

Mitteilung

der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)

Information der Landesparlamente über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten der ARD

Schreiben der ARD vom 14. Mai 2018:

Alle zwei Jahre erstatten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio den Landesparlamenten einen Bericht über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage. Nach § 5 a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) soll dies in zeitlicher Nähe zur Veröffentlichung des jeweils aktuellen KEF-Berichts erfolgen. Ich freue mich, Ihnen hiermit den aktuellen Bericht vorlegen zu dürfen.

Sie als Abgeordnete der Landtage und Bürgerschaften entscheiden über die deutsche Rundfunkgesetzgebung. Sie sollen mit diesem Bericht einen anschaulichen Eindruck der Leistungskraft, der Akzeptanz und der finanziellen Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erhalten. Deshalb möchten wir Ihnen neben reinen Finanzzahlen auch einen Überblick über die Breite und Tiefe unserer Angebote in Hörfunk, Fernsehen und Telemedien vermitteln. Wir erläutern unsere Auffassung zum aktuellen KEF-Bericht und beziehen Position in der gegenwärtigen medienpolitischen Debatte.

Der Bericht wird in Zeiten großer Umbrüche und damit verbundener Herausforderungen vorgelegt. Neue Formen der Mediennutzung, neue Marktteilnehmer und -angebote, und globale Umwälzungen, die mit den Begriffen Digitalisierung und Globalisierung nur annähernd beschrieben sind, stellen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk vor die Aufgabe, seine Angebote und seine Strukturen konsequent und zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Die ARD stellt sich dieser anspruchsvollen Aufgabe und erfährt dabei breite Akzeptanz bei ihrem Publikum. Wöchentlich nutzen 94 Prozent der Menschen in Deutschland mindestens eines der Fernseh- und Hörfunkprogramme der ARD oder ARD-Inhalte im Internet. Die Angebote der ARD sind damit eine wichtige Klammer in einer zunehmend fragmentierten Gesellschaft. Unser Publikum schätzt die tiefe regionale Verankerung unserer Angebote.

Eingegangen: 17. 05. 2018 / Ausgegeben: 20. 06. 2018

*Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet
abrufbar unter: www.landtag-bw.de/Dokumente*

Der Landtag druckt auf Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“.

Auch in den Landesparlamenten wird intensiv und kontrovers über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Zukunft debattiert. Ich würde mich freuen, wenn unser Bericht für diese wichtigen Diskussionen einen nützlichen Beitrag liefern kann.

Ulrich Wilhelm

Vorsitzender der ARD und
Intendant des Bayerischen Rundfunks

*) Der Wortlaut der einschlägigen Bestimmungen des § 5 a und des § 3 Absätze 8 bis 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages (RFinStV) ist im Anschluss an dieses Schreiben abgedruckt.

Übersicht über die einschlägigen Bestimmungen für die Berichterstattung der ARD

1. Wortlaut des § 5 a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) i. d. F. des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages:

„§ 5 a

Information der Landesparlamente

(1) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erstatten jeweils zeitnah nach Vorliegen des Berichts der KEF nach § 3 Abs. 8 allen Landesparlamenten einen schriftlichen Bericht zur Information über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

(2) Der Bericht der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten erfasst die Gemeinschaftsprogramme nach § 1 des ARD-Staatsvertrages und nach § 11 b des Rundfunkstaatsvertrages sowie gemeinsame Aktivitäten. Landesrechtliche Berichtspflichten der Landesrundfunkanstalten gegenüber dem jeweiligen Landesparlament bleiben unberührt.

(3) Die Berichte über die wirtschaftliche und finanzielle Lage nach den Absätzen 1 und 2 Satz 1 enthalten insbesondere auch eine Darstellung der Geschäftsfelder von Tochter- und Beteiligungsgesellschaften, einschließlich von Eckdaten dieser Gesellschaften, sofern sie publizitätspflichtig sind, sowie der strukturellen Veränderungen und Entwicklungsperspektiven von ARD, ZDF und Deutschlandradio. Die Berichterstattung erstreckt sich jeweils auf einen Zeitraum von vier Jahren.

(4) Vertreter der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios stehen jeweils dem Landesparlament für Anhörungen zu den Berichten nach Absatz 1 zur Verfügung.“

2. Wortlaut des § 3 Absätze 8 bis 10 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) i. d. F. des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages:

„§ 3

Aufgaben und Befugnisse der KEF

(8) Die KEF erstattet den Landesregierungen mindestens alle zwei Jahre einen Bericht. Sie leitet den Bericht den Rundfunkanstalten zur Unterrichtung zu und veröffentlicht diesen. Die Landesregierungen leiten diesen Bericht den Landesparlamenten zur Unterrichtung zu. In diesem Bericht legt die KEF unter Beachtung von Absatz 1 und § 13 Rundfunkstaatsvertrag die Finanzlage der Rundfunkanstalten dar und nimmt insbesondere zu der Frage Stellung, ob und in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt eine Änderung des Rundfunkbeitrags notwendig ist, die betragsmäßig beziffert wird oder bei unterschiedlichen Entwicklungsmöglichkeiten aus einer Spanne bestehen kann. Sie weist zugleich auf die Notwendigkeit und Möglichkeit für eine Änderung des Finanzausgleichs der Rundfunkanstalten hin. Weiterhin beziffert sie prozentual und betragsmäßig die Aufteilung der Beiträge im Verhältnis von ARD und ZDF und den Betrag des Deutschlandradios.

(9) Die Vorschriften der Absätze 1 bis 3 und 8 gelten nicht für Sonderberichte, die die KEF auf Anforderung der Länder zu einzelnen Teilfragen erstellt. Die Beteiligungsrechte der Rundfunkanstalten bleiben unberührt.

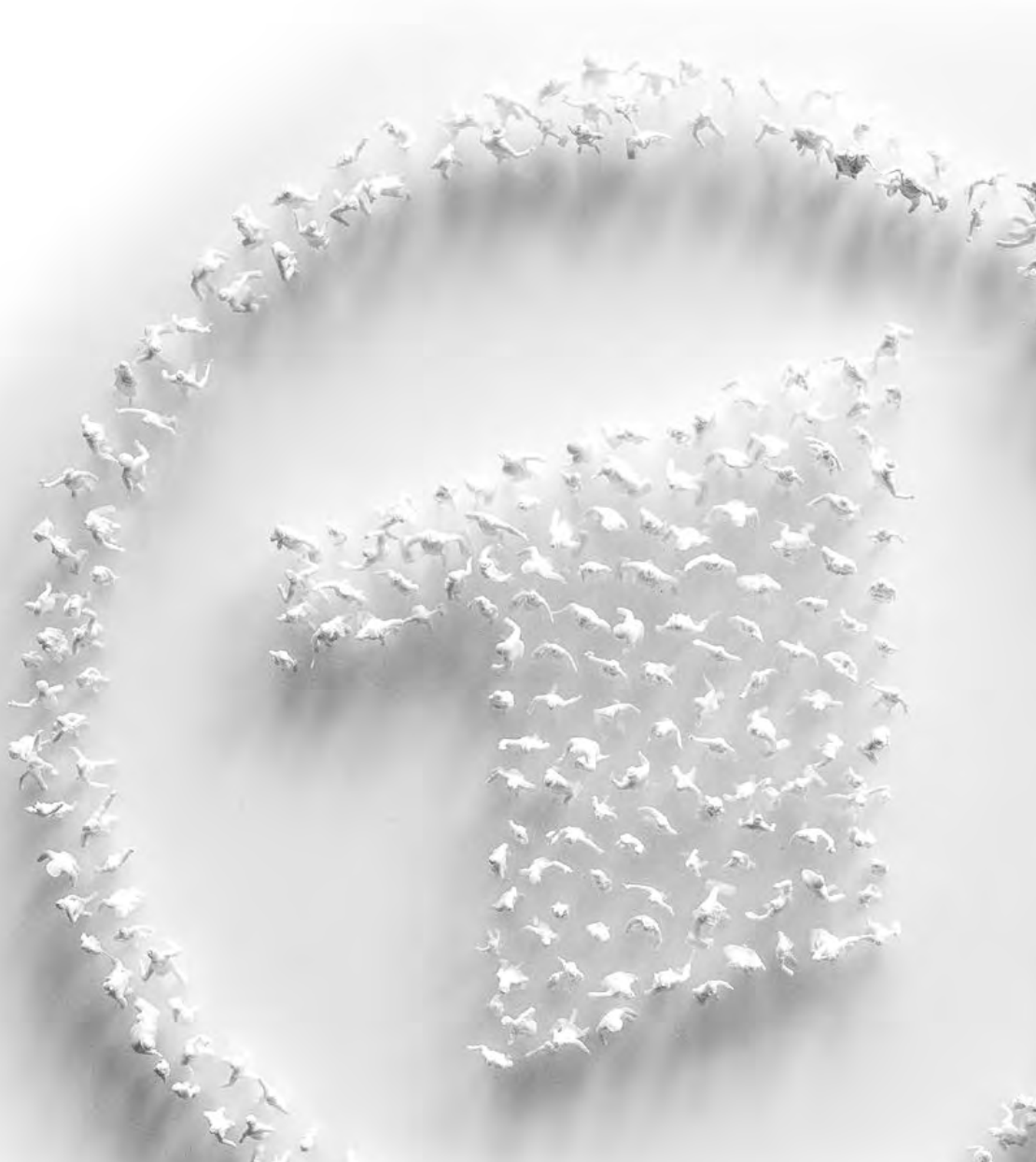
(10) Abweichende Meinungen von Mitgliedern der KEF werden auf deren Verlangen in den Bericht aufgenommen.“

(Bezüglich des 21. KEF-Berichts wird auf die Drucksache 16/3774 verwiesen.)



APRIL 2018

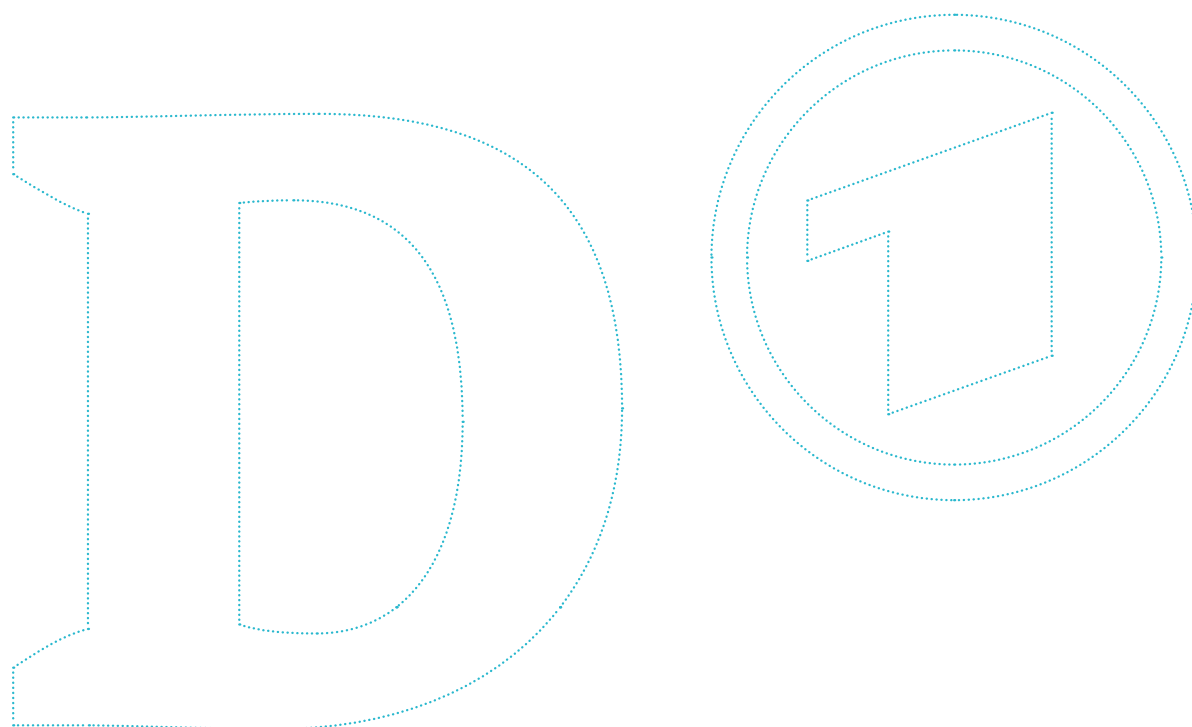
Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten



AR



BERICHT ÜBER DIE
WIRTSCHAFTLICHE UND
FINANZIELLE LAGE DER
LANDESRUNDFUNK-
ANSTALTEN



BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

INHALT

I.	GEMEINSAME ERKLÄRUNG VON ARD, DEUTSCHLANDRADIO UND ZDF	6
II.	GESELLSCHAFTLICHER WERT UND VERANTWORTUNG DER ARD	10
	ARD-Akzeptanzstudie 2018	13
III.	POSITION DER ARD ZUM 21. KEF-BERICHT	16
IV.	PROGRAMMANGEBOTE DER ARD SOWIE ARD/ZDF-GEMEINSCHAFTSPROGRAMME	
	1. DAS ERSTE	22
	2. DIE DRITTEN	26
	3. HÖRFUNK UND KLANGKÖRPER	30
	4. ONE	34
	5. ARD-ALPHA	36
	6. TAGESSCHAU24	38
	7. KIKA	40
	8. funk	42
	9. ARTE	44
	10. PHOENIX	46
	11. 3sat	48
	12. ARD.de	50
	13. Tagesschau.de	52
	14. Sportschau.de	54
	15. DasErste.de	56
	16. Boerse.ard.de	58
	17. ARD Text	60



V.	GEMEINSAME AKTIVITÄTEN VON ARD, DEUTSCHLANDRADIO UND ZDF	
	1. Degeto (ohne Deutschlandradio und ZDF)	64
	2. SportA	66
	3. ARD/ZDF-Medienakademie (MAK)	68
	4. Deutsches Rundfunkarchiv (ohne ZDF)	70
	5. Informations-Verarbeitungs-Zentrum (IVZ) (ohne ZDF)	72
	6. Zentraler Beitragsservice (ZBS)	74

VI.	FINANZDATEN	
	1. Rationalisierungsmaßnahmen der ARD	76
	2. Strukturprojekte der ARD	79
	3. Erträge	81
	4. Aufwendungen	83
	5. Entwicklungsbedarf/Projekte	85
	6. Sachinvestitionen	86



BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

I. GEMEINSAME ERKLÄRUNG VON ARD, DEUTSCHLANDRADIO UND ZDF



Nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) erstatten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, Deutschlandradio und das ZDF alle zwei Jahre jeweils zeitnah nach Vorliegen des Berichts der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) allen Landesparlamenten schriftlich Bericht über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

Ziel des vorliegenden Berichts ist es, den Abgeordneten aller Länderparlamente Informationen zur Verfügung zu stellen, damit sie die Situation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, insbesondere die wirtschaftlichen und finanziellen Aspekte, besser beurteilen können.

Nach dem üblichen Turnus der Kommission handelt es sich bei dem 21. KEF-Bericht um einen nicht beitragsrelevanten sogenannten Zwischenbericht, in dem die Prognosen der Kommission aus dem 20. Bericht geprüft und Veränderungen dokumentiert werden. Insgesamt sieht die KEF auf Grund ihrer Überprüfungen keine Notwendigkeit, eine Änderung des Rundfunkbeitrags zu empfehlen. Damit bleibt der Rundfunkbeitrag mit monatlich 17,50 Euro weiterhin bis Ende 2020 stabil.

Unabhängig von den Feststellungen der KEF haben die Regierungschefinnen und -chefs der Länder die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten im Herbst 2016 darum, Vorschläge vorzulegen, wie die Beiträge langfristig stabil gehalten werden können und dazu miteinander abgestimmte Berichte zu „Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ vorzulegen. Die Intendanten von ARD, ZDF und Deutschlandradio haben diese Berichte am 29. September 2017 an die Rundfunkkommission der Länder übergeben.

Die aktuellen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen machen deutlich, welche Bedeutung dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zukommt. Fragmentierte Öffentlichkeiten, Fake News und Filterblasen sind nur schwer mit gesamtgesellschaftlicher Integration und dem Funktionieren von Demokratie zu vereinbaren. Demokratie bedarf einer Gesamtöffentlichkeit, sie braucht den Austausch der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland untereinander. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss deswegen so beschaffen sein, dass er seinem Auftrag – der Herstellung von Programmen und Telemedienangeboten zur Gewährleistung freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung – effizient nachkommen kann.

Er muss sich außerdem kontinuierlich weiterentwickeln, um zu gewährleisten, dass er diese Rolle auch in Zukunft ausfüllen kann. Die Legitimation und der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind in der digitalen Welt keineswegs hinfällig geworden, sondern haben eher noch an Bedeutung gewonnen.¹⁾ Immer mehr Bürgerinnen und Bürger bewegen sich in der digitalen Welt: Im Jahr 2017 waren 62,4 Millionen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren online. Dies entspricht einem Anteil von 90 Prozent. Von insgesamt durchschnittlich 149 Minuten täglicher Internetnutzung wird eine Dreiviertelstunde für mediale Internetnutzung (Video-, Audio- und Textangebote; im Gegensatz zu individueller Kommunikation und z. B. Online-Shopping, -Spielen und -Suchen) aufgewendet.²⁾

¹⁾ Vgl. Dörr, Holznapel, Picot, in: Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zeiten der Cloud, 2016, S. 62-72.

²⁾ In welche Richtung die Entwicklung geht, zeigt sich, wenn man die nachwachsende Generation betrachtet: Junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren sind täglich 274 Minuten online und wenden davon fast zwei Stunden (116 Minuten) für die mediale Internetnutzung auf. Vgl. Media Perspektiven 9/2017, ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online, S. 434 ff.

**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

Auf die zunehmende nichtlineare Nutzung der Programme und die Verlagerung eines Teils des gesamtgesellschaftlichen Diskurses in neue Kommunikationsräume im Netz gilt es Antworten zu finden: So ging im Herbst 2016 das junge, ausschließlich online verbreitete Content-Netzwerk „funk“ von ARD und ZDF an den Start, das innerhalb von 12 Monaten insgesamt 256 Millionen Views auf Youtube verzeichnen konnte. In der Dlf Audiothek finden die Nutzer seit September 2017 die programmliche Vielfalt von Deutschlandradio online; die ARD Audiothek bündelt seit November 2017 die besten Angebote der Hörfunkprogramme von ARD und Deutschlandradio und macht diese jederzeit und einfach auf dem Smartphone zugänglich. Die modernisierte ZDF-Mediathek läuft auf allen relevanten Geräten und Drittplattformen und bietet eine leistungsstarke Suchfunktion. Durch die optionale Personalisierung erhalten die Nutzerinnen und Nutzer ein auf sie zugeschnittenes Angebot. Alle Rundfunkanstalten konnten im Social Media-Bereich kräftige Zuwachsraten verzeichnen.

Die Rundfunkanstalten sind überzeugt davon, dass sie online präsent sein müssen, weil ihre Zuschauer, Hörerinnen und Nutzer sich dort aufhalten. Sie sind ebenso überzeugt davon, dass das duale System in Deutschland sich bewährt hat. Es braucht öffentlich-rechtliche und private Qualitätsmedien, es braucht überregionale Medien und Lokalpresse. Hier muss ein vernünftiger Interessenausgleich gefunden werden.

Damit die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weiterhin zukunftsgerichtet und wirtschaftlich arbeiten können, brauchen sie

verlässliche rechtliche Rahmenbedingungen. Hierfür sind medienpolitische Weichenstellungen vonnöten.

Dazu gehört z. B. die zeitgemäße Weiterentwicklung des Telemedienauftrages, aber auch die von den Ländern als notwendig eingeschätzte rechtliche Absicherung von kostensparenden Kooperationen. Die kooperierenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter benötigen die Sicherheit, dass ihnen eine Zusammenarbeit nicht als Verstoß gegen das Kartellverbot oder das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung zur Last gelegt wird. Dazu gehört auch die Regulierung von Plattformen. Auch bei konvergenten Verbreitungsformen müssen die Vielfalt, der Zugang und die Auffindbarkeit der beitragsfinanzierten Angebote sichergestellt sein. Dabei wäre es nicht im Interesse der Beitragszahler, wenn die im Gemeinwohlinteresse gesetzlich verankerte allgemeine Zugänglichkeit der Angebote den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dazu verpflichten würde, beispielsweise die Betreiber von Kabelnetzen für die Verbreitung zu bezahlen.

Die Rundfunkanstalten haben in ihrem Bemühen, einen Weg aufzuzeigen, wie der Rundfunkbeitrag stabil bleiben kann, bereits erhebliche Leistungen erbracht. ARD, ZDF und Deutschlandradio gehen mit den in ihren Berichten zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks skizzierten Projekten einen deutlichen Schritt weiter auf dem Weg größtmöglicher wirtschaftlicher Effizienz.³⁾ Beispielhaft sei hier das Großprojekt „SAP-Prozessharmonisierung“ genannt, das für die Beteiligten nicht weniger als eine grundlegende Verwaltungsreform bedeutet.

³⁾ Vgl. die Berichte von ARD (www.ard.de/download/4365050/Bericht_der_ARD_an_die_Laender.pdf), ZDF (www.zdf.de/assets/transparenz-bericht-strukturoptimierung-100~original) und Deutschlandradio (www.deutschlandradio.de/index.media.4b2a09a193ea6bf0f415668f3072e02d.pdf).



Ein ganz erhebliches Potential für Einsparungen birgt schließlich die Weiterentwicklung des digitalen terrestrischen Hörfunks: Würde die analoge Ausstrahlung über UKW beendet, könnte Deutschlandradio Verbreitungskosten in Höhe von 10 Millionen Euro jährlich einsparen, für die ARD ergäbe sich ein Vielfaches dieser Summe. Diese Maßnahme setzt jedoch ein abgestimmtes Vorgehen der Akteure und vor allem eine politische Entscheidung für ein gemeinsames Abschaltzenario voraus. Ziel der Strukturmaßnahmen und des für die Zukunft beschriebenen Auftrags ist es, möglichst wirtschaftlich zu haushalten und für den Beitragszahler auch möglichst transparent zu sein, um so die Akzeptanz für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu erhalten und das Verständnis für den erheblichen Mehrwert, den er für die Gesellschaft erbringt, zu schärfen, damit er auch in Zukunft weiterhin seiner Bedeutung für das Gemeinwesen nachkommen kann.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland ist wertvoll, einzigartig und in unser aller Interesse. Die anspruchsvollen Aufgabe, seine bewährte Funktion für die Gesellschaft zu sichern, trifft die Rundfunkanstalten wie auch die Politik, die in den nächsten Jahren wichtige Weichenstellungen zu treffen hat.

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

II. GESELLSCHAFTLICHER WERT UND VERANTWORTUNG DER ARD





Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bedeutet Dienst an der Gesellschaft. Unser Auftrag und unsere Verantwortung ist es, den für eine Demokratie unverzichtbaren gesellschaftlichen Diskurs zu befördern, die freie Meinungsbildung zu sichern und Angebotsvielfalt herzustellen. Denn gerade in der digitalen vernetzten Gesellschaft und der sich disruptiv entwickelnden Medienwelt stellt sich die für eine Demokratie notwendige Gesamtöffentlichkeit nicht von alleine her. Daher braucht es heute mehr denn je eine ausschließlich am Gemeinwohl orientierte Institution wie die ARD, die alle Menschen frei zugänglich auf allen relevanten Wegen mit einem publizistischen Gesamtangebot versorgt, auf das sie vertrauen können und das Orientierung bietet – gerade auch im Netz.

Die Bürgerinnen und Bürger schaffen mit ihrer solidarischen Finanzierung die maßgebliche Grundlage dafür, dass unsere Journalistinnen und Journalisten politisch und wirtschaftlich unabhängig arbeiten können. Nur durch den Beitrag von jedem kann ein verlässliches Gut für alle entstehen. Wir begleiten die Menschen durch ihren Tag mit unseren Radio-, Fernseh- und Online-Angeboten. Damit erreichen wir im Radio täglich mehr als jeden Zweiten (53%) und im Fernsehen fast jeden Zweiten (46 %) in Deutschland (ab 14 Jahre). Darunter sind vermutlich sogar viele (gerade im Netz) die meinen, sie nutzen die ARD nicht. Wir liefern verlässlich relevante und vertrauensvolle Information, wissens- und verständnisfördernde Bildung sowie Unterhaltung, die unseren kulturellen Reichtum und unsere regionale Vielfalt spiegelt, ohne kommerziellen Interessen und Zwängen zu unterliegen. Denn als ARD sind wir aufgrund unserer multimedialen und föderalen Struktur

in besonderem Maße in der Lage, die Menschen in ganz Deutschland über alle sozialen und kulturellen Unterschiede hinweg zu verbinden und so einen gesamtgesellschaftlichen Diskurs auf einer gemeinsamen Basis herzustellen. Die Landesrundfunkanstalten geben den Regionen eine publizistische Stimme, sind nah bei den Menschen vor Ort und vermitteln Heimat. Verbunden mit unserer nationalen und internationalen Berichterstattung können wir den Blick in die gesamte Welt und den Gesamtblick auf die Welt liefern. Wir bringen technische und programmliche Innovationen im Interesse der Allgemeinheit voran, investieren in neue Produkte und befördern digitale Kompetenz. Wir halten unsere deutsche Produzenten- und Kreativlandschaft stark und lebendig, stärken mit eigenen Angeboten, die nahezu zu 100 % made in Germany sind, den kulturellen Reichtum unseres Landes und sorgen mit unseren Archiven für die Wahrung des kulturellen Erbes.¹⁾ Dabei ist stets Ansporn, Maßstab und Ziel unseres Handelns, unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und jedem Einzelnen bestmöglich nachzukommen.

ARD-REFORMPROZESS

Wie im Bericht an die Länder „Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter“ detailliert beschrieben, verschlanken wir Strukturen, standardisieren Arbeitsabläufe, modernisieren Produktionsweisen und verstärken das medienübergreifende und crossmediale Programmgestalten – auf der Ebene der Landesrundfunkanstalten wie auch im Medienverbund. Ziel ist die größtmögliche inhaltliche Wertschöpfung für die Gesellschaft bei gleichzeitig größtmöglicher Effizienz.

¹⁾ Vgl. hierzu detailliert die im Bericht der ARD zu „Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter“ formulierten sechs Versprechen.

**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

Die maximal zu verwirklichenden Einsparpotenziale²⁾ müssen aber vor dem Hintergrund gesehen werden, dass wir bereits dauerhaft unserer Verantwortung zu Wirtschaftlichkeit und sparsamem Umgang mit Beitragsmitteln nachkommen und auch in den Landesrundfunkanstalten selbst schon seit Jahren eigenständige Struktur- und Einsparprozesse stattfinden, die die Kostenreduzierungen aus dem ARD-Reformprozess ergänzen und gestiegene Kosten ausgleichen. Im Gegensatz zu sonstigen öffentlichen Einrichtungen hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk **seit 2009 keinen vollständigen Ausgleich für die allgemeine Teuerungen erhalten.**

NOTWENDIGE RAHMENBEDINGUNGEN

Der digitale Wandel verändert die Mediennutzung und die Medienlandschaft auf der ganzen Welt grundlegend. Umso wichtiger ist es, dass die Gesetzgebung für Rahmenbedingungen sorgt, die die Aufgaben und den Auftrag der Medien zu einer bestmöglichen Erfüllung verhelfen und dazu beitragen, dass unsere in ihrer Vielfalt einzigartige und publizistisch hochwertige Medienlandschaft, geprägt durch einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk, ihre Relevanz beibehält. Nur dann kann auch der bereits angestoßene tiefgreifende Reformprozess der Landesrundfunkanstalten gelingen. Wir begrüßen deshalb die Initiative der Länder zur Einführung einer Betrauungslösung im Rundfunkstaatsvertrag, die die Rechtssicherheit für Kooperationen im Medienverbund erhöht. Dringlich ist weiterhin die zeitgemäße Fortentwicklung des Telemedienauftrags. Wollen wir die Steuerung unserer Kommunikation und Meinungsbildung im digitalen Zeitalter nicht zunehmend global agierenden Internetgiganten überlassen, muss auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk in neu-

en Kommunikationsräumen präsent und wahrnehmbar sein. Neben Risiken im Zusammenhang mit kartellrechtlichen Fragen wirken sich auch Einspeiseentgelten und die infolge langer Simulcast-Phasen „doppelten“ Kosten bei der Programmverbreitung negativ auf den Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus. Gleichzeitig sind auch die Folgen von (weiteren) Beschränkungen bei Werbung und Sponsoring zu berücksichtigen. Alles andere liefe den rundfunkpolitischen Zielen der Länder zuwider.

Der **politische Prozess zu Auftrag- und Strukturoptimierung** des öffentlich-rechtlichen Rundfunks findet seine Fortsetzung in Beratungen auf Länderebene. Grundlage dafür sind unter anderem die Bewertung der KEF zu den Berichten der Rundfunkanstalten der Länder und die diesbezüglich erbetenen Stellungnahmen der Anstalten. Dabei erfüllt uns mit großer Sorge, dass die KEF im Prinzip unsere Programmentscheidungen in Frage stellt. Auch die Annahme von konkreten Personalkonzepten durch die KEF verkennt, dass dies Entscheidungen zum Programm impliziert, denn im Schnitt sind 80 Prozent des Personals der Landesrundfunkanstalten unmittelbar für die Programmerstellung tätig.

Wir sind zuversichtlich, dass die Länder im Rahmen der Ministerpräsidentenkonferenz im Juni eine zukunftsfähige Entscheidung treffen werden. Maßgeblich ist dabei eine zukunftsfähige Ausgestaltung des Auftrags unter Wahrung der Programmautonomie und eine bedarfsgerechte Finanzierung. Gemeinsam haben wir die Chance, den Wert eines freien und unabhängigen öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch für künftige Generationen zu bewahren und zeitgemäß fortzuentwickeln. Als ARD leisten wir hierzu unseren Beitrag.

²⁾ Vgl. hierzu detailliert die im Bericht der ARD zu „Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter“ formulierten sechs Versprechen.



ARD-AKZEPTANZSTUDIE 2018

EINE REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG ZU REICHWEITEN UND LEISTUNGEN DES ARD-MEDIENVERBUNDS

STUDIEN-STECKBRIEF:

Die „ARD-Akzeptanzstudie 2018“ wurde im Januar und Februar 2018 von dem Marktforschungsinstitut GfK Media & Communication Research im Auftrag des BR durchgeführt. Diese Studie liefert aktuelle Daten über die Reichweiten und die Wertschätzung der Angebote des ARD-Medienverbunds in der deutschen Bevölkerung. Über eine telefonische Befragung¹⁾ wurden 1.502 deutschsprachige Erwachsene repräsentativ zu ihrem Medienkonsum befragt.

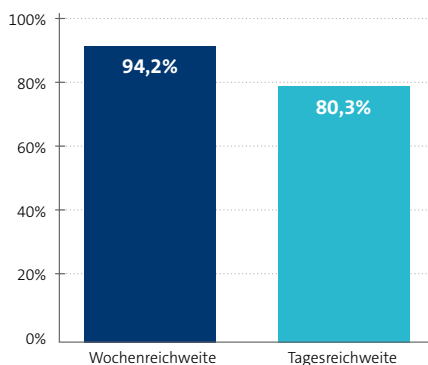
ERGEBNISSE:

Der ARD-Medienverbund erreicht mit allen seinen Angeboten im Fernsehen, Hörfunk und im Internet fast die gesamte Bevölkerung in Deutschland regelmäßig. 94,2% der Ab-14-Jährigen haben mindestens einmal wöchentlich Kontakt mit den Angeboten der ARD²⁾. Im Schnitt werden dabei 5,1 unterschiedliche Programme oder Online-Dienste aus dem ARD-Portfolio genutzt. Die Reichweite des ARD-Medienverbunds liegt an einem Durchschnittstag bei 80,3%.

Diese hohe Reichweite der ARD in der Bevölkerung fußt auf ihrem Rückhalt in allen deutschen Regionen und gesellschaftlichen Gruppen: Acht von zehn Bürgerinnen und Bürgern nutzen täglich mindestens ein Angebot aus dem ARD-Medienverbund. Die Wochenreichweite [vgl. Beschriftung Grafik] für die Gesamtheit der ARD-Angebote liegt in Ostdeutschland bei 93,2 %, in Westdeutschland bei 94,5 %. Auch quer durch alle Generationen erzielt die ARD sehr hohe Akzeptanz: Mindestens einmal wöchentlich nut-

WIE VIELE MENSCHEN ERREICHT DER ARD-MEDIENVERBUND?

Gesamt-Reichweite ARD-Medienverbund*
(Fernsehen, Hörfunk, Online)



Basis: 1.502 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Quelle: ARD-Akzeptanzstudie 2018 (GfK MCR, telefonische Repräsentativbefragung, Januar/Februar 2018)
* Inkl. kooperierte Angebote gemeinsam mit dem ZDF bzw. weiteren öffentlich-rechtlichen Partnern: 3sat, arte, KiKA, Phoenix, FUNK

zen 98 % der Ab-50-Jährigen (täglich: 91 %), aber auch 92 % der 30- bis 49-Jährigen (täglich: 76 %) und 88 % der Unter-30-Jährigen (täglich: 59%) mindestens ein ARD-Angebot.

Dabei ist der ARD-Medienverbund durch seine starke regionale Verwurzelung im Medienalltag der Deutschen fest verankert. Allein mit den regionalen Angeboten der neun ARD-Landesrundfunkanstalten für ihr eigenes Sendegebiet werden wöchentlich 88 % der Deutschen erreicht. Täglich nutzen 66 % der Bürgerinnen und Bürger mindestens ein Radio-, Fernseh- oder Online-Angebot „ihres“ Heimatsenders. Die breite

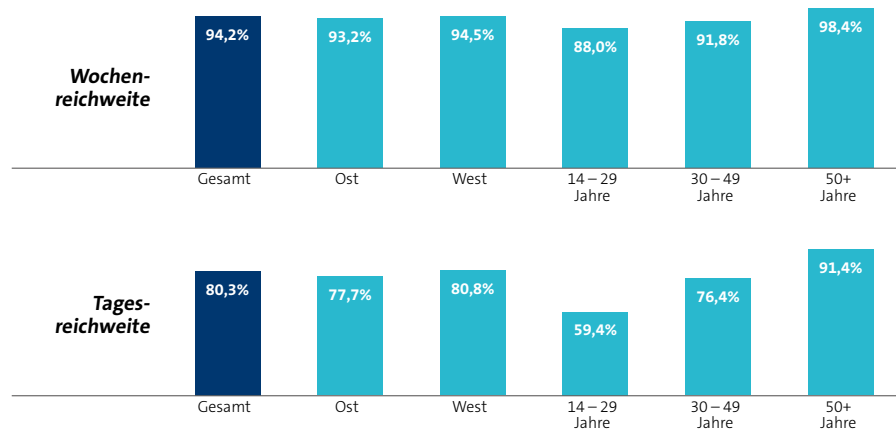
¹⁾ Telefonische Befragung von 1.502 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren in Deutschland („Dual Frame“ mit 20% Mobilfunk-Interviews).

²⁾ Inkl. kooperierte Programmangebote 3sat, arte, KiKA, Phoenix und FUNK.

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

WIE VIELE MENSCHEN ERREICHT DER ARD-MEDIENVERBUND?

Gesamt-Reichweite ARD-Medienverbund* (Fernsehen, Hörfunk, Online), Teilgruppen



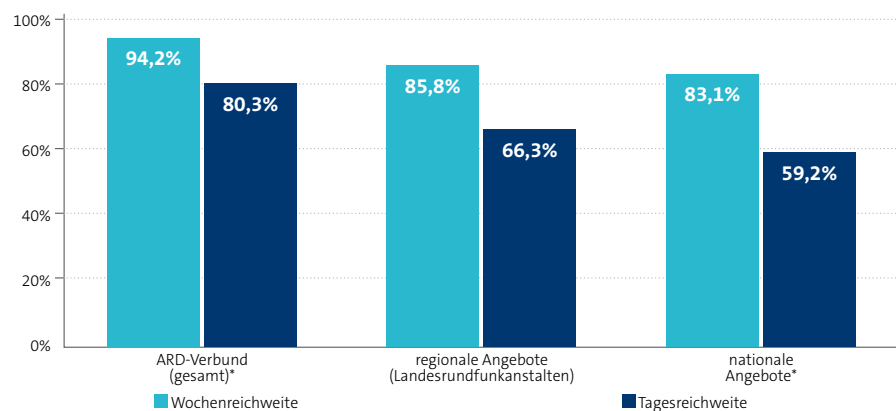
Basis: 1.502 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
 Quelle: ARD-Akzeptanzstudie 2018 (GfK MCR, telefonische Repräsentativbefragung, Januar/Februar 2018)
 * Inkl. kooperierte Angebote gemeinsam mit dem ZDF bzw. weiteren öffentlich-rechtlichen Partnern: 3sat, arte, Kika, Phoenix, FUNK

Versorgung gelingt auch mit den nationalen ARD-Angeboten in TV und Online, die 83 % der Deutschen jede Woche und 59 % der Menschen in Deutschland jeden Tag nutzen.

Die hohe gesellschaftliche Bedeutung des ARD-Medienverbundes zeigt sich auch darin, dass die ARD täglich fast drei Viertel (72,5%) der Menschen in Deutschland mit Nachrichten und

MIT WELCHEN ANGEBOTEN ERREICHT DER ARD-VERBUND DIE MENSCHEN?

Gesamt-Reichweite ARD-Medienverbund* (Fernsehen, Hörfunk, Online), Teilgruppen

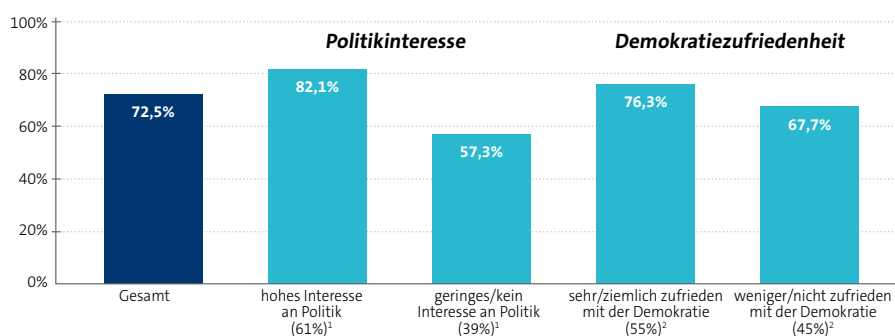


Basis: 1.502 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
 Quelle: ARD-Akzeptanzstudie 2018 (GfK MCR, telefonische Repräsentativbefragung, Januar/Februar 2018)
 * Inkl. kooperierte Angebote gemeinsam mit dem ZDF bzw. weiteren öffentlich-rechtlichen Partnern: 3sat, arte, Kika, Phoenix, FUNK



WIE VIELE MENSCHEN NUTZEN DEN ARD-MEDIENVERBUND TÄGLICH FÜR AKTUELLE POLITISCHE INFORMATION?

Tagesreichweite „politische Information“ des ARD-Medienverbunds*, Teilgruppen



¹ Wie stark interessieren Sie sich persönlich für die aktuellen Ereignisse aus der Politik und dem öffentlichen Leben? (sehr stark/stark; durchschnittlich/ wenig/ überhaupt nicht)

² Sind Sie mit der Art und Weise, wie die Demokratie in Deutschland funktioniert, alles in allem gesehen zufrieden? (sehr / ziemlich zufrieden; weniger/ überhaupt nicht zufrieden)

Basis: 1.502 Personen ab 14 Jahren in Deutschland

Quelle: ARD-Akzeptanzstudie 2018 (GfK MCR, telefonische Repräsentativbefragung, Januar/Februar 2018)

* Inkl. kooperierte Angebote gemeinsam mit dem ZDF bzw. weiteren öffentlich-rechtlichen Partnern: 3sat, arte, KiKA, Phoenix, FUNK

aktueller politischer Information versorgt. Mit ihren tagesaktuellen politischen Angeboten erreicht die ARD Menschen gleichermaßen in Ost- wie in Westdeutschland (71% bzw. 73%) und Menschen aus allen Generationen (14-29 Jahre: 50%; 30-49 Jahre: 65%, 50+ Jahre: 87%).

Dabei liegt die besondere Stärke des ARD-Medienverbunds darin, dass er nicht nur die politisch Interessierten und Menschen, die der demokratischen Grundordnung positiv gegenüberstehen, mit relevanter politischer Information versorgt (täglich: 82% bzw. 76%). Dank der hohen Tagesreichweite ihrer tagesaktuellen Berichterstattung schafft die ARD selbst bei an politischer Information weniger Interessierten, von denen täglich 57 % Nachrichten und politische Beiträge in ARD-Angeboten nutzen, und bei „Demokratie-Zweiflern“ (68%) eine gemeinsame Öffentlichkeit für den gesellschaftlichen Diskurs. Damit ist die ARD ein wichtiges Fundament für die freie Meinungsbildung in Deutschland.

Hand in Hand mit der hohen Reichweite des ARD-Medienverbundes geht die hohe Wertschätzung der Menschen für die ARD: 84 % der Bevölkerung gefällt das ARD-Angebotsspektrum persönlich „sehr gut“ oder „gut“, 78 % stufen die gesellschaftliche Bedeutung der ARD für Deutschland hoch ein. Dieses positive Bild ist im Osten wie im Westen der Republik gleichermaßen ausgeprägt und auch bei der überwiegenden Mehrheit des jüngeren Publikums unter 50 Jahren weit verbreitet. Zudem betonen 66 % der Bürgerinnen und Bürger die hohe Bedeutung für sich selbst und ihren persönlichen Alltag.

Auf breite Zustimmung in weiten Teilen der Bevölkerung treffen auch die nicht-programmatischen Leistungen des ARD-Medienverbunds. Besonders ausgeprägt ist die Unterstützung der Bürgerinnen und Bürger für die barrierefreien Zusatzangebote für Hör- und Sehbehinderte (89%) sowie die Aktivitäten im Bereich der Förderung des musikalischen Nachwuchses (69%) und der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen (74%).

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

III. POSITION DER ARD ZUM 21. KEF-BERICHT



Die KEF hat mit dem 21. KEF-Bericht einen nicht beitragsrelevanten Zwischenbericht für die Beitragsperiode 2017 bis 2020 vorgelegt. Im Bericht wird keine Änderung der Beitragshöhe empfohlen. Damit bleibt es bis Ende 2020 dabei, dass der Rundfunkbeitrag seit 2009 nicht mehr erhöht und im Jahr 2015 erstmalig auf 17,50 Euro abgesenkt wurde. Der 21. KEF-Bericht wirkt sich jedoch auch auf die nächste Beitragsperiode und somit auf den 22. KEF-Bericht aus.

Obwohl die Entwicklung der Beitragserträge im Zeitraum 2017 bis 2020 unter den KEF-Erwartungen im 20. Bericht geblieben ist, hatte die ARD für die laufende Beitragsperiode einen Überschuss von rund 239 Mio. Euro angemeldet. Diese Mittel wurden für bestehende Risiken angespart (z. B. das laufende Verfahren mit den Kabelnetzbetreibern), für die kein Finanzbedarf angemeldet wurde.

Im nun vorliegenden 21. KEF-Bericht stellt die KEF – ohne die zu bildende Beitragsrücklage – für die ARD einen Überschuss von 502,4 Mio. Euro fest. Die dafür zu Grunde gelegten Annahmen der KEF sind aus Sicht der ARD nicht realistisch. Aus den Prüfungen der KEF haben sich Doppelkürzungen und einseitige Korrekturen zu Lasten der ARD ergeben. Auch deshalb plädiert die ARD für eine Veränderung des Verfahrens zur Finanzbedarfsmessung.

KEF NIMMT ZUNEHMEND EINFLUSS AUF DAS PROGRAMM

Der Vergleich der unterschiedlichen Kosten beim „Tatort“ ist aus Sicht der ARD fragwürdig. Die KEF berücksichtigt nicht, dass der „Tatort“ eine Programmmarke ist, die ihre Stärke aus der Vielfalt der Stoffe und Akteure und aus ihrer unterschiedlichen Machart bezieht. Das reicht vom subtilen Kammerspiel bis zum Action-geladenen Jubiläums-Tatort mit kinotauglicher Star-

besetzung. Wenn die KEF hier mit Verweis auf „Wirtschaftlichkeit“ und der Einführung einer Benchmark die Angleichung von Produktionskosten fordert, hat dies unweigerlich unzulässige Auswirkungen auf die Programmautonomie der Sender.

Auch beim Hörfunk ist die Unterschiedlichkeit der Programme zu beachten. Hochwertige Sendungen aus Kultur und Bildung etwa sind in der Produktion besonders aufwendig. Eine Minute Musik in einer Popwelle ist nicht vergleichbar mit Hörspiel, Feature oder aufwendig produzierter, vielfältiger Regionalberichterstattung.

Darüber hinaus ist die Berechnungsmethodik beim Vergleich der Produktionsbetriebe aus Sicht der ARD kritisch. Die KEF berücksichtigt bei ihren Berechnungen nur Eigenproduktionen und keine Fremdproduktionen. Aufwendigere Produktionen werden aber von einigen ARD-Landesrundfunkanstalten selbst produziert und von anderen ARD-Landesrundfunkanstalten als Fremdproduktion vergeben. Auch unterschiedliche Sendegebietsgrößen, Senderstrukturen, Programmanteile, unterschiedliche Programmangebote und Zulieferungen an „Das Erste“ berücksichtigt die KEF bei ihren Berechnungen nicht.

NICHT NACHVOLLZIEHBARE KÜRZUNGEN BEIM PERSONALAUFWAND

Die KEF würdigt aus Sicht der Intendanten und der Gremienvorsitzenden insbesondere die Anstrengungen der ARD bei der Personalsteuerung nicht ausreichend. Stattdessen werden von der KEF weitere Kürzungen gefordert.

Obwohl die ARD nachgewiesen hat, dass die erfolgten Umgliederungen in den Personalaufwand insbesondere aus rechtlichen Gründen

**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

notwendig waren und sind und darüber hinaus wirtschaftliche Vorteile bieten, kürzt die KEF diesen Aufwand pauschal um 20 Prozent. Dieses Vorgehen ist aus Sicht der ARD nicht nachvollziehbar und reduziert den Anreiz zum wirtschaftlichen Handeln. Zum anderen legt die KEF ausschließlich für die ARD eine jährliche Abbaurate bei den besetzten Stellen von 0,5 Prozent zugrunde, die rückwirkend ab 2008 angewendet wird. Dieser zweite pauschale Abschlag betrifft auch die Umgliederungen in den Personalaufwand, die somit doppelt gekürzt wurden.

Im Ergebnis kürzt die KEF den Personalaufwand um rund 146 Mio. Euro bis Ende 2020. Da im Schnitt 80 Prozent des Personals unmittelbar für die Programmerstellung eingesetzt werden, beeinflusst die Kürzung der KEF das Programmangebot. Darüber hinaus können Einsparungen im Personalaufwand in dieser Größenordnung nicht kurzfristig umgesetzt werden. Diese Einsparung müssen die ARD-Landesrundfunkanstalten deshalb auch in anderen Aufwandsarten zusätzlich erwirtschaften. Aus Sicht der Gremiovorsitzenden hätte eine nochmalige Verschärfung des Spardrucks zwangsläufig Auswirkungen auf die programmliche Gestaltungsmöglichkeiten und die Qualität der Inhalte.

WEITERENTWICKLUNG DES BEITRAGSFESTSETZUNGS- VERFAHRENS

In ihrem im September 2017 vorgelegten Bericht zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat die ARD angeregt, das Verfahren zur Beitragsfestsetzung weiterzuentwickeln. Die ARD setzt sich dementsprechend für eine Verlängerung des Betrachtungszeitraums bei der Beitragsfest-

lung, für stärkere Anreize bei Effizienzgewinnen und die Möglichkeit der Schaffung von Rücklagen auch über eine Beitragsperiode hinaus ein.

Die Feststellungen der KEF im 21. Bericht verdeutlichen aus Sicht der Intendanten und der Gremiovorsitzenden die Zweckmäßigkeit einer solchen Weiterentwicklung des Beitragsfestsetzungsverfahrens. Die finanzbedarfsmindernde Anrechnung insbesondere von Eigenmitteln, die durch Umstrukturierungs- und Modernisierungsmaßnahmen erwirtschaftet werden, ist angesichts der anstehenden Herausforderungen der Rundfunkanstalten aus Sicht der ARD nicht zweckmäßig. Für die erfolgreiche Umsetzung des Umbaus der Rundfunkanstalten zu trimedialen Häusern einerseits und für die Umsetzung ihrer im Bericht an die Länder skizzierten Synergiehebungs- und Strukturoptimierungsmaßnahmen andererseits sollten bestmögliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, um den Anstalten einen ausreichend flexiblen und dabei langfristig kostensenkenden Umgang mit den Beitragsgeldern zu ermöglichen.

Für die ARD ist der entscheidende Maßstab für die Gestaltung der Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks seine besondere Bedeutung für die Gesellschaft und sein Beitrag zur Meinungsbildung. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat verfassungsrechtlich die Verpflichtung, die gesamte Bevölkerung mit seinen Angeboten zu erreichen und muss seinem Funktionsauftrag entsprechend angemessen und ausreichend finanziell ausgestattet sein. Bei der Finanzbedarfsermittlung müssen unbedingt die verfassungsrechtlich garantierten Grundsätze von Entwicklungsgarantie und Programmautonomie berücksichtigt werden.



Die ARD wird auch zukünftig ihre Rationalisierungs- und Einsparmaßnahmen fortführen. Die Hebung von Wirtschaftlichkeitspotenzialen, etwa im IT-Bereich und bei den Produktionsbetrieben, wurde in umfangreichen Projektansätzen in Angriff genommen. Im Zeitraum 1993 bis 2016 hat die ARD insgesamt mehr als 4.400 Stellen bzw. 18 Prozent abgebaut. Eine nachhaltige Kostenbegrenzung haben die Landesrundfunkanstalten außerdem durch die Reformen der Altersversorgung erreicht.

Die ARD geht davon aus, dass im 22. KEF-Bericht bei der Neuberechnung des Finanzbedarfs und des Überschusses auch Risiken berücksichtigt werden.



BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

IV. PROGRAMMANGEBOTE DER ARD SOWIE ARD/ ZDF-GEMEINSCHAFTS- PROGRAMME

ARD®

4.1 DAS ERSTE



Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfüllt mit der Gesamtheit seiner Angebote und Dienstleistungen eine unverzichtbare gesellschaftliche Funktion. Mit ihrem nationalen Gemeinschaftsprogramm Das Erste stellt die ARD ein unabhängiges, hochwertiges und nachhaltiges Angebot für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen bereit. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag für den Zusammenhalt des Gemeinwesens wie auch zur Integration in Deutschland und Europa.

Das Gemeinschaftsprogramm der ARD steht bei Generationen von Zuschauern für Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Es erreicht wöchentlich etwa 48 Mio. Bürger, das sind knapp 2/3 der Bevölkerung. Nach Meinung der Bundesbürger ist Das Erste das qualitativ beste und glaubwürdigste Programm im deutschen Fernsehen (Repräsentativbefragung TNS Infratest 2017). Zudem erachten es die Deutschen als das wichtigste, am wenigsten verzichtbare Fernsehprogramm.



INFORMATIONSKOMPETENZ – DER MARKENKERN DES ERSTEN

Den größten Anteil am Programm des Ersten hat die Information: Er liegt seit Jahren kontinuierlich bei über 40 %. Allein im Monat vor der Bundestagswahl sendete Das Erste mehr als 1000 Minuten Extraprogramm. Neben den Wahlen erweiterten zahlreiche Sondersendungen das Spektrum wie z. B. zum G20-Gipfel in Hamburg oder die Enthüllungen um die „Paradise Papers“. Der 90-minütige Dokumentarfilm wurde auf Regelsendeplätzen im Ersten als eigenständiges Genre gepflegt ebenso wie die 45minütigen Dokumentationen in den Reihen „Die Story im Ersten“ und „Geschichte im Ersten“.

Die unabhängigen Informationssendungen des Ersten fördern das Interesse am politischen Geschehen und regen wichtige gesellschaftliche Diskussionen an. Die fundierte Berichterstattung aus den Ländern wird allen Regionen im Programm gerecht. Laut TNS Infratest erhielten die Nachrichtensendungen, die politischen Talkshows, die politischen Magazine und Reportagen, die Verbraucher- und Ratgebersendungen, die Wirtschaftsmagazine, die Wissenschaftssendungen und das Morgenmagazin des Ersten die besten Bewertungen. Die Hauptausgabe der „Tagesschau“ erzielte im Ersten sowie bei der zeitgleichen Ausstrahlung in den Dritten, auf 3sat und Phoenix mit durchschnittlich mehr als zehn Mio. Zuschauern den höchsten Wert seit mehr als 40 Jahren. In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen war die „Tagesschau“ mit 300.000 Zuschauern täglich die meistgenutzte Fernseh-Nachrichtensendung.

ARD[®]

FIKTIONALE ANGEBOTE VON HOHER RELEVANZ UND FILMISCHER QUALITÄT

Das Filmangebot des Ersten ist mit einem Anteil von 38 % an der Gesamtsendezeit neben der Information das Herzstück des Programms. Was die Gesellschaft bewegt, bewegt auch die Fernsehfilme des Ersten. Nirgends wird das deutlicher als bei den Themenabenden, an denen ein gesellschaftlich oder historisch relevanter Film zusammengebunden ist mit einer Dokumentation oder einer Gesprächssendung im Anschluss. Emotion und Reflexion, Fiktion und Fakten bilden dabei eine programmliche Einheit, die vom Publikum hervorragend angenommen wird. Herausragende Beispiele waren der Dreiteiler „Mitten in Deutschland: NSU“, „Katharina Luther“ zum Reformationsjubiläum, „Gift“ über Geschäfte mit gefälschten Medikamenten oder der Zweiteiler „Brüder“ über Islamismus in Deutschland. „Terror – Ihr Urteil“ zeigte die Verfilmung von Ferdinand von Schirachs Gerichtsroman als interaktives, multimediales, experimentelles Fernsehereignis, an dem sich sieben Mio. Menschen beteiligten.



Durchschnittlich zwischen neun und zehn Mio. Zuschauer schalten jeden Sonntag den „Tatort“ ein, der damit die erfolgreichste Filmreihe im deutschen Fernsehen ist. Der „Tatort“ – wie auch der „Polizeiruf 110“ – mit seinen vielen Ermittlerteams aus den unterschiedlichsten Städten und Regionen Deutschlands ist konzeptuell auch ein Produkt der föderalen Kraft der ARD, die hier in einem der erfolgreichsten Formate des Ersten deutlich sichtbar wird. Überdies ist der „Tatort“ bei der jüngeren Zielgruppe sehr beliebt, was auch an seinem Erfolg im Internet ablesbar ist: kein anderes Format wird so häufig in der Mediathek des Ersten abgerufen, über keine

**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

andere Sendung wird so intensiv in den sozialen Medien diskutiert.

Mehr als 140 Fernsehfilm-Erstaussstrahlungen, dazu über 90 neue Serienfolgen für den Hauptabend, zwölf Debütfilme, die dem Nachwuchs eine Plattform bieten, und etliche Kinokoproduktionen zeigt Das Erste jedes Jahr. Der Anteil an Eigen- bzw. Auftragsproduktionen liegt bei 87 %. Damit ist die ARD mit ihrem Flaggschiff Das Erste der wichtigste Auftraggeber für die hiesige Filmwirtschaft und den kreativen Produktionsstandort Deutschland.

SPORTÜBERTRAGUNGEN – EIN INTEGRIERENDES ANGEBOT FÜR EIN GROSSES PUBLIKUM

Mit seiner vielfältigen Berichterstattung über mehr als 50 Sportarten erreicht das ARD-Gemeinschaftsprogrammm Menschen aller Altersgruppen in sämtlichen Regionen Deutschlands. Vor allem die Fußballberichterstattung interessiert mit einem Marktanteil von 17 % bei den 14- bis 29-Jährigen überdurchschnittlich viele junge Zuschauer. Die Sportredaktionen der ARD-Landesrundfunkanstalten berichten nah und kenntnisreich über die Vereine der ersten bis dritten Fußballbundesliga sowie am „Tag des Amateurfußballs“ über die Endspiele der Landespokalwettbewerbe.

ARD®




Herausragende Live-Events wie die Fußball-Europameisterschaft, die Handball-Europameisterschaft, die Olympischen Spiele in Rio (2016), die Tour de France (Federführung SR) oder die regelmäßigen Wintersportübertragungen, die neben den populären Sportarten wie Biathlon dem Publikum auch weniger bekannte Disziplinen näherbringen, prägen den Sport im Ersten. Eine besondere Stärke besteht zudem im investigativen Sportjournalismus, der sich besonders der Aufdeckung und Darstellung von Korruption und Missständen widmet. So ist es z. B. der ARD-Dopingredaktion zu verdanken, dass das System des russischen Staatsdopings an die Öffentlichkeit gelangte.


LEITUNG


Volker Herres, Programmdirektor Das Erste

ONLINE-AUFTRITTE

 [daserste.de](https://www.daserste.de)

 [/daserste](https://www.facebook.com/daserste)

 [/das_erste](https://www.instagram.com/das_erste)

 [/daserste](https://twitter.com/daserste)

4.2 DIE DRITTEN

Regionalität und Qualität sowie landesspezifische Informations-, Service- und Unterhaltungsangebote prägen das Programmangebot der Landesrundfunkanstalten der ARD. Unser Ziel ist es, unsere Zuschauer jeden Tag aufs Neue mit regionsspezifischen, kulturstiftenden Inhalten zu begeistern, Wissen zu vermitteln und zu informieren.

Die dritten Programme sind als „Vollprogramm“ angelegt, sollen also den gesamten Programmauftrag abdecken. Außerdem ist unser Anspruch, alle Beitragszahler in einer Region anzusprechen: Jede/r Rundfunkteilnehmer/in soll in „seinem“ oder „ihrem“ Dritten relevante Angebote finden. Die Abdeckung dieser Fülle und Vielfalt im Programm ist zentrale Herausforderung der Dritten, aber auch Kern unserer Unternehmenskultur, der entsprechend wir uns und unser Programm als Spiegel der Gesellschaft verstehen.

FLAGGSCHIFFE DER REGIONALEN INFORMATION

Was ist in meiner Nachbarschaft, in meiner Region, in meiner Heimatstadt, in meinem Bundesland heute passiert – 16 Bundesländer mit noch mehr Regionen – 16 mal Regionalmagazine oder regionale Nachrichtensendungen in den Dritten bieten das Tag für Tag als eine Art



elektronischer Abendzeitung – und in manchen Bundesländern sogar noch subregionalisiert wie beim WDR mit 11 regionalen Ausgaben der Lokalzeiten, oder der Abendschau und Frankenschau in Bayern.

Um die kulturelle und politische Vielfalt im Land darstellen zu können, unterhalten wir ein einzigartiges Netz an Regionalstudios und Korrespondenten vor Ort, um ganz nah an den Menschen und Ereignissen in der Region zu sein. Insgesamt entfallen auf das Ressort „Politik & Gesellschaft“ mit Abstand die meisten Erstsendeminuten der Dritten. Bereits seit 2007 halten wir den Anteil der Erstsendeminuten in der Kernsendezeit von 16 bis 23 Uhr, in der das Publikum insbesondere regionale Inhalte sucht, auf konstant hohem Niveau. Immer größere Bedeutung gewinnen dabei

ARD[®]

BR
 HR
 MDR
 NDR
 Radio Bremen
 RBB
 SR
 SWR
 WDR



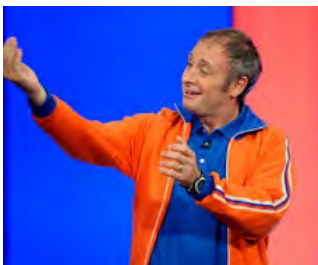
Die Dritten sind besonders gefragt, wenn Landtags- oder Kommunalwahlen anstehen und niemand sonst so ausführlich und unabhängig im Vorfeld über Wahlkämpfe und Themen, über KandidatInnen und Parteien informiert, und schließlich die Ergebnisse nicht nur berichtet, sondern in oft stundenlangen Live-Sendungen analysiert und einordnet.

MODERNES HEIMATFERNSEHEN

crossmediale Arbeitsweisen und ausspielwegsübergreifende Marken in Fernsehen, Radio und Online, wie sie in allen Dritten bereits erfolgreich geführt und auch zukünftig gefördert werden.

Für die massenmediale Kommunikation von landespolitischen Themen oder für die Vermittlung und Stärkung von regionaler Kultur und Tradition sind die Programmbote der Landesrundfunkanstalten das wichtigste und eindrücklichste Medium und werden täglich von knapp einem Drittel der deutschen Bevölkerung genutzt.

Gleichzeitig sind die dritten Programme und ihre Angebote mit ihrer thematischen und regionalen Schwerpunktsetzung die zeitgemäße Antwort auf eine sich zunehmend aufsplittende Gesellschaft und den Wunsch nach einem neuen Heimatgefühl in einer mehr und mehr als unübersichtlich empfundenen globalisierten Welt, ohne sich aber vor dem Weltgeschehen zu verschließen: Das Regionale ist immer auch Medium der Vermittlung demokratischer, pluralistischer und humanistischer Ideen und Gedanken. Schon bevor es den Begriff „Filter-

 BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
 DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN


blase“ gab, hat sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk so als wichtiges Instrument gegen eine Verengung der Wahrnehmung verstanden.

Die Dritten als modernes Heimatfernsehen mit Nähe zu den ZuschauerInnen vermittelt in zahlreichen Regelsendungen Lebenshilfe für den Alltag: vom Ausflugstipp um die Ecke bis zum Klinikcheck für verschiedene Diagnosen, vom Stolz auf das Schöne und die Tradition der Region bis zu berührenden Lebensgeschichten von Menschen, die aus der Nachbarschaft sein könnten.



Das Wiedererkennen der eigenen Situation, Lebenswelt und Lebensrealität ist dabei für die ZuschauerInnen der Schlüssel zum Miterleben. Die Nachmittagssendungen in den Dritten liefern dabei regional gefärbten Service mit regionalen Experten: Hallo Hessen, Wir in Bayern, daheim und unterwegs, Leichter Leben, Kaffee oder Tee oder Mein Nachmittag. In den meisten Formaten ist zudem Zuschauerbeteiligung ein regelmäßiger Bestandteil, der wiederum für regionale Bindung sorgt.

ZWEI SÄULEN DES ERFOLGS

Unser Erfolg mit einer senderübergreifenden Quote von 12,8% (nur der Marktführer ZDF übertrifft die Dritten mit 13,0%) basiert auf zwei Säulen: einerseits auf außerordentlich beliebten Regelsendungen im späten Nachmittags- und Vorabendprogramm mit starken regionalen Informations- und Serviceangeboten. Andererseits bieten die Dritten aufmerksamkeitsstarke Programm-Highlights: Bei Übertragungen von Veranstaltungen und bei Sonder-sendungen zu besonderen Ereignissen sind die Dritten nah dran am Zuschauer in der Region und berichten umfangreich und crossmedial. Beispiele solcher Eventprogrammierungen sind der „Hessentag“, an dem live im hr-fernsehen „Das dollste Dorf des Jahres“ gekürt wird oder die 24-Stunden-Echtzeit-Doku „24h Bayern“ im BR, aber auch die Übertragungen der Kölner und Mainzer Rosenmontagszüge bei WDR und SWR oder von Klassik-Events wie dem SemperOpernball im MDR oder die Konzerte der Elbphilharmonie im NDR.

Für die regionalen Zuschauer besonders wichtig sind brandaktuelle Informationsschwerpunkte. Als beispielsweise in Frankfurt weite Teile der Innenstadt wegen eines Bombenfundes evakuiert werden mussten, hat das hr-fernsehen – selbst evakuiert – 15 Stunden live mit



improvisierter Technik gesendet, kombiniert mit Schätzen aus dem Archiv über die Nachkriegszeit und Zeitzeugenreportagen.

Die Unterscheidbarkeit macht den Erfolg aus. Innovationsprogramme wie der crossmediale SR-Thementag „Die Programmacher – Ein Tag beim SR“, die satirische Serie „Hindafing“ des BR, die erst im Herbst gestartete Hauptstadt-Show „Abendshow“ des rbb, oder der komödiantisch-nachdenkliche „Tatortreiniger“ des NDR belegen, dass wir sehr wohl mit Netflix und Co. konkurrieren können, gerade indem wir unsere Regionalität und unsere charakteristische Programmsprache als Stärke nutzen.

4.3 HÖRFUNK UND KLANKÖRPER

Hörfunk ist und bleibt ein aktuelles, attraktives, relevantes Massenmedium und vertrauter Tagesbegleiter für alle Menschen. Auch im Jahr 2017 behaupten allen voran die ARD-Programme auch weiterhin die Spitzenposition auf dem deutschen Hörfunkmarkt. Laut der Mitte Juli 2017 veröffentlichten Media Analyse Radio 2017 II nutzen 37,18 Mio. Hörerinnen und Hörer täglich die vielfältigen Hörfunkangebote der neun Landesrundfunkanstalten. Das entspricht 53 % der deutschsprachigen Bevölkerung. Im Vergleich dazu, nutzen die kommerziellen Radioprogramme täglich 29,64 Mio. Menschen – das sind 42 %. Der Vorsprung der ARD-Sender auf die private Konkurrenz wächst weiter. Mit 3,80 Mio. Hörern täglich ist SWR 3 das meistgehörte Radioprogramm in Deutschland – gefolgt von WDR 2 (3,61 Mio.) und 1Live (3,37 Mio.). Unter den zehn erfolgreichsten Radioprogrammen in Deutschland sind neun Angebote der ARD zu finden.



Die exzellenten Informations- und Kulturwellen der ARD sind noch erfolgreicher als in den Jahren zuvor. Täglich schalten mehr als 6,58 Mio. Menschen mindestens ein Kultur- oder Informationsprogramm der ARD ein.

Wer ein Informationsprogramm der ARD einschaltet, weiß in kürzester Zeit, was in seiner Region, in Deutschland und der Welt passiert. Die regionale Verankerung ist integraler Bestandteil all dieser Programme. Sie tragen wesentlich zum politischen und gesellschaftlichen Diskurs in ihren Regionen bei. Dieses Profil macht es möglich, quer über alle Darstellungsformen und Ressorts hinweg regionale und länderspezifische Themen und Schwerpunkte zu setzen. Häufig macht dies gut die Hälfte der Berichterstattung aus. Besonderen Stellenwert nimmt dabei die Landespolitik in den Bundesländern ein. Ob Landtagsdebatten, Untersuchungsausschüsse, Kabinettsitzungen oder Parteitage. Die Informationsprogramme sind immer am Puls des landespolitischen Geschehens.



Ein besonderes Kriterium für die Gestaltung des gesamten Wortprogramms ist der Alltagsnutzwert für die Hörerinnen und Hörer. Dementsprechend orientieren sich auch die Ratgeber-sendungen an ihren Bedürfnissen, konsequent regional ausgerichtet.

Die ARD-Kulturradios sind konkurrenzlos, auch und gerade durch ihre starke Präsenz in den Regionen. Zum reichhaltigen kulturellen Angebot gehören neben Nachrichtensendungen Hörspiele, Features, Kulturberichterstattung, Bildungsprogramme, Gespräche, Reportagen, Essays, Kritiken und Tipps sowie klassische Musik unterschiedlichster Art, von Alter bis zu Neuer, von Geistlicher bis zu Kammermusik, von Sinfonie, Oper und Operette bis hin zum Jazz. Auch als Veranstalter oder Co-Financier von Konzerten, als Träger von Klangkörpern und als Partner von Kultureinrichtungen wirken die ARD-Anstalten durch ihre Ra-

dioprogramme nachhaltig. Als Kultur- und Medienpartner sind sie dabei selbst wesentlicher Teil des kulturellen Lebens in den jeweiligen Ländern und Regionen. Beispielhaft genannt sei das Projekt Literaturland Hessen, das alle zwei Jahre vom HR in Kooperation mit dem hessischen Kultusministerium durchgeführt wird.

Besonders verdient machen sich die Orchester aller Landesrundfunkanstalten um die medienpädagogische musikalische Früherziehung von Kindern und Jugendlichen in hunderten Projekten in Kindergärten und Schulen in allen Regionen Deutschlands. Ob das alljährliche groß angelegte musikalische „Education“-Projekt „Ein ARD-Konzert macht Schule“ oder die ab 2019 geplante Woche der Musik: Ziel ist es, bundesweit Schülerinnen und Schüler in crossmedialen Projekten zum Mitmachen und zu einer Stille und Konventionen durchbrechenden Beschäftigung mit Musik zu bewegen.



**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

Sehr beliebt sind die ARD-Hörfunkprogramme auch beim jungen Publikum, täglich nutzen etwa 5,85 Mio. der unter 30-Jährigen ein Angebot der ARD. Die jungen Programme sollen junge Menschen gleichermaßen unterhalten und informieren und dienen mit der jugendspezifischen Akzentuierung und Vermittlung allgemeiner gesellschaftlicher, sozialer und politischer Fragen einem gesamtgesellschaftlichen Interesse. Sie fördern durch Aktionen und spezielle Sendungen auch junge kreative Gruppen und Künstler, die außerhalb des internationalen Mainstreams agieren und zumeist regional verankert sind. Seit Herbst 2016 sind die Jugendprogramme Teil des Contentnetzwerks funk.

Die ARD kooperiert überall dort, wo sie dadurch effizienter werden und ihren Auftrag noch besser erfüllen kann. Die ARD Audiothek ist dafür ein hervorragendes Beispiel. Bei der ARD Audiothek, einer Koproduktion der öffentlich-rechtlichen Radiosender in Deutschland und von ARD.de steht die On-Demand-Nutzung im Vordergrund. Die ARD Audiothek bündelt hochwertige Wortinhalte aus allen Hörfunkprogrammen der ARD

und des Deutschlandradios und macht sie ganz einfach und jederzeit auf Abruf auf dem Smartphone zugänglich. Mit 340.000 Downloads seit dem Start Anfang November 2017 hat die App das ursprünglich avisierte Drei-Monatsziel von 50.000 Downloads um ein Vielfaches überboten.

Schließlich ist im Hörfunk traditionell auch die Beschäftigung mit dem Verkehrsfunk und mit der für die Verkehrssicherheit immer bedeutenderen Verkehrstelematik angesiedelt. Der ARD-Hörfunk versorgt mit seinen Verkehrsredaktionen mehr als 33 Mio. Navigationsgeräte in Deutschland mit aktuellen Verkehrsmeldungen und ist somit der größte Anbieter TMC-codierter Verkehrsmeldungen weltweit. Das bedeutet: Ein Großteil der Hersteller von Navigationsgeräten nutzt ARD-Informationen zur Darstellung des aktuellen Verkehrsgeschehens. Im Sommer 2017 hat die ARD zudem den Regelbetrieb des TPEG-Service gestartet. Das Übertragungsformat TPEG setzt auf die digitale Rundfunktechnik DAB+ und erlaubt noch präzisere Verkehrsinformationen.



PROGRAMMVIelfALT IM GANZEN BUNDESGBIET

Musik, Nachrichten, Kultur, Information, Regionales - hören und schauen Sie rein in das vielfaltige Angebot der ARD-Radiosender. Alle Sender finden Sie hier nach Sendegebiet geordnet im Überblick.

RADIO BREMEN
 Bremen Eins
 Bremen Zwei
 Bremen Vier
 Bremen Next

WESTDEUTSCHER RUNDFUNK
 1LIVE
 WDR 2
 WDR 3
 WDR 4
 WDR 5
 Cosmo*
 nur DAB+:
 1LIVE DIGGI
 KiRaKA**
 VERA

HESSISCHER RUNDFUNK
 hr1
 hr2-kultur
 hr3
 hr4
 hr-iNFO
 YOU FM

SAARLÄNDISCHER RUNDFUNK
 SR 1 Europawelle
 SR 2 KulturRadio
 SR 3 Saarlandwelle
 Unser Ding
 nur DAB+:
 antenne saar

SÜDWEST RUNDFUNK
 SWR1 Baden-Württemberg
 SWR1 Rheinland-Pfalz
 SWR2
 SWR3
 SWR4 Baden-Württemberg
 SWR4 Rheinland-Pfalz
 SWR Aktuell
 DASDING

NORDEUTSCHER RUNDFUNK
 NDR 90,3
 NDR 1 Niedersachsen
 NDR 1 Radio MV
 NDR 1 Welle Nord
 NDR 2
 NDR Kultur
 NDR Info
 N-JOY
 nur DAB+:
 NDR Info Spezial
 NDR Plus
 NDR Blue

RADIO BERLIN BRANDENBURG
 Antenne Brandenburg
 Fritz
 Inforadio
 radioeins
 kulturradio
 radioBerlin 88,8

MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK
 MDR SACHSEN
 MDR SACHSEN-ANHALT
 MDR THÜRINGEN
 MDR AKTUELL
 MDR KULTUR
 MDR JUMP
 MDR SPUTNIK
 nur DAB+:
 MDR KLASSIK
 MDR Schlagerwelt

BAYERISCHER RUNDFUNK
 nur DAB+
 PULS
 Bayern plus
 B5 plus
 BR Verkehr
 BR Heimat
 Bayern 1
 Bayern 2
 Bayern 3
 BR-KLASSIK
 B5 aktuell

* beteiligte Partneranstalten: RBB, Radio Bremen
 ** beteiligte Partneranstalten: Radio Bremen, SR

4.4 ONE



Innerhalb der ARD-Familie nimmt ONE die Rolle eines Fiktion- und Entertainment-Senders für die jüngere Zielgruppe der 29-49-Jährigen ein.

ONE ergänzt mit seinem Programmangebot und einer jungen, frischen Ansprache erfolgreich die ARD. Es bildet für die Zielgruppe der jüngeren Erwachsenen ein Bindeglied zwischen dem Jugendangebot funk und dem Ersten. Hierbei zielt die inhaltliche Ausrichtung auf die junge Mitte der Gesellschaft in der frühen Prime Time und auf die stilsicheren Trendsetter in der späten Prime Time. Dies geschieht mit einem vergleichsweise geringen Aufwand an finanziellen und personellen Mitteln.

Seit Mitte 2015 ist ONE mit deutlich geschärftem Profil auf Sendung und hat sich auf die Bereiche Serie, Film, Unterhaltung und Events spezialisiert. Neben Produktionen aus dem ARD-Verbund hat der Sender den Anteil eigener Inhalte in den letzten Jahren deutlich erhöht.

Fiktionale Serien gehören dabei zu den prägendsten und erfolgreichsten Inhalten des Senders.



Der inhaltliche Schwerpunkt liegt hierbei auf den bei der jüngeren Zielgruppe besonders attraktiven Farben „Science-Fiction und Mystery“ sowie der unterhaltsamen Fiktion. ONE hat deshalb umfangreich intelligente und anspruchsvolle Serien mit unterhaltendem Fokus exklusiv für die deutschen ZuschauerInnen lizenziert. In der Regel wurden diese deutsch synchronisiert. Im Hinblick auf eine junge fremdsprachenaffine Zielgruppe werden aber einige auch zusätzlich im Originalton oder mit deutschen Untertiteln ausgestrahlt.

Daneben bietet ONE eine Auswahl an modernen Spielfilmen, die von gesellschaftlich-relevanten Themen bis hin zu sogenannten „feel-good“-US-Produktionen reichen.

INFO

Federführende Anstalt:	WDR
Sitz:	Köln
Gründungsjahr:	1997
Kernkompetenz:	Spezialisierung auf Bereiche hochwertige Fiktion, Unterhaltung, Event.
Zielgruppe:	29 bis 49-Jährige



Im Bereich der Unterhaltung setzt ONE besonders auf Comedy. Neben den bekannten deutschen Formaten der Landesrundfunkanstalten wird für ONE seit Jahren „NightWash“ produziert. Seit neuestem kommt noch das Comedy-Gossip-Magazin „Shuffle“ mit der Comedian Lena Liebkind dazu. Zusätzlich hat ONE international bekannte Comedy-Produktionen wie z. B. „Little Britain“ und „Bösterreich“ lizenziert.




In enger Vernetzung mit dem Ersten bietet ONE seiner treuen Zuschauerschaft auch Live-Events. Beispielhaft genannt sei hier die umfangreiche Übertragung zum Eurovision Song Contest der EBU mit den beiden Semi-Finalen und dem Finale; jeweils angereichert um Social-Media Content. Ergänzend zu der Sport-Liveberichterstattung des Ersten überträgt ONE internationale Sport-Ereignisse wie die Tour de France, die Eiskunstlauf-Europameisterschaften und -Weltmeisterschaften und Teile der Fußball-Weltmeisterschaft 2018.

Insgesamt bietet ONE mit seinen Programmen und den digitalen Inhalten innerhalb der ARD ein eigenständiges, ausdrucksstarkes Angebot.

LEITUNG

Helfried Spitra

ONLINE-AUFTRITTE

-  One.ARD.de
-  einsfuereuch
-  one_ard
-  one_ard

4.5 ARD-ALPHA



ARD-ALPHA – DER EINZIGE UND EINZIGARTIGE BILDUNGSKANAL IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

In einer Welt, die immer näher zusammenrückt und komplexer wird, in einer Zeit, in der sich alles rasend schnell verändert und in der alles möglich zu sein scheint, braucht es Orientierung, Diskurs, Anregung, Hintergrundinformation, Struktur. ARD-alpha, der einzige und einzigartige Bildungskanal im deutschsprachigen Raum sondiert die Lage, erklärt das Neue, lotet Standpunkte aus, ordnet ein und schafft die Grundlage zur Auseinandersetzung des Menschen mit sich selbst, der Welt, dem Universum.

DIE WELT VERSTEHEN – MIT ARD-ALPHA.

Das vielfältige Programm von ARD-alpha vereint und kuratiert die besten Wissens- und Wissenschaftsformate der ARD-Familie, von 3sat, ARTE und der Deutschen Welle – und das nicht nur für Erwachsene. Auch der Nachwuchs kommt nicht zu kurz und bekommt zielgruppengerechte Wissensvermittlung am Nachmittag in alpha-kids.



Neben Dokumentationen zu relevanten Themen aus Wissenschaft, Kultur- und Gesellschaftspolitik – zusammengefasst in Themenabenden oder Themenschwerpunkten und inhaltlich unterfüttert durch vertiefende Gespräche und Diskussionsrunden – bietet ARD-alpha auch dem Auge eine ganze Menge:

Dokumentationen und Features zum Hingucken und Genießen vermitteln Kenntnisse über Länder, Menschen und Kulturen. Zur Primetime, direkt nach der Tagesschau geht es auf eine filmische Reise durch Deutschland oder nach draußen in die Welt, mit Länder-, Landschafts- und Menschenporträts, mit Kultur und Tier-Dokus. Auch Expeditionen von Universitäten finden auf dieser Schiene ihren Platz.

Wissens-, Wissenschafts- und Bildungsthemen unterhaltsam, mit Humor und Sachverstand erklären oder Spitzenforschung erlebbar machen – das obliegt Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen aus allen Themenbereichen in der täglichen Reihe alpha-wissen kompakt. Wissen kompakt weckt die kindliche Neugierde und befriedigt das Staunen und Wissen-Wollen im Erwachsenen.

INFO

Federführende Anstalt: BR
Sitz: München
Gründungsjahr: 1998
Kernkompetenz: Bildungskanal
Zielgruppe:
An Wissenschafts- und Bildungsthemen interessierte Menschen zwischen 14 und 59 Jahren.



Einblicke in politische Strukturen, Wirtschaft und Gesellschaft zu vermitteln und dadurch Teilhabe am politischen Geschehen zu ermöglichen ist ein zentrales Anliegen von ARD-alpha. Begriffe, die täglich in den Nachrichten vorkommen – wer versteht sie wirklich? alpha-demokratie hinterfragt, erklärt, kratzt nicht an der Oberfläche, sondern geht in die Tiefe. alpha-demokratie befasst sich mit den zentralen Fragen und Entwicklungen unserer Demokratie in einer unruhigen Welt – über die Aktualität hinaus.

Studierenden, Lehrenden und Forschenden sowie allen Menschen, die sich für die Hochschulszene interessieren – ihnen allen sei die Programmfarbe alpha-campus empfohlen. Anders als in der Politik haben Bürgerinnen und Bürger wenig Möglichkeiten, sich in Wissenschaftsdebatten einzuschalten und an den Ergebnissen von Forschung teilzuhaben. Dieser Aufgabe stellt sich alpha-campus: Die Sendereihe entsteht in enger Zusammenarbeit und Partnerschaft mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen.

Unterhaltsam Sprachen lernen lässt es sich bei ARD-alpha übrigens mit schrägen Kultserien in der Originalfassung – oder mit Nachrichten in englischer Sprache – oder mit dem malenden Philosophen Bob Ross, der täglich gegen Mitternacht das vielfältige Tagesprogramm von ARD-alpha beschließt und den Weg frei macht für die Space-Night.



LEITUNG

Andreas Bönte

ONLINE-AUFTRITTE

 ARD-alpha.de

4.6 TAGESSCHAU24

tagesschau24 ist der Informationskanal innerhalb der ARD-Senderfamilie. Er liefert aktuelle Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft in gewohnter „Tagesschau“-Qualität. Informative Magazine, Talkshows sowie Reportagen und Dokumentationen aus dem Ersten bzw. den Dritten Programmen komplettieren das Angebot. Damit trägt tagesschau24 maßgeblich zum öffentlich-rechtlichen Kernauftrag bei, denn kein kommerzielles, aber auch kein anderes öffentlich-rechtliches Programm sendet so konsequent und umfangreich aktuelle Informationen.

Tagsüber stehen dabei kontinuierlich aktualisierte Nachrichten ergänzt durch vertiefende Informationen zu den Top-Themen des Tages im Mittelpunkt. Damit kommt der Sender dem Wunsch der Zuschauerinnen und Zuschauer nach Orientierung in der komplexen Nachrichtenwelt nach. So finden in der Stundenuhr von tagesschau24 neben den „Tagesschau“-Nachrichten auch Schwerpunkte ihren Platz:



monothematische Flächen mit Beiträgen, Erklär-Grafiken sowie Gespräche mit Fachjournalistinnen und -journalisten, Expertinnen und Experten oder Vertreterinnen und Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen.

Auch in der Wirtschaftsberichterstattung bietet tagesschau24 den Zuschauerinnen und Zuschauern eine tiefgründige Berichterstattung. So liefert das von der NDR Fachredaktion gestaltete Wirtschafts- und Verbraucherressort nicht nur aktuelle Meldungen aus der Finanzwelt, sondern fragt nach, erklärt und bereitet die oft sperrigen Informationen verständlich auf. Hier kooperiert tagesschau24 auch mit der Wirtschaftsredaktion der Hörfunkwelle NDR Info, deren Kolleginnen und Kollegen regelmäßig zu verschiedenen Themen geschaltet werden. Der Bereich Sport spielt auf tagesschau24 ebenfalls eine wichtige Rolle – stündlich in einem moderierten Ressort. Für die ebenso unterhaltsamen wie informativen Farbtupfer sorgen die weiteren Ressorts Kultur, Medien, Kino sowie die interkulturelle Rubrik „Puzzle“. Darüber hinaus gewährleistet tagesschau24, dass die ARD in so genannten „Breaking-News“-Situationen jederzeit in der Lage ist, Sonder-sendungen zu produzieren. So verlässt tages-

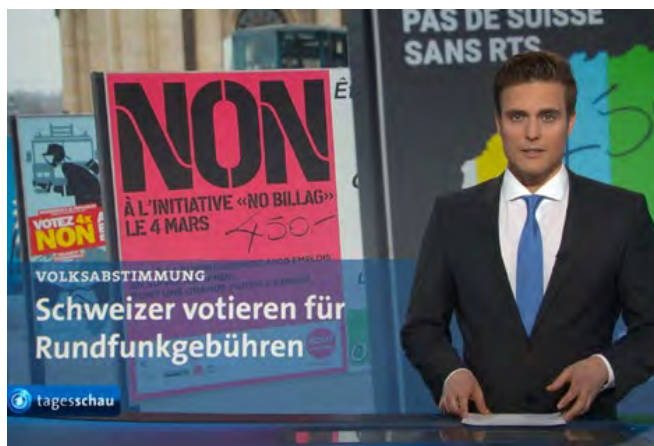
INFO

Federführende Anstalt:	NDR
Sitz:	Hamburg
Gründungsjahr:	1997 (einsextra) 2012 Umbenennung in tagesschau24
Kernkompetenz:	Nachrichten und Information
Zielgruppe:	Alle Zuschauerinnen und Zuschauer unabhän- gig von Alter, Einkommen und Wohnort



schau24 bei außergewöhnlichen Nachrichtenlagen sein Sendeschema und berichtet über längere Strecken monothematisch. Das gilt insbesondere für Ereignisse, die die Schwelle für einen Formatbruch im Ersten unterschreiten. Beispiel hierfür waren etwa der Tod von Hans-Dietrich Genscher im März 2016 oder die Ankündigung von US-Präsident Trump zum Ausstieg aus dem Pariser Klimavertrag im Juni 2017. Für den Fall, dass es im Ersten Sondersendungen geben sollte, stellt tagesschau24 sicher, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer schon vor Beginn dieser Sendung mit Informationen versorgt werden. Seit der Umstellung des Programmschemas auf vertiefende Informationen im Mai 2016 konnte der Nachrichtenkanal seine Reichweite steigern. Tagesschau24 erreicht am Tag mehr als zwei Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer. Neben dem Regelprogramm setzt tagesschau24 immer wieder monothematische Programmschwerpunkte. So etwa in der zweistündigen Rubrik „Das Thema“, die am Samstag- und Sonntagabend ausgestrahlt wird. Im Jahr 2017 produzierte tagesschau24 darüber hinaus die dreiteilige Reihe „Moscheereport“ mit Constantin Schreiber. Ziel dieser Sendung war es, die Vielfalt muslimischen Lebens in Deutschland abzubilden und zu erklären, ohne kontroverse Debatten auszusparen. Tagesschau24 will auch 2018 die Reihe mit drei weiteren Folgen fortsetzen.

tagesschau24 ist aber auch Innovationsträger sowohl im technischen Bereich als auch in der Entwicklung neuer redaktioneller Informationsformate. Ziel ist dabei Crossmedialität. So entstand in Kooperation mit dem NDR die Sendung „Gut



zu wissen“, die den Zuschauerinnen und Zuschauern komplexe Themen aus Wissenschaft und Forschung nahebringt. Im Rahmen dieser Kooperation wurde auch ein neues Erklär-Format entwickelt, das nicht nur im linearen Programm, sondern auch in den Sozialen Netzwerken ausgespielt wird. Um dem veränderten mobilen Nutzungsverhalten und der gestiegenen Nachfrage nach non-linearen Angeboten Rechnung zu tragen, stellt tagesschau24 seine Inhalte auch im Livestream, On-Demand-Angebot und auf anderen non-linearen Plattformen zur Verfügung. Außerdem ist tagesschau24 eine wichtige Basis für das Videoangebot von tagesschau.de und für die „Tagesschau“-App.

LEITUNG

Andreas Lützkendorf
(Chefredaktion ARD-aktuell)

ONLINE-AUFTRITTE

 programm.tagesschau24.de

4.7 KiKA



KiKA ist der beliebteste Kindersender, das bestätigte das Marktforschungsinstitut iconkids & youth 2016 und 2017. Das Jahr 2016 schloß der Kinderkanal von ARD und ZDF mit einem Marktanteil von 18,7% und 2017 von 18,3% bei den Drei- bis 13-Jährigen ab. Nummer eins ist KiKA bei den Vorschulkindern mit einem Marktanteil von 29,3% (2016) und 26,3% (2017).



VOM TV- ZUM CONTENT-ANBIETER

Nach einer umfangreichen Struktur- und Prozessanalyse 2015 und auf Basis unternehmensstrategischer Überlegungen wurde eine Neustrukturierung am Standort Erfurt erforderlich, die KiKA als zukunftsfähiges Medienunternehmen ausrichtet. 2017 wurde die neue Struktur realisiert. Im Dezember 2016 wurde zudem das neue KiKA-Telemedienkonzept genehmigt. Damit wurde die Entwicklung neuer netzspezifischer Angebotsformen und die Anpassung der Angebote an veränderte Nutzungsgewohnheiten eröffnet. Zahlreiche Angebote wurden einem Relaunch unterzogen und damit zeitgemäß aufge-

stellt. Außerdem wurde eine KiKANiNCHEN-App freigeschaltet, die sich als medienpädagogisches Spielzeug für Vorschulkinder versteht.

20 JAHRE KiKA

Inhaltlich war 2017 geprägt vom 20. Geburtstag des Senders. „KiKA sind wir“ war der Leitgedanke für alle Aktionen, die die öffentlich-rechtliche Gemeinschaftsarbeit für den Kindersender kennzeichneten. Unter anderem boten kurze, unterhaltsame „KiKA sind wir“-Videos einen Blick in die Kulissen. In einer Wunschfilmaktion wurde das Thema „Geburtstag“ im TV-Programm aufgegriffen. Events wie bspw. das „Timster“-Filmcamp, bei dem eine Serie für Kinder von Kindern entstand, rundeten die Aktivitäten ab.



INFO

Federführende Anstalt:	MDR
Sitz:	Erfurt
Gründungsjahr:	1996
Kernkompetenz:	KiKA steht für Information, Bildung, Beratung u. Unterhaltung für Kinder. KiKA fördert die Entwicklung eines vernünftigen Umgangs mit dem Medium Fernsehen.
Zielgruppe:	Kinder, 3 bis 13 Jahre

PROGRAMMHIGHLIGHTS

Jedes Jahr nimmt sich KiKA besonderer gesellschaftlich relevanter Themen unter dem Label „Respekt für meine Rechte“ an. 2016 stand das Thema Umweltschutz im Fokus und wurde zum bislang erfolgreichsten Themenschwerpunkt des Senders. 2017 widmete sich KiKA der kulturellen Vielfalt. Wie immer wurde umfangreiches sen-



dungsbegleitendes Unterrichtsmaterial zur Verfügung gestellt. Auch aktuelle Ereignisse finden sich im KiKA-Angebot: Bpw. 2016 der Themenkomplex „Flucht und Integration“ oder in Sondersendungen der Kinder-Nachrichten „logo!“ (ZDF) die Anschläge von Paris und Berlin. Begleitet wurden darüber hinaus die US-Wahl 2016, die Bundestagswahl 2017 und das Reformationsjubiläum.

PREMIEREN

KiKA steht für frische, vielfältige und innovative Angebote für Kinder. Die jüngsten Zuschauer machten 2016 erstmals Bekanntschaft mit der Kirchenmaus „Tilda Apfelkern“ (MDR). Wann immer sie gebraucht wird, ist sie mit Rat und Tat bereit zu helfen. So wie das crossmediale Lebenshilfe-Magazin „KUMMERKASTEN“ (KiKA), das in einem E-Mail-Portal auch unmittelbare professionelle Hilfe in Zusammenarbeit mit der Telefonseelsorge (Diakonisches Werk Berlin-Brandenburg-schlesische Oberlausitz) bietet. Die Geschichten von „1001 Nacht“ sind die Basis für die Animationsserie „Sherazade“ (rbb), die 2017 ebenso Premiere feierte wie eine Neuadaption der Realserie „Eine lausige Hexe“ (ZDF) und der als CGI-Figur wiedergeborene „Beutolomäus“ (KiKA). Für Vorschüler wurden zwei Doku-Reihen

entwickelt. In „Felix macht Ferien“ (KiKA) steht die Enkel/Großeltern-Beziehung im Vordergrund. Im öffentlich-rechtlichen Gemeinschaftsprojekt „ICH bin ICH“ (hr, KiKA, rbb, WDR, ZDF) erzählen die jungen Protagonisten selbst aus ihrem Alltag. Die von Medienkritikern hochgelobte fiktionale Serie „5VOR12“ (BR) erzählt von straffällig gewordenen Jugendlichen, die die Chance bekommen, statt eines Aufenthalts im Gefängnis an einem Erziehungsprojekt teilzunehmen.

LEITUNG

Dr. Astrid Plenk, Programmgeschäftsführerin

ONLINE-AUFTRITTE

 kika.de

 /KiKAfuerdich

4.8 FUNK



Seit dem 1. Oktober 2016 gibt es funk, das Content-Netzwerk von ARD und ZDF. funk ist mit dem Auftrag gestartet, 14- bis 29-Jährige mit öffentlich-rechtlichen Inhalten im Internet zu erreichen. Das funktioniert natürlich nicht mit einem einheitlichen Angebot für alle, denn eine 14-jährige Schülerin sucht im Netz nach anderen Dingen als ein 29-jähriger Berufstätiger. Deswegen produziert funk unterschiedliche Formate für unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Interessen. funk sieht also für jede Nutzerin und jeden Nutzer anders aus. Die Inhalte von funk werden in erster Linie über Drittplattformen ausgespielt, man findet funk-Kanäle auf YouTube, Facebook, Instagram und Snapchat – da, wo die Zielgruppe unterwegs ist. Alle funk-Inhalte sind auch in einem unabhängigen Player auf der eigenen Plattform, www.funk.net, abrufbar.

Gestartet ist funk zunächst mit 40 Formaten. Innerhalb eines Jahres ist das Angebotsportfolio dann auf über 60 Formate gewachsen, die sich in die Bereiche Information/Orientierung und Unterhaltung aufteilen. funk probiert ständig Neues aus, Innovation ist Teil der funk-Philosophie. Das Content-Netzwerk fördert junge Kreative, die noch ganz am Anfang stehen, und baut so neue Talente auf, die die Webvideo-Szene nachhaltig bereichern. Zusätzlich arbeitet funk auch mit erfahrenen Inhalteproduzenten zusammen und unterstützt sie, sich auf ihrem Weg weiterzuentwickeln.

Das Publikum nimmt bei funk einen zentralen Stellenwert ein. Um herauszufinden, was sich 14- bis 29-Jährige wünschen, welche Themen sie bewegen und wie sie Medien nutzen, leitet funk nicht nur wertvolle Rückschlüsse aus Datenanalysen ab. Die Programmacher suchen in Workshops auch den direkten Kontakt zum Publikum und beziehen es direkt in die Formatentwicklung ein. Außerdem wird jedes funk-Format nach seiner Veröffentlichung unter Einbindung des Publikums konsequent weiterentwickelt.

Die wertvollen Erfahrungen, die funk hinsichtlich Datenanalyse, Formatentwicklung oder auch neuer Bürokonzepte macht, werden in die Mutterhäuser von ARD und ZDF weitergetragen, so dass das ganze System von ARD und ZDF nachhaltig davon profitieren kann.

INFO

Federführende Anstalt:	SWR
Sitz:	Mainz
Gründungsjahr:	2016
Kernkompetenz:	Webvideos
Zielgruppe:	14- bis 29-Jährige

ARD[®]

Seit seinem Start bis Ende 2017 generierten alle funk-Formate 437 Mio. Views auf YouTube und 170 Mio. Views auf Facebook. Bundesweit für Gesprächsstoff sorgte etwa das Youtube-Video von „offen un’ ehrlich“ (SR) über den deutschen Youtube-Star Bibi mit knapp 3,5 Mio. Aufrufen. Die YouTube-Kanäle von funk konnten Ende 2017 etwa 6 Mio. Abonnements verzeichnen, die funk-Seiten auf Facebook kamen auf 1,1 Mio. Likes. Eine Studie, die die SWR-Medienforschung im Herbst 2017 durchgeführt hat, zeigt: Ein Viertel der 14- bis 29-Jährigen kennen das Angebot von funk, insgesamt 45 % kennen funk oder mindestens eines der funk-Formate.


LEITUNG

Florian Hager

ONLINE-AUFTRITTE

 funk.net

 /funk

 /funkofficial

4.9 ARTE



DER EUROPÄISCHE KULTURKANAL ARTE

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

2016

2016 war die Reichweitenbilanz von ARTE positiv und erreichte in Frankreich einen Jahresschnitt von 2,3% Marktanteil (MA). Deutschland blieb stabil auf 1% MA.

Der „Summer of Scandals“ erreichte im Schnitt mit guten 1,3% MA seine Zuschauer. Aus Anlass



des 500. Jahrestages der Reformation widmete sich ARTE mit der 6-teiligen Dokumentationsreihe „Der Luther Code“ dem vielfältigen Erbe der Reformation. Auch dokumentarische Langformate in der Primetime erwiesen sich als sehr erfolgreich, so z. B. „Delfinbabys in der Shark Bay“, „Die Odyssee der einsamen Wölfe“, „Zugvögel“ oder „Königliche Pferde“. Ebenso ist es gelungen, mit starken Dienstagsthemenabenden die journalistische Kompetenz des Senders stärker nach vorne zu stellen. Beim Online-Angebot sorgte der Aufbau von thematischen Playlists dafür, dass monatlich im Schnitt 26,9 Mio. Videos auf allen Verbreitungswegen abgerufen wurden.

Mit dem Live-Streaming der großen Rock-/Pop-Sommerfestivals setzte ARTE Concert starke Akzente. Auch die anderen thematischen Plattformen konnten ihre Reichweite steigern. Die Webserie „Streetphilosophy“ wurde mit einem Grimme Preis ausgezeichnet.

2017

ARTE feierte sein 25-jähriges Bestehen. Die Marktanteile stiegen in Deutschland und erreichten im Jahresschnitt 1,1%, in Frankreich 2,2%. Im März startete eine der wichtigsten gemeinsa-

INFO

Federführende Anstalt: SWR
Sitz: Baden-Baden
Gründungsjahr: 1991
Kernkompetenz:

Der europäische Kulturkanal ARTE fördert den Dialog, das Verständnis und die Annäherung der Menschen in Europa. ARTE steht für kulturelle Vielfalt und Mehrsprachigkeit, spürt Talente und Trends auf, unterstützt die kreative Szene und pflegt Europas Kulturerbe.
Zielgruppe: Ab 3 Jahren



men Programminitiativen von ARD und ZDF der letzten Jahre. Das neue 30-minütige Reportagemagazin „Re:“ wird seither werktäglich direkt nach den ARTE Hauptnachrichten ausgestrahlt, ergänzt durch umfangreiches Angebot in den Sozialen Medien. Ziel der Reportagen ist es, die relevanten Themen Europas unaufgeregt, aber gründlich und am konkreten Beispiel zu erörtern. Mit der Entwicklung des „Grand Accord doc“ wurde ein Anreiz geschaffen, binationale Koproduktionen zwischen Deutschland und Frankreich im dokumentarischen Bereich zu intensivieren.

Der „Summer of Fish 'n' Chips“ über die britische Popkultur war auf deutscher Seite besonders erfolgreich. Der Themenabend über den Putschversuch in der Türkei, die Oscar-prämierte Docu-Fiction-Serie über O.J. Simpson sowie die 9-teilige Serie von Ken Burns über den Vietnamkrieg setzten weitere öffentlich beachtete Akzente.

2017 kam es zu einer Neuauflage der digitalen Strategie. Die Mediathek wurde ins Zentrum des Digitalangebots gerückt, aus- und umgebaut. Die Inhalte der einzelnen Plattformen wurden neu rubriziert und in die Mediathek integriert. Playlisten erleichtern es den Nutzern, thematisch verwandte Angebote zu finden. Ebenso wurden einheitliche






Navigationsstrukturen für alle Ausspielwege geschaffen.

Mit dem Angebot ARTE Europe werden ausgewählte Programme (ca. 600 Stunden pro Jahr) untertitelt in Englisch, Spanisch, Polnisch und ab Mitte 2018 auch in Italienisch online angeboten. 70% der Europäer werden mit diesem Angebot in ihrer Muttersprache erreicht. Das Projekt wird zur Förderung der mehrsprachigen Verbreitung hochwertiger Programme von der EU kofinanziert.

LEITUNG

Dr. Markus Nievelstein, ARD-Koordination
Wolfgang Bergmann, ZDF-Koordination

ONLINE-AUFTRITTE

-  arte.de
-  [/artede](https://www.facebook.com/artede)
-  [/arte.tv](https://www.instagram.com/artede)
-  [/ARTEde](https://twitter.com/ARTEde)
-  [/ARTEde](https://www.youtube.com/ARTEde)

4.10 PHOENIX



Der Ereignis- und Dokumentationskanal von ARD und ZDF feierte im Jahr 2017 sein 20-jähriges Bestehen. Seit Anbeginn legt PHOENIX getreu dem Sendermotto „Das ganze Bild“ den Schwerpunkt auf eine besonders ausführliche, analytische und differenzierte Berichterstattung. Dafür werden bei der Programmgestaltung Live-Ereignisberichterstattungen eng mit Dokumentationen, Gesprächssendungen und Angeboten der Digitalen Medien verzahnt. Der Programmauftrag umfasst ausdrücklich die authentische Abbildung der Arbeit der politischen Institutionen und demokratischer Prozesse. So zählen Übertragungen der Sitzungen des Deutschen Bundestages, des Bundesrates, der Landtage sowie von Parteitagen zum journalistischen Kernauftrag.

Ein weiterer programmlicher Schwerpunkt liegt stets auf der Europapolitik. Angesichts der politischen Herausforderungen in Europa durch die Flüchtlingsfrage, die Eurokrise, den Brexit und den zunehmenden Populismus hat PHOENIX seine Berichterstattung zu europäischen Themen noch ausgeweitet. So werden nicht nur

Sitzungen des EU-Parlamentes und anderer ausländischer Volksvertretungen im Programm umfassend abgebildet. Zusätzlich wurde ein Jahres-schwerpunkt „Europa in der Krise“ konzipiert.

2017 war ein überaus ereignisreiches Jahr, insbesondere dominierten die zahlreichen Wahlen das Programm, wie die Bundestagswahl, die Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, die Bundespräsidentenwahl, die Präsidentschafts- und Parlamentswahlen in Frankreich, die Parlamentswahlen in den Niederlanden, die vorgezogene Wahl zum britischen Unterhaus und die Parlamentswahl in Österreich. Außerdem wurde über die zahlreichen terroristischen Anschläge informiert.

Über die Bundestagswahl inklusive Wahlkampf berichtete der Bonner Spartensender in einem Umfang von über 190 Stunden. Weitere Großereignisse waren der G20-Gipfel in Hamburg (über 67 Stunden) und die Weltklimakonferenz in Bonn (34 Stunden), über die PHOENIX mit diversen Programmanstrengungen so umfassend wie kein anderer Sender informierte.

Hierfür stand dem Sender 2017 insgesamt ein Budget von rund 34,2 Mio. Euro zur Verfügung. Für 2016 wurde als Finanzierungsbeitrag der Anstalten eine Umlage von 30,0 Mio. Euro gezahlt.

Zudem baute PHOENIX sein Angebot zur Barrierefreiheit aus. Bereits seit Sendebeginn werden die Nachrichtensendungen „Tagesschau“ sowie das „heute-journal“ für gehörlose und hörbewinderte Menschen simultan von Gebärdendolmetschern übersetzt. Ab dem 3. Quartal 2017

INFO

Federführende Anstalt: WDR / ZDF
Sitz: Bonn
Gründungsjahr: 1997
Kernkompetenz: Information
Zielgruppe:
Zuschauer mit Interesse an fundierten,
vertiefenden Informationen

ARD[®]

wurde zusätzlich damit begonnen, nach und nach Bundestags-, Bundesratsübertragungen und Gesprächssendungen mit über Videotext zuschaltbaren Untertiteln für Hörgeschädigte auszustrahlen.

Die Zuschauerakzeptanz lag im Jahr 2017 bei durchschnittlich 1,1% Marktanteil. Das Durchschnittsalter der Zuschauer betrug 60 Jahre.

Generell liefert PHOENIX den Zuschauern viel Information, Orientierung, Transparenz und Teilhabe – bei vergleichsweise geringer Personal- und Finanzausstattung. Dieses Programmkonzept erscheint gerade in Zeiten von zunehmendem Populismus und Meinungsmache in den Sozialen Netzwerken wichtiger denn je.

So wird PHOENIX als erfolgreiche Kooperation von ARD und ZDF seinem traditionellen Programmauftrag und seinem Senderkonzept auch in Zukunft treu bleiben – und dadurch die Glaubwürdigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stärken.


LEITUNG

Dr. Helge Fuhst (WDR)

Michaela Kolster (ZDF)

ONLINE-AUFTRITTE

 phoenix.de

 /Phoenix

 /phoenix_de

 /phoenix

4.11 3SAT



Kultur, Wissenschaft und Bildung sind die Schwerpunkte des 3sat-Programms, das gemeinschaftlich von ZDF, ARD, ORF und SRG produziert wird – und das mit wachsendem Erfolg: 2017 erreichte 3sat mit einem Jahresmarktanteil von 1,3 % so viele Zuschauer wie nie zuvor.

Erfolgreiche Schwerpunkte der vergangenen Jahre waren die Themenwoche „Kriegsgeschichten“ 2013, die Jubiläumsprogrammierung anlässlich des 30. Geburtstages von 3sat im Jahr 2014 mit den Thementagen „Bühnenwelten“, „Welt der Wissenschaft“ oder „Lebenswelten“. 3sat würdigte zudem 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 mit umfassenden Programmschwerpunkten.

3sat bietet den Zuschauern Kultur in allen Facetten, tagesaktuell oder abbildend, ob Literatur, Film, Kunst, Kabarett, Architektur oder Musik. 2017 zog das werktägliche 3sat-Magazin



„Kulturzeit“ nicht nur in ein neues Studio, es berichten auch drei neue Moderatoren – aus der Schweiz, Österreich und Deutschland – über Kultur und Gesellschaft. Als Medienpartner begleitete 3sat 2017 die „documenta 14“. Mit der Reihe „Wahnsinnswerke“ präsentiert 3sat seit 2017 ein neues Format, in dem Klassiker der Theaterliteratur vorgestellt werden (2017: Folgen zu „Faust“ und „Die Räuber“, 2018: „Medea“ und „Nora“). Weitere Highlights waren Berichterstattungen von den beiden Buchmessen in Leipzig und Frankfurt in „Buchzeit extra“ sowie über die Internationalen Filmfestspiele Berlin, die Übertragung der 41. Tage der deutschsprachigen Literatur in Klagenfurt, und die Verleihung des „Bayerischen Fernsehpreises“. Darüber hinaus bot 3sat Themenschwerpunkte zu Frauenrechten, Erfolgsdruck in der Gesellschaft, Zukunftsvisionen, Angst sowie – anlässlich der deutschen und österreichischen Wahlen 2017 – zum Zustand der Demokratie. 2018 zeigt 3sat im Rahmen des „Festspielsommers“ unter anderem das Konzert von Jonas Kaufmann in der Berliner Waldbühne, eine Übertragung von den Salzburger Festspielen und der Balletts de Monte Carlo mit Choreografien von Nacho Duato und Joseph Hernandez.

INFO

Federführende Anstalt: ZDF
 Sitz: Mainz
 Gründungsjahr: 1984
 (1993 Beitritt der ARD)
 Kernkompetenz: Kultur, Wissenschaft
 und Bildung
 Zielgruppe:
 Zuschauer aus Deutschland, Österreich und
 der Schweiz, die Interesse an kulturellen
 und wissenschaftlichen Themen haben



Neben der Kultur ist die Wissenschaft die zweite tragende Säule des 3sat-Programms. Mit dem werktäglichen Magazin „nano“ und dem „3sat-Wissenschaftsdonnerstag“ vermittelt 3sat komplexe Inhalte. In zwei Spezial-Ausgaben berichtete „nano“ von der UN-Klimakonferenz in Bonn im November 2017. Im November 2018 findet in Katowitz die 24. UN-Klimakonferenz statt und „nano“ wird seine bewährte Spezial-Berichterstattung vor Ort fortsetzen. Auch 500 Jahre Reformation spielten im 3sat-Programm eine Rolle. Rund um den Reformationstag begab sich 3sat auf die Spuren Martin Luthers mit Erstaustrahlungen von Dokumentationen und dem Thementag „Glaube. Kriege. Hoffnung.“ Mit der Reihe „Ab 18!“ präsentiert 3sat seit 2013 kreative Dokumentarfilme, die in die Erlebnis- und Gefühlswelt junger Erwachsener eintauchen. Der 3sat-Onlineauftritt wird im Jahr 2018 nicht nur technisch – auch inhaltlich modernisiert. Im Jahr 2019 wird 3sat anlässlich des 70-jährigen Gedenkens an die Gründung der Bundesrepublik Deutschland eine Filmreihe mit ausgewählten Filmen aus der BRD und der DDR zeigen. Zum 500. Todestag von Leonardo da Vinci und 550. Geburtstag Niccolò Machiavellis wird 3sat mit einem Programmschwerpunkt „Renaissance“ sein Profil schärfen. Auch das 100-jährige Bauhaus-Jubiläum wird im Programm ausführlich gewürdigt, zudem wird 3sat im Jahr 2019 seinen 35. Geburtstag feiern.



LEITUNG

ZDF / ARD / ORF / SRG

ONLINE-AUFTRITTE

-  3sat.de
-  /3sat.de
-  /3sat
-  /3sat

4.12 ARD.DE

ARD.de[®]

Die fünf gemeinsamen Telemedienangebote der ARD-Landesrundfunkanstalten basieren auf einer arbeitsteiligen Redaktionsgemeinschaft.

So sind die Angebote

- ARD.de (mit ARD Mediathek)
- tagesschau.de
- sportschau.de
- boerse.ARD.de
- DasErste.de

im digitalen Portal ARD Online zusammenfasst. ARD.de übernimmt dabei die Rolle der koordinierenden Einheit in grundsätzlichen Fragen, bei technischen Standards und in der redaktionellen Abstimmung zwischen den Angeboten.

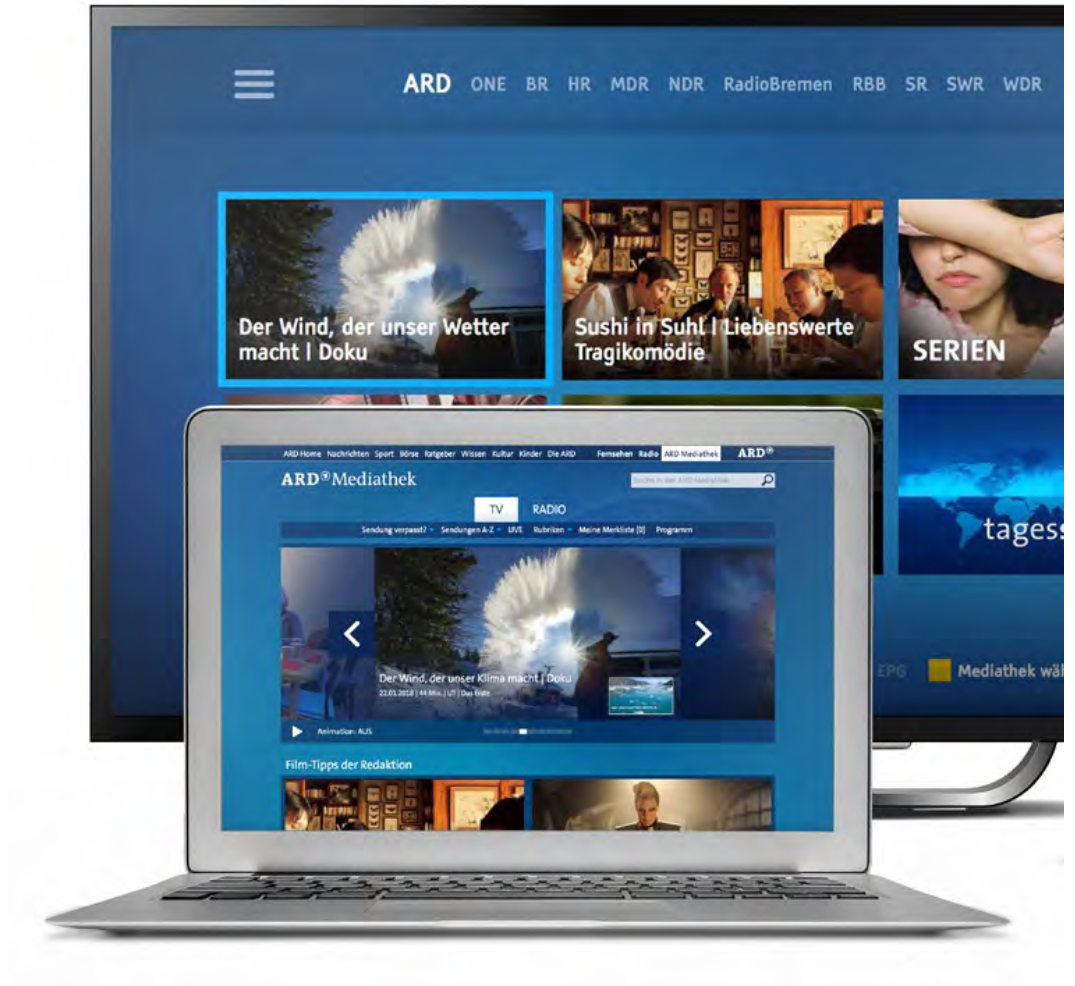
Über das Dachportal ARD.de können sich die Nutzer thematisch die gesamte Inthaltevielfalt der ARD erschließen. ARD.de mit der ARD Mediathek bietet den Einstieg in Themenrubriken und bündelt redaktionell Zugänge zu allen Telemedien der ARD. Die ARD Mediathek integriert die Livestreams der Fernseh- und Radioprogramme sowie TV- und Radiosendungen auf Abruf aus der gesamten ARD zentral in einem Player.



ARD.de und die ARD Mediathek sind auf unterschiedlichen Wegen erreichbar: browserbasiert für alle Endgerätetypen, als mobile App für unterwegs und als TV-App für SmartTV-Plattformen. Die Nutzer können so entscheiden, wann und wo sie die Inhalte der ARD nutzen wollen. Für die Nutzung auf SmartTV-Geräten versammelt die ARD Mediathek die Angebote aller Landesrundfunkanstalten in einer gemeinsamen Anwendung. Die Redaktion von ARD.de informiert in sozialen Medien wie Facebook und Twitter über die Angebote der ARD und kommuniziert dort täglich mit den Nutzern.

INFO

Federführende Anstalt:	SWR
Sitz:	Mainz
Gründungsjahr:	2003
Kernkompetenz:	Telemedienangebote
Zielgruppe:	Alle Beitragszahler



LEITUNG

Benjamin Fischer
Thomas Laufersweiler

ONLINE-AUFTRITTE

-  ARD.de
-  /ARD
-  /ardmediathek
-  /ardde
-  /ARD

4.13 TAGESSCHAU.DE



Aktuelle Nachrichten rund um die Uhr und überall, zuverlässige und objektive Informationen über das Weltgeschehen auf allen Ausspielwegen – dafür steht die Tagesschau, und damit auch tagesschau.de, das zentrale Nachrichtenportal der ARD.

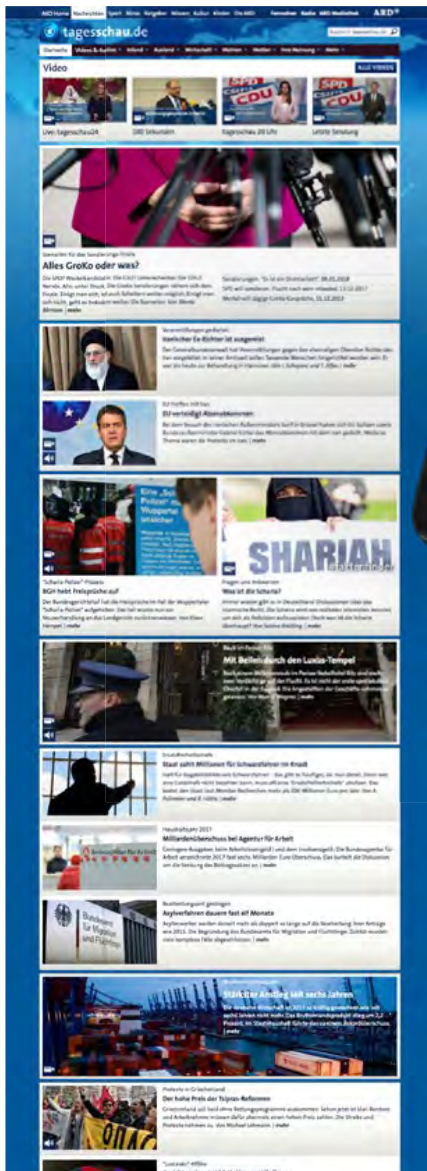
Videos, Audios, Texte, Infografiken, Livestreams und Social-Media-Content werden ausspielweg-gerecht gesendet und crossmedial verknüpft. Für die sozialen Netzwerke hat sich die Produktion eigener Webvideo-Formate und Erklärgrafiken etabliert, neben Facebook und Twitter ist die Marke Tagesschau auch auf Plattformen wie YouTube und Instagram zunehmend präsent, die Tagesschau-Community wird von einem Extra-Team betreut.

Die neue Tagesschau-App wurde vier Monate nach dem Start optimiert – mit dem Update vom Dezember 2017 wird noch konsequenter als bisher auf die Bewegtbildkompetenz von ARD-aktuell und auf bedienerfreundliche Oberflächen gesetzt. Alle Videos lassen sich vertikal und horizontal abrufen, mit einem Klick sind weiterführende Informationen abrufbar – Textnachrichten, Hintergründe, Kommentare und Analysen. Die Startseite ist personalisierbar, im Nachrichtenüberblick sind auch Ressorts und regionale Inhalte aus den Bundesländern erreichbar. Inzwischen ist die Tagesschau auch auf der Apple-Watch nutzbar.

Nicht nur die technische Weiterentwicklung spielt eine wichtige Rolle, auch an der inhaltlichen Weiterentwicklung des Programms wird intensiv gearbeitet: Mit Blick auf die Glaubwürdigkeitsdebatte und die zunehmende Rolle von „Fake News“ hat die Redaktion beispielsweise ein ARD-Netzwerk aufgebaut, das Falschnachrichten aufdeckt, erklärt und auf der Basis fundierter Quellen thematisiert. Die Nachrichtenkompetenz des TV- und Online-Teams wird bereits jetzt durch neue Workflows und Strukturen gebündelt, spätestens mit Start des im Bau befindlichen neuen gemeinsamen Newsrooms wird die Zusammenarbeit auf allen Ausspielwegen noch effektiver gestaltet und die Marke Tagesschau weiter gestärkt.

INFO

Federführende Anstalt: NDR
Sitz: Hamburg
Gründungsjahr: 1996
Kernkompetenz: Nachrichten
Zielgruppe:
Alle, die sich für das Weltgeschehen interessieren und zuverlässige Informationen suchen.



LEITUNG

ARD-aktuell

ONLINE-AUFTRITTE

- tagesschau.de
- /tagesschau
- /tagesschau
- /tagesschau
- /tagesschau

4.14 SPORTSCHAU.DE



sportschau.de ist eine Gemeinschaftseinrichtung der ARD. Das Onlineangebot bietet aktuelle und überregionale Sportnachrichten sowie Hintergrundberichterstattung und wird durch multimediale Formate und einen breiten Ergebnisdienst ergänzt. Mit sportschau.de wird die ARD-Sportberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen im Internet begleitet, unterstützt und vertieft. Attraktive Sendehinweise auf die Programme sind integrale Bestandteile von sportschau.de.

Der redaktionelle Schwerpunkt liegt auf der Publikation von journalistischen Inhalten bei sportschau.de und in der Sportschau-App (IOS, Android, Windows, Amazon). Bei sportschau.de werden auch die Auftritte der Sportschau auf allen Dritt- und Social-Media-Plattformen (Face-

book, Twitter, Youtube, Instagram) betreut. Mit der „Sportschau in 100 Sekunden“ gibt es seit 2017 ein neues Format, das für Sprachassistenzsysteme wie Amazon Alexa oder Podcast-Angebote konzipiert wurde. Seit Anfang 2018 ist eine eigene HbbTV-Anwendung der Sportschau auf der Startleiste von das Erste zu finden.

Die Veränderung der Mediennutzung hat für sportschau.de eine Erweiterung der Aufgaben und Anforderungen mit sich gebracht. Die Verfügbarkeit der Inhalte auf möglichst vielen, passenden Ausspielwegen, die steigende Menge von Video-Content und Livestreams (auch von originären Livestreams), die Verfügbarkeit und Dialogfähigkeit in den Sozialen Medien sind inzwischen elementare Bestandteile des Angebots von sportschau.de. Sie tragen entscheidend zum Erfolg des Angebots bei.

Die digitalen Produkte der Sportschau richten sich an alle sportinteressierten Menschen. Mit der breiten inhaltlichen Vielfalt in den Themen (Fußball, olympische Sportarten, Motorsport, Behindertensport, Breitensport) bietet das Onlineangebot Inhalte aus allen gesellschaftlich relevanten Sportbereichen.

Auf den Drittplattformen Facebook, Twitter, Youtube, Instagram versucht sportschau.de eine noch deutlich jüngere Zielgruppe (unter 30 Jahre) zu erreichen – vor allem mit Inhalten, die den Gewohnheiten der jeweiligen Plattform gerecht werden.

INFO

Federführende Anstalt: WDR

Sitz: Köln

Gründungsjahr: 2002

Kernkompetenz:

sportschau.de ist ein aktuelles und überregionales Nachrichtenangebot, das durch multimediale Formate und einen breiten Ergebnisdienst ergänzt wird. Mit sportschau.de wird die ARD-Sportberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen begleitet, unterstützt und vertieft. Attraktive Sendehinweise auf die Programme sind integrale Bestandteile von sportschau.de.

Zielgruppe:

Sportinteressierte Menschen im dt. Raum



sportschau.de verzeichnete in 2017 mehr als 183 Mio. Visits und 700 Mio. Page-Impressions (inkl. Sportschau- App). sportschau.de alleine hatte 134 Mio. Visits und 450 Mio. Pls.

Reichweitenstark sind die Sportschau-Auftritte bei Facebook (700.000 Fans), Twitter (609.000 Follower) und Youtube (128.000 Abonnenten). Seit Mitte 2017 wird auch der Instagram-Auftritt der Sportschau bespielt (18.000 Abonnenten).

LEITUNG

Erik Felske und Sebastian Göllner
Redaktionsleitung sportschau.de

ONLINE-AUFTRITTE

-  sportschau.de
-  /sportschau
-  /sportschau
-  /sportschau
-  /sportschau

4.15 DASERSTE.DE



DasErste.de ist das Telemedienangebot zum Gemeinschaftsprogramm Das Erste. Es bietet Sendungen auf Abruf, einen 24/7 Livestream, umfassende Informationen und Hintergründe zum Programm sowie Interaktion zu den Sendungen von „Das Erste“. Ziel ist es, alle Altersgruppen und Bevölkerungsschichten anzusprechen und auf allen relevanten Endgeräten und Ausspielwegen empfangbar zu sein.

DasErste.de schafft einen Mehrwert für die Zuschauer, macht Informationen und Sendungen des Ersten nachhaltig zugänglich und tritt – insbesondere über die sozialen Medien – mit seinen Nutzern in Dialog. Kernstück der Berichterstattung bilden die Sendungen und Themen des ARD-Gemeinschaftsprogramms. DasErste.de bietet aktuelle Informationen zu rund 100 wechselnden Sendungen und Reihen: Nutzer finden hier Videos, Programmübersichten, Informationen und Hintergründe zu den Sendungen, Dossiers zu Programmschwerpunkten, einen umfangreichen Servicebereich sowie unterhaltende Angebote.

Neben der Realisation von Telemedienangeboten und der Videoproduktion zählen das Vernetzen von Inhalten und die Koordination von Gemeinschaftsprojekten (wie tatort.de oder plusminus.de) zu den Leistungen. In Zusammenarbeit mit den LRA stellt die Redaktion sicher, dass auf allen Plattformen und Ausspielwegen ein homogenes Gesamtangebot für Das Erste entsteht. Das Erste optimiert sein Angebot stetig für Menschen mit Hör- und Sehbehinderungen, indem Videos mit Audiodeskription oder Untertiteln ergänzt werden.

Der überwiegende Teil der Sendungen des Ersten (ca. 80 %), der z. B. in Apps, auf Sendungsseiten, in HbbTV/Smart TV oder in der Das-Erste-Mediathek und der ARD Mediathek bereitgestellt wird, wird von den Redakteuren und Technikern von DasErste.de produziert, aufbereitet, encodiert und eingestellt. Die Videos verbleiben auf den Servern von DasErste.de und werden von dort in den verschiedenen Ausspielportalen abgerufen.

Social-Media-Angebote bieten einen Rückkanal für die Kommunikation mit den Nutzern. Hier werden insbesondere folgende Plattformen bespielt: Facebook, Twitter, Instagram und YouTube. Im eigenen Angebot gibt es zudem Kommentarfunktionen, Live-Chats, Social TV und Blogs, vereinzelt auch Upload-Möglichkeiten zur Sammlung von Nutzer-Content.

Das digitale Portfolio von DasErste.de erreichte im Jahr 2016 mehr als 283 Mio. Visits. Die Entwicklung seit 2010 zeigt, dass die Besucher-

INFO

Federführende Anstalt: BR
Sitz: München
Gründungsjahr: 1998
Kernkompetenz:
Videoproduktion/-verbreitung, Programm-
begleitung Online über eigene und Dritt-
plattformen, Social Media
Zielgruppe:
Bundesdeutsche Bevölkerung

ARD[®]

zahlen kontinuierlich ansteigen – von durchschnittlich 8,2 Mio. Visits/Monat (2010) auf 23,6 Mio. Visits/Monat (2016).

Sendungen des Ersten werden sehr häufig genutzt, insbesondere bei Fußballübertragungen, Sportgroßereignissen, Events wie dem ESC oder Unterhaltungsformaten wie dem Tatort. Seit Anfang 2013 wird ein durchgehender Livestream am DesErste.de und mobil angeboten, die Zugriffszahlen nehmen seitdem stetig zu und erreichten zuletzt über 4 Mio. Visits pro Monat (4,4 Mio. im Mai 2016), zu Spitzenzeiten (Sport-Großereignisse) auch deutlich mehr.

LEITUNG

Tobias Rahn

ONLINE-AUFTRITTE

daserste.de

[/daserste](https://www.facebook.com/daserste)

[/das_erste](https://www.instagram.com/das_erste)

[/daserste](https://twitter.com/daserste)

4.16 BOERSE.ARD.DE

boerse.ARD.de[®]

boerse.ARD.de bietet Kleinanlegern und an Finanzthemen interessierten Verbrauchern unabhängige, aktuelle und vertiefende Informationen zum Börsen-, Finanz- und Wirtschaftsgeschehen in einem überall einfach und komfortabel nutzbaren Onlineangebot.

Da das Börsen-Geschehen oft Indikator für zukünftige Entwicklungen ist, steht die Berichterstattung über wirtschaftliche Zusammenhänge im Mittelpunkt. Neben der Bewertung und Einordnung der Ereignisse am Kapitalmarkt gehören investigative Recherchen zum Profil von boerse.ARD.de. So hat die Redaktion als erstes Medium über auffällige Wertpapiertransaktionen im Vorfeld des Attentates auf die Fußballmannschaft von Borussia Dortmund berichtet. Eine Multimedia-Reportage über das Firmenge-

flecht der „Reich-Gruppe“ ist mit mehr als 1 Mio. Seitenaufrufen einer der erfolgreichsten Inhalte der vergangenen Jahre.

Auch wenn das Thema „Börse“ volkswirtschaftlich von hoher Bedeutung ist, trägt die Berichterstattung darüber oft den Stempel „Special Interest“. Für interessierte Nutzer von hoher Relevanz, interessiert sich eine breite Öffentlichkeit in der Regel nur punktuell (Lehman-Pleite, Euro-Krise, Bitcoin-Blase) für das Themengebiet – dann aber intensiv.

Dabei hätte die Relevanz des Themas ein breiteres Publikum verdient. Denn 10,1 Mio. Deutsche, 15,7 % der Bevölkerung, legen ihr Geld in Aktien oder Aktien-Fonds an. Gleichzeitig besitzt jeder Deutsche – vom Baby bis zum Rentner – statistisch 1,1 Lebensversicherungen oder ähnliche Vorsorgeprodukte, die ihrerseits Teile der Kunden-Gelder in Aktien oder andere Wertpapiere investieren. Auch wenn die Gesetzliche Rente besser als ihr Ruf ist, wird das Rentenniveau weiter sinken und die Notwendigkeit einer wertpapierbasierten Altersvorsorge steigen. boerse.ARD.de will genau diese Zusammenhänge an den Finanzmärkten so darstellen, dass sie für Menschen, die sich für private Altersvorsorge interessieren, einen hohen Nutzwert bieten. Im Ranking der redaktionellen Börsen- bzw. Finanzangebote steht boerse.ARD.de auf Platz 10. 2017 wurden bei 55 Mio. Visits und rund 250 Mio. Seiten aufgerufen. 2017 war das bisher erfolgreichste Jahr seit Gründung des Angebotes.

Zu den Aufgaben von boerse.ARD.de gehört es, börsenrelevanten Inhalte der ARD zu erschließen und eigene Inhalte der ARD zur Verfügung

INFO

Federführende Anstalt: HR
Sitz: Frankfurt
Gründungsjahr: 2002
Kernkompetenz:
Fachredaktion zu den Themen Börse und Finanzen. Gewährleistung eines tagesaktuellen Online-Informationsangebotes zu Börsen- und Finanzmarktthemen in Audio, Video, internetspezifischen Darstellungsformen, Text und Bild
Zielgruppe:
Nutzer, die sich für Nachrichten, Hintergründe und Erklärendes aus den Bereichen private Finanzen, Börse, wirtschaftliche Zusammenhänge und Altersvorsorge interessieren



zu stellen. So finden sich die Inhalte bei tagesschau.de, ard.de, dem Online-Angebot der Deutschen Welle und dem ARD-Text. Gleichzeitig integriert boerse.ARD.de die Hörfunk- und TV-Börseninhalte des Hessischen Rundfunks und des Bayerischen Rundfunks, verweist auf thematisch zum Angebot passende Schwerpunkte in Radio und TV.

boerse.ARD.de hat den „Ernst-Schneider-Preis“ für Wirtschaftsjournalismus und die Ehrende Anerkennung des österreichischen „New Media Awards“ gewonnen. Mehrfach schon schaffte es die Redaktion auf die Short-List des Ernst-Schneider-Preises, einmal auch ins Finale des Grimme-Online-Awards.

LEITUNG

Burghard Schnödewind

ONLINE-AUFTRITTE

- boerse.ARD.de
- /boerseARD
- /boerseARD

4.17 ARD TEXT

ARDText 

Auch im 37. Jahr seiner Existenz ist der ARD Text ein hochgeschätztes und vielgenutztes Informationsangebot. Insgesamt sind es 11 Mio. Menschen in Deutschland, die täglich Teletext nutzen (Stand: 2017). Der ARD Text erhält dabei Bestnoten, wie die ARD-Trend-Befragung 2016 zeigt, die bei rund 3.000 repräsentativ ausgewählten Bürgerinnen und Bürgern durchgeführt wurde. Etwa die Hälfte der Bevölkerung nutzt Textangebote (46%), 72% bevorzugen den ARD Text. Auch bei der Bewertung liegt der ARD Text vorn: 73% seiner Nutzer vergeben die Noten „1“ oder „2“. Der ARD Text bleibt damit auch 2016 das meistgenutzte und meistgeschätzte Angebot im Bereich Videotext.

Drei Jahrzehnte nach seiner Einführung können die Inhalte von ARD Text jedoch nicht nur im klassischen TV-Gerät empfangen werden, sondern finden ihren Weg auch über das Internet zu den Zuschauern. ARD Text kann über den PC, über HbbTV oder per App für Android- und IOS-Geräte genutzt werden. 2016 wurde das Angebot monatlich im Schnitt mehr als 32,5 Mio. Mal abgerufen.

Kern des Angebots von ARD Text sind nach wie vor Nachrichten, Sport- und Programminformationen. „Kurz und gut“ lautet das Motto der Redaktion. Konzentration auf das Wesentliche und einen Überblick über die aktuelle Nachrichtenlage liefern - das war und ist das Ziel. Dabei wird die Redaktion in Potsdam von den Kolleginnen und Kollegen von „tagesschau.de“ in Hamburg unterstützt. Programminformationen liefert die Redaktion Programm- und Interaktive Dienste im ARD Play-Out-Center in Potsdam. Vernetztes Arbeiten hat beim Teletext Tradition: Inhalte werden auch von Gemeinschaftseinrichtungen wie der Sportschau oder börse.ard.de übernommen und mit anderen ARD-Teletexten geteilt.

Der neue Standard HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband Television) für internetfähige Fernseher verbindet Rundfunktechnik mit moderner Datenübertragung über Breitband. ARD Text hat sich seit 2008 aktiv an der Entwicklung des Standards beteiligt. Die HbbTV-Version bringt die Inhalte des klassischen Teletextes in einer modernen Form auf den Bildschirm. Die Zuschauerinnen und Zuschauer können darüber hinaus wählen, wie ihr Teletext aussehen soll. Es stehen neun Farbvarianten und zwei Schriftgrößen zur Verfügung – vor allem als Service für Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen.

Dass Teletext auch Kunst sein kann, zeigt der ARD Text erfolgreich seit einigen Jahren. Immer wieder werden internationale Künstlerinnen und Künstler eingeladen, ihre Werke im ARD Text zu zeigen. Zu bestimmten Formaten wie „Tatort“ und „Polizei Ruf“ sowie zu großen Sportevents bietet ARD Text dem Publikum die Möglichkeit der Interak-

INFO

Federführende Anstalt:	RBB
Sitz:	Berlin
Gründungsjahr:	1990
Kernkompetenz:	Nachrichten + Programminfos
Zielgruppe:	ARD Zuschauerinnen und Zuschauer

ARD¹

tion. Beim „Teletwitter“ werden redaktionell ausgewählte Kommentare aus Twitter zur laufenden Sendung im Teletext eingeblendet.

Ein weiterer wichtiger Arbeitsschwerpunkt der Gemeinschaftseinrichtung ARD Text ist der barrierefreie Medienzugang für Menschen mit Einschränkungen. Auf der Teletextseite 150 werden Untertitel für gehörlose und schwerhörige Zuschauerinnen und Zuschauer ausgestrahlt. Unzählige Sendungen in den Programmen der ARD werden von der Redaktion von Potsdam aus live untertitelt. Auf Seite 870 bietet der ARD Text außerdem in Zusammenarbeit mit dem Deutschlandfunk jeden Freitag einen Nachrichten-Wochenrückblick in leichter Sprache an.

LEITUNG

Frauke Langguth

ONLINE-AUFTRITTE

ARD-Text.de

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

V. GEMEINSAME AKTIVITÄTEN VON ARD, DEUTSCHLAND- RADIO UND ZDF

ARD®

5.1 ARD DEGETO



Die ARD Degeto ist ein 100%iges Tochterunternehmen der ARD. Ihre Gesellschafter sind die neun Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbetöchter. Die ARD Degeto erwirbt fiktionale Programme für das ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste, die Dritten Programme der Landesrundfunkanstalten (BR, HR, MDR, NDR, Radio Bremen, RBB, SR, SWR, WDR), 3sat, ARTE sowie für ONE und die weiteren ARD-Spartenkanäle. Die Programmbeschaffung erfolgt durch Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzkäufe von Spiel- bzw. Fernsehfilmen und Serien in redaktioneller Verantwortung. Daneben leistet die Degeto vertragstechnische und administrative Dienstleistungen für ARD Gemeinschaftsproduktionen und Anstaltsbeschaffungen. Ihr obliegt auch die Verwaltung der Programmbestände und deren Bereitstellung für die ARD.

2016 lieferte die ARD Degeto an die Programme 780.761 Minuten für 10.378 Sendetermine. Im selben Jahr beschaffte die Degeto Programm in Höhe von ca. 360 Mio. Euro brutto. Die Betriebskosten beliefen sich in 2016 auf ca. 14,4 Mio. Euro bzw. 3,9 % des abgewickelten Programmbeschaffungsvolumens. Das Stamm-

kapital der Degeto Film GmbH beträgt in 2016 112,5 T Euro, an dem die neun Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbetöchter jeweils zu gleichen Teilen beteiligt sind. Die Degeto bündelt zudem den Rechtebestand der ARD. Der so aufgebaute Programmstock steht allen Programminitiativen der ARD zur Verfügung. Die zentrale Sendeaufbereitung, Programmarchivierung und Logistik durch die Degeto hat sich als wirtschaftliche Umsetzungsform etabliert und bewährt. Durch die zentrale Programmplanung und Betreuung der vielfältigen Programme ist zudem eine ökonomische Programmnutzung gewährleistet. Die Gesellschaft verfügt über eine schlanke Organisationsstruktur mit knapp 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die 2013 gestartete programmliche Qualitäts-offensive zeichnet sich auch im Jahr 2016 durch den mittlerweile gefestigten Markenkern der Degeto-Produktionen ab. So sind die Formate „DonnerstagsKrimi“, „Endlich Freitag im Ersten“, der „Fernsehfilm am Samstag“ sowie das „SommerKino“ und das „PremierenKino“ für die Zuschauer zu klaren Begriffen für spannende Krimis, hochkarätige Mehrteiler und Kinofilme verschiedener Genres geworden, die auch von den Kritikern anerkannt werden. Mit den Produktionen wurden zahlreiche deutsche und internationale Filmpreise gewonnen – sie stehen gleichzeitig für eine hohe Zuschauerakzeptanz und innovative Zuschauerprojekte wie z. B. das Projekt „Terror“.

Mit dem innovativen Serienprojekt „Babylon Berlin“, welches 2018 im Free-TV erstausge-

INFO

Federführende Anstalt:	HR
Sitz:	Frankfurt am Main
Gründungsjahr:	1959
Kernkompetenz:	Programm- beschaffung

ARD[®]

strahlt wird, beschreitet die Degeto neue Wege bei internationalen High-End-Serienformaten. Bis heute hat sich das komplett in Deutschland und auf Deutsch produzierte Format in 60 Länder weltweit verkauft. „Babylon Berlin“ setzt als deutsche Produktion in seiner qualitativ herausragenden Dimension neue Maßstäbe auf dem deutschen Serienmarkt. Das Projekt begeistert nicht nur die Kritiker und die internationale Presse, sondern hat auch hierzulande zahlreiche Nominierungen der wichtigsten Fernsehpreise vorzuweisen.

Die Degeto ist sich ihrer zentralen Funktion als großer öffentlich-rechtlicher Auftraggeber in der deutschen Filmbranche bewusst und setzt sich für faire Vertrags- und Vergütungsbedingungen der Produzenten, Drehbuchautoren, Regisseure, Schauspieler, Kameraleute sowie anderen Urhebern und an der Produktion Beteiligten ein. Ein weiteres Bestreben ist außerdem, die Gleichberechtigung von Männern und Frauen vor und hinter der Kamera weiterhin voranzutreiben.

LEITUNG

Christine Strobl
Gerhard Schneider

ONLINE-AUFTRITTE

 [degeto.de](https://www.degeto.de)

5.2 SPORTA



Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH, München ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50%) und des ZDF (50%) mit einem Stammkapital in Höhe von 540 T. Euro.

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 SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben, die außerhalb der SportA (z. B. über die EBU) 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 21 Mitarbeitern (17 auf Basis FTE) erzielte die SportA in 2016 einen plangemäßen Jahresumsatz in Höhe von rd. 113 Mio. Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die Kosten der Gesellschaft betragen in 2016 rd. 1,5 Mio. Euro und entsprachen somit nur 1,3 % des Umsatzvolumens. Die Kosten der SportA werden über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter gedeckt.

Die Übernahme- und Konzentrationstendenzen im internationalen Sportrechtemarkt durch globale Investoren beeinflussen die Vergabe von Sportrechten maßgeblich und erschweren den Zugang zu attraktiven audiovisuellen Medienrechten für SportA und ihre Gesellschafter aus unterschiedlichsten Gründen.

Trotz dieser Entwicklung verfügt SportA weiterhin über ein breit gefächertes Portfolio an attraktiven und längerfristig gesicherten Sportrechten. Die Gesellschaft will sich auch in Zukunft als wichtiger Teilnehmer im Sportrechtemarkt positionieren und 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.

Das Marktumfeld wird auch in der Zukunft dadurch geprägt, dass internationale Investoren mit hoher Finanzkraft strategische Investitionen in Übertragungsrechte an Sport-Top-Events

INFO

Federführende Anstalt: BR / ZDF
Sitz: München
Gründungsjahr: 1995
Kernkompetenz:
Erwerb von Fernsehrechten an nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung durch die ARD und das ZDF

ARD[®]

bzw. in die Übernahme von Sportrechteagenturen tätigen, wodurch sich die Situation auf dem Sportrechtemarkt gravierend verändern wird und die Lizenzpreise für Sportrechte, insbesondere im Fußball, weiter steigen werden. Im Rahmen ihrer Einkaufsfunktion für die ARD und das ZDF versucht sich SportA weiterhin als erste Ansprech- und Verhandlungspartnerin auch bei diesen neuen Marktteilnehmern für das Lizenzgebiet Deutschland zu positionieren, um ggf. durch Kooperationen im Rahmen der vorgegebenen rechtlichen Rahmenbedingungen eine Beteiligung an den Rechten für ihre Gesellschafter zu erreichen.

LEITUNG

Michael Amsinck
Marc Freyberger

ONLINE-AUFTRITTE

 SPORTA.de

5.3 ARD.ZDF MEDIENAKADEMIE

Die ARD.ZDF medienakademie ist die zentrale Fortbildungseinrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland.

Ziel der Medienakademie ist es, ein proaktiver Anbieter von Fortbildung und Wissen zu sein. Dabei greift die Medienakademie relevante Trends und zukünftige Themen der digitalen Medienwelt auf und setzt sie in konkreten Angeboten um. Ferner entwickelt sie passgenaue Weiterbildungsangebote, die den Bedarf der Rundfunkanstalten decken.

Zu den Aufgaben der Akademie gehören u. a. die Konzeption, Entwicklung und Durchführung von allen Arten von Qualifizierungsmaßnahmen, wie Seminare, Workshops, Symposien und E-Learning. 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 und im Bereich der Rundfunkmanagement-Kompetenz. Ferner unterstützt die ARD.ZDF medienakademie die Ausbildung zu den Medienberufen wie „Mediengestalter/in Bild und Ton“ sowie „Film- und Videoeditor/in“.

Das Leistungsangebot steht dem Markt generell offen, richtet sich also auch an Mitarbeitende anderer (Medien-)Unternehmen.

Die Einrichtung verfügt über Trainingszentren in Nürnberg (Hauptsitz) und Hannover. Im Jahr 2016 wurden 2.401 Fortbildungsseminare mit rund 17.700 Teilnehmenden durchgeführt. Die Medienakademie finanziert sich fast ausschließlich über Seminarerträge. Mit im Jahresdurchschnitt 55 Mitarbeitenden und über 400 freien Trainerinnen und Trainern konnte die Medienakademie im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 Umsatzerlöse von rund 12,3 Mio. Euro und sonstige Erträge von rd. 0,2 Mio. Euro erwirtschaften, dem stehen Aufwendungen von rd. 11,7 Mio. Euro gegenüber. Unter Einbezug des Finanzergebnisses ergibt sich im Jahr 2016 ein Jahresüberschuss in Höhe von 0,8 Mio. Euro.

INFO





Federführende Anstalt: BR
Sitz: Nürnberg
Gründungsjahr: 2006
Kernkompetenz:
Anbieter von Fort- und
Weiterbildungsangeboten
Zielgruppe:
Mitarbeitende von (Medien-)Unternehmen
aus allen Arbeitsbereichen



LEITUNG

Dr. Stefan Hanke

ONLINE-AUFTRITTE

-  ard-zdf-medienakademie.de
-  [/ARDZDFmedienakademie](https://www.facebook.com/ARDZDFmedienakademie)
-  [/+ARDZDFmedienakademieNürnberg](https://plus.google.com/+ARDZDFmedienakademieNürnberg)
-  [/ARDZDF_Akademie](https://twitter.com/ARDZDF_Akademie)

5.4 DRA



1952 als Stiftung bürgerlichen Rechts mit Sitz beim Hessischen Rundfunk in Frankfurt am Main gegründet, ist das DRA die erste und älteste Gemeinschaftseinrichtung der ARD. Zu seinen Aufgaben gehören u. a. die Erschließung und Sicherung von Archivmaterialien, Beaufkundung und Recherche sowie die Bereitstellung von Aufnahmen und Unterlagen sowohl für die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehprogramme als auch für kulturelle und wissenschaftliche Zwecke. Darüber hinaus beteiligt sich das DRA an der Entwicklung von nutzerfreundlichen Datenbanken und Rechercheoberflächen und fungiert als Schnittstelle für die öffentliche Nutzung seiner Bestände.

In Frankfurt verfügt das DRA über eine bedeutende Sammlung historischer Tonträger, darunter Originalaufnahmen vom Ende des 19. Jahrhunderts bis in die Gegenwart sowie Druckwerke und Schriftgut zur Programm- und Unternehmensgeschichte der ARD und des deutschen Rundfunks vor 1945. An seinem Standort Potsdam-Babelsberg kuratiert das DRA die Hörfunk- und Fernsehüberlieferung der ehemaligen DDR. Diese umfasst rund 450.000 Tonträger, etwa 100.000 Fernsehsendungen, 7,5 Kilometer schriftliche und gedruckte Medien sowie ungefähr 2,6 Mio. Fotos und Negative.

Das DRA ist eine Einrichtung mit standortübergreifender Organisationsstruktur. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benutzen dieselben Verfahren und Datenbanken, um die Materialien zu erschließen, zu digitalisieren und zur Verfügung zu stellen. Die Abteilung „Information, Dokumentation und Bestände“ (IBD) umfasst die Sachgebiete „Dokumentation Fernsehen“, „Dokumentation Hörfunk“ und „Dokumentation Schriftgut/Bild“ sowie „Information und Logistik“ mit den dazu gehörenden Aufgaben. Die Abteilung „Datendienste, IT und Technik“ (DIT) widmet sich daneben schwerpunktmäßig dem Aufbau innovativer standardisierter Nachweis- bzw. Informationssysteme. Im Rahmen von ARD-Kooperationen engagiert sich das DRA auf diesem Feld auch federführend bei der Entwicklung der Normdatenbank (NDB) sowie der Ereignis- und Termindatenbank zeitlupe. In der NDB werden normierte Daten gesammelt, gepflegt und als Metadaten zum Abruf durch eine wachsende Zahl nutzender Archiv- und Produk-

INFO

Federführende Anstalt: HR
 Sitz: Frankfurt am Main
 Potsdam-Babelsberg
 Gründungsjahr: 1952
 Kernkompetenz:
 Erfassung, Archivierung, Dokumentation,
 Recherche sowie Bereitstellung von rundfunk-
 relevanten Medien und Informationen; Daten-
 dienste; Datennormierung; Beteiligung an der
 Entwicklung von Archivdatenbanken, digitalen
 Bestandsarchiven und elektronischen Informa-
 tionsangeboten
 Zielgruppe:
 öffentlich-rechtlicher Rundfunk; institutionelle
 Nutzer aus den Bereichen Kultur, Bildung,
 Wissenschaft und Forschung; Öffentlichkeit



tionssysteme bereitgestellt. Die zeitlupe leistet wesentliche Informationsdienste insbesondere auch für die Programm- und Eventplanung in der ARD. Ferner beteiligt sich das DRA an der Neu- und Weiterentwicklung von Archiv-Verbandssystemen, namentlich der Fernseh- und Hörfunkdatendanken FESAD bzw. HFDB sowie dem künftigen Media Data System der ARD, medas. Schließlich unterstützt die Stiftung regelmäßig öffentliche Publikationsprojekte im Rahmen von Kooperationen mit zahlreichen renommierten gemeinnützigen und staatlichen Partnerinstitutionen aus dem kulturellen, wissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Bereich.

Das Haushaltsvolumen des DRA beträgt im Jahr 2018 für das DRA 12,1 Mio. Euro bei 72 Planstellen, die Zentrale Schallplattenkatalogisierung (ZSK) hat 8 Planstellen bei einem Haushaltsvolumen von 1,1 Mio. Euro. Der Gesamtetat beträgt 13,2 Mio. Euro. Die Gesamtaufwendungen für das DRA werden zu 93 % aus Betriebsmittelzuweisungen der Stifter (ARD und Deutschlandradio) finanziert. Der Betriebsmittelanteil am Aufwand der ZSK beträgt 94 %, da sich an deren Finanzierung zusätzlich auch das ZDF beteiligt.



Collage: DRA, Haus (v.l. DRA, Ernst Augustin / DRA (Stempel) / DRA, Nicola Perscheid)



LEITUNG

Bernd Hawlat, Vorstand

ONLINE-AUFTRITTE

DRA.de

[/DeutschesRundfunkarchiv](#)

5.5 IVZ



Das Informations-Verarbeitungs-Zentrum (IVZ) ist eine nicht rechtsfähige Kooperation von ARD und Deutschlandradio unter der Federführung des Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb). Es erbringt zentrale IT-Dienstleistungen für die öffentlich-rechtlichen Kooperationspartner.

Mit der Gründung des IVZ im Jahr 1993 schlossen sich der heutige Rundfunk Berlin-Brandenburg (damals ORB und SFB) und der Mitteldeutsche Rundfunk (mdr) zusammen, um Überschneidungen in den gemeinsam genutzten IT-Anwendungen (SAP, Rechenzentrum sowie Archiv- und Produktionssysteme) zu nutzen. Heute – 25 Jahre später – haben sich alle Intendantinnen und Intendanten der ARD und des Deutschlandradios zur gemeinsamen Nutzung des IVZ in einer Kooperation entschieden.

Das IVZ erbringt an zwölf Standorten in den Landesrundfunkanstalten und bei Deutschlandradio mit über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern IT-Dienstleistungen und Services. Die Gesamtaufwendungen werden entsprechend der jeweiligen Leistungsabnahme durch die Kooperationspartner getragen. Im Ge-

schäftsjahr 2017 betrug das Haushaltsvolumen 31 Mio. Euro.

Im Mittelpunkt des Leistungsangebots stehen die drei Säulen SAP-Anwendungen, Rechenzentrum sowie Archiv- und Produktionssysteme. Zusätzlich werden Support und Service im IT-Umfeld für einige der beteiligten Rundfunkanstalten übernommen.

Seit Mitte 2017 ist das IVZ für das gesamte Lizenzmanagement mit SAP für alle Landesrundfunkanstalten, Deutschlandradio sowie das ZDF zuständig. Ende des Jahres 2017 gelang es dem IVZ, sich mit der Zertifizierung zum SAP Competence Center of Expertise (SAP CCoE) für die weitreichenden Aufgaben und Anliegen aus dem Schlüsselprojekt SAP-Prozessharmonisierung der ARD-Strukturreform weiter zu qualifizieren. Im Bereich Informationssicherheit bestätigt das Zertifikat nach der internationalen Norm ISO 27001 den normgerechten Aufbau und die Wirksamkeit des eigenen Informationssicherheits-Managements.

Nach einer Organisationsanalyse im Jahr 2017 wurde von der Geschäftsführung gemeinsam mit den Aufsichtsgremien beschlossen, die in den vergangenen 25 Jahren gewachsene Organisationsstruktur neu aufzustellen, um den komplexen Anforderungen als interner IT-Dienstleister der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gerecht zu werden. Der Fokus wurde hierbei deutlich auf den weiteren Ausbau der Prinzipien Kooperation, standortübergreifende Standardisierung und Bündelung gelegt.

INFO

Federführende Anstalt:	RBB
Sitz:	Berlin/Köln
Gründungsjahr:	1993
Kernkompetenz:	IT
Zielgruppe:	ARD und Deutschlandradio



Im Sinne des Auftrages der ARD-Strukturreform ist es das Ziel des IVZ, die stetig steigende Verantwortung für komplexe Entwicklungen zu übernehmen und die Zusammenarbeit unserer föderalen Partner der ARD und des Deutschlandradios zu unterstützen. Standardisierung und Vereinheitlichung sowie Wirtschaftlichkeit und Effizienz der Prozesse setzen die Prioritäten für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des IVZ.

LEITUNG

Dr. Georg Greten

ONLINE-AUFTRITTE

 ivz.de

5.6 BEITRAGSSERVICE



Der Beitragsservice ist eine Gemeinschaftseinrichtung von ARD, ZDF und Deutschlandradio mit dem Auftrag, den Rundfunkbeitrag einzuziehen. Er ist die Nachfolgeeinrichtung der ‚Gebühreneinzugszentrale‘, besser bekannt unter dem Kürzel ‚GEZ‘. Nachdem die Rundfunkfinanzierung 2013 auf ein beitragsfinanziertes Modell umgestellt worden war, ging damit eine Umbenennung der Gemeinschaftseinrichtung einher. Aus ‚Gebühreneinzugszentrale‘ wurde ‚Beitragsservice von ARD, ZDF und Deutschlandradio‘.

Der Beitragsservice schafft mit seiner Arbeit – dem bundesweiten Einzug der Rundfunkbeiträge – die wichtigste finanzielle Grundlage des öffentlich rechtlichen Rundfunks. Um diese

Aufgabe bewältigen zu können, betreibt der Beitragsservice ein eigenes Rechenzentrum in Köln. Hier verwaltet er unter Beachtung der höchsten Datenschutzkriterien die Daten der angemeldeten Beitragszahlerinnen und Beitragszahler, für deren Wohnungen oder Betriebsstätten ein Beitragskonto angelegt wird.

Welche Dimension an Arbeit dahinter steckt, macht alleine schon die Zahl der geführten Beitragskonten deutlich. Sie lag Ende 2016 bei 44,9 Mio. Hier bedarf es nicht nur einer hohen Rechnerleistung, sondern auch entsprechender ‚Manpower‘. Der Beitragsservice kümmert sich um alle Wünsche und Fragen der Beitragszahlerinnen und Beitragszahler zum Beitragskonto. Er erfasst und bearbeitet beispielsweise Anmeldungen oder Änderung von Daten sowie Anträge auf Ermäßigung und Befreiung von der Rundfunkbeitragspflicht. Er kümmert sich aber auch um die Fälle, in denen der Rundfunkbeitrag nicht oder nicht rechtzeitig bezahlt wird. Hierfür hat er wirksame Klärungsverfahren entwickelt. Greifen diese nicht, werden die jeweils zuständigen Vollstreckungsorgane eingeschaltet. All dies ist notwendig, um das zu erreichen, was allgemein unter ‚Beitragsgerechtigkeit‘ zu verstehen ist. Auch wenn es Ausnahmen und Befreiungsmöglichkeiten gibt, gilt der Grundsatz: Für jede Wohnung oder Betriebsstätte in Deutschland müssen Rundfunkbeiträge gezahlt werden. 2016 sorgte der Beitragsservice mit rd. 1000 Mitarbeiterkapazitäten in Köln dafür, dass dieser Grundsatz des Gesetzgebers möglichst flächendeckend und damit fair für alle umgesetzt wird. So kann der Beitragsservice letztend-

INFO

Federführende Anstalt:	ARD, ZDF und Deutschlandradio (Sitzanstalt: WDR)
Sitz:	Köln
Gründungsjahr:	1973 (Gründung); 1976 (Start)
Kernkompetenz:	
	- Verwaltung und Pflege der Beitragskonten sowie Bearbeitung aller Anliegen der Beitragszahler/innen auf verschiedenen Servicekanälen
	- Buchmäßige Erfassung und Abrechnung der Beitragsforderungen, -rückstände u. -einnahmen bis zum Abschluss sowie Abrechnung mit den Rundfunkanstalten
Zielgruppe:	Beitragszahler/innen



lich die eingegangenen Rundfunkbeiträge entsprechend den staatsvertraglichen Regelungen an die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und Deutschlandradio weiterleiten. Im Jahr 2016 wurden insgesamt 7,98 Mrd. Euro auf die Rundfunkanstalten verteilt.

Alle diese Aufgaben meistert der Beitragsservice äußerst effizient. Im Jahr 2016 betrug der Anteil des Aufwands des Zentralen Beitragsservice an den Gesamterträgen gerade einmal 2,12 %.

LEITUNG

Dr. Stefan Wolf

ONLINE-AUFTRITTE

 rundfunkbeitrag.de

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

VI. FINANZDATEN



1. RATIONALISIERUNGSMASSNAHMEN DER ARD

Die ARD hat bereits in der Vergangenheit zahlreiche Maßnahmen zur Hebung von Wirtschaftlichkeitspotenzialen umgesetzt. Im Ergebnis konnte dadurch seit dem Jahr 2009 der Anstieg der verwendbaren Beitragserträge mit durchschnittlich 0,9 % pro Jahr begrenzt werden.

Auch bei den Aufwendungen ist bei der ARD im Vergleich zu wesentlichen Wirtschaftsindikatoren seit 2005 ein geringerer Anstieg zu verzeichnen.

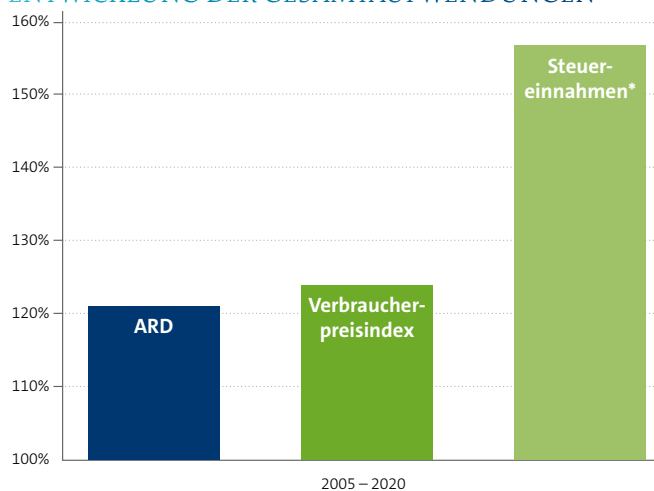
Die ARD wird aber auch zukünftig ihre Rationalisierungs- und Einsparmaßnahmen konsequent fortführen. Auch die Hebung von Wirtschaftlichkeitspotenzialen, zum Beispiel im IT-Bereich wurde in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich betrieben.

Weitere Rationalisierungserfolge der ARD zeigen sich auch beim Personalaufwand:

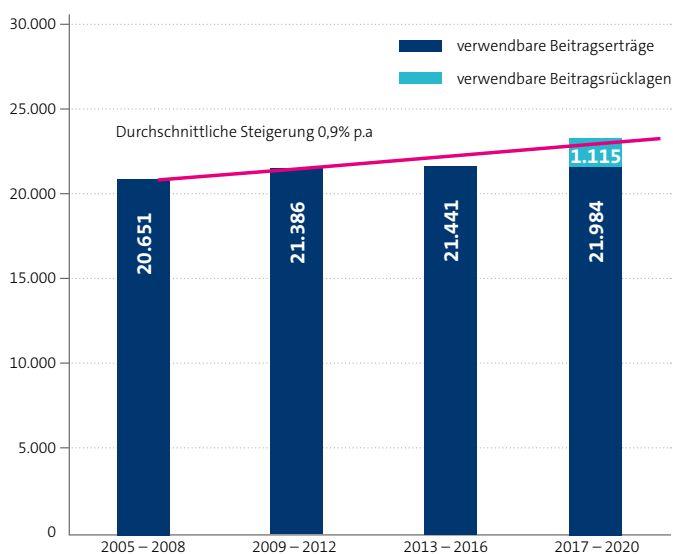
So zeigt sich der restriktive Umgang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen daran, dass die ARD im Zeitraum 1993 bis 2020 rund 4.900 bzw. 20% **der Stellen im Bestand abgebaut** haben wird.

Im Jahr 2016 verzeichneten die ARD-Landesrundfunkanstalten 19.826 besetzte Stellen. Unter Abzug von Sonderfaktoren reduzieren sich diese um 690 auf 19.136 besetzte Stellen. Der geplante Abbau der besetzten Stellen im Zeitraum 2013 bis 2020 beträgt unter Berücksichtigung der Sondereffekte 1.182 besetzte Stellen. Die ARD führt damit die von der KEF geforderte Stelleneinsparung konsequent fort.

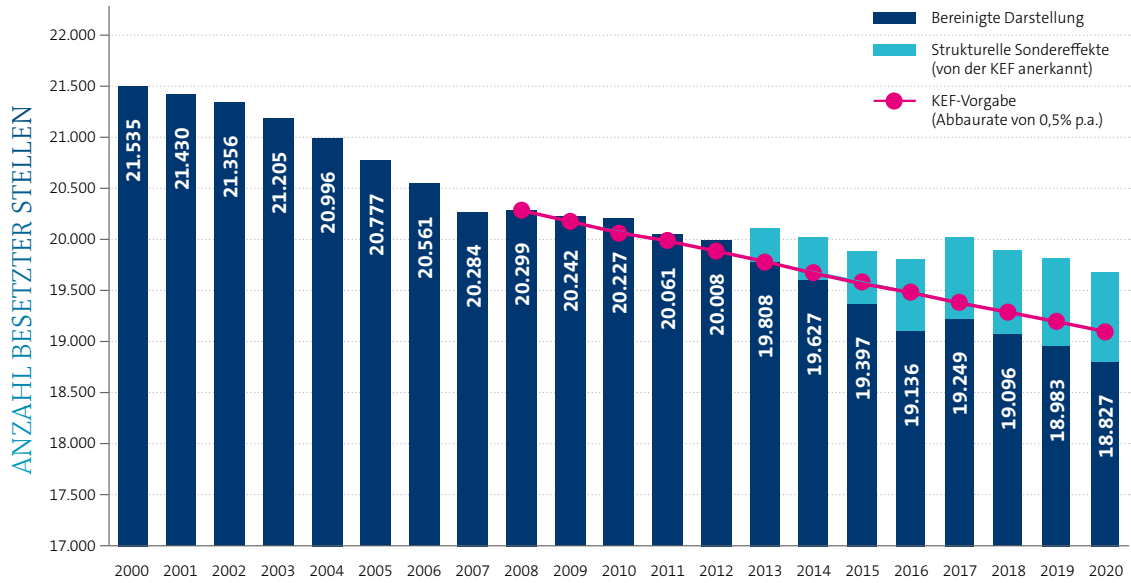
ENTWICKLUNG DER GESAMTAUFWENDUNGEN



* Daten für Steuereinnahmen sind derzeit nur bis zum Jahr 2016 verfügbar



BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN



Quelle: 15. KEF-Bericht, Tz. 55; 17. KEF-Bericht, Tz. 130; 19. KEF-Bericht, Tz. 109, 21. KEF-Bericht, Tz. 129

Für die ARD ist hierbei von besonderer Bedeutung, dass dieser Abbau nicht zu Lasten der Berufsausbildung erfolgt. Nach wie vor engagieren sich die Landesrundfunkanstalten intensiv für die Ausbildung junger Menschen in journalistischen, technischen und kaufmännischen Berufen.

Darüber hinaus haben sich ARD und Deutschlandradio im Jahr 2017 mit den Gewerkschaften auf ein Gesamtpaket zur Neuregelung der

Altersversorgung verständigt. Die KEF sieht vor allem in der Begrenzung der Dynamisierung einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Konsolidierung der **Altersversorgung** bei den Rundfunkanstalten

Positiv bewertet sie auch den neuen Beitragstarifvertrag (BTVA), der zu einer erheblichen Einsparung gegenüber den bisherigen Versorgungssystemen führt (21. KEF-Bericht, Tz. 167).



2. DIE STRUKTURPROJEKTE DER ARD

Die ARD hat einen Reformprozess gestartet, der mehr ist als nur Strukturoptimierung: die Weiterentwicklung zum föderalen Medienverbund, der inhaltlich crossmedial und strukturell integriert ist.

KOOPERATIONEN ALS PRINZIP DER STRUKTURREFORM

Die ARD-Landesrundfunkanstalten vernetzen, standardisieren und synchronisieren ihre historisch gewachsenen Strukturen in Verwaltung, Technik, Produktion und Programmverbreitung. So vermeiden sie Doppelstrukturen, bündeln Kapazitäten und können zunehmend auch im föderalen Medienverbund auf eine crossmediale Organisation nach Inhalten setzen. Die Rundfunkanstalten kooperieren überall dort, wo sie dadurch besser und effizienter werden – von der Verwaltung über Technik und Produktion bis hin zur Programmverbreitung.

Die Grundsätze der Strukturreform sind:

- Konsequente Arbeitsteilung und Spezialisierung erschließen Rationalisierungspotenziale: Einzelne oder mehrere Landesrundfunkanstalten übernehmen – wie es heute schon punktuell geschieht – Aufgaben für die gesamte ARD-Gemeinschaft.
- Modernisierung und Harmonisierung von Arbeitsprozessen ermöglichen Einsparungen: Durch effiziente anstaltsübergreifende Steuerung und Erschließung von Skalierungseffekten werden nicht mehr zeitgemäße und/oder kostenintensive durch zeitgemäße und/oder kostengünstigere Prozesse abgelöst.

- Konsequentes Benchmarking zwischen den Landesrundfunkanstalten und mit externen Marktteilnehmern macht Einsparpotenziale besser sichtbar: Mithilfe einheitlicher Standards und Reportings verbessert die ARD die Messbarkeit des Erfolgs ihres Handelns und schafft kostenreduzierende Referenzmodelle (beispielsweise im Produktionsbereich).

- Einsatz neuer Technologien vereinfacht, vereinheitlicht und verschlankt Verwaltungs- und Produktionsprozesse: So mindern smarte und teilautomatisierte Verfahren den Kosten- und Personalaufwand bei gleichbleibender oder verbesserter Qualität.

Im Ergebnis will die ARD über diesen Strukturprozess nicht nur ihre Effizienz steigern, sondern die größtmögliche inhaltliche Wertschöpfung für die Gesellschaft erreichen.

Die Schlüsselprojekte der Strukturreform sind in dem von der ARD im September 2017 vorgelegten Bericht zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausführlich beschrieben: die einheitliche IT-Infrastruktur, die standardisierte Software in der Verwaltung, das crossmediale Mediendatensystem zur vereinfachten Archivierung, die die (Teil-)Automatisierung bei der Sendeabwicklung oder bei der Produktion von Großereignissen, die gemeinsame technische Plattform für digitale Produkte sowie der konsequente Ausbau der Crossmedialität in allen Studios und Redaktionen. Aus der KEF selbst kamen zur Erläuterung der Maßnahmen im Bereich IT-Strategie – hauptsächlich bezogen auf das SAP-Projekt – „Warnungen“ vor der Komplexität solcher Vorhaben.

KOOPERATIONEN ZWISCHEN ARD, ZDF UND DEUTSCHLANDRADIO

Viele der Projekte erfolgen in Kooperation zwischen ARD, ZDF und/oder Deutschlandradio. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten waren grundsätzlich für alle Themen offen, bei denen durch eine Kooperation positive Effekte denkbar erschienen. Entscheidungskriterien für oder gegen eine Kooperation waren wirtschaftliche Gründe, inhaltliche Machbarkeit (z. B. Standortbezug), unterschiedliche Ausgangsvoraussetzungen, publizistischer Wettbewerb sowie spezifische strategische/ geschäftspolitische Gründe der einzelnen Rundfunkanstalten.

Die 20 Strukturprojekte der ARD beinhalten insgesamt 18 Kooperationsprojekte. Davon beteiligt sich das ZDF an elf Kooperationsprojekten und Deutschlandradio an 15 Kooperationsprojekten.

EINORDNUNG DER EINSPARPOTENZIALE

Angesichts der Komplexität vieler Vorhaben können die angestrebten Kostensenkungseffekte bislang nur geschätzt werden. Sie können im weiteren Verlauf noch nach oben oder unten abweichen. Zu beachten ist, dass – wie bei den meisten Veränderungsprozessen – kurzfristige Mehrkosten einer langfristigen und dauerhaften Kostensenkung für die betrachteten Prozesse gegenüberstehen.

Das geschätzte Einsparvolumen der ARD-Strukturreform liegt bis 2028 bei 588 Mio. Euro. Davon entfallen 311 Mio. Euro auf den Zeitraum bis Ende 2024 und 277 Mio. Euro auf den Zeitraum von 2025 bis 2028.

EINSCHÄTZUNG UND BEWERTUNG DER STRUKTUR- PROJEKTE DURCH DIE KEF

Die Rundfunkkommission der Länder hat die KEF um Einschätzung und Bewertung der Berichte von ARD, ZDF und Deutschlandradio zu Auftrag und Strukturoptimierung gebeten. Im Januar 2018 hat die KEF ihre Ergebnisse mitgeteilt. Demnach kommt die KEF zu dem Ergebnis, dass es sich bei den meisten der vorgeschlagenen Maßnahmen der ARD „um sinnvolle Projekte zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit und Verbesserung der Arbeitsabläufe“ handelt. Zudem bewertet die KEF die finanziellen Auswirkungen der einzelnen Maßnahmen im Wesentlichen als „plausibel und realistisch“.

Nach Auffassung der KEF handelt es sich jedoch bei den meisten Strukturprojekten eher um Einzelmaßnahmen und alltägliche Optimierungsprozesse zur Realisierung von offensichtlichen Wirtschaftlichkeitspotenzialen statt um eine tatsächliche Strukturreform.

Diese Bewertung der KEF verkennt nach Auffassung der ARD die Tragweite vieler Projekte und den grundlegenden Paradigmenwechsel, der für die ARD damit verbunden ist. Die ARD ist kein Konzern, sondern eine Arbeitsgemeinschaft rechtlich selbstständiger Rundfunkanstalten mit historisch gewachsenen Strukturen. Gleichwohl nimmt die ARD es jetzt in Angriff, diese Strukturen zu vereinheitlichen und an gemeinsamen Standards auszurichten. Dies erfordert in allen Häusern einen tiefgreifenden Umbauprozess. Ein Blick in andere föderale Strukturen auf Länderebene zeigt, wie schwierig und in Folge wie selten länderübergreifend standardisierte Systemlösungen sind.



3. ERTRÄGE

Der 21. Bericht ist ein sog. Zwischenbericht, in dem die Prognosen der KEF aus dem 20. Bericht geprüft und Veränderungen dokumentiert werden. Zu diesem Zweck haben die Rundfunkanstalten ihren voraussichtlichen Finanzbedarf für die Beitragsperiode 2017 bis 2020 aufgrund aktualisierter Zahlen und neuerer Entwicklungen im April 2017 abermals angemeldet und damit ihre Anmeldungen aus dem 20. Bericht modifiziert. Die nachfolgenden Zahlenangaben entsprechen der KEF-Systematik und sind die Datengrundlage für den 21. KEF-Bericht.

Für das Jahr 2017 liegen noch keine testierten Zahlen vor. Deshalb basieren die nachfolgenden Darstellungen bis 2016 auf Ist-Werten und ab dem Jahr 2017 auf Planwerten.

Die Landesrundfunkanstalten finanzieren sich vor allem aus Rundfunkbeiträgen. Dazu kommen Einnahmen durch Werbung und Sponsoring sowie weitere Ertragsarten. Im Jahr 2016 erzielten die ARD-Landesrundfunkanstalten Erträge in Höhe von 6.572,2 Mio. Euro.

ARD-LANDESRUNDFUNKANSTALTEN ÜBERBLICK „ERTRÄGE“ IN MIO. EURO

2013 – 2016

	2013	2014	2015	2016	2013–2016
Beitragserträge	5.433	5.871	5.681	5.571	22.557
Rückflüsse aus Landesmedienanstalten	42	45	46	44	177
Werbeerträge	117	120	118	108	464
Sponsoringerträge	27	32	26	29	115
Finanzerträge	155	175	171	137	639
Sonstige Erträge aus Kostenerstattungen	112	114	97	108	431
Beteiligungserträge	8	9	8	7	32
Sonstige betriebliche Erträge	466	487	498	564	2.015
Sonstiges	-18	-20	55	3	21
Summe	6.344	6.835	6.701	6.572	26.452

Quellen: ARD-Anmeldung zum 21. KEF-Bericht, 21. KEF-Bericht (Tab. 5)

Die KEF stellt im 21. KEF-Bericht insbesondere für die ARD im Vergleich zur Anmeldung im Zeitraum 2017 bis 2020 hohe Mehrerträge fest (Kapitel 7). Erträge lassen sich im Unterschied zu den Aufwendungen jedoch nur in begrenztem Maße beeinflussen bzw. steuern. Die Erträge

hängen maßgeblich von externen Faktoren, wie beispielsweise der Anzahl der Beitragszahler/innen, der wirtschaftlichen Lage in Deutschland oder der Höhe der Zinssätze, ab. So können z. B. auch die im 20. KEF-Bericht angenommenen Erträge nicht in vollem Umfang erreicht werden.

**BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN**

Die **Erträge aus dem Rundfunkbeitrag** für die ARD lagen 2015 bei 5.681,5 Mio. Euro, im Jahr 2016 bei 5.570,8 Mio. Euro (ohne Rückflüsse von den Landesmedienanstalten und andere Erträge). Durch die Umstellung der Rundfunkgebühr zum Rundfunkbeitrag ergaben sich Mehrerträge, die den Rundfunkanstalten zunächst nicht zur Verfügung standen. Im 21. KEF-Bericht reduziert die KEF zwar die erwarteten Beitragserträge für den Zeitraum 2017 bis 2020 im Vergleich zum 20. Bericht um 118,9 Mio. Euro für die ARD, die aktuelle Feststellung liegt aber dennoch für die ARD um 114,2 Mio. Euro über der aktuellen Beitragsertragsplanung der Rundfunkanstalten (21. KEF-Bericht, Tab. 122). Ob die im 21. KEF-Bericht erwarteten Beitragserträge für den Zeitraum 2017 bis 2020 tatsächlich erreicht werden können, hängt auch von den Ergebnissen des in 2018 geplanten Meldedatenabgleichs ab.

Auch bei den **Werbe- und Sponsoringerträgen** folgt die KEF den Annahmen der ARD-Landesrundfunkanstalten nicht vollständig. Die Feststellung der KEF liegt für die Jahre 2017 bis 2020 um 49,5 Mio. Euro über der Anmeldung.

Neben den Beitragserträgen und den Erträgen aus Werbung und Sponsoring gibt es eine Vielzahl verschiedener Ertragsarten. Im Wesentlichen beinhalten diese die „**Sonstigen betrieblichen Erträge**“ (z. B. Erträge aus Programmverwertungen), **Finanzerträge** (insbesondere Erträge aus Deckungsstöcken zur Altersversorgung) sowie **Kostenerstattungen**.



4. AUFWENDUNGEN

Nahezu die gesamten Aufwendungen der ARD dienen der Erstellung und Verbreitung der TV-, Hörfunk- und Internet-Angebote, die von der Bevölkerung in hohem Maße geschätzt werden. Nicht nur die von der KEF ausgewiesene Position „Programmaufwand“ ist zur Herstellung des Programms notwendig. Die Ausgaben der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden in der KEF-Systematik in einzelne Kategorien untergliedert, nämlich „Programmaufwendun-

gen“, „Personalaufwendungen“, „Sachaufwendungen“, „Investitionen“ und „Entwicklungsprojekte“. Diese „buchhalterische“ Aufteilung durch die KEF ist mit der Absicht verbunden, eine genauere Prüfung der Aufwendungen vornehmen zu können (21. KEF-Bericht, Tz. 176).

Im Jahr 2016 beliefen sich die Aufwendungen der ARD-Landesrundfunkanstalten 6.464,1 Mio. Euro.

ARD-LANDESRUNDFUNKANSTALTEN ÜBERBLICK „AUFWENDUNGEN“ IN MIO. EURO

2013 – 2016

	2013	2014	2015	2016	2013–2016
Programmaufwendungen	2.359	2.509	2.307	2.413	9.588
Programmverbreitung	161	158	157	223	700
Personalaufwendungen ohne Altersversorgung	1.595	1.637	1.658	1.702	6.592
Betriebliche Altersversorgung (ohne BiMoG)	714	672	729	564	2.678
Sachaufwendungen	1.023	1.027	1.019	1.038	4.107
Sonstiger Aufwand	597	749	971	480	2.796
Summe Bestandsbedarf	6.449	6.752	6.841	6.419	26.461
Entwicklungsbedarf (exkl. Projektinvestitionen)	33	42	42	45	162
Summe	6.481	6.794	6.884	6.464	26.623

Quelle: ARD-Anmeldung zum 21. KEF-Bericht

Die Aufwandssteigerungen in der Anmeldung zum 21. KEF-Bericht für den Zeitraum 2017 bis 2020 liegen im Vergleich zur Vorperiode mit durchschnittlich 0,9 % p. a. deutlich unter der prognostizierten allgemeinen Teuerungsrate. Dieses Ergebnis konnte nur durch erhebliche Rationalisierungs- und Kürzungsmaßnahmen erreicht

werden. Die KEF erfasst als **Programmaufwand** insbesondere Kosten für Produktionen, die außerhalb der Rundfunkanstalten entstehen. Dazu gehören insbesondere der Ankauf fertiger Produktionen, der Erwerb von Sende- und Übertragungsrechten wie z. B. Sportrechten sowie Leistungsvergütungen für freie Mitarbeiter. Die

BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE
DER LANDESRUNDFUNKANSTALTEN

KEF hat für den Zeitraum 2017 bis 2020 einen Kürzungsbetrag in Höhe von 1,3 Mio. Euro für die ARD ermittelt (Tz. 67). Kosten von Eigenproduktionen sind nur zum Teil im Programmaufwand enthalten. Sie werden daneben auch aus dem Personalaufwand und dem Sachaufwand finanziert.

Die Steigerung der **Kosten der Programmverbreitung** von der Beitragsperiode 2013 bis 2016 zur Beitragsperiode 2017 bis 2020 fällt mit 1,3 % p. a. moderat aus. Die KEF hat für den Zeitraum 2017 bis 2020 einen Kürzungsbetrag in Höhe von 17,4 Mio. Euro für die ARD ermittelt (Tz. 95).

Beim **Personalaufwand** orientieren sich die ARD-Landesrundfunkanstalten konsequent an den Tarifabschlüssen im Öffentlichen Dienst der Länder. Der von der ARD ausgewiesene Personalaufwand des Jahres 2016 in Höhe von 1.702,1 Mio. Euro liegt um 44,0 Mio. Euro über dem Wert des Vorjahres (2015: 1.658,1 Mio. Euro). Im Zeitraum 2017 bis 2020 liegen die angemeldeten Personalaufwendungen ohne Altersversorgung um 146,4 Mio. Euro über dem anerkannten Bedarf. Die KEF sieht die Begründung für die angemeldeten Mehraufwendungen nicht in allen Punkten als tragfähig an.

Sowohl der **indexierbare** als auch der **nicht-indexierbare Sachaufwand** wurden von der KEF zum 21. Bericht im vollen Umfang anerkannt.



5. ENTWICKLUNGSBEDARF / PROJEKTE

Der Ausbau von **DAB+** ist von strategischer Bedeutung und die Voraussetzung, die analoge Hörfunkausstrahlung (UKW) perspektivisch abschalten und so die Ausstrahlungskosten um etwa 20 % senken zu können. In den vergangenen Jahren wurden deutliche Fortschritte erzielt. Die Netze wurden weiter ausgebaut und der Verkauf der DAB+-fähigen Empfangsgeräte konnte gesteigert werden. Mehrere Marktteilnehmer gründeten das Digitalradio Büro Deutschland für eine gemeinsame Marketingkampagne.



Die KEF stellte zum 21. Bericht einen Finanzbedarf von 100,0 Mio. Euro für den Zeitraum 2017 bis 2020 fest. Die Anmeldung der ARD wurde um 22,7 Mio. Euro gekürzt. Die um 10,6 Mio. Euro reduzierten UKW-Ausstrahlungskosten wurden bei der Kürzung angerechnet.

Auch die terrestrische Fernsehverbreitung ist von strategischer Bedeutung. Sie ermöglicht den ungehinderten/kostenfreien Empfang der öffentlich-rechtlichen Programme und mindert die Abhängigkeit von anderen Verbreitungswegen. Mit dem **Umstieg von DVB-T auf DVB-T2** können mehr Programme und diese in HD-Qualität übertragen werden, bei gleichzeitiger Senkung der Verbreitungskosten um rund 15 %. Die KEF stellte zum 21. Bericht einen Finanzbedarf von 26,9 Mio. Euro für den Zeitraum 2017 bis 2020 fest. Die Anmeldung der ARD wurde um 20 Mio. Euro gekürzt. Die KEF geht davon aus, dass die in Höhe von 20 Mio. Euro veranschlagten Kosten für die Räumung des 700-MHz-Frequenzbandes vom Bund erstattet werden.



6. SACHINVESTITIONEN

Die ARD-Landesrundfunkanstalten betreiben eine Investitionspolitik mit Augenmaß. Neue Investitionen dienen insbesondere der Schaffung moderner und effizienzsteigernder Rahmenbedingungen. Dabei erfolgt eine Begrenzung auf das Notwendige. Die Reinvestitionsquote beschreibt das Verhältnis von Investitionen zu Abschreibungen in einem Haushaltsjahr. Die ARD weist 2006 bis 2013 eine durchschnittliche Reinvestitionsquote von 87,8 % aus.

Ursächlich für diese Entwicklung bei der ARD waren in der Vergangenheit interne Einsparvorgaben oder Verschiebungen und Streichungen von Investitionen. Ferner konnten Investitionszyklen durch eine längere Nutzung von Anlagegütern gestreckt werden.

Zur Beurteilung der nachhaltigen und angemessenen Anmeldung stellt die KEF die angemeldeten Investitionen und Instandhaltungen der Kappungsgrenze gegenüber. Die von den ARD-Anstalten angemeldeten Investitionsausgaben liegen für 2017 bis 2020 mit 7,9 Mio. Euro knapp unterhalb der Kappungsgrenze von 1.933,7 Mio. Euro. Dennoch hat die KEF den unter den Investitionen angemeldeten Finanzbedarf für das WDR-Filmhaus um 5,6 Mio. Euro reduziert.



IMPRESSUM

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
der Bundesrepublik Deutschland (ARD)

ARD-Vorsitz: Bayerischer Rundfunk
Anstalt des Öffentlichen Rechts
Rundfunkplatz 1
80335 München

Verantwortlich: Dr. Albrecht Frenzel

Redaktion: Andreas Berkholz, Diana von Bülow

Layout: dot_agentur, Matthias Schröppel

Stand: April 2018

Fotonachweis: dot_agentur (Seite 1)
ARD Generalsekretariat (Seite 10)
ARD-Hauptstadtstudio/Axel Berger (Seite 22)
ARD/Thorsten Jander (Seite 23)
WDR/Markus Tedeskinio (Seite 23)
SWR/ARD/Morris Mac Matzen (Seite 23)
ARD Degeto/Moovie GmbH/Julia Terjung (Seite 24)
SWR/Alexander Kluge (Seite 25)
BR | NDR/ Thorsten Jander (Seite 26)
WDR/imagen/Ralph Peters (Seite 27) | NDR/Michael Zapf (Seite 27)
WDR/Oliver Ziebe (Seite 28) | SR/Pasquale D'Angiolillo (Seite 28)
BR/NEUESUPER/Günther Reisp (Seite 28) | NDR/ Thorsten Jander (Seite 28)
MDR/Axel Berger (Seite 29) | rbb/Mark Seeburger (Seite 29)
BR/Lisa Hinder (Seite 30) | ARD (Seite 30)
BR/Peter Meisel (Seite 31)
MDR/Stephan Flad (Seite 32)
dot_agentur, Matthias Schröppel (Seite 33)
WDR (Seite 34)
BBC 2010 (Seite 35)
BR/Lisa Hinder (Seite 36)
BR/Maximilian Schecker (Seite 37)
tagesschau24 (Seite 39)
Kika (Seite 40)
Kika/Carlo Bansini (Seite 40) | MDR/WunderWerk (Seite 41)
Stefan Hoederath (Seite 43)
ARTE D / Raúl Cadenas / competent filmproduktion (Seite 44)
ARTE F / Rémy Grandroques 2017 (Seite 45)
screenshots des PHOENIX-Programms (Seite 47)
WDR/Oliver Ziebe (Seite 47) | Ingo Firley/ PHOENIX (Seite 47)
ZDF/3sat-Grafik (Seite 48)
ZDF/Andreas Pohlmann (Seite 49)
ARD Mediathek (Seite 50/51)
ARD/tagesschau (Seite 53)
ARD/Sportschau (Seite 55)
DasErste.de (Seite 57)
boerse.ARD.de (Seite 59)
ARD Text (Seite 61)
X Filme Creative Pool Entertainment GmbH/ARD Degeto/
Beta Film GmbH/Sky Deutschland GmbH 2017/
Frédéric Batier (Seite 65)
GEPA Pictures/IMAGO, Mathias Mandl (Seite 67)
ARD.ZDF medienakademie (Seite 69)
ARD.ZDF medienakademie, Mel Hofmeier (Seite 69)
Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv (Seite 71)
IVZ, Jörg Wrabetz (Seite 73)
WDR/Klaus Görden (Seite 75)
WDR/Herby Sachs (Seite 75)

ARD 

BR

HR

MDR

NDR

Radio Bremen

RBB

SR

SWR

WDR