



Unterrichtung

Landtag

Magdeburg, 9. August 2016

Information der Landesparlamente über die Haushalts- und Wirtschaftsführung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (ARD, ZDF, DLR)

Sehr geehrte Damen und Herren,

gemäß § 5a des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages erstatten die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD), das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und Deutschlandradio (DLR) allen Landesparlamenten einen schriftlichen Bericht zur Information über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

Folgende Berichte* stehen dem Landtag zur Verfügung:

- mit Schreiben vom 15. Juli 2016, hier eingegangen am 21. Juli 2016, der Bericht der ARD, übermittelt durch die ARD-Vorsitzende, Frau Prof. Dr. Karola Wille;
- mit Schreiben vom 14. Juli 2016, hier eingegangen am 18. Juli 2016, der Bericht des ZDF, übermittelt durch den Intendanten des ZDF, Herrn Dr. Thomas Bellut;
- mit Schreiben vom 6. Juli 2016, hier eingegangen am 11. Juli 2016, der Bericht des Deutschlandradios, übermittelt durch den Intendanten des DLR, Herrn Dr. Willi Steul.

Die Unterrichtung erfolgt gemäß § 54 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Landtages von Sachsen-Anhalt (GO.LT).

Gemäß § 40 Abs. 2 GO.LT wird die Unterrichtung zur Beratung an den Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Medien überwiesen.

Mit freundlichen Grüßen

Hardy Peter Güssau
Präsident

* **Hinweis:** Die Drucksache steht vollständig digital im Internet/Intranet. Die Berichte sind in Word als Objekte beigefügt und öffnen durch Doppelklick im Netz den Acrobat Reader. Bei Bedarf kann Einsichtnahme in der Bibliothek des Landtages erfolgen oder die gedruckte Form abgefordert werden.

ARD-Geschäftsführung

Mitteldeutscher Rundfunk
Kantstraße 71 – 73
04275 Leipzig
Tel. +49/341/300 62 00
Fax +49/341/300 62 36
intendanz@mdr.de

Prof. Dr. Karola Wille
ARD-Vorsitzende

Landtag von Sachsen-Anhalt
Herrn Präsidenten
Hardy Peter Güssau
Domplatz 6-9
39104 Magdeburg

ARD 

Leipzig, 15. Juli 2016

Arbeitsgemeinschaft
der öffentlich-rechtlichen
Rundfunkanstalten der
Bundesrepublik Deutschland

Bayerischer Rundfunk
Hessischer Rundfunk
Mitteldeutscher Rundfunk
Norddeutscher Rundfunk
Radio Bremen
Rundfunk Berlin-Brandenburg
Saarländischer Rundfunk
Südwestrundfunk
Westdeutscher Rundfunk Köln
Deutsche Welle

Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten 2016

Sehr geehrter Herr Präsident Güssau,

die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten sind gemäß § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag gehalten, den Landesparlamenten zeitnah nach Vorliegen des Berichtes der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) zur Information einen eigenen Bericht über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage vorzulegen.

Als Anlage sende ich Ihnen den Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten 2016. Er enthält detaillierte Finanzdaten, Angaben zu ausgewählten Gemeinschaftseinrichtungen und die Positionierung der ARD zum 20. KEF-Bericht.

Ich darf darauf hinweisen, dass sich auch die Gremien der Landesrundfunkanstalten als Vertretungen der Allgemeinheit kritisch mit dem 20. KEF-Bericht und dem Landtagsbericht 2016 im Rahmen ihrer Aufsichts- und Beratungskompetenzen auseinandergesetzt haben.

Anbei finden Sie eine Positionierung der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz vom April 2016 mit dem Titel „Reformen fördern und Planungssicherheit garantieren“ in dieser Sache. Eine Reihe von Rundfunk- und Verwaltungsräten einzelner Anstalten hat diese Positionen bekräftigt und in Form von öffentlichen Stellungnahmen weiter untersetzt.

Für eine Erörterung des Berichts über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten 2016 und der damit verbundenen Themen stehen die Anstalten gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Prof. Dr. Karola Wille

Anlagen

Reformen fördern und Planungssicherheit garantieren

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen eine längerfristige finanzielle Planungssicherheit erhalten, um Innovationen und Reformen umsetzen zu können – das fordert die ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) auf ihrer Sitzung am 18./19. April beim RBB in Potsdam.

Wie die Ausführungen im 20. KEF-Bericht und die auf Länderebene angestoßene Debatte über Struktur und Auftrag der Rundfunkanstalten zeigen, wird sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk aus Sicht der GVK Forderungen nach grundlegenden Reformen stellen müssen. Die GVK unterstützt die Intendantinnen und Intendanten darin, sich in diesen öffentlichen und politischen Diskurs frühzeitig einzubringen. „Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind aufgefordert, Konzepte zu entwickeln und zu diskutieren, wie sie ihre gesellschaftliche Funktion in Zukunft erfüllen können und welche Voraussetzungen hierfür notwendig sind. Auch die Gremien als Vertreter der Allgemeinheit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind gefragt, ihre Vorstellungen zu formulieren – wir werden uns hier aktiv beteiligen“, so Steffen Flath, GVK-Vorsitzender.

Die Reformüberlegungen dürfen nach Ansicht der GVK jedoch nicht nur bei den Rundfunkanstalten ansetzen, sondern müssen z.B. auch die Regelungen zur Ermittlung des Finanzbedarfs einbeziehen. Steffen Flath: „Die Rundfunkanstalten brauchen langfristige finanzielle Planungssicherheit, um innovative Strukturen entwickeln zu können, die sich letztendlich auch kostenmindernd auswirken können. Das derzeitige Verfahren zur Ermittlung des Finanzbedarfs ist hierfür nicht geeignet, da es jeweils nur einen Zeitraum von vier Jahren überblickt. Hier muss mehr Flexibilität und auch Anreiz für Neuerungen geschaffen werden.“

Die GVK sieht die im 20. KEF-Bericht ausgesprochene Empfehlung zur Senkung des Rundfunkbeitrags kritisch. „Statt den Beitrag abzusenken sollte eine Rücklage gebildet werden, aus der ein späterer Mehrbedarf zumindest teilweise gedeckt werden könnte“, so Steffen Flath.

Potsdam, den 20.4.16

Pressekontakt:

Susanne Spiekermann

Geschäftsführerin

Geschäftsstelle der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz

Tel: +49 89 5900 20111

Email: ARD.GVK@ard-gvk.de

www.ard.de/gvk

Die Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD (GVK) setzt sich zusammen aus den jeweiligen Vorsitzenden der Rundfunk- und Verwaltungsräte der neun Landesrundfunkanstalten sowie der Deutschen Welle. Als ständiger Gast nimmt der/die Vorsitzende des ARD-Programmbeirats an den Sitzungen der GVK teil. Derzeitiger Vorsitzender der GVK ist Steffen Flath, Vorsitzender des MDR-Rundfunkrats.

Juli 2016

**Bericht über die wirtschaftliche und
finanzielle Lage der
Landesrundfunkanstalten gemäß § 5a
Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag**

Inhalt

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF	4
II. Bericht der ARD	7
1. Position der ARD zum 20. KEF-Bericht	7
2. Weiterentwicklung des ARD-Finanzausgleichs	9
3. Kooperationen innerhalb der ARD	11
4. Zusammenarbeit mit der deutschen Film- und Fernsehproduktionswirtschaft	13
5. Rationalisierungsmaßnahmen der ARD	15
III. Anlage zum Bericht der ARD	17
1. Finanzdaten	17
Ergebnis des Jahres 2014	17
Erträge	18
Aufwendungen	22
Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)	26
Entwicklungsbedarf/Projekte	27
Sachinvestitionen	30
Bilanzkennzahlen	31
2. Programmangebote der ARD sowie ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramme	33
Fernsehen	33
Hörfunk	34
Telemedien	36
PHOENIX	37
3sat	38
Kinderkanal (KiKA)	40
Europäischer Kulturkanal ARTE	42
Junges Angebot	43
3. Gemeinsame Aktivitäten von ARD, Deutschlandradio und ZDF (einschließlich Tochter- und Beteiligungsgesellschaften)	45
Degeto (ohne Deutschlandradio und ZDF)	45
SportA	46
IRT	47
ARD/ZDF-Medienakademie, gemeinnützige GmbH	48
Deutsches Rundfunkarchiv (ohne ZDF)	48
ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (Zentraler Beitragsservice)	49

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF

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

Zunächst ein kurzer Rückblick: Zum 01.01.2013 erfolgte die Umstellung vom geräteabhängigen Gebührenmodell zum geräteunabhängigen Beitragsmodell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des 19. KEF-Berichts waren die Prognosen zur Entwicklung der Beitragserträge noch mit großen Risiken und Unsicherheiten verbunden. Daher hatte die KEF in ihrem 19. Bericht empfohlen, nur die Hälfte der geschätzten Mehreinnahmen aus Rundfunkbeiträgen für eine Absenkung des monatlichen Beitrags zu verwenden und den monatlichen Beitrag für die Jahre 2015 und 2016 um 0,73 Euro auf 17,25 Euro zu senken.*1) Mit dem 16. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde der Rundfunkbeitrag ab dem 01.04.2015 um 0,48 Euro auf 17,50 Euro gesenkt. Damit

sollten die notwendigen finanziellen Spielräume erhalten bleiben, um im Rahmen der Evaluierung des Beitragsmodells über Anpassungen bei den Anknüpfungspunkten für die Rundfunkbeitragspflicht zu entscheiden. Mehrerträge gegenüber dem von der KEF festgestellten Finanzbedarf wurden von den Anstalten einer Sonderrücklage zugeführt.

Die Ministerpräsidentenkonferenz hat am 18.06.2015 die Ergebnisse der Evaluierung beraten und Modifikationen vorgenommen, die das Beitragsaufkommen im Ergebnis leicht verringern.*2) Damit die Ergebnisse der Evaluierung noch im 20. KEF-Bericht berücksichtigt werden konnten – wobei die KEF die Beschlüsse der Regierungschefinnen und -chefs als hinreichende Rechtsgrundlage betrachtet, auf deren Basis die Rundfunkanstalten ihren Finanzbedarf anmelden können – wurde das Verfahren von der KEF in Abstimmung mit der Rundfunkkommission der Länder um vier Monate verschoben.*3) Entsprechend kam es auch bei der Erstellung des vorliegenden Berichtes zu zeitlichen Verschiebungen gegenüber der Praxis der vorangegangenen Jahre.

Nach dem üblichen Turnus der Kommission handelt es sich beim 20. Bericht um einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe. Auf Grundlage ihrer Prüfungen kommt die Kommission zu der Empfehlung, den Beitrag zum 01.01.2017 erneut abzusenken, diesmal um 0,30 Euro auf dann 17,20 Euro.*4) Die eingangs erwähnte Sonderrücklage aus Beitragsmehrerträgen aus der Periode 2013 - 2016 ist

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

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

*3) Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S.28, Tz. 8

*4) Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 298 ff.

vollständig in das Verfahren zur Bedarfsermittlung für die Periode 2017 - 2020 einbezogen worden. Ohne diesen Sondereffekt hätte sich für die kommende Periode für die Anstalten ein zusätzlicher Finanzbedarf ergeben.*5) Die Beitragsertragsplanung der Rundfunkanstalten für den Zeitraum 2017 – 2020 wurde von der Kommission ohne Korrekturen akzeptiert. Dies bestätigt, dass die Planung – anders als noch im 19. Bericht, der insoweit von erheblichen Unsicherheiten geprägt war – auf einer soliden Basis steht. Zudem wird deutlich, dass die Umstellung der Rundfunkfinanzierung ein Erfolg ist und dass insbesondere die Entscheidung für die Durchführung der Direktanmeldungen maßgeblich zur Ertragssicherung beigetragen hat.

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

Die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist mit einem komplett neuen Verständnis der Beziehungen zwischen Sender und Empfänger aufgewachsen und erwartet dadurch, dass Fernsehen zeitsouverän und ortsunabhängig zur Verfügung steht, Interaktivität ermöglicht und mit nichtlinearen Angeboten vernetzt ist. Nichtsdestotrotz spielt auch das lineare Fernsehen für sie immer noch eine erhebliche Rolle. Die ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“ hat im Jahr 2015 ermittelt, dass das Fernsehen nach wie vor die wichtigste Zugangsplattform ist, um sich über Aktuelles aus Politik und Wirtschaft in Deutschland und der Welt zu informieren. Dabei werden die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme von den Zuschauern aller Alters- und soziodemografischen Gruppen weiterhin mit weitem Abstand als sachlicher, glaubwürdiger, kompetenter, anspruchsvoller, objektiver, informativer, kritischer, aktueller und unabhängiger bewertet als die privaten TV-Programme.*6)

Erstmals wurde in der genannten Studie auch nach dem Empfinden der Werbeunterbrechungen gefragt: Sehr eindeutig empfinden die Zuschauer aller Alters- und soziodemografischen Gruppen Werbung in erster Linie bei den Privatsendern als störend: Unter 10 Prozent der Befragten sind der Auffassung, dass die Programme der öffentlich-rechtlichen Anbieter durch zu viel Werbung unterbrochen werden – bei den privaten TV-Programmen sind es fast 90 Prozent.*7) In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert,

*5) Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 29, Tz. 10 f.

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

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

dass die Werbe- und Sponsoringerträge von ARD und ZDF zwar nur einen vergleichsweise kleinen Anteil – unter 5 Prozent der Erträge – ausmachen, Berechnungen im Rahmen des 20. KEF-Berichts jedoch ergaben, dass Werbung und Sponsoring den Beitragszahler um rund 1,23 Euro monatlich entlasten.*8) Auch ist davon auszugehen, dass bei einem Entfall von Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die frei werdenden Werbegelder zum weit überwiegenden Teil ins Internet zu Google, YouTube, Facebook & Co. abwandern würden, und damit deutschen Unternehmen entzogen wären.

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

ARD und Deutschlandradio begrüßen ausdrücklich, dass die KEF das Projekt „Digitaler Hörfunk“ weiter stützt. Die hierfür zweckgebunden zur Verfügung gestellten und deutlich erhöhten Mittel werden in einen weiteren offensiven Ausbau des Sendernetzes investiert. Die begleitenden Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit werden ebenfalls deutlich intensiviert und mit den Beteiligten koordiniert. Im Jahr 2020 wird der mobile Empfang über DAB+ in über 99 Prozent der Fläche Deutschlands möglich sein. Nahezu 95 Prozent der Menschen im Bundes-

gebiet werden dann Hörfunk mit einem DAB+-fähigen Gerät hören können. Die öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter teilen in diesem Zusammenhang ausdrücklich die Auffassung der KEF, dass ein Umstieg von UKW nur dann gelingen kann, wenn es zu klaren Festsetzungen von Bundesregierung, Bundestag und Ländern zu DAB+ kommt.*9)

*8) Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 221, Tz. 382

*9) Vgl. dazu 20. KEF-Bericht, April 2016, S. 187 ff.

II. Bericht der ARD

1. Position der ARD zum 20. KEF-Bericht

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) erstellt alle zwei Jahre einen Bericht über die finanzielle Situation von ARD, ZDF, Deutschlandradio und ARTE. Grundlage für diesen Bericht ist die von den Rundfunkanstalten erstellte „Mittelfristige Finanzplanung“. Die KEF legt den Ländern in der Regel alle vier Jahre einen Bericht mit einer Empfehlung über die zukünftige Höhe des monatlichen Rundfunkbeitrags vor. Zwei Jahre danach werden in einem sog. Zwischenbericht die Feststellungen der KEF aus dem vorherigen Bericht überprüft.

Die ARD hat der KEF gemäß der staatsvertraglichen Verpflichtung zur Vorbereitung des 20. KEF-Berichts ihre „Mittelfristige Finanzplanung“ für den Zeitraum 2017 bis 2020 am 31.08.2015 vorgelegt. Im Ergebnis wurde für diesen Zeitraum unter Berücksichtigung der voraussichtlich bis Ende 2016 gebildeten Beitragsrücklage in Höhe von 1.163 Mio. Euro ein ungedeckter Finanzbedarf von durchschnittlich 99 Mio. Euro p. a. angemeldet. Damit sollen im Wesentlichen die zu erwartenden Preissteigerungen ausgeglichen sowie Mittel für die Stärkung der Produktionsqualität im Programm und für zukunftsweisende technische Projekte, wie dem Digitalen Hörfunk und der terrestrischen Fernsehverbreitung über DVB-T2 sowie für die Erhaltung der vielfältigen Programmschätze in den Archiven der ARD durch modernste Archivierungsverfahren bereit gestellt werden. Die KEF empfiehlt im 20. KEF-Bericht eine Senkung des Rundfunkbeitrags zum 01.01.2017 von derzeit monatlich 17,50 Euro auf 17,20 Euro. Die KEF hat den von der ARD zum 20. KEF-Bericht ange-

meldeten ungedeckten Finanzbedarf um insgesamt 773,6 Mio. Euro reduziert. Somit wird aus einem von der ARD für den Zeitraum 2017 bis 2020 angemeldeten ungedeckten Finanzbedarf von 395,6 Mio. Euro ein von der KEF ermittelter Überschuss von + 378,0 Mio. Euro.

Die ARD begrüßt, dass die KEF den zusätzlich angemeldeten Finanzbedarf in Höhe von 200 Mio. Euro, der sich aus der Selbstverpflichtung der ARD im Ergebnis der Gespräche mit der Allianz Deutscher Produzenten – Film und Fernsehen e.V. (Produzentenallianz) sowie aus den Verhandlungen mit den Urheberverbänden ergibt, in Höhe von rund 150 Mio. Euro anerkennt. Die ARD hat die KEF jedoch darauf hingewiesen, dass zur Umsetzung von ausgewogenen Vertragsbedingungen und einer fairen Aufteilung der Verwertungsrechte entsprechend der Protokollerklärung der Länder die Landesrundfunkanstalten von einem Finanzbedarf in Höhe von 200 Mio. Euro ausgehen.

Die Rundfunkanstalten haben die Mehrbedarfe, die sich aus der handelsrechtlich vorgegebenen Anwendung des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) zum 01.01.2010 ergeben, seit dem 17. KEF-Bericht dargestellt, aber gleichzeitig auf eine finanzbedarfswirksame Anmeldung dieser Mehrbedarfe verzichtet. Die KEF hält es für erforderlich (19. KEF-Bericht, Tz. 180), die durch das BilMoG entstandenen Deckungsstocklücken durch die Fortführung des zweckgebundenen Anteils von 25 Cent am Monatsbeitrag über 2016 hinaus stufenweise aufzufüllen. Die Fortführung des zweckgebundenen Anteils von 25 Cent am Monatsbeitrag

hat die KEF im 19. KEF-Bericht mit Forderungen verbunden. Die Kommission hat diese Forderungen im 20. KEF-Bericht im Rahmen einer Gesamtbetrachtung gewürdigt. Die ARD begrüßt den Vorschlag der KEF, den zweckgebundenen Anteil am Monatsbeitrag über 2016 hinaus fortzusetzen.

Zwischen der KEF und den Rundfunkanstalten gibt es naturgemäß immer wieder auch Auffassungsunterschiede. Dies trifft auch für den 20. KEF-Bericht zu.

Der Landtag in Nordrhein-Westfalen hat am 27.01.2016 eine Novellierung des WDR-Gesetzes verabschiedet. Der WDR muss demnach ab 2017 die zulässigen Werbezeiten im Radio drastisch reduzieren. Die ARD hat darauf hingewiesen, dass Einschränkungen bei den Werbemöglichkeiten nach dem Verfassungsgrundsatz der bedarfsgerechten Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zwingend bei der Berechnung des Rundfunkbeitrags vollständig berücksichtigt werden müssen. Die KEF hat jedoch im 20. KEF-Bericht keine finanzielle Kompensation berücksichtigt.

Die ARD hat angeregt, anstatt einer von der KEF empfohlenen Beitragssenkung die Bildung einer Beitragsrücklage auch für den Zeitraum 2017 bis 2020 vorzusehen. Eine solche ist auch rechtlich zulässig. Damit wäre einerseits die von der Politik geforderte Beitragsstabilität für diesen Zeitraum gewährleistet und andererseits würde eine angemessene Vorsorge für mögliche Risiken erhalten bleiben. Sofern eine neue Beitragsrücklage im Zeitraum 2017 bis 2020 nicht für die beschriebenen Risiken ver-

wendet werden muss, könnte diese für die Finanzierung der Jahre ab 2021 herangezogen werden. Die Beitragsrücklage würde dann ab 2021 einen möglichen Anstieg des monatlichen Rundfunkbeitrags abmildern.

2. Weiterentwicklung des ARD-Finanzausgleichs

Die ARD hat ein sehr differenziertes Finanz- und Strukturausgleichssystem. Dazu zählen:

- die in den §§ 12 ff. Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag festgehaltenen Regelungen zum Finanzausgleich (FA),
- Einzelfallregelungen (z. B. die Strukturhilfe für RB und SR, eine Liquiditätshilfe für RB sowie ARD-interne Darlehen für den RBB bzw. Unterstützungsleistungen für den HR),
- sonstige Regelungen zum Leistungs- und Gegenleistungsaustausch sowie
- der Fernsehvertragsschlüssel als Instrument zur Regelung von Kostenbeteiligungen und Programmzulieferungen zum ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste.

Am 16.09.2013 haben sich die Intendantinnen und Intendanten der ARD-Landesrundfunkanstalten einstimmig auf eine Neuordnung des ARD-Finanzausgleichs ab 2015 geeinigt (Münchener Modell). Der Beschluss umfasst die

teilweise Wandlung und Verstetigung einer Vielzahl von Geld- und Sachleistungen, die RB und SR bisher im Rahmen des sog. „Leistungs- und Gegenleistungsaustausches“ (LuGA) zugeflossen sind (FFAG 1), sowie zusätzliche freiwillige Finanzausgleichsleistungen von insgesamt 20 Mio. Euro (FFAG 2) in den Jahren 2015 und 2016. Diese werden von BR, MDR, NDR, SWR und WDR aufgebracht und kommen zu gleichen Teilen RB und SR zugute. Im Zuge der Aufbringung dieser zusätzlichen Leistungen wurde zudem der Fernsehvertragsschlüssel ab 2015 für MDR und WDR reduziert, BR und NDR übernehmen im Gegenzug höhere Anteile. Die Einbeziehung des Leistungs- und Gegenleistungsaustauschs und der zusätzlichen freiwilligen finanziellen Leistungen, mit Zahlung einer feststehenden Summe, haben zur Folge, dass die prozentuale Verteilung, abhängig von der tatsächlichen Höhe des gesetzlichen Finanzausgleichs, geringfügigen Änderungen unterliegt. Entsprechend des Münchener Modells wurden folgende Zahlungen geleistet:

	gesetzl. FA	FFAG 1	FFAG 2	LuGA
Bayerischer Rundfunk	15,624 %	1.008 T€	425 T€	0 T€
Hessischer Rundfunk	1,947 %	433 T€	0 T€	0 T€
Mitteldeutscher Rundfunk	6,835 %	635 T€	1.875 T€	0 T€
Norddeutscher Rundfunk	13,100 %	4.664 T€	2.500 T€	1.424 T€
Rundfunk Berlin-Brandenburg	0,000 %	386 T€	0 T€	0 T€
Südwestrundfunk	17,994 %	2.470 T€	2.500 T€	1.070 T€
Westdeutscher Rundfunk	44,500 %	2.802 T€	2.700 T€	1.414 T€
Gesamtaufbringung	100 % (≙ 1,0 % der Beitragserträge)	12.398 T€	10.000 T€	3.908 T€

Unter Berücksichtigung der Beitragserträge errechnet sich auf der Aufbringungsseite für das Jahr 2015 die folgende prozentuale Verteilung:

Bayerischer Rundfunk	12,43 %
Hessischer Rundfunk	1,86 %
Mitteldeutscher Rundfunk	7,68 %
Norddeutscher Rundfunk	19,23 %
Rundfunk Berlin-Brandenburg	0,46 %
Südwestrundfunk	19,55 %
Westdeutscher Rundfunk	38,79%

Mit der KEF konnte auch Einvernehmen darüber erzielt werden, dass der zusätzliche Finanzbedarf von RB und SR in Höhe von insgesamt 19,6 Mio. Euro in den Jahren 2015 und 2016 nicht über Kredite, sondern zunächst aus den zu erwartenden, aber einer Rücklage zuzuführenden Beitragsmehrerträgen vorfinanziert wird. Mit diesem Maßnahmenpaket ist es der ARD gelungen, den internen Finanzausgleich für die laufende Beitragsperiode bis 2016 zu regeln. Die Belastungen aus dieser Vorfinanzierung sind im 20. KEF-Bericht jedoch nicht finanzbedarfsrelevant anerkannt worden.

Im März 2014 hat sich die Konferenz der Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten dann auf eine Neuregelung des Finanzausgleichs für die ARD-Rundfunkanstalten ab 2017 verständigt. Dementsprechend sieht der aktuelle Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag in der Fassung des 16. Rundfunkänderungsstaatsvertrags vor, dass RB und SR ab 2017 zusammen insgesamt 1,6 Prozent des Nettobeitragsaufkommens der ARD erhalten, statt wie bisher

1,0 Prozent. Geregelt ist zudem, dass die Aufteilung im Verhältnis 50,92 Prozent zu 49,08 Prozent auf SR und RB zu erfolgen hat.

Die Landesrundfunkanstalten führen derzeit Verhandlungen zur künftigen Aufbringung des nunmehr staatsvertraglich vorgegebenen Finanzausgleichsvolumens von 1,6 Prozent der Nettobeitragserträge.

3. Kooperationen innerhalb der ARD

Die ARD ist als „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ seit jeher geprägt von einer engen Zusammenarbeit und einem umfangreichen Leistungsaustausch zwischen den einzelnen Landesrundfunkanstalten. Die Kooperationen umfassen programmliche, technische und organisatorische Bereiche. Ziel ist es, ein vielfältiges Programmangebot für die unterschiedlichen Interessengruppen in Deutschland zu gestalten. Nur gemeinsam können etwa Sport- und andere Großereignisse, attraktive Filmrechte, anspruchsvolle Fernsehspiele oder auch der Programmpool der Dritten Fernsehprogramme finanziert werden. Auf diese Weise kann effizient ein qualitativ anspruchsvolles Programmangebot entstehen, das inhaltlich unterschiedlichste Präferenzen des Publikums berücksichtigt. Das enge, arbeitsteilige Netz von Korrespondenten im In- und Ausland, die Kompetenz in den Fachredaktionen und der aktive Austausch zwischen den einzelnen Häusern sichern die schnelle, aktuelle, verlässliche und kompetente Berichterstattung. Darauf basiert die Informationskompetenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Im Fernsehen ist das nationale Gemeinschaftsprogramm „Das Erste“ das in der Außenwirkung wichtigste Produkt der erfolgreichen ARD-Kooperationen. Es handelt sich hierbei um ein bewährtes System, das unter Nutzung erheblicher Synergieeffekte den Programmerfolg des Ersten ermöglicht. Als Bereiche für die Zusammenarbeit im Fernsehen seien hier beispielhaft Gemeinschaftssendungen im Ersten Deutschen Fernsehen, z. B. ARD-aktuell (mit Tages-

schau und Tagesthemen), Brisant, Morgen- und Mittagsmagazin, Sportschau sowie die Gemeinschaftsredaktionen (Vorabend, Hauptabendserien, Unterhaltung) genannt.

Ferner veranstalten die neun Landesrundfunkanstalten die regionalen Dritten Fernsehprogramme, welche, teilweise als gemeinsames Fernsehprogramm mehrerer Landesrundfunkanstalten (NDR/RB und SWR/SR), in besonderem Maße die Vielfalt und Identität aller Regionen in Deutschland widerspiegeln. Hier existiert ein gemeinsamer Programmpool zum gegenseitigen kostenfreien Programmaustausch.

Auch auf die gemeinsame Trägerschaft für ARTE, Kinderkanal, Phoenix und 3sat mit dem ZDF und z. T. weiteren Kooperationspartnern sowie die enge Zusammenarbeit bei Sportgroßereignissen sei an dieser Stelle verwiesen. Das ab 01.10.2016 gemeinsam mit dem ZDF zu betreibende „Junge Angebot“ findet in der Anlage nähere Erläuterung.

Die fünf gemeinsamen Telemedienangebote der ARD-Landesrundfunkanstalten basieren ebenfalls auf einer arbeitsteiligen Redaktionsgemeinschaft. So sind die Angebote ARD.de (mit ARD Mediathek), tagesschau.de, sportschau.de, boerse.ARD.de und DasErste.de in dem elektronischen Portal ARD Online zusammengefasst. ARD.de übernimmt dabei die Rolle der koordinierenden Einheit in grundsätzlichen Fragen, bei technischen Standards und in der redaktionellen Abstimmung für das Tagesgeschäft.

Ein weiterer Bestandteil des Programmportfolios der ARD sind die Digitalkanäle tagesschau24, Einsfestival und EinsPlus. Letzterer wird zur Finanzierung des „Jungen Angebots“ zum 01.10.2016 eingestellt.

Neben den programmlichen Kooperationen wird auch im Produktions- und Verwaltungsbereich an zahlreichen Stellen anstaltsübergreifend zusammengearbeitet. Hierdurch werden Kosten gesenkt, Synergien ausgeschöpft und Leistungen verbessert. Insgesamt existieren etwa 30 nicht programmbezogene Gemeinschaftseinrichtungen, die die unterschiedlichsten Aufgaben zentral für die ARD wahrnehmen.

Ausgewählte größere programmbezogene und nicht-programmbezogene Gemeinschaftseinrichtungen, an denen teilweise auch das ZDF beteiligt ist, werden in der Anlage näher beschrieben. Darüber hinaus gibt es zur Erzielung von Wirtschaftlichkeitseffekten weitere vielfältige Kooperationsmaßnahmen, zum Beispiel im Bereich der Investitionen von Produktions-equipment und -systemen. Mehrere Landesrundfunkanstalten betreiben zusammen das gemeinsame Rechenzentrum IVZ in Berlin. Zudem existieren zahlreiche bilaterale Kooperationen zwischen einzelnen Landesrundfunkanstalten, wie etwa beim Beitragseinzug.

Nicht zuletzt produzieren unsere Korrespondentinnen und Korrespondenten im gemeinsamen ARD-Hauptstadtstudio, welches federführend vom rbb betrieben wird, bundespolitische Nachrichten für Radio, Fernsehen

und Internet zu aktuellen politischen Ereignissen, Entscheidungen und Entwicklungen.

Ihre Bemühungen zur Erschließung weiterer Kooperationsfelder zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit wird die ARD auch in Zukunft kontinuierlich fortsetzen.

4. Zusammenarbeit mit der deutschen Film- und Fernsehproduktionswirtschaft

Die deutschen Film- und Fernsehproduzenten sind für die ARD langjährige und unverzichtbare Partner. Ihre Leistungen sind wesentliche Elemente zur Erfüllung des Programmauftrages durch die Landesrundfunkanstalten. Aus Sicht der ARD profitieren die Nutzerinnen und Nutzer von einer vielfältigen und starken Produzentenlandschaft. Daher ist sie an einer nachhaltigen und fairen Zusammenarbeit stets interessiert.

Einen weiteren zukunftsweisenden Schritt zur Festigung dieser Zusammenarbeit stellen die neuen „Eckpunkte für ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte“ dar. Sie gelten seit Beginn des Jahres 2016 übergreifend für Produktionen der Genres Fiktion, Unterhaltung und Dokumentation als einheitliche Grundlage beim Abschluss von Verträgen.

Diese „Eckpunkte 2.0“ sind eine Weiterentwicklung der bereits seit 2009 geltenden Eckpunkte für fiktionale und Unterhaltungsproduktionen sowie der seit 2013 geltenden Eckpunkte im Bereich dokumentarische Produktionen und beziehen nun auch teilfinanzierte Fernhefuftragsproduktionen ein. Bisher erstreckten sich die Eckpunktevereinbarungen lediglich auf vollfinanzierte Auftragsproduktionen im TV-Bereich. Die Vielfalt der Finanzierungsmodelle entspricht aus Sicht der ARD einem differenzierten und leistungsfähigen Produzentenmarkt. Mit Verabschiedung dieser Eckpunkte setzt die ARD eine Selbstverpflichtung um, zu der sie in den Protokollnotizen zum 12. und 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag angehalten wurde. Dort hatten die Länder ihre Auffassung fixiert,

dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Bereich Film- und Fernsehproduktionen Unternehmen, Urheberinnen und Urhebern sowie Leistungsschutzberechtigten ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte gewähren soll.

So wurde im Jahr 2015 mit der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V. ein intensiver und konstruktiver Austausch über eine Weiterentwicklung der Eckpunkte geführt. Die Gespräche haben sich dabei an den aktuellen Markt- und Rahmenbedingungen sowie am Text der Protokollerklärung zum 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag orientiert. Einbezogen wurden insbesondere die digitalen Veränderungen im Bereich der Produktion und Verwertung, die veränderte Wettbewerbslandschaft sowie auch Veränderungen in den Finanzierungsgrundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Für die Zeit nach dem 31.12.2018 ist eine Evaluierung der Eckpunkte vorgesehen.

Vor diesen Hintergründen stellen die aktuellen „Eckpunkte 2.0“ auch durch die Zusammenführung der unterschiedlichen Genres sowie die Einbeziehung der teilfinanzierten Auftragsproduktionen eine komplexe und umfassende Verpflichtung gegenüber den Produzenten dar. Die neuen Eckpunkte dienen der Stärkung und der Vielfalt der Produzentenlandschaft und leisten einen Beitrag zur Sicherung der bestmöglichen Programmqualität der ARD.

Wesentliche Neuerungen ergeben sich vor allem auf folgenden Gebieten:
Kalkulationsrealismus: Realistische Kalkulationen

sind die Grundlagen aller Produktionsaufträge. Künftig werden auch zusätzliche Ausgaben der Produzenten kalkulationsfähig. Dazu gehören beispielsweise der „Producer“, projektbezogene Rechtsberatungskosten und bei fiktionalen Serien ab sechs Folgen ein „Headautor“.

Rechteteilung und Mitfinanzierung: Neben klassischen vollfinanzierten Auftragsproduktionen decken die Eckpunkte nun auch teilfinanzierte Produktionen ab. Hier erwirbt der Produzent durch Mitfinanzierung Rechte, die er selbst verwerten kann. Dabei steht eine breite Modellpalette unterschiedlichster Finanzierungsformen zur Verfügung. Das sogenannte „Schichtenmodell“ beziffert in „Korridoren“ die Werthaltigkeit von Rechten und entspricht durch seine Flexibilität sowohl den Anforderungen der unterschiedlichen Genres als auch der Dynamik des TV-Marktes.

Anreize für Innovation, Prämierung und Projektentwicklung - das Leistungsmodell: Zusätzlich sollen pro Jahr 3,2 Mio. Euro von der ARD als Prämien für besondere qualitative Leistungen an Produzenten vergeben werden. Nach einem Punktesystem fließen hier Nominierungen und Auszeichnungen bei wichtigen Film- und Fernsehpreisen ein. Für die jeweils besten zehn Produktionen eines Jahres aus den Bereichen Fiktion, Unterhaltung, Dokumentation und Kinderfilm/Animation wird es einen neuen zweckgebundenen Entwicklungsvertrag für ein neues ARD-Projekt geben.

Entwicklungskosten: Vorgesehen ist eine innovationsfördernde Erstattung von Entwicklungskosten unabhängig von der Verwirklichung der Stoffidee im Sender. Ein senderseitig

geforderter Aufwand wird auch dann pauschal vergütet, wenn ein Produzent im Rahmen eines Pitches nicht den Auftrag erhält. Voraussetzung für den Ersatz ist die schriftliche Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes durch eine Landesrundfunkanstalt oder die Degeto.

Hinzu kommen weitere Regeln für einen guten Pitch, wie Begrenzung der Teilnehmerzahlen, transparentes Procedere, konkrete Vorgaben, sichere Finanzierung und sicherer Sendeleistungsplatz, Erstattung von Pitching-Kosten, Ideenschutz sowie einheitliche und fortlaufende Betreuung.

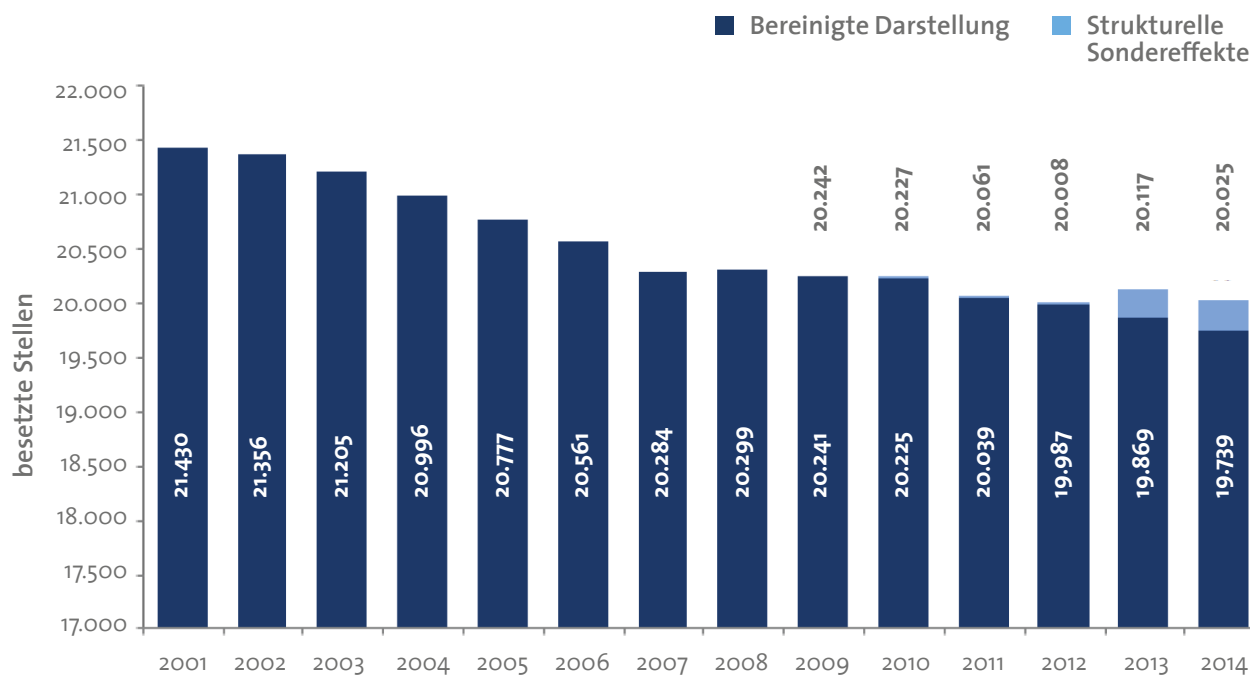
Die ARD hat für die Beitragsperiode 2017-2020 einen zusätzlichen Programmaufwand in Höhe von 200 Mio. Euro für die Umsetzung der „Eckpunkte für ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte bei Produktionen für die Genres Fiktion, Unterhaltung und Dokumentation“ angemeldet, weil die umfassenden Neuerungen bisher nicht von der rundfunkspezifischen Teuerungsrate erfasst sind, die die KEF ihrer Entscheidung zu Grunde legt. Aus der Gesamtsumme soll auch die Umsetzung der noch auszuhandelnden Ergebnisse der ARD mit diversen Urheberverbänden zu gemeinsamen Vergütungsregelungen mitfinanziert werden.

5. Rationalisierungsmaßnahmen der ARD

Personalabbau

In der abgeschlossenen Gebührenperiode 2009 bis 2012 hat die ARD einen Abbau von 291 besetzten Stellen vorgenommen (20. KEF-Bericht, Tz. 119). Insgesamt wurde seit 2001 die Anzahl der besetzten Stellen um 1.405 reduziert. Im Jahr 2013 ergibt sich durch strukturelle Sondereffekte (z. B. Wiedereingliederung Gebäudemanagement beim WDR) ein Anstieg der Anzahl der besetzten Stellen. Bleiben diese Sondereffekte unberücksichtigt, so ergibt sich auch in den Jahren 2013 und 2014 ein weiterer Abbau der besetzten Stellen (siehe hierzu weitere Ausführungen in der Anlage, Punkt 1 „Aufwendungen“). Die Sondereffekte sind in der nachfolgenden Grafik hervorgehoben.

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.



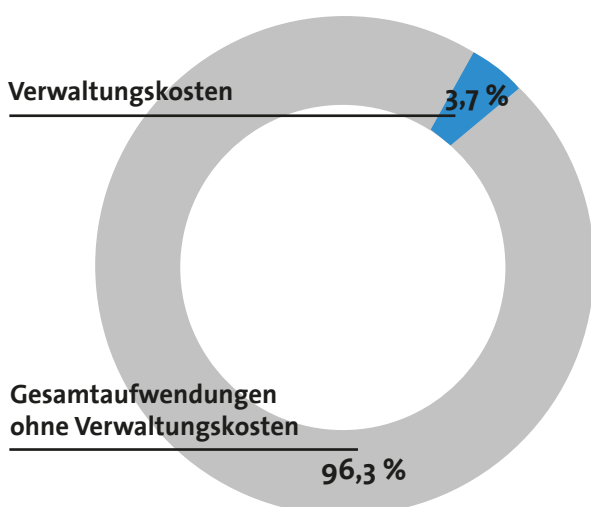
Quelle: 15. KEF-Bericht, Tz. 55; 17. KEF-Bericht, Tz. 130; 19. KEF-Bericht, Tz. 109, 20. KEF-Bericht, Tz. 118

Wirtschaftlichkeits- und Sparmaßnahmen

Die ARD ist gegenüber den Beitragszahlern zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den Finanzmitteln verpflichtet. Die Einhaltung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ist wesentliche Maxime der ARD-Finanzpolitik.

Die Rundfunkanstalten haben gegenüber der KEF auch zum 20. Bericht im Rahmen des Quantitativen Nachweises von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit (QNWS) ihre Wirtschaftlichkeits- und Sparmaßnahmen dargelegt. Im Ergebnis stellt die KEF für die ARD eine positive „Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit“ fest. Insgesamt weist die KEF für die ARD für den Zeitraum 2017 bis 2020 Netto-Einsparungen in Höhe von rd. 61 Mio. Euro aus (20. KEF-Bericht, Tz. 499). Diese Einsparungen kommen dem Beitragszahler unmittelbar zugute.

Anteil Verwaltungskosten am Gesamtaufwand im Jahr 2014



Quelle: Finanzstatistik der ARD für 2014 (www.ard.de)

Eine nachhaltige Kostenbegrenzung haben die Landesrundfunkanstalten durch die Reform der Altersversorgung mit Wirkung zum Jahr 1997 erreicht. Weitere Einsparungen konnten durch die Tarifverträge zur Altersversorgung in den Jahren 2003 und 2005 erreicht werden, allein in der Gebührenperiode 2009 bis 2012 im dreistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Auch in ihrem 20. KEF-Bericht hat sich die KEF mit der Situation und Entwicklung der betrieblichen Altersversorgung befasst (20. KEF-Bericht, Tz. 174 ff.). Die Kommission begrüßt, dass die Anstalten die bisherigen Versorgungstarifverträge gekündigt haben. Die Kommission würdigt, dass bei ARD und Deutschlandradio unterschriftsreife Versorgungstarifverträge vorliegen, die sich am Beitragstarifvertrag Altersversorgung (BTVA) des MDR orientieren. Der BTVA ist ein für den Arbeitgeber risikoloser, streng beitragsorientierter Leistungsplan, da die Renten ausschließlich von den Leistungen der Rückdeckungspensionskasse abhängen. Dies führt zu erheblichen Einsparungen gegenüber der Fortführung der bisherigen Versorgungsregelungen.

Der Anteil der Verwaltungskosten an den Gesamtaufwendungen konnte von 4,1 Prozent im Jahr 2001 auf 3,7 Prozent im Jahr 2014 abgesenkt werden.

III. Anlage zum Bericht der ARD

1. Finanzdaten

Die einzelnen ARD-Landesrundfunkanstalten legen nach den für große Kapitalgesellschaften vorgesehenen Vorschriften des Handelsgesetzbuches einen Jahresabschluss vor, der von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften geprüft und testiert wird. Für das Jahr 2015 liegen noch keine testierten Zahlen vor. Deshalb basieren die nachfolgenden Darstellungen bis 2014 auf Ist-Werten und ab dem Jahr 2015 auf Planwerten.

Ergebnis des Jahres 2014

Im Jahr 2014 haben die ARD-Landesrundfunkanstalten Erträge in Höhe von 6.910,2 Mio. Euro erzielt. Diesen Erträgen stehen Aufwendungen in Höhe von 6.865,9 Mio. Euro gegenüber. Somit ergab sich im Jahr 2014 in Summe ein positives Jahresergebnis für alle ARD-Anstalten von + 44,3 Mio. Euro.

Der Überschuss von 44,3 Mio. Euro bedeutet gegenüber dem Vorjahr eine Verbesserung um fast 180 Mio. Euro. Diese positive Entwicklung ist ursächlich vor allem auf die durch rückwirkende Direktanmeldungen erzielten Beitragsmehrerträge zurückzuführen, die sich im Vergleich zwischen den Ist-Beitragsenerträgen und den von der KEF im 19. Bericht für die Verwendung anerkannten Beitragserträgen ergeben. Die erzielten Beitragsmehrerträge dürfen von den Rundfunkanstalten jedoch nicht verwendet werden. Sie werden bis Ende 2016 einer Beitragsrücklage zugeführt.

Die Ist-Werte 2014 sowie die Planung bis zum Jahr 2020 werden nachfolgend näher erläutert. Bei den tabellarischen Übersichten zu den Erträgen und Aufwendungen im Zeitraum 2013 bis 2020 handelt es sich jeweils um die Feststellung im 20. KEF-Bericht.

	2013	2014	Veränderung	
	Ist	Ist	in Mio. €	in %
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Erträge	6.413,1	6.910,2	497,1	7,8 %
Aufwendungen	6.548,8	6.865,9	317,1	4,8%
Jahresergebnis	-135,7	44,3	180,0	132,6%

Quelle: Finanzstatistik der ARD für 2014

Erträge

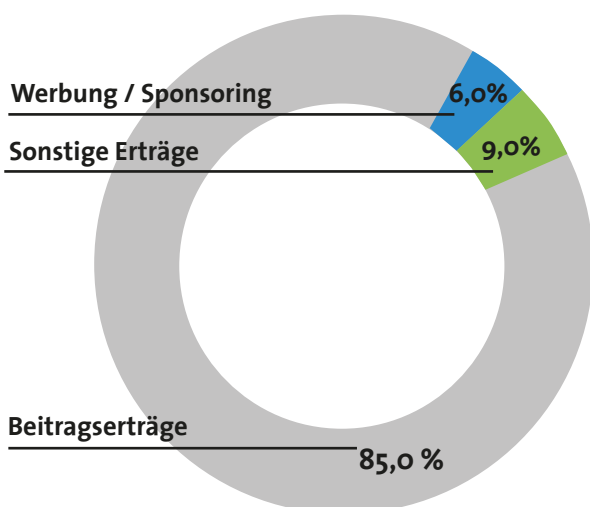
Die Erträge der Landesrundfunkanstalten setzen sich aus Beitragserträgen, aus Werbung und Sponsoring sowie aus Sonstigen Erträgen zusammen. 2014 kam es zu einer Erhöhung der Erträge um insgesamt 497,1 Mio. Euro bzw. 7,8 Prozent auf 6.910,2 Mio. Euro. Insbesondere die Erträge aus den Rundfunkbeiträgen (inkl. Rückflüsse von den Landesmedienanstalten) stiegen im Zuge der Umstellung auf den gebührenunabhängigen Rundfunkbeitrag von 2013 zu 2014 um 441,3 Mio. Euro an. Im Vergleich zum Vorjahr sind darüber hinaus die Werbeeinnahmen im Umfeld der beiden sportlichen Großereignisse Olympische Winterspiele in Sotschi und Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien angestiegen.

Nach wie vor sind die Beitragserträge mit 85 Prozent im Jahr 2014 die wesentliche Einnahmequelle der ARD-Landesrundfunkanstalten. Die Nettowerbe- und Sponsoringumsätze belaufen sich auf 6 Prozent der Gesamterträge. 9 Prozent entfallen auf die „Sonstigen Erträge“, wie z. B. Erträge aus Programmverwertung, Kostenerstattungen, Finanzerträge etc.

Beitragserträge

Die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag für die ARD lagen 2013 bei 5.433,1 Mio. Euro, im Jahr 2014 bei 5.871,5 Mio. Euro (ohne Rückflüsse Landesmedienanstalten und andere Erträge). Die Beitragsmehrerträge aus der Umstellung der Rundfunkgebühr zum Rundfunkbeitrag stehen den Rundfunkanstalten derzeit nicht zur Verfügung. Verwenden dürfen die Rundfunkanstalten nur das, was die KEF im 19. KEF-Bericht als Finanzbedarf für die Beitragsperiode 2013 bis 2016 anerkannt hat. Die Mehrerträge aus dem Rundfunkbeitrag in Höhe von 111,1 Mio. Euro für das Jahr 2013 und 489,5 Mio. Euro für das Jahr 2014 wurden daher in eine Beitragsrücklage eingestellt. Gemäß der im 19. KEF-Bericht dargestellten Zielsetzung wird die Beitragsrücklage für den Zeitraum ab 2017 herangezogen und mit dem Finanzbedarf der Rundfunkanstalten für die kommende Beitragsperiode verrechnet (Tz. 437).

Aufteilung der Erträge im Jahr 2014



Quellen: Finanzstatistik der ARD für 2014, ARD-Werbestatistik 2014 und ARD-interne Erhebung

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013 IST	2014 IST	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Erträge aus Teilnehmer- gebühren/ Teilnehmer- beiträgen	5.312	5.433	5.871	5.682	5.638	22.624	5.615	5.623	5.623	5.622	22.484	45.108
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											-0,2%	

Quellen: 2012 lt. ARD-Finanzstatistik; 2013 bis 2020 Anmeldung zum 20. KEF-Bericht, 20. KEF-Bericht, Tz. 344

Seit dem 01.04.2015 beträgt die Höhe des Rundfunkbeitrags monatlich 17,50 Euro. Der Rundfunkbeitrag wurde zuvor erstmals in der Geschichte der Rundfunkfinanzierung um 48 Cent gesenkt. Möglich wurde dies durch die Umstellung von der gerätebezogenen Rundfunkgebühr auf den geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag im Jahr 2013 und damit im Zusammenhang stehende Direktanmeldungen. Die hierdurch in den Jahren 2013 und 2014 entstandenen Mehrerträge beinhalten allerdings einen großen Teil offener Forderungen, denen noch kein entsprechender Zahlungseingang gegenüber steht. Von Januar 2009 bis März 2015 war die Höhe des Rundfunkbeitrags (ehemals: „Rundfunkgebühr“) über einen Zeitraum von über sechs Jahren mit 17,98 Euro konstant.

Für den Zeitraum 2013 bis 2016 werden für die ARD Beitragserträge in Höhe von durchschnittlich 5.656,0 Mio. Euro p. a. erwartet. Die Beitragsertragsplanung berücksichtigt für die Jahre ab 2017 auch die finanziellen Auswirkungen der Entscheidungen in der Ministerpräsidentenkonferenz vom 18.06.2015 zur Evaluierung

des Rundfunkbeitragsstaatsvertrages. Für die ARD ergeben sich aus der aktuellen Planung für den Zeitraum 2017 bis 2020 Beitragserträge in Höhe von durchschnittlich 5.621,0 Mio. Euro p. a.

Im Vergleich zum Zeitraum 2013 bis 2016 wird somit kein weiterer Anstieg der Beitragserträge im Zeitraum 2017 bis 2020 erwartet. In der Planung wird davon ausgegangen, dass gemäß Beschluss der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder im Zeitraum 2017 bis 2020 ein weiterer Meldedatenabgleich durchgeführt werden kann. Auch die KEF befürwortet einen weiteren Meldedatenabgleich, da dadurch voraussichtlich die Beitragserträge stabil bleiben und im Sinne der Beitragsgerechtigkeit einer „Flucht aus der Beitragspflicht“ entgegengewirkt werden kann. In Nr. 2 der Protokollerklärungen zum 15. RÄStV hatten sich die Länder zu einer Evaluierung der Auswirkungen des Übergangs zum Beitragsmodell verpflichtet. Die Ergebnisse hat die Ministerpräsidentenkonferenz am 18.06.2015 beraten. Die vorgesehenen Modifikationen wurden in der Planung 2017 bis 2020 mindernd berücksichtigt.

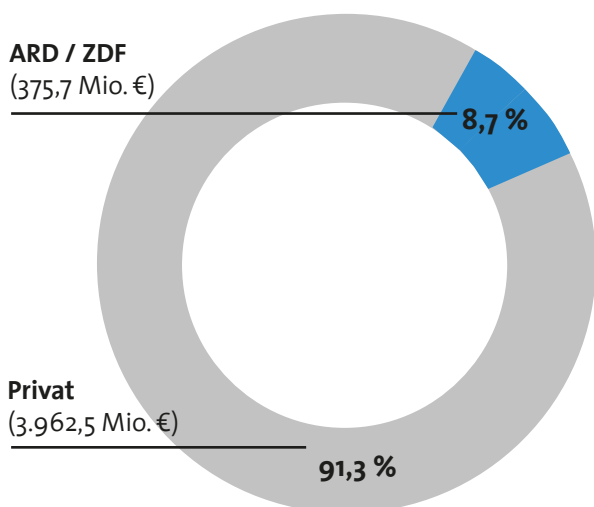
Das Verfahren zur Planung der Beitragserträge wurde in Zusammenarbeit mit der KEF weiterentwickelt. Die KEF hat mit ihrem 20. Bericht die Beitragsertragsplanung der Rundfunkanstalten für den Zeitraum 2017 bis 2020 bestätigt und keine Änderungen vorgenommen.

Nettowerbe- und Sponsoringumsätze

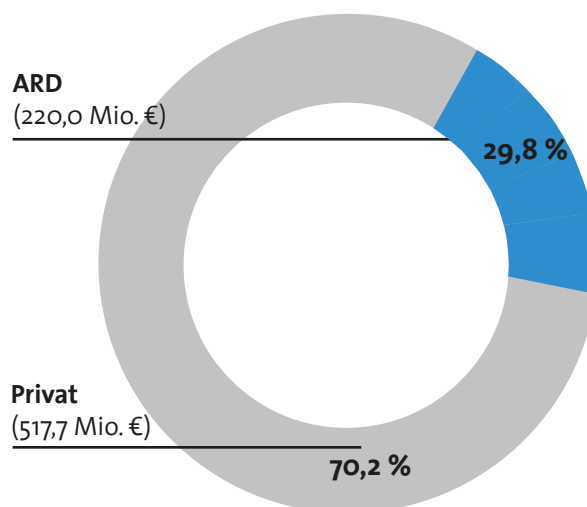
Im Jahr 2014 sind die Nettowerbe- und Sponsoringumsätze der ARD im Vergleich zum Vorjahr um 35,0 Mio. Euro auf rund 420 Mio. Euro gestiegen. Zum einen weisen „gerade“ Jahre mit Sportgroßereignissen in der Regel höhere Umsätze auf. Zum anderen war das Jahr 2014 ein Jahr mit außerordentlich guten Umsätzen aufgrund der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung und besonders guter Verkaufserfolge im Zusammenhang mit dem Gewinn der Fußball-

weltmeisterschaft durch die deutsche Nationalmannschaft. Nichtsdestotrotz war im Jahr 2014 aufgrund der rundfunkrechtlichen Auswirkungen des 15. RÄStV ein deutlicher Rückgang der Sponsoringumsätze im Vergleich zum Jahr 2012 zu verzeichnen. Die Umsätze aus Werbung und Sponsoring des Jahres 2014 sind gegenüber dem vorangegangenen „Sportjahr“ 2012 insgesamt dennoch um 6,1 Prozent angestiegen.

Nettowerbe-/Sponsoringumsätze Fernsehen 2014



Nettowerbeumsätze Hörfunk 2014



Quellen: „Werbung in Deutschland 2015“, herausgegeben vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) (S. 154), Finanzstatistik der ARD für 2014 sowie 20. KEF-Bericht, Tz. 371 ff.

Im Jahr 2014 betrug der Anteil von ARD und ZDF am gesamten Fernseh-Werbemarkt (inkl. Sponsoring) in Deutschland 8,7 Prozent. Bei der Hörfunkwerbung hatten die ARD-Landesrundfunkanstalten im Jahr 2014 einen Anteil von 29,8 Prozent an den Nettowerbeumsätzen.

Die werbetreibende Wirtschaft spricht sich deutlich für Werbung in den öffentlich-rechtlichen Programmen aus. Auch die ARD befürwortet die Schaltung von Werbung in dem von den Ländern vorgegebenen Rahmen zur Entlastung der Beitragszahler. Darüber hinaus ist der Erwerb attraktiver internationaler Sportrechte ohne Sponsoring oftmals nicht möglich.

Nachfolgend sind die von der KEF im 20. Bericht ermittelten Nettowerbe- und Sponsoringumsätze im Zeitraum 2012 bis 2020 dargestellt.

Die Werte für die Jahre 2013 bis 2020 entsprechen der Feststellung der KEF zum 20. Bericht. Sie basieren noch auf der Annahme, dass die Rahmenbedingungen für Werbung und Sponsoring unverändert bleiben.

Im Rahmen der Novellierung des WDR-Gesetzes hat der Landtag in Nordrhein-Westfalen jedoch eine Reduzierung der Werbezeiten im WDR-Hörfunk beschlossen. Für die Jahre 2017 und 2018 wurden die Werbezeiten auf 75 Minuten im Jahresdurchschnitt reduziert und auf zwei Hörfunkprogramme begrenzt. Ab 2019 erfolgt eine weitere Reduzierung auf 60 Minuten im Monatsdurchschnitt und eine Begrenzung auf ein Hörfunkprogramm. Die KEF hat die finanziellen Auswirkungen aus dem Beschluss des Landtags in Nordrhein-Westfalen in ihrem 20. KEF-Bericht nicht berücksichtigt.

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013 IST	2014 IST	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Nettowerbe- und Sponsoringumsätze	396	385	420	395	407	1.606	399	414	410	424	1.647	3.254
Ø Veränderung p.a.											0,6%	
davon Nettowerbeumsätze	358	358	388	370	378	1.493	374	384	385	395	1.539	3.031
Ø Veränderung p.a.											0,8%	
davon Sponsoringumsätze ¹	38	27	32	25	29	113	25	30	25	29	109	222
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											-1,0%	

¹ Sponsoringumsätze der ARD-Landesrundfunkanstalten und der ARD-Werbegesellschaften
Quelle: 20. KEF-Bericht, Tz. 365 ff., Tz. 375 ff.

Sonstige Erträge

Bei den Sonstigen Erträgen handelt es sich um eine Vielzahl verschiedener Ertragsarten. Im Wesentlichen beinhaltet diese Position:

- Sonstige betriebliche Erträge (z. B. Erträge aus Programmverwertungen),
- Finanzerträge (insbesondere Erträge aus Deckungsstöcken zur Altersversorgung),
- Kostenerstattungen.

Im Jahr 2014 betragen die Sonstigen Erträge der ARD 619,0 Mio. Euro, im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 23,7 Mio. Euro bzw. 4,0 Prozent.

	2013 IST	2014 IST	Veränderung	
	in Mio. €		in %	
Sonstige Erträge	595,3	619,0	23,7	4,0

Diese Steigerung resultierte insbesondere aus der positiven Entwicklung bei den Finanzerträgen (+20,2 Mio. Euro). Die Steigerung der Finanzerträge beruht vor allem auf der guten Entwicklung der Kapitalmärkte in 2014 (Aktien- und Anleihemärkte), welche auch die Fondsausschüttungen an die Rundfunkanstalten positiv beeinflussten.

Aufwendungen

Die Gesamtaufwendungen der ARD-Landesrundfunkanstalten setzen sich aus Programm-, Personal- und Sachaufwendungen (z. B. indexierbare übrige Aufwendungen und Abschreibungen) zusammen. Seit dem 18. KEF-Bericht werden außerdem die Aufwendungen für Programmverbreitung als eigenständige

Aufwandsart betrachtet. In Summe haben die ARD-Landesrundfunkanstalten zum 20. KEF-Bericht eine Steigerungsrate der Gesamtaufwendungen im Zeitraum 2017 bis 2020 von durchschnittlich 2,2 Prozent p. a. angemeldet. Damit sollen im Wesentlichen die zu erwartenden Preissteigerungen ausgeglichen und zudem Mittel zur Stärkung der Produktionsqualität im Programm und für die Weiterentwicklung der Standards in der Programmverbreitung (Digitaler Hörfunk und DVB-T2) bereit gestellt werden.

Die Aufwandssteigerung der Landesrundfunkanstalten lag im Jahr 2014 bei 4,8 Prozent auf 6.865,9 Mio. Euro. Im Jahr 2014 standen den unvermindert intensiven Sparaktivitäten der ARD die höheren Aufwendungen für zwei Sportgroßveranstaltungen gegenüber.

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 „Programmaufwendungen“, „Personalaufwendungen“, „Sachaufwendungen“, „Investitionen“ und „Projekte“. Diese „buchhalterische“ Aufteilung durch die KEF erfolgt in der Absicht, eine genauere Prüfung der Aufwendungen vornehmen zu können.

Die Struktur der Gesamtaufwendungen in Hörfunk- und Fernsehbereichen differiert deutlich. Im Hörfunk dominieren die Personalkosten. Hier gibt es nur begrenzte Möglichkeiten, fertige Programme einzukaufen, diese werden vielmehr von eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern selbst erstellt.

Im Fernsehen dagegen überwiegen – insbesondere durch die Kosten für Sport- und Film-lizenzen – die Lizenzkosten. Die Quote der Personalkosten ist insofern im Fernsehen geringer als im Hörfunk.

Programmaufwand

Der von der ARD angemeldete Programmaufwand des Ist-Jahres 2014 (2.509,1 Mio. Euro) ist um 6,4 Prozent höher als im Vorjahr. Ursächlich hierfür sind insbesondere die erwähnten Lizenz- und Produktionskosten der Sportgroßereignisse des Jahres 2014.

Für die Jahre 2017 bis 2020 ergibt sich eine durchschnittliche jährliche Steigerungsrate von 2,2 Prozent. Dieser Wert liegt oberhalb der für den 20. Bericht ermittelten rundfunkspezifischen Preissteigerungsrate (2,01 Prozent; Tz. 57). ARD und ZDF haben in ihren Anmeldungen für das Programmbudget einen zusätzlichen

Aufwand berücksichtigt. Dieser Aufwand fällt künftig bei Produktionen an, die von den Anstalten beauftragt werden. Die Anstalten haben diesen Mehrbedarf mit „ausgewogenen Vertragsbedingungen und einer fairen Aufteilung der Verwertungsrechte im Bereich Film- und Fernsehproduktionen“ gegenüber der KEF begründet. Außerdem kann diesbezüglich auch auf eine Initiative der Länder verwiesen werden, die die Rundfunkanstalten bereits 2009 zu „ausgewogenen Vertragsbedingungen“ aufgefordert hatten und dies im Zuge des 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrags in 2015 bekräftigten.

Unter Berücksichtigung von 75 Prozent (abzgl. ARTE-Anteil) des angemeldeten zusätzlichen Aufwands von 146,6 Mio. Euro hat die KEF für den Zeitraum 2017 bis 2020 einen Kürzungsbeitrag in Höhe von 76,0 Mio. Euro ermittelt (Tz. 65).

Aufwand für die Programmverbreitung

Der Aufwand für den Fremdbetrieb Programmverbreitung war bis zum 17. KEF-Bericht Teil der Programmaufwendungen und wird seit dem 18. KEF-Bericht als eigene Aufwandskategorie behandelt. Basis für die im Nachfolgenden dargestellten Werte ist der Fremdbetrieb der Verbreitungsaufwendungen. Die nachfolgende Tabelle enthält die Kürzungen der KEF bei der

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013 IST	2014	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Programmaufwand	2.443	2.359	2.409	2.436	2.480	9.683	2.567	2.618	2.670	2.724	10.579	20.262
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											2,2%	

Quelle: 20. KEF-Bericht, Tz. 62 (Bestandsbedarf)

SD-Verbreitung ab 2020 (21,6 Mio. Euro) und für die Digitale Dividende II (27,2 Mio. Euro). Im Unterschied zum Bericht mit Stand April 2014 sind die Beträge in der nachfolgenden Tabelle wesentlich kleiner. Dies resultiert aus einer Darstellungsumstellung. Im damaligen Bericht wurden zusätzlich zum Fremdbetrieb auch der Eigenbetrieb und die Entwicklungsprojekte ausgewiesen.

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013 IST	2014 IST	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Programm- verbreitung	211	161	158	165	169	653	193	192	194	172	750	1.403
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											3,5%	

Quelle: 20. KEF-Bericht, Tz. 79 ff. (Bestandsbedarf)

Die Steigerung der Kosten der Programmverbreitung von der Beitragsperiode 2013 bis 2016 zur Beitragsperiode 2017 bis 2020 um 3,5 Prozent ist u. a. durch die Überführung des Entwicklungsprojektes „HDTV“ in den Bestand zu erklären.

Über die finanziellen Implikationen einzelner Kürzungen der KEF im Bereich „Digitale Dividende II“ haben ARD und KEF Einvernehmen hergestellt. Grundsätzlich sieht die ARD aber Entscheidungen über die Programmverbreitung in ihrem eigenen – allerdings rundfunkpolitisch von den Ländern gestaltbaren – Verantwortungsbereich.

Personalaufwand ohne Altersversorgung

Bei den Tarifabschlüssen orientieren sich die ARD-Landesrundfunkanstalten konsequent an den Abschlüssen im Öffentlichen Dienst der Länder. Der von der ARD angemeldete Personalaufwand des Jahres 2014 in Höhe von 1.636,6 Mio. Euro liegt um 41,4 Mio. Euro bzw. 2,6 Prozent über dem Wert des Vorjahres (2013: 1.595,2 Mio. Euro).

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013	2014	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Personalaufwand *	1.553	1.585	1.622	1.675	1.705	6.586	1.733	1.755	1.789	1.824	7.102	13.688
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											1,9%	

* ohne Altersversorgung und ohne Altersteilzeit, Quelle: 20. KEF-Bericht, Tz. 110 (Bestandsbedarf)

Im Zeitraum 2017 bis 2020 liegen die angemeldeten Personalaufwendungen ohne Altersversorgung um 156,4 Mio. Euro über dem anerkannten Bedarf. Die KEF sieht die Begründung für die angemeldeten Mehraufwendungen nicht in allen Punkten als tragfähig an. Als Folge kürzt die KEF den Personalaufwand der ARD um 156,4 Mio. Euro. Im Zeitraum 2017 bis 2020 ergibt sich somit eine durchschnittliche Steigerungsrate in Höhe von 1,9 Prozent p. a.

Die Anmeldung der ARD zeigt für 2013 bis 2016 einen Anstieg um 267 Stellen, für 2017 bis 2020 eine Reduzierung um 545 Stellen. Allerdings ist bei einer Langzeitbetrachtung eine Bereinigung um die der KEF gemeldeten organisatorischen Sondereffekte erforderlich. Berücksichtigt man die von der KEF im 19. und im 20. Bericht anerkannten Sondereffekte, ergibt sich auch für 2013 bis 2016 ein Rückgang um 378 Stellen. Im Jahr 2020 liegt die bereinigte Zahl der besetzten Stellen um 909 niedriger als 2012. Das ist ein Rückgang um insgesamt 4,5 Prozent bzw. jährlich durchschnittlich 0,6 Prozent (Tz. 118).

Unterschiede zwischen den ARD-Landesrundfunkanstalten bestehen, da einzelne Rundfunkanstalten bereits in der Vergangenheit

überproportionale Einsparungen erreicht haben. Die KEF erwartet von der ARD zum 21. Bericht Darstellungen der mittelfristigen Konzepte und Strategien für die Entwicklung der Personalkapazitäten und die Art der Leistungserstellung.

Sachaufwand

Im Sachaufwand ist der Bestandsaufwand enthalten, der keiner anderen Aufwandsart gemäß der Systematik der Kommission zuzuordnen ist. Zum Sachaufwand gehört der Aufwand für den Beitragseinzug und für nicht programmbezogene GSEA. Nicht enthalten sind hingegen der Instandhaltungsaufwand und Abschreibungen auf Sachanlagen sowie der Sachaufwand des Entwicklungsbedarfs.

Die Rundfunkanstalten unterscheiden bei ihren Anmeldungen zwischen indexierbarem und nicht indexierbarem Sachaufwand. Aufwand, der indexierbar ist, wird ausgehend von einem Basisjahr fortgeschrieben. Hierbei handelt es sich z. B. um Fremdleistungen, Mieten und Pachten, Kosten für Gebäudebewirtschaftung, Reparaturen und Marketing.

Zum nicht indexierbaren Aufwand zählen insbesondere die Prämien zur Deckung von Altersversorgungsrisiken, der Finanzierungsanteil von ARTE, Zinsen, signifikanter Einmalaufwand und der Aufwand für den Beitragseinzug.

Im Unterschied zum Bericht mit Stand April 2014 sind die Beträge in der nachfolgenden Tabelle wesentlich höher. Dies resultiert aus einer Darstellungsumstellung. Im damaligen Bericht wurden ausschließlich die indexierbaren Sachaufwendungen dargestellt; die nachfolgende Darstellung enthält auch den nicht indexierbaren Sachaufwand.

Der Sachaufwand des Ist-Jahres 2014 in Höhe von 1.023,5 Mio. Euro liegt um 4,3 Mio. Euro bzw. 0,4 Prozent über dem Wert des Vorjahres (2013: 1.019,2 Mio. Euro).

len Erbes“ vom Entwicklungsbedarf in den Bestandsbedarf weitere 43,3 Mio. Euro hinzu. Der Sachaufwand 2017 bis 2020 erhöht sich gegenüber 2013 bis 2016 um 261,2 Mio. Euro. Das ist eine Steigerung von jährlich 1,6 Prozent.

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2012 IST	2013	2014	2015	2016	2013- 2016	2017	2018	2019	2020	2017- 2020	2013- 2020
in Mio. €												
Sachaufwand	1.025	1.020	1.025	1.014	1.032	4.090	1.055	1.075	1.099	1.122	4.351	8.442
Ø Veränderung p.a. (2017-2020 zu 2013- 2016)											1,6%	

Quelle: 20. KEF-Bericht, Tz. 226 (Bestandsbedarf)

Bei der ARD stellt die KEF einen Sachaufwand von 4.351,4 Mio. Euro fest. Die KEF erkennt für 2017 bis 2020 den angemeldeten Sachaufwand von 4.308,1 Mio. Euro an und rechnet im Zusammenhang mit Umschichtungen zwischen den Aufwandsarten und der Umschichtung von Aufwendungen des angemeldeten Entwicklungsprojektes „Bestandssicherung des audiovisuel-

Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)

Die ARD-Landesrundfunkanstalten haben die sich durch die handelsrechtlich vorgegebene Anwendung des BilMoG ergebenden Mehrbedarfe zum 01.01.2010 seit dem 17. KEF-Bericht dargestellt, aber gleichzeitig auf eine finanzbedarfswirksame Anmeldung dieser Beträge verzichtet.

Die Kommission hält es für erforderlich (19. Bericht, Tz. 180), die durch das BilMoG entstandenen Deckungsstocklücken stufenweise aufzufüllen und den zweckgebundenen Beitragsanteil von 25 Cent über 2016 hinaus fortzuführen. Die Weitergeltung der 25 Cent war im 19. Bericht mit Maßgaben verbunden. Die Kommission hat entschieden, die damit verbundenen Forderungen im Rahmen einer Gesamtbetrachtung im 20. Bericht zu würdigen. Im 20. KEF-Bericht begrüßt die KEF, dass die Anstalten die bisherigen Versorgungstarifverträge gekündigt haben. Die KEF würdigt darüber hinaus, dass bei ARD und Deutschlandradio unterschriftsreife Versorgungstarifverträge vorliegen, die sich am Beitragstarifvertrag Altersversorgung (BTVA) des MDR orientieren.

Ab 2017 sollen auch das ZDF und das Deutschlandradio einen Anteil an dem zweckgebundenen Beitragsanteil erhalten. Die Verteilung der zweckgebundenen Beitragsmittel wurde – wie von der KEF gefordert - über Vereinbarungen geregelt, zunächst zwischen ARD, ZDF und Deutschlandradio. Sie musste sich am Finanzbedarf, d. h. an der Deckungsstocklücke orientieren. Die Verteilung innerhalb der ARD wurde grundsätzlich nach den gleichen Maßstäben vorgenommen.

Da die Tarifverhandlungen zur Altersversorgung bei der Erstellung des 20. KEF-Berichts noch nicht abgeschlossen waren, sperrt die Kommission für 2019 und 2020 bei ARD, ZDF und Deutschlandradio insgesamt einen Betrag von 100 Mio. Euro beim Personalaufwand ohne Altersversorgung (aktives Personal). Da-

von entfallen 84 Mio. Euro auf die ARD. Die Entscheidung über die Freigabe der gesperrten Mittel wird durch die KEF nach Abschluss oder Scheitern der Tarifverhandlungen getroffen (20. KEF-Bericht, Tz. 177).

Entwicklungsbedarf/Projekte

Das Entwicklungsprojekt „HDTV“ wird zum Jahresende 2016, wie mit der KEF vereinbart, in den Bestand überführt. Der Umstieg auf HDTV kann – wie die Nutzungszahlen eindrucksvoll demonstrieren – als großer Erfolg gewertet werden. Die ARD wird bis Ende 2016 die Voraussetzungen schaffen, mittelfristig alle ihre Fernsehprogramme in HD ausstrahlen zu können und damit auch eine Perspektive zur Abschaltung der digitalen SDTV-Signale zu ermöglichen.

Für den Zeitraum 2017 bis 2020 hat die ARD für die Finanzierung des bereits laufenden Projektes „Digitaler Hörfunk“ und für die neuen Projekte „DVB-T2“ und „Bestandssicherung audiovisuelles Erbe“ einen Finanzbedarf in Höhe von 301,5 Mio. Euro angemeldet.

Nachfolgend werden die Kernpunkte sowie die wesentlichen Feststellungen der KEF im 20. KEF-Bericht zu den Entwicklungsprojekten der ARD beschrieben.

Digitaler Hörfunk

Die KEF hat in ihrem 19. Bericht die Anstrengungen der Landesrundfunkanstalten für die Etablierung von DAB+ ausdrücklich gewürdigt. Verbunden mit der endgültigen Freigabe der Projektmittel für den Digitalen Hörfunk

für die Beitragsperiode 2013 bis 2016 forderte die KEF im 19. Bericht die ARD zur Vorlage eines Gesamtprojektantrages mit der Anmeldung zum 20. KEF-Bericht auf, welcher zur Anmeldung zum 20. KEF-Bericht vorgelegt wurde. Er basiert auf einer Ausbau- und einer anschließenden Migrationsphase und zeigt die technischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Anforderungen für die Etablierung von DAB+ auf. In Gesprächen mit den Marktbeteiligten werden die Voraussetzungen für eine gemeinsame Vorgehensweise aller Akteure geschaffen. Für die ARD ist die Etablierung von DAB+ von strategischer Bedeutung, da auch der Hörfunk nicht dauerhaft auf einer analogen „Verbreitungsinsel“ verbleiben kann und der Empfang über das Internet zwar eine Ergänzung, keinesfalls aber ein Ersatz für die terrestrische Verbreitung sein wird. Im Vergleich zur Verbreitung durch UKW lassen sich beim Einsatz von DAB+ Einsparungen von über 20 Prozent realisieren.

Für das Projekt Digitaler Hörfunk hat die ARD folgenden Finanzbedarf angemeldet:

2013 - 2016	49,6 Mio. Euro
2017 - 2020	122,7 Mio. Euro
Summe	172,3 Mio. Euro

Die KEF erkennt für die Weiterführung des Entwicklungsprojektes Digitaler Hörfunk für den Zeitraum 2017 bis 2020 einen Finanzbedarf in Höhe von 89,4 Mio. Euro an und kürzt damit den von der ARD angemeldeten Finanzbedarf von 122,7 Mio. Euro um 33,3 Mio. Euro. Die Kürzung resultiert aus der zu erwartenden Einsparung durch die Abschaltung von UKW nach erfolgreicher Einführung von DAB+ (20. KEF-Bericht, Tz. 297 ff.).

Bestandssicherung audiovisuelles Erbe

Die Bestandssicherung des audiovisuellen Erbes hat unter anderem das Ziel, den Verlust von erhaltenswerten audiovisuellen Programmschätzen zu verhindern. Die abschließende Überführung aller Fernsehproduktionen – unabhängig von ihrer analogen, digitalen oder filmischen Sicherung – in die neuen Videomassenspeicher ist der letzte Schritt in einer Reihe von Maßnahmen hin zum vollständig file-basierten Archiv. Dadurch kann eine verbesserte praktische Zugriffsmöglichkeit für Redakteure bei der Erstellung eines Beitrags erreicht werden, so dass die Digitalisierung der Archive auch zu mehr Effektivität in der Programmarbeit führen wird. Die zeitgemäße Digitalisierung, die elektronische Erschließung und die vernetzte Verzeichnung der Bestände des audiovisuellen Erbes sollen darüber hinaus den Weg für einen dezentralen Zugriff auf die digitalen Archive ohne zeitliche Begrenzung ebnen. Außerdem soll damit die Voraussetzung geschaffen werden, dass in der Zukunft notwendige Überführungen in neue Speicherformate – was zum langfristigen Erhalt der Inhalte aufgrund der sich im Zuge der technologischen Fortentwicklung immer wieder ablösenden technischen Standards notwendig sein wird – automatisiert erfolgen können. Dies führt langfristig zu einer deutlichen Reduktion der Aufwendungen für die Langzeitsicherung. Für das Projekt 'Bestandssicherung audiovisuelles Erbe' hat die ARD folgenden Finanzbedarf angemeldet:

2017 - 2020	127,7 Mio. Euro
-------------	-----------------

Bereits im 12. Bericht hatte die ARD für den Zeitraum 2001 bis 2004 ein Entwicklungsprojekt ‚Digitalisierung der Archive‘ angemeldet. Für die KEF sind die Unterschiede zwischen dem zum 20. Bericht angemeldeten Projekt und dem damaligen Projekt nicht groß genug, als dass die Voraussetzungen für ein neues Entwicklungsprojekt gegeben wären. Die KEF erwartet daher, dass die Finanzierung der ‚Bestandssicherung audiovisuelles Erbe‘ aus dem Bestand erfolgt und erkennt für das angemeldete Projekt keinen Finanzbedarf an (20. KEF-Bericht, Tz. 322).

Aufgrund dieser Erwartungshaltung hat die ARD den ursprünglich für das Entwicklungsprojekt vorgesehenen Sachaufwand von 56 Mio. Euro als Bestandsbedarf angemeldet. Die KEF hat die Anmeldung dieser Umgliederung in Höhe von 38,7 Mio. Euro anerkannt (20. KEF-Bericht, Tz. 227).

DVB-T2

Die Fernsterrestrik mit dem System DVB-T wird nach dem Umstieg von der analogen auf die digitale Verbreitung nun seit über zehn Jahren erfolgreich betrieben. Für die ARD ist die terrestrische Fernsehverbreitung auch langfristig von strategischer Bedeutung, denn sie ermöglicht die Teilhabe aller an den Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, verhindert eine vollständige strategische Abhängigkeit von anderen Verbreitungswegen, erschließt die mobilen Nutzungsbereiche und schafft die Option zum Empfang mit Tablets und Smartphones. Allerdings ist die Terrestrik mit den technischen Möglichkeiten von DVB-T hinsichtlich der Videoqualität und der Programmvielfalt im Laufe der Jahre im Ver-

gleich zu anderen Verbreitungswegen in Rückstand geraten. Die ARD hat sich deshalb dafür entschieden, ab 2017 auf DVB-T2 umzusteigen, was zur Folge hat, dass bereits 2016 umfangreiche Vorbereitungen getroffen werden müssen. Damit eröffnet sich die Möglichkeit der terrestrischen Verbreitung in HDTV-Qualität bei einer gleichzeitigen Reduktion der Verbreitungskosten um rund 15 Prozent pro Jahr. Der Umstieg von DVB-T auf DVB-T2 wird von ARD, ZDF und kommerziellen Programmveranstaltern vorangetrieben. Nach erfolgtem Umstieg auf DVB-T2 Mitte 2019 wird das sogenannte 700-MHz-Frequenzband vom Rundfunk geräumt und steht dann dem Mobilfunk für die Verbesserung der Breitbandversorgung, insbesondere in ländlichen Räumen, zur Verfügung.

Für das Projekt DVB-T2 hat die ARD folgenden Finanzbedarf angemeldet:

2013 - 2016	32,0 Mio. Euro
2017 - 2020	51,0 Mio. Euro
Summe	83,0 Mio. Euro

Die KEF erkennt für die Einführung der zweiten Generation des terrestrischen Digitalfernsehens (DVB-T2) für die Periode 2017-2020 einen Finanzbedarf von 31 Mio. Euro an. Sie kürzt den für die Periode angemeldeten Bedarf für DVB-T2 in Höhe von 51 Mio. Euro, um die von der ARD angesetzten Kosten für die Räumung des 700-MHz-Bandes in Höhe von 20 Mio. Euro, da davon auszugehen ist, dass diese vom Bund erstattet werden (20. KEF-Bericht, Tz. 323 ff.).

Sachinvestitionen

Grundsätzlich betreiben die ARD-Landesrundfunkanstalten eine Investitionspolitik mit Augenmaß. Neue Investitionen dienen insbesondere der Schaffung moderner und effizienzsteigernder Rahmenbedingungen. Dabei erfolgt eine Begrenzung auf das Notwendige.

2014 betrugen die Investitionen der ARD-Landesrundfunkanstalten 225,3 Mio. Euro. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen waren mit 299,2 Mio. Euro deutlich höher. Hieraus ergibt sich eine Reinvestitionsquote von 75,3 Prozent (siehe nachfolgende Tabelle).

Die Reinvestitionsquote beschreibt das Verhältnis von Investitionen zu Abschreibungen in einem Haushaltsjahr. Bis zum Jahr 2005 lag die Reinvestitionsquote der ARD teilweise deutlich unter 100 Prozent, d. h., die Investitionen waren niedriger als die Abschreibungen.

Diese Entwicklung kann über einen längeren Zeitraum gesehen zu einem ernsthaften Substanzabbau führen. In den Jahren 2006 bis 2008 überstiegen die Investitionen in das Anlagevermögen wieder leicht die Abschreibungen, was zu einer gewissen Stabilisierung der Vermögenssubstanz beigetragen hat.

Hierdurch konnten die Unterschreitungen der Vorjahre jedoch nicht kompensiert werden. Aufgrund von geplanten Großinvestitionen bei BR und SWR werden die Investitionen der ARD in der kommenden Periode ansteigen. Die KEF untersucht in ihrem 20. Bericht die Reinvestitionsquoten der Landesrundfunkanstalten im Vergleich zu den o. g. Zahlen mit einem modifizierten Verfahren. Im Ergebnis sieht die KEF eine Kürzung bei den von der ARD geplanten Investitionen in Höhe von 22 Mio. Euro vor (20. KEF-Bericht, Tz. 273).

Feststellung KEF 20. KEF-Bericht	2006 IST	2007 IST	2008 IST	2009 IST	2010 IST	2011 IST	2012 IST	2013 IST	2014 IST
in Mio. € bzw. %									
Investitionen	308,4	318,8	293,2	305,4	297,6	253,9	229,3	210,2	225,3
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter (lt. GuV)	302,9	308,4	293,1	306,2	313,4	311,6	302,5	298,5	299,2
Differenz	5,4	10,4	0,1	-0,8	-15,9	-57,8	-73,2	-88,3	-73,9
Reinvestitionen	101,8%	103,4%	100,0%	99,7%	94,9%	81,5%	75,8%	70,4%	75,3%

Quelle: ARD-Finanzstatistiken 2006 - 2014

Bilanzkennzahlen

Die Bilanzsumme aller ARD-Landesrundfunkanstalten zum 31.12.2014 (11.317,8 Mio. Euro) erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreswert um 785,9 Mio. Euro bzw. 7,5 Prozent.

Aktivpositionen

Die Aktiva der Landesrundfunkanstalten setzen sich wie folgt zusammen:

sorgung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zweckgebunden, wobei aus den Erträgen die Rentenzahlungen mitfinanziert werden.

Das Programmvermögen reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahreswert um 63,3 Mio. Euro bzw. 7,3 Prozent auf 807,5 Mio. Euro.

Das Umlaufvermögen zum 31.12.2014 beträgt 2.383,4 Mio. Euro. Im Vergleich zum 31.12.2013 ist

Aktiva	31.12.2013	31.12.2014	Veränderung	
	in Mio. €			in %
A. Anlagenvermögen jeweils in Prozent der Bilanzsumme	7.873,7 74,8 %	8.089,5 71,5 %	215,8	2,7 %
- immaterielle Vermögensgegenstände	(36,5) (0,3 %)	(39,9) (0,4 %)	(3,4)	(9,3 %)
- Sachanlagen	(1.659,7) (15,8 %)	(1.575,4) (13,9 %)	(-84,3)	(-5,1 %)
- Finanzanlage	(6.177,5) (58,7 %)	(6.474,2) (57,2 %)	(296,7)	(4,8 %)
B. Programmvermögen	870,8 8,3 %	807,5 7,1 %	-63,3	-7,3 %
C Umlaufvermögen	1.759,3 16,7 %	2.383,4 21,1%	624,1	35,5 %
D. Rechnungsabgrenzungsposten/ Sonstiges	28,1 0,3 %	37,5 0,3 %	9,4	33,5 %
Summe	10.531,9	11.317,8	785,9	7,5 %

Quelle: Finanzstatistik der ARD für 2014

Das Anlagevermögen setzt sich aus immateriellen Vermögensgegenständen sowie Sachanlage- und Finanzanlagevermögen zusammen. Das Sachanlagevermögen zum 31.12.2014 von 1.575,4 Mio. Euro hat sich um 84,3 Mio. Euro bzw. 5,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresstichtag verringert. Das Finanzanlagevermögen erhöhte sich um 296,7 Mio. Euro oder 4,8 Prozent auf 6.474,2 Mio. Euro. Es ist weitgehend zur Absicherung der Altersver-

eine Erhöhung um 35,5 Prozent oder 624,1 Mio. Euro zu verzeichnen. Hiervon entfallen rund 489,5 Mio. Euro auf einen Anstieg beim Sondervermögen für Beitragsmehrerträge, da im Rahmen der Umstellung in 2013 von der Gebühren- zur Beitragsfinanzierung die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dazu verpflichtet wurden, mögliche Mehreinnahmen aus dieser Umstellung in einer gesonderten Rücklage zurückzuhalten.

Passivpositionen

Die Passiva der Landesrundfunkanstalten setzen sich wie folgt zusammen:

Passiva	31.12.2013	31.12.2014	Veränderung	
	in Mio. €			in %
A. Anstaltseigenes Kapital jeweils in Prozent der Bilanzsumme	2.043,7 19,4 %	2.094,9 18,5 %	51,2	2,5 %
B. Sonderposten	144,8 1,4 %	132,1 1,2 %	-12,7	-8,8 %
C. Rückstellungen	7.722,4 73,3 %	8.502,3 75,1 %	779,9	10,1 %
D. Verbindlichkeiten	506,9 4,8 %	467,0 4,1 %	-39,9	-7,9 %
E. Rechnungsabgrenzungsposten	114,2 1,1 %	121,6 1,1 %	7,4	6,5 %
Summe	10.531,9	11.317,8	785,9	7,5 %

Quelle: Finanzstatistik der ARD für 2014

Das Eigenkapital (inkl. Rücklagen) der ARD-Landesrundfunkanstalten zum 31.12.2014 hat sich im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 51,2 Mio. Euro auf 2.094,9 Mio. Euro erhöht. Der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme (Eigenkapitalquote) lag bei 18,5 Prozent.

Die Steigerung der Rückstellungen um 779,9 Mio. Euro bzw. 10,1 Prozent beruht im Wesentlichen auf Erhöhungen der Pensionsrückstellungen um 594,7 Mio. Euro. Diese beliefen sich zum 31.12.2014 auf 7.441,1 Mio. Euro. Die Steuer-rückstellungen sind um 18,6 Mio. Euro zurückgegangen, während die Sonstigen Rückstellungen um 203,7 Mio. Euro angestiegen sind. Die Zunahme der sonstigen Rückstellungen ergibt sich aus einem Anstieg bei den Rückstel-

lungen des Zentralen Beitragsservice um rund 222 Mio. Euro aufgrund der Direktanmeldungen im Zuge der Umstellung von der Gebühren-zur Beitragsfinanzierung.

Die Verbindlichkeiten verringerten sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 39,9 Mio. Euro auf 467,0 Mio. Euro.

2. Programmangebote der ARD sowie ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramme

Fernsehen

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 Das Erste erreicht täglich 24 Mio. Zuschauer. Besonders beliebt – auch beim jüngeren Publikum – sind die „Tagesschau“, der „Tatort“ und die „Sportschau“. Beispielhaft stehen diese Sendungen für die Informationskompetenz des Ersten, die regionale Vielfalt im Programm sowie kritische und analytische Sportberichterstattung. Mit der Gesamtheit seiner Programme erreichte Das Erste 2015 einen durchschnittlichen Marktanteil von 11,6 Prozent.

Das Gemeinschaftsprogramm der ARD steht bei Generationen von Zuschauern für Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Nach Meinung der Bundesbürger ist Das Erste das qualitativ beste Programm im deutschen Fernsehen (Repräsentativbefragung TNS Infratest). Zudem erachten es die Deutschen als das wichtigste, am wenigsten verzichtbare Fernsehprogramm. Gemeinsam mit dem ZDF liegt Das Erste in Punkto Glaubwürdigkeit mit weitem Abstand vor den Privatsendern.

Den größten Anteil am Programm des Ersten hat die Information: er liegt seit Jahren kontinuierlich bei über 40 Prozent. Die hohe Bedeutung der Information schlägt sich auch in der Wahrnehmung der Zuschauer nieder: Fast 80 Prozent der Deutschen finden, dass Das Erste ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse liefert. Fast 60 Prozent informieren sich zuerst im Ersten, wenn etwas Wichtiges passiert ist. Die „Tagesschau“ um 20 Uhr hat durchschnittlich 9 Mio. Zuschauer im Ersten, den Dritten Programmen, 3sat sowie Phoenix und erreicht damit mehr als doppelt so viele Zuschauer wie die Konkurrenzformate. 2015 war ein Jahr mit einer besonderen Ereignislage. So oft wie seit vielen Jahren nicht mehr wurde daher das Regelprogramm durch „Brennpunkt“-Sendungen ergänzt, um über aktuelle Vorfälle vertiefend zu berichten. Eine durchschnittliche Zuschauerzahl von 4,93 Mio. belegt das hohe Interesse an solcherart Informationen.

Seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag versteht Das Erste auch dahingehend, wichtige gesellschaftliche Diskussionen anzuregen. So leistete Das Erste 2015 etwa mit seinen Themenabenden wieder einen besonderen Beitrag zu gesellschaftlich relevanten Debatten: Direkt nach den um 20.15 Uhr gesendeten Fernsehfilmen, wie z. B. „Meister des Todes“ zu Waffenexporten, „Unterm Radar“ zum Thema Terrorangriffe oder „Nackt unter Wölfen“ über das KZ Buchenwald, schlossen sich Dokumentationen oder Diskussionssendungen mit der gleichen Thematik an. Einmal im Jahr widmet sich die ARD und damit insbesondere auch ihr Ge-

meinschaftsprogramm eine ganze Woche lang einem einzigen Thema und schafft auf diese Weise dafür eine hohe mediale Aufmerksamkeit: 2014 beschäftigte sich die ARD-Themenwoche mit dem Thema „Toleranz“, 2015 mit „Heimat“. Beide Themenwochen erreichten jeweils die Hälfte der deutschen Bevölkerung.

Die ARD produziert und fördert originäre Genres und Formate, wie beispielsweise den künstlerischen Fernsehfilm, den Dokumentarfilm, aufwändige Reportagen und investigative Magazinsendungen. Der Eigenproduktionsanteil des Ersten liegt bei 90 Prozent.

Fast 9 Mio. Zuschauer schalten jeden Sonntag den „Tatort“ ein, der damit die erfolgreichste Filmreihe im deutschen Fernsehen ist. Der „Tatort“ ist auch bei der jüngeren Zielgruppe sehr beliebt, was auch an seinem Erfolg im Internet deutlich wird: kein anderes Format wird so häufig in der Mediathek des Ersten abgerufen, über keine andere Sendung wird so intensiv in den sozialen Medien diskutiert. Vor allem am Sonntagabend versammeln sich „Tatort“-Fans aus aller Welt am virtuellen Lagerfeuer und kommentieren ihren Lieblingskrimi via Social TV, Facebook oder Twitter.

Auf Interesse beim jüngeren Publikum traf Das Erste 2015 auch mit der Übertragung des „Eurovision Song Contests“ aus Wien: Von den 14- bis 49-Jährigen schauten 3,78 Mio. (40,4 Prozent) zu, davon 1,09 Mio. in der Altersgruppe 14 bis 29 (45,5 Prozent).

Auch 2015 wurden wieder zahlreiche Produktionen des Ersten mit Preisen der professionellen Kritik gewürdigt. Beispielhaft seien genannt: im fiktionalen Bereich der Fernsehfilm „Meine Tochter Anne Frank“, der den Hauptpreis des Baden-Badener Fernsehfilmfestivals gewann, sowie der Improvisationsfilm „Altersglühen – Speed Dating für Senioren“, der mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet wurde. Auf dem Gebiet der Informationssendungen erhielt die Dokumentation „Citizenfour“ sogar einen Oscar.

Eine weitere starke Säule des Programmangebotes der ARD im Fernsehen sind die sieben Fernsehprogramme der Landesrundfunkanstalten, auf die zusammengenommen 12,5 Prozent des Fernsehkonsums im Jahr 2015 entfielen. Bundesweit wurde das NDR Fernsehen 2015 mit 2,5 Prozent am häufigsten eingeschaltet. Im jeweils eigenen Sendegebiet war das MDR Fernsehen mit 9,0 Prozent am erfolgreichsten. Die Digitalkanäle tagesschau24, Einsfestival und EinsPlus komplettierten das Programm-Bouquet der ARD.

Hörfunk

Laut der methodisch modifizierten und Mitte Juli 2015 veröffentlichten Media Analyse Radio 2015 II nutzen 37,49 Mio. Hörerinnen und Hörer täglich ^{*10}) die vielfältigen Hörfunkangebote der neun Landesrundfunkanstalten. Mit einem Anteil von 51,9 Prozent am Hörfunkmarkt liegen die ARD-Programme damit auf der Spitzenposition. Im Vergleich dazu wurden die kommerziellen Radioprogramme täglich von 31,34 Mio. Menschen genutzt, das sind 43,4 Prozent.

^{*10}) montags bis freitags

Am meisten nutzen Berufstätige mit täglich 224 Minuten sowie Menschen zwischen 30 und 59 Jahren mit täglich 221 Minuten Radio. Insgesamt bleibt das älteste und zugleich erste mobile elektronische Medium in seiner Nutzung auf hohem Niveau stabil und gleichermaßen beliebt. Die tägliche durchschnittliche Hördauer für das Radio insgesamt lag erneut bei 190 Minuten.

Sehr beliebt sind die ARD-Programme auch beim jungen Publikum, täglich nutzen 6,74 Mio. der unter 30-Jährigen ein Angebot der ARD. Unter den TOP 10 der meistgenutzten Programme sind erneut sechs Wellen der ARD vertreten. Zudem ist bei den jüngeren Hörerinnen und Hörern insgesamt eine stabile Nutzung, sowohl der ARD-Hörfunkprogramme, als auch anderer Hörfunkwellen zu verzeichnen. 38,9 Prozent der unter 30-Jährigen hören täglich die Radioprogramme der ARD. Auch für sie ist es ein attraktives, schnelles und zuverlässiges Medium. Die ARD-Programme gibt es zusätzlich als Livestream. Viele Sendungen stehen zusätzlich in den Mediatheken zum Nachhören oder als Podcast zur Verfügung. Zudem können die Hörerinnen und Hörer jederzeit z. B. über soziale Netzwerke am Programm partizipieren.

Auch wenn der Rundfunkstaatsvertrag derzeit der programmlichen Zusammenarbeit der Landesrundfunkanstalten im Hörfunk Grenzen setzt, sind in den vergangenen Jahren viele Projekte entstanden, die das Angebot für das Radiopublikum qualitativ verbessert und gleichzeitig durch engere Kooperation die Kosten dafür begrenzt haben. So ist das Auslandskor-

respondentennetz des Hörfunks strukturell verbessert worden. Gemeinsam setzen sich die Landesrundfunkanstalten auch dafür ein, dass ihre Programme in den Apps und Geräte-Bedienoberflächen der im Radiobereich immer wichtiger werdenden Aggregatoren angemessen auffindbar sind. Mit den Privatrado-Veranstaltern arbeitet die ARD deshalb auch bei radio-player.de zusammen, einer Art Internet-Katalog der deutschen Radioprogramme, der von der Branche selbst betrieben wird.

Im Hörfunk programmlich und organisatorisch beheimatet sind auch die Klangkörper der Landesrundfunkanstalten: Big Bands, Sinfonieorchester und Chöre. Neben ihrer Leistung für die Programme sind diese Ensembles ein wesentlicher Teil des regionalen Musiklebens in den Bundesländern. Ähnliches gilt für die zahllosen weiteren Konzertveranstaltungen, die von den Radioprogrammen der in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten organisiert werden - häufig in Kooperation mit dem regionalen öffentlichen Kulturbetrieb. 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. Neu ist in diesem Zusammenhang die Zusammenarbeit innerhalb der ARD und mit Deutschlandradio bei dem alljährlichen groß angelegten musikalischen „Education“-Projekt „Ein ARD-Konzert macht Schule“. Ob mit der 9. Sinfonie von Dvorak oder mit Vivaldis Jahreszeiten: Immer geht es darum, bundesweit Schülerinnen und Schüler in

crossmedialen Projekten zum Mitmachen und zu einer Stille und Konventionen durchbrechenden Beschäftigung mit Musik zu bewegen.

Die Kultur- und Informationsprogramme haben weiter eine hohe Akzeptanz bei den Hörerinnen und Hörern. Täglich schalten mehr als 5,98 Mio. Menschen mindestens ein Kultur- oder Informationsprogramm der ARD ein. Diese Angebote bieten einen hohen gesellschaftlichen Mehrwert. Die öffentlich-rechtlichen Kulturradios stehen für anspruchsvollen Hörerlebnis sowie für eine vielfältige und auch regional geprägte Kulturberichterstattung. Wer ein Informationsprogramm der ARD einschaltet, weiß in kürzester Zeit, was in seiner Region, in Deutschland und der Welt passiert – auch dank des nahezu einzigartigen, weltweiten Korrespondentennetzes der ARD.

Schließlich ist im Hörfunk traditionell auch die Beschäftigung mit dem Verkehrsfunk und mit der für die Verkehrssicherheit immer bedeutenderen Verkehrstelematik angesiedelt. Gemeinsam mit Politik und Ministerialbürokratie in Bund und Ländern hat sich die ARD in den vergangenen Jahren sehr dafür eingesetzt, dass genaue Angaben über die örtliche Lage des Endes von Staus auf Autobahnen erhoben und der Allgemeinheit zugänglich gemacht werden. Mit dem unter Beteiligung der ARD und des Instituts für Rundfunktechnik entwickelten Standard „TPEG“ steht eine Technik zur Verfügung, mit der künftig u. a. derartige Informationen per DAB+ in die Fahrzeuge übertragen werden können.

Telemedien

Die Onlineangebote der ARD sind für viele Menschen in Deutschland die erste Adresse im Netz für glaubwürdige und seriöse Information, für Bildung, Beratung und Unterhaltung. ARD Online bietet Nachrichten, Sport, Börse, Ratgeber, Wissen, Kultur und den Zugang zu den Fernseh- und Radioprogrammen. Damit die Angebote den geänderten Nutzungsbedürfnissen entsprechen, werden sie unter anderem als mobile Apps und im adaptiven Design ausgespielt, einem Design, das sich automatisch dem Endgerät des Nutzers anpasst. Die Interaktion mit den Nutzern findet in den eigenen Angeboten und auf sozialen Netzwerken statt.

Über das Dachportal ARD.de können sich die Nutzer thematisch die gesamte Inhaltevielfalt der ARD erschließen. Die ARD Mediathek integriert die Livestreams der Fernseh- und Radioprogramme sowie TV- und Radiosendungen auf Abruf aus der gesamten ARD zentral in einem Player. Die ARD Mediathek gibt es als mobile App für unterwegs und als Smart TV-App für verschiedene TV-Geräte, Plattformen und Boxen. Die Nutzer können so entscheiden, wann und wo sie die Inhalte der ARD nutzen wollen. Live-Chats zu Fernsehsendungen und die Hbb-TV-Edition der ARD Mediathek verknüpfen Internet und klassisches Fernsehen. Inhalte können bewertet, kommentiert und in sozialen Netzwerken empfohlen werden.

DasErste.de ist das Onlineangebot des Ersten Deutschen Fernsehens. Es bietet Wissenswertes zu über 100 aktuellen Sendungen und

Reihen – vom Kinderprogramm bis zum Wirtschaftsmagazin – und ist so vielfältig wie das Fernsehangebot. Hier finden Zuschauer nicht nur aktuelle Programminformationen, sondern auch Sendungen „online first“ und viele Möglichkeiten zur Interaktion z. B. auch in speziellen Kanälen auf YouTube.

tagesschau.de ist das zentrale Online-Nachrichtenangebot der ARD und hat sich zu einer der führenden Nachrichtenseiten in Deutschland entwickelt. Nachrichten rund um die Uhr, immer aktuell, hintergründig und multimedial, ergänzt durch Text- und Videoblogs von Programmmachern und von den ARD-Auslands- und Inlandskorrespondenten. Um verstärkt jüngere Nutzer anzusprechen, werden neue Formen und Formate der Berichterstattung ausprobiert und weiterentwickelt.

Weitere gemeinschaftlich produzierte Onlineangebote der ARD sind boerse.ard.de (Schwerpunkt „Wirtschaftsberichterstattung“) sowie sportschau.de. Sportschau.de bietet aktuelle und Hintergrundberichterstattung, Liveticker und verstärkt Livestreams an. Dabei deckt sportschau.de die ganze Breite des Sports ab, von der Fußball-Bundesliga über den Breiten- und Behindertensport bis zu Sportgroßereignissen.

Die neun Landesrundfunkanstalten und die Deutsche Welle veranstalten zahlreiche Onlineangebote sowie Präsenzen auf Drittplattformen und sozialen Netzwerken. Ein inhaltlicher Schwerpunkt von ARD Online sind spezielle Angebote für Flüchtlinge und Mig-

ranten in verschiedenen Sprachen. Dazu gehören u. a. Informationen über Deutschland, Serviceangebote und Sprachkurse. Sie sind gebündelt unter refugees.ard.de.

PHOENIX

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

Mit einem Marktanteil von insgesamt 1,1 Prozent in 2015 behauptete PHOENIX bereits im fünften Jahr in Folge seine Spitzenposition unter den Informationsprogrammen. Das Durchschnittsalter der PHOENIX-Zuschauer lag bei 59 Jahren. In dem überaus ereignisreichen Jahr 2015 konnte der Bonner Sender erneut mit seinem Programmkonzept überzeugen. Kein anderer Sender berichtete derart ausführlich und differenziert über die zahlreichen Großereignisse, wie z. B. über die Flüchtlingskrise in Europa in

einem Umfang von über 329 Stunden, zum Themenkomplex des Schuldenstreits mit Griechenland und der EU im Ganzen über 164 Stunden, zur politischen Entwicklung in der Ukraine 79 Stunden und zu den Terroranschlägen in Frankreich (IS-Terror) über 133 Stunden lang.

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

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

3sat

Seit über 30 Jahren wagt 3sat, das Gemeinschaftsprogramm von ZDF, ARD, ORF und SRF, den etwas „anderen“ Blick auf Themen und hinterfragt, erklärt und vertieft sie. Die Vermittlung von Kultur, Bildung und Wissen ist die Kernkompetenz von 3sat, das aus den Repertoires der vier öffentlich-rechtlichen Sen-

deanstalten von Deutschland, Österreich und der Schweiz die besten Programme zu jedem Thema zusammenführt. Im Dezember 2014 feierte 3sat seinen 30. Geburtstag und unterstrich zum Auftakt der Jubiläumsprogrammierung seine Stärken mit den vier Thementagen „Bühnenwelten“, „In 24 Stunden um die Welt“, „Wissenswelten“ und „Lebenswelten“.

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

Der Relaunch des 3sat-Onlineangebots im April 2014 war ein wichtiger Schritt, um die 3sat-Sendungsinhalte in einer zeitgemäßen Form zu präsentieren und dem Zuschauer zur zeitsouveränen Nutzung zugänglich zu machen.

Mit dem Ausbau des Livestream- und On-demand-Angebots kommt 3sat dem sich verändernden mobilen Nutzungsverhalten der Medienkonsumenten und ihrer gesteigerten Nachfrage nach non-linearen Angeboten entgegen.

3sat bietet den Zuschauern Kultur in allen Facetten: Seit 20 Jahren wirft die Sendung „Kulturzeit“ einen fernsehfeuilletonistischen Blick auf das tagesaktuelle Kulturgeschehen, reflektiert gesellschaftliche Diskussionen und berichtet über Literatur, Film, Kunst, Netzkultur, Architektur und Musik. Auch in der Primetime bietet 3sat Hochkultur: am Samstagabend mit der Ausstrahlung renommierter Konzerte, Oper-, Ballett- und Theater-Inszenierungen und -filme sowie Dokumentationen. Unter dem Titel „Festivalsommer“ versammelt 3sat von Mai bis September Übertragungen ausgewählter Musikfestivals und Konzertereignisse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Anlässlich des Berliner Theatertreffens zeigt 3sat alljährlich drei Inszenierungen unter dem Titel „Starke Stücke“ zur besten Sendezeit.

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

Die Wissenschaft ist neben der Kultur die zweite tragende Säule des 3sat-Programms. Das Ma-

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

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

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

Angesichts der aktuellen Flüchtlingskrise und der innereuropäischen Herausforderungen fällt 3sat als übergreifendem deutschsprachigen Sender eine besondere Aufgabe zu: Themen über nationale Grenzen hinaus zu vermitteln und verständlich zu machen und über Kultur und Wissenschaft eine gemeinsame Verbundenheit für Zukunftsfragen zu fördern.

Kinderkanal (KiKA)

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

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

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

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

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

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

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

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

Als Folge des KiKA-Betrugsfalls wurden auf Empfehlungen der Revisionen von MDR und ZDF sämtliche relevanten Geschäftsregeln und Dienstanweisungen des MDR im Programmbereich KiKA umgesetzt. Die Beschaffungs- und Programmbereiche wurden neu strukturiert und voneinander getrennt. Mit der

Schaffung zweier neuer Stellen wird das Mehr-Augen-Prinzip bei allen Einkaufsvorgängen gewährleistet. Die Prozesse werden im Jahr 2016 noch einmal von den Revisoren überprüft

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

Das KiKA-Budget wird grundsätzlich mit den von den Finanzbereichen der beteiligten Rundfunkanstalten festgelegten Steigerungsraten fortgeschrieben. Daneben erwirtschaftet der Kinderkanal zusätzliche Erlöse aus Koproduktionen, der Lizenzierung eigener Programme sowie – in geringerem Umfang – durch Merchandising. Diese Mittel stehen dem KiKA zur Erfüllung seines Programmauftrages zur Verfügung. Die wirtschaftliche Lage kann als gesichert bezeichnet werden. Seit 2012 hat der KiKA das ihm zur Verfügung stehende Budget nicht vollständig in Anspruch genommen. Die Restmittel wurden den beteiligten Rundfunkanstalten zurückerstattet.

Europäischer Kulturkanal ARTE

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

Das Jahr 2015 war mit Blick auf die Zuschauerakzeptanz das erfolgreichste Jahr seit Gründung des europäischen Kulturkanals: In Deutschland konnte der Rekord-Marktanteil von 1,0 Prozent aus dem Vorjahr gehalten werden, wohingegen in Frankreich eine Steigerung auf 2,2 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) zu verzeichnen war. Viele Programme fanden in beiden Ländern einen hohen Anklang wie beispielsweise der deutsche Fernsehfilm „Kommissar Marthaler“, die schwedische Serie „Mord im Mittsommer“, die Dokumentation „IS – Die Wirtschaftsmacht der Gotteskrieger“ und die Dokumentationsreihe „Jesus und der Islam“. Zum Erfolg trug u. a. auch der „Summer of Peace“ bei, der mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 1,7 Prozent in Deutschland der erfolgreichste „Summer of“ seit Einführung der Sommerprogrammierung im Jahr 2008 war.

Auch im Digitalbereich konnte ARTE im Jahr 2015 mit insgesamt 246 Mio. abgerufenen Videos erhebliche Zuwächse verbuchen. Auf

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

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

Anfang des Jahres 2015 wurde das gemeinsam entwickelte, deutsch-französische Doppelprogramm „Tandem“ – mit zwei Filmen zu einem Thema – ausgestrahlt. Ziel war es, im Bereich der TV-Fiktion internationale, insbesondere deutsch-französische Koproduktionen zu fördern. Zum Thema „Atomenergie“ entstanden dabei die französische Komödie „Das gespaltene Dorf“ sowie der deutsche Politthriller „Tag der Wahrheit“. Die aktuellen Fragen zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in Europa wurden bei „Thema am Dienstag“ in investigativen Dokumentationen aufgegriffen und analysiert: So z. B. das Thema

„Islamismus“ mit „IS – Die Wirtschaftsmacht der Gotteskrieger“ und „Salafisten auf dem Vormarsch“, der 50. Todestag von Winston Churchill, der 70. Jahrestag der Befreiung von Auschwitz sowie der 70. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkriegs. Auch der Bereich Kunst und Kultur startete mit einem breiten Angebot ins Jahr 2015: Mit dem 200-jährigen Jubiläum des Städel Museums in Frankfurt, einem Schwerpunkt zu den „Wilden 20er Jahren“ sowie dem 150. Geburtstag von Max und Moritz. Im Online-Bereich wurden insbesondere die Marketing-Maßnahmen für die Internet-Plattform ARTE Concert verstärkt, um den Bekanntheitsgrad des großen Sommerfestival-Angebots weiter auszubauen.

Im Mai 2015 startete ARTE „The Opera Platform“ mit einem Livestreaming aus der Oper Madrid. Die Plattform wird von der EU-Kommission unterstützt und beruht auf der Partnerschaft zwischen dem Dachverband für Opernhäuser und -festivals, dem Kultursender ARTE und 15 europäischen Opernhäusern. Die von ARTE programmierte Plattform steht in drei Sprachen zur Verfügung und bietet kostenlos zahlreiche Inhalte. Jeden Monat wird mindestens eine Oper aus Europa online gestellt. Die Produktionen sind in sechs Sprachen untertitelt und können sechs Monate lang abgerufen werden.

Zudem hat ARTE Ende 2015 eine Kofinanzierung durch die Europäische Union für eine zweite Phase des Projekts „ARTE Europe“ erhalten. Seit Herbst 2015 stellt ARTE+7 einen Teil seiner Inhalte mit englischen und spanischen

Untertiteln zur Verfügung. In der zweiten Phase plant ARTE, ab Herbst 2016 polnische Untertitel hinzuzufügen.

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

Junges Angebot

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

Im Zuge des Gesetzgebungsverfahrens (offenes Konsultationsverfahren) wurden auch die marktlichen Auswirkungen des neuen Jugendangebots von ARD und ZDF mittels eines Gut-

achtens untersucht. Die Regierungschefinnen und -chefs der Länder kamen zu dem Schluss, dass die möglichen negativen Auswirkungen auf einzelne Medienangebote und den Gesamtmarkt insgesamt unwahrscheinlich seien. Das gesellschaftliche Bedürfnis für ein solches Angebot sei hingegen hoch. Somit kann das Junge Angebot seine Inhalte unabhängig von einer linearen Ausstrahlung in TV oder Hörfunk verbreiten und dabei vornehmlich auf Drittplattformen aktiv sein.

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

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

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

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

Degeto (ohne Deutschlandradio und ZDF)

Als Tochtergesellschaft der neun ARD-Landesrundfunkanstalten bzw. ihrer Werbegesellschaften liegt die Kernaufgabe der Degeto Film GmbH in der Beschaffung, Bearbeitung und Programmierung von Fernseh- und Spielfilmen sowie Serien, vor allem für das Gemeinschaftsprogramm Das Erste, aber auch für die Dritten Programme, 3sat, ARTE und weitere Digital- und Spartenkanäle der ARD. Rund 30 Prozent der Sendezeit im Ersten Deutschen Fernsehen wird mit Film- und Serienprogrammen der Degeto gefüllt. Daneben gehören der Erwerb von Filmlicenzen, die Verwaltung des Programmstocks sowie die Programmplanung genauso zu den Aufgaben der Degeto, wie auch weitere vertragliche, rechtliche und administrative Dienstleistungen für die ARD-Werbegesellschaften und die Landesrundfunkanstalten.

Im Jahre 2015 erwarb die Degeto Produktionen und Lizenzen in Höhe von ca. 362 Mio. Euro brutto. Die Betriebskosten beliefen sich in 2015 auf ca. 12,8 Mio. Euro bzw. 3,5 Prozent des abgewickelten Programmbeschaffungsvolumens. Im Gemeinschaftsprogramm Das Erste wurden aus dem Degeto-Programmstock im Jahr 2015 insgesamt 139.975 Programm-Minuten eingesetzt. Die Degeto betreut für den Bereich des Ersten jährlich ca. 1.000 Fernseh- und Spielfilmsendeplätze sowie ca. 1.000 Serien-Sendeplätze. Weiterhin wurden in 3sat, ARTE, den Dritten Programmen sowie den weiteren Digital- und Spartenkanälen der ARD ca. 5.400 Spiel- und Fernsehfilme sowie ca. 2.900 Serienfolgen aus dem Degeto-Stock eingesetzt.

Das Stammkapital der Degeto Film GmbH beträgt 112,5 T Euro, an dem die neun Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbetöchter jeweils zu gleichen Teilen beteiligt sind. Die Degeto bündelt den Rechtebestand der ARD. Der so aufgebaute Programmstock steht allen Programminitiativen der ARD kostenfrei und unkompliziert 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 heute über eine schlanke Organisationsstruktur mit aktuell rund 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Geschäftsführung hatte im Jahr 2013 gemeinsam mit den Aufsichtsgremien der Degeto beschlossen, die Degeto einer vollständigen Organisationsanalyse zu unterziehen und sie intern neu aufzustellen. Ziel war es, in der Vergangenheit entstandene Fehler bei den internen Kontrollsystemen künftig zu vermeiden und die Degeto in die Lage zu versetzen, ihre Aufgaben zukunftsicher erledigen zu können. Die interne Neustrukturierung ist nun abgeschlossen. Insbesondere in den Punkten Aufbau- und Ablauforganisation, Controlling sowie der Unternehmenskultur konnten deutliche Verbesserungen erzielt werden. Die Degeto ist nun in der Lage, transparent Auskunft über ihre Mittelvergabe pro Sendeplatz und das jeweilige Sendeplatzbudget zu geben.

Auch die technische Infrastruktur im Bereich der IT war den komplexer werdenden Aufgabenstellungen zunehmend nicht mehr gewachsen. Die Erneuerung der IT und die Ablösung der Alt-Systeme ist deshalb der zweite wesentliche Baustein im Reorganisationsprozess. Die hierfür gestarteten Projekte stehen am Anfang der Realisierung und werden die Gesellschaft in den nächsten Jahren begleiten.

Zudem wurde auch die Zusammenarbeit mit den Kreativen und Produzenten auf ein neues Fundament gestellt. Die Degeto hat seit 2013 eine intensive programmliche Qualitätsoffensive gestartet, die in der Branche und bei Kritikern allseits anerkannt und durch bedeutende Auszeichnungen gewürdigt wurde.

SportA

Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH, München ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50 Prozent) und des ZDF (50 Prozent) mit einem Stammkapital in Höhe von 540 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 die SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben, die außerhalb der SportA vorgenommen werden, beratend zur Verfügung und wird aktiv in die Einkaufsverhandlungen einbezogen. Ferner ist die SportA von ihren Gesellschaftern beauftragt,

nicht genutzte Rechte an Sportereignissen und –veranstaltungen an Dritte zur Nutzung anzubieten (Sublizenzierung). Eine wesentlich über die Beschaffungs- und Sublizenzierungsfunktion für ARD und ZDF hinausgehende unternehmerische Tätigkeit der SportA ist nicht vorgesehen.

Bei durchschnittlich 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erzielte die SportA in 2014 einen plangemäßen Jahresumsatz in Höhe von rd. 98 Mio. Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die Betriebskosten betragen in 2014 rd. 2,5 Mio. Euro und entsprachen somit nur 2,5 Prozent des Umsatzvolumens. Die Betriebskosten der SportA werden über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter gedeckt.

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

Die SportA verfügt über ein breit gefächertes Portefeuille an attraktiven und längerfristig gesicherten Sportrechten. Die Gesellschaft will sich weiterhin als wichtiger Teilnehmer

im Sportrechtmarkt positionieren und vorrangig für ihre Gesellschafter langfristig Übertragungsrechte an nationalen und internationalen Veranstaltungen unterschiedlichster Sportarten sichern sowie von den Gesellschaftern nicht genutzte Rechte national und international aktiv am Markt anbieten.

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

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

IRT

Das Institut für Rundfunktechnik (IRT) ist das zentrale Forschungs- und Entwicklungsinstitut der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ARD, ZDF, Deutschlandradio), in Österreich (ORF) sowie

der Schweiz (SRG/SSR) mit einem Stammkapital von 140 T Euro. Es bündelt als Kompetenzzentrum Wissen und Forschungs- und Entwicklungsarbeiten zu zentralen technischen Entwicklungen und Fragestellungen rund um den Rundfunk und die digitale Medientechnik.

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

Die Wirtschaftspläne der Jahre 2015 und 2016 sehen einen Aufwand von 21,9 bzw. 22,2 Mio. Euro vor. Die Erhöhung des betrieblichen Aufwands resultiert im Wesentlichen aus Mehraufwendungen beim Personalaufwand, hier insbesondere aus der Steigerung der Zuführung zur Pensionsrückstellung infolge eines verminderten Zinsniveaus. Die Gesellschafterzuschüsse sinken 2016 auf 16,7 Mio. Euro (2015 16,9 Mio. Euro). Die Eigenerrträge des In-

stituts steigen von 5,1 Mio. Euro im Plan 2015 auf 5,4 Mio. Euro im Wirtschaftsplan 2016. Als gemeinnütziges Institut erwirtschaftet das IRT keine Gewinne.

ARD/ZDF-Medienakademie, gemeinnützige GmbH

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

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

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

Deutsches Rundfunkarchiv (ohne ZDF)

Das in Frankfurt am Main und Potsdam-Babelsberg ansässige Deutsche Rundfunkarchiv (DRA) ist eine Stiftung des bürgerlichen Rechts und eine Gemeinschaftseinrichtung der ARD. Das DRA verfügt über umfangreiche Sammlungen audiovisueller Aufnahmen aus Hörfunk und Fernsehen, insbesondere aus der Zeit bis 1945 und aus den Rundfunkarchiven der ehemaligen DDR.

Zu den Aufgaben des DRA gehören u. a. die Erschließung und Sicherung vorhandener Archivmaterialien, die Bereitstellung von Aufnahmen und Unterlagen für die Hörfunk- und Fernsehprogramme der ARD sowie für kulturelle und wissenschaftliche Zwecke, die Weiterentwicklung von Techniken zur nutzerfreundlichen Bestandspräsentation und die Erfassung von Daten neu erschienener Industrieträger. Darüber hinaus bearbeitet das

DRA zahlreiche Rechercheanfragen aus Wissenschaft und Forschung, der Großteil davon mit historischem Bezug. Ferner fungiert das DRA auch als Schnittstelle für die öffentliche Nutzung seiner Bestände.

Das Haushaltsvolumen beträgt im Jahr 2016 für das DRA 11,5 Mio. Euro bei 74 Planstellen. Die zum DRA gehörende Zentrale Schallplattenkatalogisierung (ZSK) hat 8,5 Planstellen bei einem Haushaltsvolumen von 1,1 Mio. Euro. Der Gesamtetat beträgt 12,6 Mio. Euro. Die Gesamtaufwendungen für das DRA werden zu 95 Prozent aus Betriebsmittelzuweisungen der Stifter (ARD und Deutschlandradio) finanziert. Der Betriebsmittelanteil am Aufwand der ZSK beträgt 96 Prozent, da sich an deren Finanzierung zusätzlich auch das ZDF beteiligt.

ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (Zentraler Beitragsservice)

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

Im Rahmen der zweijährigen Übergangsphase nach der Umstellung auf die neue Rundfunkfinanzierung wurde auf Grundlage der Übergangsbestimmungen unter § 14 Abs. 9 RBStV der so genannte einmalige Meldedatenabgleich abgewickelt. Die Meldedaten wurden ab Januar 2014 gemäß einer Intendantenent-

scheidung im November / Dezember 2013 darüber hinaus herangezogen, um eine rückwirkende Direktanmeldung im privaten Bereich durchzuführen, sofern die vorangegangenen mehrstufigen Klärungsschreiben zu keinerlei oder keiner qualifizierten Reaktion der Angeschriebenen geführt hatten.

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

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

Der Zentrale Beitragsservice mit Sitz in Köln wird als nichtrechtsfähige Verwaltungsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland betrieben, besitzt somit keine eigene Rechtspersönlichkeit und schließt sämtliche Rechtsgeschäfte zur Erfüllung seiner Aufgaben im Namen und für Rechnung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland ab.

Hierbei werden durch den Zentralen Beitragsservice insbesondere folgende Einzelaufgaben wahrgenommen:

- Kundenbetreuung: Pflege der Stammdaten für alle Rundfunkbeitragszahler, Verarbeitung der Zugangs-, Abgangs- und Änderungsdaten sowie die Bearbeitung der schriftlichen und elektronischen Korrespondenz und der telefonischen Anliegen der (potenziellen) Beitragszahler
- Rechnungsstellung für die jeweiligen Gruppen von Einzelüberweisern, Dauerauftragszahlern und Lastschriftzahlern

- Überwachung des Zahlungseingangs und ggf. Einleitung von Maßnahmen zur Erlangung rückständiger Rundfunkbeiträge von der Erinnerung bis zur Vollstreckung und zum Ordnungswidrigkeitenverfahren
- Arbeiten im Zusammenhang mit Beitrags-erstattungen
- Buchmäßige Erfassung und Abrechnung der Beitragsforderungen, -rückstände und -einnahmen sowie Abrechnung mit den Rundfunkanstalten
- Bearbeitung der Anträge auf Befreiung und Ermäßigung vom Rundfunkbeitrag und Führung des entsprechenden Bestands
- Serviceleistungen verschiedener Art für die Rundfunkanstalten
- Durchführung von Maßnahmen zur Ermittlung des Beitragszahlerpotenzials in Abstimmung mit den Rundfunkanstalten, Bereitstellung der hierfür notwendigen Verfahren und EDV-Programme, Bearbeitung der aus den Maßnahmen resultierenden Geschäftsvorfällen
- Gemeinsame Planung der Beitragserträge für ARD, ZDF und Deutschlandradio in Abstimmung mit den Rundfunkanstalten

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

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

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

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

- Durch die Geschäftstätigkeit des Zentralen Beitragsservice entstanden im Jahr 2015 Aufwendungen in Höhe von 171,3 Mio. Euro (2014: 187,3 Mio. Euro). Die Aufwandsreduzierung gegenüber 2014 resultiert u. a. aus gesunkenen Personalaufwendungen aufgrund des Personalabbaus, niedrigeren Aufwendungen für Prüfungen und Beratungen und geringeren Auskunftsgebühren bei Meldeämtern.
- Im Geschäftsjahr 2015 zog der Zentrale Beitragsservice Erträge in Höhe von 8,13 Mrd. Euro ein. Im Jahr 2014 wurden rd. 8,32 Mrd. Euro an Rundfunkbeiträgen eingezogen.

- Der Zentrale Beitragsservice hat per 31.12.2015 rund 44,7 Mio. Beitragskonten im Bestand. Am 31.12.2014 lag der Bestand bei rund 44,5 Mio. Beitragskonten. Seit 2013 sind durch den Wegfall der Geräterelevanz für den Zentralen Beitragsservice die folgenden Kenngrößen (Wohnungen, Betriebsstätten und KFZ) relevant, deren Entwicklung im Jahr 2015 der folgenden Abbildung entnommen werden kann.
- Im Jahr 2015 beschäftigte der Zentrale Beitragsservice 1.079 Mitarbeiterkapazitäten. Im Vergleich zu den 1.247 Mitarbeiterkapazitäten im Jahr 2014 kann ein Abbau verzeichnet werden. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass das Personal, das aufgrund der Umstellungsaktivitäten zusätzlich befristet eingestellt wurde, Ende 2014 und im Jahr 2015 wieder abgebaut wurde.

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

- Der Anteil der Beitragszahler, die das Lastschriftinzugsverfahren nutzen, konnte im Jahr 2015 um 0,56 Prozentpunkte erhöht werden. Im Jahr 2015 betrug der Anteil der Lastschriftzahler 71,27 Prozent (2014: 70,71 Prozent).
- Im Jahr 2015 beträgt der Anteil des Aufwands des Zentralen Beitragsservice an den Gesamterträgen 2,11 Prozent. Im Jahr 2014 lag der prozentuale Anteil der Aufwendungen des Zentralen Beitragsservice an den Gesamterträgen bei 2,25 Prozent. Im Vergleich dazu erhalten die Finanzämter für das relativ ein-

fache Verfahren des Einzugs der Kirchensteuer als Annex zur Einkommensteuer 3,0 bis 4,0 Prozent des Kirchensteueraufkommens. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass die Finanzbehörden – gemessen an den zuvor beschriebenen Hauptaufgaben des Beitragseinzugs – im Wesentlichen nur den Zahlungsverkehr, die Erlangung rückständiger Forderungen und eine aufwandsmäßig geringere Kundenbetreuung durchführten. Im Gegensatz zum Beitragseinzug führten die Finanzämter keine Gewinnung von Beitragszahlern, keine Befreiungsbearbeitung, keine Beitragsplanung und keine Serviceleistungen für die Rundfunkanstalten durch. Fasst man die Kosten der vorgenannten Dienstleistungen (Zahlungsverkehr, Erlangung rückständiger Forderungen, Kundenbetreuung) zusammen und setzt diese mit den Beitragserträgen ins Verhältnis, würde sich für das Jahr 2014 lediglich ein Anteil von 1,43 Prozent ergeben. Nach Bereinigung des Aufwands für die Umstellungsaktivitäten im Jahr 2014 würde die Kennzahl sogar auf den Wert 1,31 Prozent absinken. Der entsprechende Ausweis dieser Kennzahlen für 2015 kann noch nicht erfolgen, da die hierfür notwendige Auswertung aus der Kostenrechnung zum Zeitpunkt der Berichtserstattung noch nicht vorlag.

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



Bayerischer Rundfunk

Rundfunkplatz 1 | 80335 München
www.br.de | Tel.: 089/5900 - 01



Hessischer Rundfunk

Bertramstraße 8 | 60320 Frankfurt/Main
www.hr-online.de | Tel.: 069/155 - 1



Mitteldeutscher Rundfunk

Kantstraße 71 - 73 | 04275 Leipzig
www.mdr.de | Tel.: 0341/300 - 0



Norddeutscher Rundfunk

Rothenbaumchaussee 132 - 134 | 20149 Hamburg
www.ndr.de | Tel.: 040/4156 - 0



Radio Bremen

Diepenau 10 | 28195 Bremen
www.radiobremen.de | Tel.: 0421/246 - 0



Rundfunk Berlin-Brandenburg

RBB Standort Berlin
Masurenallee 8 - 14 | 14057 Berlin
www.rbb-online.de | Tel.: 030/97993 - 0

RBB Standort Potsdam-Babelsberg

Marlene-Dietrich-Allee 20 | 14482 Potsdam
www.rbb-online.de | Tel.: 0331/97993 - 0



Saarländischer Rundfunk

Funkhaus Halberg | 66100 Saarbrücken
www.sr.de | Tel.: 0681/602 - 0



Südwestrundfunk

Neckarstraße 230 | 70190 Stuttgart
www.swr.de | Tel.: 0711/929 - 0



Westdeutscher Rundfunk

Appellhofplatz 1 | 50667 Köln
www.wdr.de | Tel.: 0221/220 - 0

Impressum

MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK
Anstalt des öffentlichen Rechts
Hauptabteilung Kommunikation
Kantstraße 71 - 73, 04275 Leipzig

Telefon: (0341) 3 00 91 91

Telefax: (0341) 3 00 91 92

E-Mail: kommunikation@mdr.de

www.mdr.de/unternehmen

Verantwortlich: Walter Kehr
Redaktion: Ralf Ludwig
Grafik-Design: Annett Kreisel



ZDF • 55100 Mainz

Dr. Thomas Bellut
Intendant

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14.07.2016

Information der Landesparlamente nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag

Sehr geehrte Damen und Herren,

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

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

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Thomas Bellut

Anlage



Juli 2016

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

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

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF

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

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

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

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

2. Ergebnisse des 20. KEF-Berichts

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1 Es können rundungsbedingte Abweichungen auftreten.

2 Beitragsmehrerträge, die der Sonderrücklage zugeführt wurden/werden.

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

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

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

3.1 Erträge

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

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

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

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

3.2 Personalaufwendungen

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

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

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

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

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

3.3 Programmaufwendungen

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

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

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

3.4 Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen

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

4. Erfüllung des Programmauftrags

4.1 ZDF-Programmfamilie

4.1.1 ZDF

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.1.2 ZDFneo

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

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

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

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

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

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

4.1.3 ZDFinfo

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

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

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

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

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

4.1.4 ZDFkultur

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

4.2 Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF

4.2.1 Europäischer Kulturkanal ARTE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.2.2 PHOENIX

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

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

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

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

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

4.2.3 3sat

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.2.4 Kinderkanal (KiKA)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.2.5 Junges Angebot

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

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

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

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

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

4.3 Online-Angebot

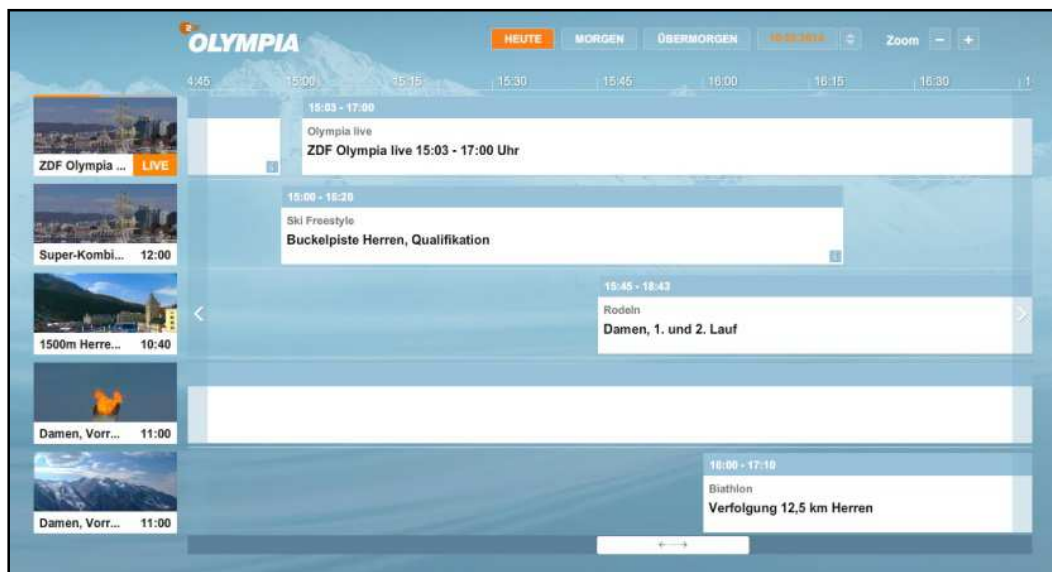
Der Online-Bereich wird zunehmend vielfältiger. Zum einen gibt es die deutliche Tendenz zur mobilen Nutzung über Smartphones und Tablets, zum anderen gibt es immer mehr zum „Smart-TV“ – auch „Connected-TV“ oder „Hybrid-TV“ genannt – aufgewertete Fernsehgeräte, die über einen Internetanschluss die Nutzung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

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

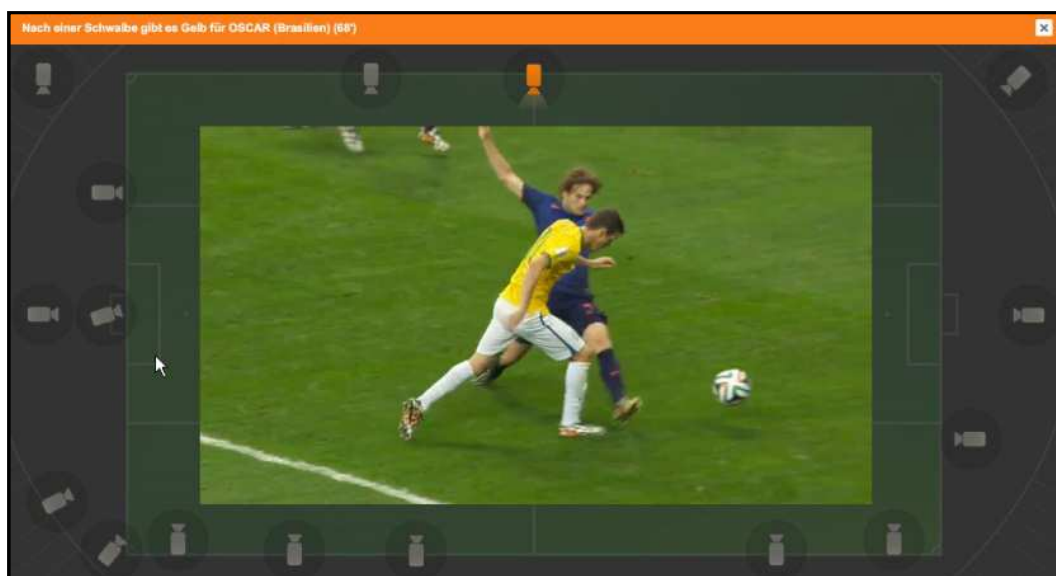
Mit dem Deutschland-Start von Netflix im September 2014 haben sich die Nutzergewohnheiten insbesondere bei den fiktionalen Angeboten deutlich erweitert: Zunehmend werden Serien nicht durch das Programmschema getaktet, sondern in Form des sogenannten „Binge Watching“ konsumiert, bei dem mehrere Folgen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

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

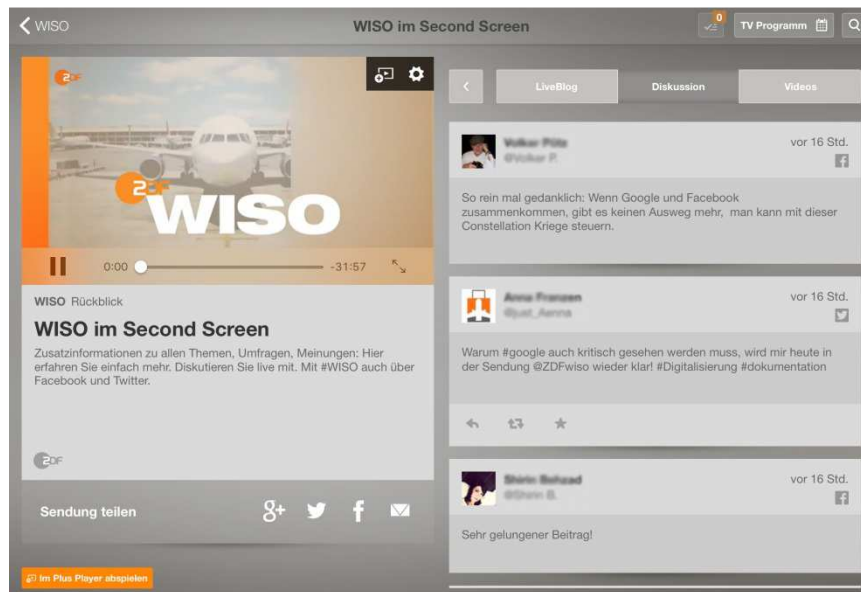
Während der Olympischen Spiele in Sotchi wurde Online ein erweitertes Programmangebot gezeigt. In enger Zusammenarbeit mit den Kollegen der ARD wurde neben dem jeweiligen Hauptprogramm – online erstmalig in HD-Qualität – eine zum überwiegenden Teil kommentierte Auswahl der wichtigsten Wettbewerbe in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



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



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



Während der Champions League-Übertragungen im ZDF bietet die App umfangreiche Live-Sportdaten zu den Partien. Neu ist auch die praktische Abonnement-Funktion: Unter „Sendungen A-Z“ können Nutzer ihre Lieblingssendungen abonnieren und dann eine Nachricht erhalten, wenn die neueste Ausgabe in der Mediathek verfügbar ist.

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

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

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

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

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

4.4 Programmverbreitung und neue Technologien

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

¹² Siehe hierzu Kapitel 4.2.5 Junges Angebot

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

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

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

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

4.4.1 Terrestrik

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

¹³ Siehe hierzu Kapitel 5. Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische Verantwortung

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

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

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

4.4.2 Satellit und Kabel

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

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

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

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

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

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

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

4.4.3 Übertragungswege über das Internet und die Mobilfunknetze

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

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

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

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

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

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

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

4.4.4 Aktuelle technologische Entwicklungen

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

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

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

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

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

5. Gesellschaftliches Engagement und unternehmerische Verantwortung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.1 ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (Zentraler Beitragsservice)

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

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

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

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

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

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

Hierbei werden durch den Zentralen Beitragsservice insbesondere folgende Einzelaufgaben wahrgenommen:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.2 SportA Sportrechte und Marketing-Agentur GmbH (SportA)

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

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

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

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

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

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

6.3 Institut für Rundfunktechnik GmbH (IRT)

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

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

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

6.4 ARD/ZDF-Medienakademie gemeinnützige GmbH (Medienakademie)

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

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

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

7. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen

7.1 ZDF-Enterprises GmbH (ZDF-E)

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

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

7.2 ZDF-Werbefernsehen GmbH

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

7.3 Bavaria Studios & Production Services GmbH (BSPS)

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

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

7.4 Sonstige Beteiligungen

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

Herrn Landtagspräsident
Hardy Güssau
Landtag von Sachsen-Anhalt
Domplatz 6-9
39104 Magdeburg

Der Intendant

06. Juli 2016

**Bericht über die wirtschaftliche Lage der Rundfunkanstalten
Information der Landesparlamente nach § 5a
Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag**

Sehr geehrter Herr Präsident, lieber Herr Güssau,
anbei erhalten Sie den Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle
Lage von Deutschlandradio.

Deutschlandradio legt diesen Bericht gemäß § 5 a des Rundfunk-
finanzierungs-Staatsvertrages alle zwei Jahre jeweils zeitnah nach
Vorliegen des Berichts der Kommission zur Ermittlung des
Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) allen Landes-
parlamenten vor.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Willi Steul

Dr. Willi Steul
Der Intendant
willi.steul@
deutschlandradio.de

Raderberggürtel 40
50968 Köln
Tel 0221.345-2100
Fax 0221.345-4800

deutschlandradio.de

Hans-Rosenthal-Platz
10825 Berlin
Tel 030.8503-6100
Fax 030.8503-6108

Deutschlandradio
Körperschaft des öffentlichen Rechts

Gesetzlicher Vertreter des Deutschlandradios ist der
Intendant. Deutschlandradio kann auch von zwei vom
Intendanten bevollmächtigten Personen gemeinsam
rechtsverbindlich vertreten werden. Auskünfte über das
Bestehen und den Umfang der Vollmachten erteilt der
Justiziar des Deutschlandradios. Gerichtsstand: Köln.

Bericht zur Information über die wirtschaftliche und finanzielle Lage

2016

Bericht zur Information über die wirtschaftliche und finanzielle Lage von Deutschlandradio

Gliederung

- I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF**
- II. Bericht zur Information über die wirtschaftliche und finanzielle Lage von Deutschlandradio**
 - II.1. Ergebnis von Deutschlandradio im Jahr 2014
 - II.1.1. Erträge
 - II.1.2. Aufwendungen
 - II.1.3. Ergebnis
 - II.1.4. Konzernabschluss
 - II.2. Finanzplanung bis 2020
 - II.3. Ergebnisse des 20. KEF-Berichtes für den Zeitraum 2017 bis 2020
 - II.4. Stellungnahme des Deutschlandradio zum 20. KEF-Bericht
- III. Beteiligungsgesellschaften und Kooperationen**
 - III.1. Deutschlandradio Service GmbH (DRS)
 - III.2. Rundfunk-Orchester und Chöre GmbH (roc berlin)
 - III.3. Hessen Digital Radio GmbH (HDR)
 - III.4. Kooperationen

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, Deutschlandradio und ZDF

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

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

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

Nach dem üblichen Turnus der Kommission handelt es sich beim 20. Bericht um einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe. Auf Grundlage ihrer Prüfungen kommt die Kommission zu der Empfehlung, den Beitrag zum 01.01.2017 erneut abzusenken, diesmal um 0,30 Euro auf dann 17,20 Euro. Die eingangs erwähnte Sonderrücklage aus Beitragsmehrerträgen aus der Periode 2013 - 2016 ist vollständig in das Verfahren zur Bedarfsermittlung für die Periode 2017 - 2020 einbezogen worden. Ohne diesen Sondereffekt hätte sich für die kommende Periode für die Anstalten ein zusätzlicher Finanzbedarf ergeben. Die Beitragsertragsplanung der Rundfunkanstalten für den Zeitraum 2017 – 2020 wurde von der Kommission ohne Korrekturen akzeptiert. Dies bestätigt, dass die Planung – anders als noch im 19. Bericht, der insoweit von erheblichen Un-

sicherheiten geprägt war – auf einer soliden Basis steht. Zudem wird deutlich, dass die Umstellung der Rundfunkfinanzierung ein Erfolg ist und dass insbesondere die Entscheidung für die Durchführung der Direktanmeldungen maßgeblich zur Ertragssicherung beigetragen hat.

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

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

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

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

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

II. Bericht zur Information über die wirtschaftliche und finanzielle Lage von Deutschlandradio

1. Ergebnis von Deutschlandradio im Jahr 2014

Basis der Ergebnisdarstellung von Deutschlandradio sind für das Berichtsjahr 2014 die von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ebner Stolz testierten und von den Gremien (Hörfunkrat und Verwaltungsrat) genehmigten Jahresabschlüsse.

Erträge

Der Rundfunkbeitrag stellt die Haupteinnahmequelle von Deutschlandradio dar.

Seit dem 1. Januar 2013 beträgt der Rundfunkbeitrag 17,98 € pro Monat und Teilnehmer. Aus dem Gesamtaufkommen erhält Deutschlandradio 2,6118 %. Dies entspricht unter Berücksichtigung eines Abzuges für die Landesmedienanstalten 0,4608 €.

Die Beitragserträge belaufen sich im Geschäftsjahr 2014 insgesamt auf 211,1 Mio. € und verzeichnen eine positive Abweichung gegenüber dem Wirtschaftsplan in Höhe von 17,0 Mio. €. Im Wesentlichen ergaben sich die Mehrerträge aus der Wirkung der rückwirkenden Direktanmeldung für Rundfunkbeitragsteilnehmer.

Die übrigen Erträge erreichen 23,7 Mio. € und liegen damit um 4,2 Mio. € über dem Wirtschaftsplan. Im Wesentlichen sind die Mehrerträge der Auflösung von Rückstellungen geschuldet, welche einmalige Sonderfälle (Umsatzbesteuerung Senderstandortmitbenutzung, Umsatzsteuer für Onlinedienste etc.) betreffen. Die anderen Ertragspositionen ergeben in Summe keine Abweichungen.

Aufwendungen

Die Aufwendungen von Deutschlandradio umfassen im Wesentlichen den Personalaufwand in Höhe von 70,4 Mio. €, Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen in Höhe von 47,3 Mio. €, technische Leistungen für die Rundfunkversorgung in Höhe von 35,6 Mio. €. Weiterhin Aufwendungen für die ROC in Höhe von 12,2 Mio. € sowie Unter-

halts-, Bewirtschaftungs-, Reparatur- und Instandhaltungskosten in Höhe von ebenfalls 12,2 Mio. €.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Aufwendungen von 236,6 Mio. € um 8,9 Mio. € auf 245,5 Mio. € gestiegen.

Gegenüber dem Wirtschaftsplan liegen die Aufwendungen insgesamt um 7,3 Mio. € höher.

Die Überschreitungen entfallen im Wesentlichen auf den Personalaufwand mit 6,2 Mio. €, darin 7,9 Mio. € Altersversorgungsaufwendungen (BilMoG-Rechnungszinssatz). Darüber hinaus sind Mehraufwendungen bei den Technischen Leistungen in Höhe von 1,9 Mio. € (Abstandszahlung vorzeitige Abschaltung MW/LW-Sender) und im Programmaufwand in Höhe von 1,0 Mio. € auszuweisen. Minderaufwendungen sind bei den Abschreibungen mit 1,4 Mio. € (geringes Investitionsvolumen) und bei den sonstigen Aufwendungen mit 0,4 Mio. € zu verzeichnen.

Ergebnis

Deutschlandradio weist für das Jahr 2014 in der Ertrags- und Aufwandsrechnung einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 10,7 Mio. € aus. Das Jahresergebnis verbessert sich um 13,8 Mio. € gegenüber dem im Wirtschaftsplan prognostizierten Fehlbetrag von 24,6 Mio. €.

Im Jahresabschluss wurde, sowohl im Eigenkapital als auch in der Finanzrechnung eine Beitragsrücklage gebildet. Im Jahr 2014 beträgt diese 17,5 Mio. € und wurde als separate Rücklagenposition ausgewiesen. Somit ergibt sich, saldiert mit dem Haushaltsüberschuss von 1,7 Mio. €, ein Haushaltsfehlbetrag von 15,8 Mio. €.

Die Differenz zum handelsrechtlichen Ergebnis von -12,5 Mio. € reduziert das körperschaftseigene Kapital auf 134,0 Mio. €

Die Liquidität von Deutschlandradio war in 2014 zu jedem Zeitpunkt sichergestellt. Deutschlandradio ist in der Lage, seine kurzfristigen Verbindlichkeiten fristgerecht zu bezahlen. Die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2014 beträgt 37,3% (Vorjahr 41,0 %).

Konzernabschluss 2014

Deutschlandradio legt gemäß § 30 a des Deutschlandradio-Staatsvertrages einen Konzernabschluss vor. Zum Konzern gehören neben Deutschlandradio als Muttergesellschaft die 100-prozentige Beteiligung Deutschlandradio Service GmbH (DRS) und die Gesellschaft für infrastrukturelle Dienste mbH (GID) als Tochter der DRS.

Das Jahr 2014 des Deutschlandradio-Konzerns schließt mit einem Jahresfehlbetrag von 10,6 Mio. €. Dieser setzt sich zusammen aus dem Jahresüberschuss der Tochtergesellschaft DRS von 256 T€, dem Jahresfehlbetrag der Enkelgesellschaft GID von 11 T€ und dem Jahresfehlbetrag der Muttergesellschaft von 10,7 Mio. € sowie einer Gewinnkonsolidierung von 150 T€.

Das Konzern-Eigenkapital beläuft sich nach Ergebnisbuchung auf 184,3 Mio. €.

2. Finanzplanung bis 2020

Entsprechend § 39 der Finanzordnung erstellt Deutschlandradio im Rahmen der Wirtschaftsplanung auch eine Mittelfristige Finanzplanung (MifriFi), die einen Berichtszeitraum von fünf Jahren, beginnend mit dem laufenden Haushaltsjahr, umfasst. Die Körperschaft hat zum 31. August 2015 ihren Finanzbedarf bis zum Ende der neuen Beitragsperiode 2017 – 2020 bei der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (KEF) angemeldet und diese im September 2015 - vor Veröffentlichung des 20. KEF-Berichtes und vor den Anpassungen durch die KEF - dem Verwaltungsrat vorgelegt. Aus Vergleichbarkeitsgründen zum 19. Bericht wurde der Berichtszeitraum der laufenden Beitragsperiode auf die Jahre 2013 bis 2016 ausgeweitet.

Ertrags- und Aufwandsplan	2013 – 2016	2017 – 2020
Erträge	928,3 Mio. €	968,5 Mio. €
Personalaufwendungen	279,3 Mio. €	286,9 Mio. €
Programmaufwendungen	213,2 Mio. €	238,7 Mio. €
Technische Leistungen	124,1 Mio. €	141,0 Mio. €
Übrige Sachaufwendungen	307,1 Mio. €	338,9 Mio. €
Abschreibungen	39,2 Mio. €	48,7 Mio. €
Summe Aufwendungen	962,9 Mio. €	1.054,2 Mio. €
<u>Ergebnis (Fehlbetrag)</u>	<u>-34,6 Mio. €</u>	<u>-85,7 Mio. €</u>

Finanzplan	2013 – 2016	2017 – 2020
Mittelaufbringung		
Abschreibungserlöse	39,7 Mio. €	49,1 Mio. €
Sonstiges	54,8 Mio. €	39,7 Mio. €
	<u>94,5 Mio. €</u>	<u>88,8 Mio. €</u>
Mittelverwendung		
Investitionen in das Anlagevermögen	49,5 Mio. €	44,1 Mio. €
Sonstiges	35,3 Mio. €	46,3 Mio. €
Zuweisung zum Ertrags- und Aufwandsplan	34,6 Mio. €	85,7 Mio. €
	<u>117,4 Mio. €</u>	<u>176,1 Mio. €</u>
<u>Haushaltsfehlbetrag I</u>	<u>-22,9 Mio. €</u>	<u>-87,3 Mio. €</u>
Zuweisung Beitragsrücklage	39,3 Mio. €	0,0 Mio. €
<u>Haushaltsfehlbetrag II</u>	<u>-62,2 Mio. €</u>	<u>-87,3 Mio. €</u>
nachrichtlich:		
Eigenmittel nach KEF-Systematik	1,8 Mio. €	- 83,8 Mio. €
Eigenmittel unter Verwendung Beitragsrücklage (2017-2020)		- 44,5 Mio. €

3. Ergebnisse des 20. KEF-Berichtes für den Zeitraum 2017 bis 2020 (bei den Erträgen 2015 bis 2020)

Deutschlandradio hatte zum 20. KEF-Bericht einen ungedeckten Finanzbedarf, vor Nutzung des Sondervermögens Beitragsrücklage, in Höhe von 83,8 Mio. € gemeldet. Unter Verwendung dieser Rücklage mindert sich der ungedeckte Finanzbedarf auf 44,5 Mio. €. Nach Prüfung durch die KEF wurde ein ungedeckter Finanzbedarf in Höhe von 16,2 Mio. € anerkannt. Aus den Überschüssen von ARD und ZDF und dem ungedeckten

Finanzbedarf von Deutschlandradio ergibt sich eine veränderte Aufteilung des Rundfunkbeitrags, die in § 9 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag umgesetzt werden muss.

Die Anpassungen der KEF und einer Nachmeldung von Deutschlandradio führen zu einem geringen Finanzbedarf in Höhe von 28,3 Mio. €. Dieser teilt sich wie folgt auf:

- Der Personalaufwand ohne Altersversorgung wurde um 4,5 Mio. € vermindert. Diese Kürzung beruht auf dem Ansatz eines geringeren Pro-Kopf-Aufwands sowie einer geringeren allgemeinen Steigerungsrate.
- Die Programmaufwendungen wurden durch die KEF um 3,0 Mio. € und zusätzlich durch eine Nachmeldung von Deutschlandradio um 2,3 Mio. € vermindert. Deutschlandradio hatte ursprünglich ein Entwicklungsprojekt zur Ausweitung des Programms von DRadio Wissen beantragt, diesen Projektantrag aber später zurückgezogen. Ein Teil der zunächst für das Projekt vorgesehen Mittel ist dann über eine Nachmeldung in eine Aufstockung des angemeldeten Programmaufwands eingeflossen.
- Die Programmverbreitungskosten für den Digitalen Hörfunk wurden um 10,1 Mio. € gekürzt.
- Die Erträge erfuhren eine Zuschreibung um 8,1 Mio. €. Dies betrifft im Wesentlichen eine unterschiedliche Bewertung der Erträge aus der Auflösung sonstiger Rückstellungen mit 6,0 Mio. €. Hinzu kommen Rundfunkbeitragsmehrerträge aus dem Ist des Jahres 2015 in Höhe von 1,0 Mio. €. Weitere Mehrerträge in Höhe von 1,1 Mio. € resultieren aus sonstigen Erträgen im Rahmen des Beitragseinzuges für die Jahre 2015 und 2016.
- Der Eigenmittelbestand per 31.12.2014 wurde um 0,3 Mio. € erhöht.

Darüber hinaus hat die KEF erstmalig Mittelsperrungen ausgesprochen. Diese betreffen:

- Geforderte Einsparungen bei der Altersversorgung; die Mittelsperrung erfolgt mit 2,0 Mio. € für den Zeitraum 2019 und 2020 beim Personalaufwand ohne Altersversorgung.
- Geforderte Einsparung im IT-Bereich; die Mittelsperrung erfolgt mit 1,26 Mio. € für den Zeitraum 2019 und 2020 bei den gesamten IT-Ausgaben.

4. Stellungnahme des Deutschlandradios zum 20. KEF-Bericht

I. Feststellung des Finanzbedarfs und Beitragsempfehlung

Auf Deutschlandradio entfällt nach den Feststellungen im 20. KEF-Bericht ein zusätzlicher Finanzbedarf bis Ende 2020 in Höhe von 16,2 Mio. € (Tz. 540 ff). Dies ist vor allem das Ergebnis des forcierten Ausbaus im Projekt „Digitaler Hörfunk“ (vgl. unter II.) sowie des anerkannten Mehrbedarfs für unser digitales Programmangebot „DRadio Wissen“ (vgl. unter III.). Unter Zurückstellung von unterschiedlichen Auffassungen zu einzelnen Details der Feststellung (insbesondere IV. und V.) begrüßt Deutschlandradio den Vorschlag der Kommission für eine entsprechende Neuverteilung der Beitragsanteile (Tz. 547 ff.) nachdrücklich.

II. Projektanmeldung Digitaler Hörfunk

Wie die KEF im 20. KEF-Bericht zutreffend feststellt, hat die Einführung des digitalen Hörfunks für Deutschlandradio einen besonders hohen Stellenwert (Tz. 307). Vor diesem Hintergrund begrüßen wir ausdrücklich, dass sich die Kommission für eine Fortsetzung des Projektes auf einem erhöhten Niveau entschieden hat. Wir verkennen dabei nicht, dass die derzeitigen medienpolitischen Rahmenbedingungen die KEF bei dieser Entscheidung in eine schwierige Position bringen. Insofern haben wir im Grunde auch Verständnis dafür, dass die KEF nunmehr konkrete „Meilensteine“ setzt (Tz. 317). Inwieweit die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter in diesem Zusammenhang insbesondere bei den notwendigen Entscheidungen der (Medien)-Politik „in Haftung“ genommen werden können, bleibt sicherlich abzuwarten.

Deutschlandradio unterstützt im Übrigen uneingeschränkt die Aussage, dass für die wirtschaftliche Betrachtung die Thematik „Simulcast“ in den Mittelpunkt zu stellen ist (Tz. 311). Wenngleich wir methodisch nicht alle Annahmen bei der Ermittlung der notwendigen zukünftigen Verbreitungskosten (Tz. 312/314/315) teilen, akzeptieren wir insbesondere das daraus abgeleitete Ergebnis (Tz. 316). Wir halten trotz der Kürzung unserer Anmeldung die anerkannten Verbreitungskosten in den Jahren 2017 bis 2020 in Höhe von 126,1 Mio. € (davon 63,6 Mio. € Projektaufwand) (Tz. 316) für insgesamt gerade noch tragfähig.

III. Programmaufwand/ Weiterentwicklung DRadio Wissen

Deutschlandradio ist sehr zufrieden, dass die Kommission im 20. KEF-Bericht dem Antrag auf Aufstockung des Programmaufwandes für DRadio Wissen jedenfalls teilweise gefolgt ist (Tz. 69). Damit wird Deutschlandradio in die Lage versetzt, die jüngste Welle unseres Hauses erfolgreich in der digitalen Welt weiter zu entwickeln. Dieser Aspekt war bei der Gründung von DRadio Wissen zunächst zurückgestellt worden. Mit der Berücksichtigung im Bestandsbedarf wird dies jetzt nachgeholt. Wir bedanken uns in diesem Zusammenhang besonders für die fachkundige Begleitung des ursprünglichen Projektantrages durch die zuständige KEF-AG 3.

IV. Sonderuntersuchung IT- Strukturen

Deutschlandradio hält nachdrücklich an seiner auch im KEF-Bericht zitierten Aussage fest (Tz. 525), dass im IT-Bereich durch zusätzliche Kooperationen weitere Wirtschaftlichkeitseffekte zu erzielen sind. Allerdings legen wir auch weiterhin größten Wert darauf, dass wir das den KEF-Aussagen zu Grunde liegende Gutachten für angreifbar und in Teilen wenig begründet halten. In-sofern können wir den quantitativen Feststellungen des Gutachtens (Tz. 513) beim besten Willen nicht folgen. Konsequenter Weise halten wir deshalb auch die daraus abgeleiteten quantitativen Schlüsse der KEF (Tz. 518) für nicht belastbar.

Vor diesem Hintergrund bitten wir die KEF erneut von Sperren auf den IT-Aufwand abzusehen. Neben der aus den vorgenannten Gründen ohnehin angreifbaren Basis ist dabei aus unserer Sicht auch zu berücksichtigen, dass die Aufteilung der Sperre in Relation zum vom Gutachter ermittelten IT-Aufwand ebenfalls nicht sachgerecht ist. Denn hier werden unterschiedliche Vorleistungen etc. explizit nicht berücksichtigt. Insofern trifft eine solche Sperre das schon bisher nicht nur im IT-Bereich sehr integrativ arbeitende Deutschlandradio in gleicher Weise wie die Anstalten, die in dieser Hinsicht erst ganz am Anfang stehen.

V. Sonstige betriebliche Erträge

Deutschlandradio hält die Ertragszuschätzung im Zusammenhang mit der Auflösung von sonstigen Rückstellungen (Tz. 436/437) für methodisch angreifbar und nicht sachgerecht. Die auf Basis der Vergangenheit in die Zukunft projizierte Fortschreibung dieser Erträge berücksichtigt Sondereffekte nicht. Diese hat Deutschlandradio vor allem im Bereich der Steuerrückstellungen geltend gemacht. Wir bitten deshalb um nochmalige Überprüfung der Sachlage.

VI. Auswertungen zu Telemedien

Auch für den 20. KEF-Bericht wurden wieder umfangreiche Daten zu den Kosten für die Telemedien erhoben und auch im Bericht dargestellt (Tz. 46 ff.) Durch das Zusammenwachsen der Angebotsformen und die durchgreifende Digitalisierung können diese Aufwendungen immer weniger separiert bzw. direkt zugeordnet werden. Die Zuordnung muss daher häufig über prozentuale Schätzungen vorgenommen werden. Die Ermittlung der Daten bleibt jedoch weiterhin sehr aufwendig. Deshalb regen wir an, dass die KEF die Art und den Umfang der Datenerhebung und der Berichterstattung hierzu – auch im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit - für künftige Berichte überprüft.

Nur der Vollständigkeit halber weisen wir darauf hin, dass sowohl unsere Anmeldung als auch die darauf entwickelte Positionen der KEF der Natur der Sache nach nicht alle heute erkennbare Risiken abschirmen. Beispielschaft hierfür seien nur die mögliche rechtliche Verpflichtung bei den Kabeleinspeisungsentgelten oder der allgemeine Trend bei der Gehaltsentwicklung im öffentlichen Dienst genannt. Sollten diese Risiken schlagend werden, melden wir dies selbstverständlich in den kommenden KEF-Verfahren dezidiert an.

III. Beteiligungsgesellschaften und Kooperationen

1. Deutschlandradio Service GmbH (DRS)

Die DRS (vormals MEDIA Gebäudemanagement GmbH bzw. Deutschlandradio Marketing & Service GmbH) wurde am 4. Dezember 1998 gegründet.

Die Gesellschaft verfügt über ein Stammkapital von 421 T€. Alleiniger Gesellschafter ist Deutschlandradio. Gegenstand der Gesellschaft ist die Wahrnehmung organisatorischer Aufgaben sowie die Übernahme von Dienstleistungen aller Art für Deutschlandradio. Hierzu gehören u. a. Gebäudemanagement, Bau- und Sanierungsleistungen, Hörerservice, Dienstleistungen im Bereich der Informationstechnik, Organisation und Betreuung öffentlicher Veranstaltungen sowie die Erstellung von Publikationen. Die DRS ist an beiden Standorten von Deutschlandradio in Berlin und Köln tätig. Im Durchschnitt des Geschäftsjahres 2014 beschäftigte die Gesellschaft 118 Mitarbeiter mit einer auf Vollzeit umgerechneten Kapazität von rund 87 Stellen einschließlich der Geschäftsleitung, Azubis sowie geringfügig Beschäftigter, die vor allem bei der Betreuung öffentlicher Veranstaltungen eingesetzt werden. Der Jahresumsatz betrug im Geschäftsjahr 2014 rund 9 Mio. €. Die DRS wird von einem Geschäftsführer geleitet und durch einen Aufsichtsrat überwacht.

Am 29. September 2005 gründete die DRS eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung unter der Firma „GID - Gesellschaft für infrastrukturelle Dienste mbH“ mit Sitz in Köln. Gegenstand dieses Unternehmens ist die Erbringung von infrastrukturellen Dienstleistungen, insbesondere von Wachdienstleistungen gemäß § 34a GewO.

2. Rundfunk-Orchester und -Chöre GmbH (roc berlin)

Deutschlandradio ist gemäß Artikel 7, Hörfunk-Überleitungsstaatsvertrag von 1993 mit 40 von Hundert Gesellschaftsanteilen an der roc berlin beteiligt. Die weiteren Gesellschaftsanteile werden vom Bund mit 35 von Hundert, dem Land Berlin mit 20 von Hundert und dem Rundfunk Berlin Brandenburg mit 5 von Hundert Gesellschaftsanteilen gehalten. Die Gesellschaft verfolgt gemäß Gesellschaftsvertrag ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke. Gegenstand des Unternehmens ist die Förderung von Kunst und Kultur. Der Satzungszweck wird verwirklicht insbesondere durch die Förderung der Musikkultur.

Dazu werden folgende Orchester und Chöre zur Aufführung von Musikwerken im In- und Ausland und zur Mitwirkung bei Aufnahmen von Musikwerken für Ton- und Bildträgerproduktionen und Rundfunkproduktionen unterhalten: das Deutsche Symphonie-Orchester Berlin, das Rundfunk-Sinfonieorchester Berlin, der Rundfunkchor Berlin und der RIAS Kammerchor.

Die Haushalts- und Wirtschaftsführung der Gesellschaft erfolgt auf der Grundlage eines vom Kuratorium und der Gesellschafterversammlung vorgegebenen Wirtschaftsplanes. Die darin entsprechend der Höhe der Gesellschaftsanteile zu erbringenden Gesellschafterleistungen stellen die Hauptfinanzierungsquelle der roc berlin dar. Für das Berichtsjahr 2014 entfielen dadurch knapp 12,2 Mio. € auf den Gesellschafter Deutschlandradio.

3. Hessen Digital Radio GmbH (HDR)

Neben den zuvor dargestellten Beteiligungen bestand per 31. Dezember 2014 eine Beteiligung an der DAB-Senderbetriebsgesellschaft HDR. Gegenstand der HDR ist das Betrei-

ben und die Vermarktung von Übertragungseinrichtungen für terrestrischen digitalen Hörfunk. Deutschlandradio hatte mit der HDR und in gleicher Weise mit den anderen Digitalradio-Gesellschaften, an denen keine Beteiligungen bestehen, Verträge zur digitalen Ausstrahlung der Deutschlandradio-Programme abgeschlossen. Da Deutschlandradio seine Programme ab dem 1. August 2011 über den bundesweiten Multiplex verbreitet, verhandelte Deutschlandradio die Beendigung seiner Beteiligung und den Verkauf seiner Gesellschaftsanteile an der HDR. Inzwischen hat Deutschlandradio seine Anteile mit Wirkung zum 19.01.2016 abgetreten.

4. Kooperationen

Die Zusammenarbeit von Deutschlandradio mit den Landesrundfunkanstalten der ARD und dem ZDF ist zugleich staatsvertragliches Gebot und unternehmensstrategisches Anliegen. § 5 des Deutschlandradio-Staatsvertrags bietet eine staatsvertragliche Kooperationsverpflichtung für das Deutschlandradio zur Zusammenarbeit mit ARD und ZDF. Aus unternehmensstrategischer Sicht sollen im Rahmen von Kooperationen Synergien und damit Wirtschaftlichkeitseffekte und Win-Win-Situationen für das Deutschlandradio und unsere Kooperationspartner geschaffen werden.

Über die Kooperationen mit ARD und ZDF legt der Intendant seinen Gremien jährlich einen detaillierten Bericht vor. Gemeinsam mit den ARD-Landesrundfunkanstalten und teilweise dem ZDF beteiligt sich das Deutschlandradio an verschiedenen Gemeinschaftssendungen, -einrichtungen und -aufgaben (GSEA). Ziel dieser GSEA ist es, durch zentrale Wahrnehmung von Aufgaben Synergie- und Rationalisierungseffekte zu erzielen bzw. Verwaltungskosten zu minieren.

Im programmlichen Bereich beteiligt sich das Deutschlandradio beispielsweise an folgenden GSEA:

- ARD-Hörfunk-Börsenstudio in Zusammenarbeit mit Deutschlandradio
- ARD-Hörfunkkorrespondenten Ausland in Zusammenarbeit mit Deutschlandradio
- ARD-Hörspieltage
- ARD-Text
- Bayreuther Festspiele
- Deutscher Radiopreis
- Digitale Archivbemusterung (DigiBemA)
- EBU - Euro-Radio, Euro-News, Radio Assembly, Radio-Saison
- EBU-Radio-Sports
- Frankfurter Buchmesse und Gläsernes Studio
- Fußball - EM und WM
- IFA-CeBit Verkehrsfunk
- Internationaler Musikwettbewerb
- Leipziger Buchmesse
- Olympiaden (Sommer-/Winter-/Paralympics)
- SID - Sportinfo - Dienst

- Tour de France
- Wahlberichterstattung
- Zuschuss zum Hörspielpreis der Kriegsblinden

Ohne programmlichen Schwerpunkt Deutschlandradio beteiligt sich das Deutschlandradio an folgenden GSEA:

- Altershilfe freie Mitarbeiter
- ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice
- ARD.ZDF Medienakademie gGmbH
- ARD-Sternpunkt
- Aussprachedatenbank
- Beitragskommunikation/- marketing
- Beitragsrecht
- Büro für Rundfunkkommunikation
- Deutsches Rundfunkarchiv
- Einrichtungen in den Bundesbauten
- Institut für Rundfunktechnik GmbH
- Invaliditätshilfe freie Mitarbeiter
- Marken- und Titelschutz
- SAD – Kooperation
- UER-Jahresbeitrag
- Zentrale Schallplattenkatalogisierung

Zu den großen GSEA, wie z. B. dem Institut für Rundfunktechnik oder den ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice nehmen ARD und ZDF in ihren jeweiligen Berichten an die Landtage gesondert Stellung, so dass wir an dieser Stelle auf die jeweiligen Berichte von ARD und ZDF verweisen.

An dieser Stelle hervorzuheben ist der Eintritt von Deutschlandradio in die ARGE Rundfunk-Betriebstechnik (RBT) zum 01.01.2015 und die Beteiligung (mit sechs Landesrundfunkanstalten und der Deutschen Welle) am Informationsverarbeitungszentrum Berlin (IVZ).