Programmangeboten auch ZDF HD und ARD HD kostenfrei und unverschlüsselt zusätzlich zum bestehenden DVB-T Angebot an. Der Übertragungsstandard DVB-T2, in Kombination mit dem derzeit neuesten und effizientesten Videocodier-Standard HEVC (High Efficiency Video Coding), bietet mehr Übertragungskapazität und somit sowohl Platz für mehr Programme als auch für verbesserte Bildqualität. Am 29. März 2017 beginnt in den Ballungsräumen der Regelbetrieb und das ZDF startet seinen eigenen DVB-T2 HD Multiplex, mit ZDF HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, 3sat HD und KiKA HD in Full-HD-Qualität (1080p/50). Mit Beginn des Regelbetriebs endet in den jeweiligen Regionen zeitgleich die DVB-T-Ausstrahlung. Die bundesweite regionsweise Umstellung von DVB-T auf DVB-T2 HD wird Mitte 2019 abgeschlossen sein.

Ein weiterer Grund für den Umstieg ist die aufgrund von Vorgaben des Bundes bereits beschlossene Reduktion des Frequenzspektrums (700 MHz-Bereich) für die Terrestrik zu Gunsten des Mobilfunks. Eine flächendeckende Breitbandversorgung ist auch für die nicht-lineare Verbreitung von Rundfunkinhalten von zunehmender Bedeutung. Deshalb ist die Umsetzung der Breitbandziele der Bundesregierung auch für das ZDF ein wichtiges Anliegen. Mit dem Umstieg leistet der Rundfunk einen erheblichen Beitrag dazu, die Ziele der Breitbandstrategie der Bundesregierung zu erreichen.

4.4.2 Satellit und Kabel

Die Majorität der deutschen TV-Haushalte empfängt seine Programme per Satellit und Breitbandkabel. Beide Übertragungsmedien kommen auf einen Marktanteil von je 46 Prozent, was jeweils ca. 18 Mio. Haushalten entspricht.¹⁵ Hierbei stellt der Satellit einen primären Übertragungsweg für die Programme des ZDF dar, während es sich bei der Kabelverbreitung um eine Form der Weitersendung handelt.

Über Satellit werden alle deutschsprachigen Programme seit dem 01.05.2012 ausschließlich digital in Standard Definition- (SD) und High Definition-Qualität (HD) übertragen (DVB-S; DVB-S2). Im Kabel beträgt der Digitalisierungsgrad lediglich 72,5 Prozent, was ca. 13 Mio. Haushalten entspricht.¹⁶ Die für das analoge Angebot im Kabel erforderliche Re-Analogisierung führen die Netzbetreiber in autonomer Entscheidung und eigener Verantwortung für ihre Kunden durch.

Das digitale Programmangebot „ZDFvision“, welches sowohl über Satellit als auch über das Breitbandkabel verbreitet wird, beinhaltet mit dem ZDF-Hauptprogramm, ZDFneo, ZDFinfo und ZDFkultur nicht nur alle Programme der ZDF-Familie, sondern auch die Partnerkanäle

¹⁵ Vgl. dazu Digitalisierungsbericht 2015, herausgegeben von „die medienanstalten - ALM GbR“
¹⁶ Vgl. dazu Digitalisierungsbericht 2015, herausgegeben von „die medienanstalten - ALM GbR“

3sat und KiKA sowie die Hörfunkprogramme DeutschlandRadio Kultur, Deutschlandfunk, DRadio Wissen und DRadio Dokumente und Debatten. Über das ASTRA-Satellitensystem 19,2 Grad Ost wird dieses Programmbouquet sowohl in SD- als auch in HD-Qualität ausgestrahlt. Außerhalb dieses Bouquet-Angebots wird das ZDF-Hauptprogramm digital als Einzelprogramm ergänzend noch über eine deutschsprachige Plattform auf der EUTELSAT HotBird Position 13 Grad Ost gesendet. Die Ausleuchtzone des dabei genutzten Satelliten EUTELSAT 13D ist im Vergleich zu ASTRA in östlicher Richtung – Naher/Mittlerer Osten inklusive der Levante-Region bis hinein nach Asien – deutlich erweitert.

Im Gegensatz zur Satellitenverbreitung steht das Programmangebot des ZDF derzeit in den Breitbandkabelnetzen nur über die mittleren und kleinen Netzanbieter vollständig im hochauflösenden HDTV-Standard zur Verfügung (z. B. NetCologne, Tele Columbus). Bei den großen Kabel-Regionalgesellschaften KDG/Vodafone und Unitymedia/KabelBW gibt es derzeit das komplette Programmbouquet „ZDFvision“ nur in SD-Qualität – ergänzt um einzelne Programme im hochauflösenden Standard, wie z. B. das ZDF-Hauptprogramm, ZDFneo und 3sat.

Die beiden Partnerprogramme PHOENIX und ARTE werden über das Digital-Bouquet der ARD verbreitet.

4.4.3 Übertragungswege über das Internet und die Mobilfunknetze

Mit Live-Streaming, HbbTV, IPTV und WebTV gewinnt das Internet weiterhin auch als Übertragungsweg für bitratenintensive Fernseh-Programme an Bedeutung – in geringem Umfang noch ergänzt um die modernen Mobilfunknetze UMTS und LTE/4G („MobileTV“).

Die Online-Angebote des ZDF sind über das „offene Internet“ verfügbar. Mit diesen Angeboten unterstützt das ZDF den Trend der zeitsouveränen und mobilen Mediennutzung. Die ZDFmediathek beinhaltet als „Medienarchiv“ eine große Anzahl von Beiträgen aus den Programmen der ZDF-Familie (derzeit ca. 30.000 Beiträge). Seit 2013 werden über die ZDF-Online-Portale auch die Programme der ZDF-Familie als Live-Streams angeboten. Auch für 3sat und PHOENIX bereitet das ZDF die Online-Angebote – sowohl Live-Streams als auch Mediatheken – auf. ARTE und der KiKA veranstalten ihre Online-Dienste jeweils selbst. Damit sind alle Programme des ZDF sowie die Beiträge der ZDFmediathek sowohl auf dem heimischen PC (Flash, HTML) als auch auf Smartphones und Tablets mit den Betriebssystemen iOS (Apple), Android (Google) und Windows Phone (Microsoft) empfangbar. Die über die ZDF-Portale gestreamten Beiträge/Programme werden als „adaptive Streams“ in verschiedenen, der Bildschirmgröße der Endgeräte sowie der Performanz des Internetzugangs automatisch angepassten Qualitätsstufen, bis hin zu HD, angeboten. Der Abruf ist kostenfrei.

Mit HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) bedient das ZDF das Zusammengehen von klassischer TV- und Internet-Nutzung. Der HbbTV-Standard ist eine offene Technologie, die es Anbietern von Inhalten ermöglicht, ihre Online-Angebote auch für die Nutzung auf dem TV-Gerät zu entwickeln. Mit den sogenannten Smart-TVs kann der Zuschauer sowohl klassisches lineares Fernsehen als auch speziell für den TV-Bildschirm sowie der Navigation über die Fernbedienung angepasste Online-Inhalte direkt am heimischen TV-Gerät nutzen. So können über HbbTV-fähige Smart-TVs sowohl Beiträge aus den Sender-Mediatheken als auch aus dem Internet abgerufen werden. Bewährte TV-Dienste wie der Videotext oder die Bild-Untertitelung können mittels HbbTV sowohl erweitert als auch z. B. mit Bildern grafisch aufgewertet werden. Das ZDF stellt die ZDFmediathek sowie das „heute journal plus“ im HbbTV-Standard bereit. Zu großen Sport-Events wie z. B. Fußball-Welt- und Europameisterschaften sowie Olympischen Spielen werden temporär auch Event-Livestreams, Ergebnis-, Statistik- und Tabellendienste eingerichtet. Übertragen werden diese Dienste teilweise zusammen mit dem Fernsehsignal, größtenteils aber separat über das Internet. Hierfür benötigt der Fernseher neben dem herkömmlichen Eingang (Satellit, Terrestrik oder Kabel) zusätzlich einen Internet-Anschluss (Wireless oder per LAN-Kabel). Gemäß dem Digitalisierungsbericht 2015 verfügen 20 Prozent der deutschen TV-Haushalte (7,8 Mio.) über einen Fernseher mit Internet-Anschluss. Fast alle 2015 über den Ladentisch gegangenen Smart-TVs waren auch HbbTV-fähig, wovon rund 60 Prozent an das Internet angeschlossen sind.

IPTV, das Fernsehen über einen DSL-Anschluss, stellt die qualitativ hochwertigste Form von Fernsehen über das Internet dar und hält einen Marktanteil von ca. 5 Prozent (2 Mio. TV-Haushalte). IPTV-Angebote gibt es von der Deutschen Telekom und Vodafone. Die Programme der ZDF-Familie sowie die Partnerprogramme 3sat, KiKA, PHOENIX und ARTE sind als IPTV-Service über die geschlossenen DSL-Netze beider Anbieter in Deutschland für den jeweiligen Kundenkreis sowohl in SD- als auch in HD-Qualität barrierefrei empfangbar.

Die WebTV-Plattformen von „Zattoo“, „Magine“ und „Couchfunk“ bieten ebenfalls die 24/7-Live-Streams der Programme der ZDF-Familie über das Internet an. Ergänzt um die Partnerkanäle 3sat, KiKA, PHOENIX und ARTE sind diese Programme in einem Basispaket in ausreichender Bildqualität – zumeist mit Werbung, die beim Senderwechsel eingeblendet wird – frei empfangbar. In höherer Bildqualität (HIQ bis hin zu HD) und vor allem werbefrei sind die Programme in einem erweiterten Programmpaket nur gegen ein zusätzliches Entgelt abonnierbar (ca. 7 - 10 Euro pro Monat). Zattoo, Magine und Couchfunk adressieren als Endgeräte PCs, Notebooks, Smartphones, Tablets und auch Smart-TVs.

Auch über die Mobilfunknetze der dritten und vierten Generation (UMTS, LTE) ist der Empfang linearer TV-Programme möglich, wenn auch aufgrund der zur Verfügung stehenden Bandbreite/Kapazität nur mit einem gegenüber dem Internet stark eingeschränkten Angebot

und hinsichtlich der Bildqualität auf die kleinen Displays der Smartphones angepasst. Zudem sind diese TV-Pakete immer kostenpflichtig (ca. 4 - 8 Euro pro Monat). Die MobileTV-Pakete der beiden Anbieter Telekom und Vodafone umfassen teilweise auch die Programme der ZDF-Familie (ZDF, ZDFinfo, ZDFneo) sowie die der Partnerkanäle ARTE, KiKA, PHOENIX und 3sat (nur Vodafone). Aufgrund des limitiert zur Verfügung stehenden Mobilfunkspektrums/Bandbreite und des Fehlens einer echten Flat-Rate sind Mobilfunknetze für die Verbreitung linearer TV-Angebote eher ungeeignet. Hier würde die Integration eines Empfangschips für terrestrisches Fernsehen (DVB-T2) in die Endgeräte (Smartphone, Tablet) sinnvoller sein und auch Abhilfe schaffen und den kostenfreien Zugang zu den terrestrischen TV-Angeboten der Sender ermöglichen, so wie dies im asiatischen Markt bereits erfolgreich umgesetzt wurde.

4.4.4 Aktuelle technologische Entwicklungen

Die jüngsten technologischen Entwicklungen am Markt sind „Virtual Reality“ (VR) und vor dem Hintergrund der immer größer werdenden Heimbildschirme vor allem die Verbesserung der Bildqualität durch entsprechend höhere Auflösungen in Kombination mit weiteren bildverbessernden Maßnahmen (Stichworte: UHDTV, 4K oder auch HDR). In diesem Kontext steht auch der Wechsel von SD auf HD beim Nachfolgestandard des terrestrischen Fernsehens „DVB-T2 HD“.

Während „Virtual Reality“, also die Produktion von Inhalten in 360 Grad Technik, noch ganz am Anfang steht, ist die Entwicklung in Richtung ultrahochauflösendes Fernsehen – UHDTV – nicht mehr aufzuhalten. UHDTV – das oftmals nicht ganz korrekt auch als 4K bezeichnet wird – bietet eine Auflösung von 3840 x 2160 Bildpunkten bei mindestens 50 Vollbildern pro Sekunde und hat bereits schon heute im Markt Fuß gefasst. Erste Hersteller haben angekündigt, dass sie in Kürze keine HD-Geräte mehr anbieten werden, sondern nur noch solche mit UHD-Panels.

Der UHD-Standard bietet in seiner Entwicklungsperspektive gleich mehrere Elemente von Verbesserungen des Fernsehbildes, wie etwa einen erhöhten Kontrastumfang (High Dynamic Range), erhöhte Bildwechselfrequenz und somit bessere Bewegtbildwiedergabe (Higher Frame Rate) als auch einen erhöhten, der menschlichen Farbwahrnehmung besser angepassten erweiterten Farbraum und erhöhte Farbtiefe (Wide Color Gamut).

Diese Verbesserungen der Bildqualität sind vom Verbraucher gegenüber der heutigen HD-Technik deutlich wahrnehmbar und werden zweifelsfrei dazu führen, dass sich UHDTV weiter am Markt etabliert und auf mittlere Sicht HDTV ersetzen wird. Dementsprechend werden in den nächsten Jahren für den Rundfunk entsprechende Investitionen in die neue Technik anfallen.

In Sachen Virtual Reality beobachtet das ZDF weitestgehend den Markt, hat aber – um erste Erfahrungen zu dieser völlig neuen Art des „Fernsehens“ zu sammeln und zu sehen, wie dies beim Zuschauer ankommt – testweise auch schon einige VR-Inhalte in den Bereichen Sport (z. B. Skispringen), Dokumentationen (z. B. die „Terra X“-Folge „Vulkane“) oder Nachrichten (z. B. „heute+“) produziert. Diese „Events im VR-Format“ sind bisher nur über eigene IP-Applikationen (www.vr.zdf.de) oder über verschiedene Plattformen im Netz wie YouTube oder Facebook abrufbar. Allerdings gibt es erste Ansätze, die Distribution zusammen mit EUTELSAT und dem Fraunhofer Institut auch über Satellit zu realisieren.

5. Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische Verantwortung

Eine publizistisch klare Kontur und Inhalte mit qualitativer und quantitativer Akzeptanz sind die Grundbedingungen für den Erfolg des ZDF. Das ZDF prägt seinen Wert für die Gesellschaft jedoch über das Programm hinaus, wobei die Strategien zum Erreichen der sozialen und gesellschaftlichen Ziele dabei Hand in Hand mit dem Programmauftrag gehen. Stellvertretend für die Vielzahl an Beschäftigungsfeldern werden im Folgenden einige beispielhaft dargestellt.

Ein Beispiel für das Engagement des ZDF für die Gesellschaft ist die Aktion Mensch, die das ZDF vor über 50 Jahren – damals noch unter dem Namen Aktion Sorgenkind – ins Leben gerufen hat. Seit 1964 begleitet der Sender die inzwischen größte private deutsche Förderorganisation im sozialen Bereich – als Vereinsmitglied und Medienpartner. Das ZDF nutzt seine Breitenwirkung, um gesellschaftliche Missstände aufzudecken und ihnen engagiert entgegenzuwirken. Auf diesem Weg erreicht es Millionen Zuschauer, beispielsweise zu dem immer noch recht jungen Thema Inklusion. Gemeinsam rücken das ZDF und die Aktion Mensch damit dem Ziel einer Gesellschaft, in der das selbstverständliche Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung Wirklichkeit werden kann, näher: Wie Begegnungen auf Augenhöhe das Leben verändern können, zeigt jeden Samstag die Sendung „Menschen – das Magazin“ im ZDF. Die persönlichen Geschichten von Menschen mit Behinderung und ihren Angehörigen machen Barrieren deutlich und weisen weit über diese hinaus. Sie zeigen, wie schon heute Inklusion im ersten Arbeitsmarkt, in der Schule und in der Freizeitgestaltung Realität sein kann. Die von der Aktion Mensch unterstützten Projekte werden über die gleichnamige Lotterie finanziert, deren Gewinnzahlen jeden Sonntag im ZDF-Programm bekannt gegeben werden.

Des Weiteren unterstützt das ZDF jedes Jahr eine Vielzahl von karitativen Organisationen durch Spendenaufrufe im Programm. Zudem strahlt es Sendungen aus, mit denen Hilfsorganisationen durch die Gewinnung von Spendenzusagen unterstützt werden. Die Zuschauer

über Katastrophen zu informieren und ihnen zugleich Wege aufzuzeigen, um sinnvoll zu helfen, ist als Teil des Programmauftrags zu verstehen.

Um allen Menschen einen ungehinderten Zugang zu seinen Programmangeboten zu ermöglichen, bietet das ZDF eine Vielzahl von Serviceleistungen für Menschen mit Seh- und Hörbehinderungen. Ein Beispiel dafür sind die Teletext-Untertitel auf der ZDFtext-Seite 777, die den gesprochenen Text wiedergeben und Erläuterungen zu den Szenegeräuschen liefern. Mittlerweile gibt es für über 70 Prozent des ZDF-Programms Untertitel, in der Zeit von 16.00 Uhr bis zum Ende des „heute-journal“ (in der Regel also bis 22.15 Uhr) sind alle Sendungen mit Untertiteln versehen. Das „heute-journal“ ist in der ZDFmediathek zusätzlich als Version mit Gebärdensprache abrufbar. Neben den Angeboten für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen bietet das ZDF Sendungen mit Audiodeskription für Zuschauer mit Sehbehinderungen an. Dieser sogenannte Hörfilm setzt auf akustische Untertitel und beschreibt in knappen Worten die zentralen Elemente der Handlung sowie z. B. Gestik und Mimik. Dem Interesse der Zuschauer folgend werden zum Beispiel die Vorabendserien um 19.25 Uhr sowie der Fernsehfilm der Woche montags um 20.15 Uhr und der Samstagkrimi um 20.15 Uhr in einer Hörfilm-Fassung gesendet. Die bisher bereits untertitelte Sendereihe „Löwenzahn“ wird seit Mai 2016 sonntags um 8.10 Uhr im ZDF zusätzlich als Audiodeskription ausgestrahlt und ist somit die erste deutsche Kinder-Sendereihe, die sowohl für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen als auch für Menschen mit Sehbehinderungen zugänglich ist. Auch der „ZDF-Fernsehgarten“ und die Spiele der Champions League werden zusätzlich zur Live-Untertitelung mit Live-Audiodeskription ausgestrahlt. Als sportliche Highlights im Sommer 2016 werden die Spiele der Fußball-Europameisterschaft erstmals ausnahmslos mit Live-Audiodeskription übertragen und auch die Berichterstattung zu den Olympischen Spielen im Hauptprogramm erfolgt beinahe vollständig mit (Live-)Audiodeskription.

Das ZDF übertrug die Eröffnungsfeier der Paralympics 2014 aus dem russischen Sotschi live und berichtete anschließend im Wechsel mit der ARD von den Winterspielen für Sportler mit Behinderung. Nicht nur im Fernsehen sondern auch online vermittelte das ZDF auf ZDFsport.de sowie in den Social-Media-Plattformen ein umfangreiches Bild von den Paralympics. In der ZDFmediathek konnten die Winterspiele auf bis zu drei parallelen Live-Streams verfolgt werden. Das Interesse der Zuschauer war groß: Im Schnitt verfolgten 1,17 Millionen Zuschauer die Berichterstattung von den Paralympics im ZDF, das entspricht einem Marktanteil von 10,3 Prozent. Auch von den Paralympics in Rio de Janeiro im Sommer 2016 wird das ZDF wieder im Wechsel mit der ARD berichten.

Durch Programmschwerpunkte zu gesellschaftlich relevanten Themen leistet das ZDF einen inhaltlichen Beitrag zu öffentlichen Diskussionen, die dadurch bereichert oder überhaupt erst angestoßen werden. Ein prägnantes Beispiel hierfür ist der in Kapitel 4.1.1 bereits erwähnte

Schwerpunkt „Und alle haben geschwiegen“, der sich – mit einem fiktiven Fernsehfilm und einer anschließenden Dokumentation – mit dem Leid der Heimkinder in den 1960er-Jahren befasst. Die Dokumentation greift dabei die Geschichten aus dem Fernsehfilm auf und lässt die realen Heimkinder von damals erzählen, wie sie ihre gestohlene Kindheit erlebt haben.

Jugendmedienschutz ist für das ZDF nicht nur die Anwendung geltenden Rechts, sondern Grundelement seiner gesamten Arbeit und ein Qualitätsmerkmal seiner Programme. Weit über das vom Gesetz vorgegebene Maß hinaus hat das ZDF eigene, sehr weit gehende Jugendschutz-Vorschriften für sich entwickelt, die im Programm konsequent umgesetzt werden. Mindestens ebenso wichtig ist es dem ZDF, für Kinder und Jugendliche Programme anzubieten, die ihrer Vorstellungs- und Erfahrungswelt gerecht werden und die ihnen zugleich altersgerecht gesellschaftliche Werte und Normen vermitteln und beispielsweise das komplexe Weltgeschehen aufarbeiten, ohne sie intellektuell oder emotional zu überfordern. Ein zeitgemäßer und moderner Jugendmedienschutz muss längst auch die Verzahnung mit der sogenannten „Netz-Welt“ berücksichtigen. Das ZDF leistet mit seinen altersgerechten und vielfach auf Medienkompetenzförderung angelegten Online-Angeboten auf tivi.de seinen Beitrag dazu, die Minderjährigen im Hinblick auf ihre Mediennutzung zum Selbstschutz zu befähigen. Doch nicht nur Kinder brauchen Anleitung für den Umgang mit Medien, auch Eltern brauchen Hilfe, das richtige Angebot für ihre Kinder zu finden. Deshalb unterstützt das ZDF maßgeblich die Initiative „Schau hin!“, die 2013 ihr zehnjähriges Bestehen feierte. Der Medienratgeber „Schau hin! Was Dein Kind mit Medien macht“ unterstützt Eltern und Erziehende dabei, ihre Kinder im Umgang mit Medien zu stärken.

Ein besonderes Anliegen des ZDF ist die Rettung und der Wiederaufbau zahlreicher wichtiger Kultur- und Baudenkmäler in Deutschland. Vor allem nach der Wiedervereinigung stellte sich das ZDF in den Dienst der Denkmalpflege, unter anderem in enger Partnerschaft mit der „Deutschen Stiftung Denkmalschutz“ und dem „Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz“. Einen Höhepunkt des Denkmalschutz-Engagements bildete die Medienpartnerschaft zugunsten des Wiederaufbaus der Dresdner Frauenkirche. In zahlreichen großen Aktionen rief das ZDF erfolgreich zu Spenden auf, mehr als 5,5 Millionen Euro kamen zusammen. Seit 2001 setzt sich das ZDF in einer Medienpartnerschaft mit der „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“ für die Sanierung der Museumsinsel in Berlin ein, seit 2006 wirbt es verstärkt für die einmalige Schönheit der „Insel der Schätze“, der größten Kulturbaustelle Europas, die als eine inhaltliche Erweiterung der Museumsinsel auch den Wiederaufbau des Berliner Stadtschlosses als Humboldt-Forum umfasst.

6. Gemeinsame Aktivitäten von ARD, Deutschlandradio und ZDF (einschließlich Tochter- und Beteiligungsgesellschaften)

6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (Zentraler Beitragsservice)

Seit dem 01.01.2013 ist die Rundfunkfinanzierung von einem gebührenfinanzierten auf ein beitragsfinanziertes Modell umgestellt. Der Einzug bis 31.12.2012 oblag der GEZ, die seit dem 01.01.2013 diese Aufgabe unter dem Namen „ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice“ (Zentraler Beitragsservice) wahrnimmt.

Im Rahmen der zweijährigen Übergangsphase nach der Umstellung auf die neue Rundfunkfinanzierung wurde auf Grundlage der Übergangsbestimmungen unter § 14 Abs. 9 RBStV der so genannte einmalige Meldedatenabgleich abgewickelt. Die Meldedaten wurden ab Januar 2014 gemäß einer Intendantenentscheidung im November/Dezember 2013 darüber hinaus herangezogen, um eine rückwirkende Direktanmeldung im privaten Bereich durchzuführen, sofern die vorangegangenen mehrstufigen Klärungsschreiben zu keinerlei oder keiner qualifizierten Reaktion der Angeschriebenen geführt hatten.

Im Rahmen der einmaligen Meldedatenübermittlung wurden im Zeitraum 01.01.2013 bis 31.12.2014 insgesamt rund 70 Mio. Meldesätze übermittelt und beim Zentralen Beitragsservice verarbeitet. Hinzu kommen rund 21 Mio. Datensätze aus der regulären anlassbezogenen Meldedatenübermittlung, die ebenfalls in diesem Zeitraum beim Zentralen Beitragsservice verarbeitet wurden, sich inhaltlich allerdings zum Teil mit den Informationen aus der einmaligen Meldedatenübermittlung überschneiden haben. Die insgesamt rund 91 Mio. Meldesätze führten bei rund 11,7 Mio. Beitragskonten zu einer Aktualisierung der Stammdaten, rund 15,9 Mio. Bürger wurden zur Klärung der Beitragspflicht angeschrieben. Es konnten rund 5,8 Mio. Anmeldungen auf Grundlage der übermittelten Daten vorgenommen werden. 1,7 Mio. dieser angemeldeten Beitragszahler haben sich auf eines der Klärungsschreiben hin von sich aus gemeldet und eine Anmeldung durchgeführt. In den restlichen rund 4,1 Mio. Fällen wurde eine Direktanmeldung vorgenommen. Nicht benötigte Daten, z. B. von erkennbar einem Beitragskonto zuzuordnenden Personen, wurden gelöscht.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die erwartete Vereinfachung der Vorgangsstruktur sowie die Reduzierung der Vorgangsmengen als Folge der Umstellung der Finanzierungsform zwar zunächst eingetreten sind, das ursprünglich nicht geplante Verfahren der Direktanmeldung diesem Effekt jedoch in Teilen entgegenläuft.

Der Zentrale Beitragsservice mit Sitz in Köln wird als nichtrechtsfähige Verwaltungsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland betrieben, besitzt somit keine eigene Rechtspersönlichkeit und schließt sämtliche Rechtsge-

schäfte zur Erfüllung seiner Aufgaben im Namen und für Rechnung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland ab.

Hierbei werden durch den Zentralen Beitragsservice insbesondere folgende Einzelaufgaben wahrgenommen:

- Kundenbetreuung: Pflege der Stammdaten für alle Rundfunkbeitragszahler, Verarbeitung der Zugangs-, Abgangs- und Änderungsdaten sowie die Bearbeitung der schriftlichen und elektronischen Korrespondenz und der telefonischen Anliegen der (potenziellen) Beitragszahler
- Rechnungsstellung für die jeweiligen Gruppen von Einzelüberweisern, Dauerauftragszahlern und Lastschriftzahlern
- Überwachung des Zahlungseingangs und ggf. Einleitung von Maßnahmen zur Erlangung rückständiger Rundfunkbeiträge von der Erinnerung bis zur Vollstreckung und zum Ordnungswidrigkeitenverfahren
- Arbeiten im Zusammenhang mit Beitragserstattungen
- Buchmäßige Erfassung und Abrechnung der Beitragsforderungen, -rückstände und -einnahmen sowie Abrechnung mit den Rundfunkanstalten
- Bearbeitung der Anträge auf Befreiung und Ermäßigung vom Rundfunkbeitrag und Führung des entsprechenden Bestands
- Serviceleistungen verschiedener Art für die Rundfunkanstalten
- Durchführung von Maßnahmen zur Ermittlung des Beitragszahlerpotenzials in Abstimmung mit den Rundfunkanstalten, Bereitstellung der hierfür notwendigen Verfahren und EDV-Programme, Bearbeitung der aus den Maßnahmen resultierenden Geschäftsvorfälle
- Gemeinsame Planung der Beitragserträge für ARD, ZDF und Deutschlandradio in Abstimmung mit den Rundfunkanstalten

Im Rahmen dieser Hauptaufgaben fielen bei dem Zentralen Beitragsservice im Jahr 2015 im Vergleich zum Jahr 2014 folgende Geschäftsvorgänge an:

Geschäftsvorgänge Zentraler Beitragsservice (in Mio Stück) ¹		2015	2014	Abweichung	
				absolut	prozentual
Geschäftsvorgänge im Lastschriftzahlerverkehr	Ausgebrachte Lastschriften	104,6	105,0	-0,4	-0,4%
	Ausgehende Geschäftsvorgänge				
	Zahlungsaufforderungen	31,1	31,9	-0,7	-2,3%
	Mahnmaßnahmen	25,4	21,1	4,3	20,4%
	Mailingbriefe (inkl. Direktanmeldungen)	7,9	18,3	-10,4	-57,0%
	Sonstige Versanddokumente (insb. Befreiungsbescheide, Bestätigungen und sonstige Textbriefe)	13,7	18,3	-4,6	-25,2%
	Sonderaktionen (Prenotifikation, NP-Portal-Werbeschreiben, SEPA-Rückfragen)	2,2	1,5	0,7	43,2%
	Summe ausgehende Vorgänge	80,3	91,1	-10,8	-11,9%
Eingehende Geschäftsvorgänge	Kundenpost	8,4	8,2	0,2	2,3%
	Befreiungskorrespondenz	3,3	5,6	-2,3	-40,7%
	Mailingrücklauf	2,8	6,8	-4,0	-58,4%
	Fernmündliche Bearbeitung	5,1	5,4	-0,3	-5,0%
	Zahlungsverkehr, Stammdatenpflege, Datenübermittlung u. sonstige Vorgänge	37,2	35,3	1,9	5,2%
	Summe eingehende Vorgänge	56,8	61,3	-4,5	-7,3%

¹ Die dargestellten Werte sind systembedingt gerundet, so dass es bei manueller Addition zu Rundungsdifferenzen kommen kann.

Ergänzend zu den oben dargestellten Geschäftsvorgängen sind die folgenden wert- und mengenmäßigen Entwicklungen besonders erwähnenswert:

- Durch die Geschäftstätigkeit des Zentralen Beitragsservice entstanden im Jahr 2015 Aufwendungen in Höhe von 171,3 Mio. Euro (2014: 187,3 Mio. Euro). Die Aufwandsreduzierung gegenüber 2014 resultiert u. a. aus gesunkenen Personalaufwendungen aufgrund des Personalabbaus, niedrigeren Aufwendungen für Prüfungen und Beratungen und geringeren Auskunftsgebühren bei Meldeämtern.
- Im Geschäftsjahr 2015 zog der Zentrale Beitragsservice Erträge in Höhe von 8,13 Mrd. Euro ein. Im Jahr 2014 wurden rund 8,32 Mrd. Euro an Rundfunkbeiträgen eingezogen.
- Der Zentrale Beitragsservice hat per 31.12.2015 rund 44,7 Mio. Beitragskonten im Bestand. Am 31.12.2014 lag der Bestand bei rund 44,5 Mio. Beitragskonten. Seit 2013 sind durch den Wegfall der Geräterelevanz für den Zentralen Beitragsservice die folgenden Kenngrößen (Wohnungen, Betriebsstätten und KFZ) relevant, deren Entwicklung im Jahr 2015 der folgenden Abbildung entnommen werden kann.

Beitrags Sachverhalte im Zeitraum 31.12.2014 bis 31.12.2015				
	Bestand zum 31.12.2014	Veränderung		Bestand zum 31.12.2015
		absolut	prozentual	
Wohnungen	39.346.878	-344.805	-0,88%	39.002.073
- voller Beitrag	35.649.684	-611.571	-1,72%	35.038.113
- Befreiung	2.531.325	329.702	13,02%	2.861.027
- Ermäßigung	508.570	-24.078	-4,73%	484.492
- ruhend	656.520	-39.849	-6,07%	616.671
- befristet abgemeldet	779	991	127,21%	1.770
Betriebsstätten	3.462.590	139.437	4,03%	3.602.027
- Standard-Betriebsstätten	3.215.210	137.632	4,28%	3.352.842
- Beherbergungen	84.616	-529	-0,63%	84.087
- Einrichtungen	162.764	2.334	1,43%	165.098
Gästezimmer	901.458	2.551	0,28%	904.009
Ferienwohnungen	126.752	-322	-0,25%	126.430
Kraftfahrzeuge	4.250.407	5.572	0,13%	4.255.979

- Der Anteil der Beitragszahler, die das Lastschriftinzugsverfahren nutzen, konnte im Jahr 2015 um 0,56 Prozentpunkte erhöht werden. Im Jahr 2015 betrug der Anteil der Lastschriftzahler 71,27 Prozent (2014: 70,71 Prozent).
- Im Jahr 2015 beschäftigte der Zentrale Beitragsservice 1.079 Mitarbeiterkapazitäten. Im Vergleich zu den 1.247 Mitarbeiterkapazitäten im Jahr 2014 kann ein Abbau verzeichnet werden. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass das Personal, das aufgrund der Umstellungsaktivitäten zusätzlich befristet eingestellt wurde, Ende 2014 und im Jahr 2015 wieder abgebaut wurde.
- Im Jahr 2015 beträgt der Anteil des Aufwands des Zentralen Beitragsservice an den Gesamterträgen 2,11 Prozent. Im Jahr 2014 lag der prozentuale Anteil der Aufwendungen des Zentralen Beitragsservice an den Gesamterträgen bei 2,25 Prozent. Im Vergleich dazu erhalten die Finanzämter für das relativ einfache Verfahren des Einzugs der Kirchensteuer als Annex zur Einkommensteuer 3,0 bis 4,0 Prozent des Kirchensteueraufkommens. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass die Finanzbehörden – gemessen an den zuvor beschriebenen Hauptaufgaben des Beitragseinzugs – im Wesentlichen nur den Zahlungsverkehr, die Erlangung rückständiger Forderungen und eine aufwandsmäßig geringere Kundenbetreuung durchführten. Im Gegensatz zum Beitragseinzug führten die Finanzämter keine Gewinnung von Beitragszahlern, keine Befreiungsbearbeitung, keine Beitragsplanung und keine Serviceleistungen für die Rundfunkanstalten durch. Fasst man die Kosten der vorgenannten Dienstleistungen (Zahlungsverkehr, Erlangung rückständiger Forderungen, Kundenbetreuung) zusammen und setzt diese mit den Beitragserträgen ins Verhältnis, würde sich für das Jahr 2014 lediglich ein Anteil von 1,43 Prozent ergeben. Nach Bereinigung des Auf-

wands für die Umstellungsaktivitäten im Jahr 2014 würde die Kennzahl sogar auf den Wert 1,31 Prozent absinken. Der entsprechende Ausweis dieser Kennzahlen für 2015 kann noch nicht erfolgen, da die hierfür notwendige Auswertung aus der Kostenrechnung zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht vorlag.

Im Jahr 2015 betrug der Aufwand des Zentralen Beitragsservice (ohne Zuführung zu den Pensions- und Beihilferückstellungen) 3,83 Euro je Beitragskonto (2014: 4,21 Euro). Bereinigt um den Aufwand im Zusammenhang mit den Umstellungsaktivitäten, ergibt sich für das Jahr 2014 ebenfalls ein Wert von 3,83 Euro je Beitragskonto.

6.2 SportA Sportrechte und Marketing-Agentur GmbH (SportA)

Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH, München ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50 Prozent) und des ZDF (50 Prozent) mit einem Stammkapital in Höhe von 540 TEuro. Die Gesellschaft erwirbt in erster Linie TV-Übertragungsrechte an zahlreichen nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung in ARD, ZDF und den Dritten Programmen und liefert damit ihren Gesellschaftern attraktive Programminhalte im Sport-Bereich. Darüber hinaus steht die SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben, die außerhalb der SportA vorgenommen werden, beratend zur Verfügung und wird aktiv in die Einkaufsverhandlungen einbezogen. Ferner ist die SportA von ihren Gesellschaftern beauftragt, nicht genutzte Rechte an Sportereignissen und -veranstaltungen an Dritte zur Nutzung anzubieten (Sublizenzierung). Eine wesentlich über die Beschaffungs- und Sublizenzierungsfunktion für ARD und ZDF hinausgehende unternehmerische Tätigkeit der SportA ist nicht vorgesehen.

Bei durchschnittlich 22 Mitarbeitern (davon 4 überwiegend in Mutterschutz/Elternzeit) erzielte die SportA in 2014 einen plangemäßen Jahresumsatz in Höhe von rund 98 Mio. Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die Betriebskosten betrugen in 2014 rund 2,5 Mio. Euro und entsprachen somit nur 2,5 Prozent des Umsatzvolumens. Die Betriebskosten der SportA werden über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter gedeckt.

Das aktuelle Geschäftsumfeld der SportA ist insbesondere durch den Umstand geprägt, dass große internationale Sportverbände dazu übergegangen sind, Übertragungsrechte an ihren Top-Events für einzelne ausgewählte Zielländer (wie Deutschland) selbst oder über eine Agentur zu verhandeln. Der Schwerpunkt der Aktivitäten der SportA lag in den letzten beiden Jahren somit im Bereich solcher Sportereignisse, die von den internationalen Sportverbänden nunmehr auf nationaler Ebene verhandelt werden.

Die SportA verfügt über ein breit gefächertes Portefeuille an attraktiven und längerfristig gesicherten Sportrechten. Die Gesellschaft will sich weiterhin als wichtiger Teilnehmer im Sportrechtemarkt positionieren und vorrangig für ihre Gesellschafter langfristig Übertragungsrechte an nationalen und internationalen Veranstaltungen unterschiedlichster Sportarten sichern, sowie von den Gesellschaftern nicht genutzte Rechte national und international aktiv am Markt anbieten.

Aus heutiger Sicht wird sich die Tendenz, dass die internationalen Sportverbände ihre Top-Events zunehmend direkt in Deutschland an mögliche Interessenten verkaufen wollen, weiter fortsetzen. Im Rahmen ihrer Einkaufsfunktion für ARD, ZDF und die Dritten Programme wird sich die SportA hierfür weiterhin als erste Ansprech- und Verhandlungspartnerin für das Lizenzgebiet Deutschland zu positionieren versuchen.

Durch den Einstieg finanzstarker Investoren aus Übersee und/oder Nah- und Fernost wird es möglicherweise zu Marktveränderungen im internationalen Markt für TV-Lizenzen im Sportbereich kommen. Es ist nicht auszuschließen, dass die Interessenlage dieser Investoren und Lizenzgeber nicht immer an einer möglichst umfangreichen medialen Verbreitung der internationalen Sportereignisse in Deutschland bzw. Europa orientiert sein wird.

6.3 Institut für Rundfunktechnik GmbH (IRT)

Das Institut für Rundfunktechnik (IRT) ist das zentrale Forschungs- und Entwicklungsinstitut der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ARD, ZDF, Deutschlandradio), in Österreich (ORF) sowie der Schweiz (SRG/SSR) mit einem Stammkapital von 140 TEuro. Es bündelt als Kompetenzzentrum Wissen und Forschungs- und Entwicklungsarbeiten zu zentralen technischen Entwicklungen und Fragestellungen rund um den Rundfunk und die digitale Medientechnik.

Mit seinem aus seiner Tätigkeit für Dritte gewonnenen Markt-Know-how – und basierend auf seiner im internationalen Markt wahrgenommenen und anerkannten neutralen Rolle – hat es eine Moderationsfunktion zwischen Rundfunk und Industrie in technischen Fragestellungen inne. Seine umfassende technische und wissenschaftliche Expertise verbunden mit einem ausgeprägten Marktverständnis findet Eingang in übergreifende programmliche, strategische und regulatorische Fragestellungen. Das IRT greift technische Entwicklungen möglichst frühzeitig auf, um diese so zu beeinflussen, dass diese auch vom Rundfunk gemäß seinem Auftrag genutzt werden können. Hierzu nimmt das IRT auch zentral die Vertretung seiner Gesellschafter und des Rundfunks insgesamt in nationalen und internationalen technischen Gremien wahr.

Die Wirtschaftspläne der Jahre 2015 und 2016 sehen einen Aufwand von 21,9 bzw. 22,2 Mio. Euro vor. Die Erhöhung des betrieblichen Aufwands resultiert im Wesentlichen aus Mehraufwendungen beim Personalaufwand, hier insbesondere aus der Steigerung der Zuführung zur Pensionsrückstellung infolge eines verminderten Zinsniveaus. Die Gesellschafterzuschüsse sinken 2016 auf 16,7 Mio. Euro (2015 16,9 Mio. Euro). Die Eigenenerträge des Instituts steigen von 5,1 Mio. Euro im Plan 2015 auf 5,4 Mio. Euro im Wirtschaftsplan 2016. Als gemeinnütziges Institut erwirtschaftet das IRT keine Gewinne.

6.4 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH (Medienakademie)

Die gemeinnützige GmbH bietet als gemeinsame Einrichtung von ARD, Deutschlandradio und ZDF Aus- und Fortbildungsangebote im Bereich der Medien und neuer Informations- und Kommunikationstechniken an. Zu den Aufgaben der Akademie gehören u. a. die Konzeption, Entwicklung und Durchführung entsprechender Qualifizierungsmaßnahmen, wie z. B. Seminare, Workshops, Treffpunkte und Symposien. Die Angebote sind nach Art und Umfang flexibel ausgerichtet. Dabei deckt sie nicht nur redaktionelle und produktionstechnische Schwerpunkte ab, sondern ergänzt das Portfolio durch Qualifizierungsangebote in der wichtigen Schnittmenge zwischen Programm und Produktion/Technik sowie im Bereich der Rundfunkmanagement-Kompetenz. Ferner unterstützt die ARD/ZDF-Medienakademie die Ausbildung zu den neuen Medienberufen wie „Mediengestalter/in Bild und Ton“ sowie „Film- und Videoeditor/in“.

Das Leistungsangebot steht dem Markt generell offen, richtet sich also auch an Mitarbeiter anderer (Medien-)Unternehmen. Zu diesen Kunden zählen u. a. ORF und SRG, die ProSiebenSat.1 Media AG, die RTL Group und Puls 4 TV.

Die Einrichtung verfügt über Trainingszentren in Nürnberg (Hauptsitz) und Hannover. Im Jahr 2014 wurden 2.122 Fortbildungsseminare mit rund 13.000 Teilnehmern durchgeführt. Die Medienakademie finanziert sich fast ausschließlich über Seminarerträge. Mit im Jahresdurchschnitt 58 Mitarbeitern und über 400 freien Trainern konnte die Medienakademie im Geschäftsjahr 2014 Erträge von rund 16,3 Mio. Euro erwirtschaften, dem stehen Aufwendungen von rund 16,4 Mio. Euro gegenüber. Unter Einbezug des Finanzergebnisses ergibt sich im Jahr 2014 ein Verlust in Höhe von 0,1 Mio. Euro.

7. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen

7.1 ZDF-Enterprises GmbH (ZDF-E)

Die ZDF Enterprises GmbH ist mit der Beschaffung, aber auch Herstellung und Vermittlung von Produktionen bzw. Übertragungsrechten für das ZDF sowie der Verwertung von Produktionen und Übertragungsrechten betraut. Das Unternehmen agiert im eigenen Namen, indem es sich beispielsweise an ZDF-Produktionen beteiligt und damit die Ausstrahlungsrechte im Ausland erwirbt und Rechte des ZDF im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verwertet. Darüber hinaus ist ZDF-E für den nicht-gewerblichen Programmvertrieb zuständig, soweit er Großkunden und die administrative Abwicklung von Mitschnittvereinbarungen betrifft.

Zudem ist es an Unternehmen beteiligt, die u. a. Kino- und Fernsehfilme bzw. Kinderfilme erstellen sowie im Online- und Musikrechtebereich tätig sind. Schließlich besorgt ZDF-E das Merchandising im Zusammenhang mit Sendungen des ZDF und ist über eine Beteiligungsgesellschaft für die ZDF-Shops im Sendezentrum Mainz-Lerchenberg und in der Mainzer Innenstadt verantwortlich. ZDF-E hat im Jahr 2013 eine Neuorganisation des Kerngeschäfts nach den Key-Genres „zdfе.drama“, „zdfе.junior“, „zdfе.factual“ und „zdfе.entertainment“ durchgeführt. Damit sollen die Effizienz ihrer Marktbearbeitung weiter verbessert und die internen Rahmenbedingungen für weiteres Ergebniswachstum geschaffen werden.

7.2 ZDF-Werbefernsehen GmbH

Die ZDF Werbefernsehen GmbH wickelt im eigenen Namen, aber auf Rechnung des ZDF das Geschäft mit den Werbe- und Sponsoringkunden ab. Bis Ende 2015 wurde sie bei der Akquisition von Werbekunden von der ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH unterstützt, einer gemeinsamen Beteiligungsgesellschaft von ARD Sales & Services GmbH und der ZDF Werbefernsehen GmbH. Seit Anfang 2016 hat eine eigene Vertriebsorganisation innerhalb der Werbetochter diese Aufgabe übernommen.

7.3 Bavaria Studios & Production Services GmbH (BSPS)

Die als Gemeinschaftsunternehmen mit der Bavaria Film GmbH und der LfA Förderbank Bayern geführte Bavaria Studios & Production Services GmbH ist einer der größten TV- und Film-Produktionsdienstleister Deutschlands. Gegenstand des Unternehmens ist u. a. der Betrieb, die Vermietung, Verwaltung, Wartung und Erneuerung von Fernsehstudios einschließlich ihrer Nebenbetriebe und Postproduktions-Komplexe vornehmlich in Bayern. Das Studiogeschäft wird seit dem 01.12.2014 nur noch vom Standort Geiselgasteig aus geführt.

Die Unternehmensgruppe der BSPS umfasst eine Reihe von Tochterunternehmen, die in den Geschäftsfeldern Studioproduktion, Postproduktion, Rental, Dekorationsbau sowie Archivierung und Distribution tätig sind.

7.4 Sonstige Beteiligungen

Von den sonstigen Beteiligungen ist an dieser Stelle auf die ZDF Kasino Betriebsgesellschaft mbH (Kasino) hinzuweisen. Das Unternehmen betreibt im Sendezentrum des ZDF ohne Gewinnerzielungsabsicht die Kantinen für ZDF-Mitarbeiter und Gäste einschließlich eines Selbstbedienungsladens und betreut die ZDF-Konferenzzone. Der Betrieb erfolgt im Rahmen eines Betriebsführungsvertrages in Räumlichkeiten und mit Inventar im Eigentum des ZDF.

