

MAI 2020

Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten

MAI 2020

Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten

INHALT

I.	GEMEINSAME ERKLÄRUNG VON ARD, DEUTSCHLANDRADIO UND ZDF	6
II.	DIE ARD – VERTRAUEN DURCH NÄHE	8
III.	STELLUNGNAHME ZUM 22. KEF-BERICHT	11
IV.	ERKLÄRUNG DER KONFERENZ DER GREMIENVORSITZENDEN DER ARD	12
V.	ARD FÜR DIE GESELLSCHAFT	16
	5.1 ÜBERBLICK: DAS IST DIE ARD	17
	5.2 FÜR UNS ALLE: DER GESELLSCHAFTLICHE WERT DER ARD	22
	5.3 DIE ARD IN DER CORONA-KRISE	40
VI.	PROGRAMMANGEBOTE DER ARD SOWIE ARD/ZDF-GEMEINSCHAFTSPROGRAMME	42
	6.1 DAS ERSTE	43
	6.2 DIE DRITTEN	47
	6.3 DIE FÖDERALEN RADIOPROGRAMME UND ORCHESTER UND CHÖRE	50
	6.4 ONE	56
	6.5 TAGESSCHAU 24	58
	6.6 ARD-ALPHA	60
	6.7 PHOENIX	62
	6.8 3SAT	64
	6.9 KiKA	66
	6.10 ARTE	68
	6.11 FUNK – DAS CONTENTNETZWERK	72
	6.12 DIGITALE PRODUKTE DER ARD	74

VII.	GEMEINSAME AKTIVITÄTEN	82
	7.1 ARD DEGETO	81
	7.2 SPORTA ARD/ZDF	84
	7.3 ARD/ZDF-MEDIENAKADEMIE	86
	7.4 DEUTSCHES RUNDFUNKARCHIV ARD und Deutschlandradio	88
	7.5 ARD ZDF DEUTSCHLANDRADIO BEITRAGSSERVICE	90
	7.6 INFORMATIONIS-VERARBEITUNGS-ZENTRUM ARD und Deutschlandradio	92
VIII.	FINANZDATEN	94
	8.1 RATIONALISIERUNGSMASSNAHMEN DER ARD	95
	8.2 DIE STRUKTURPROJEKTE DER ARD	98
	8.3 ERTRÄGE	102
	8.4 AUFWENDUNGEN	104
IX.	AUSBLICK	106

I. GEMEINSAME ERKLÄRUNG VON ARD, DEUTSCHLANDRADIO UND ZDF

Dieser Bericht steht ganz im Zeichen einer großen Krise: Seit mehr als drei Monaten hält das Corona-Virus die Menschen in Deutschland in Atem. Eine solche Situation hat sich in diesem Ausmaß wohl keiner auch nur vorstellen können. Wann wir wieder zum Alltag übergehen werden, ist höchst ungewiss. Was die vergangenen Wochen und Monate aber wie unter einem Brennglas gezeigt haben ist, wie wichtig öffentliche Institutionen auch im Jahr 2020 sind.

Dazu gehört natürlich zu allererst ein gut organisiertes und ausreichend finanziertes Gesundheitssystem sowie Institutionen wie beispielsweise Polizei, Gesundheitsämter – und viele andere Behörden. Ebenso relevant ist aber auch ein starker, unabhängiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk, der seine vielseitigen Aufgaben in so einer Krise auf allen Auspielwegen konsequent wahrnimmt.

Das Informationsbedürfnis der Menschen in Deutschland war riesig in den vergangenen Monaten. Viele Millionen Nutzerinnen und Nutzer aus allen Altersgruppen haben ARD, ZDF und Deutschlandradio in dieser Zeit ihr Vertrauen geschenkt.

Bei der Suche nach verlässlichen Informationen und Einordnung der Geschehnisse haben sie unsere Programme eingeschaltet und unsere Angebote im Netz aufgerufen. Dass sie das in so unsicheren Zeiten so zahlreich tun, ist für uns als Sender ein großer Ansporn und zeigt, wie relevant der öffentlich-rechtliche Rundfunk für das Land ist.

Unsere Programme haben sich schnell auf die Krise eingestellt. Sie haben für alle Zielgruppen und alle Bedürfnisse Angebote bereitgestellt. Unsere Nachrichtensendungen wurden um viele Themenkomplexe und Extrasendungen erweitert. ARD, ZDF und Deutschlandradio sind in dieser Zeit ihrer Rolle als Info-Garant gerecht geworden. Sie waren Aufklärer, aber auch Lebensbegleiter und Lebenshilfe. Das reichte von zusätzlichen Bildungsangeboten für Kinder und Jugendliche über Unterhaltungsangebote bis hin zu psychologischen Ratgebersendungen. Unser Kulturauftrag bekam eine ganz neue Bedeutung. Da Kultur in der Öffentlichkeit nicht mehr stattfinden kann, haben unsere Sender Konzerte und Aufführungen ins Virtuelle übertragen. Auch wurden mehr Formate mit Gebärdensprache, in einfacher Sprache oder mit Audiodeskription angeboten denn je.

Gleichzeitig hatten und haben wir Sender mit den mittelbaren Folgen des Corona-Virus zu kämpfen. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konnten lange Zeit nicht ihrer Tätigkeit wie gewohnt nachkommen. Eingeplante Inhalte wie die Europameisterschaft, die Olympischen Spiele oder der Eurovision Song Contest wurden verschoben oder abgesagt. Produktionen von Filmen, Serien oder Hörspielen mussten ausgesetzt werden. Viele unserer freien Autorinnen und Autoren und die Kreativwirtschaft insgesamt sind durch den Ausfall geplanter Inhalte sogar existenziell bedroht. Wir haben in allen Häusern schnell auf diese Situation reagiert und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Produzentinnen und Produzenten finanzielle Hilfen zugesagt.

Die Kernaufgabe von ARD, ZDF und Deutschlandradio, den Prozess der freien öffentlichen Meinungsbildung zu erhalten und immer wieder neu zu beleben, besteht gerade auch im digitalen Zeitalter fort. Auch das gesellschaftliche, kulturelle und politische Miteinander und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern, ist nicht nur in Zeiten einer existenziellen Virus-Krise eine zentrale Aufgabe, der wir als Sender aus vollster Überzeugung weiterhin nachkommen werden.

Zu unserem Selbstverständnis gehört dabei auch, die uns aus dem Rundfunkbeitrag anvertrauten Mittel so sparsam, wirtschaftlich und effizient wie möglich einzusetzen. Die eingeleiteten Strukturreformprozesse werden ARD, ZDF und Deutschlandradio daher auch in Zukunft konsequent weiterverfolgen.

Wir gehen diesen Weg, weil er alternativlos ist und weil er unseren Rückhalt in der Gesellschaft sichert. Der Zuspruch der Menschen, den wir gerade in den vergangenen Monaten so stark spüren, ist für uns als Programmanbieter der stärkste Antrieb.

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

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

II. DIE ARD – VERTRAUEN DURCH NÄHE

Große Entwicklungen lassen sich oft am besten im ganz Kleinen verstehen. Die Krise um das Corona-Virus, so global sie ist, hat vor allem spürbare Auswirkungen auf das ganz normale Leben in den Dörfern und Städten. Sozialer Austausch, der nicht mehr stattfinden kann. Das Training im Fußballverein, das auf unbestimmte Zeit verboten ist. Ein Kino- oder Theaterbesuch, den es nur noch daheim am Fernseher geben darf.

Dieser starke Eingriff in die ganz normale Lebenswirklichkeit, zu dem sich die Politik gezwungen sah, verunsicherte viele Menschen im Land. Wir als ARD haben in unseren Gemeinschaftsprogrammen wie Das Erste sowie in unseren Dritten Programmen wie unseren regionalen Radiowellten über die großen Entwicklungen der Krise berichtet. Die Tagesschau und viele Extra-Sendungen haben jeden Abend das aktuelle Geschehen für die Bundesrepublik und die Welt eingeordnet. Unsere Regionalmagazine in den Dritten Programmen haben in diesen Monaten historische Einschaltquoten, da die Menschen gerade jetzt verlässliche Quellen zum Beispiel für die unterschiedlichen Regelungen in den Bundesländern suchen.

Unsere Reporterinnen und Reporter und Redakteurinnen und Redakteure in den Regionen haben von Anfang an auch die große Verunsicherung der Menschen gespürt. Sie haben mit den Leuten über das Gefühl, dass etwas wegbricht, gesprochen. Sie haben selbst gemerkt, dass es in dieser Krise vorerst nirgendwo absolute Gewissheiten geben wird.

Diese scheinbar kleinen Nebenaspekte der großen Themenfließen immer in unsere Programme ein, denn die ARD ist in der Region wie kein anderes Medienunternehmen. Mit unseren neun Landesrundfunkanstalten spüren wir die kleinen Geschichten auf, die das Große erst verständlich machen. Das ist unser tägliches Geschäft. Dabei sind wir gerade in Krisenzeiten auch ein Begleiter für die Menschen. Unsere Radios sind in diesen Zeiten der Isolation das Medium, das sie informiert und tröstet über die vielen einsamen und beunruhigenden Stunden hinweg.

Unsere dritten Fernsehprogramme mit ihren vielen regionalen Magazinen betrachten die großen Themen aus dem Blickwinkel einer Region. Durch diese Nähe haben die Angebote ein besonderes Alleinstellungsmerkmal und eine besondere Verantwortung. So waren es oft die alltäglichen Fragen der Menschen, die zu den Leitlinien für unsere Sendungen in den Bundesländern wurden.

Wir waren in dieser Zeit aber viel mehr als nur ein Anbieter von aktuellen Informationen und Hintergründen oder ein journalistischer Ratgeber. Wir waren auch ein ganz praktischer Krisenhelfer im Alltag. Als die Schulen und Kindergärten geschlossen wurden, stellten wir viele zusätzliche multimediale Lernangebote ins Netz. Unsere Fernseh- und Radioprogramme änderten ihr Sendeschema und nahmen am Vormittag viele wertige Inhalte für Kinder und Jugendliche ins Programm. Mit unseren engen Kulturpartnerschaften in den Regionen haben wir schnell etwas gegen den Ausfall sämtlicher Veranstaltungen unternommen. Wir boten zum Beispiel vielen Künstlerinnen und Künstlern neue und kreative Lösungen wie Heimkonzerte oder virtuelle Bühnen an, die wir dann in unsere Programme integrierten. Das Gleiche betraf die Kirchen. Auch hier gab es viele zusätzliche Übertragungen von Messen und Gottesdiensten, im Radio, im Fernsehen, im Netz.

Viele Menschen haben uns zudem rückgemeldet, dass wir in der schwierigen Zeit des Ausnahmezustands für sie eine Art psychologischer Lebensbegleiter waren – zum Beispiel dann, wenn sie morgens die vertrauten Stimmen in ihren Radios hören oder abends die bekannten Gesichter in der Tagesschau oder ihren Regionalmagazinen sehen. Für viele Menschen ist das ein nicht zu unterschätzendes Gefühl der Normalität, das zeigt, dass es irgendwie weitergeht. Ähnlich wie eine gute Serie sind das Momente der Kontinuität in unruhigen Zeiten.

Die zusätzlich gestiegene Nachfrage nach fast all unseren Programmangeboten in dieser Zeit, vor allem auch in der Mediathek und Audiothek, zeigt, wie eng wir mit unserem Publikum verbunden sind. Die Medienforschung hat zudem herausgefunden, dass die Menschen in nachrichtenstarken Zeiten am meisten den Programmen der ARD vertrauen. Beides, hohe Nachfrage und hohes Vertrauen, machen uns stolz. Beides ist aber auch Verpflichtung für die Zukunft. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben wir uns als ARD gerade dazu entschieden, die Sendezeit der Tagesthemen zu verlängern. Auch in unserem Hauptprogramm wollen wir den Themen aus der Region noch mehr Platz einräumen.

Die ARD ist mehr als ein Programm. Wir sind der Zusammenschluss von regionalen Rundfunkanstalten, die für Kultur, Politik und gesellschaftlichen Zusammenhalt in ihren Sendegebieten, den Bundesländern, unverzichtbare Leistungen erbringen. Das unterscheidet uns von allen anderen Medienunternehmen in Deutschland. Unsere neun Landesrundfunkanstalten sind dabei schon qua Auftrag mehr als nur Produzenten von Fernseh-, Radio- und Digitalinhalten. In der Corona-Krise haben die Menschen das stark gespürt. Auch uns hat diese Krise allerdings nicht verschont. Viele Produktionen wurden ausgesetzt, Großveranstaltungen abgesagt, was uns organisatorisch fordert. Auch rechnen wir mit einem Rückgang der Werbe- und Beitragseinnahmen, was deutliche finanzielle Auswirkungen hätte. Wir merken, dass die Schätzungen unseres Bedarfs keine Krise vorsehen. Wir haben alle finanziellen Spielräume genutzt, um unsere Partner, die durch die Situation in Schieflage geraten sind, zu unterstützen. Wir selbst merken aber, dass wir für plötzliche Einbrüche der Konjunktur einen finanziellen Puffer, eine Art Risikovorsorge, bräuchten, zumal die Gesellschaft in diesen Tagen in allen Bereichen höchste Erwartungen an uns hat.

Als Rundfunk der Gesellschaft bringen wir Menschen und Meinungen zusammen, schaffen verbindende Momente und fördern den Zusammenhalt im Land. Gerade in einer solchen Virus-Pandemie, die großes Konfliktpotenzial zwischen den Generationen, den europäischen Ländern, ja sogar zwischen den Bundesländern birgt, ist dieser Programmauftrag mehr denn je von Wert.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben diese Werte aus voller Überzeugung. Sie sind vor Ort und damit nah an den Menschen. Sie sind Nachbarn. Und sie tun alles dafür, dass es weitergeht.

III. POSITION DER ARD ZUM 22. KEF-BERICHT

Die Aufgabe der ARD, den Prozess der freien öffentlichen Meinungsbildung in unserer Demokratie zu erhalten und zu fördern, ist in Krisen- wie in normalen Zeiten von hoher Relevanz. Zur verlässlichen und unabhängigen Wahrnehmung dieser Aufgabe werden ARD, ZDF und Deutschlandradio über den deutschlandweit einheitlichen Rundfunkbeitrag finanziert. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) hat mit ihrem 22. Bericht eine Anhebung des monatlichen Rundfunkbeitrags ab 1. Januar 2021 um 86 Cent auf 18,36 € empfohlen.

Zwölf Jahre ist der Rundfunkbeitrag nicht angestiegen, während sich in der gleichen Zeit die Lebenshaltungskosten in Deutschland um insgesamt gut 14 % erhöht haben. Bundesweit hat die Umstellung von der geräteabhängigen Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag pro Wohnung im Jahr 2013 zusätzliche Einnahmen ergeben. Dieses Geld floss in eine sogenannte Beitragsrücklage. So konnte der Rundfunkbeitrag stabil gehalten und ab 2015 sogar gesenkt werden. Die Mittel aus dieser Rücklage werden nun Ende 2020 aufgebraucht sein.

Dass der Rundfunkbeitrag so viele Jahre nicht angestiegen ist, hat auch damit zu tun, dass die ARD auf vielen Ebenen Ausgaben bereits reduziert und tiefgreifende Strukturreformen eingeleitet hat. Organisationsstrukturen wurden

angepasst, Produktionsabläufe optimiert und Personal abgebaut. Sonst wäre das mit den überdurchschnittlichen Kostensteigerungen in der Medienbranche nicht zu leisten gewesen. Auch bei einem Rundfunkbeitrag von 18,36 € wird die ARD weiter äußerst diszipliniert wirtschaften müssen. Dieser Aufgabe ist sich die ARD bewusst und dieser Aufgabe wird sie sich stellen.

Es gehört zur selbstverständlichen Verpflichtung und Verantwortung der ARD, mit den ihr anvertrauten Mitteln so sparsam, wirtschaftlich und so effizient wie möglich umzugehen. Gerade die 2017 begonnenen und nachhaltig angelegten Strukturprojekte der ARD bilden einen Baustein, Wirtschaftlichkeitspotenziale und Synergieeffekte zu identifizieren und auszuschöpfen. So hat auch die KEF in ihrem Bericht anerkannt, dass die ARD mit hoher Intensität an der Umsetzung dieser Projekte arbeitet.

Die ARD wird diesen Weg in Abstimmung mit ihren Gremien weiter konsequent beschreiten und weitere Potenziale nutzen. Es wird am Ende dieser ganzen Aktivitäten auch darauf ankommen, Prioritäten in den Angeboten zu setzen, dabei jedoch die regionale und inhaltliche Vielfalt möglichst aufrechtzuerhalten. Die ARD ist überzeugt, dass das notwendig ist, um weiterhin das bestmögliche Programm für die Menschen im Land anbieten zu können.

IV. ERKLÄRUNG DER KONFERENZ DER GREMIENVORSITZENDEN DER ARD

Öffentlich-rechtlichen Rundfunk modernisieren und zukunftssicher gestalten

Die Konferenz der Gremienvorsitzenden der ARD möchte den vorliegenden Bericht nutzen, um den Mitgliedern der Landesparlamente eine Bewertung zur allgemeinen Lage zu übermitteln, die von übergeordneter Bedeutung auch für die wirtschaftliche und finanzielle Situation der Anstalten ist.

Wir tun dies als Vorsitzende der Aufsichtsorgane, die sich intensiv mit den Belangen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks befassen und als Sachwalter der Allgemeinheit fungieren. Gerade in einem Bericht, in dem es um die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Rundfunkanstalten geht, möchten wir hervorheben, dass die gesamte Infrastruktur, die es zu finanzieren gilt, auf gute Medienangebote abzielt. Was gute Medienangebote kennzeichnet, diskutieren Rundfunkräte aus allen Bundesländern im ständigen Austausch mit den Programmverantwortlichen.

Im Rahmen ihrer systematischen Programmbeobachtung, aber auch anlässlich der Befassung mit Programmbeschwerden, nehmen die Rundfunkräte ihre wohl wichtigste Aufgabe wahr. Denn wo immer Programmangebote den hohen Erwartungen nicht entsprechen, die zu Recht an sie gestellt werden, besteht Handlungsbedarf.

Da eine umfassende Versorgung mit guten Angeboten wichtig, aber auch kostspielig ist, sind wir der Ansicht, dass Quantität und Qualität der Programmangebote und ihre Bedeutung für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags auch den Mitgliedern der Landesparlamente regelmäßig und möglichst nachvollziehbar dargestellt werden sollten. Aus diesem Grund haben wir die Zuständigen gebeten, die „Leitlinien für das Programm der ARD“ – die staatsvertraglich ohnehin vorgesehen sind – nach Jahren der Fortschreibung mit neuem Leben zu füllen.

Sie sollen Qualitätsprofile und publizistisch-programmliche Ziele enthalten, denen die Angebote der ARD zu genügen haben. Alle zwei Jahre soll man erkennen können, wie gut die Qualitätsversprechen erfüllt sind. Wir hoffen, auf diese Weise unsere „gremialen“ Debatten mit allen fortsetzen zu können, die Sorge tragen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Die Aufsicht über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk liegt bei den gesetzlichen Aufsichtsorganen, den Rundfunk- und Verwaltungsräten, die sich wiederum in einem eigenen Institutionengefüge bewegen. Hierzu gehören die Landesrechnungshöfe, die unabhängige Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) und eben auch die Landesparlamente. Gerne stehen wir daher jederzeit bereit, Ihnen Auskunft zu allen Fragestellungen zu geben, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreffen.

Eine Unterstützung durch den Gesetzgeber scheint uns bei einigen Punkten hilfreich, die für die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Rundfunkanstalten bedeutsam sind. Die Konferenz der Gremienvorsitzenden der ARD tauscht sich hierzu regelmäßig aus – was wir auch den Ministerpräsidenten mitgeteilt haben – und ist gerne bereit, auch mit den Landesparlamenten ins Gespräch zu treten. Dabei ist uns besonders wichtig:

- Angesichts teilweise konträrer Bewertungen von KEF und ARD zur Beitragsentwicklung merken wir an: Unterschiedliche Bewertungen sind unterschiedlichen Blickwinkeln geschuldet und bedürfen der Aufklärung. In den gesetzlichen Aufsichtsgremien kann und wird ihnen systematisch nachgegangen.

■ Die GVK ist der Überzeugung, dass eine Modernisierung des KEF-Verfahrens unter Beteiligung aller Akteure sowie eine koordinierte Einbeziehung aller Aufsichtsorgane innerhalb der föderalen Arbeitsgemeinschaft der ARD dazu führen kann, dass eine noch effizientere Ausschöpfung der den Rundfunkanstalten zugewiesenen Mittel, bessere Anreize zu Wirtschaftlichkeit sowie nachhaltigere Planungen möglich werden. Hierzu wären staatsvertragliche Klärstellungen oder Regelungen hilfreich:

a. Beispielsweise halten wir es für ökonomisch geboten, ein Mindestmaß an verfügbarer Liquidität zu definieren, damit die Anstalten auf unvorhersehbare Herausforderungen reagieren können. Dies ist europarechtlich möglich, bedarf aber einer staatsvertraglichen Regelung. Derzeit ist Risikovorsorge nicht im nötigen Umfang möglich, was uns als Aufsichtsgremien besorgt.

b. Unerlässlich ist nach Ansicht der GVK auch – gerade auch angesichts der von der Politik geforderten Reform der Infrastruktur –, dass die Anstalten dafür zweckgebundene periodenübergreifende Rücklagen bilden können. Das würde die Wirtschaftlichkeit erhöhen und helfen, Schwankungen zwischen den Beitragsperioden abzufedern. Zwischen gesetzlicher Aufsicht und KEF könnten hierfür erforderliche Zweckbindungen definiert werden.

c. Hilfreich wäre es auch, eine aus der vordigitalen Zeit stammende Vorgabe im Finanzierungsstaatsvertrag aufzugeben, die der ARD vorschreibt, bei der Finanzbedarfsanmeldung gegenüber der KEF zwischen Hörfunk und Fernsehen zu unterscheiden, was den Haushaltsvollzug crossmedialer Anstalten erschwert.

d. Bei der Prüfung des Finanzbedarfs durch die KEF müsste künftig neben dem gesetzlichen Programmauftrag auch die sich aus ihm ergebende föderale und kooperative Struktur der ARD-Rundfunkanstalten stärker Berücksichtigung finden. Ein in den Regionen verankerter öffentlich-rechtlicher Rundfunk fördert die kulturelle Vielfalt der Länder und macht sie weithin sicht- und erlebbar. Auch die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verantworteten kulturellen Hervorbringungen sowie regionalen Kultur- und Bildungspartnerschaften sind zu beachten. Um Teilhabe für alle zu gewährleisten, ist insbesondere die von den Landesrundfunkanstalten angebotene Medienkompetenzförderung zur Stärkung der medienkundlichen Bildung von Kindern und Jugendlichen im Geiste der Demokratie auszubauen und finanzbedarfswirksam anzuerkennen.

e. Ökonomisch, ökologisch und sozial wichtig ist auch eine an Nachhaltigkeit orientierte Bewirtschaftung der Ressourcen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Hier wäre es hilfreich, wenn der Gesetzgeber das Bemühen der Anstalten durch entsprechend eindeutig formulierte Erwartungen absichern und fördern würde.

Aus Sicht der Gremiovorsitzenden sind die politisch Verantwortlichen in den Bundesländern aufgefordert, sich weiterhin in der Medienpolitik zu engagieren und öffentliche demokratische Debatten über Ziele und Zwecke des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mitzugestalten. Dazu gehört auch, das System der Beitragsanpassung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kritisch zu prüfen und im Rahmen der verfassungsrechtlichen Vorgaben über mögliche Modernisierungsansätze zu diskutieren, um dann Reformschritte zu definieren und umzusetzen, die dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine zukunftssichere Basis geben. Die GVK und die Gremien der ARD sehen für sich ebenfalls diese Aufgabe und werden sich aktiv an diesem Diskurs beteiligen.

V. ARD FÜR DIE GESELLSCHAFT

5.1 ÜBERBLICK: DAS IST DIE ARD

Die ARD ist die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Der föderale Medienverbund besteht seit 1950. In dieser Arbeitsgemeinschaft haben sich **neun** selbstständige, staatsunabhängige Landesrundfunkanstalten zusammengeschlossen.

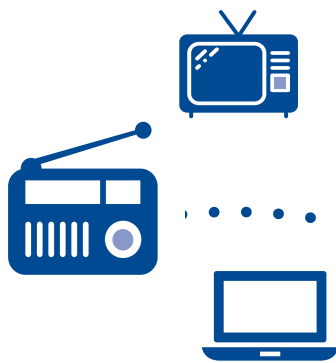
Wir sind deins.
ARD 



Sowohl die öffentliche Finanzierung als auch die Kontrolle durch die Gesellschaft garantieren eine verlässliche und von Politik und Wirtschaft **unabhängige Berichterstattung**. In den Rundfunk- und Verwaltungsräten der ARD vertreten 502 Mitglieder die Interessen der Allgemeinheit.



Die ARD gehört der Gemeinschaft. Daraus ergibt sich die Verantwortung, alle Menschen ausgewogen, unparteilich und umfassend über wichtige politische und gesellschaftliche Ereignisse zu informieren.



Die besondere Stärke der ARD ist ihre **regionale Verankerung im ganzen Bundesgebiet** mit einem dichten Netz aus 18 Funkhäusern und knapp 70 Regionalstudios. Die Radio- und Fernsehprogramme sowie die Onlineangebote der ARD spiegeln somit die Vielfalt und Identität aller Regionen in Deutschland wider.

Das Erste ist das nationale Gemeinschaftsprogramm der ARD im Fernsehen und wohl das bekannteste Beispiel für die Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten. In einer repräsentativen Studie bestätigen die Befragten: Müsste man sich für einen deutschen Sender entscheiden, würden die meisten Menschen Das Erste wählen (ARD-Trend 2019).



80 %

der Menschen schenken der ARD jeden **TAG** ihre **Aufmerksamkeit** (nutzen jeden Tag ein Angebot der ARD)

94 %

sind es jede **WOCHE** (die Menschen nutzen dabei im Schnitt **fünf Angebote** aus dem Senderverbund)

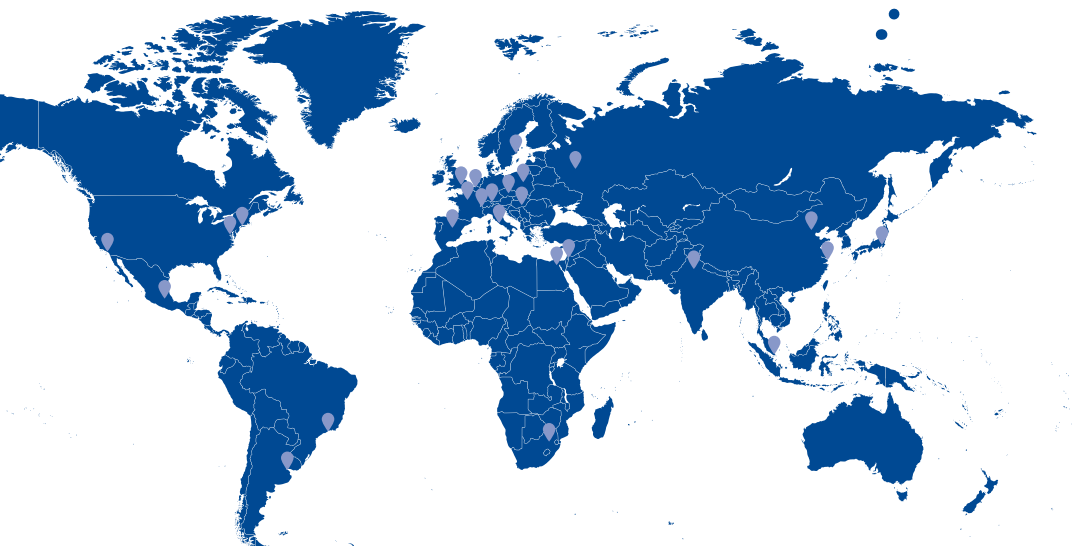
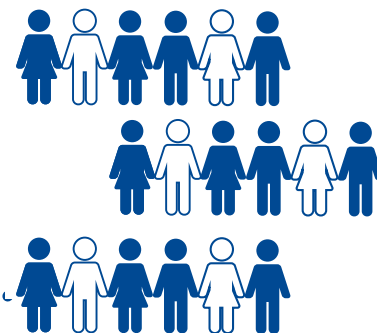
Garant für Informationen:

Rund

10 Mio.

Menschen verfolgen die Tagesschau
jeden Abend im Gemeinschaftspro-
gramm Das Erste.

Hintergründe aus aller Welt: Ein starkes Netz von
100 Korrespondentinnen und Korrespondenten in
26 Ländern berichtet für die Programme der ARD
über Themen aus dem Ausland.





In der Corona-Krise schenkten oft sogar mehr als

12 Mio.

Menschen jeden Abend der Tagesschau ihr Vertrauen.

Vertrauen in die ARD Die Menschen vertrauen keiner Nachrichtenquelle mehr als der Tagesschau; das gilt für alle Altersgruppen.



In der ARD ist neben den Landesrundfunkanstalten auch der **Auslandssender Deutsche Welle** organisiert.



Hinzu kommen Millionen weitere Nutzerinnen und Nutzer, die die Tagesschau online über **Apps und Mediatheken** abrufen.

Als Auftraggeber, Produzent und Veranstalter ist die ARD fester **Bestandteil des kulturellen Lebens** und einer der größten Auftraggeber in Deutschland. Außerdem fördert die ARD originale Formate wie das Hörspiel, den künstlerischen Fernseh- und Dokumentarfilm.

PROGRAMMVIELFALT IM GANZEN BUNDESGBIET

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



NORDDEUTSCHER RUNDFUNK

NDR 90,3
NDR 1 Niedersachsen
NDR 1 Radio MV
NDR 1 Welle Nord
NDR 2
NDR Kultur
NDR Info
N-JOY

NDR Fernsehen



RADIO BREMEN

Bremen Eins
Bremen Zwei
Bremen Vier
Bremen Next

Radio Bremen TV



RADIO BERLIN BRANDENBURG

Antenne Brandenburg
Fritz
Inforadio
radioeins
rbbKultur
rbb 88.8

rbb Fernsehen



WESTDEUTSCHER RUNDFUNK

1LIVE
WDR 2
WDR 3
WDR 4
WDR 5
COSMO*

WDR FERNSEHEN



HESSISCHER RUNDFUNK

hr1
hr2-kultur
hr3
hr4
hr-iNFO
YOU FM

hr-fernsehen



MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK

MDR SACHSEN
MDR SACHSEN-ANHALT
MDR THÜRINGEN
MDR AKTUELL
MDR KULTUR
MDR JUMP
MDR SPUTNIK

MDR-Fernsehen



SAARLÄNDISCHER RUNDFUNK

SR 1
SR 2 KulturRadio
SR 3 Saarlandwelle
UNSERDING

SR FERNSEHEN



SÜDWESTRUNDFUNK

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

SWR FERNSEHEN



BAYERISCHER RUNDFUNK

Bayern 1
Bayern 2
Bayern 3
BR-KLASSIK
B5 aktuell

BR Fernsehen

* Beteiligte Partneranstalten: rbb, Radio Bremen



5.2 FÜR UNS ALLE: DER GESELLSCHAFTLICHE WERT DER ARD

Die ARD gehört der Gesellschaft. Dieses Selbstverständnis prägt unsere tägliche Arbeit. Maßstab und Ziel all unseres Handelns ist es, den Menschen im Land freien Zugang zu unabhängiger Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung zu ermöglichen.

Es ist der Anspruch der ARD, als föderaler Medienverbund positive Impulse für das Gemeinwesen zu setzen – und ihren Teil zum Zusammenhalt der Gesellschaft beizutragen.





TEILHABE Ein Rundfunk für alle

Angebote, die die Menschen verbinden

Mit der Tagesschau informieren sich jeden Abend mehr als zehn Millionen Menschen über das aktuelle Geschehen. Die ARD-Tatorte am Sonntagabend schauen über alle Altersgruppen hinweg bis zu 14 Millionen Menschen – allein im Fernsehen. Auch Großereignisse wie der Eurovision Song Contest, Weltmeisterschaften und die Fußball-Bundesliga bringen das Land zusammen. Bei der WM 2018 erreichten die im Ersten übertragenen Spiele mehr als 75 Prozent der Fernsehzuschauerinnen und Zuschauer. Jeden Samstag verfolgen knapp acht Millionen Menschen die Bundesliga-Konferenz in den ARD-Hörfunkwellen. Diese Programm-Highlights fördern das Bewusstsein für das Gemeinsame in unserem Land.



Zugang für alle

Alle Menschen in Deutschland, unabhängig von ihrem Einkommen, sollen das Fernseh-, Radio- und Onlineangebot frei, unverschlüsselt und barrierefrei nutzen können. Wer auf finanzielle Unterstützung angewiesen ist, hat die Möglichkeit, sich vom Rundfunkbeitrag befreien zu lassen. Knapp drei Millionen Menschen in Deutschland haben hiervon im Jahr 2019 Gebrauch gemacht.

Für Bürgerinnen und Bürger mit körperlichen Beeinträchtigungen baut die ARD die barrierefreien Angebote kontinuierlich aus. Bereits heute sind 98 Prozent des Angebots im Ersten untertitelt, und für mehr als die Hälfte des Hauptabendprogramms ist Audiodeskription verfügbar. Hinzu kommen zahlreiche Übersetzungen in Gebärdensprache sowie Onlineangebote in leichter Sprache.



Beteiligung am gesellschaftlichen Diskurs

Die Menschen in Deutschland sind herzlich eingeladen, sich mit ihrer Sicht der Dinge in die Programme der ARD einzubringen. In den Talk-Sendungen der Landesrundfunkanstalten, etwa „Wir müssen reden“ vom rbb oder „Ihre Meinung“ vom WDR, kommen nicht nur Expertinnen und Experten und Politikerinnen und Politiker zu Wort, sondern auch die Menschen aus den jeweiligen Regionen. In den Hörfunkwellen der ARD ist die Beteiligung der Hörerinnen und Hörer fester Programmbestandteil. Auch über Angebote im Netz – wie den „Meinungsmelder“ von Radio Bremen und „MDRFRAGT“ – werden Bürgerinnen und Bürger regelmäßig aufgerufen, sich einzubringen. Die ARD möchte ihren Teil dazu beitragen, dass wir als Gesellschaft miteinander im Gespräch bleiben.

UNABHÄNGIGKEIT Gemeinsam finanziert, unabhängig organisiert

Unabhängiger Journalismus

Einer der Aufträge der ARD ist es, Dinge kritisch zu hinterfragen und die Menschen dabei ausgewogen zu informieren. Das Privileg der solidarischen Finanzierung ermöglicht es, dass die Journalistinnen und Journalisten der ARD frei von wirtschaftlicher Einflussnahme und unabhängig von einzelnen Interessengruppen berichten können. Das bekannteste Beispiel ist die Tagesschau, die auch jenseits der Hauptausgabe um 20 Uhr – etwa in den sozialen Medien – immer mehr Fans und Followerinnen und Follower gewinnt, auch unter den jüngeren Nutzerinnen und Nutzern. Allein bei Facebook folgen ihr 1,8 Millionen Menschen.



Recherchen gegen Missstände

Als Anwälte des Gemeinwohls verstehen sich die politischen Magazine der ARD. Die Rechercheteams legen Zusammenhänge offen, zeigen Missstände und Verbesserungsvorschläge auf. So recherchierten Panorama und NDR Info gemeinsam mit Correctiv, der ZEIT und internationalen Medienpartnern intensiv zu dubiosen Cum-Ex-Geschäften. Sie werteten dazu mehr als 180.000 Seiten vertraulicher Akten und Korrespondenzen aus. Die politischen Magazine im Ersten und die Rechercheredaktionen der Landesrundfunkanstalten veröffentlichen ihre investigativen Enthüllungen – von Doping-Skandalen bis hin zu Themen wie Patientensicherheit – gebündelt auf tagesschau.de.

Aktiv gegen Fake News

Propaganda, Lügen, Falschnachrichten – vor allem in den sozialen Netzwerken sind die Menschen zunehmend mit gezielter Desinformation konfrontiert. Um diesem Phänomen etwas entgegenzusetzen, hat die ARD den „Faktenfinder“ ins Leben gerufen, eine Initiative zur Aufdeckung falscher Nachrichten. Ähnliche Projekte gibt es auch auf regionaler Ebene, etwa den „Faktenfuchs“ des BR oder den „SWR3 Faktencheck“. Die Realität zeigt: Der Kampf gegen Fake News lässt sich nicht nur durch Gesetze gewinnen. Es ist auch Aufgabe von Medien, über dieses Problem aufzuklären, fundierte Quellen zu recherchieren und die Ergebnisse in die sozialen Medien transparent zu machen.



Aus der Mitte der Gesellschaft

Die ARD gehört der Gesellschaft. Das spiegelt sich auch in ihren Aufsichtsgremien wider – den Rundfunk- und Verwaltungsräten. Mehr als 500 Mitglieder vertreten dort ehrenamtlich die Interessen der Allgemeinheit. Zusammengesetzt aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppierungen stehen sie für die Vielfalt der Bevölkerung: von Gewerkschaften über religiöse Gruppen und wissenschaftliche Einrichtungen bis hin zu Verbänden und Vertreterinnen und Vertretern der Politik. Alle Zuschauerinnen und Zuschauer, Hörerinnen und Hörer sowie Nutzerinnen und Nutzer haben die Möglichkeit, bei den Rundfunkräten Programmbeschwerden einzulegen, wenn sie Programmgrundsätze verletzt sehen. Die Verwaltungsräte kontrollieren vor allem den wirtschaftlichen Umgang der Sender mit dem Beitragsgeld. Über die Websites der Landesrundfunkanstalten erhalten die Bürgerinnen und Bürger umfangreiche Einblicke in die Arbeit der Gremien.

QUALITÄT Programm mit Anspruch

Aus erster Hand und aller Welt

Das einzigartige Netz von Auslandskorrespondentinnen und Auslandskorrespondenten der ARD bringt die Welt zu den Menschen nach Hause. Mehr als 100 Korrespondentinnen und Korrespondenten in 26 Ländern berichten direkt von vor Ort und helfen, globale Zusammenhänge besser zu verstehen. Eine Aufgabe, die vor dem Hintergrund der weltpolitischen Entwicklungen an Bedeutung gewinnt. Unterstützt von Mitarbeitenden vor Ort recherchieren die Korrespondentinnen und Korrespondenten Informationen für alle Nachrichtenredaktionen der ARD. Hinzu kommen Reportagen und Features, die beispielsweise der „Weltspiegel“ im Ersten zeigt.



Dokumentationen zum Sehen und Hören

Für viele Menschen wird die Welt gefühlt jeden Tag ein bisschen unübersichtlicher. Dokumentationen eignen sich gut, die Komplexität der Geschehnisse für das Publikum abzubilden. „Hören, was dahintersteckt“, lautet die Idee des Gemeinschaftsprojekts „ARD radiofeature“. Für die Hörfunkreihe recherchieren ARD-Journalistinnen und Journalisten Themen, die das soziale und politische Leben der Menschen berühren – vom islamistischen Terror bis hin zur Digitalisierung in der Altenpflege. Die Fernsehprogramme und die ARD Mediathek bieten täglich neu produzierte Dokumentationen und Reportagen – vom abendfüllenden Kinodokumentarfilm über die klassische Reportage bis hin zur Doku-Serie.

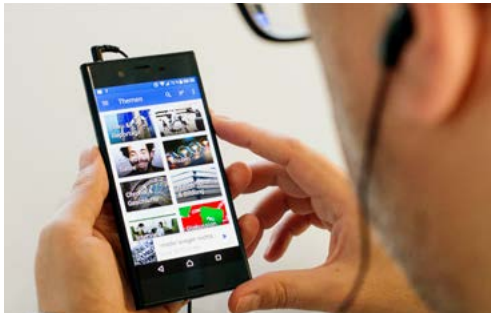


Geschichte erleben

Eine der besonderen Stärken der ARD ist es, deutsche Geschichte durch fiktionale Formate erlebbar zu machen. Ein Beispiel aus zahlreichen preisgekrönten Produktionen ist „Fritzi – Eine Wendewundergeschichte“. Der Animationsfilm vermittelt Kindern die Ereignisse rund um die friedliche Revolution 1989 in Leipzig und hat auf der Berlinale den Preis der deutschen Filmkritik erhalten. Laut Jury sei es gelungen, „ein politisches Thema, nämlich den Fall der Mauer, spannend und unterhaltsam und dann auch noch kindgerecht zu verfilmen“.

Mediathek und Audiothek

Die ARD Mediathek und die ARD Audiothek bieten den Menschen ständigen Zugriff auf die aktuellen Video- und Audio-Inhalte des Medienverbunds sowie auf die Livestreams der Sender – natürlich ohne Zusatzkosten. Beide Angebote lassen sich über alle relevanten Plattformen und Geräte nutzen und bieten so eine Alternative zu kommerziellen kostenpflichtigen Streaming-Plattformen. Allein im März 2020 haben die Userinnen und User erstmals mehr als 100 Millionen Videos in der Mediathek abgerufen; mehr als 1,2 Millionen Mal wurde die Audiothek-App inzwischen auf Smartphones installiert.



VIELFALT Angebote für die ganze Gesellschaft

Programm für jede Lebensphase

Pädagogisch wertvoll und frei von Werbung und Gewalt – das kennzeichnet das Kinderangebot der ARD, das vielfach als echte Erleichterung im Alltag der Eltern wahrgenommen wird. Denn bei Programmklassikern wie „Die Sendung mit der Maus“, „Sesamstraße“ und auch neueren Formaten wie „KiKANiNCHEN“ verlassen sich Eltern darauf, dass der Nachwuchs in guten Händen ist. Ergänzt wird das Angebot für Kinder um Radiosendungen wie „Mikado“ oder „Die Sendung mit der Maus zum Hören“ sowie um digitale Formate und Apps, die heutzutage längst fester Bestandteil der Mediennutzung von Kindern sind. Einen besonderen Stellenwert im Leben vieler junger Familien genießt KiKA, das Gemeinschaftsprogramm von ARD und ZDF für Kinder von 3 bis 13 Jahren, das mit dem KiKA-Player inzwischen auch einen zeitgemäßen digitalen Ableger bereithält.



Spiegel der Gesellschaft

Als gemeinschaftlich finanzierter Rundfunk versucht die ARD Tag für Tag, die Vielfalt der Gesellschaft angemessen abzubilden, sodass sich alle Menschen gleichermaßen im Programm wiedererkennen. Ein Beispiel dafür ist „Karakaya Talk“, ein Talk-Format von funk, dem Contentnetzwerk von ARD und ZDF. Wöchentlich lud Host Esra Karakaya ihre Gäste auf einen Çay ein und diskutierte mit ihnen über spezifische Themen einer vielfältigen, multi-ethnischen Gesellschaft.



Ein Thema – viele Perspektiven

Jedes Jahr widmet sich die ARD in ihrer Themenwoche einem besonders wichtigen gesellschaftlichen Schwerpunkt. „Zukunft Bildung“ war das Thema 2019, das für viele Menschen in Deutschland von zentraler Bedeutung ist. Über sieben Tage und über alle Kanäle hinweg beschäftigten sich alle ARD-Sender mit diesem Schwerpunktthema. Rund 34 Millionen Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer nutzten Angebote in der Themenwoche. Die Radioprogramme widmeten der „Zukunft Bildung“ mehr als 1.600 Sendeplätze. Im Netz wurde die Themenwoche mit neuen Plattformen zum digitalen Lernen begleitet. Mit der Social-Media-Aktion #dankdir setzte die ARD in der Themenwoche ein Zeichen für Wertschätzung.

Sport für alle

Ob Fußballweltmeisterschaft, Olympische Spiele oder Tour de France – große Sportturniere bewegen die ganze Nation. Die ARD zeigt zusätzlich mit mehr als 100 verschiedenen Sportarten den Sport in all seinen Facetten – vom Spitzen- über Breitensport bis hin zum Sport für Menschen mit Behinderung. Gerade die Dritten Programme bieten dabei auch Sende­flächen für Disziplinen, die sonst wenig mediale Beachtung finden, wie etwa Skicross, Kanu oder Bogenschießen. Ein besonderes Ereignis war die erstmalige Ausrichtung der Finals Berlin 2019, bei denen verschiedene Sommersportarten über ein gemeinsames Wochenend-Große­vent in den Fokus einer breiteren Öffentlichkeit gerückt sind.



REGIONALITÄT Nah bei den Menschen

Präsenz vor Ort

Mit ihren Landesrundfunkanstalten ist die ARD in allen Regionen Deutschlands fest verankert und Impulsgeberin für einen lebendigen Föderalismus. Mit Funkhäusern, Regionalstudios und Büros ist die ARD an mehr als 100 Standorten vor Ort. Die Korrespondentinnen und Korrespondenten kennen die Bedürfnisse und Lebenssituationen der Menschen vor Ort und berichten multimedial. Die regionale Vielfalt spiegelt sich auch in den nationalen Angeboten wider, zu denen die Landesrundfunkanstalten ihre Inhalte beisteuern – von Dokumentationen und Reportagen vor Ort bis hin zu unverwechselbaren Produktionen im Fiktionalen.

Informationen aus der Region für die Region

Die Landesrundfunkanstalten berichten aus der Nachbarschaft, der Heimatstadt, der Region und dem Bundesland – in allen 16 Ländern. Alle Dritten Programme etwa senden täglich aktuelle Regionalmagazine. In großen, bevölkerungsreichen Bundesländern sind die Angebote weiter unterteilt nach einzelnen Regionen, wie in Bayern mit „Abendschau“ und „Frankenschau“ oder beim WDR mit elf Ausgaben der „Lokalzeit“. Auch die Radiosender – insbesondere die Infowellensender – tragen zur Demokratie und freien Meinungsbildung in den Kommunen und Bundesländern bei. Mehr als die Hälfte ihrer Berichterstattung konzentriert sich auf landespolitische Themen und Geschichten aus der Region. Zudem bauen die Rundfunkanstalten ihr digitales Angebot weiter aus: Nachrichten-Apps sowie Beiträge in den sozialen Netzwerken informieren jederzeit darüber, was die Menschen vor Ort bewegt.



Heimat und Identität

Die Landesrundfunkanstalten der ARD zeigen, was die Menschen in den verschiedenen Landstrichen Deutschlands bewegt und was diese unverwechselbar macht. So vermitteln sie auch regionale Zugehörigkeit und Zusammenhalt. Dazu gehört die Berichterstattung von regionalen Bräuchen und Festen, wie die Rosenmontagsumzüge im SWR und WDR, genau wie Angebote in Mundart, wie die „Plattdütsche Nachrichten“ bei Radio Bremen. Der SR trägt das deutsch-französische Erbe der Region weiter und sendet unter anderem „ici et là“ – ein Magazin für die Großregion auf SR 2 Kultur-Radio sowie deutsch-französische Kindernachrichten auf SR 1.



Auch fiktionale Programme spiegeln regionale Eigenarten wider wie „Dahoam is Dahoam“ vom BR. In „Erzähle Deine Geschichte. Vom Mauerfall bis heute.“ sammelte der rbb zum 30. Jahrestag der Wiedervereinigung die (Lebens-)Geschichten der Menschen aus der Region. So entsteht ein Panorama der Erfahrungen der Berlinerinnen und Berliner und Brandenburgerinnen und Brandenburger zum Stand der Einheit.

INNOVATION Verlässlich im Wandel

Neue Wege der Informationsvermittlung

Verlässliche Informationen finden gerade junge Menschen nicht nur in den linearen Programmen der ARD, sondern auch in den sozialen Netzwerken. Ein Beispiel auf Instagram: die „News-WG“ des BR. Junge Journalistinnen und Journalisten zeichnen in ihrer Münchener Wohngemeinschaft Videosequenzen zu aktuellen politischen Themen auf – und liefern der Community Nachrichten zum Verstehen und Mitreden. Was als innovatives Projekt unter Volontärinnen und Volontären begann, ist mittlerweile ein preisgekröntes Nachrichtenangebot mit mehr als 80.000 Fans.

TV-Experiment: 24-Stunden-Reportage über Europas „next generation“

Ein Tag im Leben junger Menschen in Europa – in Echtzeit erlebbar in der ARD und auf ARTE: Das war die Idee des Fernsehexperimentes „24h Europe – The next generation“. 60 junge Protagonistinnen und Protagonisten aus 26 Ländern im geographischen Europa und mit den verschiedensten Hintergründen nahmen das Publikum mit in ihren Alltag und zeigten, was sie bewegt. Im Vorfeld der Europawahl 2019 ermöglichten diese und mehr als 150 weitere Sondersendungen der ARD, in unterschiedliche Lebenswelten in Europa einzutauchen.



Erinnerungen lebendig halten

Für multimediale Innovationen steht die App „WDR AR 1933 – 1945“. Die App soll die Erinnerung an die Gräueltaten im Nationalsozialismus für künftige Generationen lebendig halten. Da altersbedingt immer weniger Menschen über diese Zeit aus persönlicher Erfahrung berichten können, bringt die App Zeitzeuginnen und Zeitzeugen digital ins Wohn- oder Klassenzimmer. Dank Augmented Reality werden sie in die jeweilige Umgebung projiziert. So lässt sich beispielsweise die bewegende Geschichte der Anne Frank durch die Augen ihrer beiden engsten Freundinnen kennenlernen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des WDR sind mit der App im Jahr 2019 auf Schultour in Klassenzimmer gegangen, um das Projekt vorzustellen und mit den Schülerinnen und Schülern über die Zeit des Nationalsozialismus zu diskutieren.

Smarte Produktion und optimierte Prozesse

In kaum einem Bereich schreitet der technologische Wandel so rasant voran wie in der Produktion. Diese neuen Möglichkeiten nutzt die ARD im Sinne des Publikums, um noch kostengünstiger und flexibler produzieren zu können. Im Fernsbereich beispielsweise lassen sich durch automatisierte Technik bei Studioproduktionen deutliche Einsparungen erzielen, etwa durch standardisierte Kamerafahrten und Beleuchtungssituationen. Auch mithilfe von kompaktem Produktionsequipment, wie Übertragungsrucksäcken oder teilweise sogar mit Smartphones, lassen sich Kosten reduzieren. Über ARD-interne Vergleiche und Erfahrungsaustausch identifiziert die ARD kontinuierlich „Best Practices“, von denen alle Sender gleichermaßen profitieren können.



WERTSCHÖPFUNG Partnerin für Medien, Kultur und Wissenschaft

Stark für den Medienstandort Deutschland

Wichtige Partnerinnen und Partner bei der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags sind die Menschen, die Filme, Serien und andere Inhalte herstellen. Als einer der größten Auftraggeber in diesem Bereich leistet die ARD einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung des Medienökosystems in Deutschland und in Europa. Allein im Jahr 2018 wurden über den Rundfunkbeitrag mehr als 814 Mio. Euro direkt in Filmproduktionen investiert, rund 50 Mio. Euro gingen zusätzlich an die Filmförderungsanstalten von Bund und Ländern. Mit den Produzentinnen und Produzenten, Regisseurinnen und Regisseuren und vielen weiteren Beteiligten steht die ARD im engen Austausch, um die Zusammenarbeit im beiderseitigen Interesse kontinuierlich zu verbessern.

Enger Partner der regionalen Kulturbranche

Kultur zu vermitteln und zu verbreiten, gehört zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht nur im Programm, sondern auch bei Veranstaltungen vor Ort bei den Menschen. Das Spektrum reicht von Festivals wie dem ARD Musikwettbewerb über Konzerte der ARD-Ensembles bis hin zu zahlreichen Kooperationsveranstaltungen. Dazu zählen etwa das Schleswig-Holstein Musik Festival und die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, mit denen der NDR seit vielen Jahren eine Kulturpartnerschaft pflegt. Der SR ist Partner von „SR Klassik am See“ – einem Open-Air-Konzert mit der Deutschen Radio Philharmonie am Losheimer Stausee im Saarland. Die ARD-Anstalten unterstützen zudem Musik- und Filmförderung und arbeiten mit lokalen Kulturpartnern zusammen – von Literaturhäusern über Museen bis zu Theatern.



Archivöffnungen im Dienste der Bildung und Kultur

Die Geschichte unseres Landes lässt sich nicht ohne die Rundfunkarchive schreiben. Sie sind eine wichtige Quelle für Menschen und Einrichtungen, die sich mit der eigenen Vergangenheit beschäftigen wollen. Mit dem Angebot „SWR retro“ hat der Südwestrundfunk 2019 als erster öffentlich-rechtlicher Sender historisches Filmmaterial online zugänglich gemacht. Mehr als 8.000 Beiträge aus der Frühphase des Fernsehens sind inzwischen über die ARD Mediathek abrufbar. Nach und nach soll so ein audiovisuelles Online-Archiv entstehen. Verschiedene Bildungs- und Kulturinstitutionen nutzen das Material – etwa im Rahmen von Jubiläen oder anderer historischer Aufarbeitungen. Auch andere Landesrundfunkanstalten wollen ihre Archive – soweit rechtlich möglich – der Öffentlichkeit zugänglich machen.

Zukunft gestalten – gemeinsam mit der Wissenschaft

Wie werden wir uns in Zukunft fortbewegen? Wie lässt sich Mobilität umweltfreundlich gestalten? Diese Fragen bewegen die Gesellschaft. Forscherinnen und Forscher und Journalistinnen und Journalisten suchen gleichermaßen nach Antworten. Der HR und das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation haben sich daher für das Projekt „2049: Zeitreise Mobilität“ zusammengesetzt. Bürgerinnen und Bürger gingen mithilfe von Virtual-Reality-Brillen auf Zeitreise und wurden anschließend zu ihren Wünschen im Hinblick auf Mobilität und Verkehr befragt. Die Ergebnisse fließen sowohl in die Forschung als auch in eine ARTE-Dokumentation ein. Das technologisch innovative Projekt ist eines von zahlreichen Beispielen für Partnerschaften zwischen der ARD und der Wissenschaft.

VERANTWORTUNG Transparent und nachhaltig

Die Zukunft sichern

Eine freie, demokratische Gesellschaft braucht auch in Zukunft professionell arbeitende Journalistinnen und Journalisten. Darum liegt der ARD die Ausbildung des Nachwuchses in den Redaktionen besonders am Herzen. Mit jährlich mehr als 300 Programmvolontariaten gehört die ARD damit zu den wichtigsten journalistischen Ausbildern im Land. Vor dem Hintergrund des digitalen Medienwandels wird die Ausbildung kontinuierlich weiterentwickelt und konsequent multimedial ausgerichtet. Fundament bleibt das klassische journalistische Handwerk. Neben den Volontärinnen und Volontären beschäftigen die Landesrundfunkanstalten 2019 rund 2.200 junge Menschen als Auszubildende, Trainees und studentischen Praktikantinnen und Praktikanten. Hinzu kamen knapp 1.800 Schülerpraktika.



Klimafreundliche Produktionen

Für einen Planeten, auf dem wir auch in Zukunft gut leben können, achtet die ARD auf den effizienten und nachhaltigen Einsatz von Ressourcen. Im branchenspezifischen Arbeitskreis „Green Shooting“ setzt sich die ARD gemeinsam mit anderen Medienmacherinnen und Medienmachern für nachhaltige Filmproduktionen ein. Green Consultants helfen dabei, die Produktionsbeteiligten frühzeitig über ökologische Produktionsmittel aufzuklären. Beim Dreh der „Tatort“-Folge „Maleficus“ konnten so 43 Prozent der üblichen Emissionen eingespart werden.

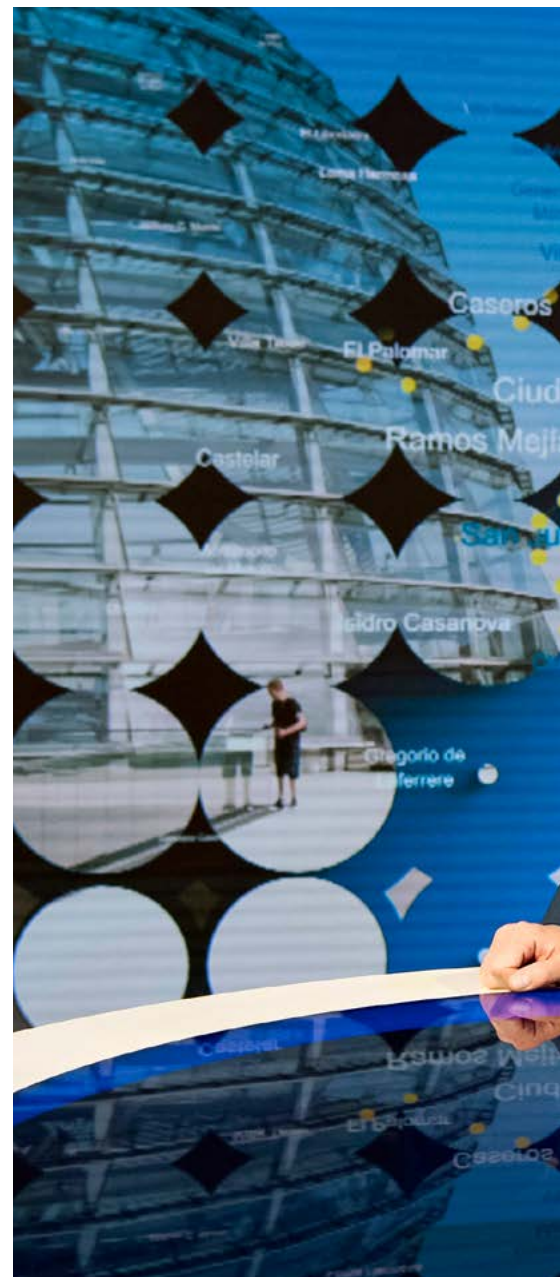


Medienhäuser im Dialog

Bei Führungen und Tagen der offenen Tür in den Funkhäusern können sich Besucherinnen und Besucher ein Bild davon machen, wie die Programme der ARD entstehen, und sich mit den Programmacherinnen und Programmachern austauschen. Die Publikumsredaktionen der Landesrundfunkanstalten beantworten täglich Tausende Fragen und Anregungen, die die ARD über Telefon, Mail und das Social Web erreichen.

Kostenbewusstes Arbeiten im Sinne der Beitragszahlerinnen und Beitragszahler

Die Bürgerinnen und Bürger erwarten einen effizienten Umgang mit den Mitteln aus dem Rundfunkbeitrag. Neben den dauerhaften Sparbemühungen der Landesrundfunkanstalten sieht die ARD insbesondere im Ausbau und in der Weiterentwicklung von Kooperationen eine Chance, weitere Kosten zu sparen. So wird das „Mittagsmagazin“ von ARD und ZDF beispielsweise seit 2018 in einem gemeinsamen Studio produziert. Vom Boulevard Unter den Linden aus sendet der rbb das ARD-„MiMa“ im wöchentlichen Wechsel mit dem ZDF live aus der Hauptstadt. Das Reißverschlussystem der gemeinsamen Produktion zahlt sich dabei für beide Partner aus, die jährlichen Einsparungen liegen im sechsstelligen Euro-Bereich.





5.3 DIE ARD IN DER CORONA-KRISE

Eine repräsentative Umfrage von ARD und ZDF zeigt: In der Hochzeit der Coronakrise haben die Menschen in Deutschland vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Sendern nach verlässlichen Informationen gesucht. Für die Mehrheit ist das öffentlich-rechtliche Fernsehen die wichtigste Quelle – und zwar über alle Altersgruppen hinweg. Damit liegen ARD, ZDF und die Dritten als Informationsquelle an erster Stelle – weit vor kommerziellen Medien, insbesondere auch vor Angeboten wie Facebook und Twitter.

Die Abrufe der ARD-Radio-Livestreams haben im Laufe der Entwicklung der Coronakrise insgesamt deutlich zugenommen. Über verschiedene öffentlich-rechtliche Programme zeigt sich ein Anstieg von bis zu 30 Prozent, bei den Info-Sendern sogar von bis zu 90 Prozent.

Viel Beachtung schenken die Zuschauerinnen und Zuschauer den Informationen der Tagesschau. Sie erreicht während der Coronakrise bis zu 18 Millionen Menschen gleichzeitig. Um den Wunsch nach mehr Informationsformaten gerecht zu werden, hat die ARD im März die halbstündige Sondersendung „ARD Extra“ im Ersten ins Leben gerufen – täglich zur besten Sendezeit um 20.15 Uhr. Im Rotationsprinzip wechseln sich die Landesrundfunkanstalten bei der Zusammenstellung der Sendung ab.

Alle Landesrundfunkanstalten haben eigene regionale Corona-Formate aufgesetzt, die sich mit der Lage vor Ort beschäftigen. Die Sonderformate reichen von Livestreams über Podcasts und Newsletter bis hin zu Themenseiten im Netz. Hinzu kommen fremdsprachige Informationen sowie spezifische Angebote zur Corona-Krise für Menschen mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen.



Wie gefährlich sind Ibuprofen, Grippeimpfungen und Joggerinnen und Jogger? Der Tagesschau-Faktenfinder bekämpft Corona-Gerüchte und deckt Falschnachrichten auf, setzt Fakten dagegen und spielt diese zurück in die sozialen Medien.



Das „Coronavirus Update“ von NDR Info mit dem Virologen Professor Christian Drosten ist mit insgesamt 46 Millionen Abrufen aller Folgen auf allen Plattformen bis Ende Mai das wohl meistgehörte Hintergrund-Format der Coronakrise und bietet vielen Menschen fundierte Information und Orientierung. Tag für Tag haben NDR Info mehr als 1.000 Zuschriften zu dem Podcast erreicht. Eigens produzierte Fassungen laufen in Radiosendern in der ganzen ARD oder – mit Bildern unterlegt – im NDR Fernsehen und bei Tagesschau24.



Von der WDR-Kultur-Ambulanz über die BR Kulturbühne bis zum Corona Culture Club des Saarländischen Rundfunks: Alle Landesrundfunkanstalten haben in der Corona-Krise Initiativen gestartet, um eine Alternative zu abgesagten Kulturveranstaltungen und der Schließung von Museen, Theatern, Opern, Konzerthäusern und Kirchen anzubieten. Zwei Beispiele aus dem Frühjahr: MDR KULTUR und die ARD haben die abgesagte Leipziger Buchmesse ins Studio nach Halle geholt. Und die Übertragung von „Carmen“ aus der Staatsoper Unter den Linden (rbb) hat im Netz aus dem Stand heraus mehr als 160.000 Menschen erreicht.

Überall im Land blieben wegen der Corona-Pandemie Schulen und Kitas geschlossen. Schon in der ersten Woche haben die ARD und die Landesrundfunkanstalten reagiert: Das (Bildungs-)Angebot für Kinder wurde umfassend ausgeweitet, ganze Sendestrecken wurden für daheimgebliebene Kinder gestaltet. Und auch im Netz und in der Mediathek finden Kinder verschiedener Altersgruppen viele zusätzliche multimediale Lerninhalte.



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

6.1 DAS ERSTE



Mit ihrem nationalen Gemeinschaftsprogramm Das Erste stellt die ARD ein unabhängiges, hochwertiges und nachhaltiges Angebot für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen bereit. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag für den Zusammenhalt des Gemeinwesens wie auch zur Integration in Deutschland und Europa.

Das Gemeinschaftsprogramm der ARD steht bei Generationen von Zuschauerinnen und Zuschauern für Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Es erreicht wöchentlich etwa 46 Millionen Bürgerinnen und Bürger. Nach Meinung der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ist Das Erste seit vielen Jahren unverändert das qualitativ beste und glaubwürdigste Programm im deutschen Fernsehen (Repräsentativbefragung Kantar 2019). Zudem erachten es die Deutschen als das wichtigste, am wenigsten verzichtbare Fernsehprogramm.



INFORMATIONSKOMPETENZ – DER MARKENKERN DES ERSTEN

Den größten Anteil am Programm des Ersten hat die Information: Er liegt seit Jahren kontinuierlich bei über 40 %. Von der Europawahl sowie der Bürgerchaftswahl in Bremen und den drei Landtagswahlen in Sachsen, Brandenburg und Thüringen berichtete Das Erste ausführlich an den Wahltagen. Die Europawahl wurde von einem umfangreichen Extraprogramm begleitet, das über Hintergründe und Schwerpunkte informierte. Der 90-minütige Dokumentarfilm wurde auf Regelsendeplätzen im Ersten als eigenständiges Genre gepflegt ebenso wie die 45-minütigen Dokumentationen in den Reihen „Die Story im Ersten“ und „Geschichte im Ersten“.

Die unabhängigen Informationssendungen des Ersten fördern das Interesse am politischen Geschehen und regen wichtige gesellschaftliche Diskussionen an. Die fundierte Berichterstattung aus den Ländern wird allen Regionen im Programm gerecht. Laut Kantar erhielten die Nachrichtensendungen, die politischen Talkshows, die politischen Magazine und Reportagen, die Wirtschaftsmagazine, die Kulturmagazine, die Wissenschaftssendungen, die Verbraucher- und Ratgebersendungen und das Morgenmagazin des Ersten die besten Bewertungen.

Die Hauptausgabe der Tagesschau im Ersten sowie bei der zeitgleichen Ausstrahlung in den Dritten, auf 3sat und phoenix mit durchschnittlich knapp zehn Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern ist die meistgesehene Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen – und das ebenso in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen mit 260.000 Zuschauerinnen und Zuschauern täglich.



FIKTIONALE ANGEBOTE VON HOHER RELEVANZ UND FILMISCHER QUALITÄT

Das Filmangebot des Ersten ist mit einem Anteil von 38 Prozent an der Gesamtsendezeit neben der Information das Herzstück des Programms. Dem großen Interesse an Zeitgeschichte im Fernsehen kam Das Erste vor allem mit seinen Themenabenden nach, an denen ein gesellschaftlich oder historisch relevanter Film zusammengebunden ist mit einer Dokumentation oder einer Gesprächssendung im Anschluss. Emotion und Reflexion, Fiktion und Fakten bilden dabei eine programmliche Einheit, die vom Publikum sehr geschätzt wird. Herausragende Beispiele waren „Charité“ über die Geschichte des berühmten Berliner Krankenhauses im Dritten Reich, „Big Manni“, eine Satire in Anlehnung an den Milliardenbetrug der Firma Flowtex in den 1990er-Jahren, „Wendezeit“ über die Rolle der Geheimdienste in den letzten Tagen der DDR oder „Lotte am Bauhaus“ zum 100. Jahrestag der Gründung der berühmten stilbildenden Kunstschule. Der Zweiteiler „Brecht“ von Heinrich Breloer ermöglichte eine neue Sicht auf einen der bedeutendsten deutschen Dramatiker und Lyriker. Für die Qualität des Spielfilm- und Serienangebots im Ersten stehen auch die vielen



Filmpreise, mit denen ARD-Produktionen 2019 ausgezeichnet wurden: Beispielhaft sei hier nur die Serie „Babylon Berlin“ genannt, die u. v. a. den „Europäischen Filmpreis“ erhielt. 2020 wird die Serie fortgesetzt.

Durchschnittlich neun Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer schalten jeden Sonntag die Erstausstrahlungen des „Tatorts“ ein, der damit die erfolgreichste Filmreihe im deutschen Fernsehen ist. Der „Tatort“ – wie auch der „Polizeiruf 110“ – mit seinen vielen Ermittlerteams aus den unterschiedlichsten Städten und Regionen Deutschlands ist konzeptuell auch ein Produkt der föderalen Kraft der ARD.

Überdies ist der „Tatort“, der 2020 sein 50-jähriges Jubiläum feiert, bei der jüngeren Zielgruppe sehr beliebt, was auch an seinem Erfolg im Internet ablesbar ist: Kein anderes Format wird so häufig in der Mediathek des Ersten abgerufen, über keine andere Sendung wird so intensiv in den sozialen Medien diskutiert.

Mehr als 190 Fernsehfilm-Erstaussstrahlungen, dazu über 75 neue Serienfolgen für den Hauptabend, zwölf Debütfilme, die dem Nachwuchs eine Plattform bieten, und etliche Kinoproduktionen zeigt Das Erste jedes Jahr. Der Anteil an Eigen- bzw. Auftragsproduktionen liegt bei 84 Prozent. Damit ist die ARD mit ihrem Flaggschiff Das Erste der wichtigste Auftraggeber für die hiesige Filmwirtschaft und den kreativen Produktionsstandort Deutschland.

SPORTÜBERTRAGUNGEN – EIN INTEGRIERENDES ANGEBOT FÜR EIN GROSSES PUBLIKUM

Mit seiner vielfältigen Berichterstattung über mehr als 50 Sportarten erreicht das ARD-Gemeinschaftsprogramm Menschen aller Altersgruppen in sämtlichen Regionen Deutschlands. Herausragende Live-Events prägten den Sport im Ersten. Dazu gehörten die Handball-Weltmeisterschaft und die Leichtathletik-Weltmeisterschaften 2019, die Tour de France oder die regelmäßigen umfangreichen Wintersportübertragungen, die neben den populären Sportarten wie Biathlon und Skispringen dem Publikum auch weniger bekannte Disziplinen (u. a. Behindertensport) näherbringen.



Gleichzeitig steht Das Erste für die Mitentwicklung und programmliche Umsetzung von Multisport-Veranstaltungen wie den Finals Berlin 2019, die die verschiedenen Sommersportarten wieder mehr in den Fokus rücken und mit Erfolg einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen. Vor allem die Fußballberichterstattung im Ersten interessiert dabei mit einem Marktanteil von 17,8 % bei den 14- bis 29-Jährigen überdurchschnittlich viele junge Zuschauerinnen und Zuschauer. Die Sportredaktionen der ARD-Landesrundfunkanstalten berichten neben den Live-Übertragungen im Frauen- und Männerfußball nah und kenntnisreich über die Vereine der ersten bis dritten Fußballbundesliga sowie am „Tag des Amateurfußballs“ über die Endspiele der Landespokalwettbewerbe.

Eine besondere Stärke besteht im investigativen Sportjournalismus. So ist es zum Beispiel der ARD-Dopingredaktion zu verdanken, dass im vergangenen Jahr ein weit verzweigtes Blutdoping-Netzwerk rund um den Erfurter Arzt Mark Schmidt öffentlich wurde.



INNOVATION

Ein neu eingerichtetes Channel-Management in der Programmdirektion arbeitet intensiv an einer Gesamtstrategie für die verschiedenen Ausspielwege und unterschiedlichen Zuschauergruppen, um die Marke Das Erste sowohl linear wie zeitversetzt on demand zukunftsfähig zu machen.

Schon jetzt hat das Gemeinschaftsprogramm der ARD nicht nur das größte Publikum im klassischen Fernsehen, sondern erreicht mit monatlich mehr als fünf Millionen Mediatheknutzerinnen und -nutzern auch im non-linearen Bereich die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer aller Fernsehsender.




LEITUNG


Volker Herres, Programmdirektor Das Erste

ONLINE-AUFTRITTE

 [das.erste.de](https://www.das.erste.de)

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

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

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

 [ardmediathek.de/daserste](https://www.youtube.com/ardmediathek.de/daserste)

6.2 DIE DRITTEN

Regionalität und landesspezifische Informations-, Service- und Unterhaltungsangebote prägen das Programmangebot der Landesrundfunkanstalten der ARD.

Die Dritten Programme sind als Vollprogramme angelegt, alle Nutzerinnen und Nutzer in einer Region sollen in „ihren“ Dritten relevante und ansprechende Angebote finden. Knapp ein Drittel der Zuschauerinnen und Zuschauer (30,5 %) schaltete 2019 täglich ein Drittes Programm ein.

FÜR DIE REGION UND DAS LAND

Was ist in meiner Nachbarschaft, in meiner Heimatstadt, in meiner Region, in meinem Bundesland heute passiert? In 16 Bundesländern mit noch mehr Regionen stellen sich Menschen diese Fragen – 16-mal Regionalmagazine oder regionale Nachrichtensendungen der Dritten geben Tag für Tag auf den unterschiedlichen Kanälen und Ausspielwegen Antworten. In manchen Bundesländern auch noch „subregionalisiert“, wie in Bayern mit „Abendschau“ und „Frankenschau“ oder beim WDR mit elf regionalen Ausgaben der „Lokalzeit“. Verlässlich erreichen die Dritten Programme mit ihren regionalen Informationssendungen die Menschen in Deutschland. In der Zeitschiene zwischen 18 und 20 Uhr (Montag bis Freitag) waren dies im Jahr 2019 durchschnittlich 11,19 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer täglich.



Das Interesse an landespolitischen Themen, regionaler Kultur und Tradition ist groß. Besonders gefragt sind die Dritten, wenn Landtags- oder Kommunalwahlen anstehen. Niemand sonst informiert so ausführlich und unabhängig über Wahlkämpfe und Themen, über Parteien und Kandidatinnen und Kandidaten – und bildet schließlich die Wahlergebnisse nicht nur ab, sondern analysiert und ordnet diese in umfangreichen Live-Sendungen ein.

Ein einzigartiges Netz aus Regionalstudios und Korrespondentinnen und Korrespondenten bildet die politische und kulturelle Vielfalt in den Ländern ab, stellt Fragen und ist nah an den Menschen und den Ereignissen in der Region. Auf das Ressort „Politik & Gesellschaft“ entfallen mit Abstand die meisten Erstsendeminuten der Dritten. Der Anteil der Erstsendeminuten in der Kernsendezeit von 16 bis 23 Uhr, in der das Publikum insbesondere regionale Inhalte sucht, ist seit 2007 auf konstant hohem Niveau.

Immer größere Bedeutung gewinnen dabei crossmediale Arbeitsweisen und Ausspielwege übergreifende Marken für Fernsehen, Radio und Online-Kanäle, wie sie in allen Dritten schon heute erfolgreich geführt und auch zukünftig weiter gefördert werden. Dazu gehören beispielsweise landesweite Nachrichten-Apps mit Dialog-Möglichkeiten.

Regionale Informations- und Serviceangebote finden die Zuschauerinnen und Zuschauer in den Sendungen im späten Nachmittags- und Vorabendprogramm, wie „hallo hessen“, „Wir in Bayern“, „Hier und heute“, „MDR um 4“, „Kaffee oder Tee“ oder „Mein Nachmittag“. In den meisten Formaten ist zudem die Beteiligung der Zuschauerinnen und Zuschauer ein regelmäßiger Bestandteil, der wiederum für regionale Vernetzung sorgt.

EVENTBERICHTERSTATTUNG UND PROGRAMMSCHWER- PUNKTE

Von Großveranstaltungen und besonderen Ereignissen in ihren Regionen berichten die Dritten umfangreich und crossmedial mit Sondersendungen und Live-Übertragungen. Dazu gehört die Berichterstattung von regionalen Bräuchen und Festen wie der Fastnacht in Franken im BR oder den Rosenmontagszügen aus Köln, Mainz und Düsseldorf im WDR und im SWR. Beispiel einer solchen Eventprogrammierung ist aber auch die Berichterstattung zum 30. Jahrestag des Mauerfalls. Der rbb berichtete den ganzen Tag immer wieder live von den unterschiedlichsten Orten in Berlin, gleichzeitig



wurde im hr-Fernsehen live aus der früheren innerdeutschen Grenzregion und aus dem Ort Wanfried ganz in der Nähe der alten Grenze gesendet.

Besonders wichtig für die Zuschauerinnen und Zuschauer sind aktuelle Informationsschwerpunkte: Die Hitze und die lange Trockenheit bewegten im Sommer 2019 viele Menschen. Darauf sind die Dritten in zahlreichen Sondersendungen eingegangen, haben die Menschen informiert und in ihrem Erleben abgeholt. Der Terroranschlag in Halle, der im Oktober 2019 viele Menschen im Land erschütterte, wurde vom MDR über mehrere Extrasendungen am Tag selbst bis hin zur Live-Übertragung der Pressekonferenz am Folgetag begleitet. Die Berichterstattung war von Bedeutung und Interesse weit über das Sendegebiet hinaus.

Zu Fragen und Themen, die die Menschen berühren und bewegen, setzen die Dritten auch immer wieder crossmediale und sendungsübergreifende Schwerpunkte: So widmete sich der SWR im Oktober 2019 mit dem multimedialen Thementag „#zuLAUT“ dem Thema Verkehrslärm.

Der NDR setzte Ende August, Anfang September 2019 mit „#wetterextrem“ einen trimedialen Programmschwerpunkt.



Und schließlich sind die Dritten auch eine Art Gedächtnis ihrer jeweiligen Region: Zahlreiche Dokumentationen erinnern an Ereignisse und Personen im Land. Das große Bauhaus-Jubiläum 2019 war zum Beispiel für den MDR ein Anlass zu umfangreicher Berichterstattung. Der WDR konnte mit einem Film und einer Doku zu Berthold Beitz die Erinnerung an einen besonderen Menschen und einen spannenden Teil deutsch-deutscher Geschichte bewahren.

DIE DRITTEN PROGRAMME IN DER CORONAKRISE

Eine verlässliche und seriöse Informationsquelle, Vermittlung von Wissen, Bildung, Kultur und eine Plattform, um sich in Zeiten eingeschränkter Sozialkontakte zu vernetzen, Geschichten zu erzählen oder sich gegenseitig Hilfe anzubieten – die Dritten Programme sind in der Coronakrise ihrer Verantwortung in besonderer Weise nachgekommen.

Alle Dritten Programme haben ihre regionalen Informationsangebote ausgeweitet, mit zahlreichen Extra-Ausgaben und Corona-Live-ticker-Informationen für die Regionen. Auch das Angebot der Service-Sondersendungen mit Wissensvermittlung und der Möglichkeit, direkte Fragen zu stellen, stieß auf großes Interesse.

Wegen der Schließung von Kindertagesstätten und Schulen haben die Dritten Programme ihre Bildungsprogramme crossmedial im Fernsehen, im Radio und im Netz für alle Altersgruppen ausgebaut – wie MDR Wissen #Gernelernen, das Lernangebot „Schule daheim“ vom BR, „Der etwas André Unterricht“ für Grundschülerinnen und Grundschüler vom WDR oder der „Tigerentenclub“ im SWR und „Mikado“ vom NDR für die Jüngeren. Für Kulturevents haben die Dritten Programme in Zusammenarbeit mit den Kulturschaffenden kreative Ersatzbühnen geschaffen. Musikerinnen und Musiker geben Wohnzimmerkonzerte, Museen und Ausstellungen können virtuell besucht werden, Autorinnen und Autoren lesen auf der Couch aus ihren Büchern, Bühnen präsentieren sich mit Ein-Personen-Stücken.

In der Zeit eingeschränkter Sozialkontakte haben die Dritten Programme Plattformen für das soziale Miteinander geschaffen. Hier geben sich Menschen Tipps zur Nachbarschaftshilfe wie beim HR, tauschen sich aus über das Leben im Ausnahmezustand mit den #coronageschichten bei Radio Bremen, muntern sich auf wie beim SWR mit „Für Euch da!“ und teilen Mutmacher-Geschichten wie bei #miteinanderstark vom MDR.



6.3 DAS FÖDERALE RADIOANGEBOT UND ORCHESTER UND CHÖRE

Jeder Zweite in Deutschland schaltet jeden Tag mindestens eine ARD-Radiowelle ein. Täglich rund 36 Millionen Hörerinnen und Hörer über 14 Jahre – eine Zahl, die seit Jahren konstant ist und belegt, wie sehr die vielfältigen regional geprägten ARD-Radios als Tagesbegleiter im Alltag der Menschen verankert sind. Laut der im April veröffentlichten Mediaanalyse 2020 I sind allein acht ARD-Wellen unter den TOP TEN der meistgehörten Sender in Deutschland – hinzu kommen die zahlreichen Podcast-Angebote, die die ARD über alle relevanten Plattformen anbietet. Damit reagiert die ARD auf den Audio-Boom und die gestiegene Nachfrage nach hochwertigen Produktionen auf Abruf.

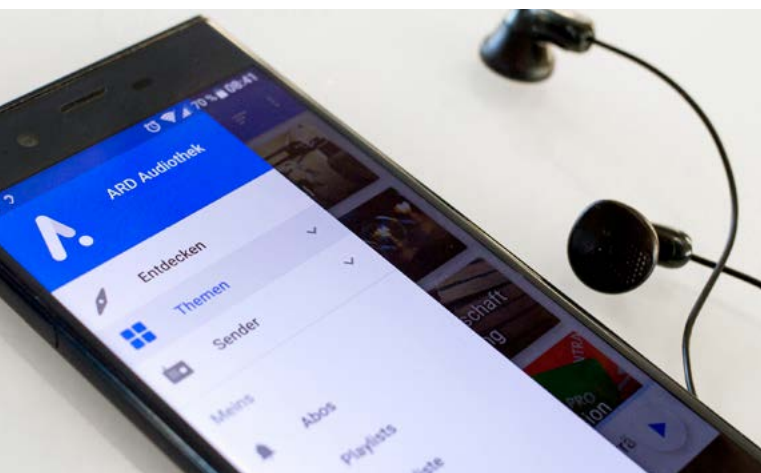
Gerade in Zeiten, in denen viele Lokalzeitungen in einer schweren wirtschaftlichen Krise stecken und ihr Angebot teilweise drastisch zurückfahren mussten, leidet die publizistische Vielfalt in der Region.

Immer weniger lokale Medien können den gesellschaftlichen Diskurs vor Ort begleiten und fördern. Die ARD kann Lokalzeitungen nicht ersetzen, aber ihre Rolle in der Region scheint wichtiger denn je, um der Nachfrage nach regionalen und lokalen Informationen nachzukommen. Für die Menschen in allen 16 Bundesländern bieten die Landesrundfunkanstalten regionale Informationen im Hörfunk und im Fernsehen.

Gerade auch die Informationswellen der ARD mit Reportagen und Interviews, mit Diskussionsformaten und Live-Übertragungen aus Parlamenten sind ein wertvolles Element der Demokratie in den Kommunen und Bundesländern.

DAS LEBENSGEFÜHL DER REGION

Zu den zum Teil auch regionalisierten Nachrichten aus kleineren Kommunikationsräumen ist es der Anspruch der ARD-Radiowellen, für ihr Publikum vor Ort das jeweilige Lebensgefühl zu vermitteln. Sie sehen sich als Treiber der Kultur des Landes. Fragen zum Brauchtum und zur Kultur, Veranstaltungshinweise für junges wie für älteres Publikum, eigene Konzerte und Veranstaltungen sowie investigative Recherchen der landespolitischen Redaktionen sind Teil des föderalen Angebots in jedem einzelnen Bundesland. Als Hörfunk regional verankert zu sein, ist zugleich Alleinstellungsmerkmal der ARD und eine ihrer größten Stärken.



Die Radiowellten achten als Tagesbegleiter ihrer Hörerinnen und Hörer besonders darauf, ihnen einen Nutzen im Alltag zu bieten. Das gilt vor allem für die Service- und Ratgebersendungen, die sich mit jeweils eigener regionaler Prägung und Ausrichtung an den Bedürfnissen des Publikums orientieren. Das gilt aber auch off air: So gehört die ARD in den jeweiligen Bundesländern oftmals zum größten Event-Anbieter der Region. Jedes Jahr veranstalten die Radiowellten bundesweit Tausende Konzerte, Lesungen, Hörerausflüge und Begegnungen.



DIE JUNGEN RADIOWELLEN

Eine besondere Herausforderung sind adäquate Angebote für das junge Publikum. 5,86 Mio. Menschen unter 30 Jahren hören täglich einen öffentlich-rechtlichen Radiosender. Dabei sind es die jungen Wellen, die sich besonders um die Themen der jungen Zielgruppe kümmern und mit einer zielgruppengerechten Ansprache und Schwerpunktsetzung das Informations- und Unterhaltungsbedürfnis junger Radiohörerinnen und Radiohörer bedienen. Seit drei Jahren kooperieren die jungen Wellen dabei im Contentnetzwerk funk, einem Programmangebot für die jüngere Zielgruppe, das ausschließlich online verbreitet wird. Unter anderem mit dem New Music Award der jungen Wellen der ARD, der 1LIVE Krone und den Fritz DeutschPoeten setzen die jungen Wellen – neben ihrer tagtäglichen Arbeit in den Programmen – Akzente für die regionale und nationale deutsche Musikbranche und fördern dabei auch die kreativen Nachwuchskünstlerinnen und -künstler abseits des Mainstreams.



DIE ARD-KULTURRADIO

Zum vielfältigen Angebot der ARD-Kulturradios gehören alle Bereiche der Kultur: von Debatten zu gesellschaftlichen Fragen über Kulturberichterstattung, Literatur und Kabarett, bis hin zu Bildungsprogrammen. Besondere Formate haben ihren Platz, wie Lesungen, Features, Reportagen und Hörspiele. Beispiele für herausragende Produktionen sind die von Radio Bremen, WDR und rbb produzierte Hörspielreihe „Der Nasse Fisch“ von Volker Kutscher, Original-Vorlage zum TV-Event „Babylon Berlin“, oder „Guter Rat. Ringen um das Grundgesetz“ – ein dokumentarisches Hörspiel von WDR, BR und dem Deutschlandfunk für die ARD zum 70-jährigen Jubiläum des Grundgesetzes auf Grundlage der Protokolle des parlamentarischen Rates.



Auch im musikalischen Bereich sind die ARD-Kulturradios breit aufgestellt. Hier können die Hörerinnen und Hörer Musik-Sendungen unterschiedlichster Art folgen, von Alter bis zu Neuer Musik, von Geistlicher bis zu Kammermusik, von Sinfonie, Oper und Operette bis hin zu Jazz und Weltmusik.

Die ARD-Kulturradios sind auch Kulturförderer in den Bundesländern. Durch dieses Engagement ist die ARD im Kulturbereich inzwischen der größte Veranstalter in Deutschland. Zudem trägt die ARD als Co-Financier von Konzerten, als Träger von Orchestern und Chören und als Partner von von Kultureinrichtungen nachhaltig zur Entwicklung der Kulturlandschaften in den Ländern bei. So kooperieren die ARD-Kulturwelten eng mit den Konzerthäusern und den wichtigsten Musikfestivals ihrer Region, zum Beispiel mit den Bayreuther Festspielen, dem Jazzfest Berlin oder der Ruhrtriennale. Jedes Jahr im Sommer gestalten die Programme ein gemeinsames ARD Radiofestival, das den herausragenden musikalischen Festival-Events aus den Regionen des Landes auch eine deutschlandweite Bühne gibt.

Die Kulturradios arbeiten dabei eng mit den Orchestern und Chören der Landesrundfunkanstalten zusammen, nicht zuletzt in der Frage der musikalischen (Früh-)Erziehung von Kindern und Jugendlichen. Die ARD hat zahlreiche Projekte in Kindergärten, Schulen und Konzertsälen in allen Regionen Deutschlands initiiert. Ein herausragendes Beispiel aus dem Jahr 2020: das „Beethoven-Experiment“, ein groß angelegtes Bildungsprojekt mit der „Sendung mit der Maus“. Ziel war, Menschen im Jubiläumsjahr niederschwellig mit Beethoven in Berührung zu bringen – und zwar generationenübergreifend von den Jüngsten bis hin zu Seniorinnen und Senioren – und so Gemeinschaft zu fördern. Das ist vorbildlich in allen Bundesländern gelungen.

ORCHESTER UND CHÖRE

Die 24 Ensembles in der ARD sind zusammengekommen die größten Musikveranstalter Deutschlands. Die 12 Orchester, 8 Rundfunkchöre und 4 Jazzbands spielen Konzerte aller Musikfarben.

Das WDR Sinfonieorchester hat zum Beispiel mit Marek Janowski, der in besonderer Weise für die Pflege des deutschen Repertoires steht, einen Zyklus mit allen Sinfonien von Ludwig van Beethoven produziert, die jetzt im Beethoven-Jahr auf CD erscheinen. Bei der 9. Sinfonie sangen der WDR Rundfunkchor und der NDR Chor gemeinsam.

Auch das SWR Symphonieorchester, das aus einer Orchesterfusion hervorgegangen ist, begeistert die Klassikszene und setzt mit seinem Chefdirigenten Teodor Currentzis Maßstäbe.

Wegen ihrer herausragenden Qualität werden alle Ensembles regelmäßig in die großen Musiksäle und Festivals in Deutschland und darüber hinaus eingeladen.

Unzählige Preise für die Produktionen aus den ARD-Studios belegen die außerordentliche musikalische und technische Qualität der Aufnahmen.

Zuletzt hat die NDR Big-Band bei der Grammy-Verleihung 2020 als Begleitung des US-Jazztrompeters Randy Brecker einen der begehrtesten Musikpreise der Welt gewonnen. Der Chor des Bayerischen Rundfunks war 2019 für die Grammy Awards in der Kategorie „Best Choral Performance“ nominiert. In der Auswahl stand der BR-Chor mit seiner CD-Einspielung des Meisterwerkes „Die Glocken“ von Sergy Rachmaninow mit dem BR-Symphonieorchester.



In Kooperationen mit zum Beispiel dem Deutschen Musikrat entdecken und fördern die Ensembles Nachwuchskünstlerinnen und -künstler. Für viele heute weltberühmte Künstlerinnen und Künstler war eine Auszeichnung beim Internationalen ARD-Musikwettbewerb in München ein Sprungbrett für ihre Karriere, so beispielsweise Francisco Araiza, Mitsuko Uchida, Thomas Quasthoff, Yuri Bashmet, Christian Tetzlaff, Sharon Kam, Heinz Holliger, Peter Sadlo, Maurice André.

Neben dem großen Repertoire pflegen die ARD-Ensembles auch Werke und Komponisten, die im Mainstream zu wenig Raum bekämen. Sie sind somit nicht nur Spiegel und Teil der Musikszene, sondern musikgeschichtlich gesehen auch Gestalter und Schöpfer der verschiedenen Musikepochen. Ihre historische Bedeutung und Wirkungskraft strahlt weit in Europäische Länder wie auch in die USA und nach Asien.

Durch das finanzielle Engagement der Kulturwellen, aber vor allem auch durch die Kompositions- und Arrangementaufträge der Orchester der Landesrundfunkanstalten ist die ARD der weltweit größte Motor für zeitgenössische Musik. Als Auftraggeber für Kompositionen und unabhängig von den Marktmechanismen des Ticketverkaufs bringen die ARD-Ensembles die meisten zeitgenössischen Werke auch zur Uraufführung und lassen das Publikum über die Radiowellen teilhaben.



GEMEINSCHAFTLICHE KOOPERATIONEN DER ARD-RADIOWELLEN

Der ARD-Hörfunk bereitet täglich Verkehrsinformationen auf, die sich auf deutschen Straßen in etwa 30 Millionen Navigationsgeräten abrufen lassen. Das geschieht per UKW parallel zu den hörbaren Radioprogrammen über den „Traffic Message Channel“ (TMC), der eine schnelle, flächendeckende und zuverlässige Übertragung garantiert. Die ARD ist mit diesem Service der größte TMC-Anbieter weltweit.

Ein weiteres Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation der ARD-Hörfunkwellen ist die gemeinsame ARD Audiothek. Mit der Smartphone-App, die bereits mehr als 1,2 Millionen Mal heruntergeladen wurde, können Hörerinnen und Hörer seit November 2017 die hochwertigen Wortinhalte aller Landesrundfunkanstalten und des Deutschlandradios jederzeit abrufen. Die Nachfrage nach On-demand-Nutzung steigt, die ARD macht damit ein adäquates Angebot und bietet eine Alternative zu kommerziellen Streamingplattformen – frei von Werbung und Abos.

6.4 ONE



Innerhalb der ARD-Familie nimmt ONE die Rolle eines Fiktions- und Entertainments-Senders für die jüngere Zielgruppe der 29- bis 49-Jährigen ein. ONE ergänzt mit seinem Programmangebot und einer jungen, frischen Ansprache erfolgreich die ARD. Es bildet für die Zielgruppe der jüngeren Erwachsenen ein Bindeglied zwischen dem Jugendangebot funk und dem Ersten.

Hierbei zielt die inhaltliche Ausrichtung auf die Breite der Gesellschaft in der frühen Prime Time und auf die stilsicheren Multiplikatoren in der späten Prime Time. Dies geschieht mit einem vergleichsweise geringen Aufwand an finanziellen und personellen Mitteln.

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



Fiktionale Serien gehören dabei zu den prägendsten und erfolgreichsten Inhalten des Senders. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf den bei der jüngeren Zielgruppe besonders attraktiven Farben „Science-Fiction und Mystery“ sowie der unterhaltsamen Fiktion. ONE hat deshalb umfangreich anspruchsvolle Serien mit unterhaltendem Fokus exklusiv für die deutschen Zuschauerinnen und Zuschauer lizenziert. In der Regel wurden diese deutsch synchronisiert. Im Hinblick auf eine junge fremdsprachenaffine Zielgruppe werden aber viele auch zusätzlich im Originalton ausgestrahlt.

INFO

Federführende Anstalt: WDR
Sitz: Köln
Gründungsjahr: 1997
Kernkompetenz:
Spezialisierung auf hochwertige Fiktion,
Unterhaltung, Event



Daneben bietet ONE eine Auswahl an modernen Spielfilmen, die von gesellschaftlich-relevanten Themen bis hin zu sogenannten „Feel Good“-US-Produktionen reichen. Im Bereich der Unterhaltung setzt ONE besonders auf Comedy und Late-Night-Talk.

Neben den bekannten deutschen Formaten aus den Landesrundfunkanstalten wird für ONE seit 2019 „Bauerfeind – die Show zur Frau“ produziert, in Kooperation mit dem MDR. Zusätzlich hat ONE international bekannte Comedy-Produktionen wie zum Beispiel „Little Britain“ und „Solsidan“ lizenziert.

In enger Vernetzung mit dem Ersten bietet ONE seinem Stammpublikum auch Live-Events. Beispielhaft genannt sei hier die umfangreiche Übertragung zum Eurovision Song Contest der EBU 2019 mit den beiden Semi-Finalen sowie dem Finale, angereichert um Social-Media-Content.

Ergänzend zu der Sport-Liveberichterstattung des Ersten überträgt ONE internationale Sport-Ereignisse wie die Tour de France oder die Eiskunstlauf-Europameisterschaften und -Weltmeisterschaften

LEITUNG

Ingmar Cario

ONLINE-AUFTRITTE

- one.ard.de
- [/einsfuereuch](https://www.facebook.com/einsfuereuch)
- [/one_ard](https://www.instagram.com/one_ard)
- [/one_ard](https://twitter.com/one_ard)

6.5 TAGESSCHAU24



Tagesschau24 ist der Informationskanal innerhalb der ARD-Senderfamilie. Im Mai 2012 aus dem Sender EinsExtra hervorgegangen liefert er aktuelle Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft in gewohnter Tagesschau-Qualität. Informative Magazine, Talkshows sowie Reportagen und Dokumentationen aus dem Ersten bzw. den Dritten Programmen komplettieren das Angebot. Damit trägt Tagesschau24 maßgeblich zum öffentlich-rechtlichen Kernauftrag bei, denn kein kommerzielles, aber auch kein anderes öffentlich-rechtliches Programm sendet so konsequent und umfangreich aktuelle Informationen.

Tagsüber stehen dabei kontinuierlich aktualisierte Nachrichten ergänzt durch vertiefende Informationen zu den Top-Themen des Tages im Mittelpunkt. Damit kommt der Sender dem Wunsch der Zuschauerinnen und Zuschauer nach Orientierung in der komplexen Nachrichtenwelt nach. So finden in der Stundenuhr von Tagesschau24 neben den Tagesschau-

Nachrichten auch Schwerpunkte ihren Platz: monothematische Flächen mit Beiträgen, Erklär-Grafiken sowie Gespräche mit Fachjournalistinnen und Fachjournalisten, Expertinnen und Experten oder Vertreterinnen und Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen.

Darüber hinaus verlässt Tagesschau24 in sogenannten „Breaking-News“-Situationen sein Sendeschema und berichtet über längere Strecken monothematisch – das gilt insbesondere für Ereignisse, die die Schwelle für einen Formatbruch im Ersten unterschreiten. Mit diesem Konzept konnte der Nachrichtenkanal seine Reichweite in den vergangenen Jahren kontinuierlich steigern. Seit Anfang 2020 gibt es immer häufiger Tage, an denen mehr als drei Millionen Menschen das Angebot von Tagesschau24 nutzen.

Auch in der Wirtschaftsberichterstattung bietet Tagesschau24 den Zuschauerinnen und Zuschauern eine tiefgründige Berichterstattung. So liefert das von der NDR-Fachredaktion gestaltete Wirtschafts- und Verbraucherressort nicht nur aktuelle Meldungen aus der Finanzwelt, sondern fragt nach, erklärt und bereitet die oft sperrigen Informationen verständlich auf. Hier kooperiert Tagesschau24 auch mit der Wirtschaftsredaktion der Hörfunkwelle NDR Info, deren Kolleginnen und Kollegen regelmäßig zu verschiedenen Themen geschaltet werden.

INFO

Federführende Anstalt:	NDR
Sitz:	Hamburg
Gründungsjahr:	1996
Kernkompetenz:	Nachrichten

Der Bereich Sport spielt auf Tagesschau24 ebenfalls eine wichtige Rolle – stündlich in einem moderierten Ressort. Für die ebenso unterhaltsamen wie informativen Farbtupfer sorgen die weiteren Ressorts Kultur, Medien, Kino sowie die interkulturelle Rubrik „Puzzle“.

Tagesschau24 ist aber auch Innovationsträger sowohl im technischen Bereich als auch in der Entwicklung neuer redaktioneller Informationsformate. So entstand beispielsweise in Kooperation mit dem NDR die Sendung „Wissenscheck“, die den Zuschauerinnen und Zuschauern komplexe Themen aus Wissenschaft und Forschung nahebringt, sowie mit #gutzuwissen ein cross-mediales Erklär-Format. Mit der eigenproduzierten Sendereihe „Moscheereport“ hat Tagesschau24 bereits in den vergangenen Jahren einen wichtigen Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs geleistet. Ein weiterer Höhepunkt der vergangenen zwei Jahre waren die Sonderanstrengungen rund um das Jubiläum zum Mauerfall. Am 9. November 2019 ließ Tagesschau24 seine Zuschauerinnen und Zuschauer die Geschehnisse dieses historischen Abends quasi noch einmal „live“ miterleben, in dem minuten-genau Archiv-Sendungen aus ARD, Regionalprogrammen und DDR-Fernsehen gezeigt wurden. Begleitet wurde das Format von einer aufwändigen Kampagne unter dem Titel „throwback89“ auf den sozialen Kanälen der Tagesschau.

Neben dem Regelprogramm setzt Tagesschau24 immer wieder solche monothematischen Programmschwerpunkte. Das „Thema“ am Samstag und Sonntag wendet sich mit Reportagen, Dokumentationen und Expertengesprächen in der Zeit von 20.15 bis 22.15 Uhr an Zuschauerinnen und Zuschauer, die an weiterführenden und einordnenden Informationen zu aktuellen Ereignissen, Jahrestagen etc. interessiert sind.


Um dem veränderten mobilen Nutzungsverhalten und der gestiegenen Nachfrage nach non-linearen Angeboten Rechnung zu tragen, stellt Tagesschau24 seine Inhalte auch im Livestream, On-Demand-Angebot und auf anderen Plattformen zur Verfügung. Außerdem ist Tagesschau24 eine wichtige Basis für das Videoangebot von tagesschau.de und für die Tagesschau-App.


LEITUNG


Juliane Leopold

ONLINE-AUFTRITTE


 tagesschau.de

 /tagesschau

 /tagesschau

 /tagesschau

 /user/tagesschau

 /@tagesschau

6.6 ARD-ALPHA



ARD-alpha, der Bildungskanal im deutschsprachigen Raum, sondiert die Lage, erklärt das Neue, lotet Standpunkte aus, ordnet ein und schafft die Grundlage zur Auseinandersetzung des Menschen mit sich selbst und der Welt.

DIE WELT VERSTEHEN – MIT ARD-ALPHA

Das Programm von ARD-alpha vereint und kuratiert die besten Wissens- und Wissenschaftsformate der ARD-Familie, von 3sat, ARTE, ORF und der Deutschen Welle – und das nicht nur für Erwachsene. Auch der Nachwuchs bekommt zielgruppengerechte Wissensvermittlung bei alpha-kids.

ARD-alpha bietet Themenschwerpunkte mit Dokumentationen zu relevanten Themen aus Wissenschaft, Kultur- und Gesellschaftspolitik – ergänzt werden diese durch vertiefende Gespräche und Diskussionsrunden.

Dokumentationen und Features zum Anschauen und Genießen vermitteln Kenntnisse über Länder, Menschen und Kulturen. Zur Primetime, direkt nach der Tagesschau, geht es bei alpha-expedition auf eine filmische Reise durch Deutschland oder nach draußen in die Welt, mit Länder-, Landschafts- und Menschenporträts, mit Kultur- und Tier-Dokus. Für die Auseinandersetzung mit globalen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft – Themen wie Klima, Energie und Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Welternährung – hat ARD-alpha mit alpha-planet ein eigenes Programmangebot eingerichtet.

Wissens-, Wissenschafts- und Bildungsthemen unterhaltsam, mit Humor und Sachverstand erklären oder Spitzenforschung erlebbar machen – das obliegt Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf dem täglichen Sendeplatz alpha-wissen kompakt. Dieser weckt die kindliche Neugierde und befriedigt das Staunen und Wissen-Wollen im Erwachsenen.

Einblicke in politische Strukturen, Wirtschaft und Gesellschaft zu vermitteln und dadurch Teilhabe am politischen Geschehen zu ermöglichen, ist ein zentrales Anliegen. alphademokratie hinterfragt, erklärt, geht in die Tiefe und befasst sich mit den zentralen Fragen und Entwicklungen unserer Demokratie in einer unruhigen Welt – über die Aktualität hinaus.

INFO

Federführende Anstalt:	BR
Sitz:	München
Gründungsjahr:	1998
Kernkompetenz:	Bildungskanal

Studierende, Lehrende und Forschende sowie alle Menschen, die sich für die Hochschulszene interessieren, bekommen Einblicke bei der Sendereihe Campus. Anders als in der Politik haben Bürgerinnen und Bürger wenig Möglichkeiten, sich in Wissenschaftsdebatten einzuschalten und an den Ergebnissen von Forschung teilzuhaben. Dieser Aufgabe stellt sich Campus: Die Sendereihe entsteht in enger Zusammenarbeit und Partnerschaft mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen.


Sprachen lernen lässt sich bei ARD-alpha auch: klassisch mit Sprachkursen, informativ mit Nachrichten in englischer Sprache oder unterhaltsam mit dem malenden Philosophen Bob Ross, der täglich gegen Mitternacht das vielfältige Tagesprogramm von ARD-alpha beschließt und Platz macht für die Kultsendung Space Night, das seit fast 26 Jahren beliebte Nachtprogramm mit Bildern aus dem All und auf die Erde.



LEITUNG

Andreas Bönnte

ONLINE-AUFTRITTE

 ard-alpha.de

6.7 PHOENIX



phoenix ist die Politik-Plattform von ARD und ZDF. Seit Juni 2018 präsentiert sich der Ereignis- und Dokumentationskanal mit neuem Design, einem verbesserten Programmschema und neuem Internet-Auftritt. Damit ist phoenix in einer sich rasant verändernden Medienlandschaft klarer erkennbar und steht weiter für den Anspruch, „das ganze Bild“ zu zeigen. Mit seinem einzigartigen Programm aus aktuellen Informationen, einordnenden Gesprächen und vertiefenden Dokumentationen ermöglicht der Sender eine fundierte Meinungsbildung zu aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen im In- und Ausland. Zum Programmauftrag gehört explizit die Abbildung der Arbeit der politischen Institutionen und demokratischer Prozesse. Live-Übertragungen aus dem Deutschen Bundestag, dem Bundesrat und den Landtagen sowie von Parteitag sind die Herzstücke von phoenix. 2019 sendete phoenix insgesamt 380 Stunden live aus dem Bundestag.

Darüber hinaus informiert phoenix zuverlässig und umfassend über Parlamentswahlen im In- und Ausland sowie über Prozesse der Regierungsbildung. Nach der Bundestagswahl 2017 dauerte es fast sechs Monate, bis sich Union und SPD schließlich zu einer neuerlichen Großen

Koalition zusammenfanden. phoenix berichtete über diesen lange währenden Prozess ausführlich und kenntnisreich, was den phoenix-Korrespondenten Gerd-Joachim von Fallois und Erhard Scherfer Ende 2018 schließlich den renommierten Preis der Bundespressekonferenz einbrachte.

2019 begleitete der Ereignis- und Dokumentationskanal den Europawahlkampf bis zum Wahltag am 26. Mai sowie anschließend die Findung der neuen EU-Kommission unter Leitung ihrer neuen Präsidentin Ursula von der Leyen. Mit großer Spannung schaute die Republik 2019 zudem auf die Landtagswahlen in Sachsen, Brandenburg und Thüringen sowie auf die Bürgerschaftswahl in Bremen. Großes Interesse fand auch die phoenix-Berichterstattung über das Auseinanderbrechen der österreichischen Bundesregierung und über die anschließende Nationalratswahl, die zur ersten schwarz-grünen Bundesregierung unter Bundeskanzler Kurz führte.

Ein weiterer programmlicher Schwerpunkt ist die Europa-Berichterstattung. phoenix informiert so umfassend wie kein anderer deutscher Sender über die Arbeit des Europaparlaments und der sonstigen EU-Gremien und -Institutionen. 2019 übertrug phoenix annähernd 50 Stunden aus dem EU-Parlament.

INFO

Federführende Anstalt:	WDR/ZDF
Sitz:	Bonn
Gründungsjahr:	1997
Kernkompetenz:	Information

Die Flüchtlingsfrage, der EU-Austritt Großbritanniens, die Klimapolitik sowie die wachsenden Spannungen zwischen den ost- und westeuropäischen EU-Mitgliedern waren die bestimmenden Themen der vergangenen zwei Jahre. Allein mit dem Brexit befasste sich phoenix 2019 in mehr als 280 Programmstunden – in Live-Übertragungen aus dem britischen Unterhaus und dem EU-Parlament, in Diskussionssendungen sowie in zahlreichen Dokumentationen.

2019 war zudem ein Jahr bedeutsamer historischer Jahrestage, die wichtige Wegmarken der deutschen Geschichte und Demokratie waren. So widmete sich phoenix im Mai 2019 dem 70-jährigen Bestehen des Grundgesetzes und der Bundesrepublik, erinnerte an die Weltwirtschaftskrise 1929 und an den Kriegsbeginn 1939. Darüber hinaus sendete phoenix im November 2019 einen Thementag mit spannenden Dokumentationen über den Mauerfall und das Ende der deutschen Teilung vor 30 Jahren.




2019 verstärkte phoenix nochmals seine Präsenz und Aktivitäten in den Sozialen Medien. Mit Erfolg: phoenix-Videos werden immer häufiger im Netz angeschaut. Allein auf der Videoplattform YouTube ist das Nutzungsvolumen 2018 und 2019 von 90 Mio. Minuten um das Vierfache auf mehr als 365 Mio. Minuten gestiegen. Auch auf Twitter konnte phoenix durch eine Schärfung seines Profils deutlich zulegen und wird wohl bald 100.000 Followerinnen und Follower haben.

Darüber hinaus baute der Bonner Sender sein barrierefreies Angebot für Hörgeschädigte nochmals aus. So werden inzwischen alle Plenardebatten aus dem Bundestag und dem Bundesrat live untertitelt. Zudem können zu den Gesprächssendungen „unter den linden“ und „phoenix runde“ Untertitel hinzugeschaltet werden. Ferner bietet phoenix die meisten Primetime-Dokus um 20.15 Uhr und um 21.00 Uhr mit Untertitel an. Bereits seit seiner Gründung 1997 sendet phoenix die Tagesschau und das heute-journal mit Gebärdensprache Dolmetscherinnen und -Dolmetschern. Die Publikumsakzeptanz lag in den Jahren 2018 und 2019 unverändert bei durchschnittlich 1,0 % Marktanteil. Unabhängig von seiner Reichweite ist phoenix der mediale Ort für die politische Willens- und Meinungsbildung. Dieses Programmkonzept erscheint gerade in Zeiten des wachsenden Populismus wichtiger denn je. Als erfolgreiche Kooperation von ARD und ZDF wird phoenix seinem Programmauftrag und seinem Senderkonzept auch in Zukunft treu bleiben – für eine besser informierte Republik.

LEITUNG

Eva Lindenau (WDR)
Michaela Kolster (ZDF)

ONLINE-AUFTRITTE

 phoenix.de
 /phoenix
 /phoenix_de
 /phoenix

6.8 3SAT



Kultur und Wissenschaft werden auch 2020 die tragenden Säulen des 3sat-Programms sein. Die eigenproduzierten 3sat-Formate „Kulturzeit“, „nano“, „makro“, „Wissenschaftsdoku“ und „scobel“ sind für die Profilierung in diesen Bereichen von maßgeblicher Bedeutung. Darüber hinaus bieten monothematische Schwerpunktprogrammierungen – je nach Komplexität und Programmvolumen zur „Themenwoche“, zum „Thementag“ oder „3sat thema“ gebündelt – durch vielfältige Zugänge eine intensive Befassung mit einem ausgewählten Themenbereich. Hochwertige Dokumentarfilme im Rahmen der „Dokumentarfilmzeit“ am Montagabend machen das Angebot komplett.

Kulturelle und wissenschaftliche Ereignisse abzubilden (als live- oder live-zeitversetzte Übertragung oder Aufzeichnung im TV-Programm und auf 3sat.de) wird auch 2020 ein wichtiges Element des 3sat-Senderprofils sein.



Beispiele hierfür sind die Eröffnungsgala sowie die Verleihung der Bären bei den Internationalen Filmfestspielen Berlin oder die Ausstrahlung herausragender Musik- und Performing Arts-Events unter dem Label „Festspielsommer“. Die Medienkooperationen des ZDF unterstützt 3sat auch 2020 aktiv und bildet Kulturprojekte aus unterschiedlichen Bereichen im Programm ab. Dazu zählen unter anderem die Partnerschaften mit der „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“ und den Berliner Festspielen zum Theatertreffen, die Beteiligungen an der „Duisburger Filmwoche“, dem „goEast-Filmfestival“, den „Internationalen Filmfestspielen Berlin“, den „Internationalen Kurzfilmtagen Oberhausen“, dem „Fernsehsfilmfestival Baden-Baden“ sowie die Engagements auf der Frankfurter und Leipziger Buchmesse.

Im Vorfeld zu den 70. Internationalen Filmfestspielen Berlin zeigte 3sat in seiner Reihe „Arthouse Kino“ ungewöhnliche Filme und Geschichten aus internationalen, deutschen, österreichischen und Schweizer Produktionen – darunter einige Erstaussstrahlungen.

INFO

Federführende Anstalt: ZDF
Sitz: Mainz
Gründungs-jahr: 1984 (1993 Beitritt
der ARD)
Kernkompetenz:
Kultur, Wissenschaft und Bildung

Die dokumentarische Reihe „Ab 18!“, mit der 3sat seit 2013 kreative Dokumentarfilme präsentiert, die in die Erlebnis- und Gefühlswelt junger Erwachsener eintauchen, wird 2020 fortgeführt.

Anlässlich des 100. Geburtstags der Fotografen-Legende Helmut Newton am 31. Oktober 2020 entsteht ein Dokumentarfilm von Gero von Boehm, der nicht nur die Lebensgeschichte Newtons erzählt, sondern vor allem auch von seinem nicht unumstrittenen Blick auf den weiblichen Körper handelt.

Kabarett-Programme wie „Pufpaffs Happy Hour“ oder das 3sat-Zeltfestival mit aktuellen Höhepunkten aus Kabarett, Comedy und Musik sind auch 2020 feste Programmsäulen. Zudem plant 3sat mit vier neuen Ausgaben eine Fortführung des 2019 eingeführten Formats „Satire Battle“: Mehrere Kabarettistinnen und Kabarettisten treten mit ihren Thesen zu aktuellen Themen gegeneinander an und das Publikum entscheidet, welcher Meinung es sich anschließt. Dabei werden in einem kurzen Film die Konsequenzen dieser Entscheidung für die Zukunft dargestellt.



LEITUNG

ZDF/ARD/ORF/SRG

ONLINE-AUFTRITTE

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

6.9 KiKA



„KiKA!“ – Das ist die Antwort auf die Frage an Kinder, welcher ihr Lieblingssender ist. Und das seit Jahren. Unbeeindruckt vom erweiterten Wettbewerberfeld behauptet sich der öffentlich-rechtliche und einzige werbefreie Kindersender und erreicht zudem 2019 zum zweiten Mal in seiner Geschichte die Jahresmarktführerschaft bei den 3- bis 13-Jährigen – mit einem Marktanteil von 16,9 % vor Super RTL (16,7 %), Disney Channel (12,5 %), Nick (5,8 %) und dem Super RTL-Timeshift-Ableger TOGGO plus (4,2 %). Bei den non-linearen Angeboten erzielten die im Oktober 2018 gelaunchte Mediathek-App „KiKA-Player“ und die mehrfach ausgezeichnete KiKANiNCHEN-App binnen kürzester Zeit hohe Aufmerksamkeit. Bis Ende Dezember 2019 stiegen die jeweiligen Downloadzahlen auf rund 540.000 bzw. 700.000. Das KiKA Online-Angebot insgesamt zählte 2019 im Schnitt 4,12 Mio. Visits pro Monat. Es gehört damit zu den meistaufrufenen Online-Adressen für Kinder und konnte seine Nutzung in den vergangenen zwei Jahren um 66 % steigern.

Veränderungen im Markt: Die Mediennutzung insgesamt steigt, wird breiter, vielfältiger und digitaler. Der Kinderkanal von ARD und ZDF mit seiner digitalaffinen Zielgruppe reagiert auf diese Veränderungen, indem Content überall dort, wo Kinder sind, plattform- und zielgruppenspezifisch attraktiv zu finden ist. Partizipative Elemente, Gamification, Channeling, längere Verweildauern und umfangreicherer Rechteerwerb spielen hierbei eine ebenso große Rolle wie Online Only- oder Online First-Ausspielungen.

Nichtsdestoweniger ist TV noch immer das Leitmedium der Kinder. Und so stehen die Stärken des linearen Ausspielwegs – Live-Events, Partizipationsmöglichkeiten oder „Lagerfeuer“-Atmosphäre – bei KiKA ebenfalls im Fokus.

ERFOLGREICHE BRANDS SETZEN AUF BETEILIGUNG:

Beim Finale der elften Staffel von „Dein Song“ (ZDF) wählten die KiKA-Zuschauerinnen und -Zuschauer den 14-jährigen Peer aus München zum Songwriter des Jahres 2019 und zur „besten Klasse Deutschlands 2019“ (KiKA/ARD) kürte Moderator Malte Arkona bei Deutschlands größtem Schülerquiz die 6e des Helmholtz-Gymnasiums in Essen.

INFO

Federführende Anstalt: MDR
Sitz: Erfurt
Gründungsjahr: 1996
Kernkompetenz:

KiKA steht für Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung für Kinder. KiKA fördert die Entwicklung eines vernünftigen Umgangs mit Medien.





Zum 30. Geburtstag von „logo!“ (ZDF) gingen die täglichen Kindernachrichten im Juni 2019 auf Tour und sendeten zu Themen der Zuschauerinnen und Zuschauer drei Wochen live von unterwegs. Mit dem Event-Angebot „KiKA kommt zu dir!“ beteiligt sich KiKA jährlich im Sommer an Veranstaltungen in ganz Deutschland: u. a. besuchten Kikaninchen und seine Freunde im Rahmen der Mitmachaktionen zu „KiKANiNCHEN“ und dem „KiKA-Baumhaus“ Kindertagesstätten und Gewinnerkinder in deren Baumhäusern. Die erfolgreiche Vorschul-Marke „KiKANiNCHEN“ feierte zudem im Oktober 2019 ihr 10-jähriges Bestehen. KiKA gratulierte mit einer zweitägigen Sonderprogrammierung für Vorschülerinnen und Vorschüler, einem neuen Spiel in der KiKANiNCHEN-App und einer Mitmach-Aktion.

INFORMATIV, INTERAKTIV UND LIVE:

Verlässlich finden aktuelle und gesellschaftlich relevante Themen ihren Platz im KiKA-Angebot. Mit dem Jahresschwerpunkt 2018 „Respekt für meine Rechte! Abenteuer digital“ boten die Kinderredaktionen von ARD, ZDF und KiKA Orientierung in der digitalen Welt. Mit einer Exklusivbefragung unter Grundschülerinnen und Grundschulern zum Themenschwerpunkt „Respekt für meine Rechte! Schule leben!“ machte sich KiKA ein Jahr

später für die Forderungen der Kinder stark und fand großen Anklang insbesondere bei der interessierten Öffentlichkeit. Die Wissensoffensive „KiKA – besser.wissen.“ – Anfang 2019 erstmals gestartet – setzt erfolgreiche Wissensmarken von ARD, ZDF und KiKA in den Fokus der Primetime um 19:25 Uhr und findet ihre Fortsetzung im Jahr 2020. Auf die „Fridays for Future“-Bewegung reagierte KiKA u. a. mit der Live-Sondersendung „KiKA AKTUELL“ mit Klima- und Politikexpertinnen und Politikexperten und engagierten Schülerinnen und Schüler. Im 30. Jubiläumsjahr der UN-Kinderrechtskonvention widmete KiKA Kinderrechten ein live aus Erfurt moderiertes Sonderprogramm. Das Lifestyle-Format „KiKA LIVE“ prägte mit verschiedenen Unterhaltungsshows den interaktiven Charakter des KiKA-Angebotes.

LEITUNG

Dr. Astrid Plenk (Programmgeschäftsführerin)

ONLINE-AUFTRITTE

kika.de; kikaninchen.de

/KiKAfuerdich

/KiKANiNCHEN

6.10 ARTE



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

Die Reichweitenbilanz im Jahr 2018 war zufriedenstellend: ARTE blieb in Deutschland mit einem Marktanteil (MA) von 1,1 % stabil auf dem Vorjahresniveau, in Frankreich erreichte der Sender einen Zuwachs von 2,3 auf 2,4 % MA im Jahresschnitt.

Als Nachfolger des erfolgreichen Großprojekts „14“, einer Produktion zum 1. Weltkrieg, arbeitete „Krieg der Träume: 1918 - 1939“ als achteilige Dokumentationsreihe die Nach- und Zwischenkriegszeit semifiktional auf. Neben diesem Leuchtturmprojekt bereicherten zahlreiche Programmschwerpunkte zu Jahres- und Geburtstagen das ARTE-Programmangebot: der 200. Geburtstag von Karl Marx, der 70. Gründungstag des Staates Israel, der 50. Jahrestag der 1968er-Protestbewegung. Anlässlich des 50. Jahrestages der ersten Mondlandung sendete ARTE den „Winter of Moon“ zum Jahreswechsel 2018/19.

Mit dem „Summer of Lovers“, bei dem ARTE den Sommer der Liebe und den Liebenden widmete, gelang in Deutschland die akzeptanzstärkste Programmierung dieser Sommerschwerpunkte seit dem Beginn im Jahre 2007. Zu den Programmhöhepunkten gehörte auch die knapp zwölfstündige Dokumentationsreihe „Äquator – Die Linie des Lebens“. Zur Tag-Nacht-Gleiche im September tauchten die Zuschauerinnen und Zuschauer einen Tag lang in das Leben am Äquator ein und erlebten die faszinierenden Momente in 360°-Filmen hautnah mit.

INFO

Federführende Anstalt: SWR
Sitz: ARTE Deutschland
TV GmbH:
Baden-Baden
Gründungsjahr: 1991

Kernkompetenz:

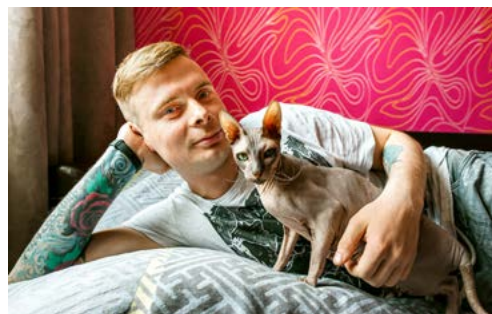
Der europäische Kulturkanal ARTE fördert den Dialog, das Verständnis und die Annäherung der Menschen in Europa. ARTE steht für kulturelle Vielfalt und Mehrsprachigkeit, spürt Talente und Trends auf, unterstützt die kreative Szene und pflegt Europas Kulturerbe.



In Kooperation mit der Frankfurter Buchmesse, dem SPIEGEL, ZDF, Amnesty International und den Vereinten Nationen wurde aus Anlass des 70. Jahrestags der Erklärung der Menschenrechte die gemeinsame Kampagne „I'm on the same page“ gestartet. Am ARTE-Buchmessestand fanden hierzu zahlreiche Veranstaltungen und Premieren statt.

ARTE verzeichnete auch im Jahr 2019 einen stabilen Marktanteil von 1,1 % in Deutschland, während sich der Aufwärtstrend in Frankreich weiter fortsetzte und der Marktanteil auf 2,6 % anstieg. Neben den linearen Erfolgen kann ARTE insbesondere im non-linearen Bereich ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen: Mit aktuell 111,2 Mio. Videoabrufen pro Monat bedeutet dies einen Zuwachs von 82 % im Vergleich zum Vorjahr.

Mit einem Schwerpunkt zu den Europa-Wahlen verstärkte ARTE sein Informationsprogramm, um die einschlägige Berichterstattung gezielt durch übernationale Perspektiven zu ergänzen und neue Publika anzusprechen. Neben zahlreichen dokumentarischen und fiktionalen Formaten zeigte ARTE neben dem deutsch-französischen Tandem-Projekt „Eden“ auch das Großprojekt „24h Europa – The Next Generation“, bei dem das Leben von 60 jungen Europäerinnen und Europäern in Echtzeit ausgestrahlt wurde. Weitere viel beachtete Akzente im ARTE-Programm waren der Afrika-Schwerpunkt sowie „Menschenkinder – Mit Kindern auf Augenhöhe“ aus Anlass des 30. Jahrestags der Verabschiedung der UN-Kinderrechtskonvention.



Der Doku-Zweiteiler „Brecht“, „100 Jahre Bauhaus“, „BlackRock“, der Themen-Schwerpunkt „Propaganda“ sowie der Thementag zum Klimawandel waren weitere Programm-höhepunkte. Die Sommerprogrammierung des „Summer of Freedom“, der sich in diesem Jahr mit Freiheit, Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung beschäftigte, erreichte einen guten Marktanteil von durchschnittlich 1,5 % in Deutschland. Zusammen mit Partnern wie der Frankfurter Buchmesse und den Vereinten Nationen führt ARTE sein Engagement auf der Frankfurter Buchmesse fort und gibt mit der Initiative „Create your Revolution“ Kreativen eine Bühne, die mit ihren Ideen einen Wandel voranbringen wollen.



„ARTE Concert“ feierte 2019 sein 10-jähriges Jubiläum. Rechtzeitig zur Festivalsaison im Sommer hat die Plattform ihren Online-Auftritt einem Relaunch unterzogen und die Benutzeroberfläche überarbeitet. Diese orientiert sich stärker an den Nutzungsgewohnheiten von Musikstreamingdiensten und erlaubt ein nutzerfreundliches Navigieren im umfassenden Katalog von ARTE Concert.

Das non-lineare Angebot ARTE Europe unterteilt ausgewählte Programme in Englisch, Spanisch, Polnisch und seit Mitte 2018 auch in Italienisch. 70 % der Europäerinnen und Europäer werden mit diesem Angebot in ihrer Muttersprache erreicht. Das Projekt wird weiterhin zur Förderung der mehrsprachigen Verbreitung hochwertiger Programme von der EU kofinanziert. Für den Zeitraum von 2021 bis 2027 wird eine Verstetigung angestrebt.

Neben zahlreichen Ehrungen, die sonst den hochwertigen Filmen und ARTE-Dokumentationen zuteilwerden, wurde der Sender selbst Träger einer hohen Auszeichnung: Der Deutsche Volkshochschulverband (DVV) verlieh ARTE den Grimme-Preis in Anerkennung für ein hochwertiges Programm, das die europäische Vielfalt spiegelt und Einigkeit fördert.



ARTE hat seine grafische Identität neu entwickelt. Schlüsselement des neuen Designs ist das vertikal ausgerichtete Logo des Senders, welches ARTE als Kulturmagnet in Europa in vielerlei Varianten und Dimensionen visuell darstellt.

LEITUNG

Dr. Markus Nievelstein, ARD-Koordination,
Geschäftsführer ARTE Deutschland TV GmbH
Wolfgang Bergmann, ZDF-Koordination
Geschäftsführer ARTE Deutschland TV GmbH

ONLINE-AUFTRITTE

- arte.tv
- /artede
- /arte.de
- /arte.tv
- /artede

6.11 FUNK – DAS CONTENTNETZWERK



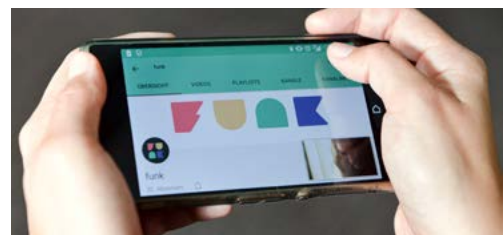
Seit dem 1. Oktober 2016 gibt es funk, das Contentnetzwerk von ARD und ZDF. funk ist mit dem Auftrag gestartet, 14- bis 29-Jährige mit öffentlich-rechtlichen Inhalten im Internet zu erreichen. Das funktioniert natürlich nicht mit einem einheitlichen Angebot für alle, denn eine 14-jährige Schülerin sucht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

Gestartet ist funk im Jahr 2016, zunächst mit 40 Formaten. Innerhalb eines Jahres ist das Angebotsportfolio dann auf mehr als 70 Formate gewachsen, die sich in die Bereiche Information/Orientierung und Unterhaltung aufteilen. funk probiert ständig Neues aus, Innovation ist Teil der funk-Philosophie. Das Contentnetzwerk fördert junge Kreative, die noch ganz am Anfang stehen, und baut so neue Talente auf, die die Webvideo-Szene nachhaltig bereichern. Zusätzlich arbeitet funk auch mit erfahrenen Inhalteproduzentinnen und -produzenten zusammen und unterstützt sie, sich auf ihrem Weg weiterzuentwickeln.

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

INFO

Federführende Anstalt:	SWR
Sitz:	Mainz
Gründungsjahr:	2016
Kernkompetenz:	Webvideo





Die wertvollen Erfahrungen, die funk hinsichtlich Datenanalyse, Formatentwicklung oder auch neuer Bürokonzepte und Arbeitsweisen macht, werden in die Mutterhäuser von ARD und ZDF weitergetragen, sodass alle nachhaltig davon profitieren können. Seit dem Start von funk bis Ende 2019 generierten alle funk-Formate 2,9 Mrd. Views, davon allein 1,4 Mrd. Views im Jahr 2019. Bei Facebook sind es seit dem Start von funk insgesamt 0,5 Mrd. Views, im Jahr 2019 waren es 0,2 Mrd. Views. Die YouTube-Kanäle von funk konnten Stand Ende 2019 insgesamt etwa 16 Mio. Abonnements verzeichnen, die funk-Seiten auf Facebook stehen bei rund 1,5 Mio. Page Likes. Eine Studie, die die SWR-Medienforschung im Sommer 2019 durchgeführt hat, zeigt: Fast drei Viertel der 14- bis 29-Jährigen kennen das Angebot von funk, insgesamt 60 % nutzen funk oder mindestens eines der funk-Formate.



LEITUNG

Florian Hager

ONLINE-AUFTRITTE

- funk.net
- /funk
- /funk
- /funkofficial

6.12 DIGITALE PRODUKTE DER ARD

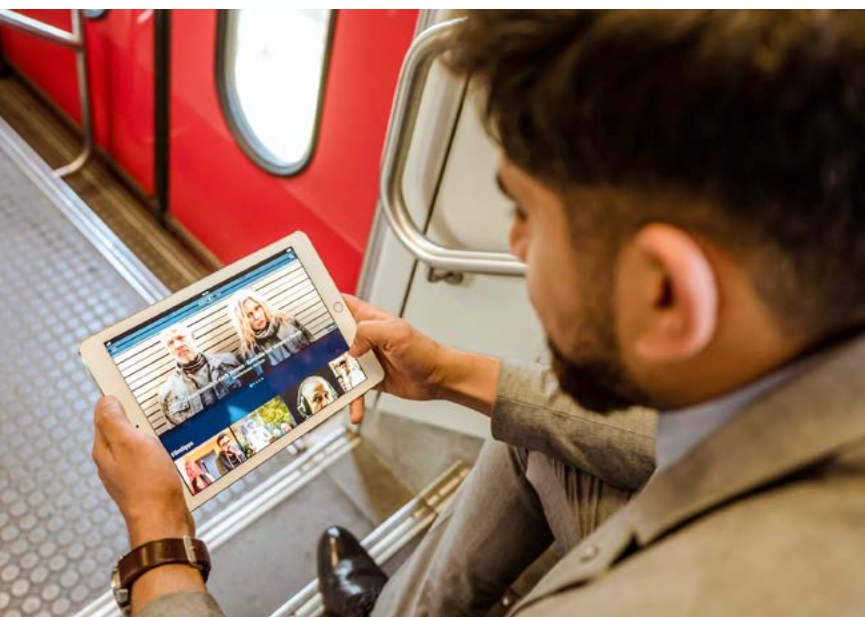
Die ARD hat im vergangenen Jahr einen Prozess angestoßen mit dem Ziel, ihr Digitalangebot zu fokussieren und noch besser aufeinander abzustimmen. Das Ergebnis war die Entscheidung für die sogenannten „Big 5“ – fünf starke ARD-Plattformen, die priorisiert, mit dem Fokus auf die Nutzerinnen und Nutzer, weiterentwickelt werden: ARD Mediathek, ARD Audiothek, tagesschau.de, sportschau.de und die KiKA-Digitalangebote. Sie alle verbindet die Orientierung am Nutzerinteresse, die klare Positionierung sowie ihre sich ergänzende Funktion beim Publikum. Sie werden im Folgenden, stellvertretend auch für viele andere digitale Angebote der ARD, vorgestellt.

ARD MEDIATHEK

Die ARD Mediathek ist die zentrale Video-Plattform der ARD. Unsere Nutzerinnen und Nutzer finden hier hochwertige Spielfilme, exklusive Reportagen, packende Dokus und komplette Serien, ergänzt durch attraktive Inhalte, die regionale Vielfalt abbilden. Die Mediathek richtet sich gemäß des Auftrags an eine sehr breite Öffentlichkeit, aber sie spricht die unterschiedlichen Zielgruppen entsprechend den jeweiligen Interessen gezielt an.

Das Video-Angebot wird durch eine kohärente Programmbegleitung ergänzt, die Vertiefung ermöglicht und Reichweite schafft. Alle Sender der ARD haben für ihre On-Demand-Inhalte und ihre Livestreams einen eigenen Bereich in der ARD Mediathek. Auf diese Weise werden die Mediatheksangebote der ARD-Landesrundfunkanstalten in einem starken Angebot gebündelt, das im Web als mobile App für Smartphones und als TV-App über alle relevanten Smart-TV-Plattformen erreichbar ist. Unsere Nutzerinnen und Nutzer benötigen somit nur noch die ARD Mediathek, ob als App auf dem Fernseher, dem Tablet oder Smartphone, um die ganze Breite des ARD-Angebots abzurufen.

Eine besondere Rolle nimmt dabei der Premiumchannel Das Erste ein, der multimediale Inhalte rund um die Sendungen des Ersten Deutschen Fernsehens bietet. Videos und Extras werden für die ARD Mediathek (Desktop, App, Smart TV) und auf Drittplattformen wie YouTube bereitgestellt.



Nahezu 100 % der eigen- oder koproduzierten Inhalte des Ersten sind nonlinear abrufbar, häufig online first und ergänzt um web-exklusives Zusatzmaterial, Zusatzangebote für Barrierefreiheit (Audiodeskription, Untertitel und Gebärdensprache) und eigens produzierten Social-Content zur Bewerbung und Begleitung der Sendungen in den sozialen Medien.

Ende 2019 ist die personalisierte ARD Mediathek mit Login gestartet. Nutzerinnen und Nutzer bekommen nun persönliche Empfehlungen, können Videos dort weiterschauen, wo sie aufgehört haben, und können sich Sendungen in ihrer Merkliste geräteübergreifend speichern.

Um es den Nutzerinnen und Nutzern noch einfacher zu machen, gibt es nach der erfolgreichen Verschränkung der Suchfunktion seit Ende März 2020 zudem ein gemeinsames Login mit der ZDF Mediathek. Die Kooperation und Vernetzung mit dem ZDF wird weiter verstärkt. Neben technologischer Zusammenarbeit steht dabei insbesondere die Erweiterung der Mediatheken mit Bereichen der kooperierenden Programme als nächster Schritt an.

Das Web- und App-Angebot der ARD Mediathek hat 2019 fast 624 Mio. Visits verzeichnet, und es wurden knapp 900 Mio. Videoabrufe erzielt.



ARD AUDIOTHEK

Informationen zum Hören durch Podcasts oder Radio-Produktionen erleben seit geraumer Zeit einen Boom. Die im November 2017 gestartete ARD Audiothek reagierte auf diesen Trend und bietet seither den zeitgemäßen Zugang zur Vielfalt und Qualität der Premium-Audioangebote für Wortinhalte der ARD und des Deutschlandradios – als Smartphone-App und als Website.

Populäre Podcasts, attraktive Hörspiele, gute Comedy, spannende Reportagen und Features, Wissensinhalte und die regionale Vielfalt aus der ARD bietet die Audiothek für zu Hause und unterwegs. Die ARD Audiothek bietet eine hochwertige, redaktionelle Kuratierung, die die besten, wichtigsten und gesprächswertigsten Beiträge identifiziert, optimal präsentiert und damit die ganze Breite des öffentlich-rechtlichen Angebots erschließt. Integriert sind mittlerweile auch die Livestreams der ARD-Hörfunkwellen, die ebenfalls mittels Sprachassistenzsystemen (zum Beispiel Amazon Alexa, Google Assistant) aufgerufen werden können.

Auch wenn die Audiothek ein noch junges Angebot der ARD ist, so konnte sie alleine im Jahr 2019 fast 17 Mio. Visits und rund 24 Mio. Audio-Abrufe verbuchen.

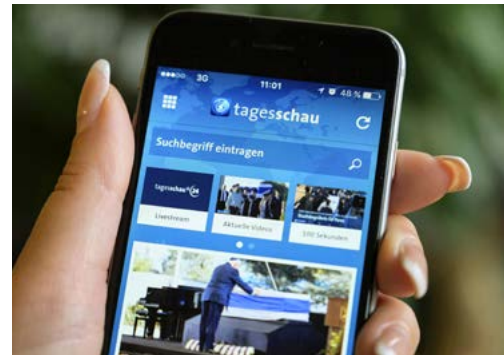
TAGESSCHAU.DE UND TAGESSCHAU-APP

Die Tagesschau ist der Nachrichtenanbieter in Deutschland, dem die Menschen am meisten vertrauen. Die Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Redaktion ist auch online sehr gefragt. Im Internet ist die Tagesschau über die vergangenen Jahre zu einer der meistgenutzten Nachrichtenmarken aufgestiegen.

Verlässlichkeit, Objektivität, Schnelligkeit und Seriosität – das sind die Leitmotive der Tagesschau-Redaktion für Homepage, App und die Auftritte in den sozialen Medien. Rund um die Uhr, an 365 Tagen im Jahr, überall und jederzeit abrufbar, bekommen die Nutzerinnen und Nutzer der Tagesschau hier crossmedial aufbereitete Informationen über ihre Region und das Weltgeschehen – per Video, Audio, Text, Bild, Infografik; als Livestream oder Webvideo.

Eine immer wichtigere Rolle spielt das Netzangebot „ARD-faktenfinder“. Unter diesem Label reagieren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Tagesschau auf Themen, die im Netz eine hohe Resonanz haben. Sie prüfen die Nachrichten und entlarven Gerüchte und Falschnachrichten. Mit ihrer hohen Glaubwürdigkeit schafft die Tagesschau für ihre Nutzerinnen und Nutzer so schnell Orientierung und versucht, den Halbwahrheiten ihre beste Recherche und nüchterne Fakten entgegenzusetzen.

Neben schneller und verlässlicher Aktualität sieht tagesschau.de eine wichtige Aufgabe im Erklären und Hinterfragen.



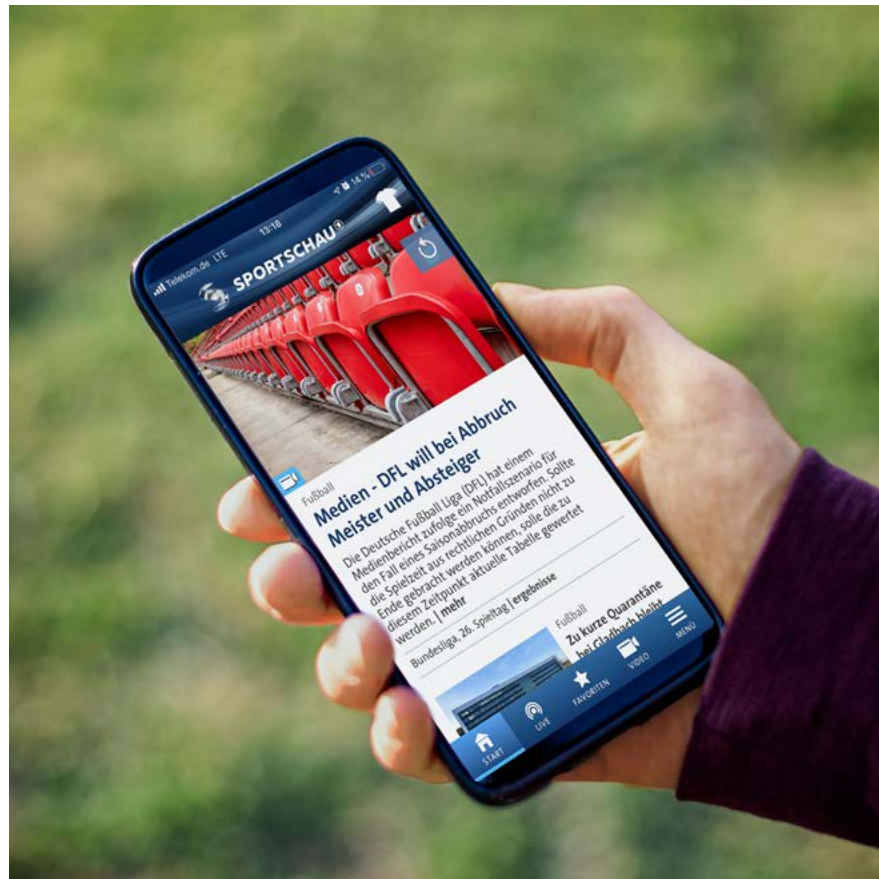
Dabei wird auch auf die ARD-Studios im In- und Ausland zurückgegriffen: Die Expertise der Korrespondentinnen und Korrespondenten fließt in die Berichterstattung ein, zudem ergänzen ihre Videos und Audios aus aller Welt die Angebote multimedial auf allen Ausspielwegen.

Ergänzt wird das breite Themenspektrum von tagesschau.de durch die Integration von boerse.ard.de im Laufe des Jahres 2020. Da das Börsen- und Wirtschaftsgeschehen oft Indikator nicht nur für wirtschaftliche, sondern auch für politische und gesellschaftliche Entwicklungen weltweit ist, stellt die Integration dieses, bisher eigenständigen Angebots in tagesschau.de eine konsequente Weiterentwicklung im Sinne eines umfassenden Informationsportals dar.

Wie sehr die Menschen in Deutschland tagesschau.de schätzen, lässt sich auch an den Nutzungszahlen ablesen. 2019 verzeichnete das Angebot mehr als 1,064 Mrd. Visits und etwa 4,7 Mrd. Page Impressions. Damit gehört die Tagesschau zu den Top-6-Nachrichtenanbietern im Web in Deutschland. Den Social-Media-Angeboten folgten auf Facebook mehr als 1,7 Mio. Accounts, bei Twitter fast 2,6 Mio., auf Instagram rund 1,26 Mio. und auf YouTube 340.000. Auf Twitter und Instagram führt die Tagesschau das Feld damit sogar an.

SPORTSCHAU.DE UND SPORTSCHAU-APP

sportschau.de bietet aktuelle und überregionale Sportnachrichten sowie Hintergrundberichterstattung und wird durch crossmediale Formate und einen breiten Ergebnisdienst ergänzt. Die Redaktion nutzt dazu alle modernen Wege der Nutzeransprache und -einbindung, sei es über die Sportschau-App oder die Angebote für Dritt- und Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Instagram. Und mit der „Sportschau in 100 Sekunden“ gibt es ein Format, das für Sprachassistenzsysteme wie Amazon Alexa oder Podcast-Angebote konzipiert wurde. Die Bedeutung des digitalen Sportangebots der ARD lässt sich auch daran ablesen, dass es jüngere Menschen besonders gut erreicht. Während die Zuschauerinnen und Zuschauer der Sportschau im Fernsehen im Durchschnitt rund 60 Jahre alt sind, sind die Nutzerinnen und Nutzer der Website durchschnittlich 42 Jahre alt. Auf den Drittplattformen erreicht die Sportschau eine noch jüngere Zielgruppe (unter 30 Jahren) – vor allem mit Inhalten, die den Gewohnheiten der jeweiligen Plattform gerecht werden.

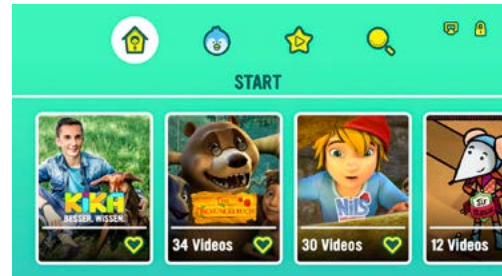


sportschau.de verzeichnete im Jahr 2019 mehr als 216 Mio. Visits und 770 Mio. Page Impressions (inkl. Sportschau-App). Reichweitenstark sind die Sportschau-Auftritte bei Facebook (752.000 Fans), Twitter (612.000 Followerinnen und Follower), YouTube (340.000 Abonnentinnen und Abonnenten) und Instagram (198.000 Abonnentinnen und Abonnenten).

KiKA ONLINE UND KiKA-PLAYER

KiKA ist die Heimat aller starken ARD-Kindermarken. Gemeinsam mit dem ZDF bündelt die ARD auf den Online-Seiten des KiKA in einem geschützten Bereich attraktive Eigen- und Fremdproduktionen mit öffentlich-rechtlichem Anspruch. Publizistische Akzente werden bei kindgerechter Unterhaltung, Information und Bildung abseits der kommerziellen Welt gesetzt. Dazu gehört auch die medienpädagogische Begleitung durch ein Elternangebot. Wichtig für das Gesamtangebot ist auch die enge Verknüpfung von linearem und digitalem Angebot durch eine gemeinsame Programmplanung.

Der KiKA-Player ist die dazugehörige App. Auf ihr können Kinder via Tablet oder Smartphone das Video-Angebot unterwegs oder daheim nutzen. Das Angebot ist, wie alle anderen Telemedien-Angebote, werbe- und kostenfrei. Für Vorschulkinder gibt es das Internetangebot KiKANiNCHEN ebenfalls mit dazugehöriger App.



Auch bei den Online-Angeboten des KiKA spiegelt sich der Zuspruch der Menschen in den Zahlen. Fast 50 Mio. Visits und 423 Mio. Page Impressions im Jahr 2019 belegen das Interesse an den Inhalten.

ARD.DE

Als „Klammer“ der digitalen ARD-Angebote dient ard.de. Das Portal vernetzt und bündelt unter unterschiedlichen Themenrubriken die Zugänge zu digitalen Angeboten der ARD und integriert dabei die Livestreams der Fernseh- und Radioprogramme der ARD. Im Zuge der Homogenisierung des digitalen Portfolios der ARD wird derzeit an einem Relaunch von ard.de gearbeitet (Start: 1. Halbjahr 2020).

Die Destination ard.de ermöglicht zukünftig als Einstiegsportal den direkten Zugang zu den fünf digitalen Plattformen der ARD mit Mediathek, Tagesschau, Sportschau, Audiothek und KiKA.



ARD TEXT

Dass „digital“ nicht immer gleichbedeutend mit „neu“ und „jung“ ist, zeigt sich am ältesten Digitalprodukt der ARD – dem ARD Text. Seit 40 Jahren ist der Teletext ein hochgeschätztes und vielgenutztes Informationsangebot. Mehr als 10 Mio. Nutzerinnen und Nutzer greifen mehrfach pro Woche auf die Teletext Angebote der Fernsehsender zu.

Ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt der Gemeinschaftseinrichtung ARD Text ist der barrierefreie Medienzugang für Menschen mit Einschränkungen. Auf der Teletextseite 150 werden Untertitel für gehörlose und schwerhörige Zuschauerinnen und Zuschauer ausgestrahlt. Auf Seite 870 bietet der ARD Text außerdem in Zusammenarbeit mit dem Deutschlandfunk jeden Freitag einen Nachrichten-Wochenrückblick in leichter Sprache an. Auch per Sprachausgabe kann der Teletext inzwischen abgerufen werden und ist so auch für blinde und sehbehinderte Zuschauerinnen und Zuschauer zugänglich. Zeitgemäß können die Inhalte von ARD Text nicht nur im klassischen TV-Gerät empfangen werden, sondern finden ihren Weg auch über das Internet zu den Zuschauerinnen und Zuschauern. ARD Text kann über den PC, über HbbTV oder per App für Mobilgeräte genutzt werden. Die geringe Datenrate der Kurznachrichten erweist sich hierbei oft als Vorteil. 2019 verzeichnet das Angebot monatlich im Schnitt 54 Mio. Seitenabrufe.

VII. GEMEINSAME AKTIVITÄTEN

7.1 ARD DEGETO

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

Im Jahr 2018 lieferte die ARD Degeto an die Programme 737.564 Sendeminuten für 10.101 Sendetermine. Im selben Jahr beschaffte die Degeto Programme in Höhe von ca. 394 Mio. € brutto. Die Betriebskosten beliefen sich in 2018 auf ca. 15,6 Mio. € bzw. 3,9 % des abgewickelten Programmbeschaffungsvolumens.



Das Stammkapital der Degeto Film GmbH betrug 2018 2,155 Mio. €, an dem die neun Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbetöchter jeweils zu gleichen Teilen beteiligt waren. Die ARD Degeto bündelt zudem den Rechtebestand der ARD. Der so aufgebaute Programmstock steht allen Programminitiativen der ARD zur Verfügung. Die zentrale Sendeaufbereitung, Programmarchivierung und Logistik durch die ARD Degeto hat sich als wirtschaftliche Umsetzungsform etabliert und bewährt. Durch die zentrale Programmplanung und Betreuung der vielfältigen Programme ist zudem eine ökonomische Programmnutzung gewährleistet. Die Gesellschaft verfügt über eine schlanke Organisationsstruktur mit knapp 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die 2013 gestartete programmliche Qualitäts-offensive zeichnet sich auch im Jahr 2019 durch den mittlerweile gefestigten Markenkern der ARD Degeto-Produktionen ab. So sind die Formate „DonnerstagsKrimi“, „Endlich Freitag im Ersten“, der „Fernsehfilm am Samstag“ sowie das „SommerKino“ für die Zuschauerinnen und Zuschauer zu klaren Begriffen für spannende Krimis, hochkarätige Mehrteiler und Kinofilme verschiedener Genres geworden, die auch von den Kritikerinnen und Kritikern anerkannt werden. Mit den Produktionen wurden zahlreiche deutsche und internationale Filmpreise gewonnen – sie stehen gleichzeitig für eine hohe Zuschauerakzeptanz, eine große Qualität und innovative Zuschauerprojekte.

Mit dem innovativen Serienprojekt „Babylon Berlin“, welches 2018 im Free-TV erstausgestrahlt wurde, beschreitet die ARD Degeto neue Wege bei internationalen High-End-Serienformaten. Bis heute haben sich die ersten beiden Staffeln des komplett in Deutschland und auf Deutsch produzierten Formats in über 100 Länder weltweit verkauft. „Babylon Berlin“ setzt als deutsche Produktion in seiner qualitativ herausragenden Dimension neue Maßstäbe auf dem deutschen Serienmarkt. Mehr als 15 Mio. Menschen haben mindestens eine Folge bei der ARD gesehen. Das Projekt begeistert nicht nur die Zuschauerinnen und Zuschauer, Kritikerinnen und Kritiker sowie die internationale Presse, sondern hat auch hierzulande zahlreiche Nominierungen der wichtigsten Fernsehpreise vorzuweisen.

INFO

Federführende Anstalt: HR
Sitz: Frankfurt am Main
Gründungsjahr: 1959
Kernkompetenz:
Programmbeschaffung



2019 wurde die dritte Staffel der erfolgreichen Serie produziert, welche im Herbst 2020 zur Erstaussstrahlung im Ersten bereitsteht.

Die ARD Degeto ist sich ihrer zentralen Funktion als großer öffentlich-rechtlicher Auftraggeber in der deutschen Filmbranche bewusst und setzt sich kontinuierlich für faire Vertrags- und Vergütungsbedingungen für Produzentinnen und Produzenten, Drehbuchautorinnen und -autoren, Regisseurinnen und Regisseure, Schauspielerinnen und Schauspieler, Kameraleute sowie für andere Urheberinnen und Urheber und an der Produktion Beteiligte ein. 2019 konnte sie die ersten gemeinsamen Vergütungsregeln mit den Verbänden der Drehbuchautorinnen und -autoren abschließen. Ein weiteres Bestreben ist außerdem, die Gleichberechtigung von Männern und Frauen vor und hinter der Kamera weiterhin voranzutreiben.

LEITUNG

Christine Strobl

ONLINE-AUFTRITTE

degeto.de

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

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

7.2 SPORTA SPORTRECHTE- UND MARKETING-AGENTUR GMBH ARD/ZDF



Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH, München (SportA) ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50 %) und des ZDF (50 %).

Die Gesellschaft erwirbt in erster Linie TV-Übertragungsrechte an zahlreichen nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung in ARD, ZDF und den Dritten Programmen und liefert damit ihren Gesellschaftern attraktive Programminhalte im Sport-Bereich. Darüber hinaus steht SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben, die außerhalb der SportA (zum Beispiel über die EBU) vorgenommen werden, beratend zur Verfügung und wird aktiv in die Einkaufsverhandlungen einbezogen.

Ferner ist die SportA von ihren Gesellschaftern beauftragt, nicht genutzte Rechte an Sportereignissen und -veranstaltungen Dritten 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 19 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erzielte die SportA im Jahr 2018 einen Jahresumsatz in Höhe von rd. 106 Mio. Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die Kosten der SportA werden – soweit sie nicht durch eigene Erträge wie Sublizenzierungsprovisionen gedeckt sind – über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter erstattet. Diese Erstattung betrug 2018 rd. 0,9 Mio. € und entsprach damit nur 0,8 % des Umsatzvolumens.

INFO

Federführende Anstalt: BR/ZDF

Sitz: München

Gründungsjahr: 1995

Kernkompetenz:

Erwerb von Fernsehrechten an nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung durch ARD und ZDF

Die Übernahme- und Konzentrationstendenzen am internationalen Sportrechtemarkt durch globale Investoren beeinflussen die Vergabe von Sportrechten inzwischen maßgeblich und erschweren den Zugang zu attraktiven audiovisuellen Medienrechten für SportA und ihre Gesellschafter aus unterschiedlichsten Gründen. Die kontinuierliche Entwicklung neuer Verbreitungsformen bedingt neue Marktteilnehmer und Wettbewerber und verursacht Verschiebungen der Zuschauerprioritäten, was zu einer sich verändernden Programmanbieterlandschaft führt, verbunden mit einer weiteren Verlagerung des Content-Angebots für Sportveranstaltungen in andere Verbreitungsformen.

Trotz dieser Entwicklung verfügt SportA weiterhin über ein breit gefächertes Portfolio an attraktiven und längerfristig gesicherten Sportrechten. Die Gesellschaft will sich auch in Zukunft als wichtige Teilnehmerin am Sportrechtemarkt positionieren und für ihre Gesellschafter langfristig Übertragungsrechte an nationalen und internationalen Veranstaltungen unterschiedlichster Sportarten sichern sowie von den Gesellschaftern nicht genutzte Rechte national und international aktiv am Markt anbieten.

Das Marktumfeld wird auch in der Zukunft dadurch geprägt, dass internationale Investoren mit hoher Finanzkraft strategische Investitionen in Übertragungsrechte an Sport-Top-Events bzw. in die Übernahme von Sportrechteagenturen tätigen, wodurch sich die Situation auf dem Sportrechtemarkt gravierend verändern wird und die Lizenzpreise für Sportrechte, insbesondere im Fußball, weiter steigen werden. Im Rahmen ihrer Einkaufsfunktion für ARD, ZDF und die Dritten Programme versucht sich SportA, weiterhin als erste Ansprech- und Verhandlungspartnerin auch bei diesen neuen Marktteilnehmern für das Lizenzgebiet Deutschland zu positionieren, um ggf. durch Kooperationen im Rahmen der vorgegebenen rechtlichen Rahmenbedingungen Lizenzrechte für ihre Gesellschafter zu erwerben.

LEITUNG

Michael Amsinck
Marc Freyberger

ONLINE-AUFTRITTE

 sporta.de

7.3 ARD/ZDF-MEDIEN- AKADEMIE



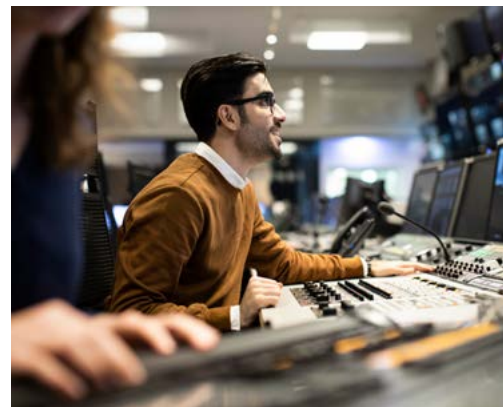
Die ARD/ZDF-Medienakademie (MAK) ist die zentrale Fortbildungseinrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland.

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

Zu den Aufgaben der Akademie gehören u. a. die Konzeption, Entwicklung und Durchführung von allen Arten von Qualifizierungsmaßnahmen, wie (Präsenz-)Seminaren, Workshops, Symposien und E-Learnings. Die Angebote sind nach Art und Umfang flexibel ausgerichtet. Dabei deckt die Akademie nicht nur redaktionelle und produktionstechnische Schwerpunkte ab, sondern ergänzt das Portfolio durch Qualifizierungsangebote in der wichtigen Schnittmenge zwischen Programm und Produktion/Technik und im Bereich der Rundfunkmanagement-Kompetenz.

Im Bereich des E-Learnings bietet die Medienakademie Webinare, Web-Based Trainings, Videotutorials und Blended Learnings an. Sie betreibt dabei ein eigenes zentrales Lernmanagementsystem, das im Sinne eines Shared Services von allen Rundfunkanstalten genutzt wird. Ferner führt die Akademie einen Teil des Berufsschulunterrichts für die Ausbildung zu den neuen Medienberufen wie „Mediengestalterin oder Mediengestalter Bild und Ton“ sowie „Film-und-Video-Editorin oder -Editor“ durch.

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



INFO

Federführende Anstalt: BR
Sitz: Nürnberg
Gründungsjahr: 2006
Kernkompetenz:
Anbieter von Fort- und Weiterbildungsangeboten







Die Einrichtung verfügt über Trainingszentren in Nürnberg (Hauptsitz) und Hannover. Im Jahr 2018 wurden 2.834 Fortbildungsseminare durchgeführt. Rund 21.700 Menschen haben diese Seminare besucht. Die Medienakademie finanziert sich fast ausschließlich über Seminarerträge. Mit im Jahresdurchschnitt 55 Mitarbeitenden und über 400 freien Trainerinnen und Trainern konnte die Medienakademie im Geschäftsjahr 2018 Umsatzerlöse von rund 13,7 Mio. € und sonstige Erträge von rd. 0,2 Mio. € erwirtschaften. Dem stehen Aufwendungen von rd. 13,1 Mio. € gegenüber. Unter Einbezug des Finanzergebnisses ergibt sich im Jahr 2018 ein Jahresüberschuss in Höhe von 0,8 Mio. €.



LEITUNG

Dr. Stefan Hanke

ONLINE-AUFTRITTE

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

7.4 DEUTSCHES RUNDFUNKARCHIV

ARD und Deutschlandradio



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

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

Das DRA ist eine Einrichtung mit standortübergreifender Organisationsstruktur. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benutzen dieselben Verfahren und Datenbanken, um die Materialien zu erschließen, zu digitalisieren und zur Verfügung zu stellen. Die Abteilung „Information, Dokumentation und Bestände“ (IBD) umfasst die Sachgebiete „Dokumentation Fernsehen“, „Dokumentation Hörfunk“ und „Dokumentation Schriftgut/Bild“ sowie „Information und Logistik“ mit den dazugehörigen Aufgaben. Die Abteilung „Datendienste, IT und Technik“ (DIT) widmet sich daneben schwerpunktmäßig dem Aufbau innovativer standardisierter Nachweis- bzw. Informationssysteme. Im Rahmen von ARD-Kooperationen engagiert sich das DRA auf diesem Feld auch federführend bei der Entwicklung der Normdatenbank (NDB) sowie der Ereignis- und Termini-Datenbank „Zeitlupe“.

INFO

Federführende Anstalt: HR
Sitz: Frankfurt am Main
Potsdam-Babelsberg
Gründungsjahr: 1952
Kernkompetenz:
Erfassung, Archivierung, Dokumentation, Recherche sowie Bereitstellung von rundfunkrelevanten Medien und Informationen; Datendienste; Datennormierung; Beteiligung an der Entwicklung von Archivdatenbanken, digitalen Bestandsarchiven und elektronischen Informationsangeboten

In der NDB werden normierte Daten gesammelt, gepflegt und als Metadaten zum Abruf durch eine wachsende Zahl nutzender Archiv- und Produktionssysteme bereitgestellt. Die „Zeitlupe“ leistet wesentliche Informationsdienste insbesondere auch für die Programm- und Eventplanung in der ARD. Ferner beteiligt sich das DRA an der Neu- und Weiterentwicklung von Archiv-Verbundsystemen, namentlich der Fernseh- und Hörfunkdatenbanken FESAD bzw. HFDB sowie dem künftigen Media Data System von ARD und Deutschlandradio, medas. Schließlich unterstützt die Stiftung regelmäßig öffentliche Publikationsprojekte im Rahmen von Kooperationen mit zahlreichen renommierten gemeinnützigen und staatlichen Partnerinstitutionen aus dem kulturellen, wissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Bereich.

Das Haushaltsvolumen betrug im Jahr 2019 für das DRA 12,6 Mio. € bei 70 Planstellen, die Zentrale Schallplattenkatalogisierung (ZSK) hat 8 Planstellen bei einem Haushaltsvolumen von 1,2 Mio. €. Der Gesamtetat betrug 13,8 Mio. €. Die Gesamtaufwendungen für das DRA wurden zu 93 % aus Betriebsmittelzuweisungen der Stifter (ARD und Deutschlandradio) finanziert. Der Betriebsmittelanteil am Aufwand der ZSK betrug ebenfalls 93 %.

LEITUNG

Bernd Hawlat

ONLINE-AUFTRITTE

 dra.de

 /DeutschesRundfunkarchiv

7.5 ARD ZDF DEUTSCHLANDRADIO BEITRAGSSERVICE

Der Beitragsservice ist eine Gemeinschaftseinrichtung von ARD, ZDF und Deutschlandradio mit dem Auftrag, den Rundfunkbeitrag einzuziehen. Der Beitragsservice schafft mit seiner Arbeit die wichtigste finanzielle Grundlage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Um diese Aufgabe bewältigen zu können, betreibt der Beitragsservice ein eigenes Rechenzentrum in Köln. Hier verwaltet er unter Beachtung der höchsten Datenschutzkriterien die Daten der angemeldeten Beitragszahlerinnen und Beitragszahler, für deren Wohnungen oder Betriebsstätten ein Beitragskonto angelegt wird. Die Zahl der geführten Beitragskonten lag Ende 2018 bei 45,8 Mio. Mit rund 960 Mitarbeiterkapazitäten sorgte der Beitragsservice in Köln dafür, dass der Einzug der

Rundfunkbeiträge möglichst flächendeckend und damit fair für alle umgesetzt wird. So kann er am Ende des Tages die eingegangenen Rundfunkbeiträge entsprechend den staatsvertraglichen Regelungen an die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und Deutschlandradio weiterleiten. Im Jahr 2018 wurden insgesamt rund 8,01 Mrd. € auf die Rundfunkanstalten verteilt. Der Anteil des Aufwands an den Gesamterträgen betrug 2,17 %.

Nach der Umstellung der Rundfunkfinanzierung von einem gebühren- auf ein beitragsfinanziertes Modell gibt es mittlerweile zwei höchstgerichtliche Entscheidungen in Sachen Rundfunkbeitrag. Das Bundesverfassungsgericht hat mit seinem Urteil vom 18.07.2018 bestätigt, dass die Erhebung des Rundfunkbeitrags verfassungsgemäß ist. Im Dezember 2018 entschied zudem der Europäische Gerichtshof, dass es sich beim Rundfunkbeitrag nicht um eine unerlaubte Beihilfe handelt und Konformität mit europäischem Recht besteht.

INFO

Federführende Anstalt:

ARD, ZDF und Deutschlandradio
(Sitzanstalt: WDR)

Sitz: Köln

Gründungsjahr:

1973 (Gründung); 1976 (Arbeitsaufnahme)

Kernkompetenz:

- Verwaltung und Pflege der Beitragskonten sowie Bearbeitung aller Anliegen der Beitragszahlerinnen und Beitragszahler auf verschiedenen Servicekanälen
- Buchmäßige Erfassung und Abrechnung der Beitragsforderungen, -rückstände und -einnahmen bis zum Abschluss sowie Abrechnung mit den Rundfunkanstalten



Das Bundesverfassungsgericht hat lediglich beanstandet, dass Menschen mit zwei Wohnungen, die den Beitrag bis dato doppelt zahlen mussten, benachteiligt würden. Betroffenen räumte das Gericht die Möglichkeit ein, ab dem Tag des Urteilsspruchs einen Antrag auf Befreiung von der Beitragspflicht für die Nebenwohnung zu stellen. Seit dem 01.11.2019 hat der Beitragsservice seine Verwaltungspraxis zur Befreiung von Nebenwohnungen bereits auf die neuen Festlegungen im 23. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄndStV) angepasst. Der neue RÄndStV wurde auf der Ministerpräsidentenkonferenz am 25.10.2019 beschlossen.

Mitte 2018 startete der Beitragsservice den bundesweiten Meldedatenabgleich, der in § 14 Abs. 9a RBStV gesetzlich verankert ist. Dieses Instrument dient dazu, eine mögliche Erosion bei den angemeldeten Wohnungen zu verhindern. Die anlassbezogene Meldedatenübermittlung, die der Beitragsservice zur Aktualisierung seines Datenbestands regelmäßig nutzt, reicht hierfür nicht aus. Zieht eine Beitragskonto-Inhaberin oder ein Beitragskonto-Inhaber beispielsweise weg und die in der Wohnung verbleibende Person meldet sich nicht von sich aus, bekommt der Beitragsservice nur über einen bundesweiten Meldedatenabgleich Hinweise hierzu. Die Einwohnermeldeämter übermitteln dann nämlich die Meldedaten zu allen volljährigen Bürgerinnen und Bürgern an den Beitragsservice. Nach einem Abgleich mit den eigenen Bestandsdaten ist der Beitragsservice in der Lage, wichtige Informationen zu aktualisieren und herauszufinden, für welche Wohnungen kein Rundfunkbeitrag (mehr) gezahlt wird.

Potenzielle Beitragszahlerinnen und Beitragszahler schreibt der Beitragsservice an, um den Sachverhalt zu klären.

Mit dem 2018 durchgeführten Datenabgleich konnten in 3,7 Mio. Fällen Daten aktualisiert werden, in rund 3,6 Mio. Fällen hat der Beitragsservice das Klärungsverfahren eingeleitet. Im Ergebnis hat der Meldedatenabgleich 2018 dazu geführt, dass etwa 500 Tsd. beitragspflichtige Wohnungen im Bestand des Beitragsservice verbleiben (Stand Ende 2019), die andernfalls ggf. erodiert wären. Das bedeutet einen rechnerischen jährlichen Ertragswert von rund 100 Mio. €. Damit ist der Meldedatenabgleich ein Instrument, um für Beitragsgerechtigkeit zu sorgen und sich stabilisierend auf die Anzahl angemeldeter Beitragskonten auszuwirken. Da er auch für die Zukunft eine wichtige Größe zur Sicherstellung der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bleibt, besteht seitens der Rundfunkanstalten der Wunsch, die Möglichkeit eines regelmäßigen Meldedatenabgleichs weiterhin im RBStV zu verankern.

LEITUNG

Dr. Stefan Wolf bis 31.8.2019

Dr. Joachim Altmann (kommiss.) bis 31.3.2020

Michael Krüßel seit 1.4.2020

ONLINE-AUFTRITTE

 rundfunkbeitrag.de

7.6 INFORMATIONSS- VERARBEITUNGS-ZENTRUM



ARD und Deutschlandradio

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

Mit der Gründung des IVZ im Jahr 1993 schlossen sich der heutige Rundfunk Berlin-Brandenburg (damals ORB und SFB) und der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) zusammen, um Überschneidungen in den gemeinsam genutzten IT-Anwendungen (SAP, Rechenzentrum sowie Archiv- und Produktionssysteme) zu nutzen. Heute, mehr als 25 Jahre später, ist das IVZ als IT- und Servicedienstleister der ARD ein zentraler Bestandteil der ARD-Kooperationen und trägt zu zahlreichen Synergien in IT und digitaler Medientechnik der Landesrundfunkanstalten bei.

Das IVZ erbringt an zwölf Standorten in den Landesrundfunkanstalten und bei Deutschlandradio mit über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern IT-Dienstleistungen und Services. Die Gesamtaufwendungen werden entsprechend der jeweiligen Leistungsabnahme durch die Kooperationspartner getragen. Im Geschäftsjahr 2019 betrug das Haushaltsvolumen 37,5 Mio. €. Seit 2019 ist der Standort nicht mehr in Berlin, sondern in Potsdam auf dem Campus des rbb.

Im Mittelpunkt des heutigen Leistungsangebots stehen die drei Säulen SAP-Anwendungen, Rechenzentrum sowie Archiv- und Produktionssysteme. Im Zuge der gesteigerten Kooperationsbemühungen von ARD und Deutschlandradio werden laufend zusätzliche Anwendungen für die medienspezifischen Anforderungen zentralisiert.

INFO

Federführende Anstalt:	rbb
Sitz:	Potsdam/Köln
Gründungsjahr:	1993
Kernkompetenz:	IT-Dienstleister

Im Jahr 2018 haben ARD und Deutschlandradio mit dem Projekt zur SAP-Vereinheitlichung „(D)einSAP“ die größte Verwaltungsreform in der Geschichte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gestartet. In den nächsten Jahren werden alle IT-gestützten betriebswirtschaftlichen Prozesse gemeinsam neu gestaltet. Ziel ist es, 90 % der SAP-Prozesse anstaltsübergreifend identisch abzubilden und 70 % mit Standardlösungen zu realisieren. Damit die dadurch angestrebte Reduktion der Prozesskosten auch dauerhaft erhalten bleibt, wurde 2019 die Weiterentwicklung des IVZ zum zentralen SAP-Steuerer der beteiligten Kooperationspartner beschlossen.

Die nötigen Maßnahmen zur Befähigung des IVZ sind in der Umsetzung. Damit wurde die Basis für die Standardisierung und damit die Wirtschaftlichkeit der Prozesse als SAP Competence Center of Expertise (SAP CCoE) der ARD im IVZ geschaffen. Durch die Konsolidierung der Rechenzentren in Köln, wird auch in der Technik wesentlich zur Vereinheitlichung der standortübergreifenden Infrastruktur und Organisation beigetragen.

Im Sinne des Auftrages der Strukturreform im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist es das Ziel des IVZ, die stetig steigende Verantwortung für komplexe Entwicklungen zu übernehmen und die Zusammenarbeit seiner föderalen Partner der ARD und des Deutschlandradios zu unterstützen. Standardisierung und Wirtschaftlichkeit sind die Priorität aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des IVZ.

LEITUNG

Dr. Georg Greten

ONLINE-AUFTRITTE

 lvz.de

VIII. FINANZDATEN

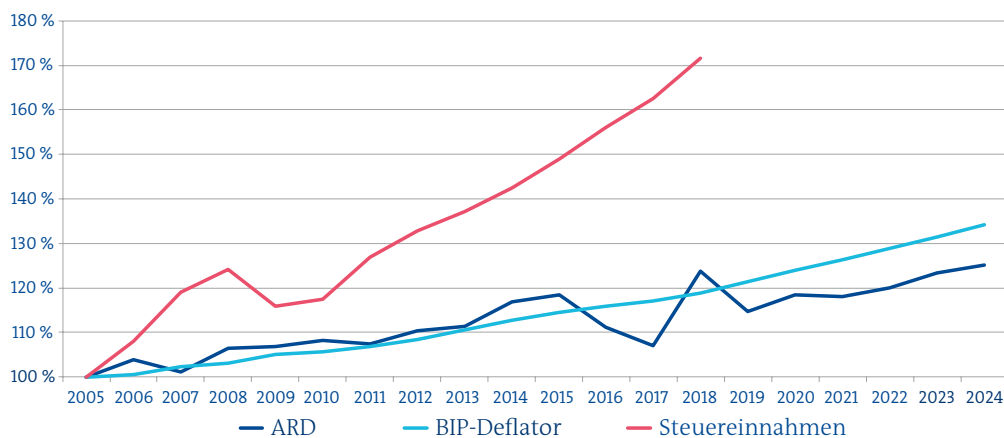
Alle ARD-Landesrundfunkanstalten verfolgen das Ziel, den öffentlich-rechtlichen Programmauftrag zu erfüllen und die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit einzuhalten. Nachfolgend werden die Einsparmaßnahmen der ARD dargestellt. Anschließend erfolgt ein Überblick über die Erträge und Aufwendungen.

8.1 RATIONALISIERUNGS- MASSNAHMEN DER ARD

Die ARD hat bereits in der Vergangenheit zahlreiche Maßnahmen zur Hebung von Wirtschaftlichkeitspotenzialen umgesetzt. Im Ergebnis konnte für die ARD von 2009 bis 2018 der Anstieg der Beitragserträge mit durchschnittlich 0,4 % pro Jahr begrenzt werden.

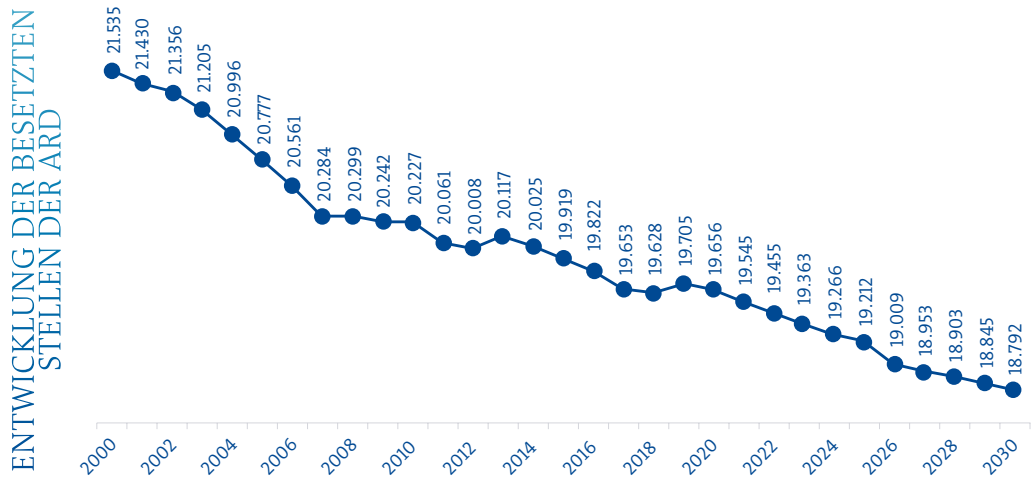
Die ARD wird auch zukünftig ihre Rationalisierungs- und Einsparmaßnahmen konsequent fortführen. Auch die Hebung von Wirtschaftlichkeitspotenzialen, zum Beispiel im IT-Bereich, wurde in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich betrieben.

Auch bei den Aufwendungen ist bei der ARD im Vergleich zu wesentlichen Wirtschaftsindikatoren seit 2005 ein geringerer Anstieg zu verzeichnen. Dies zeigt der nachfolgende Vergleich der Entwicklung der Gesamtaufwendungen der ARD im Vergleich zur Entwicklung der Steuereinnahmen und des BIP-Deflators.



*Daten für Steuereinnahmen sind derzeit nur bis zum Jahr 2018 verfügbar

Quellen: ARD: bis 2018 Ist-Werte; 2019 bis 2020 lt. Anmeldung zum 22. KEF-Bericht, 2021 bis 2024 lt. Feststellung 22. KEF-Bericht
 BIP-Deflator: 2005 bis 2019 Bundesministerium für Finanzen (Stand Februar 2020), 2021 bis 2024 Finanzplan des Bundes (Stand 09.09.2019)
 Steuereinnahmen: Statistisches Bundesamt (www.destatis.de)



(bis 2018 Ist-Werte; ab 2019 Anmeldung 22. KEF-Bericht)

Quelle: ARD-Anmeldung zum 22. KEF-Bericht

WEITERE RATIONALISIERUNGS- ERFOLGE DER ARD ZEIGEN FOL- GENDE BEISPIELE:

- Im Zeitraum 1993 bis 2020 werden rund 4.800 bzw. 19 % der Stellen im Bestand abgebaut worden sein.
- Im Zeitraum 2021 bis 2024 wird die Anzahl der besetzten Stellen nochmals um rund 390 bzw. 2 % reduziert und damit die Personalabbauvorgabe der KEF aus dem 21. Bericht von der ARD unbereinigt vollständig umgesetzt.
- Der Personalabbau wird auch in den darauffolgenden Jahren fortgesetzt, so dass die ARD-Landesrundfunkanstalten bis zum Jahr 2030 weitere rund 470 besetzte Stellen abbauen werden.

Der Stellenabbau erfordert weitere Optimierungen der Abläufe. Dazu gehört an erster Stelle die ARD-Strukturreform mit den zahlreichen und tiefgreifenden strukturellen Gemeinschaftsprojekten, die von 2017 bis 2024 einen Abbau um 355 besetzte Stellen ermöglicht haben (siehe Abschnitt 2). Darüber hinaus laufen beispielsweise in allen ARD-Landesrundfunkanstalten Pilotprojekte, um Teams zu verkleinern (Ein-Personen-Teams, Mobiler Journalismus, Einsatz von Kamerarucksäcken usw.). Hinzu kommen anstaltsindividuelle Maßnahmen zum Personalabbau.

Ergänzend haben alle Anstalten frei werdende Beschäftigungsverhältnisse oftmals nicht nachbesetzt, um Personalkapazitäten weiter zu reduzieren. Teure und sozial weniger verträgliche betriebsbedingte Kündigungen konnten damit durchgehend vermieden werden.

Die demografische Entwicklung über 2020 hinaus ist eine große Herausforderung für die Rundfunkanstalten. Im Zeitraum 2018 bis 2030 verlassen insgesamt knapp 7.300 in Vollzeit Beschäftigte altersbedingt die Landesrundfunkanstalten. Das sind über ein Drittel der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hier sind vor allem das betriebliche Gesundheitsmanagement und die Personalentwicklung gefragt. Zum anderen stellt die demografische Entwicklung die Rundfunkanstalten vor die Aufgabe, erfahrenes und qualifiziertes Personal adäquat zu ersetzen. Hier werden im Zuge der Nachbesetzung von Stellen große Anstrengungen notwendig sein, um die Arbeitgeberattraktivität der Rundfunkanstalten auch in Zukunft auf einem immer umkämpfteren Fachkräftemarkt sicherzustellen. Der demografische Wandel bietet aber auch Chancen und Potenziale, den für die Zukunftsfähigkeit der ARD essenziellen multimedialen Transformationsprozess zu unterstützen und die Beschäftigtenstruktur im laufenden Betrieb zielgerichtet umzubauen, zu optimieren und in diesem Zusammenhang, soweit möglich und notwendig, zu flexibilisieren. Insbesondere durch das Strukturprojekt „SAP-Prozessharmonisierung“ könnten darüber hinaus durch die Einrichtung von Shared Services frühestens ab 2025 noch weitere Einsparpotenziale gehoben werden, da Aufgaben zentral übernommen werden.

Die ARD hat sich im Jahr 2017 mit den Gewerkschaften auf ein Gesamtpaket zur Neuregelung der Altersversorgung verständigt. Dieses führt für die ARD bis zum Jahr 2024 zu Einsparungen von über 1 Mrd. €.

Die KEF sieht vor allem in der Begrenzung der Dynamisierung einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Konsolidierung der Altersversorgung bei den Rundfunkanstalten. Positiv bewertet sie auch den neuen Beitragstarifvertrag (BTVA), der zu einer erheblichen Einsparung gegenüber den bisherigen Versorgungssystemen führt (21. KEF-Bericht, Tz. 167). Dieser insgesamt positiven Bewertung hat sich auch die Mercer Deutschland GmbH als externer, von der KEF beauftragter Gutachter angeschlossen.

8.2 DIE STRUKTURPROJEKTE DER ARD

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

- Medienübergreifende Recherche, Konzipierung und Produktion von Inhalten
- Medienübergreifende Schärfung des regionalen Profils der Rundfunkanstalten
- Kooperation zwischen den Rundfunkanstalten

Die ARD-Strukturreform dient also nicht nur der Hebung kurzfristiger Einsparpotenziale, sondern auch der Optimierung programmstützender Prozesse, die langfristig zu Synergieeffekten führen. Daher wurden ganz bewusst auch Projekte in Angriff genommen, die keine Auswirkung auf den Finanzbedarf haben. So sollen die Chancen der Digitalisierung in mehrfacher Hinsicht genutzt werden: Neben dem wichtigen Ziel der Effizienzsteigerung hat die ARD so die Möglichkeit, neue Publika besser zu erreichen und auch zu einer Akzeptanzsteigerung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beizutragen. Das Beispiel der ARD Audiothek ist nur eines von vielen.

Ziel und Ansporn der ARD ist stets, ihren Auftrag bestmöglich zu erfüllen. Dazu gehört auch, mit den ihr anvertrauten Mitteln effizient und sparsam umzugehen. Hierzu bietet die Digitalisierung neue Chancen. Der auf Medienverbundsebene in Gang gesetzte Strukturreformprozess bildet hierzu einen maßgeblichen Baustein,

mit dem nicht nur Einsparpotenziale gehoben, sondern auch programmstützende Prozesse optimiert werden, die langfristig zu weiteren Synergieeffekten führen. Auch auf Ebene der Landesrundfunkanstalten wird seit Jahren kontinuierlich und unter massiven Anstrengungen an der Verbesserung der Kosteneffizienz gearbeitet – mit signifikanten Ergebnissen und spürbaren Einschnitten. Diese Maßnahmen dienen den Landesrundfunkanstalten vor allem dazu, die rundfunkspezifische Teuerung aufzufangen. Es handelt sich also nicht um bedarfsmindernde Einsparpotenziale, sondern um Maßnahmen, die dazu dienen, steigende Kosten im laufenden Betrieb auszugleichen. Ohne diese Anstrengungen der ARD-Landesrundfunkanstalten wäre es nicht möglich gewesen, den Rundfunkbeitrag über einen so langen Zeitraum stabil zu halten.

KOOPERATIONEN ALS PRINZIP DER STRUKTURREFORM

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

Die Grundsätze der Strukturreform sind:

- Konsequente Arbeitsteilung und Spezialisierung erschließen Rationalisierungspotenziale: Einzelne oder mehrere Landesrundfunkanstalten übernehmen – wie es heute schon punktuell geschieht – Aufgaben für die gesamte ARD-Gemeinschaft.
- Modernisierung und Harmonisierung von Arbeitsprozessen ermöglichen Einsparungen: Durch effiziente, anstaltsübergreifende Steuerung und Erschließung von Skalierungseffekten werden nicht mehr zeitgemäße und/oder kostenintensive durch zeitgemäße und/oder kostengünstigere Prozesse abgelöst.
- Konsequentes Benchmarking zwischen den Landesrundfunkanstalten und mit externen Marktteilnehmern macht Einsparpotenziale besser sichtbar: Mithilfe einheitlicher Standards und Reportings verbessert die ARD die Messbarkeit des Erfolgs ihres Handelns und schafft kostenreduzierende Referenzmodelle (beispielsweise im Produktionsbereich).
- Einsatz neuer Technologien vereinfacht, vereinheitlicht und verschlankt Verwaltungs- und Produktionsprozesse: So mindern smarte und teilautomatisierte Verfahren den Kosten- und Personalaufwand bei gleichbleibender oder verbesserter Qualität.

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

Die Schlüsselprojekte der Strukturreform sind in dem von der ARD im September 2017 vorgelegten Bericht zu Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausführlich beschrieben:

- Produktion: effizientere Prozesse für alle (zum Beispiel die Prozessstandardisierung bei der Produktion von Großereignissen)
- IT-Strategie: einheitliche IT-Infrastruktur für eine optimale Ressourcenauslastung und mehr spezialisiertes Know-how
- SAP-Prozessharmonisierung: Standardisierung der Software und Workflows als Basis für eine senderübergreifende Verwaltungsreform und integrierte Dienstleistungen
- Archivinfrastruktur medas: ein intelligentes Archivsystem als Schlüssel zur digitalen Produktionskette
- Plattform für digitale Produkte: gemeinsame technische Infrastruktur als Grundlage für alle unsere digitalen Angebote
- Korrespondentennetz: eine neue Stufe der crossmedialen Zusammenarbeit

KOOPERATIONEN ZWISCHEN ARD, ZDF UND DEUTSCHLAND- RADIO

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

Die 20 Strukturprojekte der ARD beinhalten insgesamt 18 Kooperationsprojekte. Davon beteiligt sich das ZDF an zehn und Deutschlandradio an 15 Kooperationsprojekten. Von den 20 Strukturprojekten sind drei Projekte mittlerweile abgeschlossen.

Auch abseits der ARD-Strukturreform finden Kooperationen zwischen ARD, ZDF und Deutschlandradio statt. So haben sich WDR und ZDF Anfang 2020 darauf geeinigt, dass das ZDF zukünftig Studiokapazitäten beim WDR im Funkhaus Düsseldorf anmieten wird und dafür sein Studio in der Josef-Gockeln-Straße veräußern wird.

EINORDNUNG DER EINSPAR- POTENZIALE

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

Die Einsparungen teilen sich wie folgt auf die ARD-Strukturprojekte auf:

Nr.	Projekt	geschätztes Einsparvolumen (netto, Umsetzungsaufwand bereits abgezogen)	
		2017 – 2024	2025 – 2028
	Titel	in Mio. €	
1	Archivinfrastruktur – medas	21	24
2	Archivprozesse (Pressearchive, -datenbanken, Musikedokumentation)	4	6
3	Aus- und Fortbildung / Medienakademie	0	0
4	Beitragsservice	13	7
5	Benchmarking Produktion (Studioproduktion, Smarte Produktion)	64	40
6	Einkauf	25	16
7	IT-Strategie	72	54
8	Korrespondentennetz Infrastruktur Crossmediale Korrespondentenplätze	2	2
9	Managed Services Audiofingerprint-System	7	2
10	Optimierung DRA-Standorte	1	1
11	Plattform für digitale Produkte	0	0
12	Prozessstandardisierung Produktion Großereignisse	25	5
13	SAP Prozessharmonisierung	9	64
14	Sendeabwicklung Hörfunk- / Fernsehschalträume / Sternpunkt / POC / Leitungsbüro	32	32
15	Sendernetzbetrieb	6	12
16	ServiceDesk	15	24
17	Strukturoptimierung Versorgungs- / Pensionskassen	3	2
18	Verkehrsfunk	1	3
19	Verlagerung MiMa nach Berlin	1	2
20	Zukunft des IRT	k.A.	k.A.
Den Strukturprojekten direkt zugeordnete Einsparungen		301	295
Zusätzlich zu erbringende anstaltsindividuelle Einsparungen		10	-18
Summe des Einsparvolumens		311	277

Quelle: ARD-Anmeldung zum 22. KEF-Bericht

8.3 ERTRÄGE

Der 22. KEF-Bericht ist ein beitragsrelevanter Bericht, in dem die KEF eine Empfehlung über die zukünftige Höhe des monatlichen Rundfunkbeitrags für den Zeitraum 2021 bis 2024 abgegeben hat. Zu diesem Zweck haben die Rundfunkanstalten ihre Anmeldung für den Zeitraum 2017 bis 2020 und für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 abgegeben. Die nachfolgenden Zahlenangaben entsprechen der KEF-Systematik und sind die Datengrundlage für den 22. KEF Bericht. Für das Jahr 2019 liegen noch keine testierten Zahlen vor. Deshalb basieren die Darstellungen bis 2018 auf Ist-Werten und ab dem Jahr 2019 auf Planwerten.

Die Landesrundfunkanstalten finanzieren sich vor allem aus Rundfunkbeiträgen. Dazu kommen Einnahmen durch Werbung und Sponsoring sowie weitere Ertragsarten. Im Jahr 2018 erzielten die ARD-Landesrundfunkanstalten Erträge in Höhe von 6.609,2 Mio. €. Nach wie vor sind die Beitragserträge mit 85 % die wesentliche Einnahmequelle der ARD-Landesrundfunkanstalten. Die Nettowerbe- und Sponsoring-Umsätze belaufen sich auf 7 % und die sonstigen Erträge auf 8 %.

ANMELDUNG DER ARD-LANDESRUNDFUNKANSTALTEN ZUM 22. KEF-BERICHT: ÜBERBLICK „ERTRÄGE“ IN MIO. € 2017 – 2020

	2017	2018	2019	2020	2017–2020
Beitragserträge	5.546	5.556	5.524	5.511	22.137
Rückflüsse aus Landesmedienanstalten	44	44	44	44	176
Werbeerträge	136	123	123	123	507
Sponsoringerträge	30	34	25	26	115
Finanzerträge	130	84	122	102	437
Sonstige Erträge aus Kostenerstattungen	102	105	88	87	382
Beteiligungserträge	13	21	5	8	47
Sonstige betriebliche Erträge	508	616	546	607	2.277
Sonstiges	-16	26	27	27	63
Summe	6.494	6.609	6.504	6.535	26.141

Quelle: ARD-Anmeldung zum 22. KEF-Bericht

Die KEF geht im 22. KEF-Bericht (Kapitel 7) im Vergleich zur Anmeldung der Rundfunkanstalten von höheren Erträgen aus. Erträge lassen sich im Unterschied zu den Aufwendungen jedoch nur in begrenztem Maße beeinflussen bzw. steuern. Die Erträge hängen maßgeblich von externen Faktoren ab, wie beispielsweise der Anzahl der Beitragszahlerinnen und Beitragszahler, der wirtschaftlichen Lage in Deutschland oder der Höhe der Zinssätze. So können zum Beispiel auch die im 21. KEF-Bericht angenommenen Beitragsenerträge nicht in vollem Umfang erreicht werden (s. 22. KEF-Bericht, Tab. 125). Insgesamt wurden von der KEF 301,6 Mio. € höhere Beitragsenerträge im 21. KEF-Bericht prognostiziert, als gem. Stand zur Anmeldung zum 22. KEF-Bericht eintreten werden.

Neben den Beitragsenerträgen gibt es weitere Ertragsarten. Im Wesentlichen beinhalten diese die Erträge aus Werbung und Sponsoring, die „Sonstigen betrieblichen Erträge“ (zum Beispiel Erträge aus Programmverwertungen), Finanzerträge (insbesondere Erträge aus Deckungsstöcken zur Altersversorgung) sowie Kostenerstattungen (Ausgleichszahlungen für Leistungen oder für Ausgaben, die im Wesentlichen von einer Rundfunkanstalt erbracht, aber von mehreren Anstalten zu finanzieren sind), und Beteiligungserträge, (Erträge der Rundfunkanstalten von ihren Beteiligungsunternehmen, u. a. in Form von Gewinnausschüttungen).

Insgesamt ist darauf hinzuweisen, dass auch die Einnahmen aus Werbung und Sponsoring dazu beitragen, die Höhe des monatlichen Rundfunkbeitrags sozial verträglich zu gestalten. Dies unterstreicht auch die Beibehaltung der aktuellen Regelung zur Werbezeitenreduzierung beim WDR, nach der auf bis zu zwei WDR-Wellen maximal 75 Minuten Werbung werktäglich im Jahresdurchschnitt laufen dürfen. Die NRW-Landesregierung hatte in einem wissenschaftlichen Gutachten die Auswirkungen auf den WDR und den privaten lokalen Hörfunk untersuchen lassen. Die erste Stufe der Werbereduzierung, die am 1.1.2017 in Kraft trat und in deren Folge seitdem WDR 4 werbefrei ist, habe nicht dazu geführt, dass Werbungtreibende nennenswert Werbebudget zu den Lokalhörfunksendern oder radio NRW verschoben haben, konstatiert das Evaluierungsgutachten. Die einst geplante zweite Stufe der Werbezeitenreduzierung beim WDR, wird folglich nicht umgesetzt.

Aus Sicht der ARD-Landesrundfunkanstalten sollten keine weiteren Veränderungen der gesetzlichen Regelungen zu Werbung und Sponsoring vorgenommen werden. Eine Änderung der Teilnahme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten am Werbemarkt hat auch Auswirkungen auf die allgemeine Wettbewerbssituation und die werbetreibende Wirtschaft in Deutschland insgesamt, da ARD und ZDF eine alternative Werbeplattform zu den kommerziellen Anbietern darstellen.

8.4 AUFWENDUNGEN

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

Diese „buchhalterische“ Aufteilung durch die KEF ist mit der Absicht verbunden, eine genauere Prüfung der Aufwendungen vornehmen zu können (22. KEF-Bericht, Tz. 234).

Im Jahr 2018 beliefen sich die Aufwendungen der ARD-Landesrundfunkanstalten auf 7.203,6 Mio. €.

Im Vergleich zu 2017 bis 2020 steigt der Aufwand 2021 bis 2024 um 1,5 % p. a. Im Vergleich dazu beträgt die prognostizierte allgemeine Teuerungsrate laut Finanzplan des Bundes 2,0 % p. a. Diese Unterschreitung konnte nur durch erhebliche Rationalisierungs- und Kürzungsmaßnahmen innerhalb der Landesrundfunkanstalten erreicht werden.

ANMELDUNG DER ARD-LANDESRUNDFUNKANSTALTEN ZUM 22. KEF-BERICHT: ÜBERBLICK „AUFWENDUNGEN“ IN MIO. €

2017 – 2020

	2017	2018	2019	2020	2017–2020
Programmaufwendungen	2.395	2.611	2.512	2.647	10.166
Programmverbreitung	331	192	194	194	911
Personalaufwendungen ohne Altersvorsorge	1.743	1.763	1.851	1.883	7.241
Sachaufwendungen	1.053	1.088	1.095	1.147	4.383
Sonstiger Aufwand	687	1.535	1.004	1.003	4.229
- finanzbedarfswirksamer Nettoaufwand zur Altersversorgung	499	432	430	478	1.839
Summe Bestandsbedarf	6.209	7.189	6.657	6.874	26.929
Entwicklungsbedarf (exkl. Projektinvestitionen)	14	14	19	19	66
Summe	6.223	7.204	6.675	6.893	26.995

Quelle / Stand: 2017 und 2018: Ist-Ergebnisse; 2019 und 2020 lt. Anmeldung zum 22. KEF-Bericht (Stand April 2019)

IX. AUSBLICK

Deutschland ist seit Jahrzehnten geprägt von einer vielfältigen Medienlandschaft, die eine der wichtigsten Grundlagen für Meinungsppluralität und Meinungsbildung ist. Die föderale ARD mit ihren neun Landesrundfunkanstalten ist seit 70 Jahren ein fester Bestandteil dieser Landschaft. Das zeigt sich nicht zuletzt daran, dass gerade in diesen Krisenzeiten die Menschen den Angeboten und Programmen der ARD so viel Aufmerksamkeit und Vertrauen schenken wie nie. Die ARD ist vor Ort. Sie ist der Allgemeinheit verpflichtet und hat die wichtige Aufgabe, die Menschen in den Regionen mit Information, Wissen und Rat zu versorgen und sie mit Film, Sport und Kultur zu bereichern. All das meistert sie bisher zuverlässig. Allerdings stehen wir nicht erst durch die Corona-Krise vor großen Herausforderungen, die wir nur gemeinsam, d. h. mit entsprechender politischer und gesetzgeberischer Unterstützung meistern können.

So hat sich in den letzten Monaten einmal mehr gezeigt, wie wichtig eine krisenfeste Infrastruktur ist, die allen Bürgerinnen und Bürgern freien Zugang zu Medieninhalten garantiert. Die Frage, über welche Wege unsere digitale Kommunikation stattfindet, darf nicht nur marktgetrieben sein, sondern muss das Wohl und die Bedürfnisse der Allgemeinheit und des Einzelnen berücksichtigen. Die vergangenen Monate haben deutlich gezeigt, wie wichtig ein kluger Infrastrukturmix für Deutschland ist. In diesen Krisenzeiten wird so viel mehr von daheim gearbeitet und gestreamt, dass die internetgetriebene Datenübertragung schnell an ihre Grenzen stößt.

Es braucht daher auch weiterhin alternative Wege, um die Nutzerinnen und Nutzer mit unseren Programmen zu versorgen.

Dazu ist es notwendig, dass sich Länder wie Bund bei grundlegenden Entscheidungen – wie zum Beispiel zur Weiterentwicklung neuer Technologien wie 5G, zur Versteigerung von für die terrestrische Verbreitung notwendigen Frequenzen oder zur Digitalisierung des Radios (DAB+) – diesem Ziel einer gemeinwohlorientierten hybriden Infrastruktur aktiv annehmen.

Die Innovationskraft und zugleich Krisenresilienz der Medien kann auch durch Erleichterungen von Kooperationen gestärkt werden. Öffentlich-rechtlicher und kommerzieller Rundfunk sowie Verlage arbeiten bereits an vielen Stellen zusammen, auch um besser gegen die finanzielle und strukturelle Übermacht global agierender US-Unternehmen gewappnet zu sein. Zugleich können durch Kooperationen kostensparende und innovationsfördernde Synergien gehoben werden. Die ARD-Strukturreform, die wir konsequent und nachhaltig fortsetzen werden, hat zum Ziel, für die Gesellschaft die größtmögliche inhaltliche Wertschöpfung bei gleichzeitig höchster wirtschaftlicher wie technischer Effizienz zu erreichen.

Entscheidend für die Zukunft unserer bewährten Medienlandschaft wird die Auffindbarkeit ihrer Angebote sein, gerade weil diese zunehmend über Plattformen und Intermediäre vermittelt werden. Hierzu haben die Länderchefinnen und -chefs mit der Beschlussfassung zum sog. Medienstaatsvertrag einen wichtigen Schritt getan. Die Verpflichtung, dass auf Medienplattformen gesellschaftlich relevante Inhalte wie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Menschen leicht auffindbar sein müssen, bildet dabei das Herzstück. Nicht zuletzt in Zeiten eines erhöhten Informationsbedürfnisses wollen die Bürgerinnen und Bürger auf „ihren“ öffentlichen Rundfunk schnell und unkompliziert zugreifen können, in den sie, wenn es wichtig wird, das höchste Vertrauen setzen und der ihre Kultur und ihren Lebensalltag in Deutschland spiegelt. Wichtig ist, dass diese Plattform-Regelungen, die in diesem Jahr zur Ratifizierung in den Landtagen anstehen, rasch zur Anwendung kommen können.

Wie wir gerade sehr schmerzlich erleben, kann sich die Welt in rasendem Tempo grundlegend ändern. Auch für Medien ist es dann entscheidend, pragmatisch, flexibel und innovativ zu reagieren bzw. reagieren zu können. Die ARD hat in den Corona-geprägten Zeiten nicht nur neue Programminhalte geschaffen, um den Menschen in der Krise möglichst genau das zu geben, was sie brauchen. Sondern sie hat auch die gesamte Kraft ihres Medienverbundes genutzt, um für alle über Radio, Fernsehen und Internet verlässlicher Partner und Helfer zu bleiben. Eine Flexibilisierung in der Mittelverwendung könnten dabei weitere Chancen zu Innovation und Risikovorsorge eröffnen.

Der Lebensalltag der Menschen und die politischen Prozesse werden sich weiter rasant digitalisieren und zunehmend von der Netzökonomie geprägt werden. Umso wichtiger ist es, dass wir gemeinsam dafür Sorge tragen, dass die für eine Demokratie essenzielle Gesamtöffentlichkeit hergestellt und der Diskurs miteinander gesucht werden kann. Die ARD wird auch in Zukunft dazu ihren verlässlichen Beitrag leisten. Wir werden mit ganzer Kraft daran arbeiten, mit den von der Gemeinschaft anvertrauten Mitteln das gesellschaftliche, kulturelle und politische Miteinander zu fördern, allen Regionen in Deutschland eine Stimme zu geben und zum Zusammenhalt im Land beizutragen.

BILDNACHWEISE

- S. 22/23: Jörg Schönenborn im ARD-Wahlstudio © WDR/Oliver Ziebe
S. 24: „Tatort“-Schauspieler Mark Waschke © dpa/Annette Riedl
S. 24: ARD Mediathek © ARD
S. 25: Moderatorin Christina von Ungern-Sternberg in Gespräch mit Gästen © phoenix/Christian Marquardt
S. 26: Faktenfuchs © BR
S. 27: Shafagh Lagai im Niger © WDR/Christoph Mohr
S. 28: „EXAKT - DIE STORY: Weggehen oder Wiederkommen? – Der Preis der Heimat“ © MDR/Philipp Bauer
S. 28: „Fritzi – Eine Wendewundergeschichte“ © Weltkino Filmverleih GmbH/dpa
S. 29: Audiothek © WDR/Annika Fußwinkel
S. 29: „Die Maus zum Hören“ © dpa/Roberto Pfeil
S. 30: Karakaya Talk © WDR/Ernst
S. 30: Suat Yilmaz © WDR/ARD/Heiko Richard
S. 31: Finals Berlin 2019 © dpa/Britta Pedersen
S. 31: „Lokalzeit aus Wuppertal“ © WDR/Tillmann Franzen
S. 32: rbb „Abenschau“ © rbb/Thorsten Jander
S. 32: „Dahoam is Dahoam“ © BR/Marco Orlando Pichler
S. 33: News-WG © Instagram/news_wg
S. 34: „AR 1933-1945“ © WDR/Annika Fußwinkel
S. 35: Dreharbeiten zum „Tatort aus Köln“ © WDR/Thomas Kost
S. 37: „Tatort aus Ludwigshafen: Maleficus“ © SWR/Sabine Hackenberg
S. 37: Programmvolontärinnen und Programmvolontäre des WDR © WDR
S. 38/39: „ARD-Mittagsmagazin“ © dpa/Soeren Stache
S. 40: WDR COSMO in Gebärdensprache © WDR
S. 41: Christian Drosten © dpa/Christophe Gateau
S. 41: #zusammenhalten für die Kultur © SWR
S. 41: Ralph Caspers beantwortet Kinderfragen © WDR
S. 43: Das „Tagesschau“-Studio © NDR/Thorsten Jander,
S. 44: „Lotte am Bauhaus“ © MDR/UFA Fiction/Stanislaw Honzik
S. 44: „Tatort aus Münster: Lakritz“ © WDR/Willi Weber
S. 45: Turn-Weltmeisterschaften in Stuttgart © SWR/STB
S. 46: ARD Mediathek © SWR/Dennis Weissmantel
S. 46: „In aller Freundschaft – Die jungen Ärzte“ © ARD/Markus Nass
S. 48: „EXAKT – Das Nachrichtenmagazin“ © MDR/Hagen Wolf

- S. 49: „Mein Nachmittag“ © NDR/Hendrik Lüders
 S. 49: „Kaffee oder Tee“ © SWR/Peter A. Schmidt
 S. 50: ARD Audiothek © WDR/Annika Fußwinkel
 S. 51: Fritz-Studio „Fräulein Fritz“ © rbb/Claudius Pflug
 S. 51: „Der nasse Fisch“ © Radio Bremen /Ali Ghandtschi
 S. 52: „Beethoven-Experiment“ mit der Maus © WDR/Ben Knabe
 S. 53: Teodor Currentzis © SWR/Anton Zavjalov
 S. 55: ARD Audiothek © ARD/Dennis Weissmantel
 S. 56: „Bauerfeind – Die Show zur Frau“ © WDR/Dirk Borm
 S. 57: „Doctor Who“ © WDR/BBC/Adrian Rogers,
 S. 61: „ARD alpha“ © ARD
 S. 65: „Pufpaffs Happy Hour“ © ZDF/Antje Dittmann
 S. 66: „Dein Song“ © dpa/ZDF/Andrea Enderlein
 S. 67: „Respekt für mehr Rechte! Schule leben!“ © dpa/Annette Riedl
 S. 69: „Krieg der Träume“ © SWR/Ricardo Vaz Palma/IRIS
 S. 70: „Brecht“ © WDR/Bernd Spauke
 S. 70: „24h Europe – The Next Generation“ © dpa/Axel Schneppat
 S. 71: ARTE-Messestand auf der Frankfurter Buchmesse 2019 © imago images/Manfred Segerer
 S. 72: funk © dpa/Maurizio Gamberini
 S. 73: Sophie Burkhardt und Florian Hager © SWR/Marcel Burkhardt
 S. 73: Mädelsabende © WDR/Annika Fußwinkel
 S. 74: ARD Mediathek © SWR/Dennis Weissmantel
 S. 75: ARD Audiothek © SWR/ard.de
 S. 76: Tagesschau-App © epd Picture/Norbert Neetz
 S. 77: Sportschau-App © mauritius images/Westend61
 S. 78: KiKA-Player App © ARD
 S. 79: ARD Text © ARD/rbb/Tobias Koch
 S. 83: „Barcelona-Krimi“ © ARD Degeto/Lucia Faraig
 S. 83: „Babylon Berlin“ © HR/Degeto/X-Filme/Beta Film/Sky Deutschland/Frédéric Batier
 S. 86: Mediengestalter © WDR/Michael Schwettmann
 S. 87: Medientechnikerin © WDR/Michael Schwettmann
 S. 87: Kolleginnen und Kollegen im Workshop © imago/Westend61
 S. 90: Kundengespräch © WDR/Herby Sachs

IMPRESSUM

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

ARD-Vorsitz: Westdeutscher Rundfunk Köln
Anstalt des Öffentlichen Rechts
Appellhofplatz 1
50667 Köln

ARD-Vorsitzender: Tom Buhrow

Layout: LUP AG, Köln

Stand: Mai 2020



Diese Publikation besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Mit dem Kauf von FSC®-Produkten fördert der Westdeutsche Rundfunk Köln verantwortungsvolle Waldwirtschaft, die nach strengen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Kriterien des Forest Stewardship Council überprüft wird.



BR

HR

MDR

NDR

Radio Bremen

RBB

SR

SWR

WDR