

Bericht der ARD
über die Erfüllung ihres Auftrags,
über die Qualität und Quantität ihrer
Angebote und Programme
sowie über die geplanten Schwerpunkte
(§ 11e Rundfunkstaatsvertrag)

Inhalt

Einführung	Seite 2
Präambel	Seite 4
Allgemeine Qualitätskriterien	Seite 6
1. Information	
Bericht	Seite 7
Leitlinien	Seite 26
2. Kultur	
Bericht	Seite 34
Leitlinien	Seite 45
3. Bildung, Wissen und Beratung	
Bericht	Seite 51
Leitlinien	Seite 56
4. Unterhaltung	
Bericht	Seite 59
Leitlinien	Seite 64
5. Kinder und Familie	
Bericht	Seite 68
Leitlinien	Seite 72
6. Ansprache jüngerer Zielgruppen	
Bericht	Seite 75
Leitlinien	Seite 81
7. Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen	
Bericht	Seite 85
Leitlinien	Seite 89
8. Migration und Integration	
Bericht	Seite 91
Leitlinien	Seite 93
9. Regionale Kompetenz	
Bericht	Seite 95
Leitlinien	Seite 101
10. Trennung von Werbung und Programm	
Bericht	Seite 103
Leitlinien	Seite 104
11. Digitale Perspektiven	
Bericht	Seite 105
Leitlinien	Seite 109

Einführung

Das Erste will die Nummer eins bleiben

Der Medienmarkt durchlebt derzeit radikale Umbrüche. Für Das Erste, das Gemeinschaftsprogramm der ARD, bedeutet dies, dass es seine staatsvertraglich gesetzte Aufgabe unter veränderten Rahmenbedingungen und Perspektiven wahrnehmen muss. Ziel ist es laut Staatsvertrag, ein „Fernsehvollprogramm zu gestalten“, das „der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung“ dient. Um diesem Auftrag gerecht werden zu können, muss Das Erste unter allen Fernsehanbietern weiterhin eine führende Rolle anstreben – führend in der Qualität der Programmangebote in allen Genres und führend in der Akzeptanz beim Publikum.

Die Rahmenbedingungen für die Erfüllung dieses Auftrags haben sich in den letzten Jahren entscheidend verändert und damit das Erreichen dieses Ziels erheblich erschwert. Vor allem der immer schärfer werdende Kampf um Aufmerksamkeit in der medialen Welt, die Angebotsfülle an Programmen und die damit einhergehende Fragmentierung haben dazu geführt, dass der Marktanteil sämtlicher großen Anbieter, öffentlich-rechtlicher wie kommerzieller, von 78 Prozent im Jahr 1992 auf 67 Prozent im Jahr 2011 sank, obschon sich der durchschnittliche Fernsehkonsum seit den 80er Jahren um über anderthalb Stunden erhöht hat und weiter leicht ansteigend ist. Mit anderen Worten: Die Zuschauer machen fleißig Gebrauch von den im Augenblick etwa 78 frei empfangbaren Programmen. Im Zuge der Digitalisierung ist zu erwarten, dass die Angebotsfülle weiter ansteigen und der TV-Markt damit immer kleinteiliger werden wird.

Verstärkt werden die Abwanderungstendenzen von den großen linearen Vollprogrammen hin zu Nischen- und Special-Interest-Sendern noch durch ein deutlich erweitertes Bewegtbildangebot im Internet. Obwohl der lineare TV-Konsum mittelfristig in der Mediennutzung und dem Zeitbudget der Menschen weiterhin dominant sein wird, werden Internet und Fernsehen doch langfristig verschmelzen. Die „ARD/ZDF-Online-Studie 2012“ hat ergeben, dass sich die mobile Internetnutzung in den letzten drei Jahren mehr als verdoppelt hat (2009: 11 Prozent; 2012: 23 Prozent). Schon heute nutzen 13 Prozent der Fernsehzuschauer gelegentlich neben dem Fernsehen den „Second Screen“ des Smartphones, des Tablets oder des Laptops. Im Zukunftsmarkt des Webs jenseits der klassisch linearen Verbreitung präsent zu sein, ist deshalb auch für Das Erste auf längere Sicht überlebenswichtig. Aktuell bedeutet dies, dass von der Online-Begleitung der Sendungsinhalte über die mobile Verfügbarkeit, die Mediatheken, die Streaming-Angebote bis hin zu den Social Communities und HbbTV eine Fülle neuer Aufgaben zu bewältigen sind. Und das in einer schon angespannten finanziellen Situation, in der sich aus der Umstellung auf den neuen Rundfunkbeitrag und der damit verbundenen unsicheren Entwicklung zusätzliche Sparzwänge ergeben.

Was folgt aus diesem Szenario für die strategische Ausrichtung des Ersten?

Für Das Erste gilt unverändert die in der ARD vereinbarte und bewährte Doppelstrategie, Qualität und Quote gleichermaßen erreichen zu wollen. Dazu muss das öffentlich-rechtliche Profil des Ersten weiter geschärft werden, um die reale Nutzung zu stabilisieren und zu steigern. Der Funktionsauftrag kann nur erfüllt werden, wenn Das Erste ein relevanter Faktor der Meinungs- und Willensbildung bleibt. Relevanz ohne Akzeptanz kann es letztendlich nicht geben. Mehrheitsfähigkeit ist der entscheidende Faktor und die Grundlage der Legitimation des Ersten. Die Doppelstrategie führt

Akzeptanzoptimierung und Profilierung zusammen, statt sie – wie in mancher Alltagsdiskussion – gegeneinander auszuspielen.

Die Schärfung des Profils muss über klare Prioritätensetzungen erfolgen. Das Erste wird sich daher in Zukunft noch stärker auf wettbewerbsentscheidende Sendeplätze und Programmzonen konzentrieren, also insbesondere auf den Hauptabend und auf die fernsehintensiven Zeiten. Im Gegenzug sind Zeiten mit geringer TV-Nutzung möglichst ressourcenschonend u.a. durch Einsatz von Repertoire und Wiederholungen zu bespielen, so wie dies bereits mit der Reform des Nachtprogramms und des Vormittagsprogramms geschehen ist. Um zukünftig angemessen auf veränderte Konkurrenzbedingungen reagieren zu können, muss auch das Programmschema des Ersten flexibler handhabbar sein.

Im Rahmen ihrer Konzernstrategie muss die ARD das Verhältnis des Ersten als „Flaggschiff“ zu den regionalen Dritten Fernsehprogrammen und zu den Sparten- und Digitalkanälen justieren und bestimmen. Flexibilität und Veränderungsbereitschaft sind wichtige Faktoren, wenn es um das eine, alle Landesrundfunkanstalten verbindende Ziel geht: die Position des Ersten im Markt zu stärken. Partikularinteressen müssen hinter der strategischen Gesamtausrichtung des ARD-Flaggschiffs Das Erste zurückstehen. Den Dritten Programmen kommt dabei eine wichtige Rolle als Innovationsmotor und –bühne für Das Erste zu.

Die Verjüngung des Publikums ist ein zentrales Anliegen, um die Zukunftsfähigkeit des Ersten zu sichern. Dabei ist auch hier auf ein ausbalanciertes Verhältnis zwischen Jung und Alt zu achten, das heißt auf Integration der Altersgruppen und nicht auf ein zielgruppenorientiertes Programm, das vor allem die 19- bis 49-Jährigen im Visier hat. Als nationales Vollprogramm ist Das Erste ein Content-Anbieter, der sich in der Mitte der Gesellschaft anzusiedeln hat. Dennoch wird schon jetzt vieles geleistet, was das Programm des Ersten auch für die Jungen attraktiv macht, damit das Akzeptanzkriterium auch in Zukunft erfüllt wird: Der „Tatort“ etwa wird durch moderne Erzählformen und neue Teams immer jünger, ohne deshalb bei der älteren Zuschauerschaft zu verlieren; schwieriger ist dies bei Informationsformaten, bei denen eine Verjüngungsstrategie nicht auf Kosten von Inhalt und Substanz gehen darf. Die „Markencheck“-Sendungen haben aber bewiesen, dass auch in der jüngeren Altersgruppe mit Information über durchschnittliche Marktanteile (12-17 Prozent) erreicht werden können. Entscheidend sind dafür Themenwahl, eine jugend-affinere Erzählweise, die dramaturgische und visuelle Ansprache sowie die Tonalität der Angebote.

Bei allen Herausforderungen, denen sich das Hauptprogramm der ARD zu stellen hat, hat es doch einen deutlichen Wettbewerbsvorteil: Das Erste hat die Eins – und diese Eins ist ein Qualitätssiegel. Es steht für Premiumprodukte, Verlässlichkeit, Seriosität und Kompetenz, Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit. Es steht für Inhalte und ist ein Exzellenz-Emblem, das von unserer Gesellschaft auch so wahrgenommen wird. Im Zeitalter der Digitalisierung wird diese Eins langfristig von einem Programm-Zeichen in eine „Content“-Marke transformiert werden müssen, in der die Akzeptanz über Relevanz als oberstes Ziel erreicht wird.

Präambel

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfüllt mit der Gesamtheit seiner Angebote und Dienstleistungen eine unverzichtbare gesellschaftliche Funktion. Die ARD stellt mit ihrem Gemeinschaftsprogramm Das Erste 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.

Laut § 11e Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrags ist die ARD verpflichtet, für ihr Gemeinschaftsprogramm Das Erste alle zwei Jahre einen Bericht über die Erfüllung ihres Auftrags, die Qualität und Quantität ihrer Angebote sowie die geplanten Schwerpunkte vorzulegen.

Die Erfüllung ihres Programmauftrags verbindet die ARD mit einem auf Werten wie Menschenwürde, Toleranz und Minderheitenschutz gründenden Qualitätsanspruch. Dieser Qualitätsanspruch gilt für alle durch den Rundfunkstaatsvertrag und die ARD-Grundsätze festgelegten Kernbereiche Information, Bildung, Beratung, Unterhaltung und Kultur. Er konkretisiert sich in einem Kanon profilbildender Qualitätskriterien, der zur besseren Evaluierbarkeit der Angebote und Genres entwickelt wurde. Journalistische Qualitätsmerkmale wie unabhängige Recherche und Berichterstattung – u.a. durch ein eigenständiges, leistungsstarkes Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten im In- und Ausland –, sorgfältige Auswahl, sachkundige Aufbereitung, objektive Darstellung und anschauliche Vermittlung prägen insbesondere die Informationsangebote der ARD. Auf der Grundlage dieser Qualitätsstandards trägt die ARD wesentlich zur freien öffentlichen Meinungsbildung zu allen relevanten politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen der Zeit bei. Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 11. September 2007 zur Gebührenfestsetzung weist dieser publizistischen Vielfalt eine herausragende Rolle für die Funktionsweise einer Demokratie zu und leitet daraus die Notwendigkeit eines gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks ab. Die ARD fühlt sich verpflichtet, der Erhaltung dieser Vielfalt in der Bandbreite all ihrer Angebote und Leistungen gemäß dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts gerecht zu werden. In diesem Sinne tragen auch die Dritten Programme der ARD und die Kooperationsprogramme zur Erfüllung des öffentlichen-rechtlichen Programmauftrags und dem damit verbundenen programmlichen und gesellschaftlichen Mehrwert bei.

Die ARD produziert und fördert originäre Formate wie beispielsweise den künstlerischen Fernsehfilm, den Dokumentarfilm, aufwändige Reportagen und investigative Magazinsendungen. Um das journalistische, handwerkliche und technische Können sicherzustellen, bildet die ARD einen großen Teil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst aus und stellt adäquate Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verfügung. Hinsichtlich ihrer Produktionen und Verbreitungswege fördert sie am Zuschauerinteresse orientierte technologische und zeitgemäße Entwicklungen.

Durch regelmäßige Überprüfung und Überarbeitung bestehender und die Entwicklung neuer, innovativer Programme sowie mit einem umfangreichen Onlineangebot und einem rund um die Uhr aktualisierten Teletext stellt sich die ARD den Herausforderungen einer zunehmend komplexer werdenden, globalisierten und digitalisierten Welt. Die ARD will mit ihren Programmangeboten dem jeweiligen Format und spezifischen Sendeplatz entsprechend ein größtmögliches Zuschauerinteresse wecken.

Als föderaler Sendeverbund spiegelt die ARD die Vielfalt und Identität aller Regionen in der Bundesrepublik wider. Die Darstellung Ost- und Mitteldeutschlands verdient dabei weiterhin besondere Beachtung, um den Prozess der inneren Einheit Deutschlands zu fördern. Die Sendeanstalten wirken gemeinsam in diesem Sinne am Programmangebot mit.

Die Rundfunkräte der in der ARD zusammengeschlossenen Anstalten überwachen die Einhaltung der Programmgrundsätze. Die ARD verfügt durch die Programmausschüsse der Rundfunkräte, die Konferenz der Gremienvorsitzenden und den ARD-Programmbeirat, der den Programmdirektor in allen Fragen bezüglich des Gemeinschaftsprogramms Das Erste berät, über Akteurinnen und Akteure, die wirkungsvoll die Instrumente der Qualitätssicherung ergänzen, zur Fortentwicklung des Programmangebots beitragen und damit den verfassungsrechtlichen Vorgaben vor allem im Hinblick auf eine die Meinungsvielfalt sichernde, unabhängige und insbesondere staatsferne Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten entsprechen.

Allgemeine Qualitätskriterien

Aus den in der Präambel dargestellten Grundsätzen und Selbstverpflichtungen ergeben sich folgende übergeordnete Qualitätskriterien, die für alle ARD-Medien (Fernsehen, Hörfunk, Online) gleichermaßen gelten.

- Informationsvielfalt (im Sinne von Informationsbreite und Informationstiefe)
- Objektivität und Unabhängigkeit
- Professionalität
- Journalistische Eigenleistung
- Aktualität
- Einordnung und Orientierung (im Sinne von Gebrauchswert)
- Richtigkeit und Transparenz
- Vollständigkeit
- Verständlichkeit
- Rechtmäßigkeit
- Akzeptanz
- Förderung von Medienkompetenz
- Trennung von Werbung und Programm
- Vernetzung der globalen, europäischen, nationalen und regionalen Perspektive
- Sensibilisierung für die Anliegen von Minderheiten (Integration)
- Technische Qualität (im Sinne von Standard, Übertragungsqualität etc.)
- Zugangs- und Barrierefreiheit

Darüber hinaus haben die ARD-Programmverantwortlichen einen Katalog von Qualitätskriterien für die einzelnen Programmbereiche entwickelt, der den jeweiligen Kapiteln vorangestellt wird. Dabei handelt es sich um eine Auswahl besonders profilbildender Kriterien. Vollständigkeit ist im Rahmen dieser hochkomplexen Fragestellung nicht zu erzielen. Die Listen sind nach der Relevanz der Kriterien gewichtet und nehmen in der Reihenfolge aufeinander Bezug. Die Mittel zu ihrer Umsetzung werden in den jeweiligen Kapiteln beschrieben. Einigen Kapiteln sind keine Qualitätskriterien vorangestellt, da es sich dabei um Ausgestaltungen der allgemeinen öffentlich-rechtlichen Qualitätsmerkmale handelt. Dazu zählen die Kapitel „Ansprache jüngerer Zielgruppen“, „Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen“, „Migration und Integration“, „Trennung von Werbung und Programm“ sowie „Digitale Perspektiven“.

1. Information

Kriterien

Maßgeblich für das Genre Information sind die in den Allgemeinen Qualitätskriterien für alle Medien aufgeführten Kriterien wie Aktualität, Objektivität und Unabhängigkeit. Weitere Kriterien für dieses Genre sind:

- Relevanz
 - Ausgewogenheit
 - Meinungsvielfalt
 - Unparteilichkeit
 - Unabhängige Berichterstattung durch weltweites Korrespondentennetz
 - Nachhaltigkeit
 - Journalistische Fairness
 - Investigative Recherche
 - Darlegung von Hintergründen
 - Kritische Analyse
 - Nutzwert, Aufdeckung von Missständen
 - Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung
 - Bürgernähe
 - Anschauliche Vermittlung
 - Einsatz modernster Studioteknik und Produktionsmittel zur Darstellung auch schwieriger Sachverhalte
-
- und bezogen auf die Sportberichterstattung:
 - Unabhängiger Sportjournalismus
 - Aktuelle und hintergründige Berichterstattung über eine Vielfalt an Sportarten
 - Schaffung von gesellschaftlichen Gemeinschaftserlebnissen durch Live-Übertragungen und eine fernsehgerechte Aufbereitung bedeutender Sportereignisse

BERICHT 2011/12

Aktuelle Information

„Tagesschau“ und „Tagesthemen“ haben im Berichtszeitraum das Ziel erreicht, ihre Spitzenstellung als erfolgreichstes und qualitativ hochwertigstes Nachrichtenangebot des deutschen Fernsehens zu verteidigen. So bewerteten 70 Prozent der Befragten des von TNS Infratest durchgeführten ARD-Trends 2011 die Nachrichtenformate des Ersten als „die besten Sendungen dieser Art“. 2011 war die „Tagesschau“ in allen Zielgruppen die meistgesehene Nachrichtensendung: Neun Millionen Zuschauer (ab drei Jahre) schalteten von Januar bis Oktober im Durchschnitt die Hauptausgabe um 20 Uhr im Ersten, den Dritten Programmen, 3sat und PHOENIX ein. Damit blieb die absolute Zuschauerzahl annähernd stabil, der Marktanteil sank geringfügig (2010 hatte die „Tagesschau“ um 20 Uhr durchschnittlich 9,14 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 32,3 Prozent. Im Jahr 2011 betrug der Marktanteil 31,6 Prozent). 2012 wurde die Hauptausgabe der „Tagesschau“ von Januar bis Oktober von durchschnittlich 8,73 Millionen Zuschauern gesehen, der Marktanteil betrug wieder 31,6 Prozent.) Die „Tagesthemen“ verzeichneten 2011 mit einer durchschnittlichen Zuschauerzahl von 2,35 Millionen bei einem Marktanteil von 10,8 Prozent eine vergleichbare Akzep-

tanzenentwicklung (2012 von Januar bis Oktober: 2,51 Millionen Zuschauer, 10,9 Prozent Marktanteil).

Die qualitativen Befragungen des ARD-Trends attestierten den Nachrichtensendungen des Ersten auch die höchsten Glaubwürdigkeitswerte: Die Aussagen „Bei diesem Sender informiere ich mich zuerst, wenn etwas wichtiges passiert“, „Bringt ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse“ und „Ist glaubwürdig“ erbrachten für Das Erste jeweils die besten Ergebnisse.

Insgesamt verfügt Das Erste nach Meinung der befragten Zuschauer über die höchste Informationskompetenz. Von 27 Programmsparten belegte Das Erste neun Mal den ersten Platz, darunter waren fünf Informationssparten: Nachrichten, Politikmagazine und -reportagen, politische Talkshows, Verbraucher- und Ratgebersendungen sowie Natur- und Tiersendungen.

Das Jahr 2011 hat die Redaktion ARD aktuell in besonderer Weise gefordert. Ereignisse wie die Umbrüche in der arabischen Welt, Erdbeben und Tsunami in Japan mit dem Atom-GAU in Fukushima, die Aufspürung und der Tod Bin Ladens, die Terroranschläge in Norwegen, die Eurokrise sowie im Inland die Finanz- und Medienaffäre mit dem anschließenden Rücktritt von Bundespräsident Wulff, die verschiedenen Landtagswahlen und die sich verändernde Parteienlandschaft erforderten besondere Programmanstrengungen, um dem Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuschauer nach aktueller Information, Einordnung und Orientierung gerecht zu werden. Mit mehr als 50 Sonder-sendungen bzw. Sendezeitverlängerungen reagierte ARD aktuell darauf. Gerade in Krisenzeiten erwartet das Publikum vom Ersten einen seriösen und verlässlichen Umgang mit Fakten – im Gegensatz zu anderen Angeboten, die im Spannungsfeld zwischen Dramatisierung und Beschwichtigung agieren.

Die Fernseh- und Online-Redaktionen von „ARD aktuell“ intensivierten ihre Zusammenarbeit unter anderem durch die räumliche Zusammenführung des tagesschau.de-Teams im erweiterten TV-Newsroom von „ARD aktuell“. Dies ermöglichte auch die Einrichtung eines sogenannten „Content-Centers“, in dem nun Videomaterial systematisch erschlossen, ausgewertet und journalistisch geprüft wird, damit es Eingang in die Nachrichtensendungen finden kann.

Im Jahr 2011 gewann der Nachrichtenkanal EinsExtra signifikant an Bedeutung. Der permanente Sendebetrieb des Digitalprogramms versetzte Das Erste besser als bisher in die Lage, die anspruchsvolle Berichterstattung von den unterschiedlichen Krisenherden angemessen flexibel, vielfältig und zeitnah zu realisieren.

tagesschau.de bescherte das ereignisreiche Jahr 2011 überdurchschnittlich viele Besucher. Parallel dazu entwickelte sich die „Tagesschau“-App auf Smartphones und Tablet-PC's mit mehr als drei Millionen Downloads zur erfolgreichsten Nachrichten-App in Deutschland. 2012 wurde die „Tagesschau“-App mit dem Publikumspreis des Grimme-Award ausgezeichnet. Damit ist es der Redaktion von „ARD aktuell“ gelungen, in Zeiten krisenhafter Entwicklungen dem Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuschauer nach Orientierung und Einordnung nachzukommen. Gleichzeitig intensivierte „ARD aktuell“ damit sehr erfolgreich seine Bemühungen, auch das jüngere Publikum durch eine größere Auswahl nonlinearer Abrufmöglichkeiten für die Informationskompetenz der ARD zu gewinnen (mehr Informationen dazu in Kapitel 6: Ansprache jüngerer Zielgruppen). Leider hat das Landgericht Köln im September 2012 die Weiterverbreitung der Tagesschau-App vom 15. Juni 2011 verboten. Die Zivilkammer folgte bei ihrer Entscheidung der Argumentation der klagenden Zeitungsverleger, wonach es sich bei der Tagesschau-App um ein nichtsendungs-bezogenes presseähnliches Angebot

handele, das nach den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages unzulässig sei. Dieses Urteil bezog sich jedoch nur auf diese eine Ausgabe der App. Gegen dieses Urteil haben ARD und NDR inzwischen beim Oberlandesgericht Köln Berufung eingelegt. Die ARD wird die „Tagesschau“-App weiterentwickeln. Darüber hinaus werden die Gespräche mit den Verlegern fortgesetzt.

Im September 2011 konnte das Vorhaben verwirklicht werden, „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“ mit dem erneuerten Programmschema von Montag bis Donnerstag einheitliche Sendetermine (22.15 Uhr bzw. null Uhr) einzurichten. Das in den letzten Leitlinien angekündigte neue Studio für „ARD aktuell“ konnte im Berichtszeitraum noch nicht in Betrieb genommen werden. Dies wird voraussichtlich Anfang 2013 der Fall sein (siehe auch Kapitel 1: Information/Leitlinien)

Die Umbenennung von EinsExtra in „tagesschau24“ war von großer strategischer Bedeutung. Der ARD-Nachrichtenkanal bot auch in diesem Jahr wieder die Gewähr dafür, dass die ARD im Falle besonderer Ereignisse (z.B. Rücktritt des Bundespräsidenten) jederzeit reaktionsfähig war und sowohl redaktionell als auch technisch in der Lage, Sondersendungen in „Tagesschau“-Qualität zu produzieren. Vom digitalen Nachrichtenkanal profitierten auch die neuen „Tagesschau“-Sendungen am Vormittag: Nachdem das ZDF im Herbst 2011 die Nachrichtenkooperation mit der ARD am Vormittag aufgekündigt hatte, war „ARD aktuell“ gezwungen, werktäglich vormittags drei zusätzliche Ausgaben der „Tagesschau“ zu produzieren. Das konnte durch die Kooperation mit dem Nachrichtenprogramm in bewährter Qualität geleistet werden. Das leicht veränderte Programmschema des Ersten am Wochenende erforderte darüber hinaus seit 2012 eine neue 15-minütige „Tagesschau“-Ausgabe am Samstag um 16.15 Uhr. Die Chefredakteure und „ARD aktuell“ beobachteten die neuen Formate intensiv, um deren Potenzial hinsichtlich Themen und Darstellungsformen von Anfang an bestmöglich auszuschöpfen.

Das „Nachtmagazin“ hat durch die Programmreform im September 2011 von Montag bis Donnerstag eine neue verlässlichere Sendezeit um null Uhr erhalten. Das Moderatorenteam Gabi Bauer und Ingo Zamperoni wurde seit 2012 durch die Stellvertreter Sven Lorig und Susanne Stichler unterstützt. Das „Nachtmagazin“ legte im Berichtszeitraum mehr Wert auf die Behandlung eines Schwerpunktthemas mit eigenen thematischen Ansätzen und Erzählideen. Im Jahr 2011 konnte das „Nachtmagazin“ seine Zuschauerschaft leicht von 580.000 in 2010 auf 600.000 vergrößern. Im Zeitraum Januar bis August 2012 verlor die Sendung allerdings Zuschauer, weil nur noch 570.000 Zuschauer einschalteten, im Vergleich zu 620.000 im Vergleichszeitraum 2011.

Das „ARD-Morgenmagazin“ etablierte mit „MoMa-Reporter“ ein neues Format, das täglich in hintergründigen, selbstrecherchierten und -gedrehten Kurzreportagen aktuelle Ereignisse und Entwicklungen aus dem In- und Ausland aufgriff. Im Juni 2012 erhielt die Sendung ein neues On-air-Design. Im Oktober 2012 gewann das ARD-Morgenmagazin den Publikumspreis des Deutschen Fernsehpreises als bestes Frühstückfernsehen und setzte sich damit gegen die Morgensendungen von ZDF, RTL und SAT.1 durch.

Das „ARD-Mittagsmagazin“ konnte auch 2011 seine große Akzeptanz bei den Zuschauerinnen und Zuschauern und seinen hohen Marktanteil von 19 Prozent im Ersten und im ZDF halten. Die ARD-Trendstudie ergab, dass 69 Prozent das „ARD/ZDF-Mittagsma-

gazin“ mit „sehr gut“ bewerteten und die Berichterstattung für umfangreicher, kompetenter und kritischer halten, als die der privaten Konkurrenz am Mittag. Dazu trugen wesentlich die In- und Auslandskorrespondenten der ARD bei, denen es gelang, die aktuellen Themen am Mittag sowohl sachgemäß als auch mit Hintergrund aufzubereiten, sowie Interviews mit Betroffenen oder veranschaulichende Fallbeispiele einzuarbeiten. Seit Mai 2012 sendete das „ARD-Mittagsmagazin“ aus einem neu designten Studio, das die langjährige Kompetenz der Redaktion in der anschaulichen Vermittlung durch Bild und Wort noch besser zur Geltung bringt.

Die „ARD-Brennpunkte“ spiegelten im Jahr 2011 die krisenhaften Entwicklungen im In- und Ausland: Es gab Sondersendungen zu den dramatischen Vorfällen in Ägypten, Libyen, Japan, Norwegen und Afghanistan und zur Eurokrise – aber auch zu innenpolitischen Themen wie den Wahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Im Jahr 2012 lag der Schwerpunkt der Brennpunkt-Sendungen auf Inlandsthemen wie z.B. dem Rücktritt von Bundespräsident Wulff, dem Scheitern der Minderheitsregierung in Nordrhein-Westfalen, der Entlassung von Bundesumweltminister Röttgen, der SPD-Kandidatenkür für die Bundestagswahl sowie der Sicherheitslage in Fußballstadien. Außerdem befasste sich das aktuelle Infoformat mit dem Euro-Urteil des Bundesverfassungsgerichts, der Wirbelsturmkatastrophe an der US-Ostküste und dem Wahlsieg Barack Obamas. Außergewöhnliche, für die Jahreszeit jedoch erwartbare Wetterlagen im Inland wurden nach einem Beschluss der Chefredakteure nicht mehr in Form von Brennpunkten im Ersten thematisiert.

Mit sieben Übertragungen aus dem Deutschen Bundestag informierte das ARD-Hauptstadtstudio 2011 live über das aktuelle Geschehen in der Bundespolitik. Themen der Debatten waren unter anderem: Der Bundeswehreininsatz in Afghanistan, die Plagiatsaffäre um Bundesverteidigungsminister Guterres sowie die Eurokrise. Am 23. März 2012 übertrug Das Erste live aus dem Bundestag die Vereidigung des neuen Bundespräsidenten Joachim Gauck und seine anschließende Rede zum Amtsantritt. Weitere Live-Übertragungen 2012 aus dem Bundestag informierten über die Regierungserklärung vor dem Weltgipfel in Mexiko (14. Juni) und über Merkels und Steinbrücks Schlagabtausch zur Eurokrise (18. Oktober).

Über die Kredit- und Medienaffäre von Bundespräsident Christian Wulff, die am 17. Februar 2012 zu seinem Rücktritt und am 18. März zur Wahl seines Nachfolgers Joachim Gauck durch die Bundesversammlung führte, berichtete das ARD-Hauptstadtstudio aktuell, investigativ und ausgewogen. Unter anderem erhielt er in der Sendung „Bundespräsident Wulff stellt sich“ am 4. Januar 2012 die Gelegenheit, die kritischen Fragen von ARD-Hauptstadtstudioleiter Ulrich Deppendorf und der ZDF-Kollegin Bettina Schausten vor einem Millionenpublikum zu beantworten. Seine Rücktrittserklärung war im Ersten ebenso live zu sehen wie der „Große Zapfenstreich“ zu seinem Abschied am 8. März 2012. Am Abend seines Rücktritts sendete Das Erste einen 45-minütigen „Brennpunkt“ um 20.15 Uhr, der die Hintergründe und Entwicklungen, die zu diesem Schritt führten, ausführlich analysierte.

„Brisant“ präsentierte von Montag bis Samstag die besten Geschichten hinter den Nachrichtenmeldungen aus Deutschland und der Welt für ein besonders an bunten Themen und Soft News interessiertes Publikum. Diese Themen wurden nach öffentlich-rechtlichen Qualitätskriterien und den Vorgaben des Jugendmedienschutzes aufbereitet, um der Sendezeit am späten Nachmittag gerecht zu werden. 2011 kümmerte sich „Brisant“ besonders ausführlich um die Adelshochzeiten in London und Monaco. 2012 war das 60. Thronjubiläum der englischen Queen dem Magazin eine

ausführliche Sonderberichterstattung wert. Seit dem Ende von „Gottschalk live“ im Juni 2012 wurde die Sendezeit wieder verlängert und beträgt derzeit rund 45 Minuten. „Brisant“ blieb 2012 auch mit der längeren Sendezeit das erfolgreichste Format des Vorabends im Ersten.

Durch umfangreiche Übertragungen an jedem Plenartag live aus dem Deutschen Bundestag wie aus dem Bundesrat hat der Ereignis- und Dokumentationskanal PHOENIX auch in 2012 seine Kern-Aufgabe, die Förderung des demokratischen Parlamentarismus, erfüllt. Übertragungen aus Länderparlamenten sowie Berichte aus dem Europäischen Parlament und weiteren internationalen Parlamenten ergänzten das Angebot genauso wie die Berichterstattung zu den drei Landtagswahlen des Jahres. Darüber hinaus hat der Sender die Vorgänge um Bundespräsident Christian Wulff, die schließlich mit dessen Rücktritt endeten, durch zahlreiche ausführliche Sondersendungen begleitet. Über die Neuwahl des Bundespräsidenten berichtete PHOENIX in einer knapp sechsstündigen Live-Übertragung, gefolgt von rund viereinhalb Stunden Wahlachse am Folgetag.

Durch die Verzahnung seiner drei Programmsäulen Ereignisübertragungen, Dokumentationen und Gesprächssendungen bot der Sender seinen Zuschauerinnen und Zuschauern ein in der deutschen Fernsehlandschaft einzigartiges Angebot an Informations- und Orientierungshilfen. Hintergründe wurden erhellt und Zusammenhänge dargestellt. Lohn für das umfängliche Bemühen des Senders um Information war 2012 die Nominierung der Sendung „Der Tag“ für den Deutschen Fernsehpreis.

Wahlberichterstattung

Das Erste berichtete im landespolitischen Superwahljahr 2011 live und umfassend über die Hamburger Bürgerschaftswahlen, die Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, die Bürgerschaftswahlen in Bremen, die Landtagswahlen in Mecklenburg-Vorpommern und zum Abgeordnetenhaus in Berlin. Die Wahlsendungen des Ersten aus den Bundesländern waren jeweils die meistgesehenen am Wahlabend. Überwiegend hatten die wichtigsten Vertreterinnen und Vertreter der Parteien zuerst in den Wahlstudios des Ersten zu den Ergebnissen Stellung genommen. Maßgeblichen Anteil am Erfolg der Wahlsendungen des Ersten kam Infratest Dimap zu: So erwiesen sich die Prognosen um 18 Uhr des im Auftrag der ARD tätigen Meinungsforschungsinstituts oft als am treffsichersten. Wahlprognosen und Wahlhochrechnungen und die hieraus resultierenden denkbaren politischen Konstellationen waren professionell grafisch aufbereitet; Wählerwanderungen und Wahlergebnisse wurden eingehend analysiert.

Über den Ausgang der Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt und Mecklenburg Vorpommern diskutierten die Generalsekretäre und Geschäftsführer der Parteien im ARD-Hauptstadtstudio. 2012 begleitete Das Erste die drei vorgezogenen Landtagswahlen im Saarland, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen trotz der kurzen Vorbereitungszeit umfassend, aktuell und ausführlich. Die Wahl Joachim Gaucks als Nachfolger des zurückgetretenen Bundespräsidenten Christian Wulff am 18. März 2012 durch die Bundesversammlung begleitete Das Erste mit einer umfangreichen Sonderberichterstattung. So berichtete Das Erste am 19. Februar bereits aktuell – u.a. in einem „Tagesthemen extra“ – über die schwierige Kandidatenkür in Berlin. Am 12. März strahlte Das Erste ein ausführliches Porträt der beiden Hauptkontrahenten Joachim Gauck und Beate Klarsfeld aus. Vor der Wahl präsentierte Das Erste in historischen Zusammenschnitten die „Nacht der Bundespräsidenten“. Die Wahl am nächsten Tag, dem 18. März 2012, wurde live im Ersten übertragen.

Die PHOENIX-Wahlberichterstattung erstreckte sich im Falle jeder Landeswahl über drei Tage. Bereits am Freitag vor einer Wahl gab PHOENIX einen umfangreichen

Ausblick auf die anstehenden Urnengänge. Über die Berichterstattung am Wahlsonntag hinaus war die Wahlnachlese am darauffolgenden Montag fester Bestandteil der Berichterstattung.

Hintergrund und Analyse

Gesprächssendungen

Mit dem Start der Gesprächssendung „Günther Jauch“ im September 2011 im Ersten wurde das Programmschema des ARD-Gemeinschaftsprogramms verändert: „hart aber fair“ wird seitdem am Montag um 21 Uhr nach den Naturdokumentationen ausgestrahlt, „Anne Will“ wechselte auf den Sendeplatz am Mittwoch um 22.45 Uhr nach den „Tagesthemen“, „Beckmann“ auf Donnerstag, 22.45 Uhr. Die politischen Magazine „Report“ aus Mainz und München sowie „Fakt“ rückten von Montag auf den bisherigen Sendeplatz von „Plusminus“ am Dienstag um 21.50 Uhr. Das Wirtschaftsmagazin ist im neuen Schema am Mittwoch nach dem Fernsehfilm um 21.45 Uhr zu sehen. Am Montag wurde durch diese Veränderungen ein Informationsabend etabliert, da nach dem Naturfilm und den politischen bzw. gesellschaftlich relevanten Gesprächen bei „hart aber fair“ die „Tagesthemen“ sowie die Dokumentationen aus der Reihe „Die Story im Ersten“ und „Geschichte im Ersten“ folgen.

Mit dem neuen Programmschema konnte Das Erste seine Spitzenwerte zur nachhaltigen politischen Information im Ersten behaupten: Bei den Aussagen: „Regt wichtige gesellschaftliche Diskussionen an“, „Fördert das Interesse am politischen Geschehen“ und „Ist wichtig für die politische Meinungsbildung“ entschieden sich die meisten Befragten für Das Erste.

Das Konzept, fünf Gesprächssendungen an fünf Abenden im Ersten anzubieten, ist in der Zielsetzung aufgegangen, aber nicht unumstritten. Fast alle Sendungen haben ein hohes Akzeptanzniveau mit im Durchschnitt zweistelligen Marktanteilen erreicht. Günther Jauch konnte die Werte des traditionellen Talksendeplatzes steigern, „hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“ und „Anne Will“ legten in den ersten drei Quartalen 2012 im Vergleich zu 2011 noch einmal zu. Lediglich Reinhold Beckmann verlor mit seinem inhaltlich nach wie vor unangefochtenen Talk im harten Konkurrenzumfeld am Donnerstag gegen die etablierten Formate von Maybritt Illner und Markus Lanz Zuschauerinnen und Zuschauer. Das Erste bot mit seiner Talkschiene fünf sehr profilierte Gesichter und damit Vielfalt in Themen, Einschätzungen und Überzeugungen. Die Gesprächsformate im Ersten schafften den erforderlichen Raum für demokratischen Meinungs austausch und kontroverse Debattenkultur. Gleichwohl besteht zwischen den ARD-Programmverantwortlichen und den zuständigen Gremien Einvernehmen darüber, dass das Gesamtangebot an Sendungen evaluiert und bewertet werden soll, um eine sachgerechte Entscheidung zu treffen, in welchem Umfang die einzelnen Talkangebote fortgesetzt werden sollen.

Der „Presseclub“ (früher: „Internationaler Frühschoppen“) ist neben der „Tagesschau“ die am längsten laufende Sendung im deutschen Fernsehen. In der 45-minütigen wochenaktuellen Diskussionssendung am Sonntagmittag erörtern jeweils vier Journalistinnen bzw. Journalisten das politische Thema der Woche. Dabei wird von redaktioneller Seite besonderer Wert darauf gelegt, weibliche und männliche Gäste in einem ausgewogenen Verhältnis einzuladen. Der „Presseclub“ ist damit die einzige Gesprächssendung im deutschen Fernsehen, die dies konsequent umsetzt. 2011 und 2012 hat der „Presseclub“ zu besonderen Anlässen die Moderatoren Volker Herres und Jörg Schönenborn Live-Sendungen vor Ort moderieren lassen. Unter anderem sendete der „Presseclub“ von der IFA in Berlin, aus Rom anlässlich des Rücktritts von Silvio

Berlusconi, aus Moskau und Washington zur Präsidentschaftswahl und aus Berlin zur Bundespräsidentenwahl. Der „Presseclub“ ist erfolgreich im Internet vertreten. Das Gästebuch der Sendung wächst beständig, was auch darauf zurückzuführen ist, dass die Zuschauer neben dem klassischen Telefongespräch bei „Presseclub nachgefragt“, im TV bei PHOENIX ausgestrahlt, auch über das Internet Einfluss auf die Sendung nehmen können. Findet in der ARD einmal kein „Presseclub“ statt, führt PHOENIX den traditionsreichen „Internationalen Frühschoppen“ fort, ebenfalls inklusive eines „nachgefragt“. Direkt im Anschluss hat die „Forum“-Familie mit hochkarätigen Gästen ihren festen Sendeplatz. Vertiefen „Forum Wirtschaft“ und „Forum Manager“ vorwiegend wirtschaftspolitische Themen, dienen die Formate „Forum Politik“ und „Länderforum“ der politischen Meinungs- und Willensbildung der Zuschauer. Durch die Woche bieten die PHOENIX-Gesprächssendungen „Runde“, „Im Dialog“ und immer montags das Flaggschiff „Unter den Linden“ Hintergründe und Analysen.

Politische Magazine

Die politischen Magazine („Report München“, „Report Mainz“, „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“) engagierten sich im Jahr 2011 in einer Reihe von gemeinsamen Sonderanstrengungen im Ersten. So gelang es den Redaktionen, mit fünf Beiträgen zur Reportage-Reihe „ARD exklusiv“ die investigative Recherchekraft der politischen Magazine in der ARD in längeren Formaten zur besten Sendezeit unter Beweis zu stellen (siehe auch Wirtschafts- und Sozialberichterstattung). Im Sommer 2012 wurde die Staffel mit fünf Filmen zu den Themen „Die Bio-Lüge“, „Versicherungen als Nein-Sager“, „Die gesponserte Republik“, „Vier Wochen Asyl“ und „Arm bis ans Lebensende“ fortgesetzt.

Ein besonderes Highlight war 2011 der 50. Geburtstag von „Panorama“, der in zahlreichen Sonderanstrengungen, unter anderem mit einer Jubiläumssendung am 26. Mai 2011 im Ersten und der Dokumentation „Unbequem und unbestechlich“ am selben Tag im NDR Fernsehen gewürdigt wurde. Außerdem strahlte Das Erste am 7. November 2011 dazu ein vielbeachtetes Listingformat aus. Anlässlich 50 Jahre Politikmagazine produzierten die politischen Magazine dieses Rankingformat unter dem Titel „Skandale! Affären! Enthüllungen!“, das den Spagat zwischen harter Politikberichterstattung und unterhaltender Präsentation in Form eines Listings meisterte. Die Gemeinschaftsproduktion von SWR und NDR erreichte mit einem Marktanteil von 9,7 Prozent und mehr als einer Million Zuschauer nicht nur 16 Prozent mehr Menschen als sonst auf dem Sendeplatz um 23.30 Uhr am Montag, sondern auch 30 Prozent mehr junge Zuschauer als üblicherweise auf diesem Sendeplatz (siehe auch Kapitel 6: Ansprache jüngerer Zuschauer).

Für die früheren Montagsmagazine „Report Mainz“, „Report München“ und „Fakt“ bedeutete der neue Sendeplatz am Dienstag um 21.45 Uhr eine deutliche Verbesserung. Mit investigativen Recherchen zum „Schiffsunglück in Italien“, „Luxuspensionen für Landesminister“ oder „Spenden an Heckler & Koch“ gelang es, Marktanteile von bis zu 15 Prozent und 4,5 Millionen Zuschauer zu erreichen. Die geforderte Dachmarke für die Politischen Magazine konnte zwar nicht realisiert werden, die Sendungen wurden aber grafisch angeglichen, um den Familiencharakter der Formate besser sichtbar zu machen.

Dokumentationen und Reportagen

Seit Januar 2012 wurde am Montag ein neuer Sendeplatz unter der Marke „Die Story im Ersten“ etabliert. Unmittelbar nach den „Tagesthemen“ sind hier nun Dokumentationen und Reportagen zu gesellschaftspolitisch relevanten Themen zu finden. Im

Rahmen dieser Reihe sendete Das Erste beispielsweise zwei Filme, die sich eingehend mit der Piratenpartei beschäftigten („Piraten in der Politik“, 23. Januar 2012 und „Der Frühling der Piraten, 18. Juni 2012) und „Schlachtfeld Politik“ (19. März 2012) über die „Finstere Seite der Macht“.

Auf zahlreichen Sendeplätzen für Dokumentationen und Reportagen beleuchtete Das Erste aktuelle und politische Aspekte. 2011 begleitete beispielsweise der Film „Papa ist im Krieg“ einen deutschen Soldaten in Afghanistan (13. April). 2012 nahm Das Erste die Fußball-Weltmeisterschaft in Polen und der Ukraine zum Anlass, die Dokumentation „Die Spielerberater“ (19. Juni 2012) auszustrahlen. Auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen reagierte Das Erste unter anderem auch mit der Dokumentation „Im Netz der Salafisten“ (16. Juli) und zum Thema Rockerbanden „Machtkampf der Rocker“ (15. Oktober). Nach der Änderung des Programmschemas blieb der Anteil der Dokumentationen im Ersten konstant: Von Januar bis Mai 2011 wurden im Abendprogramm 69 Dokus ausgestrahlt, im Vergleichszeitraum 2012 waren es 68.

Ein besonderes Anliegen war den Journalisten des Ersten, nach der Aufdeckung der Verbrechen der Zwickauer Zelle (NSU) die Ermittlungen kritisch zu begleiten, die Versäumnisse der Vergangenheit zu hinterfragen und an der Rehabilitierung der Opfer und ihrer Hinterbliebenen mitzuwirken. Dabei wurde das Thema nicht nur aktuell in den Regelinformationssendungen begleitet. Unmittelbar nach Bekanntwerden der Taten änderte „Fakt“ sein Programm und gestaltete kurzfristig eine Extra-Ausgabe zum Thema „Brauner Terror“. Darin gelang es „Fakt“-Reportern, einen weiteren Unterstützer des Terror-Trios aufzuspüren. Weiter wurde in der Sendung enthüllt, dass der Thüringer Verfassungsschutz noch nach dem Abtauchen von Zschäpe, Mundlos und Böhnhardt Kontakt zu dem Trio hatte. Zusätzlich wurde ein umfassender Hintergrund über den braunen Terror in den vergangenen Jahrzehnten in Deutschland geliefert. Mit dem halbstündigen Film „Brauner Terror in Deutschland“ lieferten „Report München“, „Fakt“ und „Report Mainz“ eine hochaktuelle und zugleich hintergründige Recherche zum Zwickauer Terroristentrio. Das Gemeinschaftswerk entstand in vier Tagen unter der Federführung von „Report Mainz“ und verzeichnete mit einem Marktanteil von 9,2 Prozent bei 1,8 Millionen Zuschauern großen Zuspruch. Das Erste strahlte dazu außerdem die Dokumentationen „Acht Türken, ein Grieche und eine Polizistin“ (12. Dezember 2011) und „Propaganda, Hass, Mord“ (26. März 2012) aus. Auch die Talksendungen befassten sich damit: So z.B. „Günther Jauch“ am 13. November 2011 in „Blutiger Terror von rechts – haben wir die Gefahr unterschätzt?“ und „Beckmann“ am 23. Februar 2012 mit „Aussteiger aus der Neonazi-Szene berichten“. Von der Gedenkveranstaltung für die Opfer rechtsextremistischer Gewalt berichtete Das Erste mit einer Live-Übertragung am 23. Februar 2012. Am 19. April strahlte „Panorama“ ein halbstündiges Interview mit den Eltern des NSU-Attentäters Uwe Böhnhardt aus.

PHOENIX feierte im Jahr 2012 sein 15jähriges Bestehen. In seinen Dokumentationen und Reportagen zeigte der Sender ausgewählte Formate von ARD und ZDF zu allen Facetten der politischen und gesellschaftlichen Wirklichkeit. Themenschwerpunkte wie „NSU – Terror von Rechts“, „Europas Rechte“, „Umstrittene Beschneidung“, „Piraten auf Erfolgskurs – Eine Partei ohne Kompass“, „Syrien – Krieg ohne Ende?“, „Risiko Altersarmut“, „Haiti – Die vergessene Katastrophe“ oder „Made in Germany – Warum Deutschland zum Vorbild wird“ stehen beispielhaft für die Themenvielfalt, mit denen der Ereignis- und Dokumentationskanal das politische Geschehen im In- und Ausland durch die Verzahnung von Ereignissen, Gesprächen und Dokumentationen begleitet und vertieft.

Wirtschafts- und Sozialberichterstattung

Fundierte und kritische Wirtschafts- und Sozialberichterstattung betrachtet Das Erste als Querschnittsaufgabe. Daher finden sich entsprechende Themen und Beiträge nicht nur im Wirtschafts- und Verbrauchermagazin „Plusminus“, „Börse im Ersten“ oder in den einschlägigen „ARD-Ratgebern“, sondern auch in allen Nachrichten-, Regel- und sonstigen Informationssendungen. Bei Bedarf wurde das Schema auch für die aktuelle und nachhaltige Sonderberichterstattung geöffnet.

Dies geschah im Jahr 2011 mehrere Male. Von sieben aktuell ins Programm genommenen Live-Übertragungen aus dem Bundestag befassten sich vier mit Finanzfragen. Dreimal ging es um die Eurokrise, einmal berichtete Das Erste live von der Generalaussprache zur Politik der Bundesregierung, in der vor allem der Bundeshaushalt verhandelt wird.

In drei Brennpunkten wurde Wirtschafts- und Sozialpolitik aktuell vertieft: Am 16. Mai suchten die beiden Chefredakteure Jörg Schönenborn und Sigmund Gottlieb 45 Minuten lang Antworten auf die Frage „Ist der Euro noch zu retten?“. Am 8. August lautete das Thema „Börsen auf Talfahrt“ und am 27. Oktober „Nach dem Gipfel - ist unser Geld jetzt sicherer?“

Aktuelle Sondersendungen beleuchteten das europäische Finanz- und Wirtschaftsspektrum und lieferten wichtige Hintergrundinformationen über die europäischen Krisenmechanismen wie z.B. am 18. Juni 2012 das ebenfalls von Jörg Schönenborn und Sigmund Gottlieb moderierte 45-minütige Format „Wer rettet jetzt den Euro?“.

Die anhaltende globale Finanzkrise mit ihren Auswirkungen auf die Eurozone und die deutsche Wirtschaft spiegelte sich im Ersten in Form von umfassenden programmatischen Anstrengungen quer durch alle Genres, die das Publikum vor allem in die Lage versetzen sollten, die finanzpolitischen Maßnahmen der Politik verstehen und einschätzen zu können. Besondere Verdienste erwarben sich in dieser Hinsicht die Redaktionen von „Plusminus“: Das Magazin hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt und einen klaren Schwerpunkt auf Wirtschaft und Finanzmarkt gelegt. Dabei richtete sich das Augenmerk der sieben „Plusminus“-Redaktionen vor allem auf die Zusammenhänge und die Einordnung. Der drohende ökonomische Kollaps einiger EU-Mitgliedsstaaten, die beispiellosen Anstrengungen zur Rettung des Euro und die Finanzkrise der Kommunen hierzulande waren Arbeitsschwerpunkte. Indem „Plusminus“ diese Themen immer wieder aufgegriffen und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet hat, haben sich den Zuschauerinnen und Zuschauern nicht nur Einzelaspekte der Finanzkrise erschlossen, sondern auch der Gesamtzusammenhang. Hochflexibel reagierten die Redaktionen auf wirtschaftliche und finanzpolitische Großereignisse, so sendete „Plusminus“ monothematische Sendungen zur Rolle der Banken in der Schuldenkrise und zum drohenden Staatsbankrott Griechenlands ebenso wie zu den weltweiten wirtschaftlichen Folgen des Reaktorunglücks von Fukushima. „Plusminus“ sieht es als seine Aufgabe an, nicht als Fachmagazin für Fachleute zu berichten, sondern ein breites Publikum anzusprechen. Wöchentlich erreichte die Sendung bisher in 2012 2,62 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer. In der Kombination von Verbraucherthemen, die die Zuschauerinnen und Zuschauer in ihren privaten Rollen als Verbraucher, Arbeitnehmer, Leistungsbezieher ansprechen, mit hintergründigen makroökonomischen Beiträgen gelang es, das Publikum für Themen zu interessieren, die nicht direkt ihre Lebenswelt berühren – vom Eiertanz um die Transaktionssteuer über die Rolle der Europäischen Zentralbank als Bad Bank Europas, die Bedeutung der Aufsichtsräte in der Krise bis hin zum riskanten Hochfrequenzhandel mit Wertpapier-

ren. Wichtig war den Redaktionen das Thema Wirtschaftskriminalität – von neuen Formen des Kreditkartenmissbrauchs bis zum Millionengeschäft mit gefälschten Pestiziden. Auch der Wandel auf dem Arbeitsmarkt wurde in der Sendung anschaulich gemacht: In immer mehr Berufen verdrängen Leiharbeiter Festangestellte von ihren angestammten Jobs. Um sich auf seinem neuen Sendeplatz mittwochs um 21.45 Uhr klarer zu profilieren, verkleinerte „Plusminus“ sein Moderatorenteam und gestaltete das Studio neu.

Auch die politischen Magazine widmeten sich mit großer Energie wirtschaftlichen Missständen und Zusammenhängen. So produzierten die Redaktionen für die Reportagereihe „ARD exklusiv“ 2011 und 2012 30-minütige investigative Dokumentationen mit hohem Aufmerksamkeitswert: Themen wie „Alt, arm, arbeitslos“, „Das System Wiesenhof“, „Das Hermes-Prinzip“, „Wie billig kann Bio sein?“ „Vier Wochen Asyl“ oder „Abgezockt statt abgesichert“ verzeichneten bis zu zweistellige Marktanteile und sorgten zum Teil für wochenlangen Nachhall in allen Medien.

„Report München“ setzte mit einer monothematischen Extra-Ausgabe einen Schwerpunkt zur Eurokrise. In einer Woche wichtiger politischer Entscheidungen wurde die Sendung live in Athen produziert: „Griechenland am Abgrund“ (20. Juni 2011). Filmbeiträge und Gespräche illustrierten die mühsame Umsetzung der geforderten Reformen. Und in einem Szenario zur Lösung der Krise wurde ein Schuldenschnitt von 50 Prozent durchgespielt – wie er von der EU ein halbes Jahr später grundsätzlich beschlossen wurde.

Die politischen Gesprächssendungen des Ersten boten regelmäßig Gesprächsrunden zu den vorrangigen Wirtschafts- und sozialpolitischen Themen. So beantwortete beispielsweise Bundeskanzlerin Angela Merkel in der dritten Ausgabe des damals neuen Formats Günther Jauchs Fragen zur Eurokrise. Am 23. Oktober 2011 tauschten sich Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt und Ex-Bundesfinanzminister Peer Steinbrück bei „Günther Jauch“ über ihre Thesen zur Überwindung der internationalen Finanzkrise aus und bescherten der Sendung mit 5,62 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 18,9 Prozent den Spitzenwert des Jahres 2011. „Günther Jauch“ begleitete die europäische Finanzkrise jedoch nicht nur durch vertiefende Diskussionsrunden, sondern präsentierte beispielsweise auch die Lebensumstände einer griechischen Familie in Form einer ausführlichen Reportage und einem anschließenden einfühlsamen Gespräch im Studio („Chaos-Tage in Athen“, 6. November 2011). Die „Menschen bei Maischberger“ diskutierten am späten Dienstagabend Fragestellungen wie „Ackern bis zum Umfallen – Hat uns der Sozialstaat betrogen?“ (22. November 2011) oder „Die Schnorrer-Republik – sind wir alle ein bisschen Wulff?“ (31. Januar 2012). „Anne Will“ befasste sich immer wieder mit den Auswirkungen der Wirtschafts- und Sozialpolitik auf die Bürgerinnen und Bürger. Sie diskutierte unter anderem semiaktuelle Themen wie: „Ackern im Alter – wenn die Rente nicht reicht“ (5. September 2012) oder „Mittelschicht in Abstiegsangst – Bleiben die Fleißigen auf der Strecke?“ (19. September 2012). Bei Bedarf reagierte sie besonders flexibel und entschied sich kurzfristig für die Behandlung aktueller Themen wie z.B. am 4. Juli 2012 „Europas Schulden, unsere Schulden - ist Kanzlerin Merkel umgefallen? oder am 12. September 2012 mit einer aktuellen Sendung zum Thema „Das Euro-Urteil“. „hart aber fair“ punktete nicht nur mit den Diskussionen im Anschluss an die sogenannten „Markenchecks“ („Billig, schnell und fett – machen Burger und Discounter unser Essen kaputt?“ / 16. Januar 2012/ „Mein Kleid, dein Leid – Wer zahlt den Preis für billige Mode?“ / 23. Januar 2012 „Sind wir doch blöd? Warum Geiz sehr ungeil sein kann“ / 6. Februar 2012), sondern bot auch ein Forum für makroökonomische Aspekte, wie

beispielsweise in den Sendungen am 13. Juli 2011 „Euro retten und Steuern senken – ist Deutschland dafür stark genug?“ oder am 12. Dezember 2011 zum Thema „Angst um den Wohlstand – wohin führt uns die Kanzlerin?“. Reinhold Beckmann öffnete seinen Talk auch für wirtschafts- und sozialpolitische Fragen und erörterte beispielsweise am 18. Oktober 2012 die Frage: Jahrhundertprojekt Energiewende: Wird Strom zum Luxusgut?“

Das „ARD-Morgenmagazin“ machte sich unter anderem im Juli 2011 mit einem „Krisenlexikon“ verdient, in dem jeweils ein Live-Gast aktuelle, der Allgemeinheit nicht geläufige Wirtschaftsbegriffe ausführlich erläuterte, darunter: „Staatsanleihen“, „Transferunion“ oder „Rating-Agenturen“.

Im Mittagsmagazin spielte die Börsen- und Wirtschaftsberichterstattung eine gewichtige Rolle. Die Themen wurden unter anderem mit kompetenten Gesprächspartnern an der Börse erläutert.

Auch in Reportagen und Dokumentationen beleuchtete Das Erste wirtschafts- und sozialpolitische Hintergründe. Am 12. Januar 2011 informierte Das Erste beispielsweise in einer Reportage aus der Reihe „ARD exklusiv“ über „Der Drückerkönig und die Politik – die schillernde Karriere des Carsten Maschmeyer“, was dem produzierenden NDR einen monatelangen Rechtsstreit mit dem AWD-Gründer einbrachte. Am 14. November 2011 bot Das Erste einen Programmschwerpunkt mit einem Porträt von Peter Hartz, dem eine Dokumentation über den Missbrauch von Hartz IV als Jobmaschine („Die Hartz-Maschine: Geschäfte mit der Arbeitslosigkeit“) folgte. 2012 strahlte Das Erste eine Reihe von Dokumentationen zu übergreifenden Wirtschafts- und Finanzthemen aus, wie z.B. „Im verflixten 10. Jahr – die Deutschen und der Euro“ (3. Januar), „Verzockt und verklagt – die guten Geschäfte der Deutschen Bank“ (21. Mai) oder „Arm trotz Arbeit“ (21. April). Nachhaltigkeit im Umgang mit umweltpolitischen Aspekten bewies Das Erste zum Beispiel am 13. Februar 2012 mit der Dokumentation „Der Fukushima-Schock: Energie, Moral und das große Geld.“ Auch „Die Story im Ersten“ widmete sich wirtschafts- und sozialpolitischen Themen wie z.B. am 9. Januar 2012 in der Dokumentation „Das Riester-Dilemma“, die die Fehlentwicklungen der privaten Rentenvorsorge darstellte, am 12. März in „Die Welt auf Pump“ zur Frage „Reißen uns die Schulden in den Abgrund?“, am 2. Juli mit „Der große Euro-Schwindel – wenn jeder jeden täuscht“ über die folgenschweren Fehlentscheidungen in der Frühphase des Euro oder am 8. Oktober in „Macht und Marionette“ über die problematische Beziehung zwischen dem früheren baden-württembergischen Ministerpräsidenten Mappus und einem Investmentbanker.

ARD aktuell hat, wie in den Leitlinien angekündigt, seine Wirtschaftskompetenz strukturell verbessert, indem ein bimediales Wirtschaftsressort geschaffen wurde, in dem täglich jeweils ein Kollege von tagesschau.de und zwei Redaktionsmitglieder aus der Fernsehredaktion ARD aktuell zusammenarbeiten. Dieses Team, das auf einen kleinen Kreis mit hoher Wirtschaftskompetenz begrenzt ist, betreute täglich die Wirtschaftsthemen für tagesschau.de sowie das Wirtschaftsressort bei „tagesschau24“ (bisher: EinsExtra). Außerdem stellte es jeden Tag seine Expertise für die Wirtschaftsberichterstattung in allen Sendungen von ARD aktuell zur Verfügung.

Mit „Börse im Ersten“ verfügte Das Erste über ein hilfreiches Format, um gerade in Krisensituationen aktuell wirtschaftliche und finanzpolitische Hintergründe zu beleuchten und deren Auswirkungen zu dokumentieren.

Anfang 2012 liefen im Ersten überaus erfolgreich vier Beiträge aus der Reihe „Markencheck“: die 45-minütigen Filme beleuchteten die Firmen Lidl, McDonalds, H&M und MediaMarkt im Hinblick auf ihr Image und den tatsächlichen Mehrwert für die Kunden. Die Filme stießen auf dem Dokumentationsendeplatz um 20.15 Uhr am Montagabend auf überdurchschnittliches Interesse: Lidl 18,6 Prozent, McDonald's 15,2 Prozent, H&M 14,4 Prozent und MediaMarkt 10,5 Prozent Marktanteil. Im Mai 2012 folgten drei weitere Ausgaben: „Der Coca-Cola-Check“ (10,7 Prozent Marktanteil), „Der dm-Check“ (11,5 Prozent Marktanteil) und „Der Adidas-Check“ (10,5 Prozent Marktanteil). Die neue Reihe „Markencheck“ im Ersten stieß nicht nur im TV sondern auch im Web auf großes Interesse. Die begleitenden Webseiten informieren über alle Checks der Reihe, fassen die Ergebnisse anschaulich zusammen und haben alle Sendungen zum Thema gut recherchierbar verknüpft. Die Filme standen gemäß Verweildauerkonzept ein Jahr lang in der Das Erste Mediathek zum Abruf bereit.

Als Ende Juni in Bundestag und Bundesrat die Entscheidungen zu Fiskalvertrag und Europäischem Stabilitätsmechanismus anstanden, hat PHOENIX die entscheidenden Sitzungen bis in den späten Abend hinein live übertragen. Immer wieder hat PHOENIX unmittelbar Aktualität mit ausführlichem Hintergrund verknüpft. Am Abend der ESM-Entscheidung gab es eine Sonderausgabe der Gesprächssendung „Im Dialog“ mit dem Direktoriumsmitglied der Europäischen Zentralbank, Jörg Asmussen. Und Mitte September, unmittelbar vor der Bundesverfassungsgerichts-Entscheidung zu ESM und Fiskalpakt sowie der Haushaltsberatungen des Deutschen Bundestags, gab es eine „Lange Nacht der historischen Haushaltsdebatten“, bei der Wendepunkte und Kontinuitäten in der Geschichte der Bundesrepublik lebendig wurden.

Auch in Form von Themenschwerpunkten hat sich PHOENIX 2012 mit den Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise beschäftigt. Neben politischen Facetten wurden in Schwerpunkten wie „Reichtum verpflichtet“ oder „Arm und Reich“ auch immer wieder Wertediskussionen geführt. Mit Themen wie „USA für Anfänger“, „Putins Russland“, „Supermacht China“ oder der PHOENIX Europatour“ ging der wirtschafts- wie sozialpolitische Blick weit über den eigenen Tellerrand hinaus. Eine verstärkte Beschäftigung mit Internetthemen verfolgte einerseits das Ziel, mit Basisinformation („Internet für Anfänger“, „Der Internet-Knigge“) ein Grundverständnis zur Beurteilung der Funktionsweise, Möglichkeiten und Risiken dieses neuen Mediums zu schaffen. Darüber hinaus will PHOENIX mit Sendungen wie „Generation Download“, „Jobmotor Internet“ „Nerds und Offliner“ oder „Dr. Google – Gesund durchs Internet?“ jüngere Zuschauerschichten ebenso ansprechen wie die Elterngeneration, auch um sie miteinander ins Gespräch zu bringen.

Europapolitische Berichterstattung

Angesichts der Tragweite der Europapolitik für die deutsche Gesetzgebung und die deutsche Innenpolitik misst die ARD der europapolitischen Berichterstattung im Programm eine außerordentliche Bedeutung bei. Die anhaltende Krise in der Eurozone wurde daher im Ersten auch 2011/12 auf vielfältige Art und Weise quer durch alle Genres aktuell und fundiert aufbereitet und dargestellt. Ein großer Teil der vermehrten programmlichen Anstrengungen zum Thema Europapolitik bezieht sich allerdings auf die aktuelle und hintergründige Berichterstattung über die Finanzkrise. Dieser Aspekt wird daher hauptsächlich im Abschnitt „Wirtschafts- und Sozialpolitik“ beschrieben.

Die „Tagesthemen“ lösten die Ankündigung aus den ARD-Leitlinien 2011/12 ein, europapolitische Aspekte in Form von sogenannten „Solitären“, also besonderen Autoren-

leistungen zu thematischen Schwerpunkten, zu vermitteln. Dazu zählten im 2012 beispielsweise:

- 11. Januar Brüssel/Budapest: EU-Kommission zu ungarischen Gesetzesänderungen, Autor: Christian Feld,- Proteste gegen Orban, Autorin: Dr. Hilde Stadler + Kommentar.
- 17. Januar Brüssel: Europaparlament: Die neue Rolle von Martin Schulz, Autor: Rolf-Dieter Krause; + Interview Martin Schulz + Kommentar;
- 30. März Kopenhagen: ECOFIN - Eurorettung, Autor: Rolf-Dieter Krause;
- 6. April Balkan: 20. Jahrestag Bosnienkrieg, Autorin: Dr. Susanne Glass;
- 29.6. Berlin: Abstimmung Fiskalpakt und ESM, Autor: Uli Meerkamm + Brüssel: Abschluss EU-Gipfel, Autor: Christian Feld + Kommentar Ulrich Deppendorf ;
- 9.7. Madrid: Finanzkrise Spanien, Autor: Tom Schneider + Brüssel: EU-Finanzministertreffen, Autor: Christian Feld + Live-Schalte Rolf-Dieter Krause;
- 20.9. Brüssel: Treffen China-EU, Autorin: Marion von Haaren + Kommentar Rolf-Dieter Krause;
- 8.10. Athen: Vor Merkels Griechenland-Reise, Autorin: Hilde Stadler + Brüssel: Start Europäischer Stabilitätsmechanismus, Autor: Christian Feld;
- 19.10. Brüssel: Zukunft der Eurozone und Bankenaufsicht, Autor: Christian Feld;

In den vergangenen zwei Jahren haben die mit der europapolitischen Berichterstattung befassten Redaktionen des Ersten zur anschaulichen Vermittlung der Ursachen und Auswirkungen der Krise öfter Vor-Ort-Sendungen aus dem europäischen Ausland gestaltet. So sendete beispielsweise das ARD-Mittagsmagazin im Juni 2011 eine Woche lang live aus Athen. Das ARD-Morgenmagazin schickte im Juni 2011 Moderator Sven Lorig nach Griechenland, Finnland, Spanien und Irland, um vor Ort Eindrücke über die Auswirkungen der Eurokrise zu sammeln. Ein weiterer Programmschwerpunkt wurde zur Präsidentschaftswahl in Frankreich 2012 gesendet. Anlässlich der Fußball-Europameisterschaften in Polen und der Ukraine im Juni 2012 ging das ARD-Morgenmagazin auf „Europatour“. Die „Tagesthemen“ begaben sich im März 2012 zur russischen Präsidentschaftswahl nach Moskau und im Juni zu den Wahlen nach Athen. Zum Finale des Eurovision Song Contests bot Das Erste eine begleitende Berichterstattung, die die politische und gesellschaftliche Realität in Aserbaidschan anschaulich vermittelte. Neben regelmäßigen Reporterschalten umfasste die Sonderberichterstattung auch die halbstündige aktuelle Dokumentation „Glanz und Schatten in Aserbaidschan“ am 23. Mai 2012.

Mit dem „Europamagazin“ bot Das Erste am Samstagnachmittag als einziger Anbieter einen Regelsendeplatz für Europa-Themen. Die Themenpalette reichte von den politischen Veränderungen durch die – immer noch nicht abgeschlossene – Erweiterung der EU, bis zu den wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Entwicklungen und Problemen in Europa: Bei der Berichterstattung über die Eurokrise behielten die Redaktionen besonders die wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Krise für die Menschen im Blick. Zum anderen beobachteten sie in Brüssel und Straßburg die Reaktionen von Europas Politikern darauf. Themenschwerpunkte des „Europamagazins“ waren unter anderem der politische Rechtsruck in immer mehr (vor allem osteuropäischen) Ländern, die um sich greifende Korruption und die wachsende Bedeutung von Europas Verhältnis zum Islam. Regelmäßig berichteten die Europamagazin-Korrespondenten aus dem EU-Anwärterstaat Türkei: Wirtschaftlicher Aufschwung, Rolle der Frau, Menschenrechte, lauteten hier die relevanten Aspekte. Zu aktuellen Ereignissen wie den wichtigsten Wahlen in Europa lieferte das „Europamagazin“ die Hintergründe: aktuell aber auch nachhaltig. Immer wieder ging der Blick deshalb auch zurück – was wurde aus Menschen und Themen, über die das Magazin berichtet hat?

Ein Schwerpunkt des Europamagazins war zwar die größer gewordene Europäische Union und die Frage, wie sich die EU-Politik auf den Alltag der europäischen Bürger auswirkte. Aber das „Europamagazin“ verstand sich nicht als EU-Magazin. Berichtet wurde vielmehr aus ganz Europa in seinen geografischen Grenzen. Aus aktuellen Gründen sendete das Europamagazin auch live und in besonderen Fällen mit Sonder-sendungen vor Ort (z.B. im Herbst 2011 aus Rom, anlässlich des Rücktritts von Berlusconi.)

Das Europamagazin muss sich am Samstagnachmittag in einem unterhaltungs- und sportorientierten Programmumfeld behaupten. Deshalb liegt der Schwerpunkt der Berichterstattung zwar auf der Entwicklung der sozialen und politischen Verhältnisse in Europa, das Europamagazin berichtet aber auch immer wieder in leichterer Form über den europäischen Alltag und die europäische Kultur.

Die beiden Redaktionen haben in diesem Sinne eine Optimierung der Sendung herbeigeführt, was Machart und Form von Beiträgen betrifft, aber auch den Aufbau der Sendung. Um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten, sendeten SWR und WDR seit Herbst 2011 beide aus dem gleichen Studio. Um die Wiedererkennbarkeit der Sendung zu erhöhen, wurde sie nur noch von zwei Moderatoren im Wechsel präsentiert. Das 15. Internationale WDR-Europaforum wurde am 12. Mai 2012 im Rahmen eines 60-minütigen „Europamagazin extra“ umfassend aufbereitet.

Auch der „Weltspiegel“ setzte sich mit den relevanten europäischen Themen auseinander. Im Juni 2012 befasste sich eine ganze Sendung mit der Situation in Griechenland nach dem Ausgang der Wahlen inklusive Schalten nach Brüssel. Die vom ARD-Programmbeirat angemahnte Einordnung leistete der „Weltspiegel“ beispielsweise mit Beiträgen wie der Dreifach-Betrachtung von Aktionärsaufständen gegen zu hohe Managergehälter durch die Korrespondentinnen in New York, London und Genf (Juni 2012).

„Fakt“ startete 2012 eine neue Rubrik mit dem Titel: „Europa und die Deutschen“, um gerade in Zeiten der Euro(pa)-Krise diesem zentralen Thema erhöhte Aufmerksamkeit zu sichern.

Das ARD-Studio in Brüssel ist mit drei Korrespondenten und zwei Fachredakteuren eines der am besten ausgestatteten der ARD. Die zwei Fachredakteure gewährleisten eine erhöhte Fluktuation, so dass – wie vom ARD-Programmbeirat gewünscht – eine möglichst große Zahl von Redakteurinnen und Redakteuren sich vor Ort in das Thema Europapolitik einarbeiten kann. Beim Westdeutschen Rundfunk wurde zusätzlich ein Europabeauftragter ernannt, der die Berichterstattung zwischen Brüssel und Köln koordiniert. Im Rahmen von Urlaubsvertretungen erhalten zusätzliche Kolleginnen und Kollegen die Möglichkeit, in Brüssel europapolitische Kompetenz zu erwerben. Außerdem absolvieren regelmäßig Volontärinnen und Volontäre Stationen ihrer Ausbildung vor Ort. Die Europaberichterstattung wird durch die Kolleginnen und Kollegen des ARD-Studios in Straßburg zusätzlich unterstützt.

Europa war bei PHOENIX auch im Jahr 2012 integraler Programm-Bestandteil. Neben kontinuierlichen Informationen und Hintergründen zur Wirtschafts- und Finanzkrise standen die Wahlen in Russland, Frankreich und Griechenland im Mittelpunkt der Berichterstattung. Allein zur Präsidentschaftswahl in Frankreich sendete PHOENIX insgesamt elf Stunden Programm. Im Vorfeld zeigte der Ereignis- und Dokumentationskanal als einziger deutscher Sender live das TV-Duell der beiden Kandidaten. Wiederholte Berichte aus dem Europäischen Parlament sowie die EU-Gipfel-Berichterstattung komplettierten dieses Angebot des Senders. Zahlreiche Sendungen gab es

rund um die Wahl von Martin Schulz zum neuen EU-Parlamentspräsidenten. Neben der Ereignis-Berichterstattung war Martin Schulz unmittelbar nach seiner Wahl Gast in der Gesprächsreihe „Im Dialog“. Über die Personalie hinaus ging es in den Sendungen auch immer wieder um die Stellung des EU-Parlaments zwischen nationalen Interessen und europäischer Integration gerade in Zeiten der Krise. So übertrug der Sender im Februar unter dem Titel „Wer entscheidet? Die EU und die Rolle der Parlamente“ eine Diskussion mit Martin Schulz, Bundestags-Präsident Norbert Lammert und EU-Energiekommissar Günther Oettinger.

Mit Themenschwerpunkten wie „Europas Radikale – Populisten auf dem Vormarsch“, „Verzweifelte Staaten von Europa“ oder „Totalitäres Osteuropa“ rückten verstärkt sozialpolitische Aspekte und Menschenrechtsfragen in den Blickpunkt. In seinem Sommersonderprogramm ging PHOENIX erneut auf Europatour: Neben Ländern wie Italien, Frankreich, Großbritannien, Schweden und Norwegen hat der Sender mit Serbien, Polen und der Ukraine verstärkt Ziele in Osteuropa angesteuert. Über die aktuelle, wirtschaftliche und politische Situation wurden länderspezifische, kulturelle und landschaftliche Besonderheiten vorgestellt, die ein tieferes Verständnis für die gegenwärtige Situation dieser Staaten wecken und übergreifend den Blick auf europäischen Sichtweisen eröffnen sollten.

Auslandsberichterstattung

Die umfassende und differenzierte Auslandsberichterstattung ist ein Alleinstellungsmerkmal des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und basiert auf der unabhängigen Berichterstattung durch ein weltweites Korrespondentennetz. Im Jahr 2011 waren die Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten sowie -redaktionen in besonderem Maße gefordert: Die politischen Umwälzungen im Nahen Osten und die Erdbebenkatastrophe in Japan mit dem daraus resultierenden atomaren GAU in Fukushima machten über Wochen und Monate umfangreiche Sonderanstrengungen nötig, um die Zuschauerinnen und Zuschauer aktuell, seriös und fundiert über die komplexen Entwicklungen und Zusammenhänge der Ereignisse zu informieren. Dass sich der große Aufwand gelohnt hat, zeigt der ARD-Trend 2011: 69 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass Das Erste die besten Auslandsberichte bringt. Damit konnte das ARD-Gemeinschaftsprogramm das beste Ergebnis seit vier Jahren verzeichnen.

Der „Weltspiegel“ hat sich in einer Zeit großer globaler Krisen und Veränderungen als Flaggschiff der ARD Auslandsberichterstattung behauptet und bewährt. Viele Ausgaben haben sich im ersten Halbjahr 2011 fast monothematisch mit den Protesten, Transformationen und Machtkämpfen in der arabischen Welt sowie mit den Folgen der Dreifachkatastrophe in Japan beschäftigt. Mit dieser nachhaltigen Hintergrundberichterstattung hat der „Weltspiegel“ jeden Sonntag einem Millionenpublikum eine differenzierte Einordnung dieser komplexen Krisen ermöglicht. Im Sommer 2011 hat er früh und hintergründig auf die dramatische Hungerkatastrophe am Horn von Afrika reagiert. Auch die Schuldenkrise in Europa ist vom Weltspiegel differenziert und anschaulich verfolgt worden. Zu wichtigen Ereignissen wie den Wahlen in Kairo oder dem 10. Jahrestag von 9/11 kam die Sendung direkt von den Ereignis-Orten wie Kairo und New York. Genauso wichtig aber war, dass sich die Sendungen mit besonderer Aufmerksamkeit auch den Geschichten und Prozessen in vielen Ländern der Erde gewidmet haben, die unter der Wucht der Mega-Krisen kaum Raum in der tagesaktuellen Berichterstattung finden konnten. Mit der Erweiterung des Studios Kairo um eine zweite Korrespondentenstelle wurde der weltweit einmalige Kompetenz-Pool der ARD aus Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten noch ausgebaut, und damit eine entsprechende Ankündigung aus den Leitlinien eingelöst. 2012 standen die Präsidentschaftswahlen in Russland, Frankreich und den USA im besonderen Fokus, zumal es in all diesen Ländern um weitreichende politische Richtungsentscheidungen ging.

Im Zeitraum von Januar bis Oktober 2012 schalteten durchschnittlich 2,3 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer die Sendung ein. Damit behauptete sich der „Weltspiegel“ als erfolgreichste regelmäßige Auslandssendung der Welt.

Im Jahr 2011 strahlte Das Erste 29 „Brennpunkte“ aus. Davon befassten sich nur zwei mit rein innenpolitischen Themen (Landtagswahlen in Baden-Württemberg mit dem ersten Grünen Ministerpräsidenten in der Geschichte der Bundesrepublik; Rücktritt zu Guttenbergs vom Amt des Bundesverteidigungsministers). Über die krisenhaften Entwicklungen im Nahen Osten (Ägypten, Libyen) berichteten zwölf Sendungen, die Situation in Japan nach dem Erdbeben und dem Tsunami behandelten in der Zeit zwischen dem 11. und 20. März 2011 neun Ausgaben. Dabei nahmen beispielsweise die Reporter in Ägypten, die live aus den bürgerkriegsähnlichen Ereignissen in Kairo berichteten, hohe persönliche Risiken in Kauf, um das Publikum in Deutschland aktuell und wahrheitsgemäß zu informieren.

Die krisenhaften Entwicklungen im Ausland fanden 2011 selbstverständlich auch in den Regelinformationssendungen des Ersten statt. Hier bewirkten sie ebenfalls besonders engagierte Programmanstrengungen. So sendete beispielsweise das „Morgenmagazin“ am Sonntag, den 13. März, eine Sonderausgabe zum „Unglück in Fukushima“. Neben der Aktualität legte das „Morgenmagazin“ aber auch besonders viel Wert auf Nachhaltigkeit. So wurde zu Beginn des Jahres 2011 noch einmal über das Schicksal eines kleinen Mädchens aus Haiti berichtet, das das schwere Erdbeben 2010 überlebte und in diesem Zusammenhang damals Gegenstand der Berichterstattung war. Im März gestaltete „Kontraste“ auf dem Höhepunkt der Demonstrationen in Kairo eine Schwerpunktsendung. Unmittelbar nach der Berichterstattung über die Waffenexporte deutscher Firmen in Spannungsgebiete stoppte die Bundesregierung jeglichen Waffenexport nach Ägypten. Die investigativen Recherchen zu Exporten der Waffenschmiede Heckler&Koch sorgten international für Aufsehen. „Monitor“ konnte im Frühjahr mit einer aktuellen Dokumentation zum Thema Fukushima und die Deutschen unter dem Titel „Nichts wird mehr so sein, wie vorher: Deutschland nach dem japanischen Atom-GAU“ beim Zuschauer punkten.

2012 stand außenpolitisch zunächst im Zeichen der Präsidentschaftswahlen in Russland, die die Wiederwahl Wladimir Putins brachten. Im Vorfeld der Wahl strahlte Das Erste am 27. Februar 2012 mit den zwei Dokumentationen („Götterdämmerung im Kreml?“ und „Ich, Putin“) einen Themenschwerpunkt aus. Die Wahl selbst begleiteten die „Tagesthemen“ am 4. März live vor Ort in Moskau. Im April und Mai folgten die Präsidentschaftswahlen in Frankreich. Im Mai und Juni informierte Das Erste ausführlich über die vorgezogenen Parlamentswahlen in Griechenland. Zum Finale des Eurovision Song Contests in Baku im Mai zeichneten die Informationssendungen des Ersten ein realistisches Bild des umstrittenen Staates Aserbaidschan. Die ARD-Korrespondenten analysierten im „Weltspiegel“, dem „ARD-Morgenmagazin“ und den „Tagesthemen“ die Menschenrechtsslage. Ein Korrespondent stand vor Ort zwei Wochen lang für Live-Schalten und Reporterberichte zur Verfügung. Zuvor hatte schon das Magazin „Kontraste“ im Februar 2012 eine kritische Reportage aus Baku gezeigt. Anlässlich der Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine im Juni und der geplanten politischen Boykottaufrufe gegen die Ukraine berichteten die ARD-Korrespondentinnen und –Korrespondenten ebenfalls aktuell und hintergründig in Beiträgen und Live-Schalten von der problematischen Menschenrechtsslage in dem Austragungsland. Vor und während der Olympischen Spiele in London im Juli beleuchteten auch die Informationssendungen des Ersten die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Hintergründe des sportlichen Mega-Events intensiv. Die amerikanischen Präsident-

schaftswahlen im November 2012 wurden für die Zuschauer des Ersten sowohl live vor Ort als auch mit einer Reihe von Sondersendungen dargestellt und mit Hilfe kompetenter Korrespondentinnen und Korrespondenten sowie einer Vielfalt von Expertinnen und Experten für die Zuschauer bewertet und eingeordnet. Im Vorfeld sendete Das Erste im Oktober unter anderem die Reportage „Die zerrissenen Staaten von Amerika: Der erbitterte Kampf ums Weiße Haus“ und „Der Kampf ums Weiße Haus – Die lange USA-Nacht“. „Presseclub“ und „Weltspiegel“ meldeten sich live aus Washington. In der Wahlnacht berichtete das Erste mit einer großen Sondersendung live über den Ausgang der Wahl zwischen Barack Obama und Mitt Romney. Dabei erzielte die Berichterstattung des Ersten in der Wahlnacht mit einem Marktanteil von 14,1 Prozent das beste Ergebnis aller Anbieter. Zwei Tage später informierte Das Erste in einer Sondersendung auch über den Machtwechsel in Peking: Anlässlich des Kongresses der Kommunistischen Partei, auf dem mit Xi Jinping der neue starke Mann gekürt wurde, erhielten die Zuschauer und Zuschauerinnen des Ersten Einblick in die Machtstrukturen der chinesischen Führung.

Jenseits der Tagesaktualität ermöglichten die Korrespondenten der ARD den Zuschauerinnen und Zuschauern der „Weltreisen“ einen intensiven, ganz persönlichen Blick auf Aspekte oder Regionen ihres Berichtsgebietes. Sie zeigten den Alltag der Menschen, suchten aber auch das Besondere und Eigentümliche – mit viel emotionaler Nähe. Daneben luden die „Weltreisen“ das Publikum zum Mitreisen und Miterleben ein – ob in Europa oder weltweit. Damit gelang es den ARD-Korrespondentinnen und -korrespondenten, neben ihrer tagesaktuellen und politisch hintergründigen Arbeit mit den persönlich geprägten und mit einer gewissen Leichtigkeit produzierten Weltreisen noch eine weitere Farbe in die Auslandsberichterstattung des Ersten zu bringen. Gleichwohl versäumen es auch die „Weltreisen“ nicht, die jeweiligen Beiträge in den gesellschaftlich-sozialen Hintergrund der Länder einzubetten, über die sie berichten.

PHOENIX hat sich 2012 in einer Vielzahl von Sendungen mit Auslandsthemen beschäftigt. Neben der eigentlichen Ereignis-Übertragung ist die ausführliche Vor- und Nachberichterstattung zu einem Markenzeichen des Senders geworden, ebenso deren Kontinuität. Im Vorfeld der US-Präsidentenwahl hat PHOENIX als einziger Sender bereits weit im Vorfeld sowohl die Partei-Conventions, als auch sämtliche Fernsehduelle der Kandidaten großflächig live übertragen. Den Auftakt bildete zu Beginn des Jahres die nächtliche Live-Übertragung der Präsidenten-Rede zur Lage der Nation. Im unmittelbaren Umfeld der Wahl hat sich PHOENIX auf allen Programmsäulen knapp 30 Stunden mit dem Ereignis beschäftigt.

Neben der umfangreichen Berichterstattung zu den wichtigsten Auslandswahlen und der ausführlichen Beschäftigung mit dem Bürgerkrieg in Syrien waren die Auswirkungen der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise Programm-Schwerpunkte. Zu Rückblicken auf die Ereignisse des vergangenen Jahres in Ägypten oder Japan gehörte auch die aktuelle Standort-Bestimmung dieser Länder. Gleiches galt für Haiti nach dem verheerenden Erdbeben von 2010 oder den in 2012 20 Jahre alten Bosnienkrieg. Darüber hinaus wurden in Gesprächssendungen Hintergründe beleuchtet, und in fast 50 Ausgaben der Reihe „Mein Ausland“, warfen die Korrespondenten von ARD und ZDF ihren ganz persönlichen Blick auf die Regionen, aus denen sie berichten.

Sportberichterstattung

Auch im Zeitraum 2011/12 hat Das Erste die Interessen der Sportfans auf höchstem Niveau bedient und das Sportgeschehen in einer großen Breite abgebildet: Die Zuschauer und Zuschauerinnen des Ersten konnten sich 2011 über die Geschehnisse in annähernd 50 verschiedenen Sportarten informieren. Im Mittelpunkt standen dabei

zwar die Live-Übertragungen verschiedener hochwertiger nationaler und internationaler Ereignisse, doch auch die kritische und analytische Betrachtung von Hintergründen, die journalistische Aufarbeitung von Missständen oder die unterhaltsame Verarbeitung diverser Themen waren wichtige Elemente der ARD-Sportberichterstattung. Die alljährliche umfangreiche Berichterstattung über den Wintersport im Ersten trug in vielen Aspekten Vorbildcharakter. In der Saison 2011/12 hat Das Erste 164 Stunden Live-Übertragungen von mehr als einem Dutzend verschiedener Wintersportarten angeboten. Das Interesse daran war in der gesamten Saison 2011/12 überwältigend: Insgesamt erreichten die Live-Übertragungen des Ersten von Ende Oktober 2011 bis Mitte März 2012 einen durchschnittlichen Marktanteil von 17,9 Prozent. Im Durchschnitt verfolgte jeder Zuschauer fünf Stunden Wintersport im Ersten. Zudem wurden Interessierte ausführlich durch „Tagesschau“ und „Tagesthemen“, durch die Sportregelsendungen im Ersten sowie die Nachrichten- und Sportformate in den Dritten Programmen informiert.

Das Beispiel Wintersport verdeutlicht, wie sehr die Sportberichterstattung der ARD von Vielfalt geprägt ist. Darüber hinaus sind jedoch insbesondere die „Sportschau“-Sendungen im Ersten sowie die Sportregelsendungen der verschiedenen Landesrundfunkanstalten ein sehr guter Beleg für die Breite an verschiedenen Sportarten: Nimmt man die Dritten Programme hinzu, kam die ARD sogar auf 100 verschiedene Sportarten, die in der Regel im Jahr abgebildet wurden. Darunter waren zahlreiche Disziplinen, die ohne den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht im Fernsehen gezeigt würden.

2011 wurde auch die Berichterstattung über den Sommersport ausgebaut und redaktionell noch besser verknüpft. Mit der Übertragung der DTM-Rennen als festem Bestandteil zeigte Das Erste von Juni bis einschließlich Oktober über 135 Stunden Sommersport live und berichtete in diesem Rahmen unter anderem ausführlich über Kanu, Triathlon, Rudern, Radsport, Reiten, Leichtathletik, Schwimmen oder Hockey. Dabei berücksichtigte die ARD auch weniger populäre Wettbewerbe und bot beispielsweise Live-Übertragungen von der Kunstturn-EM, dem Weltcupfinale im Reiten oder der Eiskunstlauf-WM an.

Die Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft 2011 in Deutschland begeisterte dank des zielgerichteten Engagements von ARD und ZDF ein Millionenpublikum. Während das Interesse am Frauen-Fußball generell, aber auch an den Länderspielen der Damen in der Regel eher gering war, avancierten die Titelkämpfe hierzulande zu einem Massenphänomen – erheblich beflügelt durch den Einsatz der ARD. Erstmals hatte sich die ARD entschlossen, gemeinsam mit dem ZDF sämtliche Spiele einer Frauen-WM live im Fernsehen zu übertragen. Damit entwickelte sich die Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft 2011 aus nationaler Sicht zum größten Sportereignis des Jahres: Nie zuvor wurde dieses Turnier von so vielen Menschen live im Fernsehen verfolgt. Nicht nur die Spiele der deutschen Damen avancierten mit durchschnittlich bis zu 16,5 Millionen Zuschauern im Ersten zu wahren Straßenfegern, auch die Übertragungen der anderen Begegnungen wurden vom Publikum überdurchschnittlich gut angenommen: Das Finale zwischen Japan und den USA verfolgten 15,39 Millionen Zuschauer, was einem Marktanteil von 46,6 Prozent entsprach. Damit gehörten die Übertragungen 2011 zu den meistgesehenen deutschen Fernsehsendungen.

Unverändert stark war das Interesse der Zuschauerinnen und Zuschauer am Männerfußball. Das Erste bediente es wieder erfolgreich mit der Berichterstattung über die Länderspiele, die Bundesliga und den DFB-Pokal. Vor allem die Bundesliga-Sportschau am Samstag setzte ihre Erfolgsgeschichte fort: In der spannenden Bundesligasaison 2010/11 mit der Meisterschaft von Borussia Dortmund konnte die Sportschau im 50. Jahr ihres Bestehens einen Vierjahresrekord aufstellen: Sie verzeichnete die höchste Sehbeteiligung seit der Spielzeit 2006/2007. Doch nicht nur die Bundesligisten profitieren vom Erfolg der Kultsendung, auch den Vereinen der 3. Liga kommt der große

Zuschauerzuspruch sehr entgegen. Durchschnittlich drei Millionen Fußballfans verfolgen die Drittliga-Berichterstattung samstags zwischen 18 und 18.30 Uhr – was für die Clubs eine außergewöhnliche Medienpräsenz mit dadurch verbundenen Marketingmöglichkeiten darstellt.

Matthias Opdenhövel konnte als Moderator für den Sport im Ersten gewonnen werden. Neben dem Fußball im Ersten („Sportschau“, Pokal- und Länderspiele) präsentiert er auch die Übertragungen vom Skispringen. Mit Franziska Schenk verstärkt wieder eine versierte Moderatorin das „Sportschau“-Team im Ersten.

Wie angekündigt führte die ARD ihren konsequenten Anti-Dopingkurs fort. Aus diesem Grund hat Das Erste 2011 zum vorerst letzten Mal live von der Tour de France berichtet. 2012 kam das größte Radrennen im Ersten nur noch in nachrichtlicher Form vor. Nachdem der Weltsportverband UCI dem siebenmaligen Tour de France-Gewinner Lance Armstrong am 22. Oktober 2012 alle Titel aberkannt hatte, nahm Das Erste aus aktuellem Anlass die Dokumentation „Geheimsache Doping – der tiefe Fall des Lance Armstrong“ ins Programm. In diesem Film zeichnet der australische Autor Quentin McDermott mit Hilfe zahlreicher Augen- und Zeitzeugen ein aussagekräftiges Bild des systematischen Dopings des amerikanischen Radprofis.

Auch von ihren ethischen Maßstäben wich die ARD nicht ab. So verzichtete sie auf die Übertragung des Boxkampfes zwischen Dereck Chisora und David Haye, weil die beiden umstrittenen Boxer nicht mit dem Image und Selbstverständnis der ARD vereinbar sind.

Der Sportsommer 2012 stand ganz im Zeichen der großflächigen Übertragungen von der Fußball-Europameisterschaft der Männer in Polen und der Ukraine sowie der Olympischen Spiele in London. Begleitend dazu sendete Das Erste aufwändige Dokumentationen wie z.B. einen Film über den Olympiasieger von 1936 „Jesse Owens“. Insbesondere die Fußball-Europameisterschaft avancierte erneut zu einem Publikums-magneten und erreichte über die Hälfte des deutschen TV-Publikums. Das größte Interesse zogen erwartungsgemäß die Spiele der deutschen Nationalmannschaft auf sich. Die Halbfinal-Partie Deutschland – Italien wurde von 27,99 Millionen Zuschauern verfolgt, womit über drei Viertel des deutschen TV-Publikums (Marktanteil 76,6 Prozent) die Live-Übertragung im Ersten sahen. Aber auch die nicht-deutschen Spiele interessierten das deutsche TV-Publikum sehr: Das Viertelfinale England – Italien verfolgten im Ersten 19,33 Mio. Zuschauer, es generierte einen Marktanteil von 56,1 Prozent. Über den Austragungsort Ukraine wurde ausführlich kritisch berichtet. Entsprechende Anmerkungen dazu finden sich auch im Kapitel 1: Information/ Auslandsberichterstattung.

Die Übertragungen von den Olympischen Spielen 2012 in London stießen bei den ARD-Zuschauern auf sehr positive Resonanz. In einer Begleituntersuchung bewerteten über 70 Prozent der Befragten das Angebot mit „gut“ oder „sehr gut“. Insbesondere das jüngere Publikum (14-49 Jahre) war mit den Übertragungen des Ersten sehr zufrieden (78 Prozent). 85 Prozent der Befragten beurteilten darüber hinaus den Umfang der Berichterstattung als angemessen, und 93 Prozent wünschen sich, dass auch zukünftig ARD und ZDF von den Olympischen Spielen berichten.

Insgesamt waren die Übertragungen von den Olympischen Spielen in London sehr erfolgreich. Im Schnitt verfolgten 3,35 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer die Sendungen „Olympia Live“ im Ersten, der Marktanteil lag bei 24,0 Prozent. Die mehr als dreistündige Abschlussfeier, die am späten Sonntagabend bis weit nach Mitternacht live im Ersten lief, erreichte einen Marktanteil von 33,7 Prozent, entsprechend 5,76

Millionen Zuschauern. Als besonders attraktiv für die Zuschauerinnen und Zuschauer im Ersten erwiesen sich allerdings die Schwimm- und die Leichtathletik-Wettbewerbe. Den Spitzenwert für die ARD gab es am 10. August mit 9,61 Millionen Zuschauern bei der Leichtathletik u. a. mit dem 4x400-Meter-Staffellauf der Männer. Weitere Leichtathletik-Wettkämpfe am selben Abend (u. a. Hammerwerfen der Frauen und Stabhochsprung der Männer) verfolgten 8,73 Millionen Menschen (32,8 Prozent Marktanteil).

Das Interesse an den zum ersten Mal sehr umfangreichen Online- und Livestreaming-Angeboten der ARD hat alle Erwartungen übertroffen. Die Seite sportschau.de/olympia verzeichnete mit 144 Millionen Page Impressions (PIs) eine zehnmal höhere Nachfrage als bei Peking 2008. Insgesamt 32,4 Millionen Mal wurden die bis zu sechs parallelen Livestreams genutzt.

Kritisch und hintergründig wurde im Rahmen der Olympia-Berichterstattung über verschiedene Doping-Vorfälle informiert sowie u. a. über die Geschehnisse rund um die deutsche Ruderin Nadja Drygalla, die das Olympische Dorf verlassen musste, nachdem ihre Beziehung zu einem Mitglied der rechtsextremen Szene bekannt geworden war.

Umfangreicher als jemals zuvor berichtete Das Erste im Sommer 2012 über die Paralympischen Spiele in London. (Ausführliche Beschreibung siehe Kapitel 7: Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen.)

Information

LEITLINIEN 2013/14

Aktuelle Berichterstattung

Das Ziel von „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ ist es, die Spitzenstellung als erfolgreichste und qualitativ hochwertigste Nachrichtenangebote des deutschen Fernsehens zu behaupten.

Als wichtigen Schritt zu diesem Ziel wird „ARD aktuell“ 2013 ein vollständig erneuertes Nachrichtenstudio für alle Sendungen in Betrieb nehmen. Mit der von Grund auf erneuerten Technik erhalten die Sendungen auch ein neues On-air-Design. Damit trägt „ARD aktuell“ den gestiegenen Anforderungen an den modernen Nachrichtenjournalismus Rechnung, bei dem es darauf ankommt, immer komplexer werdende Zusammenhänge für die Zuschauer und Nutzer verständlich aufzubereiten. Das Studio-Set setzt dabei auf die Klarheit, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit der Marke „Tagesschau“. Die Redakteurinnen und Redakteure sowie das Sprecher- und Moderationsteam müssen sich im Zuge der Modernisierung mit völlig neuen Workflows und veränderten Sendungsdramaturgien vertraut machen. Umfassende Schulungen werden auch das Ziel verfolgen, auf eine gesteigerte Effizienz hinzuwirken: Trotz zusätzlicher Anforderungen muss angesichts knapper Ressourcen gespart werden – die gewohnte Qualität der „Tagesschau“ wird dabei aber selbstverständlich erhalten bleiben.

Die Nachrichten der ARD werden zu einem zeit- und ortssouverän nutzbaren interaktiven Begleiter und erreichen damit auch die jüngere und technikaffine Zielgruppe, die sich zunehmend vom linearen Fernsehangebot löst. Deshalb müssen 2013 und

2014 die bestehenden Plattformen durch regelmäßige Updates aktualisiert werden und zugleich weitere Anwendungen für mobile Endgeräte mit hoher Marktdurchdringung angeboten werden (weitere Informationen im Kapitel 6: Ansprache jüngerer Zielgruppen.)

Die ARD-Programmverantwortlichen gehen davon aus, dass die Zukunft linearer Nachrichtenformate vom Format der „Tagesschau“ und der „Tagesthemen“ in ihrer journalistischen Exzellenz begründet ist. Wenn Qualitätsjournalismus alle Möglichkeiten in der digitalen Welt nutzt, ohne dabei altherwürdige journalistische Ansprüche und Grundsätze zu verlassen, bietet sich in Abgrenzung zum Bürgerjournalismus in Form von Microblogs eine große Chance. Die „Tagesthemen“ planen diesen Weg zu gehen. Wichtig ist dabei, die Möglichkeiten neuer Technologien nicht als Gefahr zu betrachten, sondern als Chance, die Zuschauer aller Altersgruppen noch besser zu erreichen. Es muss dabei gelingen, den Markenkern der „Tagesthemen“ zu stärken und das Profil zu schärfen, um unter dieser Prämisse neue digitale Welten zu erobern. Inhaltlich heißt das, einer allgemeinen Boulevardisierung im Nachrichtenjournalismus weiterhin die Stirn zu bieten und auf Relevanz, Seriosität und Verlässlichkeit zu setzen. Formal muss es das Ziel sein, sich mit diesen Attributen auch in der digitalen Welt einen festen Platz zu erobern, um den Zuschauerbedürfnissen gerecht zu werden. Bei gleichbleibenden Ressourcen muss es gelingen, die „Tagesthemen“ online mit interaktiven Elementen auszustatten, Diskussionsmöglichkeiten zu bieten und zur ersten Referenz bei Nachrichten auch im Netz zu werden. Eingebettet in diese Marken- und Distributionsstrategie von „ARD aktuell“ und unter Nutzung aller verfügbaren Möglichkeiten bis hin zu den sozialen Medien ist es das Ziel und die Aufgabe, mit „Tagesschau“, „Tagesthemen“, „Nachtmagazin“ und „Wochenspiegel“ alte Zuschauergruppen zu halten und neue zu erschließen. Dies fordert von Redaktion und Produktion einen permanenten Entwicklungs- und Fortbildungsauftrag. Ein einmal verlorener Anschluss an die Lebenswirklichkeit der Gebührenden, Zuschauer und User ist angesichts der dynamischen Prozesse im Mediensektor kaum wieder aufzuholen. In diesem Zusammenhang werden sich „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ weiter um größtmögliche Verständlichkeit bemühen. Alle Darstellungsmittel – Sprache, Grafik, Bilder – werden immer wieder hinsichtlich ihrer Eignung für eine möglichst anschauliche Vermittlung der Inhalte überprüft.

Der ARD-Programmbeirat begrüßt die Etablierung einheitlicher Sendezeiten für die „Tagesthemen“ von Montag bis Donnerstag. Auch wenn die Flexibilität des Schemas bei besonderen Anlässen gewünscht wird, bittet der ARD-Programmbeirat darum, den Sendeplatz so weit wie möglich einzuhalten.

Politische Verhandlungs- und Entscheidungsprozesse entfernen sich mehr und mehr aus der Erfahrungswelt der Bürger und verlieren an Transparenz. Mit der Erfahrung und Kompetenz aus der Berichterstattung von Bundestags-Untersuchungsausschüssen, dem Schlichtungsverfahren zu Stuttgart 21 oder der Berichterstattung aus der Ethikkommission Atomkraft wird PHOENIX sich in den nächsten Jahren verstärkt der Aufgabe widmen, dieser Tendenz entgegen zu wirken.

Wahlberichterstattung:

Im September 2013 findet die Bundestagswahl statt. Das Erste wird dieses wichtige politische Ereignis im Vorfeld mit einer ausführlichen Sonderberichterstattung in Form von Porträts, Talksendungen, Dokumentationen etc. begleiten. Am Wahlabend werden die Zuschauerinnen und Zuschauer des Ersten aktuell und umfassend über alle relevanten Ergebnisse und deren Auswirkungen informiert. Nach der Wahl werden ausführliche Analysen und die aktuelle Begleitung der Regierungsbildung einen weiteren

Schwerpunkt der politischen Berichterstattung im Ersten darstellen. 2013 werden in Niedersachsen, Bayern und Hessen neue Landtage gewählt. Auch die Wahlen zum Europaparlament im Frühjahr 2014 sowie die Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und Brandenburg werden aktuell und umfassend im Ersten aufbereitet. Das Erste wird seine Wahlsendungen in den kommenden Jahren wieder so gestalten, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer auf allen Ausspielwegen die präzisesten Prognosen, Ergebnisse und Analysen präsentiert und die Hintergründe und Mechanismen der Wahlen anschaulich vermittelt bekommen. Zu diesem Zweck werden die Grafiken von Infratest Dimap mit einem neuen HD-fähigen System unterlegt.

Die Redaktionen werden darauf achten, neben personenbezogenen Themen aus dem Wahlkampf verstärkt themenorientierte und vertiefende Hintergrundberichte über aktuelle politische und gesellschaftliche Fragestellungen und über die Wahlprogramme der Parteien anzubieten.

Hintergrund und Analyse

Die Gesprächssendungen des Ersten werden sich auch in Zukunft um einen abgestimmten Mix aus aktuellen politischen und selbstgesetzten gesellschaftlich relevanten Themen bemühen. Dabei ist es den Redaktionen ein besonderes Anliegen, weibliche und männliche Gäste in einem möglichst ausgewogenen Verhältnis einzuladen – was als Beitrag zur Erhöhung des Frauenanteils im noch immer männlich dominierten politischen Bereich zu verstehen ist.

Der ARD-Programmbeirat hat zur Talkshowleiste ein ausführliches Papier verfasst. Darin wünscht sich der ARD-Programmbeirat unter anderem eine verbesserte Koordinierungspraxis mit Blick auf Gäste und Themen. Außerdem sollen öfter Themen aufgegriffen werden, die gezielt jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer ansprechen und einbinden. Grundsätzlich regt der ARD-Programmbeirat an, die einzelnen Formate möglichst eindeutig zu profilieren. Die Fachredaktionen und Koordinationen werden sich mit diesen Auswertungen und Anmerkungen eingehend befassen und das Gesamtangebot der politischen Talkshows im Ersten einer sorgfältigen Evaluierung unterziehen.

Bei den politischen Magazinen bedauert der ARD-Programmbeirat, dass die in Aussicht gestellte gemeinsame „Dachmarke“ bisher nicht umgesetzt werden konnte.

Für das Jahr 2013 plant Das Erste unter anderem Dokumentationen zu folgenden Themen: „Ein Jahr Bundespräsident Joachim Gauck“ und „Die Essensretter“ – was wurde aus den Nahrungsskandalen der Vergangenheit?. Der Film „Der lange Marsch“ wird im Februar 2012 die Entwicklung der Grünen Partei dokumentieren. Im Mai ist zum 65. Geburtstag ein Dokumentarfilm über Joschka Fischer geplant. Im Dezember wird der 95. Geburtstag von Altkanzler Helmut Schmidt mit einem großen Porträt ausführlich gewürdigt.

Besondere Wertschätzung erfährt das Dokumentar-Genre im Rahmen der ARD-Initiative „Blickpunkt Deutschland“: Dieser Wettbewerb sucht die besten Ideen für einen Dokumentations-Primetimesendeplatz im Ersten. (Nähere Informationen siehe Kapitel 2: Kultur/Leitlinien.)

Im Zusammenhang mit der europäischen Finanz- und Wirtschaftskrise oder dem Aufkommen neuer Medien wie sozialer Netzwerke ist deutlich geworden, dass Orientierungshilfen immer wichtiger werden, die den Bürgern die Basis für ein grundlegendes Verständnis der Zusammenhänge bieten. Dieser Aufgabe hat sich PHOENIX gestellt

und wird sein Angebot in dieser Hinsicht stetig ausbauen, auch mit dem Ziel, die Attraktivität seines ohnehin relativ jungen Programms in dieser Zielgruppe weiter zu erhöhen. Zur ganzen Bandbreite (gesellschafts)politisch und wirtschaftlich nationaler wie internationaler Themen bietet PHOENIX täglich Hintergrundinformationen und journalistische Analysen: Dokumentationen und Reportagen mit inhaltlichem Bezug zu den Ereignis-Übertragungen stellen die aktuelle Berichterstattung in einen erweiterten Kontext. Darüber hinaus präsentiert PHOENIX mit seinem Dokumentationsangebot regelmäßig das ganze Spektrum wichtiger Themen aus Politik und Zeitgeschichte, Wirtschaft und Gesellschaft.

DasErste.de hat zusammen mit den produzierenden Landesrundfunkanstalten dafür Sorge getragen, dass die politischen Magazine in den Telemedien besser vernetzt werden und in der Mediathek abrufbar sind. Dieser Prozess soll im Rahmen des für März 2013 geplanten sogenannten „Homogenitätsrelaunches“ von ARD Online (siehe Telemedien-Leitlinien) weiter vorangetrieben werden.

Wirtschafts- und Sozialberichterstattung

Das Erste wird auch in Zukunft den Zuschauerinnen und Zuschauern die Auswirkungen und Ursachen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise inklusive nachhaltiger Lösungsmöglichkeiten sowie wirtschafts- und finanzpolitische Zusammenhänge in Deutschland, Europa und der Welt nachvollziehbar abbilden. Einzelne Ausprägungen wie beispielsweise die anhaltend drohende europäische Währungskrise werden für die Zuschauerinnen und Zuschauer auch künftig in Form von aktuellen Berichten, Dokumentationen, Reportagen und Diskussionen ausführlich aufbereitet. Aktuell eingesetzte Sondersendungen werden bei Bedarf zur Vertiefung eingesetzt. Dabei wird darauf geachtet, dass die Auslandskorrespondentinnen und Auslandskorrespondenten der ARD ihre Kompetenz auch in wirtschaftspolitischen Fragestellungen verstärkt einbringen. Insgesamt wird sich die Wirtschafts- und Sozialberichterstattung im Ersten um noch mehr Hintergrundinformationen bemühen. Die Journalistinnen und Journalisten der ARD werden in der andauernden kritischen Situation ihre besondere Verantwortung wahrnehmen und die Bürger und Bürgerinnen sachlich, umfassend und verständlich informieren.

Die Chefredakteure prüfen die Etablierung eines aus mehreren journalistischen Persönlichkeiten bestehenden Kompetenzteams für übergeordnete und immer wiederkehrende wirtschafts- und sozialpolitische Themen. Damit soll im Rahmen der Berichterstattung verstärkt die eigene, von externen Interessen unabhängige Expertise abgerufen werden können.

Der ARD-Programmbeirat regt an, in verschiedenen Formaten des Ersten über die Entwicklung des Arbeitsmarktes zu berichten, auch und gerade über prekäre und unsichere Beschäftigungsverhältnisse z.B. in der Zeitarbeit.

Bei der Auswahl der Talkshowgäste zu wirtschafts- und sozialpolitischen Fragestellungen werden die Redaktionen darauf achten, dass ausschließlich fachlich ausgewiesene Expertinnen und Experten zu Wort kommen. Überdies werden die Redaktionen dafür Sorge tragen, die Runden im Gesamtbild ausgewogen zu besetzen.

Die Redaktionen werden sich darum bemühen, die Folgen wirtschafts- und sozialpolitischer Entscheidungen auf die Umwelt noch deutlicher, vielfältiger und nachhaltiger darzustellen. Der ARD-Programmbeirat wünscht sich in diesem Zusammenhang eine Berichterstattung, die die Zuschauerinnen und Zuschauer über die Zusam-

menhänge zwischen Wirtschaftswachstum, Konsum und Klimawandel bzw. Artensterben informiert.

Im Januar und Februar 2013 wird Das Erste die erfolgreiche Reihe der Markenchecks mit vier weiteren Folgen fortsetzen: Rewe, ADAC, Apple und TUI. Eine eingehende Dokumentation wird sich dem „Machtkampf gegen eine Heuschrecke“ widmen. Die Doku „Bankraub ohne Konsequenzen“ wird sich der Frage widmen, „wie die Finanzindustrie uns aussaugt“.

Europaberichterstattung

Die Frage, wohin Europa sich entwickelt und wie das Projekt der europäischen Integration in den nächsten zwei Jahren voranschreitet, ist von zentraler Bedeutung für alle Bereiche des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Leben nicht nur in Deutschland. Diesem richtungsweisenden Thema wird sich die Berichterstattung im Ersten weiterhin intensiv zuwenden, sowohl nachrichtlich als auch mit eigenständig gesetzten Schwerpunkten und intensiver Hintergrundberichterstattung. Dabei werden die Redaktionen der Informationsformate verstärkt darauf achten, die Europapolitik, ihre Entscheidungen und Auswirkungen auf die gesellschaftliche Wirklichkeit in Deutschland vom Zeitpunkt der Beschlussfassung in den europäischen Institutionen aufzugreifen und zu begleiten.

Die Europawahlen im Jahr 2014 werden in diesem Zusammenhang im Ersten den großen Rahmen für eine umfassende Darstellung der europäischen Institutionen und Organe bieten. Das Erste wird die Wahl ausführlich in Hintergrundberichten und aktuellen Beiträgen begleiten und die Gelegenheit nutzen, fundiertes Wissen über Aufbau und Mechanismen der Europäischen Union zu vermitteln.

Darüber hinaus werden die Informationssendungen des Ersten auch in Zukunft in Form von Reportagen und vor-Ort-Sendungen aus anderen Ländern berichten und dem deutschen Publikum die europäischen Nachbarn in ihren Facetten näherbringen.

Am 22. Januar 2013 wird Das Erste live aus dem Bundestag übertragen, wenn Bundeskanzlerin Merkel und der französische Präsident Hollande in ihren Reden den 50. Jahrestag des Elyssée-Vertrags würdigen.

Mit dem „Europamagazin“ steht den ARD-Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten weiterhin eine Regelsendung zur Verfügung, die den Rahmen für die kontinuierliche und nachhaltige Darstellung eigenrecherchierter, selbstgesetzter Themen außerhalb der Tagesaktualität bildet. Das „Europamagazin“ sowie der „Weltspiegel“ werden auch in Zukunft unvoreingenommen, objektiv und ausführlich über Europa, seine Menschen und seine Institutionen berichten. Dies ist auch erklärter Wunsch des ARD-Programmbeirats.

Auslandsberichterstattung

Die ARD wird ihr weltumspannendes Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten weiterhin als programmprägendes Alleinstellungsmerkmal für die Vernetzung der globalen, europäischen, nationalen und regionalen Perspektive stärken. Die Auslandsberichterstattung im Ersten wird den Weg weiter verfolgen, neben der Darstellung aktueller Ereignisse wie Krisen, Kriege und Katastrophen durch eine umfassendere außenpolitische Einordnung einen größeren informatorischen Mehrwert für die Zuschauerinnen und Zuschauer zu schaffen.

Der „Weltspiegel“ bietet in diesem Zusammenhang eine etablierte Plattform für die nachhaltige Darstellung vielfältiger Aspekte wie Umweltschutz oder Soziales anhand sorgfältig und verantwortungsbewusst ausgewählter Protagonistinnen und Protagonisten. Im Ausblick für die kommenden Jahre steht auf längere Sicht die weitere Entwicklung in der arabischen Welt im Blickpunkt. Besonderes Gewicht hat aber auch die Beschäftigung mit den geopolitischen Veränderungen, die sich aus dem Aufstieg Indiens, Chinas und weiterer Regionalmächte ergeben. Diese Prozesse so darzustellen, dass sie für die Zuschauer nicht irrationale Ängste wecken, sondern verständlich und nachvollziehbar bleiben, ist eine der großen Herausforderungen für den „Weltspiegel“. In den Präsentationsformen plant der Weltspiegel in Zukunft noch vielseitiger zu werden und durch zeitgemäße Presenter-Reportagen auch die Bindung zwischen Zuschauern und Korrespondenten zu stärken. Das 50-jährige Jubiläum der ältesten und erfolgreichsten Auslandssendung der Welt wird der „Weltspiegel“ im Jahr 2013 nicht nur in Sondersendungen durch ein halbes Jahrhundert Weltgeschichte feiern, sondern in vielfältiger Weise die bisherige Berichterstattung und zukünftige Herausforderungen reflektieren.

Im Rahmen der „Weltreisen“ werden sich die Korrespondentinnen und Korrespondenten noch intensiver bemühen, die jeweiligen Beiträge in den gesellschaftlich-sozialen Hintergrund der Länder einzubetten, über die sie berichten.

Mitte 2013 befasst sich ein Dokumentarfilm mit der „Entscheidung in Kunduz“. Im Jahr 2014 wird anlässlich der Olympischen Winterspiele in Sotschi eine Dokumentation „Putins Spiele“ beleuchten.

Die Welt im 21. Jahrhundert rückt mehr und mehr zusammen. Neben einer umfassenden Ereignisberichterstattung sowie europa- und internationalen Perspektiven in seinen Gesprächssendungen und Dokumentationen wird PHOENIX diesen Prozess auch weiterhin auf allen Programmsäulen begleiten und dokumentieren.

Sportberichterstattung

Fairness, Spannung und Miteinander – die Werte des Sports werden durch die Sportberichterstattung der ARD repräsentiert. Der Sport hat eine immense gesellschaftliche Bedeutung, die er unter anderem dank der Unterstützung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erfüllen kann. Sport im Allgemeinen trägt in unserer Gesellschaft maßgeblich dazu bei, unverzichtbare soziale und kulturelle Werte zu vermitteln sowie gesellschaftliche Entwicklungen positiv zu beeinflussen. Aus diesem Grund wird Das Erste die Sportberichterstattung weiter als Teil ihres Informationsauftrags nach öffentlich-rechtlichen Qualitätskriterien für ein breites Publikum anbieten. Insbesondere durch Übertragungen, mit denen Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer erreicht werden, kann die ARD als wertevermittelnder öffentlicher Träger im Rahmen ihrer Möglichkeiten auch ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen und auf unterschiedliche Weise auf die Gesellschaft einwirken.

Um das Publikum auf möglichst vielen relevanten Plattformen zu erreichen, entwickelt die ARD ihre Angebote konsequent weiter: So startete Anfang 2011 die sportschau.de-App für Smartphones, die zahlreiche aktuelle Sport-Nachrichten und Hintergrundinformationen bietet. Das Projekt „Deine Sportschau“, das seit Mitte 2012 online ist, bietet ebenfalls interaktive Möglichkeiten für Sportinteressierte: Die Internet-Nutzer können sich aus den auf sportschau.de eingestellten Beiträgen ihre eigene Sportschau zusammen bauen.

Mit der Berichterstattung über rund 50 Sportarten allein im Ersten unterstützt die ARD Vereine sowie Verbände und bildet damit die Grundlage, dass diese ihre gesellschaftlichen Funktionen erfüllen können. In zahlreichen Sportarten wären Verbände ohne die entsprechenden Lizenzeinnahmen und medialen Plattformen wohl existenziell bedroht. Insbesondere im Vereins- und Jugendbereich wären die Folgen verheerend und die Vermittlung sozialer Werte wie Zusammenhalt, Fairness oder Kameradschaft durch den Sport blieben vielerorts auf der Strecke. Gerade um den kleineren Verbänden herausragende mediale Plattformen und damit verbundene Marketingmöglichkeiten zu bieten, sind jedoch auch die sogenannten Quotenzugpferde wie Fußball, Boxen oder Biathlon äußerst wichtig: Durch sie wird ein großes Publikum an das ARD-Programm herangeführt, wovon die kleineren Sportarten im Programmumfeld sowie deren Veranstalter durch höhere Zuschauerzahlen profitieren. Daher wird sich die ARD auch in Zukunft bemühen, die Vielfalt im Sport in vollem Umfang zu erhalten und dabei die Thesen der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz zur Sportberichterstattung vom November 2011 einzubeziehen. In diesem Zusammenhang ist die Vielfalt der Sportberichterstattung unabhängig von Einflüssen der Verbände sicherzustellen.

Die ARD wird gemäß ihren Prinzipien der kritischen Berichterstattung auch weiterhin Missstände thematisieren. Ob Gewalt in den Stadien, Wettmanipulationen oder die leider immer wieder auftretenden Missbrauchsfälle durch Doping: Erfahrene ARD-Journalisten werden sich auch weiterhin mit den problembehafteten Themen auseinandersetzen und sie für die Öffentlichkeit aufdecken.

Dies gilt im besonderen Maß für die beim WDR angesiedelte Anti-Dopingredaktion, die seit 2007 tätig ist. Die ARD wird ihren strikten Anti-Doping-Kurs fortsetzen und zum Beispiel bei der Auswahl von Partnern und der Ausarbeitung von Verträgen weiterhin auf die Verankerung von entsprechenden Vereinbarungen achten.

Ihrer gesellschaftlichen Verantwortung kommt die ARD im Bereich der Sportberichterstattung auch nach, indem aus Rücksichtnahme auf die Gebührenzahler auch in Zukunft stets darauf geachtet wird, Sportrechte nur zu marktgerechten Preisen zu erwerben.

Seit April 2012 steht fest, dass die ARD bis 2017 im Besitz der exklusiven Free-TV-Erstverwertungsrechte von der Fußball-Bundesliga bleibt und den Zuschauern weiterhin die Kurzberichte von den Spielen in der Sportschau am Samstag zeigen wird. Das Rechtepakete umfasst auch wieder die Berichterstattung von den Sonntagsspielen sowie sieben Live-Übertragungen: Eröffnungsspiel, Rückrundenauftakt, vier Relegationsspiele und Supercup. Neu ist, dass die Bundesliga-Sportschau ab der Saison 2013/14 auch als Livestream im Netz angeboten werden darf.

Fußball-Länderspiele und der DFB-Pokal werden ebenfalls weiterhin bei der ARD zu sehen sein, der Pokal sogar exklusiv, da die ARD für die nächsten vier Saisons alleiniger Free-TV-Erstrechteverwerter ist. Bei mindestens neun Live-Übertragungen pro Saison sowie in umfangreichen Sportschau-Sendungen zum DFB-Pokal können sich die Zuschauer umfassend informieren.

In den nächsten zwei Jahren kann sich das ARD-Publikum darüber hinaus auf erstklassige Übertragungen von herausragenden sportlichen Großereignissen freuen: Dazu zählen besonders die Olympischen Winterspiele 2014 in Sotschi oder die Fußball-Weltmeisterschaften 2014 in Brasilien. Daneben gehören wieder zahlreiche Sommer- und Wintersportereignisse, die Rennen der DTM oder die Boxkämpfe zu den festen

Säulen des ARD-Sports im Ersten. Außerdem 2013 auf dem Programm: Die Handball-WM in Spanien, die Frauen-Fußball-EM in Schweden, die Schwimm-WM in Barcelona sowie die Alpine Ski-WM in Schladming und die Nordische Ski-WM in Val di Fiemme. Die ARD überprüft zudem regelmäßig, ob die Übertragung einzelner, besonders für Jugendliche interessanter Trendsport-Events die Sportberichterstattung des Ersten bereichern könnten.

2. Kultur

Kriterien

- Kulturelle Vielfalt
- Themenspektrum gemäß eines weitgefassten Kulturbegriffs
- Stärkung der kulturellen Identität
- Kreativität (als Produzent, Vermittler und Förderer von Kultur)
- Förderung des gesellschaftlichen Diskurses
- Schärfung des Bewusstseins für den europäischen Kulturraum
- Beitrag zur Integration
- Aktuelle und differenzierte Kulturberichterstattung von der deutschen und internationalen Kunst- und Kulturszene
- Kritische, meinungsbildende Stellungnahme zu kulturpolitischen Diskussionen
- Beitrag zur Pflege der Sprach- und Lesekultur
- Darstellung herausragender Persönlichkeiten der deutschen und internationalen Kulturszene
- Interesse wecken an herausragenden zeitgeschichtlichen und kulturellen Ereignissen/Themensetzung durch Eventprogrammierung
- Eigen- und Auftragsproduktionen als Schwerpunkt des Programmangebots
- Anspruchsvolle Fernsehfilme mit gesellschaftlich relevanten Stoffen in ästhetisch reflektierter Bildsprache
- Sorgfältige Auswahl der Produktionsmittel hinsichtlich Bildgestaltung, Regie und Kamera
- Aktive Weiterentwicklung der deutschen Kinofilmkultur
- Förderung des filmischen Nachwuchses
- Abbildung der internationalen Filmkunst
- Vielfältige Angebote zu allen Themen des Glaubens
- Möglichkeit zur Teilhabe an Festgottesdiensten

BERICHT 2011/12

Aktuelle Kulturberichterstattung

Laut der repräsentativen ARD-Trendumfrage für das Jahr 2011 hielten 56 Prozent der Bundesbürger Das Erste für einen „unverzichtbaren Bestandteil der Kultur in Deutschland“ – nach wie vor der mit Abstand höchste Wert für einen Fernsehsender. Und: Das Urteil der Bürger ist auf hohem Niveau stabil, konnte gegenüber der Umfrage von 2009 sogar um drei Prozent leicht gesteigert werden. Diesem allgemeinen Trend entspricht auch das Votum, das die Zuschauerinnen und Zuschauer über das Kulturmagazin im Ersten, „tnt – titel, thesen, temperamente“, fällen. Sie halten es für „das Beste seiner Art.“ Diese Beliebtheit drückt sich auch in steigenden Zuschauerzahlen aus: Im Jahr 2011 lag der Marktanteil von „tnt“ bei 7,5 Prozent, dem höchsten Wert seit 2003. Durchschnittlich 1,12 Millionen Menschen erreichte „tnt“ mit seiner wöchentlichen Kulturberichterstattung, die ein breites Themenspektrum abdeckt und sich einem weiten Kulturbegriff verpflichtet fühlt, der Hoch- und Alltagskultur ebenso abbildet wie kulturpolitische Themen. Der kontinuierliche Aufwärtstrend von „tnt“ ist sicher auch ein Verdienst des Moderators Dieter Moor, der die Inhalte kompetent und überzeugend vermittelt. In Sondersendungen zur Berlinale, zu den Internationalen

Filmfestspielen von Venedig und Cannes, der Kunstbiennale in Venedig, der Frankfurter und Leipziger Buchmesse, beim 60. ARD-Musikwettbewerb, der 13. Kasseler documenta und den Salzburger Festspielen war „tnt“ mit vertiefenden extra-Ausgaben live vor Ort präsent. Die in den Leitlinien 2011/12 ausgesprochene Empfehlung des ARD-Programmbeirats, das Magazin möge noch stärker in kulturpolitische Debatten eingreifen und Themen setzen, haben die Macher gerne aufgenommen. So wurde in „tnt“ im Herbst 2011 und im Frühjahr 2012 eine Rubrik „Verfolgt! – Künstler in Gefahr“ aufgenommen. Insgesamt wurde darin auf 12 Künstler aufmerksam gemacht, die in ihrem Land politisch drangsaliert, zensiert, bedroht oder inhaftiert werden. Über die Namen hinaus, die ohnehin die Schlagzeilen beherrschen, hat „tnt“ dabei auch solche Fälle bekannt gemacht, über die selten oder nie in unseren Medien berichtet wird.

Zur Schärfung des Profils und der Bekanntheit war „tnt“ auch offair präsent, zum Beispiel während der Frankfurter Buchmesse, wo im Rahmen des ARD-Forums zahlreiche Autorengespräche und Diskussionen organisiert wurden. Ebenfalls fortgesetzt wurde das Projekt „tnt empfiehlt“, eine Zusammenarbeit der Sendung mit den Volkshochschulen. Daran haben sich sechs Landesrundfunkanstalten beteiligt. Durchgeführt wurden elf Veranstaltungen mit 34 deutschen Volkshochschulen, an denen insgesamt 405 Gäste teilnahmen. Entscheidender als die Teilnehmerzahl war aber, dass „tnt“ im Vorfeld dieser Veranstaltungen in 580.000 VHS-Katalogen extrem zielgruppenorientiert kostenlos werben konnte, was zur Stärkung der Bekanntheit des Magazins in der kulturinteressierten Bevölkerung beitrug. 2012 werden weitere „tnt empfiehlt“-Projekte in den jeweiligen Sendegebieten realisiert.

Die aktuelle Kulturberichterstattung bei „tnt“ wurde in den Telemedien stets multimedial begleitet. Über „tnt empfiehlt“ wird im Internet ebenso informiert, wie über die Rubrik „Verfolgt! – Künstler in Gefahr“. Für immer mehr Beiträge liegen mittlerweile Onlinerechte vor und sie können auch zum Abruf in der Mediathek bereitgestellt werden. Über eine eigene Fanpage bewirbt „tnt“ seine Themen und Sendungen auch bei Facebook, und tritt über die Plattform auch direkt mit seinen Nutzern in Kontakt.

Auch das Buchmagazin „Druckfrisch“ mit Denis Scheck konnte 2011 in der Zuschauer- gunst zulegen: 5,1 Prozent Marktanteil und durchschnittlich 540.000 Zuschauer in 2011 gegenüber 4,6 Prozent (490.000) in 2010 ist ein signifikanter Zuwachs. Der Präsentator überzeugte mit seiner Fach- und Sachkompetenz und vermittelte in zehn Sendungen fundierte Informationen zu Neuerscheinungen. Seine besondere Art der individuellen Gesprächsführung gab den Zuschauern Einblicke in Motivationen und Werdegänge der Autoren und ließ Persönlichkeiten der Literaturszene lebendig werden. „Druckfrisch“ bemühte sich insbesondere sehr darum, Literatur für das Fernsehen zu visualisieren und mediengerecht und optisch originell aufzubereiten. 2011 wurde die Sendung mit dem „Deutschen Fernsehpreis, Besondere Leistung Information“ ausgezeichnet. Alle Buchtipps und Informationen der Sendung sind noch einmal im Internet nachzulesen und stehen in der Mediathek zum zeitsouveränen Abruf bereit.

Aktuelle Kulturberichterstattung war auch ein fester Bestandteil der Nachrichtensendungen im Ersten. So brachten „Tagesschau“, „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“ regelmäßig Beiträge zum Kulturgeschehen, wobei viele mehrfach in den verschiedenen „Tagesschau“-Ausgaben gesendet wurden. Solche Mehrfachausstrahlungen nicht einbezogen, zeigte die „Tagesschau“ im Berichtszeitraum (Stand: bis einschließlich Oktober 2012) 150 Beiträge über verschiedene Ausstellungen (die „Tagesthemen“ 49, „Nachtmagazin“ 52), 23 über Theater/Oper/Tanz/Musik (die „Tagesthemen“ 40, „Nachtmagazin“ 48), 10 zum Thema Literatur (die „Tagesthemen“ 9, „Nachtmagazin“ 3), 35 zum Thema Kino- und Fernsehfilm (die „Tagesthemen“ 32, „Nachtmagazin“ 32).

Hinzu kam die aktuelle Kulturberichterstattung im „Mittagsmagazin“ sowie die ambitionierten Buch-, Kino- und Kulturtipps im „Morgenmagazin“.

Desweiteren wird regelmäßig auf ARTE über aktuelle Kulturthemen informiert: Zweimal täglich wird im „ARTE Journal“, einmal wöchentlich in „Metropolis“ und einer Kulturdokumentation am Mittwochabend sowie mit einem breit angelegten Kulturangebot jeweils sonntagnachmittags über das europäische Kulturgeschehen in unterschiedlichen Formaten berichtet. Darüber hinaus werden auch einzelne besondere Ereignisse, wie beispielsweise die Salzburger Festspiele, in Form von Schwerpunkten hervorgehoben.

Fernsehfilm

Im Bereich der fiktionalen Erzählprogramme ist es mit vielen Produktionen gelungen, den Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besonders eindrücklich zu dokumentieren. Zeitgeschichtliche sowie relevante gesellschaftliche Themen sind auch in 2011 und 2012 als Eventprogrammierungen umgesetzt worden – in Form von aufwendigen Fernsehfilmen mit einer darauf Bezug nehmendem Gesprächssendung oder Dokumentation.

Im April 2011 machte Das Erste „Gewalt in der Familie“ zu einem Schwerpunktthema: Der von Dror Zahavi inszenierte Fernsehfilm „Kehrtwende“ erzählte die Handlung aus der Perspektive des Täters. Im Anschluss an den Fernsehfilm diskutierte Frank Plasberg in „hart aber fair“ das Tabuthema „Häusliche Gewalt“ mit Betroffenen, Experten und dem für seine Rolle mit der Goldenen Kamera ausgezeichneten Hauptdarsteller Dietmar Bär.

Der vielfach preisgekrönte, unter anderem mit dem Grimme-Preis und dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnete Fernsehfilm „Homevideo“ von Kilian Riedhof, den Das Erste im Oktober 2011 ausstrahlte, handelte von den Folgen des Internet-Mobbings unter Jugendlichen und dem Konflikt mit einer überforderten Elterngeneration. „Anne Will“ vertiefte mit Experten und Betroffenen von Cyber-Mobbing im Anschluss an den Fernsehfilm Verantwortlichkeiten und Handlungsmöglichkeiten.

Zum Jahrestag des Mauerfalls zeigte Das Erste 2011 das Drama „Es ist nicht vorbei“ von Kristin Derfler, in dem die von Anja Kling verkörperte traumatisierte Hauptfigur Jahrzehnte nach ihrer Haft im DDR-Frauengefängnis Hoheneck einen ihrer Peiniger wieder trifft. In der anschließenden Dokumentation „Die Frauen von Hoheneck“ wurden Verrat, Entrechtung und Zerstörung von Familien anhand dreier Schicksale ehemaliger DDR-Häftlinge beleuchtet.

Das Historiendrama „Der Uranberg“ von Dror Zahavi erzählte vor dem Hintergrund einer gescheiterten Liebesgeschichte zwischen einem deutschen Bergmann und einer sowjetischen Militärangehörigen im Erzgebirge ein fast vergessenes Kapitel deutscher Geschichte, bei dem es um die Anfänge des Kalten Krieges und den Beginn des Wettrennens ging. Mit der Begleit-Dokumentation „Wildwest bei der Wismut“ wurde zwei Tage vor Ausstrahlung des Fernsehfilms ein Blick hinter die Kulissen der Wismut-Pionierzeit geworfen.

Aus Anlass des 50. Todestags von Hermann Hesse strahlte Das Erste im Mai 2012 „Die Heimkehr“ aus. Jo Baiers Adaption einer frühen Erzählung des Literaturnobelpreisträgers war die erste deutsche Verfilmung eines Werks von Hermann Hesse überhaupt. Im Anschluss begab sich die Dokumentation „Hermann Hesse Superstar“ auf die Spuren des Autors und vieler Menschen, die mit Hesse eine erste oder prägende Lese-Erfahrung verbinden.

Mit dem Zweiteiler „Der Turm“ nach dem mehrfach ausgezeichneten Bestseller von Uwe Tellkamp hatte Das Erste 2012 eine weitere Literaturverfilmung im Programm. Regisseur Christian Schwochow inszenierte nach der Romanadaption von Thomas

Kirchner die privaten und politischen Konflikte einer bürgerlichen Dresdener Arztfamilie, in deren Niedergang sich die dramatischen Ereignisse der finalen sieben Jahren der DDR spiegeln. Eine begleitende Dokumentation vertiefte das Thema im Anschluss an den ersten Teil. „Auslandseinsatz“ von Till Endemann war der erste deutsche Fernsehfilm, der den Krieg und die Mission der Bundeswehr in Afghanistan zum Thema hat und auch dort spielt. Im Anschluss an die Ausstrahlung des Filmes im Oktober 2012 griff Anne Will das Thema in ihrer Sendung auf. Die herausragende Koproduktion „Rommel“ von Niki Stein mit Ulrich Tukur in der Hauptrolle thematisierte den Mythos des „Wüstenfuchs“. Der wohl bekannteste deutsche General des Zweiten Weltkriegs geriet in seiner letzten Lebensphase in den Konflikt zwischen unbedingter Loyalität und notwendiger Opposition zu Adolf Hitler. Auch in diesem Fall sendete Das Erste im Anschluss eine thematisch anknüpfende Dokumentation. Im Krimi am Sonntag wurden zum Teil gesellschaftlich relevante Themen gesetzt, die in ausgewählten Fällen in der Talksendung im Anschluss aufgegriffen wurden. So fragte „Anne Will“ im Anschluss an den „Tatort: Heimatfront“, in dem es um Kriegsheimkehrer ging: „Im Krieg gedient, zu Hause ausgedient – lassen wir unsere Soldaten im Stich?“ Das Thema Demenz und illegales Pflegepersonal wurde im „Tatort: Gestern war kein Tag“ behandelt und ebenfalls in der Gesprächsrunde von Anne Will aufgegriffen. Zu in der Öffentlichkeit stark diskutierten „Tatort“-Produktionen zählte auch der „Tatort: Mord in der ersten Liga“, der Homosexualität im Profifußball thematisierte.

Außerhalb solcher Eventprogrammierungen ist der „FilmMittwoch“ im Ersten um 20.15 Uhr der Sendeplatz für zeitkritische, gesellschaftsrelevante und ambitioniert-künstlerische Filme. In „Die fremde Familie“ haben Stefan Krohmer und Daniel Nocke die Frage aufgegriffen, was passiert, wenn Eltern pflegebedürftig werden. Nina Grosse und Fred Breinersdorfer zeigten im Film „Der verlorene Sohn“ den Kampf einer Mutter um ihren zum Islam konvertierten Sohn, der unter Terrorismusverdacht steht. Im Mittelpunkt der Produktion „Der Mauerschütze“ stand die tragische Liebesgeschichte zwischen einer alleinerziehenden Frau und einem ehemaligen DDR-Grenzsoldaten. Vor dem Hintergrund der Jahrhundertflut in Dresden setzte Marcus O. Rosenmüller einen Streit um Rückgabeansprüche von Erben ehemaliger DDR-Besitztümer in Szene. Um den Umgang einer Lehrerin mit einem schwierigen Schüler mit der Verdachtsdiagnose ADHS ging es in dem Fernsehfilm „Zappelphilipp“ von Connie Walther. Aelrun Goettes Fernsehfilm „Ein Jahr nach morgen“ war als Bestandsaufnahme menschlicher Beziehungen im Ausnahmezustand vor dem Hintergrund des Amoklaufs einer 16-jährigen Schülerin zu verstehen. Sehr unterschiedliche Ansätze, den Umgang mit dem Tod in Szene zu setzen, zeigten die beiden berührenden Fernsehfilme „Der letzte schöne Tag“ und „Blaubeerblau“. Den Auftakt zur ARD-Themenwoche „Der mobile Mensch“ bildete der Fernsehfilm „Carl und Bertha“, in dem Till Endemann erzählte, wie der Erfinder Carl Benz seine Vision eines pferdelosen Wagens auch Dank der Leistung seiner Frau in die Tat umsetzen konnte.

Besonders hervorzuheben ist das Filmexperiment „Dreileben“, das in der Kategorie „Besondere Leistung“ den Deutschen Fernsehpreis 2011 sowie den Grimme-Preis Spezial 2012 erhielt: Drei Regisseure, Dominik Graf, Christian Petzold und Christoph Hochhäusler, haben auf ihre spezifische Weise drei Filme über einen Sommer, einen Ort und einen Kriminalfall gedreht, die den aktuellen filmischen Diskurs in Deutschland spiegeln und im Ersten an einem Abend zur besten Sendezeit gezeigt wurden.

Die bereits für 2010/2011 angekündigten Projekte „Die Puppenspieler“ nach dem historischen Roman von Tanja Kinkel sowie die ORF-Koproduktion „Ingeborg Bach-

mann“ über das außergewöhnliche Leben der Schriftstellerin haben sich aufgrund intensiver Rechercharbeiten verzögert.

Historische Zweiteiler waren sowohl 2011 als auch 2012 im Ersten zu sehen: Der Untergang der „Laconia“, eine Koproduktion mit der BBC, stellte ein historisches Ereignis dar, das in der Konsequenz zum Dönitz-Erlass führte, nach dem es untersagt war, Überlebenden zu helfen. Die zweiteilige Fernsehfassung der Kino-Koproduktion „Die Päpstin“ von Sönke Wortmann nach dem Bestsellerroman von Donna Woolfolk Cross nahm sich der Legende der Päpstin Johanna an, die als Johannes Anglicus in das höchste Kirchenamt gelangt sein soll. Am Karfreitag 2012 wurde Jo Baiers Verfilmung der historischen „Henri Quatre“-Romane von Heinrich Mann in der dreistündigen Fernsehfassung ausgestrahlt.

Die Spiel- und Fernsehfilme im Ersten werden seit 2011 auf der Homepage des Ersten übersichtlich unter „Filme im Ersten“ auf einer Seite (DasErste.de/film) gebündelt. Alle oben aufgeführten Fernsehfilme wurden auch in den Telemedien begleitet – zum Teil mit eigenständigen Specials wie zur Hesse-Verfilmung, zu „Laconia“, „Dreileben“ und zu „Der Mann mit dem Fagott“. In 2012 konnten fast alle Fernsehfilme am Freitag und die Mehrzahl der Projekte des „FilmMittwoch im Ersten“ auch in der Mediathek gezeigt werden. Weiterhin unterstützt DasErste.de die Nachwuchsförderung von „Filmdebüt im Ersten“ mit Webseiten zum Projekt und den Filmen.

ARD-Kinokoproduktionen

Die ARD war auch in 2010/11 wieder Co-Partner zahlreicher nationaler wie internationaler Kinoproduktionen. Nach „Die Päpstin“ im Jahr 2011 wurde 2012 „Henri Quatre“ in der um eine halbe Stunde längeren Fernsehfassung im Ersten gezeigt. Außerdem zeigte Das Erste 2011 die Fernsehpremiere von Michael Hanekes vielfach ausgezeichnetem Historiendrama „Das weiße Band“, ebenfalls eine ARD-Kinokoproduktion. 670.000 Zuschauer lockte „Das weiße Band“ ins Kino – über vier Millionen sahen den mehr als zweistündigen Film im Ersten. Damit konnte ein Millionenpublikum für einen künstlerisch auf höchstem Niveau erzählten, schwierigen Stoff gewonnen werden.

Die ARD fühlt sich der Pflege der deutschen Filmkultur sowohl im Kino als auch in ihren Fernsehprogrammen besonders verpflichtet. Kurz nach dem 125. Todestag Ludwigs II. im Juni 2011 haben die Dreharbeiten zu „Ludwig II.“ begonnen. Peter Sehr und Marie Noëlle entwerfen in ihrem aufwändig produzierten Biopic ein neues und vielschichtiges Bild des zum Mythos gewordenen Bayern-Königs. Die umfassend recherchierte Verfilmung fand Ende 2012 ihren Weg in die deutschen Kinos; nach Ablauf der Kinosperrung wird der Film ins Erste kommen. Die Kino-Koproduktion „Hotel Lux“ von Leander Haußmann mit Bully Herbig als Berliner Kabarettisten, der im Moskauer Exil mit Hitlers Leibastrologen verwechselt wird, wurde mit dem Bayerischen Filmpreis ausgezeichnet.

Viele herausragende ARD-Kinokoproduktionen liefen 2011/12 im Ersten: „Auf der anderen Seite“ sowie „Soul Kitchen“, zwei Filme des Regisseurs Fatih Akin, waren im Rahmen der Reihe „SommerKino im Ersten“ zu sehen. Andreas Dresens „Wolke 9“ befasste sich mit Liebe und Sex im Alter. In der „Debüt“-Reihe zeigte Das Erste Maren Ades mit zwei Silbernen Bären bei der Berlinale 2009 ausgezeichneten Film „Alle anderen“. Kaspar Heidelbach thematisierte in „Berlin '36“ die ungeheuerliche Geschichte der jüdischen Leichtathletin Gretel Bergmann, die bei den Olympischen Spielen 1936 vom Reichssportbund durch einen als Frau verkleideten Mann ersetzt wurde.

Internationale Spielfilme

Das Kino in der ARD hat einen prominenten Sendetermin hinzugewonnen: Das „SommerKino im Ersten“ war ab 2012 montags um 20.15 Uhr zu sehen, mit einem hohen Anteil internationaler Filme. Hier feierte der bis dato erfolgreichste französische Film aller Zeiten seine Free-TV-Premiere, die Komödie „Willkommen bei den Sch'tis“. Ebenso im Sommerkino liefern zwei großen Dramen, beide mit deutschen Bezügen: die Bernhard-Schlink-Adaption „Der Vorleser“, für die Kate Winslet mit dem Oscar ausgezeichnet wurde, und „Wüstenblume“, die Verfilmung des Schicksals von Waris Dirie nach ihrem Bestseller. Weitere Höhepunkte im SommerKino boten George Clooney in „Michael Clayton“ und in „Burn After Reading – Wer verbrennt sich hier die Finger?“ Die Programmierung von Free-TV-Premieren herausragender Kinoproduktionen am Montag um 20.15 Uhr erwies sich als äußerst erfolgreich: Tagessieg und Marktanteile bis 18,4 Prozent („Wüstenblume“ am 27. August 2012) bestätigten den Einsatz der Kinofilme zur besten Sendezeit im Ersten. Vor allem auch die jüngeren Zuschauerinnen und Zuschauer haben das „SommerKino“ sofort hervorragend angenommen (siehe auch Kapitel 6: Ansprache jüngerer Zielgruppen).

Im Weihnachtsprogramm 2012 zeigte Das Erste Martin Scorseses „Shutter Island“ mit Leonardo DiCaprio als Free-TV-Premiere. Das „KinoFestival im Ersten“ am Sonntag nach dem Kulturmagazin ist das Flaggschiff des Arthouse-Films. Viele Werke der renommiertesten Filmemacher des Weltkinos wurden hier als deutsche Premieren gezeigt, so auch Pedro Almodóvars „Zerrissene Umarmungen“ und Mike Leighs „Happy-Go-Lucky: Gute Laune ist ansteckend!“. Neben den US-Filmen – das stargespickte Musical „Nine“ oder „Precious – Das Leben ist kostbar“ – bot das KinoFestival einen facettenreichen Blick in die Welt: Der japanische Oscargewinner „Nokan – Die Kunst des Ausklangs“ war nach den Ereignissen von Fukushima in ganz anderem Licht zu sehen, Steven Soderbergh bearbeitete mit seinem zweiteiligen Opus „Ché“ den größten lateinamerikanischen Mythos überhaupt und die Australierin Jane Campion erzählte in betörenden Bildern das Dichterdrama „Bright Star – Meine Liebe. Ewig“. Eine mehrjährige Tradition bildet inzwischen die Reihe „Neues französisches Kino“, 2012 zum Beispiel mit François Ozons Elegie „Rückkehr ans Meer“, der Bond-Parodie „OSS 117 - Er selbst ist sich genug“ mit dem neuen französischen Topstar Jean Dujardin („The Artist“) und dem unkonventionellen Porträt „Gainsbourg – Der Mann, der die Frauen liebte.“

Nicht zuletzt sorgten sechs britische TV-Krimis für Aufsehen: Die moderne BBC-Variante von „Sherlock“ im zeitgenössischen London mit „Hobbit“ Martin Freeman als Dr. Watson begeisterte Kritik und Publikum auch in Deutschland, bei ihrer Premiere im Ersten.

Dokumentationen, Features und Reportagen

Wie in den Leitlinien 2011/12 angekündigt, haben die Fernsehdirktorinnen und Fernsehdirektoren auf Vorschlag der Chefredakteure und Kulturchefs beschlossen, am Montag im Anschluss an die „Tagesthemen“ zwei Dokumentationsstrecken unter den Serien-Titeln „Geschichte im Ersten“ und „Die Story im Ersten“ ins Programm aufzunehmen. Mit der „Story im Ersten“ erhalten aktuelle, gesellschaftlich relevante Themen, mit „Geschichte im Ersten“ zeitgeschichtliche und historische Stoffe einen neuen und eigenständigen Sendeplatz am Montagabend ab 22.45 Uhr direkt nach den „Tagesthemen“. Damit soll die Aufmerksamkeit des Publikums noch stärker auf diese Dokumentationen gelenkt werden.

Unter dem Label „Die Story im Ersten“ untersuchte zum Beispiel die Dokumentation „Bild.Macht.Politik“ anlässlich des 60. Geburtstags von Deutschlands auflagenstärkstem Boulevardblatt, womit die Zeitung Auflage macht und Geld verdient und ob es ihr gelungen ist, das Schmuddel-Image hinter sich zu lassen. (Weitere Dokumentationen unter dem Label „Die Story im Ersten“ siehe auch Kapitel 1: Information/Bericht).

Unter dem Label „Geschichte im Ersten“ zeigte Das Erste u.a. eine vielbeachtete Doku-fiktion über das Leben des Preußenkönigs Friedrich II. zu dessen 300. Geburtstag. Der Film war mit Katharina und Anna Thalbach als altem und jungen Friedrich ungewöhnlich besetzt und eröffnete eine neue Perspektive auf den „alten Fritz“, dessen Leben bereits in vielen Verfilmungen eine fast 100-jährige mediale Rezeptionsgeschichte hat. Ebenfalls unter der Überschrift „Geschichte im Ersten“ wurde eine Dokumentation über das Massaker von Babi Jar ausgestrahlt. Die dreiteilige Reihe „Deutsche Dynastien“ porträtierte geschichtsträchtige Familien wie die Hohenzollern, die Opels oder die Ottos. „Deutschland filmt!“, ebenfalls in drei Teilen, präsentierte private Schmal-filme aus Ost und West im Rahmen einer dokumentarischen Zeitreise in die Wohn-, Alltags- und Festkultur deutscher Familien seit den 50er Jahren.

Kultur- und Gesellschaftsgeschichte anhand von ausgewählten Themen stand auch bei vielen anderen Reihen im Mittelpunkt: Die zweiteilige Dokumentation „Kleider machen Deutsche“ verfolgte die Entwicklung der Mode und die mentalitätsgeschichtlichen Hintergründe dieses Wandels von der sogenannten Trümmerzeit bis in die 60er Jahre und von den 60ern bis zum Mauerfall. Die dreiteilige Dokumentation „Reiseweltmeister – Deutschland macht Urlaub“ untersuchte das deutsche Reiseverhalten, beginnend bei den 40er und 50er Jahren über die 60er bis hinein in die 80er Jahre. „Luxus auf dem Meer“ zeigte in zwei Teilen die Geschichte der Kreuzfahrt, die vor 120 Jahren begann. „Strandleben“ dokumentierte in zwei Teilen die Geschichte der deutschen Seebäder. In „Das Glück der Hausfrau“ erzählten Frauen aus ihrer ganz persönlichen Perspektive von den Höhen und Tiefen des Hausfrauendaseins. Die zweiteilige Dokumentation spürte dem Wandel des Bildes der Hausfrau von der Nachkriegszeit bis zur Gegenwart nach.

Unter den historischen Dokumentationen sind außerdem zu erwähnen: „Fischer, Schily: Mein 11. September“, „Sekunden vor dem Krieg – Panzerkonfrontation am Checkpoint Charly“, „Propaganda, Hass, Mord – die Geschichte des rechten Terrors“, „Als die Franzosen Deutschland besetzten“, „Die Jagd nach dem Zarengold“, „Fremde Heimat“ über die Geschichte der im Zweiten Weltkrieg Vertriebenen, „Kriegswitwen und Kriegswaisen“, die „Kriegsmarine“ sowie eine Doku über den US-amerikanischen Leichtathleten Jesse Owens. Die Dokumentation „Stasi auf dem Schulhof“ berührte ein Tabu-Thema: Wie Kinder und Jugendliche in der DDR von der Stasi als inoffizielle Mitarbeiter „angeworben“ wurden.

Die Dokufiktion „Konrad Adenauer – Stunden der Entscheidung“ zeigte den deutschen Nachkriegskanzler nicht nur als politischen Kämpfer und geschickten Taktierer, sondern auch als Privatmann und als große, in vielem unzeitgemäße Persönlichkeit. Die Dokumentation „Axel Springer – Ein deutscher Verleger“ zeichnete zu dessen 100. Geburtstag ein Porträt des großen deutschen Pressemanes. In der dreiteiligen Reihe „Duelle“ wurden große Auseinandersetzungen und Machtkämpfe rekonstruiert: zwischen Helmut Kohl und Wolfgang Schäuble, Porsche und Piech, Gerhard Schröder und Oskar Lafontaine.

Beliebt beim Publikum war auch die preisgekrönte fünfteilige Deutschland-Safari „Entweder Broder“, in der der Publizist Henryk M. Broder und der Politikwissenschaftler Hamed Abdel-Samad auf Forschungsreise kreuz und quer durch Deutschland gingen. Der eine ein polnischer Jude, der andere ein ägyptischer Moslem, halten sich beide für vollkommen integriert. Eine weitere Fünfer-Staffel, diesmal als „Europa-Safari“, zeigte Das Erste im Herbst 2012.

Mit jährlich zwischen zehn und zwölf Stücken blieb das Sendevolumen bei den großen Dokumentarfilmen im Ersten auch nach der Schemareform im September 2011 unverändert bestehen. Im Jahr 2012 wurden sogar 18 Dokumentarfilme im Ersten ausgestrahlt. In dem Dokumentarfilm „Der Sturz – Honeckers Ende“ untersuchte Eric Friedler Honeckers letzte Tage in Deutschland und porträtierte mit einer eindrucksvollen Vielzahl hochkarätiger internationaler und nationaler Zeitzeugen samt eines Interviews mit Margot Honecker Aufstieg und Fall dieses widersprüchlichen deutschen Politikers. Bei den Dokumentarfilmen sind exemplarisch besonders hervorzuheben: „Geheimsache Ghettofilm“, „Das Herz von Jenin“, „Sozialdemokraten“ von Lutz Hachmeister, „Kinshasa Symphony“ und „Wader Wecker Vater Land“ sowie ein Dokumentarfilm über den Briten Sir Nicholas Winton, der kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs hunderte jüdische Kinder rettete.

Eine der erfolgreichsten Reihen im Ersten sind die „Legenden“. Mehrere ARD-Anstalten produzieren die Reihe gemeinschaftlich. Die aufwendig gemachten Hochglanzproduktionen haben den Anspruch, auch unbekanntere Seiten der prominenten Protagonisten und Protagonistinnen zu zeigen. Besonders erfolgreich lief 2011 die „Legende“ über den Schauspieler Gert Fröbe. 2012 wurde die inzwischen 13. Staffel der „Legenden“ gesendet, u.a. mit einem Film über Caterina Valente.

Wer von Beruf Künstler ist, lebt aus sich heraus und für sein Publikum. Das zeigten die intensiven und exklusiven Werkstattbeobachtungen der Reihe „Deutschland, deine Künstler“ über große Schauspieler, Schriftsteller, Maler oder Musiker unseres Landes. Es sind Porträts mit sehr persönlichen Einblicken in ihr Leben, das ohne Leidenschaft und Disziplin, ohne Widersprüche und Niederlagen nicht auskommt. 2011 war die Schauspielerin Senta Berger ebenso vertreten wie der Literaturnobelpreisträger Günter Grass. 2012 wurden u.a. Hannelore Elsner, der Dirigent Christian Thielemann und der bildende Künstler Markus Lüpertz porträtiert. Das Erste zeigte im Sommer 2012 bereits die fünfte Staffel von „Deutschland, deine Künstler“. Die Reihe ist ein Gemeinschaftsprojekt der Kulturredaktionen aller ARD-Sender.

Die Dokumentationen im Ersten werden seit vielen Jahren erfolgreich auf einer Webseite gebündelt, die in 2012 neu gestaltet wurde. Im Berichtszeitraum konnten immer mehr Dokumentationen in der Mediathek angeboten werden. Das am häufigsten abgerufene Video in der Das Erste Mediathek 2011 war übrigens eine Dokumentation, die für großes öffentliches Interesse gesorgt hat: „Der Pakt mit dem Panda – Was uns der WWF verschweigt“. Alle Dokureihen erhielten eine eigene Präsenz im Internet: Vor allem Reihen wie „Legenden“ oder „Deutschland, Deine Künstler“ werden seit Anbeginn der Staffeln im Netz begleitet und geben so einen nachhaltigen Überblick über die Projekte.

Der französisch-deutsche Kulturkanal ARTE sieht seine programmliche Aufgabe darin, mit seinen „Themenabenden“ und Dokumentationen, seinen Sendungen zu Geschichte, Kunst, Kultur und Film Weltoffenheit und Toleranz zu fördern, Verständigung über unsere kulturellen Wurzeln und Werte zu ermöglichen und einen Beitrag zur Integra-

tion und zum Zusammenhalt im europäischen Kulturraum zu leisten. Regelmäßige Magazinsendungen („Metropolis“, „Tracks“, „Yourope“, „Global“, „Square“, „Abgedreht“, „Karambolage“, „Mit offenen Karten“, „ARTE Reportage“) widmeten sich auch 2011/12 der europäischen Kultur-Perspektive. Programmhilights im Bereich Geschichte war eine Reihe historischer Dokumentationen, u.a. „Schattenkämpfer“, „Lebt wohl Genossen“ und „Die arabische Welt im Aufruhr“. Im Bereich Musik lag ein Programmschwerpunkt auf dem 100. Todestag Gustav Mahlers. Außerdem brachte ARTE mit „Lohengrin“ die erste Live-Übertragung aus dem Bayreuther Festspielhaus, die Live-Übertragung der Wiedereröffnung des Moskauer Bolschoi-Theaters sowie weitere Übertragungen (live oder zeitversetzt) von den wichtigsten europäischen Musik- und Opernfestspielen: Bayreuth, Nürnberg, Luzern, Aix-en-Provence, Avignon, Mailand, St. Petersburg. Außerdem initiierte ARTE zahlreiche crossmediale Projekte wie z.B. „Photo for Life“ oder „Alles für die Kunst“ innovative Formate unter Einbeziehung der kulturellen Praxis der Zuschauer (im Internet und TV).

3sat ist der Kultur- und Wissenssender für den deutschsprachigen Raum. Es versteht sich als Plattform für die kulturellen Hervorbringungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 3sat bildet das Kulturleben der drei Länder ab, indem es relevante Kulturereignisse, etwa Konzerte von Festspielen oder Aufführungen von Theatertreffen, überträgt und selbst relevante Kulturereignisse schafft. Seine Programmfelder sind – in Abgrenzung zu ARTE – die nationale Kultur und die regionale Kultur in Deutschland, Österreich und der Schweiz – also die Kultur der Bundesländer und Kantone sowie der Regionen. Im Jahr 2011 bot 3sat unter anderem Programmschwerpunkte zum 80. Geburtstag von Thomas Bernhard, zum 100. Todestag von Gustav Mahler, zum 200. Geburtstag von Franz Liszt und zum 200. Todestag von Heinrich Kleist. Im Jahr 2012 gaben der 85. Geburtstag von Martin Walser, der 150. Geburtstag von Arthur Schnitzler, der 50. Todestag von Hermann Hesse und der 85. Geburtstag von Günter Grass Anlässe zu Sonderprogrammierungen. Zu den Kulturereignissen, die 3sat auch in den Jahren 2011 und 2012 besonders ausführlich im Programm abbildet, gehören die Berlinale, die 13. documenta in Kassel, die Tage der deutschsprachigen Literatur in Klagenfurt und das Fernsehfilm-Festival in Baden-Baden.

Kirche und Religion

Ein breit gefächertes Programmangebot von Sendungen über Religion, Glauben und Ethik gehört zum originären Kulturauftrag der ARD. Sie nimmt ihn mit sogenannten Verkündigungssendungen wahr, bei denen die inhaltliche Verantwortung – im Rahmen der Gesetze – bei den Kirchen liegt. Die ARD widmet sich darüber hinaus aber auch in regelmäßigen redaktionellen Sendungen religiösen und ethischen Themen, bei denen sie den Zuschauerinnen und Zuschauern aktuell und verlässlich Orientierung anbietet, ohne sie zu bevormunden oder zu missionieren.

Im Bereich der Verkündigungssendungen ist vor allem das wöchentliche „Wort zum Sonntag“ zu nennen, eine der traditionsreichsten Sendereihen des Ersten Deutschen Fernsehens, die zur Jahresmitte 2012 ein neues, aufgefrischtes und optisch attraktiveres Erscheinungsbild erhielt. Zu erwähnen sind aber auch die Gottesdienstübertragungen zu den hohen christlichen Feiertagen sowie die „Lieder zum Advent“, bei denen in ihrer erneuerten Form Musik- und Textelemente am Nachmittag eines Adventssonntages zu einer stimmungsvollen Einheit verschmelzen.

Alle Verkündigungssendungen, namentlich aber die Übertragungen katholischer und evangelischer Gottesdienste, geben nicht nur den Kirchen Gelegenheit zur Darstellung und Verbreitung ihrer Botschaft, sie stellen darüber hinaus auch einen Service für die-

jenigen Zuschauerinnen und Zuschauer dar, die aus Gründen des Alters, einer Krankheit oder einer Behinderung nicht persönlich an einem Gottesdienst teilnehmen können.

Auf ihren redaktionellen Sendeplätzen, bei denen vorrangig die wöchentliche Reihe „Gott und die Welt“ zu nennen ist, bot Das Erste objektiv und unabhängig aufbereitete Informationen, die durch keine weltanschaulichen Vorprägungen gefärbt werden. Thematisch spannten sie dabei einen Bogen von einer Auseinandersetzung mit der Theologie der katholisch-konservativen Piusbrüder über Portraits aus dem zeitgenössischen Judentum bis zur Behandlung sozialer Fragen vor dem Hintergrund religiöser Postulate nach Gerechtigkeit.

Anspruch der kirchlichen Sendungen im Ersten ist es, die Toleranz und das Verständnis zwischen den Religionen von der lokalen bis zur globalen Ebene zu fördern, die Vielfalt der religiösen Konfessionen zu unterstreichen und so zum Abbau von Vorurteilen und Missverständnissen beizutragen. Sie setzen dabei zwar einen Schwerpunkt beim Christentum, berichten darüber hinaus aber mit großer Regelmäßigkeit auch aus anderen, nicht-christlichen Religionen. Einen besonderen Schwerpunkt nimmt dabei der Islam ein.

2011 standen die Sendungen vom und zum Besuch des Papstes in Deutschland im Zentrum. Die Kirchenkoordination war mit Sondersendungen, Direktübertragungen und einordnenden Regelsendungen maßgeblich an der Berichterstattung von diesem Ereignis beteiligt. Drei Tage vor Eintreffen des Papstes machte die Dokumentation „Zwischen Sturm und Grabesruhe – Deutschland vor dem Papstbesuch“ eine Bestandsaufnahme der wichtigsten Themen und Erwartungen an den ersten offiziellen Besuch des deutschen Papstes in seinem Heimatland. Mit Fragen des Glaubens und der Kirche beschäftigten sich aus Anlass des Papstbesuchs eingehend auch die Talk-Formate im Ersten. Im Jahr 2011 begleitete Das Erste den evangelischen Kirchentag in Dresden, 2012 den Katholikentag in Mannheim publizistisch.

Nach „Alt sein auf Probe“ (Deutscher Fernsehpreis) und „Gut sein auf Probe“ (Katholischer Medienpreis, Nominierung Deutscher Fernsehpreis) zeigte Das Erste mit „Gläubig auf Probe“ Sven Kunzes dritten Film, in dem er sich selbst erprobt – und zu überraschenden, tiefen und heiteren Erkenntnissen gelangte. Die Dokumentation „Kirche, Karma und Konsum“ ging der Frage nach, an was die Deutschen heute glauben und was ihnen heilig ist.

PHOENIX zeigt regelmäßig eine Vielzahl von Reportagen und Dokumentationen zum Thema Religion. Sie beschäftigen sich mit religiösem Leben gestern und heute und immer wieder mit dem Miteinander der verschiedenen Glaubensrichtungen. Im Bereich der Ereignisberichterstattung sind Kirchen- wie Katholikentage fester Programmbestandteil. Themenschwerpunkte wie „Christen in Bedrängnis“ oder „Umstrittene Beschneidung“ setzen sich mit aktuellen Ereignissen und Diskussionen im In- und Ausland auseinander, Schwerpunkte wie „Jüdisches Leben in Deutschland“ vermitteln Einblicke in die Kulturen anderer Religionen. Weiterhin regelmäßig im PHOENIX-Programm sind Übertragungen von „Tacheles“, der Gesprächssendung der evangelischen Kirche, in der Wertediskussionen geführt werden.

Sowohl die Internetpräsenz zu „Das Wort zum Sonntag, als auch zu „Gott und die Welt“ wurden 2012 neu gestaltet. Beide Sendungen stehen zum Abruf in der Mediathek bereit.

Musik

Die Berliner Philharmoniker, Deutschlands berühmtestes Sinfonieorchester mit Welt-ruf, hatten im Programm des Ersten auch 2011/12 je zwei Auftritte: Das Erste übertrug das Europakonzert der Berliner Philharmoniker aus dem Teatro Real in Madrid (2011) und aus der Spanischen Hofreitschule Wien (2012 unter der Leitung von Gustavo Dudamel) sowie die Silvesterkonzerte aus der Berliner Philharmonie, bei denen ihr Chefdirigent Sir Simon Rattle am Pult stand.

Außerdem sendete Das Erste im Jahr 2011 die Neujahrgala mit dem SWR-Sinfonie-orchester Baden-Baden und Freiburg unter der Leitung von Asher Fisch mit Anja Harteros als Gesangssolistin und dem Geiger David Garrett, der im selben Jahr auch in der Reihe „Deutschland deine Künstler“ im Ersten porträtiert wurde.

Im Juli 2012 übertrug Das Erste erstmals das populäre Münchner Odeonsplatz-Open-Air mit einer Italienischen Nacht. Es sangen und spielten der Chor und das Symphonie-orchester des Bayerischen Rundfunks unter Leitung von Andris Nelsons; die Solisten waren Kristine Opolais und Joseph Calleja.

Das Kulturmagazin „tnt“ brachte eine Vielzahl von Beiträgen über einzelne herausra-gende Interpreten der Klassikszene und im September 2011 und 2012 jeweils eine Sondersendung zum Internationalen Musikwettbewerb der ARD.

Zum 100. Todestag von Gustav Mahler erinnerte Das Erste am 18. Mai 2011 mit der Erstaussstrahlung von Percy und Felix Adlons Spielfilm „Mahler auf der Couch“ an den großen österreichischen Komponisten und Dirigenten.

„Eine besondere Premiere“ hieß der Film aus der Reihe „ARD Exklusiv“, den Das Erste im Juli 2011 ausstrahlte. Richard Chaim Schneider, Leiter des ARD-Fernsehstudios in Tel Aviv, begleitete das Israel Chamber Orchestra bei einem ungewöhnlichen Projekt: einem Auftritt im Bayreuther Festspielhaus, bei dem Werke jüdischer und israelischer Komponisten sowie von Richard Wagner aufgeführt wurden.

Der Dokumentarfilm „Kinshasa Symphony“ (Nominierung für den Deutschen Film-preis) erzählte im Dezember 2011 in berührenden Bildern vom einzigen Symphonie-orchester Zentralafrikas und wie seine Mitglieder im Kongo inmitten einer der chao-tischsten Städte der Welt ein so komplexes System menschlicher Zusammenarbeit wie ein Sinfonieorchester aufbauen.

Ein Porträt über den Ausnahmepianisten Josef Bulva verfolgte das Comeback des großen ungarischen Klaviervirtuosen und erzählte dessen bewegte Lebensgeschichte. „Der Klang der Synagogen“ porträtierte den jüdischen Musiker Andor Izsák, der sich die Wiederbelebung der synagogalen Musik zur Lebensaufgabe gemacht hat.

Die Pläne für einen großen TV-Eventfilm über Richard Wagner konnten leider nicht realisiert werden. Auch die Kooperation mit den Bayreuther Festspielen konnte im Berichtszeitraum noch nicht abgeschlossen werden.

Kultur

LEITLINIEN 2013/14

Aktuelle Kulturberichterstattung

Das Erste betrachtet die Kulturvermittlung als eine Querschnittsaufgabe, die nicht nur in den dafür speziell vorgesehenen Formaten, sondern im Gesamtprogramm und vor allem in den aktuellen Nachrichtensendungen erfüllt werden muss. Die von vielen Zuschauerinnen und Zuschauern eingeschalteten Informationssendungen wie „Tageschau“, „Tagesthemen“ sowie die Kulturrubrik im „Mittagsmagazin“ nehmen unter anderem die aktuelle Kulturvermittlung wahr. Berichte und Meldungen aus dem Kulturbereich sollen dabei einen festen Bestandteil der Nachrichtensendungen im Ersten bilden.

Am Sonntagabend werden sich das ARD-Kulturmagazin „ttt – titel, thesen, temperamente“ sowie die Büchersendung „Druckfrisch“ auch 2013/14 mit kulturellen Themen an ein besonders interessiertes Publikum wenden.

Breiten Raum für die Kulturberichterstattung werden auch weiterhin die Magazine auf ARTE und 3sat, wie z.B. „Metropolis“ oder „Kulturzeit“, bieten, die über allgemeine wie über „special-interest“-Themen gleichermaßen berichten. Das digitale Angebot von Einsfestival stellt die Kulturproduktionen der ARD den Zuschauerinnen und Zuschauern gebündelt zur Verfügung.

Die ARD verpflichtet sich, die aktuelle Kulturberichterstattung auch weiterhin mit angemessenen Auftritten in den Telemedien zu begleiten und zu bereichern. Soweit die Rechte hierfür vorliegen, werden die Sendungen zum Abruf in den Mediatheken bereitgestellt.

Der ARD-Programmbeirat begrüßt die Tatsache, dass die „Tagesthemen“ regelmäßig mit Beiträgen zu kulturellen Themen enden, aber auch, dass beispielsweise „Brisant“ seine Boulevard-Themen durch kulturelle Beiträge ergänzt. Ebenso vermitteln die beiden Formate „ttt“ und „Druckfrisch“ nach wie vor ausgezeichnete Informationen zu kultur(-politischen) Themen, die im Übrigen so aufbereitet sind, dass sie es auch schaffen könnten, nicht so stark an Kultur und Literatur interessierte Menschen anzusprechen. Damit wird der Bildungsauftrag in ausgezeichneter Art und Weise erfüllt.

Der ARD-Programmbeirat regt an, zur Förderung des gesellschaftlichen Diskurses auch in den fünf Gesprächssendungen des Ersten immer wieder kulturelle Themen zu behandeln.

Fernsehfilm

Die fiktionalen Erzählprogramme – Fernsehfilme, Reihen, Serien und Kino-Koproduktionen – tragen zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags in profilbildender Weise bei. In Auswahl und Umsetzung der fiktionalen Projekte werden die Fernsehfilmredaktionen der ARD auch zukünftig die Balance zwischen Relevanz und Anspruch sowie Publikumsattraktivität halten. Ziel und Verpflichtung für die ARD-Koordination Fernsehfilm liegen traditionell in der Vielfalt der Stoffe, Inhalte und Formen, insbesondere für den klassischen Fernsehfilmtermin am Mittwochabend, der sich durch die Pluralität der Genres wie Drama, Komödie, Thriller sowie durch historische, sozialkritische und gesellschaftsrelevante Themen auszeichnet. Die Reihen

„Tatort“ und „Polizeiruf 110“, die die föderale Vielfalt und die regionalen Besonderheiten der ARD spiegeln, werden auch in Zukunft kultiviert-unterhaltsames Erzählfernsehen hervorbringen.

Zu den 2013/14 herausragenden Programmvorhaben gehören unter anderem die bereits in den ARD-Leitlinien 2011/12 angekündigte zweiteilige Verfilmung von Tanja Kinkels historischem Roman „Die Puppenspieler“, in der es um die im 15. Jahrhundert angesiedelte Entwicklungsgeschichte des jungen Richard geht, dessen Mutter als Hexe verbrannt wurde und der zum Schüler von Jakob Fugger wird.

Historische Biografien werden sich unter anderem mit Käthe Kruse als Unternehmerin, Mutter und Erfinderin der weltberühmten Puppenbeschäftigten. Ein Stoff über das außergewöhnliche Leben der Ausnahmeschriftstellerin Ingeborg Bachmann ist in Entwicklung. Michael Verhoeven setzt in dem Fernsehfilm „Let's go“ die Münchener Nachkriegsgeschichte einer jüdischen Familie in der Borstei in Szene. Das deutsch-israelische Verhältnis verarbeitet Dror Zahavi in „Das Jerusalem-Syndrom“ (AT) am Beispiel einer deutschen Frau, die im heutigen Israel nach ihrer dort verschwundenen Schwester sucht.

Vor dem Hintergrund der letzten Tage der Weimarer Republik wird in der Koproduktion „Nacht über Berlin“ des Regisseurs Friedemann Fromm eine Liebesgeschichte erzählt, die anlässlich des 80. Jahrestags des Reichstagsbrands ausgestrahlt wird.

Ausgehend von einer realen Begebenheit erzählt Autor und Regisseur Raymond Ley in „Entscheidung bei Kunduz“ künstlerisch verdichtet die fiktiven Entwicklungen hin zu einer fatalen Entscheidung, die zum ersten deutschen Kriegsverbrechen nach 1945 geführt haben könnten. Ein weiterer dramatischer Stoff anlässlich des 100. Jahrestags des Ausbruchs des Ersten Weltkriegs beschäftigt sich mit der deutschen Chemikerin Clara Immerwahr, die sich erschoss, weil sie die Giftgaseinsätze, die ihr Ehemann Fritz Haber leitete, nicht tolerieren konnte.

Das Leben des Nachkriegsschriftstellers Thomas Brasch bietet eine mustergültige Vorlage für den Fernsehfilm „Lieber Thomas“ über die deutsch-deutsche Geschichte anlässlich des 25. Jahrestags des Mauerfalls. Heinrich Breloer arbeitet an einem großen biografischen Doku-Drama zu Bertolt Brecht und hat dafür, zum Teil schon vor vielen Jahren, die wichtigsten Zeitzeugen des einflussreichen Dramatikers und Lyrikers interviewt.

Weitere Produktionen setzen sich mit den Themen Migration und Culture Clash auseinander, unter anderem die romantische Komödie „Einmal Hans mit scharfer Sauce“, eine Adaption des gleichnamigen autobiografischen Bestsellers von Hatice Akyün. In einem Drama über die Generation Wodka gerät ein Sechzehnjähriger über eine neue Clique immer tiefer in den Strudel von Alkoholexzessen. Das Buch „Das Ende der Geduld“ der Berliner Jugendrichterin Kirsten Heisig, die sich 2010 das Leben nahm, wird von Christian Wagner verfilmt. Filmisch aufgearbeitet wird auch die tragische Geschichte des Harry Wörz, der wegen eines Justizirrtums zu Unrecht mehrere Jahre im Gefängnis saß.

Ein Projekt zeigt eindrucksvoll, wie Eltern eines ungeborenen Kindes damit umgehen, wenn der schwerwiegende Gendefekt Trisomie 18 diagnostiziert wird. „Weißes Baby, brauner Bauch“ handelt von der dramatischen Geschichte eines kinderlosen deutschen Paares, das sich durch eine Leihmutterschaft in Indien die letzte Hoffnung auf Eltern-glück erfüllen will. In emotionaler und authentischer Weise nähert sich der Regisseur Nikolaus Leytner in „Die Auslöschung“ der tragischen Liebesgeschichte einer 50-jährigen Frau mit einem gefeierten Kunsthistoriker, der kurz nach ihrem Kennenlernen an Alzheimer erkrankt. „Mobbing“ nach dem Roman von Annette Pehnt schildert die Geschichte eines Paares, dessen Beziehung durch die berufliche Katastrophe des Mannes einer schweren Belastungsprobe ausgesetzt wird. „Operation Zucker“ leuchtet die

kriminellen Machenschaften von Kinderhandel und Kinderprostitution in Deutschland aus. Weitere Folgen der außergewöhnlichen historischen Familienserie „Weissensee“ werden am Dienstag am Hauptabend gesendet.

Die ARD engagiert sich weiterhin in der filmischen Nachwuchsförderung und gibt mit der Reihe „FilmDebüt im Ersten“ kreativen Jungregisseuren, Autoren und Filmhochschulabsolventen die Möglichkeit, ihre Arbeiten zum ersten Mal einem großen Fernsehpublikum zu zeigen. In dieser Reihe finden auch Filme mit neuartigen und ungewöhnlichen ästhetischen Ansätzen einen Platz.

Herausragende Fernsehfilme und das „FilmDebüt im Ersten“ werden auch weiterhin mit angemessenen Auftritten in den Telemedien begleitet und – soweit die Rechte hierfür vorliegen – zum Abruf in den Mediatheken bereitgestellt. Sendungen mit kultur- und zeitgeschichtlichem Inhalt wird DasErste.de im Rahmen von multimedialen Online-Dossiers begleiten und über das Abrufangebot für Bildungszwecke nachhaltig zur Verfügung stellen. Die fiktionalen Angebote werden in der Das Erste Mediathek weiterhin einen Schwerpunkt bilden. Fernsehfilme dürfen aus rechtlichen Gründen allerdings meist nur sieben Tage als Video angeboten werden.

Kino-Koproduktionen

Die Regiearbeit Oskar Roehlers „Die Quellen des Lebens“, die in drei Generationen ein umfassendes Sittengemälde der Bundesrepublik zeichnet, kommt 2013 ins Kino. Der renommierte Dokumentarfilmregisseur Andres Veiel rekonstruiert in seinem fiktionalen Debütfilm „Wer wenn nicht wir“ die psychologische und politische Vorgeschichte des deutschen Terrorismus' exemplarisch in der leidenschaftlichen Liebe zwischen Gudrun Ensslin und Bernhard Vesper sowie Gudrun Ensslin und Andreas Baader. In seiner Kino-Koproduktion „Poll“ findet Chris Kraus ausdrucksstarke Bilder für die schicksalhafte Begegnung der 14-jährigen Oda mit einem Anarchisten auf dem estnischen Gut Poll vor Ausbruch des Ersten Weltkriegs. Die Geschichte des einzigen japanischen Restaurants in der ehemaligen DDR erzählt Carsten Fiebeler in der Kino-Koproduktion „Sushi in Suhl“. Die neue Kino-Koproduktion des preisgekrönten Regisseurs Hans-Christian Schmid, „Was bleibt“ erzählt von einem Familiendrama um eine manisch-depressive Mutter. Der mit dem Deutschen Filmpreis 2012 ausgezeichnete Film „Halt auf freier Strecke“ von Andreas Dresen, in dem eine Familie plötzlich mit dem Sterben konfrontiert wird, erzählt eine Geschichte, die im Tod das Leben feiert. Alle genannten Kino-Koproduktionen sind voraussichtlich zur Ausstrahlung in 2013 oder 2014 im Ersten eingeplant.

Internationale Spielfilme

Das Kino glänzt als kulturelles Phänomen zwischen Massenpopularität und Kunstanspruch. Dank seiner Faszinations- und Innovationskraft hat es die Fähigkeit, für die ARD ein großes und jüngeres Publikum zu gewinnen. Der internationale Spielfilm wird 2013/14 im Ersten verstärkt auf besten Sendeplätzen, insbesondere im Rahmen des „SommerKinos“ am Montag um 20.15 Uhr und an Feiertagen präsentiert. Die Premieren des Oscar-prämierten „The King's Speech“, der ARD-Koproduktion „Türkisch für Anfänger“, des grandiosen französischen Kinoerfolgs „Ziemlich beste Freunde“ und des neuen Meisterwerks von Terrence Malick, „The Tree of Life“, liefern prominente Beispiele.

Aushängeschild der Filmkunst aus aller Welt in der ARD bleibt das „KinoFestival im Ersten“. Am Sonntagabend nach dem Kulturmagazin werden hier – so gut wie immer als Deutschlandpremiere – die schönsten Filme der großen Festivals, Innovatives jen-

seits von Hollywood, die Werke berühmter Regisseure und Erfolge aus den Programmkinos gezeigt. Dazu gehören „Micmacs - Uns gehört Paris!“ von „Amélie“-Schöpfer Jean-Pierre Jeunet als Teil einer Reihe zum „Neuen französischen Kino“, aus den USA kommen unter anderen Colin Firth als „A Single Man“ und Ang Lees „Taking Woodstock – Der Beginn einer Legende“, aus Skandinavien der Berlinale-Publikums-Hit „Ein Mann von Welt“ und Ole Bornedals „Befrei uns von dem Bösen“, aus Asien so unterschiedlich reizvolle Werke wie „Accident – Mörderische Unfälle“ und „Naokos Lächeln“. Die ARD strebt an, die Wahrnehmbarkeit und Sendezeit des „KinoFestivals im Ersten“ zu verbessern.

Ein in jeder Hinsicht vielfältiges und ohne ARD-Beteiligung undenkbares Programm internationaler Spielfilme bieten nicht zuletzt ARTE und 3sat.

Dokumentationen, Features und Reportagen

Die ARD wird 2013/14 weiter für feste Sendeplätze im Hauptabendprogramm des Ersten Kulturfeatures und Dokumentationen produzieren. Die Reihe „Geschichte im Ersten“ befasst sich 2013 an sechs Abenden mit den Themen „De Gaulle und Adenauer“, „Die 6. Armee“, „Die Partisanen – Krieg an der Ostfront“, „Stalins Tod“, „Die SPD und der Osten“ und „Der Auschwitzprozess“. Außerdem zeigt Das Erste eine Dokumentation über „Karl den Großen“ und erinnert mit einer Dokumentation zum 200. Jahrestag an die Völkerschlacht von Leipzig. Der Dreiteiler „Russland, mein Schicksal“ beschreibt Anfang Januar 2013 russische Geschichte am Beispiel prominenter und unbekannter Protagonisten in den Metropolen Moskau, St. Petersburg und Wolgograd. In der Entwicklung sind außerdem ein Dokumentarfilm über den kriegsentscheidenden Winter 1942/43 sowie das vierteilige Dokumentationsprojekt „Der Große Krieg“. Darüber hinaus laufen Planungen über dokumentarische Stücke zum Ausbruch des ersten Weltkriegs vor 100 Jahren, zum 70sten Jahrestag des Stauffenberg-Attentats auf Adolf Hitler, zur Machtübernahme Hitlers vor 80 Jahren sowie über die friedliche Revolution in der DDR, so dass man mit all diesen Dokus insgesamt eine Schau zur europäischen Teilung und zum Zusammenschluss präsentieren könnte.

Neben den zeitgeschichtlichen Stücken wird Das Erste auch Dokumentationen ins Programm aufnehmen, die sich explizit mit Kunst und Kultur befassen. Geplant ist bisher in der Reihe „Duelle“ ein Beitrag über Marlene Dietrich und Zarah Leander. Die Reihe „Deutschland, deine Künstler“ wird 2013 mit vier neuen Folgen fortgesetzt und auch die „Legenden“ werden mit neuen Porträts im Ersten präsent sein.

Mit einer Dokumentar-Initiative wollen die ARD und Das Erste neue Impulse für Dokumentationen und Dokumentarfilme in Deutschland setzen. Unter dem Thema „Blickpunkt Deutschland: total – halbtot – nah“ hat die ARD zu einem Pitch eingeladen: Gesucht wird ein hochwertiges und kreatives dokumentarisches Highlight für einen Primetime-Sendeplatz im Ersten. Produzenten sind aufgerufen, ihre Konzepte und Ideen für diesen Sondersendeplatz einzureichen. Geplant ist, den oder die Gewinner der Ausschreibung im Rahmen des ARD-Empfangs „Top of the Docs“ auf der Berlinale am 13. Februar 2013 in Berlin zu präsentieren. Zu diesem Anlass wird die ARD auch weitere Highlights aus dem Genre Dokumentation der Sender vorstellen.

DasErste.de wird auch künftig alle regelmäßigen Dokureihen vertiefen, nachhaltig anbieten, mit anderen ARD-Angeboten sinnvoll vernetzen und, soweit die entsprechenden Rechte vorliegen, die Sendungen zum Abruf anbieten. Eines der wesentlichen Projekte in 2013/14 wird „Der Große Krieg – Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts“ sein,

ein aufwändiges Internetprojekt zu der vierteiligen Fernsehreihe anlässlich des 100. Jahrestags des Ausbruchs des Ersten Weltkriegs.

ARTE plant für 2014 einen Programmschwerpunkt zum 100. Jahrestag des Ausbruchs des Ersten Weltkriegs. Mit der Live-Übertragung kultureller Ereignisse (Konzerte, Theater- und Opernaufführungen, Festivals ...) auf „ARTE Live Web“ sowie neuen interaktiven Angeboten auf der Internet-Plattform „ARTE Creative“ sollen die Online-Angebote von ARTE weiter ausgebaut werden. ARTE wird mit ausgewählten Schwerpunktthemen auf der neuen Plattform ARTE Future zu Zukunftsfragen den öffentlichen Diskurs suchen und mit herausragenden TV Produktionen anreichern.

Kirche und Religion

Die ARD wird 2013/14 in ihren Verkündigungssendungen, vor allem dem „Wort zum Sonntag“, aber auch Gottesdienstübertragungen, den „Liedern zum Advent“ oder „Ostern in Rom“ den Kirchen Raum für die Verbreitung ihrer Botschaft zur Verfügung stellen. Sie erfüllt damit nicht zuletzt eine wichtige Servicefunktion für alte, kranke und behinderte Zuschauerinnen und Zuschauer, die den Gottesdienst nicht persönlich besuchen können. Die ARD wird in Reportagen, Porträts und Dokumentationen auf festen Sendeplätzen über Positionen und Entwicklungen in Religion, Kirchen und Glaubensgemeinschaften informieren sowie ethische Orientierung in Fragen der individuellen Lebensgestaltung bieten.

Die ARD wird in ihren Sendungen aus dem Themenbereich Kirche und Religion den interreligiösen beziehungsweise interkulturellen Dialog weiter stärken und damit einen Beitrag zur Schaffung von Toleranz, Verständnis, einer Kultur der gegenseitigen Wertschätzung und dem Abbau von Vorurteilen leisten.

Musik

Die ARD unterhält oder beteiligt sich an rund 20 Orchestern und Chören, darunter Ensembles von Weltruf, und ist Veranstalter des jährlich stattfindenden, international renommierten Musikwettbewerbs für den hochbegabten Nachwuchs. Dies stellt ein weltweit einmaliges kulturelles Potential dar, das die Sender, trotz großer Sparzwänge, zu halten versuchen – auch wenn eine Zusammenlegung zweier Orchester, wie aktuell beim SWR beschlossen, im einen oder anderen Fall erforderlich wird. Die Klangkörper der ARD geben jährlich rund 1000 Konzerte. Ihre Existenzberechtigung hat dieses einmalige Engagement durch seinen Niederschlag im Programm. Für den Hörfunk ist das ein selbstverständlicher Mehrwert. Aber auch für das Fernsehen gilt es, künftig verstärkt im Zusammenwirken mit den Klangkörpern herauszustellen, dass Musiksendungen originäre Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind. Wie in den Vorjahren werden wichtige Gedenktage berühmter Komponisten im Programm gewürdigt.

Darüber hinaus werden musikalische Spitzenereignisse auch weiterhin im Ersten live oder zeitversetzt aus besonderem Anlass ausgestrahlt werden. Hierzu zählen auch das Silvesterkonzert und das traditionelle Europakonzert der Berliner Philharmoniker. Im Jahr 2013 wird es zu keiner zeitlichen Überschneidung der Silvesterkonzerte im Ersten und im ZDF kommen. Für das Jahr 2012 hatten sich ARD und ZDF bereits darauf geeinigt, ihre Silvesterkonzerte an zwei aufeinander folgenden Tagen zu senden.

Einen wichtigen Schwerpunkt soll im Jahr 2013 der 200. Geburtstag von Richard Wagner und Giuseppe Verdi bilden. Hierfür ist eine Live- bzw. Near-Live-Übertragung des „Fliegenden Holländers“ als Eröffnung der Bayreuther Festspiele am 25. Juli 2013 für Das Erste geplant sowie die Zulieferung des Geburtstagskonzerts am 22. Mai 2013

mit einer konzertanten Gala (Dirigent: Christian Thielemann) für ARTE. Darüber hinaus wird über ein Feature über Wagner aus der Sicht seiner Frau, der Liszt-Tochter Cosima, nachgedacht. Für Verdi ist eine hochkarätige Übertragung seiner opernhafte „Messa da Requiem“ im Ersten im Gespräch, für ARTE die bereits konkret projektierte Doku „Große Oper Rigoletto“ von Michael Wende.

3. Bildung, Wissen und Beratung

Kriterien

- Thematische Vielfalt (aus allen Bereichen von Bildung, Wissenschaft und Forschung)
- Wecken von Interesse für Bildungsinhalte (bei allen Bevölkerungsgruppen)
- Förderung des lebenslangen Lernens
- Vermittlung von Medienkompetenz
- Formatvielfalt
- Journalistische Darstellung frei von kommerziellen Interessen
- Unabhängige Beratung
- Anschauliche Vermittlung komplexer Themen
- Innovative Darstellungsformen
- Fernsehgerechte Aufbereitung schwieriger Sachverhalte
- Alltagsbezug
- Schaffung von Schwerpunktthemen

BERICHT 2011/12

ARD-Themenwochen

Mit der inzwischen sechsten Themenwoche 2011 „Der mobile Mensch“ unter der Federführung des SWR ist die ARD ihrem selbstgestellten Anspruch gerecht geworden, ein von ihr gesetztes Thema in allen ARD-Fernsehprogrammen, angeführt vom Ersten, den Dritten sowie den kooperierten Angeboten (wie ARTE, 3sat, PHOENIX und KiKa), in den Radio-Programmen und den Online-Angeboten umfassend zu behandeln. Mit über 1.200 Beiträgen und 245 Sendestunden im Hörfunk, mit über 850 Beiträgen und 379 Sendestunden im Fernsehen bot die Themenwoche vom 22. bis 29. Mai 2011 das gewohnte publizistische Großereignis.

Zu Recht wurde bei der ersten Vorstellung des Themas aus Anlass des 125-jährigen „Geburstags“ des Automobils darauf hingewiesen, dass Automobilität und Verkehr allein eine Themenwoche nicht tragen würden. Daher wurde das Themenspektrum weiter gefasst und jene Bereiche mit einbezogen, in denen Menschen von „Mobilität“ in einer modernen, globalisierten und zunehmend beschleunigten Welt betroffen sind, wie z.B. in der Arbeitswelt oder auch im sozialen Bereich im Familienleben. Auch qualitativ hat das Programm der Themenwoche vielfach überzeugt: Es wies ebenso sehr gelobte Hochglanzproduktionen („Carl & Bertha“, „Überall und Nirgendwo“, „Autolegenden“, „Wut am Steuer“ u.v.m.), aber auch innovative Programme auf („Mit 1.000 Euro um die Welt“, Mobilitäts-Nächte, Mobilitäts-Tests, trimediale Projekte etc.). Rund 80 Prozent des Publikums, das die Themenwoche genutzt hat, war mit ihr zufrieden oder sehr zufrieden.

Dies sollte Anlass genug sein, eine rundum positive Bilanz zu ziehen. Tatsächlich aber fällt das Resümee der Themenwoche in mancherlei Hinsicht zwiespältig aus: So ist es bei dieser Themenwoche weniger gut gelungen, den „mobilen Menschen“ ins Bewusstsein des Publikums zu tragen. Laut Medienforschung nahmen 50 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren die ARD-Themenwoche bewusst zur Kenntnis (Erinnerungswert) – ein zwar guter Wert, der jedoch deutlich unter dem Niveau der Vorjahre liegt.

Das heißt, die Relevanz des ARD-Themenschwerpunktes hat sich einem relativ hohen Anteil der Bevölkerung nicht erschlossen. Auch die begleitenden Medien wie ein attraktives Online-Angebot oder der ARD-Text fanden nicht den gewohnten Zuspruch. Die Ursachen hierfür sind nicht leicht zu analysieren. „Mobilität“ war als Begriff möglicherweise schwer fassbar und auch nicht emotional genug besetzt. Aus dem ARD-Programmbeirat wurde daher angeregt, mit Blick auf künftige Themenwochen ein weniger allgemeines Thema zu wählen.

Für die Themenwoche 2012 wurden bereits Lehren gezogen. Zunächst wurde der Vorlauf für die Vorbereitung auf mehr als ein Jahr verlängert. Ferner widmete sie sich im November 2012 unter Federführung von RBB und MDR einem Thema, das unweigerlich jeden Menschen betrifft: Tod und Sterben. Solange man nicht selbst persönlich und unmittelbar davon betroffen ist, ob in der Familie oder im Freundeskreis, hält man gerne Abstand. Dabei ist der Umgang mit dem Sterben eine der Kernfragen unserer Gesellschaft. Wie wollen wir sterben? Wie müssen wir sterben? Selbstbestimmt – Fremdbestimmt? Zuhause – in Krankenhäusern, Altenheimen, Hospizen? Was bleibt vom Einzelnen nach dem Ende, an Spuren und Erinnerungen, an Botschaften für das Leben? Das Thema berührt alle Generationen. Die Themenwoche sollte unter dem Motto „Leben mit dem Tod“ die beschriebene Sprachlosigkeit überwinden helfen und eine gesellschaftliche Debatte anstoßen. Sie sollte neben tabuisierten und traurigen Aspekten auch tröstliche und humorvolle aufgreifen, konkrete Hilfestellung mit einem umfassenden Hilfsangebot geben und so das Nachdenken über die Art und Weise des Sterbens ermöglichen.

Als eine weitere Konsequenz der Erfahrungen der Vergangenheit wurden verstärkt die neuen Medien genutzt, um gerade auch junge Leute für die Themenwoche zu gewinnen. Neben den klassischen Angeboten zur Themenwoche im Fernsehen und im Radio wurde in dieser ARD-Themenwoche der direkte Dialog mit dem Zuschauer, Hörer und Online-Nutzer in Form einer trimedialen Aktion „Lebensblicke“ gesucht. Per Video, Audio oder Text, in Fernsehbeiträgen oder Radiointerviews konnten Menschen aller Generationen von ihren Botschaften erzählen, die sie einmal über ihr Leben hinterlassen wollen.

Durch eine bundesweite „Aktion Schulstunde“ wurden Lehrer an Grundschulen motiviert und ausgestattet, eine Schulstunde oder auch ein Projekt zum Thema Tod und Sterben zu gestalten. Die ARD stellte dazu ein multimedial gestaltetes, fächerübergreifendes Unterrichtsmaterial zur Verfügung. Dieses Angebot wurde mehrere hunderttausend Mal abgerufen.

Als Paten der ARD Themenwoche „Leben mit dem Tod“ engagierten sich die Theologin Margot Käßmann, ARD-Moderator Reinhold Beckmann und Kabarettist Dieter Nuhr mit viel persönlicher Glaubwürdigkeit, wobei letzterer als Garant für satirische Ansätze zum Thema steht.

Eine detaillierte Auswertung der Themenwoche durch die Medienforschung stand zum Redaktionsschluss noch aus. Allein im Ersten verfolgten etwa 30 Millionen Zuschauer die Beiträge zur Themenwoche. Das heißt, dass rund 40 Prozent der Deutschen mindestens eine Sendung zur Themenwoche im Ersten gesehen haben. Auch die sonstigen Reaktionen der Zuschauerinnen und Zuhörer, die lebhaften Diskussionen auf Facebook, Twitter und in diversen Blogs sowie die umfangreiche Berichterstattung in den Medien und der Zuspruch von gesellschaftlichen Institutionen zeigen: Die ARD hat ihr

Hauptziel erreicht, eine Debatte über den Umgang mit Tod und Sterben in unserer Gesellschaft anzuregen.

Magazine und Wissensprogramme

Das Wissenschaftsmagazin „W wie Wissen“ am Sonntagnachmittag mit Dennis Wilms will auf unterhaltsame Weise breite Zuschauerschichten für Wissensthemen gewinnen und ein Grundverständnis dafür schaffen, wie spannend Wissenschaft sein kann und was sie zur Lösung der Probleme in unserer Welt beiträgt. Jede Sendung stand dabei unter einem bestimmten Motto, um das sich verschiedene Beiträge gruppieren. Mit seiner Themenauswahl, der fundierten Aufbereitung und einer lebendigen Vermittlung konnte das Magazin seine Akzeptanzwerte im Berichtszeitraum relativ stabil halten: 2011 lagen sie bei 7,9 Prozent, 2012 bisher bei 7,7 Prozent Marktanteil (Januar bis Oktober 2012).

Die vielfältigen Wissensthemen der Sendung werden stets multimedial begleitet, mit Hintergrundinformationen angereichert und anschaulich präsentiert. Beispiel dafür waren in 2011/12 Quizze zu den aktuellen Themenbereichen oder die Animationen „400 Millionen Jahre Deutschland“ und „Der interaktive Teich“, die über die Tierwelt in einem Gartenteich informiert. Zuschauer wurden zum Mitmachen und Mitgestalten der Webseiten aufgerufen, z. B. in Form von Fotoaktionen.

In „Wissen vor 8“ erklärte Ranga Yogeshwar in einem zweiminütigen Format kurz vor der „Tagesschau“ Alltagsphänomene aus wissenschaftlicher Perspektive. Das informative Kurzformat erhielt 2011 Verstärkung und wurde durch zwei weitere Themenfelder ergänzt. Auch die neuen Formate vermitteln auf unterhaltsame, anschauliche Weise Wissen und bieten anregende Perspektiven. Bei „Wissen vor acht – Werkstatt“ geht es in erster Linie um naturwissenschaftliche Experimente und Phänomene des Alltags. Zuschauerfragen werden kompetent und augenzwinkernd beantwortet. „Wissen vor 8 – Zukunft“ hinterfragt zukunftsweisende Technologien und Erfindungen für die Gesellschaft von morgen. Alle Formate werden im Netz gebündelt und begleitet und stehen in der Mediathek zum zeitsouveränen Abruf bereit. So entsteht ein stetig wachsender, attraktiver Pool an Wissensthemen mit Alltagsbezug.

Das Wissensmagazin „Kopfball“ wendet sich vor allem an ein jüngeres Publikum: Wie bestimmt man den Energiewert von Lebensmitteln? Warum ist Luft beim Pusten kalt und beim Hauchen warm? – Antworten auf Zuschauerfragen wie diese liefern anschauliche Experimente und kleine Reportagen.

Neben den Wissensmagazinen im Ersten fanden die Zuschauerinnen und Zuschauer in den Dritten Programmen vertiefend weitere Wissensmagazine wie „Planet Wissen“ (WDR, SWR, BR alpha), „Faszination Wissen“ (BR), „alles wissen“ (HR), „Odysso – das will ich wissen“ (SWR), „Plietsch“ (NDR), „Quarks & Co“ (WDR), „Ozon – aus Wissenschaft und Umwelt“ (RBB), „Lexi TV“, „Echt“ und „Einfach genial“ (alle drei MDR). Auf 3sat präsentierte „nano“ spannende Neuigkeiten aus Forschung, Gesundheit, Umwelt oder Technologie.

Mit einer Vielzahl von Themenschwerpunkten versuchte PHOENIX, dem Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuschauer nach Erklärung komplexer Sachverhalte und Zusammenhänge entgegen zu kommen. Nachdem die Sendung „Finanzkrise für Anfänger“ erfolgreich grundlegendes Wissen zu diesem komplizierten Sachverhalt vermittelte, entstanden mit Schwerpunkten wie „Klimawandel für Anfänger“, „USA für Anfänger“ oder „Internet für Anfänger“ weitere Ausgaben dieser Art.

Sendereihen und Dokumentationen

Zur besten Sendezeit um 20.15 Uhr brachte Das Erste in der Reihe „Erlebnis Erde“ eine Vielzahl aufwendig produzierter Natur- und Tierdokumentationen wie die BBC-Serie „Das Wunder Leben“ (sechs Teile), „Expedition Himalaya“ (zwei Teile), „Mythos Amazonas“ (zwei Teile), „Wildes Skandinavien“ (sieben Teile), „Wildes Deutschland“ (sechs Teile), „Expedition 50°“ (zwei Teile), „Die großen Wanderungen“ (drei Teile), „Serengeti“ (zwei Teile) und viele weitere Einzelstücke. Die Filme wurden stets auch als Livestream in der Mediathek ausgestrahlt und standen danach meist als Abrufvideo zur Verfügung.

Bereits seit Oktober 2005 haben die ebenso informativen wie unterhaltsamen Dokus über Tierpfleger und ihre Schützlinge eine treue Anhängerschaft auf dem Nachmittagsendeplatz im Ersten. Die Kamera führte die Zuschauer bereits hinter die Kulissen renommierter deutscher Zoos in Leipzig, Frankfurt, Stuttgart, Berlin, Hamburg, München, Bremen und Münster. Ergänzt wurden diese Tier-Doku-Staffeln durch eine Reihe über den Alltag auf einem Kreuzfahrtschiff („Verrückt nach Meer“) oder in einer afrikanischen Tierrettungsstation („Das Waisenhaus für wilde Tiere“). Auch dieser Sendeplatz konnte durchgängig in den Telemedien begleitet werden.

Viele Dokumentationen im Hauptabendprogramm des Ersten beschäftigten sich mit Themen, die den Zuschauerinnen und Zuschauern Wissen aus unterschiedlichsten Bereichen näher brachte: „Facebook – Milliarden-Geschäft Freundschaft“ setzte sich kritisch mit der größten Social-Media-Plattform auseinander und erlaubte einen Blick hinter die Kulissen des Internetimperiums. „Die Pangasius-Lüge“ nahm das Geschäft mit dem Billigfisch unter die Lupe. Die dreiteilige Reihe „Deutschland unter Druck“ setzte sich mit den individuellen Folgen einer immer stärker auf Leistung und Erfolg abgestellten Gesellschaft auseinander. Untersucht wurden die spezifischen Probleme von drei Altersgruppen: die überforderten Kinder, die getriebenen Erwachsenen und die verunsicherten Alten. Über Fragen rund um das Thema Pflegebedürftigkeit informierte eine Dokumentation mit dem Titel „Die Last mit den Eltern“. Eine Dokumentation über die Riesterrente analysierte Vor- und Nachteile der Jahrhundertreform. Der Doku-Zweiteiler „Die Macht des Unbewussten“ zeigte die automatisierten Vorgänge im menschlichen Gehirn und bot dem Publikum in kleinen Tests und Rätseln die Möglichkeit, seine eigenen Sinne beim Zuschauen zu prüfen.

Gesundheit und Medizin sind auch 2011/12 ein wichtiges Wissensgebiet im Programm des Ersten gewesen. So informierte der Vierteiler „Die großen Volkskrankheiten“ über neue Krebstherapien, Alzheimer, Herzversagen sowie die Möglichkeiten der Behandlung von Diabetes. In „Neues von den Knochen-Docs“ begleiteten die Filmemacher die Chirurgen der Heidelberger Orthopädie bei ihrer oft riskanten Arbeit und zeigten Möglichkeiten und Grenzen des medizinisch Machbaren. „Pillen für den Störenfried“ beschäftigte sich mit der steigenden Verabreichung von Psychopharmaka an Kinder. Gesundheits-Themen, von Krankenkassen über die medizinische Versorgung in Deutschland bis zu Krankenhäusern, Hausärzten und Pflegefragen, Alter und Demenzerkrankungen, gesunde Ernährung, Diät und Fitness, Palliativmedizin, Burnout, Alkoholsucht, Organspende, Krebs-Diagnose und Therapien oder das Tabuthema Ärztesfuscher waren auch Gegenstand der Talkshows im Ersten.

Ein besonderer Schwerpunkt am Mittwochabend widmete sich dem Thema Atomenergie: Fünf Einzeldokumentationen gingen den Ereignissen in den Reaktorblöcken nach dem Erdbeben und den Folgen des nuklearen GAUs in Fukushima nach. Ranga Yogeshwar, der für seine Informationsleistungen in der Fukushima-Berichterstattung

mit dem Deutschen Fernsehpreis geehrt wurde, begab sich auf Spurensuche nach Tschernobyl und entdeckte viele Parallelen zwischen den Ereignissen damals und denen in Japan. Der Film „Strom ohne Atom“ ging der Frage nach, ob und wie der atomare Ausstieg in Deutschland zu schaffen ist. Fernseh- und Grimme-Preisträger Hubert Seipel dokumentierte für Das Erste die Entscheidungsschlacht um den Atomausstieg in Deutschland.

Auch PHOENIX beschäftigte sich 2012 wieder intensiv mit dem Thema Energie. In einer Vielzahl an Gesprächssendungen wie Themenschwerpunkten wurden Fragen erläutert wie „Chefsache Energiewende – Stockt das Jahrhundertprojekt?“, „Tank oder Teller?“, „Kampf ums Öl“ oder „Wieder prima Klima? Der Streit um die Energiewende“.

Beratung und Service

Im Juli 2012 erhielten die „Ratgeber im Ersten“ eine Neuausrichtung. Die bisher acht Ratgeber-Sendungen wurden auf sechs konzentriert. Der „Ratgeber: Auto + Verkehr“ fusionierte mit dem „Ratgeber: Reise“ und heißt jetzt „Ratgeber im Ersten: Auto-Reise-Verkehr“; der „Ratgeber: Bauern und Wohnen“ fusionierte mit dem „Ratgeber: Heim und Garten“ und heißt jetzt „Ratgeber im Ersten: Haus + Garten“. Mit der Zusammenlegung soll auch das Profil der Ratgeber und deren Wiedererkennungswert geschärft werden: Weniger Moderatoren und klar definierte Sachgebiete sollen für eine noch bessere Ansprache des interessierten Publikums sorgen. Bereits seit August 2011 ersetzt der „ARD-Ratgeber: Internet“ den „ARD-Ratgeber: Technik“. Das Erste reagierte damit auf den veränderten Bedarf an Service- und Ratgeberleistungen bei den Zuschauerinnen und Zuschauern. Die jährliche Gesamtzahl der „ARD-Ratgeber“-Sendungen bleibt unverändert.

Der neue „ARD-Ratgeber: Internet“ behandelt alle Themen rund ums Netz, weniger für technisch Interessierte, sondern für den „normalen“ User. Immerhin sind 70 Prozent aller Deutschen online. Da auch immer häufiger Ältere im Internet unterwegs sind, werden die Themenstellungen dieser neuen Nutzergruppe besonders berücksichtigt. Moderiert wird der Internet-Ratgeber von Anna Planken und dem WDR-Computerexperten Jörg Schieb.

Der „ARD-Ratgeber: Recht“ hat seit 2012 einen neuen Moderator. Rechtsexperte Frank Bräutigam übernahm die Sendung von Karl-Dieter Möller. Seit Januar 2011 moderiert Susanne Holst den „ARD-Ratgeber: Gesundheit“. Die gebürtige Hamburgerin ist selbst promovierte Ärztin.

Die neue Struktur der „Ratgeber“-Sendungen im Ersten wurde auch in die Telemedien übertragen. Der „Ratgeber Internet“ wurde mit einem besonders ausführlichen, multimedialen Angebot in den Telemedien begleitet. Im wöchentlichen Videoblog „Schiebs Update“ informierte ARD-Internetexperte Jörg Schieb regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und überbrückte so die Pausen zwischen den Sendungen, die nur etwa alle vier Wochen auf dem Bildschirm waren. Alle Beiträge gab es selbstverständlich als Video on demand und als Podcast in der Das Erste Mediathek. Fans der Sendung konnten über verschiedene Kanäle partizipieren, Fragen und Anregungen übermitteln: Facebook, Twitter und Video-Uploads auf der Homepage.

Das „ARD Buffet“ ist der Fernseh-Ratgeber am Mittag und eine besondere Institution in der deutschen Fernsehlandschaft. Hier erhielten die Zuschauerinnen und Zuschauer Antwort auf viele Alltagsfragen sowie nützliche Tipps. Seit 15. Oktober 2012 wurde die Sendezeit des „ARD Buffet“ von 45 auf 100 Minuten verlängert. Die Moderatoren Evelin König, Fatma Mittler-Solak, Florian Weber sowie Holger Wienpahl empfangen das Publikum seither direkt nach der 11-Uhr-„Tagesschau“ und präsentieren neue

spannende Rubriken: mehr Service aus allen Bereichen des Alltags und natürlich noch mehr Tipps, die das Leben schöner machen.

Tim Mälzer brachte in seiner Sendung „Tim Mälzer kocht!“ den Zuschauerinnen und Zuschauern des Ersten einmal wöchentlich die Grundregeln gesunder Ernährung und gekonnter Zubereitung näher. Um die Osterzeit 2012 lud Tim Mälzer auf eine viertägige Reise auf „sein“ Mallorca ein. Der Wahlmallorquiner begab sich auf Märkte, in kleine Inseldörfer und auf See auf die Suche nach landestypischen Spezialitäten. Die vier Sendungen führten quer über die Insel. Sie wurden analog zu den regulären Mälzer-Sendungen im Internet begleitet: mit den Rezepten zum Nachkochen, mit Interviews, Videos und vielen Zusatzinformationen.

Auch „Tim Mälzer: Der Ernährungs-Check“ rief auf große Resonanz in den Telemedien hervor. DasErste.de bot begleitend zur Ausstrahlung umfangreiches Zusatzmaterial an, darunter Videos, Interviews mit Tim Mälzer, Rezepte und Speisepläne zum Downloaden. Zudem wurden die zahlreichen Rückfragen der Zuschauer in FAQs im Internet noch einmal aufbereitet.

Bildung, Wissen und Beratung

LEITLINIEN 2013/14

Mit seinen Bildungs- und Beratungsangeboten will Das Erste beim Publikum Interesse wecken an den unterschiedlichsten Wissensbereichen, Lust darauf machen, sich lebenslang Kenntnisse anzueignen bzw. diese zu vertiefen und den eigenen Horizont beständig zu erweitern. Das ARD-Hauptprogramm sieht seine Selbstverpflichtung zu einem ‚lebenslangen Lernen‘ vor allem darin, die Zuschauerinnen und Zuschauer zur selbständigen Weiterbildung zu animieren, indem es durch seine vielfältigen Informations- und Wissenssendungen die Notwendigkeit zur Fortentwicklung der eigenen Fähigkeiten und Begabungen in einer dynamischen, zunehmend komplexer werdenden Wissensgesellschaft verdeutlicht. Ein solcher programmlicher Anspruch kann sich nicht nur auf einzelne Wissenssendungen im Ersten beschränken, sondern ist eine Querschnittsaufgabe. Der ARD-Programmbeirat hat sich im Rahmen seiner systematischen Programmbeobachtung intensiv damit befasst, wo und wie der abstrakte Begriff „Bildungsauftrag“ im Programm konkret realisiert wird und kam zu dem Ergebnis, dass Bildung nicht nur in den dafür vorgesehenen Wissens- und Bildungssendungen vermittelt wird, sondern genauso im gesamten Programm in all jenen Beiträgen und Sendungen, die die Zuschauerinnen und Zuschauer berühren und zum Nachdenken anregen und die ggf. sogar Auswirkungen auf deren Handeln haben. Der Bildungsauftrag wird also ebenso durch eine politische oder gesellschaftlich relevante Reportage und Dokumentation erfüllt wie durch ein vielschichtiges, perspektivenreiches Dokudrama oder durch einen Fernsehfilm wie „Homevideo“, der das aufklärerische Thema Cyber-Mobbing bei Jugendlichen mit einer modernen Bildsprache in Szene setzt, die diesem Thema ästhetisch gerecht wird. Ebenso ist der Bildungsauftrag erfüllt, wenn dem Publikum bei internationalen Musik- oder Sportwettbewerben etwas über Mentalitäten oder landestypische Eigenheiten vermittelt wird oder Unterhaltungsshow spielerisch Wissen und Werte vermitteln. Die ARD verpflichtet sich, auch weiterhin Filme und Sendungen herzustellen, die die Zuschauerinnen und Zuschauer sensibilisieren, ihre Verstehenspotenziale anregen, Impulse zur Reflexion geben, Wahrnehmungsweisen bewusst machen und die innere Achtsamkeit befördern. Weiterhin werden die Programmverantwortlichen und Redakteure noch mehr Aufmerksamkeit

auf die Frage legen, welches Bewusstsein für Bildung hinter einer Produktion steht, die nicht explizit im Sinne des Bildungsauftrags hergestellt wird, diesen aber doch implizit zu erfüllen hat. Und auch die Programmierung von Sendungen wird so vorgenommen, dass die Bildungsimpulse, die von den jeweiligen Sendungen ausgehen, auch auf die Zuschauerschaft zugeschnitten sind, die zu dem jeweiligen Zeitpunkt Das Erste tatsächlich einschaltet.

ARD-Themenwochen

Die ARD wird auch in Zukunft Themenwochen anbieten und damit den Zuschauerinnen und Zuschauern die Möglichkeit bieten, sich umfassend über die vernetzten Angebote des gesamten ARD-Verbundes mit zentralen Fragen und Herausforderungen für unsere Gesellschaft zu befassen. Als Thema für die nächste Themenwoche unter der Federführung des WDR wurde „Glück“ festgelegt. Das Thema spricht ein Grundbedürfnis des Menschen an. Neben einer individuellen hat das „Streben nach Glück“ auch eine gesellschaftspolitische Dimension. Neben wissenschaftlichen/dokumentarischen Herangehensweisen, u.a. auf dem Gebiet der Glücksforschung, gibt es somit die Möglichkeit, das Thema von ernsthaft bis unterhaltsam in allen Genres aufzuarbeiten. Die Erfahrungen mit den im Berichtsteil beschriebenen Verbesserungsvorschlägen aus der Themenwoche 2012 werden in die Planungen der neuen Themenwoche einfließen.

Der ARD-Programmbeirat kann sich in Zukunft Themenwochen u.a. zu den Themen Integration, Inklusion, Internet oder auch Umwelt vorstellen.

Magazine und Wissensprogramme

Die Vermittlung von neuen und bestehenden Erkenntnissen aus Wissenschaft und Forschung und deren Folgen versteht die ARD als besondere journalistische Herausforderung. Die Wissensshows „Kopfball“, „Wissen vor 8“ sowie „W wie Wissen“ im Ersten oder das 3sat-Magazin „nano“ sind Beispiele für kreative Möglichkeiten der Wissensvermittlung und berücksichtigen Phänomene aus den unterschiedlichsten Wissensbereichen gleichermaßen.

Der ARD-Programmbeirat begrüßt Wissenssendungen wie „W wie Wissen“ oder „Kopfball“ im Ersten. Generell regt der ARD-Programmbeirat an, noch intensiver über neuere Forschungsbereiche und wissenschaftliche Programme und Neuerungen an Universitäten, Forschungseinrichtungen oder in der Industrie zu berichten und hält dies für eine Querschnittsaufgabe, die insbesondere von den Informationssendungen im Ersten zu leisten ist.

Sendereihen und Dokumentationen

In der Dokureihe „16 x Deutschland“ porträtieren 16 Filmemacher die 16 Bundesländer. Eine Doku-Serie nimmt die Zuschauer des Ersten mit in „Traumstädte“ dieser Welt. 2013 zeigt Das Erste auf dem Doku-Sendeplatz am Montag direkt nach der „Tageschau“ unter dem Reihen-Titel „Erlebnis Erde“ aufwendig produzierte und lehrreiche Naturdokus über Pinguine (drei Teile), den BBC-Vierteiler „How Nature Works“, „Afrika“ und „Wildes Nordamerika (beide in sechs Teilen).

Im Vorabendprogramm sollen in den kommenden Jahren neben den beliebten Zoo-dokus am werktäglichen Nachmittag zusätzliche unterhaltend-dokumentarische Formate entwickelt werden. Mit „Lust auf Deutschland“, geplant für Frühjahr 2013, werden zwei Teams in einem Wettbewerb gegeneinander den Süden und den Norden Deutschlands entdecken.

Beratung und Service

Das Erste verfolgt den Anspruch, alle Zuschauerinnen und Zuschauer mit entsprechenden Sendungen zu erreichen. Daher finden sich Serviceangebote zu allen Tageszeiten und an jedem Wochentag im Ersten. „ARD-Morgenmagazin“, „Mittagsmagazin“ und „ARD-Buffer“ werden die Zuschauerinnen und Zuschauer bei der Bewältigung von aktuellen finanziellen, rechtlichen, gesundheitlichen oder familiären Problemen unterstützen. Das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin „Plusminus“ beleuchtet am Hauptabend wirtschafts- und sozialpolitische Hintergründe. Die sechs verschiedenen Ausgaben der „Ratgeber im Ersten“ leisten samstags um 17.03 Uhr und sonntags um 16.30 Uhr themenbezogenen Service. Der Digitalkanal EinsPlus bündelt die vielfältigen Service- und Beratungsangebote des Ersten und der Dritten Programme für besonders interessierte Zuschauerinnen und Zuschauer. Auf ratgeber.DasErste.de werden die vielfältigen Ratgeber- und Serviceinformationen in Rubriken übersichtlich strukturiert. Neben aktueller Information finden die Nutzerinnen und Nutzer hier die besonders beim Thema Ratgeber wichtigen nachhaltigen Inhalte, Hintergrundinformationen und Erklärstücke. Die „Ratgeber im Ersten“-Informationen im Netz unterscheiden sich von den Konkurrenzangeboten vor allem durch ihre Unabhängigkeit in einem werbefreien redaktionellen Umfeld. ARD Text wird seinen Verbraucher- und Servicebereich ständig überarbeiten und den wechselnden Nutzerinnen- und Nutzerinteressen entsprechend ausrichten.

Das Erste.de will künftig noch mehr Informationen aus dem Bereich Ratgeber, Service und Verbraucher anbieten – nachhaltig und gut recherchierbar und mit vielen Videos. Die sechs „Ratgeber“-Formate sollen mit interaktiven Angeboten weiter ausgebaut werden und auch weiterhin eine verlässliche Quelle für Ratgeberinformationen mit hohem Nutzwert für Verbraucher sein. Die Telemedienangebote zu Wissenssendungen im Ersten werden mit multimedialen Elementen noch attraktiver gestaltet und werden sich auch im Internet um anschauliche Vermittlung komplexer Themen bemühen.

4. Unterhaltung

Kriterien

- Anregung für Entspannung und Spaß
- Förderung von Kreativität und Phantasie
- Innovation, Originalität und Witz
- Erprobung und Weiterentwicklung verschiedener Formate
- Spielerische Werte- und Wissensvermittlung
- Gesellschaftliche Relevanz
- Formatvielfalt
- Spannende und emotionale Geschichten erzählen
- Angebote von Gemeinschaftserlebnissen durch generationenübergreifende Familienevents
- Informationen über relevante Themen auf unterhaltsame Weise darstellen
- Interessante Gespräche führen

BERICHT 2011/12

Fiktionale Unterhaltung

„Der Tatort“ ist die älteste und mit durchschnittlich 7,99 Millionen Zuschauern in 2012 (Januar bis Oktober 2012) nach wie vor erfolgreichste Krimiserie im deutschen Fernsehen. Die Reihe zeichnet sich zum einen durch eine gelungene Mischung aus Tradition und Innovation aus: Neben den vertrauten und eingeführten Teams wie etwa den Münchnern Miroslav Nemeč und Udo Wachtveitl, die bereits seit 1991 ermitteln, oder Ulrike Folkerts, die 1989 beim „Tatort“ begann, konnten auch im Berichtszeitraum wieder neue, zeitgemäße Typen als Kommissare etabliert werden, die von erstklassigen, namhaften Schauspielerinnen und Schauspielern verkörpert werden.

In 2011/12 gaben drei neue Teams ihren Einstand: Joachim Król und Nina Kunzendorf aus Frankfurt, Jörg Hartmann, Anna Schudt, Aylin Tezel und Stefan Konarske in Dortmund in einem dritten WDR-„Tatort“ und Stefan Gubser und Sofia Milos aus Luzern in der Schweiz, die nach zehn Jahren wieder in die Krimi-Reihe einstieg. Außerdem trat noch eine Neue an: Sibel Kekilli unterstützt Axel Milberg in Kiel. Der „Tatort“ bleibt eine zuverlässige Konstante im Programm des Ersten – und erfindet sich doch immer wieder neu: im Jahr 2012 mit 31 Erstaussstrahlung am Sonntagabend und insgesamt 17 Teams im Einsatz. Ausschlaggebend für den anhaltenden Erfolg der erfolgreichsten Krimireihe im deutschen Fernsehen ist auch ihre regionale Perspektive: Von der pulsierenden Metropole über die ruhige Vorortsiedlung bis zum einsamen Bauernhof – nahezu alle Regionen und Milieus Deutschlands finden im „Tatort“ ihre Entsprechung.

Der „Polizeiruf 110“ konnte 2011 sein 40-jähriges Jubiläum feiern. Auch der „Polizeiruf 110“ verzeichnete Zuschauerzuwächse und kam 2012 auf einen Wert von durchschnittlich 7,5 Millionen. Seit 2011 ermittelt Kommissar Hanns von Meuffels (Matthias Brandt) mit Polizistin Anna Burnhauser (Anna Maria Sturm) für den BR. Beim RBB trat Hauptkommissarin Katarina Selig (Maria Simon) mit Unterstützung von Horst Krause (Horst Krause) ihren Dienst als Polizeirufkommissarin an.

Die Sonntagskrimis im Ersten sind auch in den Sozialen Netzwerken erfolgreiche Marken. Um die Nutzer dort abzuholen, betreibt DasErste.de eigene Facebook-Fanpages für „Polizeiruf 110“ und für „Tatort“ sowie einen Tatort-Account bei Twitter. Mit rund

einer halben Million Fans (Stand Mitte 2012) ist der „Tatort“ derzeit das erfolgreichste ARD-Angebot bei Facebook. Die Nutzer können sich dort über die aktuellen Filme und Neuigkeiten zur Reihe informieren, diese kommentieren, teilen (also weiterempfehlen) und „ liken“. Zum Tatort „Der Wald steht schwarz und schweiget“ im Mai 2012 (SWR) wurde erstmals ein interaktives Spiel angeboten, bei dem Internetnutzer ein Rätsel lösen konnten, das im Film offen blieb: Ermittelt wurde via tatort.de, Facebook und Twitter – gemeinsam mit anderen Nutzern oder allein.

Auf den Serienplätzen am Hauptabend liefen neue Staffeln der bewährten und beliebten Serien „Um Himmels Willen“, „Familie Dr. Kleist“, „Der Dicke“, „Die Stein“ und „Mord mit Aussicht“. Außerdem startete 2011 mit „Das Glück dieser Erde“ eine weitere neue Hauptabendserie in Zusammenarbeit mit dem ORF. Die Serie „Um Himmels Willen“ konnte 2011 ihr zehnjähriges Bestehen feiern und ist mit durchschnittlich 7,07 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 22 Prozent in der letzten, inzwischen elften Staffel 2012 die unangefochten erfolgreichste Serie im Deutschen Fernsehen. Fast genauso erfolgreich ist die Arztserie „In aller Freundschaft“, die es 2011 auf 19,2 Prozent Marktanteil brachte und deren Weihnachts-Special 2011 mit 7,47 Millionen Zuschauern die meistgesehene Folge der Serie seit ihrem Start im Jahr 1998 war. Die Dienstagsserien wurden durchgehend in den Telemedien begleitet und standen in der Mediathek zum Abruf bereit.

„Die Lindenstraße“ steht mit bis dahin 1380 Folgen für Kontinuität bei den unterhaltenden Serien. In bewährter Art und Weise nahm die Serie auch im Berichtszeitraum Bezug auf aktuelle Ereignisse. Ob Klimawandel, Eurokrise oder Fußballeuropameisterschaft, was die Welt in Atem hielt, ging auch an der „Lindenstraße“ nicht spurlos vorüber.

Auf große Resonanz beim Publikum stößt nach wie vor das Nachmittagsprogramm im Ersten. „Sturm der Liebe“ ist weiterhin das erfolgreichste Nachmittagsformat im deutschen Fernsehen; und auch die stetig wachsenden Zuschauerzahlen für „Rote Rosen“ sind ein Beleg für die Beliebtheit der Telenovela aus Lüneburg.

Der ARD-Vorabend wurde in den Jahren 2011 und 2012 einer umfassenden Reform unterzogen. Auf dem Sendeplatz um 18 Uhr wurde die Daily „Verbotene Liebe“ auf eine Sendedauer von täglich 44 Minuten verlängert. Damit einher ging eine aufwendige Optimierung der Serie mit einer deutlichen Steigerung der Qualität in Dramaturgie, Bildsprache und Motivauswahl. Beliebte Schauspieler der ersten Staffeln kehrten in die „Verbotene Liebe“ zurück. Damit bleibt die „Verbotene Liebe“ eines der unterhaltenden Angebote des Ersten mit hoher Stammzuschauerschaft. Das beim Publikum weniger erfolgreiche Format „Marienhof“ wurde eingestellt.

Die täglichen Serien im Ersten erfreuen sich seit jeher großer Akzeptanz bei den Internet-Nutzern. Deshalb bietet DasErste.de eine einzigartige, zeitgemäße Sendungsbegleitung für seine täglichen seriellen Formate: Neben Livestreams und Videos vergangener Folgen werden regelmäßig Video-Reportagen und -Specials produziert. Cross-mediale Projekte wie „Meine Kulisse und ich“ bei „Sturm der Liebe“, der Videoblog „Jessicas Welt“, eine von Darstellern kommentierte Video-Wochenvorschau oder die Video-Rubrik „Liebe ist“ bei „Verbotene Liebe“ dienen der Verzahnung von Web und TV und binden die Zuschauer an die Serien. Zur Nutzerbindung setzt DasErste.de vor allem bei den jungen Formaten auf Communities und die Präsenz in Social Networks.

Auf dem Sendeplatz um 18.50 Uhr laufen von Dienstag bis Donnerstag seit Herbst 2011 neue, anspruchsvolle Krimiformate unter der Dachmarke „Heiter bis tödlich“. Die

humorvollen Krimi-Serien setzen mit regional verankerter Fiktion auf einen Markenkern der ARD und sprechen dabei ebenso jüngere Zielgruppen an. Das repertoirefähige Programm wird auch in den Dritten Programmen wiederholt und steht für jeweils sieben Tage zur zeitversetzten Nutzung in der Mediathek zur Verfügung.

Das „Großstadtrevier“ ist nach wie vor das erfolgreichste Format im ARD-Vorabend und läuft mittlerweile in der 26. Staffel. Mit seinen markanten Protagonisten und dem prägendem Lokalkolorit war die Serie Vorbild bei der Entwicklung der neuen „Heiter bis tödlich“-Serien. Sowohl „Heiter bis tödlich“ als auch das „Großstadtrevier“ verfügen über eine treue Fangemeinde in den Telemedien, unter anderem bei Facebook.

Vorabendquiz und Talk

Mit „Drei bei Kai“ wurde für den Vorabend ein in Deutschland besonderes Quiz entwickelt, das mit Familienwerten und Wissen klassische Elemente des Ersten verbindet. Mehrere Familienmitglieder spielen beim populären Moderator Kai Pflaume um bis zu 300.000 Euro. Die Zuschauer können ihr Wissen auch online testen: Die Fragen der Sendung können bei DasErste.de nachgespielt werden.

Im Januar 2012 startete mit „Gottschalk Live“ ein außergewöhnliches Projekt im Deutschen Fernsehen. Der wohl bekannteste und über alle Altersgruppen beliebte Moderator Deutschlands sprach montags bis donnerstags kurz vor der „Tagesschau“ in seiner Sendung über die eher bunten Themen des Tages und band dabei auch die modernen sozialen Netzwerke ein. Nachdem die angestrebten zweistelligen Marktanteile in diesem werbefinanzierten Programm nicht annähernd erreicht werden konnten, wurde das Format im Juni wieder eingestellt. Die Programmierung im Vorabend kehrte danach zum alten Sendeschema zurück (d.h. „Brisant“, „Verbotene Liebe“ sowie die „Heiter bis tödlich“-Serien wurden wieder auf volle Sendelänge gebracht, „Wissen vor acht“ rückte wieder an seinen angestammten Sendeplatz).

Mit „Null gewinnt“ konnte ab Sommer 2012 ein modernes, kurzweiliges Quiz mit Dieter Nuhr im Vorabend präsentiert werden.

Das Quizformat „Das Duell“ wurde 2011 eingestellt, um Platz für die Neuausrichtung des Vorabends zu schaffen.

Shows und Events

Die in den letzten Leitlinien angekündigte Einrichtung eines Gemeinschaftsetats Unterhaltung hat sich im Berichtszeitraum als vernünftige Entscheidung erwiesen und dazu geführt, schneller bei der Formatentwicklung und Markenbildung und günstiger in den Kosten zu sein.

Das Ziel, die Familienunterhaltung als Genre auszubauen, ist in den Jahren 2011/2012 erreicht worden. Die verantwortlichen Redaktionen haben besonders darauf geachtet, die Seriosität der Unterhaltungsangebote mit einer modernen, lebendigen und temporeichen Präsentationsform zu verbinden. In vielen Formaten konnte die Ansprache der jüngeren Zielgruppe dadurch verbessert werden, so zum Beispiel bei „Verstehen Sie Spaß“, „Frag doch mal die Maus“, „Der klügste Deutsche“ oder „2011 – Das Quiz“.

Mit der Neuentwicklung „Klein gegen Groß – das unglaubliche Duell“ ist eine neue Samstagabend-Show für Jung und Alt etabliert worden. Die von Kai Pflaume moderierte Show erreichte bei ihrer Premiere im Juni 2011 6,19 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 12,9 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen. Intelligent, witzig und

verblüffend werden hier Kreativität, Wissen und Originalität vermittelt. Kinder mit außergewöhnlichen Talenten und Fähigkeiten treten gegen prominente Erwachsene an. In den Duellen geht es um Wissens- und Auffassungsspiele und um Kraft- und Geschicklichkeitsaufgaben. „Klein gegen Groß“ ist Familienunterhaltung par excellence, vermittelt Werte und Wissen spielerisch und setzt auf Kreativität und Spaß. Daneben erhalten die Zuschauer Einblick in die Lebenswelten von Familien und deren emotionale Geschichten und erstaunliche Talente. 2012 wurden zwei weitere Folgen des Formates gesendet.

Eine Innovation stellte das dreiteilige Event „Der klügste Deutsche 2011“ dar – eine Mischung aus Casting und Wissensshow, das von Kai Pflaume präsentiert wurde. Das Finale von „Der klügste Deutsche“ am 29. Oktober 2011 sahen 5,79 Millionen Zuschauer. In einem deutschlandweiten Casting von 5000 Kandidaten wurden von einer dreiköpfigen Jury (Judith Rakers, Eckart von Hirschhausen und Matthias Opdenhövel) sechs Frauen und sechs Männer ausgewählt, die um den Titel „Der klügste Deutsche“ antraten. Neben einem fundierten Allgemeinwissen ging es auch um Logik, emotionale und soziale Intelligenz, Musikalität und räumliches Denken. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz, der unter wissenschaftlicher Begleitung der Technischen Universität Darmstadt erarbeitet wurde, unterschied sich das Format stark von den herkömmlichen Multiple-Choice-Quizformaten und regte zum Mitraten und Mitdenken an. Die Zuschauer waren auch aktiv angesprochen, den Sieger des Finales per Televoting zu bestimmen – rund 600.000 Anrufer beteiligten sich. Im Oktober 2012 wurde „Der klügste Deutsche“ an drei Abendterminen mit ebenso großem Erfolg wie 2011 fortgesetzt.

Mit Matthias Opdenhövel wurde ein weiterer neuer Moderator in die Unterhaltung des Ersten eingeführt, der durch seine Präsenz in der „Sportschau“ und seine bisherigen Showmoderationen ein jüngeres Publikum ansprechen könnte. Das neue Format „Opdenhövels Countdown“ bot in mehreren Folgen am Donnerstagabend einen spannenden Mix aus Gedächtnis- und Wettbewerbsspielen. Im Sommer 2012 fand der Live-Event „Brot und Spiele“ mit Matthias Opdenhövel statt, der als großes „Geschichtsspektakel“ Prominente in römischen Disziplinen wie Gladiatorenkampf und Wagenrennen antreten ließ und dabei viele interessante Dinge aus dem Alltagsleben der alten Römer unterhaltsam präsentierte. Frank Plasberg ist ein Protagonist, der für Wissenskompentenz und Spielfreude steht. Er moderierte im Oktober 2011 zwei neue Folgen von „Das Quiz der Deutschen“. 6,39 Millionen Zuschauer verfolgten am 29. Dezember den unterhaltsamen Jahresrückblick „2011 – Das Quiz“, das sich im vierten Jahr als Marke etabliert hat und auch bei den Zuschauern regelmäßig zweistellige Marktanteile erzielt. Zum 60-jährigen Jubiläum der „Tagesschau“ wurde mit Frank Plasberg zudem im Frühjahr 2012 die zweiteilige Jubiläumsshow „Schlau wie die Tagesschau“ produziert, die auf unterhaltsame Weise sechs Jahrzehnte Nachrichten in Spiel- und Quizrunden aufbereitete.

„Die große Show der Naturwunder“ mit Ranga Yogeshwar und Frank Elstner und „Verstehen Sie Spaß?“ mit Guido Cantz gehören nach wie vor zu den Formaten, die in allen Altersgruppen punkten und in der härter werdenden Konkurrenz erfolgreich bestehen. Das gilt auch für „Frag doch mal die Maus“ mit Moderator Eckart von Hirschhausen. Die beliebte Familienshow wurde 2011 dreimal und 2012 in zwei Ausgaben am Samstagabend fortgesetzt. Das auf den Arzt und Komiker von Hirschhausen zugeschnittene „Fantastische Quiz des Menschen“ fand 2011 und 2012 ein großes Publikum und steht auch für 2013 in der Planung. 2012 moderierten Ranga Yogeshwar und Barbara Schöneberger gemeinsam „Die verrückte Wissensshow“.

Alle oben genannten Quizformate werden nach der Ausstrahlung als Wissenstest im Internet angeboten und die Formate werden – sofern die Rechte hierfür vorliegen – nachhaltig in den Mediatheken zur Verfügung gestellt.

Judith Rakers führte durch die neue Show „Einfach magisch“, in der Prominente zu Zauberern werden und damit die Sendung zu einem magischen Erlebnis für ein generationenübergreifendes Publikum machen.

„Immer wieder sonntags“ mit Stefan Mross konnte seine Beliebtheit weiter steigern und erreicht mittlerweile durchschnittlich zwei Millionen Zuschauer pro Sendung.

Satire, Kabarett und Comedy

Mit „Das Ernste“ startete am 20. Dezember 2012 eine neue Satire- und Parodie-Show im Ersten. Ein Ensemble junger, talentierter Künstler um den Comedian Florian Schroeder parodiert die Machtmenschen Deutschlands und die, die es gerne wären.

Nach einjähriger Kreativpause kehrte der mit dem Grimme-Preis ausgezeichnete Berliner Comedian Kurt Krömer auf den Bildschirm zurück. Im August 2012 startete „Krömer – Late Night Show“ auf dem späten Unterhaltungsplatz am Samstag mit einem neu entwickelten Format.

Mit Dieter Nuhr hat einer der profiliertesten deutschen Kabarettisten den „Satire Gipfel“ übernommen. Dieter Nuhr ist ein Grenzgänger und bewegt sich geschickt zwischen Comedy und Kabarett. Er ist der einzige Künstler, der sowohl den deutschen Kleinkunstpreis in der Sparte Kabarett als auch den Deutschen Comedy-Preis für den besten Liveauftritt erhalten hat. Mit einem überarbeiteten Konzept konnte der „Satire Gipfel“ seit Oktober 2011 Zuschauer dazu gewinnen. 2011 feierte Dieter Nuhr auch Premiere mit „Nuhr 2011 – Der Jahresrückblick“.

Anspruchsvolle Comedy bieten mittlerweile zahlreiche Formate auf dem Sendeplatz am späten Montagabend: „Alfons und Gäste“, „Dittsche“, „Die Komiker“, „Spätschicht“, „Studio Richling“ und das „Kleinkunstfestival“ mit Dieter Nuhr unterstreichen die komödiantische Bandbreite der ARD-Sender und unterhalten damit zu später Stunde eine wachsende Fangemeinde (siehe auch Kapitel 6: Ansprache jüngerer Zielgruppen). Dazu trägt auch die Das Erste Mediathek bei, die die zahlreiche Comedy-Formate zum zeitsouveränen Abruf bereithält.

Musik

2011 konnte der Erfolg des „Eurovision Song Contest“ fortgesetzt werden. Die weltgrößte Live-Musikshow erreichte am 14. Mai 13,93 Millionen Zuschauer und Marktanteile von 49,4 Prozent beim Gesamtpublikum und 59,2 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen. Weltweit verfolgten bis zu 125 Millionen Zuschauer die Show aus Düsseldorf. Die Akzeptanzwerte des „Eurovision Song Contests“ aus Baku im Jahr 2012 konnten zwar nicht an die Zuschauerzahlen des Song Contests 2010, in dem der deutsche Beitrag mit Lena Meyer-Landrut gewann, und 2011 in Düsseldorf heranreichen. Aber er war mit 8,34 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 36,7 Prozent dennoch ein großer Erfolg und konnte sich gegenüber dem Contest aus dem Jahr 2009 in Moskau (7,33 Mio./31,0 Prozent Marktanteil) weiter verbessern. (Zur Kritik am Ausstrahlungsort Baku siehe. Kapitel 1: Information/Auslandsberichterstattung.)

Nachdem der „Echo“ zwischen 2009 und 2011 mit beachtlichem Erfolg, besonders bei den jungen Zuschauern, ausgestrahlt wurde, war 2012, trotz optimiertem Konzept, die Sehbeteiligung rückläufig. Für 2013 ist das Ziel, die Akzeptanz wieder zu steigern.

Beide Musik-Shows wurden multimedial in den Telemedien begleitet und live in den Mediatheken übertragen.

Im September 2011 lief zum ersten Mal das „SWR3 New Pop Festival“ im Ersten, nachdem die Sendung in den vergangenen Jahren vom ZDF ausgestrahlt wurde. Das positive Feedback der Zuschauer und die musikalische Qualität der Sendung sorgten dafür, dass auch 2012 wieder ein Sendeplatz im Ersten zur Verfügung gestellt wurde.

Unterhaltung

LEITLINIEN 2013/14

Fiktionale Unterhaltung

Die ARD pflegt bewährte Figuren und Formate und arbeitet kontinuierlich an der Einführung neuer Charaktere und Stoffe. Das Erste wird neben seinen anspruchsvollen fiktionalen Produktionen auch weiterhin unterhaltende Fernsehfilme mit leichteren Stoffen bieten. Den Zuschauerinnen und Zuschauern sollen hier etablierte Publikumsliebhaber ebenso wie Nachwuchsschauspielerinnen und -schauspieler begegnen.

Die unterhaltenden Fernsehfilme des Ersten transportieren weiterhin ein wertepprägtes Familienbild und spiegeln dabei die unterschiedlichen Familienmodelle und Lebenswirklichkeiten unserer Gesellschaft wider.

Auch in den Jahren 2013/14 wird die ARD attraktive Kriminalfilme anbieten, vor allem mit den erfolgreichen Reihen „Tatort“ und „Polizeiruf 110“, die in der ihnen eigenen dramaturgischen und darstellerischen Umsetzung auch die föderale Vielfalt der ARD hervorheben. Beim „Tatort“ wird sich die Zahl der Ermittler im Jahr 2013 erhöhen: Neue Teams kommen vom SR, WDR, NDR und MDR. Devid Striesow wird Kommissar in Saarbrücken. An seiner Seite ermittelt Elisabeth Brück als Kommissarin. Til Schweiger und Wotan Wilke-Möhring werden die neuen „Tatort“-Kommissare beim NDR. Schweigers Rolle ist direkt bei der Kripo Hamburg angesiedelt; Wilke-Möhring ermittelt als Kommissar Thorsten Falke gemeinsam mit seiner Kollegin Katharina Lorenz (Petra Schmidt-Schaller) in Norddeutschland. Ein neuer MDR-„Tatort“ kommt 2013 aus Erfurt. Zukünftig werden Alina Levshin, Friedrich Mücke und der Weimarer Benjamin Kramme in der Landeshauptstadt Thüringens dem Verbrechen auf der Spur sein. Die SWR-„Tatort“-Kommissarin Klara Blum (Eva Mattes) und ihr Kollege Kai Perlmann (Sebastian Bezzel) ermitteln fallweise mit einem neuen Schweizer Kollegen Matteo Lüthi, der von Roland Koch dargestellt wird. Außerdem wird der MDR Ende 2013 eine einmalige „Tatort-Sonderausgabe“ des ARD-Krimi-Klassikers mit Nora Tschirner und Christian Ulmen als Ermittler-Tandem im Ersten präsentieren. Ort des Geschehens: Weimar in Thüringen. Dass es mittlerweile mehrere „Tatort“-Teams gibt, die nur ein bis zwei Folgen pro Jahr drehen, ist der Tatsache geschuldet, dass gefragte Schauspielerinnen und Schauspieler neben dem „Tatort“ auch viele andere Angebote wahrnehmen wollen.

Die Redaktionen und Produktionen des „Tatort“ wie auch des „Polizeiruf 110“ beachten die Regeln zur Selbstbeschränkung wie z.B. die „ARD-Grundsätze gegen Verharmlosung und Verherrlichung von Gewalt im Fernsehen“ und den Jugendschutz. Der ARD-Programmbeirat bittet die Programmverantwortlichen, bereits bei der Abnahme von Drehbüchern und Rohschnitten verstärkt darauf zu achten, dass die Filme den Vorgaben für den Jugendschutz entsprechen, damit die Premieren des „Tatort“ und des „Polizeiruf 110“ wie vorgesehen am Sonntagabend um 20.15 Uhr stattfinden können.

Der ARD-Programmbeirat regt an, den Dienstagabend neben den rein unterhaltenden Serien auch weiterhin für anspruchsvolle Serien-Produktionen wie „Weißensee“ zu nutzen.

Eine Herausforderung für den ARD-Vorabend ist es, die in den vergangenen Jahren begonnene Strategie zu konsolidieren: Mit qualitativ hochwertigen, dramaturgisch modern gestalteten Serien sollen ausgehend vom Stammpublikum des Ersten auch jüngere Zielgruppen erreicht und langfristig wertvolles Repertoire für Das Erste geschaffen werden. Die einzelnen unter der Dachmarke „Heiter bis tödlich“ laufenden Serien werden bezüglich Qualität und Zuschauerakzeptanz geprüft, im Bedarfsfall optimiert bzw. um neue Serien ergänzt. Der ARD-Programmbeirat befürwortet ausdrücklich die Weiterentwicklung der Dachmarke „Heiter bis tödlich“, die für das humoristische Potenzial im Ersten sehr gute Ansätze bietet. Um die Zuschauerakzeptanz im Vorabend insgesamt zu steigern, müssen Erkenntnisse über die Zuschauerpräferenzen der ersten „Heiter bis tödlich“-Serien in die Weiterentwicklung der Marke einfließen.

Das „Großstadtrevier“ wird in den kommenden Jahren behutsam verjüngt, ohne dabei die für den Serienerfolg ausschlaggebenden Attribute zu verlieren. Die Besetzung von drei neuen Rollen mit jungen Protagonisten im November 2012 war bereits ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Der Wettbewerb auf dem Markt der Daily Soaps nimmt weiter zu. Das Interesse der Zuschauer an diesem Genre geht aber insgesamt zurück. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, die Entwicklung der „Verbotenen Liebe“ auf den Prüfstand zu stellen.

Die unterhaltenden fiktionalen Angebote werden in Das Erste Mediathek weiterhin einen Schwerpunkt bilden. Die beiden beliebten Krimiformate im Ersten feiern in den Jahren 2013/14 Jubiläum: Der „Tatort“ geht mit dem 900. Fall auf Sendung, der „Polizeiruf 110“ mit dem 350. Beide Jubiläen werden online mit Dossiers begleitet. Darüber hinaus sollen weitere crossmediale Projekte entwickelt werden, die an den Erfolg des ersten interaktiven Tatorts anknüpfen.

Die täglichen und wöchentlichen Serien sind auch 2013/2014 wichtiger Bestandteil der Unterhaltungssendungen in den Mediatheken. In diesem Bereich wird es weiterhin Livestreams und die vergangenen Folgen auf Abruf, aber auch zahlreiche Videospecials wie Interviews, Reportagen und Backstage-Berichte geben.

Shows und Events

Die Unterhaltung im Ersten hat als vorrangiges Ziel, möglichst viele Zuschauer aller Schichten und aller Altersgruppen zu erreichen. Bewährte Formate, die sich an das ältere Publikum richten und damit erfolgreich sind, werden Teil des Programmangebotes bleiben. Zugleich strebt die Koordination Unterhaltung an, verstärkt auch jüngere Zuschauer mit ihren Angeboten anzusprechen. Bei der Entwicklung neuer Sendeformate wird es daher ein wesentliches Kriterium bleiben, ob sie geeignet

erscheinen, das Stammpublikum zu erreichen und zugleich attraktiv für jüngere Menschen zu sein.

Die Koordination Unterhaltung setzt daher verstärkt auf Events. Shows wie „Brot und Spiele – Das große Geschichts-Spektakel“ sorgen mit einem populären Thema, prominenten Gästen und hohem Produktionsaufwand für große Aufmerksamkeit. Im musikalischen Bereich gehören die Übertragung des Finales des „Eurovision Song Contest“ 2011 sowie der „Echo“ zu den deutlich jüngeren Unterhaltungssendungen.

Die Vorentscheid-Show zum „Eurovision Song Contest“ wird derzeit konzeptionell überarbeitet und neu ausgerichtet. Mit neuen Formaten wie dem „SWR3 New Pop Festival“, das 2011 erstmals im Ersten lief, wird dieser Weg kontinuierlich weiter beschritten.

Neben der Musik dient Humor der Ansprache eines jüngeren Publikums. Es gilt, die humoristische Farbe in den kommenden Jahren weiter zu stärken. Die ARD wird dafür Sorge tragen, dass das Kriterium „Innovation, Witz und Originalität“ dabei ausreichend Berücksichtigung erfährt.

2013/14 setzt die ARD auf die Fortführung und den Ausbau der in den vergangenen zwei Jahren etablierten Formate mit den bewährten Moderatoren. Wissensshows wie Kai Pflaumes „Klein gegen Groß – das unglaubliche Duell“, der unterhaltsame Jahresrückblick mit Frank Plasberg und Events wie „Schlau wie die Tagesschau“ bilden das Kernangebot öffentlich-rechtlicher Unterhaltung. Mit „Der klügste Deutsche“ bietet Das Erste eine Marke, die geeignet ist, durch serielle Programmierung und den langfristigen Castingvorlauf mit medialer Begleitung eine hohe Aufmerksamkeit zu erzeugen und die inhaltlich sehr gut zum Informations- und Bildungsprofil des Ersten passt. Auch in Zukunft setzt Das Erste auf das Genre der intelligenten Unterhaltung für alle Altersgruppen. Mit Kai Pflaume, Frank Plasberg, Eckart von Hirschhausen und Matthias Opdenhövel verfügt Das Erste für die Jahre 2013/14 über eine Riege von Protagonisten mit hoher Wiedererkennbarkeit und Glaubwürdigkeit. Der ARD-Programmbeirat empfiehlt, weitere Anstrengungen zu unternehmen, neben den Etablierten Nachwuchstalente zu entdecken, und hebt die besondere Bedeutung hervor, die bei dieser Aufgabe den dritten Programmen und den Digitalkanälen der ARD als „Talentschmieden“ zukommt. Dies gilt in gleicher Weise auch für den Nachwuchs an Comedians und Kabarettisten.

Besonders im Unterhaltungsbereich mahnt der ARD-Programmbeirat die Erhöhung des Frauenanteils in der ARD-Moderatorenriege an. Mit dem Engagement von Barbara Schöneberger und Judith Rakers im Unterhaltungsangebot des Ersten konnte diesem Wunsch bereits entsprochen werden.

Auf dem Unterhaltungs-Sendeplatz am Donnerstagabend ist eine Konzentration auf einige starke Marken geplant, mit denen eine Reihenbespielung möglich wird. In einem Pitch im November 2012 wurden Produzenten gebeten, entsprechende Konzepte zu entwickeln und der ARD-Koordination Unterhaltung vorzustellen.

Um angesichts knapper finanzieller Mittel weitere Neuentwicklungen von Unterhaltungsformaten möglich zu machen, gibt es nur die Alternative, bestehende Sendungen einzustellen oder günstigere serielle Produktionen zu beauftragen. Gemeinschaftsanstrengungen, bei denen mehrere Häuser kooperieren, werden vor diesem Hintergrund künftig noch eine größere Rolle spielen. Die Koordination Unterhaltung trägt dieser Entwicklung mit dem neuen Gemeinschaftsetat und weiteren Ansätzen für gemeinsame Produktionen bereits Rechnung.

Insbesondere junge Unterhaltungsformate werden auch 2013/2014 von DasErste.de mit zeitgemäßen, multimedialen Angeboten im Internet begleitet. Dabei wird verstärkt auf die Verzahnung von Internet und Fernsehen in crossmedialen Projekten geachtet.

In den Mediatheken werden – so es die Rechtesituation zulässt – weiterhin möglichst viele Unterhaltungssendungen als Livestream und als Video on Demand angeboten, darunter zum Beispiel die „Echo“-Verleihung, die Sendungen rund um den Eurovision Song Contest und die beliebten Quiz- und Comedyshows im Ersten.

5. Kinder und Familie

Kriterien:

- Anregung der Phantasie
- Spielerische Wissenserweiterung
- Schaffen von positiven Identifikationsmöglichkeiten
- Kreative Formatvielfalt
- Altersgerechte Ansprache der Zielgruppe
- Vermittlung ethischer und demokratischer Werte
- Verantwortungsbewusste Information und Orientierung
- Abbildung von Lebenswirklichkeit/aktuelle Themen
- Vermittlung kultureller Grundbildung
- Förderung von Medienkompetenz
- Beitrag zur Verbindung der Generationen
- Familiengerechte Unterhaltung
- Werbe- und gewaltfreies Angebot
- Frühe Bindung an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

BERICHT 2011/12

Information

Die ARD hat in den vergangenen zwei Jahren vielfältige Programmanstrengungen unternommen oder vorbereitet, um die jüngere Zielgruppe wieder besser mit den Angeboten des Ersten und der Kooperationsprogramme zu erreichen. Eine Übersicht über die entsprechenden Formate sind – den jeweiligen Programmbereichen zugeordnet – im Kapitel 6: Ansprache der jüngeren Zielgruppe zu finden.

An den Wochenenden hält Das Erste an dem Konzept fest, Kindern und jungen Zuschauerinnen und Zuschauern ein auf ihre Lebenswelten zugeschnittenes Angebot zu machen. Erfolgreiche Marken wie „Wissen macht Ah!“, „Checker Can“, „Willi wills wissen“, der „Tigerenten Club“, der „Tigerenten Club Xtra“ und der Klassiker „Die Sendung mit der Maus“ sind aus dem Portefeuille des Kinderprogramms nicht mehr wegzudenken. In Anlehnung an die werktäglichen Zoodokumentationen am Nachmittag im Ersten findet darüber hinaus auch das Dokuformat „tierisch gut“ sein Publikum. Akzeptierte und erfolgreiche Programmpfeiler des Kinderprogramms im Ersten waren auch 2011 und 2012 wieder die lehrreichen Wissensformate wie das Nachrichtenmagazin „neuneinhalb“, das aktuelle Themen in einer für Kinder verständlichen Form aufbereitete. Anfang 2012 startete samstags um 11.15 Uhr der „XXL-Ostfrieser“: In Kombination mit verschiedenen „Land & Koch“-Formaten wird auf diesem Sendeplatz der Übergang zum Programm für die ganze Familie mitgestaltet.

Der gemeinsam von ARD und ZDF verantwortete Kinderkanal KiKA wählte für das Jahr 2012 als Schwerpunktthema in der Kommunikation und im Programm „Bildung und Wissensvermittlung“. Dazu wurden neue Formate wie die Dokureihe „Schau in meine Welt“ entwickelt. Dem Thema „Nachhaltigkeit“ kam in diesem Zusammenhang besondere Bedeutung zu: Es gab einen „KiKA Kinder-Nachhaltigkeitstag“ mit Kindern und Prominenten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, einen Thementag im Programm

sowie ein neues wissensbasiertes Format für Kinder ab acht Jahren mit dem Titel „Erde an Zukunft“ seit Juni 2012.

Neben dem Regelprogramm reagierte KiKA 2011 mit aktuellen Berichterstattungen und Sonderprogrammen auf so unterschiedliche Anlässe und Ereignisse wie den Tsunami in Japan oder die Frauen-Fußball-WM. Weitere Sondersendungen fanden 2012 unter anderem zur aktuellen Lage in Japan ein Jahr nach den Ereignissen in Fukushima und zu sportlichen Höhepunkten wie der Fußball-EM und den Olympischen Sommerspielen statt. Mit seinem Engagement für wichtige gesellschaftliche Themen dokumentierte der Kinderkanal den Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und stellte seine Programmkompetenz unter Beweis.

Am Samstag vor zehn Uhr lag der Marktanteil des Kinderprogramms 2011 im Ersten stabil bei 6,4 Prozent beim Gesamtpublikum und 6,7 Prozent bei den Kindern. Zwischen zehn und zwölf Uhr bilanzierte das Programm bei 6,8 Prozent insgesamt und 3,7 Prozent bei den Kindern. Sonntags konnte Das Erste vor zehn Uhr vor allem bei den Kindern zulegen: In der Altersgruppe drei bis 13 Jahre stieg der Marktanteil von 7,6 auf 8,7 Prozent. Bei allen Zuschauerinnen und Zuschauern betrug der Anteil sieben Prozent. Zwischen zehn und zwölf Uhr bleibt der Gesamtmarktanteil mit 11,8 Prozent auf einem guten Niveau. Bei Kindern ist der Marktanteil mit acht Prozent stabil.

Im Vergleich zu den Mitbewerbern bot KiKA die größte Vielfalt an Themen und Sendungsformen sowie die größte kulturelle, zeitliche und menschliche Nähe zur Lebenswelt der jungen Zielgruppen. Mit diesem Qualitätsangebot erreichte KiKA zugleich wachsende Marktanteile. Im Jahr 2011 erzielte der Kinderkanal so eine Durchschnittsquote von 19 Prozent in der Gesamtzielgruppe der Drei- bis 13-Jährigen Zuschauer. Auch die Vorschulmarktführerschaft konnte KiKA halten. 2011 übertraf KiKA mit einem Marktanteil von 33,7 Prozent bei den Drei- bis Fünfjährigen die anderen Kindersender um fast sieben Prozentpunkte.

Bildung und Unterhaltung

Nach den großen Erfolgen der vergangenen Jahre setzte Das Erste im Rahmen einer nachhaltigen Eventprogrammierung wie angekündigt die Verfilmung bekannter und attraktiver Märchenstoffe fort. Im Weihnachtsprogramm 2011 sendete Das Erste erneut die Märchenfilm-Reihe „Sechs auf einen Streich“. Mit hochkarätiger Besetzung und viel Liebe zum Detail wurden „Jorinde und Joringel“, „Aschenputtel“, „Die Stern-taler“ und „Die zertanzten Schuhe“ sowie in einem Zweiteiler „Nils Holgerssons wunderbare Reise“ neu verfilmt. Damit wurde der Fundus an Märchen seit Beginn der Reihe im Jahr 2008 auch für den sonntäglichen Märchenplatz um 10.03 Uhr sowie für Wiederholungen in den Dritten Programmen weiter ausgebaut. Die Zuschauerakzeptanz blieb mit einem Marktanteil zwischen 12,6 und 17,8 Prozent 2011 erfreulich hoch. Im Durchschnitt erreichten die Märchenfilme im Weihnachtsprogramm 2,32 Millionen Zuschauer.

Für Weihnachten 2012 wurden mit „Hänsel und Gretel“, „Allerleirauh“, „Rotkäppchen“ und „Schneeweißchen und Rosenrot“ vier weitere neue attraktive Märchenverfilmungen vorbereitet. Hinzu kommt der Zweiteiler „Baron Münchhausen“ mit Jan Josef Liefers in der Titelrolle.

Spannende fiktionale Geschichten, die die Lebenswirklichkeit der jüngsten Zuschauer aufgreifen, wurden und werden in den Realserien am Samstag- und Sonntagmorgen erzählt. Dazu gehören erfolgreiche Produktionen wie „Die Pfefferkörner“, „Ein Fall für B.A.R.Z.“, „Tiere bis unters Dach“ oder „Wie erziehe ich meine Eltern“.

Im Bereich Animation wurde mit „Der kleine Prinz“ erstmals der weltweit bekannte Literaturklassiker als liebevoll gestaltete 3D-Animationsserie weitererzählt. Von der Zeichentrickserie „Simsala Grimm“ und „Die Schule der kleinen Vampire“ wurden ebenfalls neue Folgen ausgestrahlt.

Ein besonderes Highlight gab es auch 2011 und 2012 wieder zu Pfingsten: die Neuauflage und Fortsetzung des Schulquiz' „Die beste Klasse Deutschlands“ mit den Vorrunden im KiKA und dem Finale im Ersten spornte nicht nur länderübergreifend Schüler zum Wettfeiern um den Titel „der besten Klasse“ und eine Klassenreise nach London an. Auch „off air“ sorgte das Format für Gesprächsstoff und trug so zur Stärkung des Public Value-Stellenwerts des Kinder- und Familienprogramms bei.

Wie in den Leitlinien angekündigt, wurde das Vorschulangebot „KiKANinchen“ im KiKA weiter ausgebaut: Julia Becker führte nun neben Christian Bahrmann mit dem blauen Kaninchen durch das Fernsehprogramm, das im September 2011 mit dem neuen Mitmach-Format „Ene Meine Bu“ eine weitere Ergänzung erfuhr. Darüber hinaus startete im Januar 2012 auf www.bibernetz.de ein tutoriell begleiteter eLearning-Kurs für ErzieherInnen zum Thema „Medienkompetenz“ mit „KiKANinchen“.

Die 2010 begonnene Analyse der Programmstrategie für die Kernzielgruppe von KiKA, Kinder im Grundschulalter, wurde aufgrund der Breite des KiKA-Angebotes in diesem Alterssegment nochmals weiter ausdifferenziert. Ein vorläufiges Resümee bestätigte die bereits vorhandene breite und verlässliche Themenauswahl für Kinder im Grundschulalter und empfahl einen Ausbau vorhandener Stärken. Eine stetige Entwicklung durch neue Formatierungen und Programmpremieren fand parallel zur Analyse des vorhandenen Angebots statt. So bot der KiKA auch 2011 die verlässliche Vielfalt an Sendungen, die sich speziell an die Altersgruppe der Sechs- bis Neunjährigen richtete. Dazu zählte beispielsweise die Erstausstrahlung der biblischen Animationsserie „Chi Rho“, die sich mit großer Resonanz in dieser Altersgruppe etablieren konnte. Die vierteilige Reportage „Schnitzeljagd im Heiligen Land“ mit Erstausstrahlung zum Jahresende 2010 bot beeindruckende Einblicke in die großen Weltreligionen und wurde dafür 2011 mit dem Grimme-Sonderpreis Kultur des Landes Nordrhein-Westfalen ausgezeichnet.

Seine besondere gesellschaftliche Relevanz und seine Verantwortung für die junge Zielgruppe der Drei- bis 13-Jährigen stellte KiKA auch im Umgang mit hochsensiblen Themen unter Beweis. Am 10. Februar 2012 setzte er so mit der Sonderprogrammierung rund um das Thema „Sexueller Missbrauch“ einen besonderen Akzent – zum einen mit der Premiere des Films „Krimi.de – Missbraucht“, zum anderen mit Informationsprogrammen und begleitenden Beratungsangeboten auch im Onlinebereich.

Die hohen Sympathie- und Imagewerte des Kinderkanals, die aus den Image-Erhebungen der letzten Jahre bekannt sind, wurden auch durch eine im April und Mai 2011 von Iconkids & Youth durchgeführte repräsentative Befragung zur Markenpersönlichkeit des KiKA unter 840 Teilnehmern im Alter von sechs bis 13 Jahren bestätigt: Wäre KiKA eine Person, würden die Kinder ihn nach dieser Erhebung überwiegend als jeweils Gleichaltrigen einstufen. KiKA begegnet seinen Zuschauern also auf Augenhöhe. Gleichzeitig bestätigten die Befragten, dass sie im KiKA viel lernen können. Ebenfalls analog zu früheren Imageerhebungen ließen sich jedoch Alterseffekte ausmachen. Die Sympathiewerte gehen bei älteren Kindern zurück. Dies nahm KiKA zum Anlass, seine bereits 2009 eingeleitete schwerpunktmäßige Intensivierung der Programmanstrengungen für die älteren Zuschauerinnen und Zuschauer ab zehn Jahren – wie angekün-

dig - weiter fortzusetzen. Seit September 2011 ist die multimediale Figur LiLA Teil des KiKA-Programmangebotes. LiLA ist Gastgeberin der KiKA-Community www.mein-KiKA.de und verbindet als virtueller Character die Plattformen Fernsehen und Online miteinander. Mit diesem interaktiven Programmangebot schaffte die Abendstrecke für Preteens eine neuartige Verbindung zwischen TV- und Online-Angebot und löste damit die Ankündigung aus den Leitlinien ein, auf eine weitere Verzahnung von Online-Aktivitäten mit dem TV-Programm hinzuwirken.

Speziell für die Altersgruppe der älteren Kinder entwickelte Programme wie beispielsweise „Der Fluch des Falken“, „My Life and Me - Mein Leben und ich“ und das mit dem Grimme-Preis ausgezeichnete Magazin für junge Menschen in der Pubertät „Du bist kein Werwolf“ oder das neue Medienmagazin zu Trends im Netz unter dem Titel „Kurz + Klick“ kamen 2011 neu ins Programm. Sie ergänzten das bestehende Angebot bereits etablierter Serien wie „Allein gegen die Zeit“, „dasbloghaus.tv“, „H2O – Plötzlich Meerjungfrau“ oder „Schloss Einstein“. „KiKA Live“, das Magazin rund um die Themenwelten der Preteens, startete zu Beginn 2011 mit einem veränderten Sendungskonzept.

Der zusätzliche KiKA-Schwerpunkt Comedy beinhaltete Sendungen wie „Prank Patrol“ oder die zweite Staffel „Sturmfrei“. Eine Reihe wichtiger Programmhilights wie „Dein Song“, „Alien Surf Girls“, „Dance Academy“ oder „Meine Freundin Conni“ sowie dokumentarisches in der Reihe „Daily Dokus“ erhielten zusätzliche Aufmerksamkeit. Im Laufe des Jahres bereicherten dazu Programmpremieren wie „Der kleine Prinz“ oder „Prinzessin Lillifee“ das Angebot von KiKA.

2012 feierte KiKA seinen 15. Geburtstag. Mit Trailern, Idents und Printaktionen unter dem Claim „KiKA für dich“ konzentrierte sich der Kinderkanal anlässlich seines Jubiläums auf seinen Kern, der sowohl im Markenverständnis als auch über das Programm spürbar wurde. Seit dem 14. Februar 2012 präsentierte sich KiKA mit einem neuen Senderdesign und -logo. Als Reflexionsfläche für die Vielfalt des Programms findet sich das neue Logo in fantastischen und humorvollen Welten wieder, es kann sich dabei öffnen und Form und Farbe ändern. Seit 1. Mai 2012 strahlte der Kinderkanal von ARD und ZDF sein Programm zusätzlich über Satellit hochaufgelöst aus. Insgesamt ist rund ein Fünftel des Programms in nativer HD-Qualität zu sehen.

Die weitere Verzahnung der Telemedienangebote mit dem linearen Programm als ein wesentlicher Bestandteil der Entwicklungsarbeit von KiKA wurde fortgesetzt und vorangetrieben. Ziel ist es, Kindern den Zugang zu öffentlich-rechtlichen Medienangeboten auf allen für Kinder relevanten Plattformen zu ermöglichen und so dem sich zunehmend verändernden medialen Nutzungsverhalten zu entsprechen. www.KiKA.de bietet ein spezifiziertes und differenziertes Angebot in einer werbefreien Umgebung. Über die Mediathek KiKAplus können ausgewählte Sendungen zur zeitsouveränen und unabhängigen Nutzung abgerufen werden. Speziell für Vorschüler hält KiKA das Vorschulportal www.kikaninchen.de bereit, für ältere Kinder wurde mit der Community www.mein-KiKA.de ein wichtiger moderierter Kommunikationsraum geschaffen. Der Kinderkanal von ARD und ZDF ist mit seinen Telemedienangeboten über das lineare Fernsehen hinaus Ansprechpartner für Kinder vom Vorschulalter bis zum Übergang in die Jugendlichkeit.

2011/12 erschütterte ein schwerwiegender Betrugsfall den KiKA. MDR und Kinderkanal haben auf Grundlage der Prüfungsfeststellungen der Revisionen von ZDF und MDR die den Betrugsfall begünstigenden Schwachstellen im Auftrags- und Rechnungsdurchlauf, insbesondere bei der Beschaffung von Produktionsdienstleistungen, durch entsprechende Sofortmaßnahmen verändert. Darüber hinaus wurde ein umfangrei-

cher Maßnahmenkatalog auf Grundlage der Handlungsempfehlung der Revisionen erarbeitet und umgesetzt. Durch neu installierte Verfahrensweisen ist eine strikte Funktionstrennung gewährleistet.

Zusätzlich wurde die neue Stelle eines Controllers beim KiKA-Programmgeschäftsführer eingerichtet und besetzt. Insgesamt wurde die Aufgabenballung in der KiKA-Herstellungsleitung aufgelöst, die die kriminellen Handlungen begünstigt hatte.

Die Wahrnehmung von KiKa in den Hauptprogrammen wurde verbessert: So war KiKa mit einer Kampagne anlässlich des 15. Jubiläums im Herbst 2012 auch in den Hauptprogrammen präsent. Im Tagesprogramm des Ersten wiesen Imagespots explizit auf das Angebot von KiKA hin. Eine programmliche Verschränkung hat sich mit „Die beste Klasse Deutschlands“ bewährt. Die Vorrunden des größten Schülerquiz Deutschlands sind bei KiKA zu sehen, das Finale wird im Ersten ausgestrahlt. Im Weihnachtsprogramm 2011 war erstmals die KiKA-Figur „Beutolomäus“ mit ihren Abenteuern im Ersten zu sehen. 2012 wurde die ARD-KiKA Koproduktion mit einem weiteren TV-Film fortgesetzt.

Kinder und Familie

LEITLINIEN 2013/14

Die Kinder als jüngste Zielgruppe sind die nachwachsenden Zuschauer des Ersten. Mit zunehmender Sendervielfalt ist es wichtig, sie als Zuschauer zu gewinnen und zu halten, damit Das Erste weiterhin und langfristig zu den meistgenutzten Sendern bzw. Programmanbietern zählt. Auch spricht das Kinder- und Familienprogramm im Ersten junge Zielgruppen an, die sonst durch die Programmangebote im Ersten nicht mehr erreicht werden, und trägt damit zur Verjüngung des Ersten bei. In den kommenden Jahren soll in der Programmgestaltung des Ersten weiterhin an Bewährtem festgehalten und Neues entwickelt werden, wobei in der strategischen Ausrichtung an erfolgreichen Marken des Kinderprogramms festgehalten und stärker als bisher familienaffine Formate das Gesamtbild des Wochenendprogramms abrunden sollen. Umgesetzt werden soll diese Zielsetzung zum Beispiel durch die intensiviertere Programmierung von Realserien, die auch ein erwachsenes Publikum ansprechen. Diese funktionieren bereits gut am Vormittag in einer Mehrfachprogrammierung und können in inhaltlichen Varianten für weitere Sendeplätze entwickelt werden. Junge Wissensprogramme, die Unterhaltung und Bildung vereinen, sind ein weiteres Alleinstellungsmerkmal der ARD und sollen ebenfalls gestärkt werden. Angestrebt wird auch die Entwicklung und Platzierung neuer Formate, die dem Ersten imagemäßig neuen Schub verleihen können. Populäre Eventprogramme wie die Märchenfilmreihe „Sechs auf einen Streich“ sowie Verfilmungen von Klassikern der Kinder- und Jugendliteratur, die sowohl im Feiertagsprogramm als auch auf dem Regelplatz am Sonntagvormittag erfolgreich laufen, werden fortgesetzt, um Zuschauerinnen und Zuschauer generationenübergreifend anzusprechen.

Daneben wird, anknüpfend an die Erfolge mit Märchenstoffen, die Animationsserie „Geschichten aus 1001 Nacht“ produziert.

Die behutsame Neuausrichtung des Kinder- und Familienprogramms im Ersten soll zudem korrespondieren mit einer mit dem Kinderkanal abgestimmten Programmgestaltung und optimierten Kooperationen im Bereich Cross-Promotion, so dass sich die

Angebote des ARD-Kinder- und Familienprogramms und KiKA ergänzen und einer gemeinsamen Programmphilosophie folgen, die alle jungen Zielgruppen im Blick hat.

2013 wird die Kampagne „KiKA für dich“ weitergeführt. In speziellen Idents, also kurzen Einspielern, werden Themenwelten der Zuschauer mit den visuellen Möglichkeiten des neuen KiKA-Logos verknüpft. Außerdem treten hier die beliebtesten Gesichter und Figuren des KiKA-Programms in Erscheinung.

Die verstärkte Ansprache und nachhaltige Bindung der zehn- bis 13-Jährigen Zuschauerinnen und Zuschauer gilt KiKA auch in Zukunft als ein wichtiges Ziel seiner Programmgestaltung.

Thematisch wird sich der Kinderkanal von ARD und ZDF 2013 dem Schwerpunkt „Integration und Inklusion“ sowohl im Programm als auch in den programmbegleitenden Bereichen widmen. Für Anfang 2013 ist ein entsprechendes Themenwochenende geplant, in dessen Mittelpunkt zwei neue Episoden aus der preisgekrönten Reihe „Krimi.de“ stehen werden. Gemäß seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag wird KiKA das Thema „Integration und Inklusion“ über das gesamte Jahr 2013 mit anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen informativen und fiktionalen Angeboten besetzen und seine gesellschaftliche Relevanz belegen.

Ein Programmhöhepunkt ist das 40. Jubiläum der „Sesamstraße“. „Die Biene Maja“ wird erstmals als 3D-Animation zu sehen sein und die Verfilmung des Kinderbuchklassikers „Weißt du eigentlich, wie lieb ich dich hab“ feiert ebenfalls seine Premiere.

Eine grundlegende Aufgabe sieht der Kinderkanal von ARD und ZDF auch zukünftig in seiner Rolle als Ansprechpartner der Kinder und als unterstützende Kraft in ihrer Entwicklung vom Vorschulalter bis zum Übergang in die Jugendlichkeit. Durch fortgesetzte Qualität in Inhalt und Ansprache sollen die frühe Bindung an das öffentlich-rechtliche Fernsehen gesichert sowie positive Wertvorstellungen und Kompetenz im Umgang mit den Medien vermittelt werden. Mit seinem breit gefächerten Programm spricht KiKA ganz gezielt verschiedene Altersgruppen an. Qualitativ hochwertige Sendungen schulen das Fernsehverhalten von Kindern von Beginn an. In den verschiedenen Altersgruppen gibt es zudem ganz speziell ausgerichtete Programme, die den kompetenten Umgang mit Medien in unterschiedlichen Facetten vermitteln. So werden beispielsweise im Medienmagazin „Trickboxx“ für Kinder ab dem Grundschulalter die Medien thematisiert und hinter die Kulissen bei Film- und Fernsehproduktionen geschaut. Mittels der gleichnamigen Trickboxx, einem transportablen Trickfilm-Studio, können Kinder ihre eigenen Filme produzieren, die dann in der Sendung „Trickboxx“ ausgestrahlt werden. Die Trickboxx kann bundesweit kostenlos ausgeliehen werden. Die Sendung „Kurz + Klick“, für Kinder ab zehn Jahren, zeigt Tipps, Trends, aber auch Gefahren im Netz und animiert zum Selbermachen.

Aus den Telemedienangeboten von KiKA lernen Kinder den sicheren und richtigen Umgang mit den verschiedenen Angebotsformen im Internet (Chat, Forum, Grußkartensysteme, Votings, Newsletter, Upload-Tools, Social Community, Mediathek etc.) und können zudem mit ihren Meinungen, Bildern, Zeichnungen, Bastelarbeiten und Videos die Angebote mitgestalten.

Das KiKA-Programm und die KiKA-Online-Angebote orientieren sich an den klassischen medienpädagogischen Grundpfeilern: Medienkritik, Medienwissen, Mediennutzung, Mediengestaltung. Die Aufgabe, die Kompetenz von Kindern im Umgang mit Medien zu fördern und sie auf immer komplexer werdende Medienangebote vorzubereiten, ist in der Programmphilosophie von KiKA fest verankert.

Für Gruppen und Schulklassen besteht zudem die Möglichkeit, im Rahmen eines organisierten Tagesbesuchs beim Kinderkanal zu erfahren, wie ein Fernsehprogramm gemacht wird. Etwa 11.000 Besucher nehmen dieses Angebot jährlich wahr.

Der ARD-Programmbeirat weist darauf hin, dass dem Kinderkanal auch eine große Bedeutung für die Erreichbarkeit vieler Elternpaare zukommt, da nicht wenige nur über die Angebote des KiKA bewusst Kontakt zu einem öffentlich-rechtlichen Anbieter aufnehmen. In diesem Zusammenhang steht auch das Engagement der ARD bei der Initiative „Schau hin“, die unter Führung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Eltern seit Jahren bei der bewussten Medienerziehung der Kinder unterstützt und weiterhin unterstützen wird. Die KiKA-Elternseiten innerhalb des Angebots kikaninchen.de sind eine wesentliche weitere medienpädagogische Maßnahme. Hier können sich Eltern umfassend zu den Themen Medienpädagogik und Medienkompetenz informieren. Eltern finden unter der Rubrik „Spielen und Erleben“ ein Paket mit Anregungen zu einem ausgewogenen Umgang mit Medien. Darin sind Informationen zu Spielideen und Beschäftigungsangebote enthalten, die aus der digitalen Erlebniswelt hinaus Programminhalte aktiv spielerisch und fantasievoll in reale Welten übersetzen. „Die Sendung mit dem Elefant“ bietet zudem den „Eltern-ticker“, der parallel zum ausgestrahlten Programm Grundinformationen zum Sendungsinhalt und Tipps und Anregungen zum gemeinsamen aktiven Fernsehen mit Kindern gibt. Im Januar 2012 startete zudem auf www.bibernetz.de der tutoriell begleitete eLearning-Kurs für ErzieherInnen zum Thema „Medienkompetenz“ mit „KiKANinchen“.

Darüber hinaus fordert der ARD-Programmbeirat neben einer besseren Verschränkung des Ersten mit KiKA auch eine auffälligere Bewerbung der Angebote für jüngere Zuschauer im Ersten.

6. Ansprache jüngerer Zielgruppen

BERICHT 2011/12

Die ARD-Programmverantwortlichen sehen es als wichtigste strategische Aufgabe an, jüngere Zielgruppen besser mit den öffentlich-rechtlichen Qualitätsinhalten des Ersten und der Kooperationsprogramme zu erreichen. Im Jahr 2011 erreichte Das Erste bei der Zielgruppe der 14-49-Jährigen einen durchschnittlichen Marktanteil von 6,6 Prozent. (2012: Januar - Oktober 7,1 Prozent). Das Durchschnittsalter der Zuschauerinnen und Zuschauer des Ersten betrug 2011 61 Jahre. Aus diesem Grund wurden in allen Programmbereichen Überlegungen angestellt, auf welche Weise das jüngere Publikum für die Angebote der ARD wieder interessiert werden könnte. Der nachfolgende Überblick über die daraus entstandenen Initiativen zeigt, dass neben den inhaltlichen Überlegungen auch die konsequente Nutzung aller vorhandenen Ausspielwege und neuartiger Kommunikationsformen nach Ansicht der Programmacher über den Programmerfolg bei jüngeren Menschen entscheidet.

Information

Die Hauptausgabe der „Tagesschau“ um 20 Uhr ist bei den 14-49-jährigen Zuschauerinnen und Zuschauern mit einem Marktanteil von 17,3 Prozent (Januar – Oktober 2012) nach wie vor die meistgesehene Nachrichtensendung des Tages und sichert damit die Akzeptanz der journalistischen Informationsleistung des Ersten in dieser Altersgruppe. Gleichwohl ist bekannt, dass jüngere Zuschauergruppen Informationssendungen weniger nutzen als ältere, obgleich sie in Umfragen immer angeben, sich für Information zu interessieren. Um die Informationssendungen des Ersten für jüngere Publikumsgruppen attraktiver zu gestalten, haben sich die Chefredakteure der ARD darauf verständigt, die Anmutung der Präsentatoren zu verändern, jugendaffinere Inhalte und Formen anzustreben und klassisches Fernsehen stärker auf neuen Vertriebswegen zu verbreiten.

Im neu eingerichteten Content Center von „ARD aktuell“ begleiteten die dort angesiedelten Social-Media-Redakteure inhaltlich den Auftritt der „Tagesschau“ bei Facebook und Twitter und trugen damit erheblich zur Akzeptanzsteigerung insbesondere bei jüngeren Zuschauern und Nutzern bei. Die Nutzung von „Tagesschau“-Inhalten in der nonlinearen Welt erwies sich als Wachstumsmotor im Bereich jüngerer Publika. So stiegen die Nutzerzahlen auf der Website und über die „Tagesschau“-App kontinuierlich an: tagesschau.de arbeitete sich im Jahr 2011 von Platz sieben auf Platz drei der deutschen Nachrichtenportale vor und lag nur noch hinter Bild.de und Spiegel.de. Das Durchschnittsalter der „Tagesschau“-App-Nutzer betrug 36 Jahre.

„Nachtmagazin“ und „Wochenspiegel“ begleiteten diesen Kurs journalistisch und gingen voraus, wenn es darum ging, neue Wege zu erproben, um vor allem jüngere Zuschauer für nachrichtliche Fernsehformate zu gewinnen. Sie wirkten als Bindeglied zwischen den Medien. In der Online-Welt erfolgreiche Umfragen und Diskussionen wurden über digitale Techniken ins Fernsehen überführt und dienten als Brücken, um die Zuschauerwelten miteinander zu verbinden.

Einige Regelsendungen des Ersten erhielten neue, jüngere Präsentatoren: Anna Planken im „ARD-Morgenmagazin“, Clemens Bratzler bei „Plusminus“ sowie Ingo Zamperoni als erster Ersatzmoderator für die „Tagesthemen“.

Bei den Wahlsendungen 2011 hat es sich bewährt, die Berichterstattung im Internet zu begleiten, um auf diese Weise auch jüngere Publikumsschichten zu erreichen.

Seit Januar 2012 ist das Politikmagazin „Bericht aus Berlin“ mit einem eigenen Auftritt auf der Plattform Facebook vertreten. Es stärkt damit die Präsenz von Politikmagazinen der ARD in sozialen Netzwerken, die in der Lebenswelt von jungen Menschen einen wichtigen Platz einnehmen. Die Aufnahme des „Bericht aus Berlin“ im ARD-YouTube-Kanal folgte, ebenso ein begleitendes Twitter-Engagement. In den Sommerinterviews im „Bericht aus Berlin“ wurden 2011 und 2012 Bürgerfragen an die Spitzenpolitiker aufgenommen; sie wurden grundsätzlich so ermittelt, dass auch das spezielle Interesse des jungen Publikums sich darin ausdrücken konnte. Die Website des ARD-Hauptstadtstudios ging im Januar 2011 mit einem neuen multimedialen Konzept an den Start, auch um der Mediennutzung junger Menschen besser zu entsprechen. Der Arbeitsalltag in der Politikberichterstattung wurde u. a. mit verschiedenen kurzen Videoclips dargestellt, die auch Verwendung in weiteren Social Media-Angeboten finden. Das Interview-Format „Deppendorfs Woche“ richtete sich an eine jüngere Zielgruppe und wird weiterhin wöchentlich im ARD-Hauptstadtstudio für tagesschau.de und EinsExtra produziert. Für das Sendegebiet des SWR berichtete der erste Multimediareporter seit November 2010 aus dem ARD-Hauptstadtstudio und legte den Fokus dabei besonders auf politische Themen, die junge Leute interessieren.

Das „ARD-Morgenmagazin“ hat seine Themen bereits neu gemischt und setzte vermehrt auf Sport und Music-Acts. Um den Dialog mit der jüngeren Zielgruppe zu intensivieren, hat das „ARD-Morgenmagazin“ einen Facebook-Account eingerichtet. Auch beim „ARD-Mittagsmagazin“ und bei „Brisant“ sind Neujustierungen vorstellbar.

Die politischen Magazine erreichten überdurchschnittlich viele jüngere Zuschauer mit ihrem Listing-Format „Skandal! Affäre! Enthüllung! – Ihre Highlights aus 50 Jahren Politikmagazine“: In der Altersgruppe der 14-29-Jährigen kam die Sendung auf einen Marktanteil von 8,2 Prozent und 110.000 Zuschauer. Das war eine Verdreifachung gegenüber dem Durchschnittswert auf diesem Sendeplatz. Wie von Redaktion und Autoren erhofft, hat die Produktion Zuschauer ins Erste gelockt, die dieses Programm sonst nicht einschalten. Sie haben zum Teil nicht einfach zu konsumierende, aber relevante politische Inhalte (Skandale um Ekelessen, §218-Debatte, Enthüllung über Neo-Nazis, Missbrauch in der Kirche) durchgehend angeschaut. Da diese Skandale, Affären und Enthüllungen ausschließlich an der Berichterstattung der politischen Magazine entlang erzählt wurden, haben die Zuschauer nebenbei noch eine Leistungsschau dieser Magazine aus den vergangenen 50 Jahren bekommen.

Jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer werden in den politischen Magazinen kontinuierlich mit jugendlichen Themen angesprochen und mit den Online-Auftritten der Magazine, in denen auch zusätzliche Hintergrundinformationen geliefert werden. Immer mehr politische Magazine sind inzwischen mit einer großen Fangemeinde auch auf Facebook vertreten.

Die Talksendung „Anne Will“ bot mehrere, für jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer attraktive Sendungen an: Am 19. Oktober 2011 diskutierte sie direkt im Anschluss an die Ausstrahlung des Fernsehfilms „Homevideo“ das Thema „Wir machen Dich fertig – Mobbing im Internet“. Außerdem thematisierte „Wut im Bauch“ am 31. August die jugendliche Gewalt in britischen und deutschen Metropolen und am 21. September 2011 „Piraten entern Berlin – Meuterei auf der Deutschland?“ den Aufstieg der Piratenpartei.

„hart aber fair“ ist es ein besonderes Anliegen, den Anteil jüngerer Zuschauerinnen und Zuschauer zu erhöhen (Jahresschnitt 2011 der 14-49-Jährigen: 4,2 Prozent). Das ist 2011 z.B. gelungen bei der Sendung „Halt's Maul, Du Opfer – wer stoppt die jungen und gnadenlosen Gewalttäter?“ (25.5., 7,3 Prozent/0,51 Mio 14-49-Jährige, insgesamt 14,7 Prozent/2,31 Mio.) oder bei der Sendung „Das verordnete Sommermärchen – müssen wir jetzt alle Frauenfußball gut finden?“ (6.7., 8,4 Prozent/0,63 Mio 14-49-Jährige, insgesamt 16,1 Prozent/2,68 Mio.). Sehr erfolgreich – auch mit Blick auf die jüngeren Zuschauer – waren Anfang 2012 drei Event-Programmierungen, in denen „hart aber fair“ auf die zuvor ausgestrahlten Markenchecks (McDonald's, H&M, MediaMarkt) folgte: Nach dem „McDonald's-Check“ am 16.1. erreichte die Diskussion bei „hart aber fair“ bei den 14-49-Jährigen 9,4 Prozent/1,28 Mio. (gesamt: 14,3 Prozent/4,73 Mio.), nach dem „H&M-Check“ am 23.1. bei den 14-49-Jährigen 9,5 Prozent/1,26 Mio. (gesamt: 14,2 Prozent/4,70 Mio.) und nach dem „MediaMarkt-Check“ am 6.2. 7,0 Prozent/0,91 Mio. (gesamt: 11,2 Prozent/3,71 Mio.). Im Bemühen, mehr jüngere Zuschauer an die Sendung zu binden, ging die Redaktion auch neue Wege: Seit Februar 2012 ist sie bei Facebook mit einer eigenen Seite präsent, um dort für die Inhalte der Sendung zu werben. Darüber hinaus wurde 2011 der Internetauftritt aufgefrischt und den modernen Bedürfnissen angepasst.

Die verschiedenen Markenchecks erwiesen sich bei der jüngeren Zielgruppe als äußerst erfolgreich. So erreichte der „Lidl-Check“ in der Zielgruppe der 14-49-Jährigen im Ersten am 9. Januar 2012 zum Auftakt einen weit überdurchschnittlichen Marktanteil von 16,9 Prozent. Der „McDonald's-Check“ kam ebenfalls auf 16,9 Prozent, der „H&M-Check“ auf 15,6 Prozent und der „MediaMarkt-Check“ auf 11,5 Prozent in dieser Zuschauergruppe. Die zweite Staffel erreichte mit dem „Coca-Cola-Check“ (12,9 Prozent), dem „dm-Check“ (12,7 Prozent) und dem „adidas-Check“ (12,2 Prozent) weiterhin überdurchschnittliche Marktanteile in der jüngeren Zielgruppe.

Im Bereich der Dokumentationen beschränkten die Redaktionen inhaltlich und filmisch neue Wege. In der zweiteiligen Dokumentation „Jung trifft Alt“ (23./30. Juli 2012 im Ersten) begleiteten drei Video-Journalisten drei vorher gecastete junge Menschen bei gemeinsamen Erlebnissen mit den Insassen und Insassinnen einer Seniorenresidenz. Die einfühlsame zweiteilige Reportage entstand nach dem Vorbild des erfolgreichen BBC-Formats „Generation Gap“. Sie zeigte nah und authentisch, was sich Jung und Alt beim gemeinsamen Mallorca-Trip und daheim im Altersheim zu sagen haben und wie sie vielleicht voneinander profitieren können und erreichte einen Marktanteil von acht Prozent.

Auch die Auslandsberichterstattung bemühte sich, jüngere Zuschauergruppen zu erschließen: Der „Weltspiegel“ unterhält schon seit 2009 einen eigenen Facebook-Channel. Die Weltspiegel-Facebook-Seite versorgte zuletzt ca. 17.000 Fans (Stand September 2012) mit aktuellen Infos rund um den Weltspiegel. Neben Sende- und Videohinweisen und regelmäßigen Votings zum beliebtesten Beitrag wurden auch Online-Extras (Video, Interviews, Bildergalerien) beworben, die exklusiv auf der Weltspiegel-Seite bei DasErste.de zu sehen sind. Außerdem wurden regelmäßig Links gepostet, die die ARD-Studios im Ausland bei DasErste.de vorstellen. Einzelne Redakteure der Weltspiegel-Redaktionen nahmen sich die Zeit, zusätzlich am Sendetag mit den Fans zu diskutieren. 67,6 Prozent der Fans gehören der Altersgruppe der 18–44-Jährigen an. (Das Durchschnittsalter der „Weltspiegel“-TV-Zuschauer liegt bei ca. 60 Jahren.)

Mit einer Mischung aus Ereignisberichterstattung, Gesprächen und qualitativ hochwertigen Dokumentationen macht PHOENIX seit Jahren ein attraktives Programm für alle Zuschauergruppen. Umso erfreulicher ist, dass diese Mischung immer mehr Menschen und zudem immer stärker auch jüngere Altersgruppen anspricht. Durch eine sensible Auswahl der Themen und unaufgeregte wie genreübergreifend umfassende Informationen und Hintergründe, die die Basis für ein grundlegendes Verständnis von Zusammenhängen legen, soll diese Entwicklung weitergeführt werden. Neuen Kommunikationswegen wird Rechnung getragen. Kommentare und Fragen zu herausgehobenen Ereignissen, die über Facebook bzw. Twitter an die PHOENIX-Redaktion gestellt werden, können direkt in die Moderation einfließen, werden ggf. live beantwortet bzw. On-Air diskutiert. Erfreulicherweise finden Themenschwerpunkte zur Gamescom oder lange Internet-Nächte mit Themen rund um das Medium ihr Zielpublikum. Auf der anderen Seite werden Soziale Netzwerke und ihre Angebote in Gesprächssendungen oder Themenschwerpunkten kritisch hinterfragt: „Dr. Google – Gesund durchs Internet?“. Authentizität statt Inszenierung gehört seit jeher zum Markenzeichen des Senders. Das junge PHOENIX-Publikum scheint dies zu honorieren. Diese Bemühungen werden fortgesetzt.

Neue zeitgemäße Formate wie „Politiker Speed Dating“ erweitern punktuell immer wieder das Programm-Repertoire und sollen junge Zuschauerinnen und Zuschauer da abholen, wo sie stehen.

Sport

Mit seinen Sportangeboten erreicht Das Erste Zuschauer, die das Programm normalerweise nicht so häufig wählen. Sportartenübergreifend werden sowohl die Live-Übertragungen von Sportveranstaltungen als auch die „Sportschau“-Regelsendungen im Vergleich zum Normalprogramm von einem überdurchschnittlich jungen Publikum genutzt.

Auf das größte Interesse in der jüngeren Zuschauergruppe stoßen die Fußballübertragungen. Spitzenreiter war hier 2011 das Frauenfußball-WM-Spiel Deutschland gegen Nigeria am 30. Juni 2011 mit sechs Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 46,4 Prozent. 2012 erreichten die Übertragungen von der Fußball-Europameisterschaft die besten Werte bei den 14-49-Jährigen. Neben den traditionell starken Fußballübertragungen, die sehr heterogene Zielgruppen erreichen und altersunabhängig eine hohe Zuschauerakzeptanz aufweisen, genießen beispielsweise auch die Übertragungen von Biathlon, DTM oder Boxen eine große Beliebtheit bei den 14 bis 49-Jährigen. Außerdem finden actionreiche Trendsportarten, die bei Jugendlichen besonders beliebt sind, wie z. B. Freestyle und Snowboard im Winter, immer öfter auch im Rahmen der Sportstrecken des Ersten oder nachrichtlich statt.

Sportler sind in besonderer Weise geeignet, jüngeren Zuschauern Identifikationsmöglichkeiten zu bieten. Auch bei den Sportexperten gab es den Generationswechsel von Günther Netzer zu Mehmet Scholl, bei den Sportmoderatoren mit der Aufnahme von Matthias Opdenhövel, Alexander Bommers und René Kindermann in den Kreis der „Sportschau“-Moderatoren neue frische Gesichter.

Zusätzlich bot Das Erste kritische Hintergrundberichte, etwa über Doping bei der Tour de France oder über Politik und Gesellschaft in Ländern, in denen Olympische Spiele oder Fußball-Events stattfinden (China, Südafrika, Ukraine). Auf diese Weise gelang es dem Ersten, auch jüngere Publika für politische und gesellschaftliche Zusammenhänge zu sensibilisieren, zu deren Fernsehkonsum Reportagen und Dokumentationen des Ersten nicht allzu oft zählen.

Kultur

Die Nachwuchsreihe „FilmDebüt im Ersten“ ermöglicht jungen Filmemachern, ihr Talent zum ersten Mal einem großen Fernsehpublikum zu zeigen. Auch dadurch spricht Das Erste gezielt jüngere, an Filmkultur interessierte Publikumsgruppen an.

Die ARD fördert mit zahlreichen Kino-Koproduktionen junge Autoren und Regisseure und leistet damit einen Beitrag zur Filmkultur in Deutschland, die in besonderem Maße von den jungen Kreativen getragen und inspiriert wird.

Aufbauend auf den positiven Erfahrungen der Vergangenheit hofft die Degeto mit aufwändigen Event-Produktionen auch die jüngeren Zuschauer verstärkt zu erreichen. Beispielhaft seien hier „Sie hat es verdient“ (mit Veronica Ferres, 14. September 2011, 20.15 Uhr), der Zweiteiler „Laconia“ (16. und 17. November 2011 je 20.15 Uhr) sowie die Mankell-Verfilmung „Der Chinese“ (30. Dezember 2011, 20.15 Uhr und 21.45 Uhr) genannt.

Ein deutlich jüngeres Publikum als die regulären Auftragsproduktionen am Freitagabend sprechen in der Regel Kinofilme (Kauf- und Koproduktionen) an. Im Sommer 2012 erhielt das Sommerkino am Montag um 20.15 Uhr einen neuen, sehr guten Spielfilmplatz, auf dem noch mehr jüngere Zuschauer erreicht werden konnten: So erreichte beispielsweise der Film „P.S. Ich liebe Dich“ am 13. August 2012 einen Marktanteil von 15,3 Prozent bei den 14 bis 49-Jährigen. Insgesamt erzielte die Reihe einen durchschnittlichen Marktanteil von 11,6 Prozent bei der jüngeren Zielgruppe.

Für ein positives Image sorgten die britischen Mankell-Koproduktionen, die bei den jüngeren Zuschauern immer im zweistelligen Bereich lagen. Gleiches galt auch für die neue Kaufproduktion „Sherlock“. Dieser Dreiteiler bewies, dass man mit außergewöhnlicher Qualität auch die Akzeptanz der jüngeren Zielgruppe gewinnen kann.

Von der Kino-Koproduktion „Türkisch für Anfänger“ versprach sich die ARD Aufmerksamkeit bei der jungen Zielgruppe und einen Markenerhalt dieser multikulturellen Vorabendserie über den Umweg des Kinos für Das Erste. Im März 2012 kam der Film ins Kino und erreichte mit 370.000 Kinozuschauern am ersten Wochenende den bis dahin besten Filmstart des Jahres. Des Weiteren engagierte sich die Degeto auch bei Kinder- und Jugendfilmen: Darunter die Produktionen „Tom Sawyer“ und „Huck Finn“ sowie „Die schwarzen Brüder“ und „Als Hitler das rosa Kaninchen stahl“.

ARTE setzte in der Ansprache jüngerer Zielgruppen hauptsächlich auf jugendgerechte Erzählformen und -rhythmen. Ebenso soll der Ausbau der spezifischen Internet-Angebote, darunter ARTE Creative und eine neue thematische Plattform, die Ökologie- und Zukunftsfragen gewidmet ist, den jüngeren Nutzern einen Zugang zu den ARTE-Angeboten ermöglichen.

Bildung, Wissen und Beratung

Die ARD-Programmverantwortlichen nutzten auch 2011 und 2012 die Gelegenheit, die Leistungen des ARD-Verbunds im Rahmen der ARD-Themenwochen auch jüngeren Zuschauerinnen und Zuschauern näher zu bringen. Durch die crossmediale Vernetzung und Bewerbung der Themenwoche-Programmangebote wurden die Hörer, Zuschauer und Nutzer der ARD-Jugendprogramme (v.a. Popwellen, und Jugend-TV-Formate, etc.) auf Programmangebote wie Das Erste, die Dritten und die Kooperationsprogramme aufmerksam gemacht. Mit einzelnen Programmleistungen gelang es auch, das Themenwochen-Motto „Leben mit dem Tod“ mit einem Mehrwert für jüngere

Zuschauer in Szene zu setzen. So war beispielsweise der Fernsehfilm „Blaubeerblau“ mit den Jungstars Stipe Erceg und Devid Striesow für dieses Publikum besonders attraktiv.

Unterhaltung

Der „Tatort“ am Sonntagabend ist eine der prägenden Programm-Marken des Ersten. Jüngere Zuschauer veranstalten „Tatort“-Abende, bei denen sie sich mit Freunden treffen, um gemeinsam den aktuellen Kriminalfilm der Woche anzusehen. In den vergangenen Jahren ist die Zahl jüngerer Zuschauer des „Tatorts“ am Sonntag kontinuierlich angestiegen. Damit ist die ARD mit ihrer regionalen Vielfalt auf dem richtigen Weg, die breite Themenpalette der Kriminalfilme unter der Marke „Tatort“ zu bündeln. Die steigenden Abrufzahlen des „Tatorts“ in der Das Erste Mediathek zeigen, dass online-affine Zuschauer immer häufiger die Möglichkeit nutzen, den „Tatort“ zeitunabhängig anzusehen. Dies trägt auch dazu bei, den ohnehin erfolgreichen „Tatort“ für jüngeres Publikum noch attraktiver zu machen.

Die Erfahrungen der letzten Jahre im ARD-Vorabend haben gezeigt, dass eine ausschließliche Konzentration auf Jugendliche nur bedingt erfolgversprechend war. Das neue Konzept des Vorabends zielte daher auf eine eher behutsame Verjüngung ab und ging dabei vom Markenkern des Ersten aus. Mit regionaler Vielfalt, fiktionaler Serienkompetenz und der Qualität der Unterhaltungsformate wollte die Vorabendkoordination die Stärken der ARD dabei gezielt nutzen. Die Erfolge des Münsteraner „Tatorts“ und „Mord mit Aussicht“ zeigten, dass sich durch die Verbindung von Humor und Krimi jüngere Zuschauer gewinnen lassen. Mit den „Heiter bis tödlich“-Formaten wollte die Vorabendkoordination insgesamt eine hohe Gesamtakzeptanz erreichen. Seit der Einstellung des „Marienhofs“ wurde die stärkere Marke „Verbotene Liebe“ in doppelter Länge und höherer Qualität angeboten. Dabei sollten mit prominenten Schauspielern und attraktiven Drehorten auf Mallorca vermehrt jüngere Zuschauer angesprochen werden. In einem dritten Schritt entwickelte die Vorabendkoordination Unterhaltungsformate mit auch bei jüngeren Zuschauern bekannten und beliebten Moderatoren wie Kai Pflaume.

Um junge Publikumsgruppen zu erreichen, setzte die Koordination Unterhaltung verstärkt auf musikkaffine Programme: So gehörten die Übertragung des Finales des Eurovision Song Contest 2011 mit einem Durchschnittsalter der Zuschauer von 45 Jahren sowie die beiden Castingsendungen „Unser Star für Baku“ (mit 48 Jahren) und der „Echo 2012“ (mit 51 Jahren) zu den jüngeren Unterhaltungsangeboten. Die Zuschauerinnen und Zuschauer der Übertragung des Finales des Eurovision Song Contests aus Baku am 26. Mai 2012 hatten ein Durchschnittsalter von 47 Jahren. Der Eurovision Song Contest in Düsseldorf erreichte bei den jüngeren Zuschauern die Traumquote von 59,2 Prozent, die Übertragung aus Baku verzeichnete 43,5 Prozent. Mit neuen Formaten wie dem „SWR3 New Pop Festival“, das 2011 und 2012 im Ersten lief, wurde dieser Weg kontinuierlich weiter beschritten.

Auch moderne generationenübergreifende Spielshows wie „Klein gegen Groß“ sprachen am Samstagabend ein Familienpublikum mit einem – im Vergleich zu anderen ARD-Unterhaltungsangeboten – überdurchschnittlich hohen Anteil an jüngeren Zuschauern an (2012: 10 Prozent Marktanteil bei den 14-49-Jährigen.)

Die Showredaktionen des Ersten haben sich besonders darum bemüht, die Seriosität der Unterhaltungsangebote mit einer modernen, lebendigen und temporeichen Präsentationsform zu verbinden. In vielen Formaten konnte die Ansprache der

jüngeren Zielgruppe dadurch verbessert werden, so zum Beispiel bei „Verstehen Sie Spaß“, „Frag doch mal die Maus“, „Der klügste Deutsche“ oder „2011 – Das Quiz“.

Der neue Show-Moderator Matthias Opdenhövel wurde gezielt eingesetzt, um jüngeres Publikum anzusprechen. Da er einem jüngeren Millionenpublikum als „Sportschau“-Moderator bekannt ist, war damit zu rechnen, dass ihm seine Fans auch in den Unterhaltungsbereich folgen. Leider konnten die Formate „Opdenhövels Countdown“ und „Brot und Spiele“ die diesbezüglichen Erwartungen noch nicht voll und ganz erfüllen.

Ein regelmäßiges Angebot von schrägen Comedy-Programmen außerhalb der Primetime (Dittsche, etc.) zielt ebenso vor allem auf jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer ab.

Digitale Perspektiven

Einsfestival und EinsPlus wenden sich mit unterschiedlichen Formaten und Konzepten gezielt an ein jüngeres Publikum. Die ausführliche Beschreibung dieser Programmanstrengungen lesen Sie in der Gesamtdarstellung der Digitalkanäle im Kapitel 11: Digitale Perspektiven. Zum Start der jungen Primetime auf EinsPlus platzierte der Sender einen eigenen Kanal auf der Videoplattform YouTube. Die Folgen der neuen EinsPlus-Doku-Serie „Waschen. Schneiden. Reden“ standen sogar schon immer eine Woche vor der Ausstrahlung online. Einsfestival bietet den Zuschauern bereits heute eine Mediathek im HbbTV-Standard.

In Kooperation mit Radio Bremen und dem Hessischen Rundfunk wurde 2012 für sechs Monate ein neues Format, die TagesWEBSchau, erprobt. Die TagesWEBSchau ist ein junges Informationsformat, das einmal täglich bis zu drei aktuelle Themen von ARD aktuell betrachtet und vertieft, die auch das Netz bewegen. Die TagesWEBSchau wurde zuerst auf tagesschau24 ausgestrahlt, dann auf den Websites der ARD Jugendwellen präsentiert.

Das Netz, für viele in der jungen Zielgruppe mittlerweile die wichtigste Nachrichtenquelle, spielt bei der Themenauswahl eine zentrale Rolle. Die TagesWEBSchau geht mit journalistischem Blick an Sichtweisen und Themen der Netzwelt heran, präsentiert in einem zwei bis drei Minuten langen Videoformat. Sie ist damit eine Ergänzung zu den klassischen Nachrichten.

Ansprache jüngerer Zielgruppen

LEITLINIEN 2013/14

Die Ansprache jüngerer Zielgruppen bleibt eine der wichtigsten strategischen Aufgaben für die ARD, damit der Programmauftrag auch in Zukunft für ein breites Publikum als Faktor der demokratischen Meinungs- und Willensbildung erfüllt werden kann. Hochkarätige Arbeitsgruppen innerhalb der ARD werden weiterhin mithilfe externer Experten und Expertisen über eine bessere Erreichbarkeit jüngerer Menschen mit den Angeboten der ARD beraten. Die Strategie des Ersten zielt dabei jedoch nicht hauptsächlich auf Publika mit exakt definierten Altersobergrenzen ab. Vielmehr versteht sich das ARD-Gemeinschaftsprogramm als ein Angebot, das auch in Zukunft in der Mitte der Gesellschaft verankert bleiben will.

Für die Zukunft prüfen ARD und ZDF, einen gemeinsamen Jugendkanal einzurichten. Sollte ein politischer Auftrag dafür erfolgen, wäre es vorstellbar, dass beide Sender gemeinsam einen Kanal für die Zielgruppe der 14-25jährigen veranstalten. Damit soll für die ganz jungen Zuschauer ein nahtloser Übergang vom öffentlich-rechtlichen KiKA hin zu einem nach öffentlich-rechtlichen Qualitätskriterien gestalteten Angebot für Jugendliche ermöglicht werden.

Im Unterschied zu konkurrierenden Programmanbietern hat die strategische Arbeit zur besseren Erreichbarkeit jüngerer Zielgruppen im Fall der ARD in den Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags zu erfolgen. Diese schließen eine Fülle von Programmangeboten, mit denen kalkulierte Programmerfolge bei Jüngeren erzielt werden könnten, grundsätzlich aus. Die Erfahrungen mit den Verjüngungsbemühungen des Programms haben überdies in den vergangenen Jahren gezeigt, dass dezidiert jüngere Programme fast immer mit Blick auf den Gesamtmarktanteil als Misserfolg zu verbuchen sind. (Dies war zum Beispiel 2012 bei der Übertragung der Echo Pop Verleihung der Fall, die im Ersten lediglich einen Marktanteil von 9,1 Prozent erzielen konnte. Bei den 14 bis 49-Jährigen betrug der Marktanteil 10,3 Prozent.) Es gelingt nur in seltenen Ausnahmefällen, mit gezielt jugendaffinen Angeboten neue Zuschauergruppen zu erreichen und gleichzeitig das Stammpublikum zu behalten. Vor diesem Hintergrund muss in der Zukunft hinreichend geklärt werden, ob zur Verjüngung des ARD-Publikums einzelne Sendeplätze neu ausgerichtet werden sollten (Insellösung), oder ob das gesamte Angebot inklusive seiner Anmutung verändert werden muss. Einigkeit besteht jedoch genreübergreifend darüber, dass in Zukunft verstärkt nonlineare Abrufangebote auf allen möglichen Ausspiel- und Kommunikationswegen gemacht werden müssen, um die jüngere Zielgruppe dort abzuholen, wo sie sich bevorzugt aufhält: im Netz.

Information

Mit einer klaren Marken- und Distributionsstrategie soll die große Zahl jüngerer Zuschauer bzw. Nutzer bei der Marke „Tagesschau“ gehalten bzw. ausgebaut werden. Dabei sind moderne Aufbereitung und zeitgemäße Präsentation im Fernsehen ebenso wichtig wie technisch ausgereifte Lösungen für die nicht-lineare Nachrichtennutzung. In diesem Zusammenhang wird ARD aktuell ein noch stärkeres Augenmerk auf die sozialen Netzwerke legen. Diesen Netzwerken kommt dabei eine doppelte Bedeutung zu. Sie sind zum einen durch den Austausch von Videomaterial die Quelle von nachrichtenrelevanten Inhalten, die nach sorgfältiger journalistischer Prüfung Eingang in die Berichterstattung finden. Zum anderen bilden sie den Kommunikationsweg von der Redaktion zu den Nutzerinnen und Nutzern, deren Mediennutzungsverhalten sich verändert hat und Erwartungen an die Interaktion mit den Nachrichten Anbietern stellt. Insofern wird es 2013/14 Aufgabe von „ARD aktuell“/tagesschau.de sein, den Dialog insbesondere mit der jüngeren Generation der Zuschauerschaft und der User deutlich stärker als bisher zu führen. Die Basis für den Erfolg der Marke „Tagesschau“ bei jüngeren Nutzergruppen bilden aber auch in Zukunft vor allem relevante, gut recherchierte und verständlich aufbereitete Nachrichten.

Die bei den jüngeren Zuschauergruppen erfolgreiche Reihe „Markencheck“ wird im Januar und Februar 2013 um vier neue Ausgaben erweitert: Rewe, ADAC, Apple und TUI.

Bei den Sendungs dramaturgien und beim Bildschnitt der Informationssendungen sind behutsame Modernisierungen geplant. So soll etwa bei Magazinen vom Muster „Moderation – Beitrag – Moderation – Beitrag“ abgewichen werden. Jüngere

Zuschauer sollen dadurch besser erreicht werden, ohne dass Das Erste seine Stammzuschauer abschreckt.

Da sich Das Erste in Dokumentationen und Magazinbeiträgen insbesondere mit den Lebenswelten, Problemen und Sorgen überwiegend älterer Menschen befasst, soll hier das Themenspektrum erweitert werden: Vor allem der Alltag von Schülern, Studenten und Menschen bis 30 Jahren soll stärker in den Vordergrund gerückt werden. Für die Relevanz von Dokumentationsthemen wurde eine Reihe von Kriterien formuliert, die deren Attraktivität sowohl für jüngere Zuschauer als auch für das ältere Stammpublikum gleichermaßen steigern sollen:

- Einschaltimpuls
- Affinität zum Publikum
- Bundesweite Relevanz
- Emotionalität
- Nachhaltigkeit/ Erkenntniswert
- Fernsehgerechte Umsetzung
- Innovation im Zugang zum Thema
- Investigativer Wert
- Imagegewinn – öffentlich-rechtlicher Auftrag
- Aktualität (Anbindung an Jahrestage; gerade laufende gesellschaftliche Debatten)

PHOENIX plant für das Wahljahr 2013 eine Neuauflage des Projekts „MdB 2.0“, in dem junge Abgeordnete bis zur Bundestagswahl ein Internet-Tagebuch führen und regelmäßig im PHOENIX MdB 2.0 Blog ihr Leben, Arbeiten und Wirken als Bundestagabgeordnete schildern.

Blogs und Netzangebote sollen generell eine größere Rolle in den linearen Fernsehsendungen spielen. Umgekehrt sollen klassische Informationsformate über die Mediathek hinaus stärker im Netz Präsenz zeigen.

Sport

Die Entwicklung hin zu jüngeren Moderatoren soll fortgeführt werden, mit Franziska Schenk wird derzeit deshalb eine junge Moderatorin (Sportschau am Sonntag, Eisschnelllaufen) aufgebaut. Darüber hinaus wird versucht werden, noch mehr Sportarten, für die sich möglicherweise eher junge Zuschauer interessieren, in die Sportberichterstattung des Ersten zu integrieren, z. B. Beachvolleyball.

Neue Konzepte im Bereich der Online-Nutzung werden auch für den Sportbereich entwickelt werden, denn der Erfolg des Online-Angebotes von den Olympischen Spielen 2012 hat gezeigt, dass hier das Potenzial noch nicht ausgeschöpft ist. Allerdings sind neue Ideen im Online-Bereich stets in Einklang mit den jeweilig geltenden Telemedienkonzepten zu bringen.

Kultur

Der „Film-Mittwoch“ soll durch ein verstärktes Augenmerk auf jüngere Genres wie Komödien und Thriller für jüngere Zuschauer noch attraktiver gemacht werden.

Der Sendeplatz am späten Freitagabend nach der „Tatort“-Wiederholung und den „Tagesthemen“ soll perspektivisch mit spannenden Filmen bespielt werden, die in besonderem Maße auch junges Publikum ansprechen. Dies gilt zum Beispiel für die populären Verfilmungen skandinavischer Krimistoffe.

Bildung, Wissen und Beratung

Die ARD-Themenwochen werden weiter darauf achten, die entsprechenden Angebote crossmedial zu vernetzen um damit auch einen nachhaltigen Mehr- und Gesprächswert für jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer zu schaffen.

Das ARD-Morgenmagazin wird seine Service-Rubriken daraufhin überprüfen, ob durch die filmische Aufarbeitung bestimmter Servicethemen die kürzer verweilenden jüngeren Zuschauer sich besser und kompakter informiert fühlen.

Unterhaltung

Die Marke „Tatort“ soll mit Spielen, Bonusmaterial und Abrufmöglichkeiten im Onlinebereich verwertet werden, um auf diesem Weg jüngere Zuschauer noch intensiver für das Format zu interessieren.

Um jüngeres Publikum noch besser an Das Erste zu binden, plant die Fernsehfilmkoordination, die Serienformate am Dienstag hin zu etwas jüngeren Genres wie Krimi-Komödien wie „Mord mit Aussicht“ weiter zu entwickeln.

Aus internationalen Krimi-TV-Produktionen wird die ARD-Degeto weiterhin Angebote platzieren, obwohl diese Produktionen durchaus ihren Preis haben.

Um jüngere Zuschauer besser erreichen zu können, muss die Schlagzahl von Angeboten wie „Klein gegen Groß“ in Zukunft ausgebaut werden. Dies lässt sich allerdings nur durch den Verzicht auf bestehende Formate und entsprechende Umschichtung bzw. durch Gemeinschaftsfinanzierungen realisieren.

Digitale Perspektiven

Das ursprünglich auf sechs Monate angelegte Experiment mit der TagesWEBSchau wurde um weitere sechs Monate, bis Juni 2013, verlängert.

7. Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen

BERICHT 2011/12

Die ARD hat im Berichtszeitraum ihr Engagement für die Integration und Teilhabe behinderter Menschen im und am Programm des Ersten und der Kooperationsprogramme weiter intensiviert. Dies geschah im Sinne der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention, die in Deutschland seit 26. März 2009 verbindlich ist. Artikel 9 der UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen legt beispielsweise fest, dass die Vertragsstaaten geeignete Maßnahmen treffen müssen, um Menschen mit Behinderungen „den gleichberechtigten Zugang“ unter anderem zu „Information und Kommunikation, einschließlich Informations- und Kommunikationstechnologien und -systemen (...) zu gewährleisten.“ Der seit 1. Juni 2009 geltende 12. Rundfunkstaatsvertrag konkretisiert dies in seinen allgemeinen Grundsätzen (§ 3 Absatz 2) und fordert die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf, im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufzunehmen.

Auch 2011/2012 hat die ARD ihr barrierefreies Programm weiter ausgebaut. Sie strahlte in ihren Programmen zahlreiche Sendungen in einer Weise aus, die es hör- oder sehbehinderten Menschen ermöglichte, ungehindert Zugang zu den von ihnen gewünschten Informationen zu bekommen. Dieser Weg soll konsequent weiterbeschritten werden, da die ARD dem Ausbau der barrierefreien Angebote große Bedeutung zumisst. Unter Federführung des NDR hat die ARD daher im Berichtszeitraum das Projekt „Barrierefreier Rundfunk“ ins Leben gerufen. Es hat eine stetige Optimierung der Angebote für behinderte Menschen zum Ziel.

Im Fokus der ARD stehen dabei vier Themenbereiche: der Ausbau der Untertitelung, der Einsatz von Gebärdensprachdolmetschern in den Mediatheken, ein größeres Hörfilm-Angebot und die Verbesserung der Barrierefreiheit der ARD-Internetangebote.

Service für hörbehinderte Zuschauerinnen und Zuschauer

Im Berichtszeitraum wurde der Anteil an untertitelten Sendungen im Ersten weiter erhöht: Betrug er 2009 schon 33 Prozent des Gesamtangebotes, so wurde diese Quote 2011 auf 42,5 Prozent gesteigert. Folgende Formate wurden 2011 im Ersten immer oder teilweise mit Untertitelung ausgestrahlt:

Nachrichten
Tagesschau 16.00 Uhr, 17.00 Uhr, 20.00 Uhr

Politische Magazine
Bericht aus Berlin
Monitor
Report München
sowie zahlreiche Reportagen und alle Wahlsendungen

Talksendungen
Anne Will
Günther Jauch
Hart aber fair
Presseclub
Menschen bei Maischberger

Reportagen und Dokumentationen

ARD exklusiv (z. T.)

Ratgeber

ARD Ratgeber Recht

ARD Ratgeber Geld

ARD Ratgeber Gesundheit

ARD Ratgeber Heim + Garten

ARD Ratgeber Bauen + Wohnen

ARD Ratgeber Auto + Verkehr

ARD Ratgeber Internet

Magazine

Europamagazin

Weltspiegel

Plusminus (z.T.)

Wissen, Kultur, Sonstiges

Wissen vor acht

W wie Wissen

Kopfball

Erlebnis Erde

Das Wort zum Sonntag

Weltreisen (z. T.)

Gott und die Welt (z. T.)

ttt – titel, thesen, temperamente

Druckfrisch (z. T.)

Kinder

Checker Can

Die Sendung mit der Maus

Neuneinhalb

Wissen macht Ah

sowie zahlreiche weitere Kinderserien wie z. B. Jim Knopf, Hexe Lili, Rennschwein Rudi

Rüssel, Oiski Poiski, Paulas Sommer, Gawayan, Als die Tiere den Wald verließen

Unterhaltung

Brisant

Dittsche

Feste der Volksmusik

Musikantenstadl

Serien

Lindenstraße

In aller Freundschaft

Sturm der Liebe

Spielfilm-Reihen

Tatort

Polizeiruf 110

Pfarrer Braun

Utta Danella
Donna Leon
Das Film Festival

Sport
Sportschau
Sportschau live

Der ARD-Degeto-Bestand an Untertitelten Filmen ist bis November 2012 auf 2980 angewachsen. Damit wurden 717 Sendetermine im Ersten bestritten sowie 2609 Ausstrahlungen in den Dritten Programmen.

Auch bei der Live-Untertitelung wurden gemeinschaftlich wieder große Anstrengungen unternommen. Bereits seit 2009 werden von der ARD alle Sportsendungen im Ersten inklusive der „Sportschau“ Untertitelt. Dazu kommen noch zahlreiche andere Livesendungen wie Sondersendungen, Brennpunkte, Wahlberichterstattung und Gottesdienstübertragungen. Auch alle Talkshows im Ersten werden live Untertitelt.

Für die Internetseite www.daserste.de wurde ein Informationsangebot zum Thema Untertitelung entwickelt. Dort werden unter anderem Informationen zur Gestaltung der Untertitel und den verschiedenen Produktionsmethoden bereitgestellt. Einige Landesrundfunkanstalten informieren über ihre Angebote im Internet, z.T. auch über Facebookseiten.

Die ARD hat zudem Anfang 2012 einen ersten Schritt in Richtung Barrierefreiheit ihrer Mediatheken unternommen. In der Das Erste Mediathek und in der ARD Mediathek stehen Videos zu Sendungen des Ersten Deutschen Fernsehens auch mit Untertitelung zur Verfügung. Eingepflegt werden in der Regel (Stand Ende 2012): Tatort, Polizeiruf 110, Spielfilme, Märchenfilme, Gott und die Welt, Ratgeber, Reportagen, Feature, Dokumentationen, Weltreisen, Weltspiegel, Erlebnis Erde, W wie Wissen, Wissen vor 8, Europamagazin, Lindenstraße, Kopfball, Tagesschau (20 Uhr), In aller Freundschaft, Mord mit Aussicht, Sturm der Liebe, Das Wort zum Sonntag, Presseclub, Menschen bei Maischberger, Anne Will. Mit Gebärdensprachdolmetscher werden folgende Sendungen in der Mediathek angeboten: Ratgeber: Bauen+Wohnen, Ratgeber: Heim + Garten, Ratgeber: Internet, hart aber fair, Wissen macht Ah!, Die Sendung mit der Maus. (siehe auch Kapitel 11: Digitale Perspektiven/Mediathek)

PHOENIX bietet hörbehinderten Zuschauerinnen und Zuschauern einen täglichen Service durch die Ausstrahlung der Hauptausgabe der „Tagesschau“ und dem „heute journal“ mit Gebärdendolmetschern. Auch die Live-Übertragung der Hauptreden der Bundespräsidentenwahl 2012 wurde mit diesem Service versehen.

Service für sehbehinderte Zuschauerinnen und Zuschauer

Sehbehinderten Zuschauerinnen und Zuschauern wurde die Teilhabe am Programm des Ersten durch den Einsatz von Audiodeskription (Hörfilme) erleichtert. Allerdings kann Audiodeskription nur noch digital empfangen werden. Zum Empfang ist ein digitaler Receiver für Kabel- oder Satellitenempfang notwendig (der Empfang über DVB-T funktioniert nur eingeschränkt).

Insgesamt wurden bislang rund 1300 Filme innerhalb der ARD (inklusive ARTE) mit Audiodeskription versehen, darunter viele Fernsehfilme aus den Reihen „Tatort“ und „Polizeiruf 110“, Kinokoproduktionen wie „Die Päpstin“ und „Der Vorleser“ oder Spielfilme. Viele in der ARD produzierte Hörfilme gibt es auch auf DVD zu kaufen.

Die Degeto baute ihren Bestand an Filmen mit Hörfilm-Fassung für Blinde und Sehbehinderte weiter aus. Bis November 2012 befanden sich 289 Spielfilme mit Audiodeskription im Degeto-Bestand, im Ersten waren davon 117 Filme ausgestrahlt worden, in den Dritten (inklusive Wiederholungen) 244.

Selbstverständlich nimmt die ARD ihre Verantwortung für behinderte Menschen auch wahr, indem sie in ihrem Programm Sendungen anbietet, die speziell auf die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen eingehen. Außerdem bemüht sich die ARD auch, das Prinzip der „Inklusion“ im Programm umzusetzen. „Inklusion“ bedeutet, dass alle Menschen das gleiche Recht auf volle Teilhabe an der Gesellschaft haben und zwar unabhängig davon, wie stark Einzelne dabei unterstützt werden müssen. Am 25. Mai strahlte Das Erste am Mittwochabend zur besten Sendezeit um 20.15 Uhr den Fernsehfilm „Inklusion – gemeinsam anders“ aus. Darin erzählten der Oscar-nominierte Regisseur Marc-Andreas Bochert, der Bachmannpreis-nominierte Autor Christopher Kloeble und der mehrfach preisgekrönte Kameramann Andreas Höfer eine Geschichte von zwei behinderten Jugendlichen, die gleichzeitig auch zum Psychogramm eines idealistischen Lehrers, seiner Frau sowie der betroffenen Eltern wird. Die Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e.V. hat im Jahr 2012 erstmals einen Inklusionsfernsehpreis vergeben. Alle sechs ausgelobten Preise gingen an Produktionen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Alle drei Hauptgewinne überreichte Moderator Dr. Eckhard von Hirschhausen bei der Preisverleihung im Januar 2012 an Beiträge der ARD. Der Siegerfilm „NoBody's perfect“ von Niko von Glasow wurde im Jahr 2010 als Dokumentarfilm im Ersten ausgestrahlt. Hervorzuheben ist auch, dass die ARD mit ihren fiktionalen Angeboten dazu beitragen möchte, das Bewusstsein für die besondere Lebenssituation von Menschen mit Behinderungen zu schärfen. Dazu trägt zum Beispiel die „Lindenstraße“ bei, mit den Figuren des querschnittgelähmten Dr. Dressler und dem Down-Syndrom-Kind Martin Ziegler, der seit seiner Geburt 1999 fester Bestandteil des Ensembles ist.

Auch im Sport setzt Das Erste auf Inklusion: Unter dem Motto „Zwei Sportler. Ein Ziel“ führten ARD und ZDF eine gemeinschaftliche Kampagne durch, die die Olympischen und Paralympischen Spiele in London gleichwertig bewarb. Im Zentrum stand ein TV-Spot, der jeweils zwei Sportler beim gemeinsamen Training zeigte. Erst allmählich erkannten die Zuschauer, dass einer der Athleten behindert war. Zum Auftakt der Kampagne wurde der Spot am 15. Juli um 20.15 Uhr in einer 60-sekündigen Version zeitgleich im Ersten und Zweiten, den Digitalkanälen, ARTE und PHOENIX ausgestrahlt und erreichte zum Start mehr als zehn Millionen Menschen. Das Erste berichtete so ausführlich wie niemals zuvor von den Olympischen Spielen der körperbehinderten Sportler und Sportlerinnen: Mehr als 37 Stunden wurden von den Paralympics aus London gesendet. Da erstmals Livesignale von bis zu acht Sportarten parallel angeboten wurden, konnte Das Erste ein Liveprogramm produzieren, das dem der Olympischen Spiele kaum nachstand. Zusätzlich informierten „Tagesschau“, „Tagesthemen“, „Morgenmagazin“ und „Mittagsmagazin“ sowie die „Sportschau“ über Verlauf und Ergebnisse der Paralympics-Wettbewerbe. Im Mai 2012 berichtete Das Erste in seinen Informationssendungen auch über die in München stattfindenden „Special Olympics“, das große Sportfest der Sportler und Sportlerinnen mit geistiger Behinderung.

Über die Recherchefunktion im Online-Angebot können sich die Userinnen und User alle Sendungen mit Untertiteln gezielt anzeigen lassen. Außerdem gibt es in der Rubrik „Programm“ einen eigenen Bereich „Untertitel im Ersten“, in dem umfänglich über die

Programmangebote und Services informiert wird. Im Hilfe-Bereich der Mediathek wird über das Untertitel-Angebot in den Telemedien informiert.

Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen

LEITLINIEN 2013/14

Die ARD sieht es als ihre Pflicht an, Menschen mit Behinderungen entsprechend der UN-Behindertenrechtskonvention eine volle Teilhabe an ihrem vielseitigen Informations- und Unterhaltungsangebot zu ermöglichen. Im September 2011 haben die Intendantinnen und Intendanten ein Bekenntnis zur weitgehenden Barrierefreiheit abgegeben und einen umfangreichen Ausbau der Angebote beschlossen. Dabei setzen sie den Schwerpunkt im Fernsehen bei den reichweitenstarken Angeboten, also dem Ersten und den Dritten. Denn so werden möglichst viele Menschen von der Ausweitung der barrierefreien Angebote profitieren.

Schon in den vergangenen Jahren hat die ARD ihre Bemühungen verstärkt, im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten das Untertitelangebot weiter auszubauen. Es ist ihr erklärtes Ziel, dies auch künftig zu tun: Bis Ende 2013 sollen alle Erstsendungen im Ersten Programm mit Untertitelung angeboten werden. Dadurch wird sukzessive eine Untertitelquote von annähernd 100 Prozent erreicht.

Der signifikante Ausbau der Untertitelung im Ersten wird über Wiederholungen die Untertitelquote in den Dritten und den Spartenprogrammen deutlich steigern. Darüber hinaus streben die Landesrundfunkanstalten aber auch einen Ausbau der Untertitelung in den Dritten Programmen an.

Die Sendung „Sehen statt Hören“ als identitätsstiftendes wöchentliches Magazin vor allem für Gehörlose, die vom BR produziert, vom WDR kofinanziert und in den Dritten Programmen sowie BR-alpha und 3sat ausgestrahlt wird, wird in vollem Umfang erhalten bleiben.

Im Bereich Audiodeskription setzt die ARD - unter Berücksichtigung des durch die zahlreichen öffentlich-rechtlichen Radioprogramme sichergestellten Informations- und Unterhaltungsangebotes - auf eine Ausweitung der fiktionalen Formate. Bis Ende 2013 sollen alle Spielfilme und Krimis und alle Tier- und Naturfilme im Hauptabendprogramm des Ersten Programms in einer Hörfilmfassung ausgestrahlt werden.

Der Ausbau der Audiodeskription im Ersten wird sich auch positiv auf den Audiodeskriptionsanteil in den Dritten Programmen auswirken, denn viele Spielfilme, Reportagen und Dokumentationen werden dort wiederholt. Zusätzlich zu ihrem Engagement für das Erste wollen sich die Landesrundfunkanstalten aber auch in den Dritten Programmen weiter engagieren.

Von dem beschriebenen Ausbau des Untertitel- und Hörfilmangebots im Fernsehen wird auch der Ausbau des Angebots in den Mediatheken profitieren, denn dort können immer mehr untertitelte und künftig auch audiodeskribierte Sendungen angeboten werden.

Außerdem soll es von 2013 an in den Mediatheken verstärkt Angebote mit Gebärdensprachdolmetscher geben: So soll die „Tagesschau“ um 20 Uhr, die PHOENIX bereits mit Gebärdensprachdolmetscher-Einblendungen sendet, in die Das Erste Mediathek

und die ARD Mediathek eingestellt werden. Des Weiteren soll eine wöchentliche Sendung des Ersten Programms (z. B. ein politisches Magazin) mit Gebärden versehen und in dieser Fassung in den Mediatheken bereitgestellt werden. Zudem gibt es auch in einigen ARD-Anstalten Überlegungen, Sendungen mit Gebärdensprachdolmetscher-Einblendungen in den Mediatheken anzubieten.

Die ARD nimmt ihre Verantwortung gegenüber behinderten Zuschauerinnen und Zuschauern gemäß ihrer Verpflichtung wahr, die Gesellschaft für die Anliegen dieser Menschen zu sensibilisieren und integrierend zu wirken. Zu diesem Zweck werden im Ersten weiterhin Sendungen und Berichte angeboten, die sich mit der Situation von Menschen mit Behinderungen auseinandersetzen oder sie am Programm beteiligen. Teilhabe von Menschen mit Behinderungen bedeutet auch, ihnen Gesicht und Stimme zu geben – z.B. in Informationsprogrammen und Gesprächsrunden ebenso wie in fiktionalen Formaten. So sollen Menschen mit Behinderungen auch vor und hinter der Kamera, am Mikrofon und an anderen Arbeitsplätzen eingesetzt werden. Die Redaktionen werden in Zukunft die Anregung des ARD-Programmbeirats beachten und häufiger in den Talkshows des Ersten Menschen mit Behinderungen als Expertinnen und Experten zu allen denkbaren Themen zu Wort kommen zu lassen.

Die ARD-Untertitelredaktionen bemühen sich kontinuierlich um eine Verbesserung der Qualität der Untertitelung, vor allem der Live-Untertitel. Die Arbeit mit der Spracherkennung wird weiter optimiert, damit die von den Untertitelredakteurinnen und Redakteuren gesprochenen Worte korrekt identifiziert und in fehlerfreies Deutsch übertragen werden können.

Mit dem weiteren Ausbau des barrierefreien Angebots im Fernsehen wird die Zahl der untertitelten Sendungen in den Mediatheken weiter steigen. Ziel ist es, möglichst viele untertitelte Sendungen und auch die für blinde Menschen produzierten Hörfilme in den Mediatheken auf Abruf bereitzustellen, um eine orts- und zeitsouveräne Nutzung zu gewährleisten.

8. Migration und Integration

BERICHT 2011/12

Im Frühjahr 2011 wurde die repräsentative Grundlagenstudie von TNS/Emnid über die Mediennutzung von Menschen ausländischer Herkunft in Deutschland vorgelegt. Von den 16 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland wurden 3300 Migranten aus sechs Herkunftsländern interviewt. Erfreulich dabei: Die Nutzung des deutschsprachigen Fernsehens stieg gegenüber der letzten Erhebung von 2007 auf 76 Prozent. Gegenüber dem heimat Sprachlichen Fernsehen wird das deutschsprachige Angebot bevorzugt genutzt, wobei es hauptsächlich die ab 50-Jährigen sind, die das öffentlich-rechtliche Programmangebot wählen. Vor allem bei der Informationskompetenz stellen die Migranten den Öffentlich-Rechtlichen ein sehr gutes Zeugnis aus. Die Studie hat gezeigt, dass die Faktoren Alter, Geburtsland und deutsche Sprachkenntnisse für die Mediennutzung ebenso wichtig, wenn nicht gar wichtiger sind als der Faktor der ethnischen Herkunft. Für die junge Generation ist eine Angleichung an die Programmvorlieben junger Deutscher ohne Migrationshintergrund festzustellen. Migranten erwarten von den Medien, so das Fazit der Studie, authentische, glaubwürdige Protagonisten mit Migrationshintergrund, weniger Negativismus und weniger stereotype Darstellungen.

Das 50-jährige deutsch-türkische Anwerbeabkommen wurde 2011 in zahlreichen Sendungen aufgegriffen und in vielfältiger Weise im Programm gewürdigt, im Ersten beispielsweise in der Dokumentation „Mit dem Transit durch Almanya“. Die Moderatoren Asli Sevindim („Aktuelle Stunde“) und Till Nassif („Cosmo TV“) reisten 3000 Kilometer durch Deutschland, von München über Duisburg bis nach Berlin. Auf ihrer Reise trafen sie Mitbürgerinnen und Mitbürger türkischer Herkunft der ersten, zweiten und dritten Generation und erzählten deren Lebensgeschichten abseits aller Klischees. Die Dokumentation „Allah in Ehrenfeld“, die Das Erste im Juli 2012 ausstrahlte, begleitete den Bau der Kölner Moschee und deren turbulenten Verlauf von den ersten Protesten 2007 bis kurz vor der Fertigstellung.

Mit den spezifischen Problemen von Migrantinnen und Migranten befassten sich regelmäßig die politischen Magazine wie „Report München“ (am 18. April 2011, 11. Juli 2011 und 18. Oktober 2011), „Report Mainz“ (am 24. Januar 2011, 4. und 25. Juli 2011 und 22. August 2011), „Monitor“ (am 7. April 2011, 14. Juli 2011, 4. August 2011 und 15. September 2011), „Panorama“ (am 15. März 2012), „Kontraste“ (13. Oktober 2011). Eine besondere Integrationsreihe hatte „Fakt“ 2011. Hier gab es in jeder Sendung einen Beitrag zum Thema Integration. Nach der aufgeregten Sarrazin-Debatte war der Redaktion das Thema zu wichtig, um es nur kurzfristig abzuhandeln. Die spezifischen Probleme von Migrantinnen und Migranten sollten in „Fakt“ nachhaltig dargelegt werden. Entstanden sind Beiträge aus vielen verschiedenen Perspektiven und ein Blick auf Bereiche, in die Fernsehlichter sonst nicht leuchten. Auch einige Talkshows, der „Presseclub“, der „Bericht aus Berlin“, die Reihe „Gott und die Welt“ und „tnt“ widmeten sich immer wieder Fragen der Integration. Und natürlich ging es auch in der umfangreichen Berichterstattung um die sog. „Zwickauer Terrorzelle“, deren Anschlägen viele Migranten zum Opfer fielen, immer wieder um den Umgang und die Stellung von Mitbürgern mit Zuwanderungsgeschichte in unserer Gesellschaft. Wer waren die Opfer? Was wissen wir über sie? Wie lebten sie unter uns? – Der Film „Acht Türken, ein Grieche und eine Polizistin“ (12. Dezember 2011 im Ersten) widmete sich den Opfern und ihren Angehörigen.

PHOENIX hat dem Thema Integration mehrere Themenschwerpunkte gewidmet. Neben dem Blick auf Deutschland („Integration – Nein danke?“, „Salafisten – extremistische Gefahr?“) wurden dabei auch immer wieder europäische Aspekte („Ein Tag am Bosphorus“, „Europas Radikale“) beleuchtet, auch um zu zeigen, wie andere Länder mit dieser Herausforderung umgehen.

Auch im fiktionalen Bereich spielte auf den Hauptsendeplätzen für den eigen-, auftrags- und koproduzierten Fernsehfilm das Thema „Migration und Integration“ immer wieder eine Rolle. In „Chiko“ erzählt der Autor und Regisseur Özgür Yildirim die Geschichte eines türkischen Jugendlichen und seines besten Freundes, der sich als Drogendealer Einfluss und Reichtum verschaffen will. In den Hauptrollen spielten u.a. Dennis Moschitto, Volcan Özcan, Reyhan Sahin und Fahri Ogün Yardem. „Bis aufs Blut“ zeigte das Leben und Scheitern einer Clique Jugendlicher aus Deutschen und Migranten mit Burat Yigit und Aylin Tezel. Von der schwierigen Reintegration eines jungen Deutschen, der als Islamkonvertit nach zwei Jahren Haft in Israel wieder in seine Heimat zurückkehrt, erzählte der Film „Der verlorene Sohn“. Christian Petzolds Film „Jerichow“ schilderte das Dreiecksverhältnis zwischen dem Türken Ali, dessen Frau und dem jungen Deutschen Pierre. In Dror Zahavis Film „Alles für meinen Vater“ kommt der junge Palästinenser Tarek in Berührung mit der jüdischen Kultur und Lebensweise und verliebt sich in eine Israelin. „Evet, ich will“ war eine Komödie rund um ein Berliner Hochhaus, die fünf heiratswillige Paare, u.a. auch mit Migrationshintergrund, zusammenführt. Gerade Filme wie „Evet, ich will“ gaben auch positive Beispiele für das Zusammenleben von Migranten und Deutschen ohne Zuwanderungsbiografie. Bei den Hauptabendserien ist es vor allem „Der Dicke“, der sich des Themas Integration besonders annimmt – nicht nur im Team des engagierten Anwalts Gregor Ehrenberg, in dem mit Sophie Dal eine gebürtige Türkin als Rechtsanwaltsgehilfin Yasmin Ülküm arbeitet, sondern auch mit vielen Fällen vom Hamburger Kiez, in denen Migrantinnen und Migranten im Mittelpunkt stehen.

Die Live-Übertragungen der Fußball-EM sowie der Olympischen Spiele in London 2012 haben gezeigt, dass der Sport wesentlich zur Verständigung zwischen den Bevölkerungsgruppen beiträgt. Gerade emotionale Großereignisse wie diese leisten einen entscheidenden Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft. Prominente deutsche Sportler mit Migrationshintergrund befördern als Vor- und Leitbilder die Integration hierzulande. Nicht nur einige Teammitglieder der deutschen Nationalmannschaft wie Mesut Özil und Lukas Podolski, sondern auch eine Vielzahl von Spielern in den Bundesligavereinen und anderen Sportarten (wie beispielsweise die Boxer Arthur Abraham und Marco Huck) haben einen Migrationshintergrund. Exemplarisch für solche Sportler-Biografien zeigte Das Erste 2011 die Dokumentation „Vom Flüchtling zur Weltmeisterin“. Der Film begleitete vier Monate lang die 23-jährige deutsche Frauenfußballerin Lira Bajramaj, die im früheren Jugoslawien geboren wurde, im Alter von fünf Jahren mit ihrer Familie vor den serbischen Repressionen aus dem Kosovo nach Deutschland floh und sich aus einer Kindheit zwischen Armut und Rassismus freikämpfte.

Das Erste stellte Zugewanderte aber nicht nur in Problemzusammenhängen dar. Menschen mit Migrationshintergrund und/oder verschiedener Hautfarbe gehören heute zum normalen Alltagsbild in Deutschland und deshalb selbstverständlich auch zum Programm des Ersten. Ihr Einsatz in den unterschiedlichen programmprägenden Sendungen des Ersten ist der ARD ein besonderes Anliegen. Gerade im Nachrichtsbereich haben viele profilprägende Gesichter des Ersten einen Migrationshintergrund: bei den „Tagesthemen“ die Kommentatorinnen Golineh Atai und Isabel Schayani (auch

Redakteurin bei „Monitor“), bei der „Tagesschau“ die Sprecher Michail Paweletz, Tarek Youzbachi und Linda Zervakis oder der Moderator des „Nachtmagazins“ und Ersatzmoderator der „Tagesthemen“ Ingo Zamperoni, beim „ARD-Buffer“ Fatma Mittler-Solak und beim „Wetter im Ersten“ Laura di Salvo. Mit Ranga Yogeshwar hat Das Erste einen der profiliertesten Wissenschaftsjournalisten.

Besonders wichtig ist es der ARD, Toleranz und Integrationsbereitschaft bereits bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Das unvoreingenommene, vorurteilsfreie Zusammenleben mit Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft ist in der Serie „Die Pfefferkörner“ Programm. In beiden Staffeln spielten türkische bzw. deutsch-türkische an der Seite von deutschen Schauspielerinnen und Schauspielern. Das Wissensmagazin für Kinder „Wissen macht Ah!“ wird von Shary Reeves moderiert, die Entdeckershow „Checker Can“ von Can Mansuroglu. „Neuneinhalb“, das Nachrichtenmagazin für Kinder, brachte 2011 eine ganze Serie unter dem Titel „Deutschland multikulti“.

Über 19 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer sahen beim Eurovision Song Contest 2011 in Düsseldorf die kurzen Spielfilme über Alltagsszenen in deutschen Städten: 43 Porträts von Menschen aus aller Welt, in Deutschland zu Hause: Mitar und Branka aus Serbien schlendern durch ein Bonner Museum, Peter aus Schweden feiert in Köln Karneval und der kleine Antonio aus Spanien kickt auf einem Dortmunder Bolzplatz. Die Personen stammen jeweils aus den Ländern der Contest-Teilnehmer. Insgesamt wurden in beiden Halbfinalen und im Finale 43 Postkarten aus 26 Städten gezeigt. Die Federführung des Gesangswettbewerbs hatte der NDR.

Im Mai 2011 und 2012 übertrug Das Erste die Verleihung des Civis-Medienpreises für Integration und kulturelle Vielfalt mit zahlreichen Prominenten aus Medien und Politik. 2011 waren Bundespräsident Christian Wulff und der Präsident des Europäischen Parlaments, Jerzy Buzek, die beide am Festakt in Berlin teilnahmen, die Schirmherren. 2012 wurde der Civis-Preis gemeinsam mit dem Präsidenten des Europäischen Parlaments, Martin Schulz, im Europäischen Parlament in Brüssel verliehen. CIVIS zeichnet seit über 20 Jahren Programmbeiträge im Radio, Fernsehen und seit vergangenem Jahr im Internet aus, die das friedliche Zusammenleben von Menschen unterschiedlichster nationaler, ethnischer, religiöser oder kultureller Herkunft fördern. Im Bereich „Unterhaltung“ wurde 2011 eine Folge der Krimiserie „Kommissar Wallander – Mörder ohne Gesicht“ (ARD/BBC) ausgezeichnet, den Das Erste im Dezember 2010 ausgestrahlt hatte. Für den Civis-Preis 2012 wurden im Bereich „Information“ u.a. die Dokumentationen „Tod einer Richterinnen – Auf den Spuren von Kirsten Heisig“ (im März 2011 im Ersten gezeigt), „Erzwungene Ehen – Männer als Opfer von Zwangsehen“ (WDR) sowie „Friedensschlag“ (BR) nominiert.

Migration und Integration

LEITLINIEN 2013/14

Die ARD betrachtet es als eine ihrer wesentlichen Querschnittsaufgaben, die Realität der deutschen Einwanderungsgesellschaft in all ihren Programmangeboten, vor allem auch im überregionalen Hauptprogramm Das Erste, darzustellen. Ziel ist es, den Alltag der Menschen aus Zuwanderungsfamilien als Teil der gesellschaftlichen Normalität abzubilden und dabei glaubwürdig die Chancen einer kulturell vielfältigen Gesellschaft

zu vermitteln, ohne ihre Probleme und Risiken auszublenden. Die Integrationsstrategie der ARD hebt vor allem darauf ab, dem demografischen, ethnischen und kulturellen Wandel unserer Gesellschaft und damit des Fernsehpublikums gerecht zu werden sowie die Veränderungen seines Erfahrungs- und Erwartungshorizonts in ihren vielfältigen Programmangeboten nachhaltig zu reflektieren. Die gesellschaftliche Debatte um die Integrationspolitik in Deutschland wird die ARD weiter engagiert verfolgen und mit geeigneten Beiträgen, Diskussionen und Kommentaren aufbereiten. Langfristiges Ziel der Personalpolitik der ARD bleibt es, die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen hinlänglich zu berücksichtigen und dabei gesellschaftliche Realität widerzuspiegeln. Die ARD wird sich weiterhin bemühen, Menschen mit Zuwanderungsbiografien am Mikrofon und auf dem Bildschirm in ihre Produktionen einzubeziehen und sie als Darstellerinnen und Darsteller in Filmen und Serien des Ersten einzusetzen. Journalistinnen und Journalisten mit Einwanderungshintergrund können eigene Blickwinkel in die Berichterstattung einbringen und so zu einer realistischeren Darstellung gesellschaftlicher Entwicklungen im Informationsprogramm des Ersten beitragen – nicht nur bei integrationspezifischen Themen, sondern als Akteurinnen und Akteure in allen journalistischen Sparten. Mehrere Rundfunkanstalten haben interkulturelle Kompetenz als Baustein in ihren Schulungs- und Ausbildungsprogrammen implementiert. Kulturelle Vielfalt soll als Programmnormalität dargestellt und gestärkt werden. Programmrelevante Veränderungen, Potenziale sowie Chancen einer Einwanderungsgesellschaft werden aufgezeigt und die Gründe von Konflikten verdeutlicht.

Thematisch wird sich der Kinderkanal von ARD und ZDF 2013 dem Schwerpunkt „Integration“ sowohl im Programm als auch in den programmbegleitenden Bereichen widmen. Für Anfang 2013 ist ein entsprechender Thementag geplant. Gemäß seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag wird KiKA das Thema Integration mit anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen informativen und fiktionalen Angeboten besetzen und seine gesellschaftliche Relevanz belegen.

9. Regionale Kompetenz

Kriterien

- Vermittlung regionaler Vielfalt
- Förderung der kulturellen Identität in den Regionen
- Föderale Orientierung
- Lokale Verbundenheit fördern
- Bürgernähe
- Pflege von Brauchtum
- Vor-Ort-Präsenz durch Studios und Korrespondenten in den Regionen

BERICHT 2011/12

Die Landesrundfunkanstalten betreiben ein über ganz Deutschland gespanntes, enges, ständig wachsendes Netz von rund 50 Studios mit einer Vielzahl von Korrespondentinnen und Korrespondenten sowie Büros. Durch die Vor-Ort-Präsenz in der Region erschließt sich die ARD eigene Nachrichtenquellen und setzt auf dieser Grundlage eigenständig Themen. Die daraus resultierende regionale Vielfalt und Kompetenz bildet ein Alleinstellungsmerkmal der ARD.

Um diese Kernkompetenz zu stärken, haben die Landesrundfunkanstalten wie auch in den ARD-Leitlinien 2011/12 angekündigt, weitere Anstrengungen darauf verwendet, ihre Studios in der Region digital zu vernetzen und kontinuierlich bi- und trimedial auszustatten. Die engere Verzahnung von Fernsehen, Hörfunk und Online bewirkte in manchen Häusern die Planung weiterer struktureller Veränderungen. Durch die Auflösung von produktionstechnischen Zuordnungen könnten die Redaktionen langfristig nach neu zu bestimmenden Organisationskriterien zugeordnet werden.

Mit einem internen Veränderungsprozess hat der Bayerische Rundfunk beispielsweise die Weichen für konsequentes trimediales Arbeiten gestellt: Die bislang räumlich weitgehend getrennten Bereiche von Hörfunk, Fernsehen und Online werden medienübergreifend zusammengeführt. Sämtliche Korrespondentenbüros und Regionalstudios des BR wurden mit Kameras für Videojournalisten ausgestattet. Der Mitteldeutsche Rundfunk hat im November 2011 seinen trimedialen Newsdesk in Betrieb genommen und damit den ersten Schritt zur Bildung von Kompetenzzentren gemacht. Durch die Bündelung und Kanalisierung von Themen wird die redaktions- und medienübergreifende Zusammenarbeit zwischen Fernseh- und Hörfunkdirektion sowie den Landesfunkhäusern weiter intensiviert. Vernetzung ist das Leitmotiv beim Ausbau der trimedialen Angebote des NDR. Die Zusammenarbeit zwischen Hörfunk, Online und Fernsehen wird durch den Austausch digitaler Daten zunehmend intensiviert, um die publizistische Schlagkraft zu erhöhen und gleichzeitig die Effizienz der Arbeitsabläufe zu steigern. So planten die Sportredaktionen als erster Bereich des NDR seit Ende 2011 vollständig trimedial. Auch der „Tag der Norddeutschen“, bei dem am 11. Mai 2012 einhundert Kamerateams die unterschiedlichsten Norddeutschen durch den Tag begleiteten, war ein trimediales Medienereignis – vom Hörfunk aufgerufen und begleitet, fürs Fernsehen gedreht, mit Online-Videos der Zuschauer ergänzt und als umfangreiche Zeitdokumentation am 10. November 2012 in Echtzeit im NDR Fernsehen ausgestrahlt. Der multimediale Radio-Bremen-Desk brachte seit Juni 2011 die unterschiedlichen Programmbereiche enger zueinander, regionale Themen wurden bereichsüber-

greifend geplant und umgesetzt. Am Desk wurden eigene Ideen entwickelt und zu gemeinsamen und journalistisch starken Geschichten gemacht. Bestes Beispiel hierfür war der „Pendlercheck“, ein crossmediales Projekt, das die Nutzer der Programme aktiv in die Programmgestaltung einbezog – in einer Crowdsourcing-Aktion beteiligten sich Tausende von Pendlern mit Kritik und Vorschlägen für Verbesserungen des öffentlichen Nahverkehrs. Der Rundfunk Berlin Brandenburg hat 2011 mit dem „aktuellen Tisch“ eine aktuelle trimediale Themen-Koordination eingeführt und damit die Wandlung zu einem multimedialen Medienhaus fortgesetzt. Mit der „RBB-Praxis“ gab es einen Relaunch der regionalen Gesundheitsberichterstattung. Aus einem Fernsehmagazin heraus entstand ein multimediales Kompetenzzentrum, das sowohl die Fernsehsendung als auch Hörfunkberichterstattung im Inforadio und das Online-Angebot betreut. Die Infrastruktur im Regionalstudio Cottbus wurde komplett erneuert und für einen multimedialen Sendebetrieb neu gestaltet. Beim Saarländischen Rundfunk sind seit der Organisationsreform der Programmredaktion Anfang 2012 Internet- und Videotextredaktion als Programmgruppe Telemedien Teil der jetzt trimedialen Programmredaktion. Auch programmlich zeigt die stärkere Verzahnung der Medien Ergebnisse: Bereits 2011 wurde unter dem Titel „Wie viel Saarländer steckt in Dir?“ sehr erfolgreich ein medienübergreifendes Crowdsourcing-Projekt durchgeführt, das im Internet (SR-online.de und Facebook) initiiert und in Hörfunk und Fernsehen aufgegriffen und ergänzt wurde. In der regionalen Berichterstattung nimmt der Einsatz von Videoreportern zu, die schnell vor Ort sind. Sie berichteten für die aktuellen Informationssendungen und in einem eigenen Videoreportermagazin mitten aus dem saarländischen Alltag. Der Newsroom war das zentrale Planungs- und Informationszentrum des SR. Hörfunk, Fernsehen und Telemedien planten hier gemeinsam. Dadurch wurden Ressourcen geschont und gleichzeitig die Planung für alle Programme und Auspielwege gestärkt. Der Südwestrundfunk hat in seinen drei Funkhäusern in Mainz, Stuttgart und Baden-Baden die Nachrichten im Fernsehen, Hörfunk und Internet in Trimedialen Newsrooms nun auch räumlich vernetzt. Bei den landesweiten Themenschalten zwischen Studios und Zentralredaktionen werden sämtliche Themen multimedial gedacht und besprochen. Ein trimediales Planungssystem soll neben der „Internen Nachrichtenagentur“ des SWR die Vernetzung und Synergien weiter optimieren. Die Reporter und Reporterinnen wurden mit Reporter-Handys ausgestattet, so dass die aktuelle regionale Berichterstattung flächendeckend optimiert ist. Der Westdeutsche Rundfunk setzte mit der Dokumentarprojektion „Ein Tag Leben in NRW“ ein ambitioniertes trimediales Projekt um: Der gleichnamige 90-minütige Dokumentarfilm setzt sich aus Videos zusammen, die Zuschauer an einem bestimmten Tag, nämlich dem 30. April 2012, von sich und ihrem Leben gefilmt haben und bildet damit authentisches Leben im Land ab. Die Produktion wurde im Herbst 2012 im WDR Fernsehen ausgestrahlt. Hinzu kamen ein Radio-Hörspiel, das auf den Videos basierte, sowie eine Extra-Fernsehdokumentation „Ein Tag Leben – Der junge Blick“, die nur aus Einsendungen von Schülern und Lehrern bestand. Auf dem begleitenden Internetportal eintagleben.de sind sämtliche eingesandte Videos abrufbar und bilden somit ein beeindruckendes Zeitarchiv des Lebens in Nordrhein-Westfalen.

Landes- und regionalspezifische Programminhalte haben vor allem im Zuge der Globalisierung immer größere Bedeutung erlangt. Die ständige Intensivierung der regionalen Berichterstattung betrachtet die ARD daher als eine ihrer wichtigsten Aufgaben. In ihren Dritten Programmen versorgt die ARD ihre Zuschauerinnen und Zuschauer täglich umfangreich und mehrstündig mit Reportagen, Außenübertragungen, Interviews, Nachrichten und Veranstaltungshinweisen. Die Landesstudios sind tief verwurzelt in der Region; ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen über entsprechende Kontakte. Große und kleine Ereignisse in der Region konnten so nah an den Menschen

und in enger Verbindung mit den Institutionen und Entscheidungsträgerinnen und -trägern vor Ort aufbereitet werden.

Die Landesrundfunkanstalten beobachten, dass die konsequente regionale Ausrichtung des Programms vom Publikum honoriert wurde: Die „Abendschau“ und ihre Programme im Regionalsplitting erfreuten sich beim BR starker Resonanz. Die im März 2011 gestartete Imagekampagne des Bayerischen Fernsehens („Da bin ich daheim“) zeigt mit großem Erfolg Menschen aus ganz Bayern, ihre Verbundenheit mit Bayern sowie dem Bayerischen Fernsehen. Die „Hessenschau“ erreichte Anfang 2012 erstmals seit der Ausweisung sendungsbezogener Daten einen Marktanteil von mehr als 20 Prozent. Die drei halbstündigen Ländermagazine des MDR sind für das Publikum so unverzichtbar geworden, dass sie seit 2012 auch an den Feiertagen (außer Weihnachten und Silvester) ausgestrahlt werden. Auf einem neuen Programmplatz am Samstag um 16 Uhr berichtete „Vor Ort um vier“ seit 2012 von regionalen Ereignissen. Das NDR Fernsehen hat sich mit verschiedenen Instrumenten eine unverwechselbare norddeutsche Farbe gegeben. Dazu zählten der bereits im Jahr 2009 begonnene Markenleitbildprozess, der die Produktionen des Senders prägte, genauso wie die mehrfach ausgezeichneten Senderspots „Das Beste am Norden“ und großflächig angelegte Thementage wie „Wünsch Dir Deinen NDR“, an dem die Zuschauer ihr NDR Programm selbst gestalten können. Die regionale Berichterstattung im SR Fernsehen konzentriert sich auf die Vorabendschiene zwischen 18 und 20 Uhr, in der der „aktuelle bericht“ das Zugpferd ist. Traditionell gehört auch der Blick über die saarländische Grenze zu den Nachbarn in Lothringen und Luxemburg zum thematischen Repertoire. Der SWR informiert seine Zuschauer und Zuschauerinnen je nach Bundesland in den beiden Formaten „Landesschau Baden-Württemberg“ und „Landesschau Rheinland-Pfalz“. Aus sieben Studios berichtet die „Landesschau Baden-Württemberg“ aktuell, informativ und spannend über alles, was in Baden-Württemberg geschieht und die Menschen bewegt. Die Fernsehnachrichten in Baden-Württemberg, die „Landesschau aktuell“, verfügen seit Mitte Mai 2012 über das erste vollvirtuelle regionale Nachrichtenstudio und vermitteln täglich rund 20 Prozent der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen regionale Informationen hochmodern und verständlich aufbereitet. Der Maßstab „Regionalität und Aktualität“ gilt auch für die „Landesschau Rheinland-Pfalz“, die aus dem Land und für das Land berichtet. Mit den täglich fünf Ausgaben der „Landesschau aktuell Rheinland-Pfalz“ und einer Internet-Ausspielung „Landesschau Aktuell Rheinland-Pfalz in 100 Sekunden“ versorgt der SWR die Rheinland-Pfälzer mit allen regional und landesweit wichtigen Ereignissen. Weitere regionale Kompetenz beweist der SWR mit seinen beiden landespolitischen Magazinen „Zur Sache Baden-Württemberg“ und „Zur Sache Rheinland-Pfalz“. Die werktägliche WDR-„Lokalzeit“ erreichte im Jahresschnitt 2011 fast 22 Prozent Marktanteil in Nordrhein-Westfalen und damit ihr bestes Ergebnis seit Beginn der Quotenmessungen. Die elf Studios produzieren jeweils eine eigene „Lokalzeit“-Ausgaben für ihre Region. 2011/12 setzte der WDR seine Qualitätsoffensive für die „Lokalzeit“ fort. Dabei wurden nun alle Bereiche der Produktion sowie die freien Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen einbezogen. Die „Aktuelle Stunde“ im WDR Fernsehen pflegt über ihre facebook-Präsenz einen intensiven Austausch mit den Zuschauerinnen und Zuschauern. Mehr als 22.400 Fans zählt die Seite (Stand Oktober 2012), über die auch Links auf die AKS-eigenen Internetseiten und die Mediathek verbreitet werden.

Bei aktuellen politischen und gesellschaftlichen Ereignissen profitierte die ARD von der Kompetenz der Kolleginnen und Kollegen vor Ort. Der BR begleitete die Special Olympics im Mai 2012 in München als Medienpartner. Der HR lieferte die Infos zu Inbetriebnahme der neuen Landebahn am Flughafen Frankfurt, der Internationalen

Automobilausstellung und der Buchmesse, der Frauenfußball-WM oder der Neueröffnung des „Städel-Museums“. Der MDR berichtete 2011 vom Evangelischen Kirchentag in Dresden, vom Papstbesuch in Thüringen und 2012 von den Jubiläumsfeierlichkeiten 800 Jahre Anhalt. In Norddeutschland erlaubte die zunehmend über die Mediengrenzen hinweg vernetzte Recherche beim NDR besondere journalistische Leistungen. Dazu zählten die Berichterstattungen über den Skandal um dioxinverseuchtes Futtermittel Anfang 2011, den Ausbruch des EHEC-Virus', die Diskussion um CO₂-Speicher im Norden und schließlich auch über die Lieferung von deutscher Spähtechnologie in den Oman. Auch die umfangreiche Berichterstattung rund um die Festnahme und den Prozess gegen den als „Maskenmann“ bekannt gewordenen Kinderschänder Martin N. ist durch übergreifende Zusammenarbeit ermöglicht worden. Radio Bremen war im November 2011 und 2012 erneut Treffpunkt regionaler Fernsehmacher beim ARD-Regionalwettbewerb „Bremer Fernsehpreis“. Im Jahr 2011 berichtete der RBB ausführlich über die Wahlen zum Berliner Senat. Aktuell, hintergründig, in Sondersendungen und Serien waren die Programme der Parteien, der Wahlkampf und der Wahlausgang ein Schwerpunktthema. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf der Piratenpartei, die erstmals in ein Landesparlament einzog. Wichtige Themen der regionalen Berichterstattung waren 2011 außerdem das Gedenken zum 50. Jahrestag des Mauerbaus und der 200. Todestag Heinrich von Kleists. 2012 stand ganz im Zeichen Friedrich des II., dessen 300. Geburtstag am 24. Februar mit einem Festakt begangen wurde. Neben der Live-Übertragung der offiziellen Feierlichkeiten widmete der RBB Friedrich II. das Dokudrama „Friedrich - ein deutscher König“ mit Katharina und Anna Thalbach als altem und jungen König, sowie zahlreiche Sendungen und Serien. Ein weiterer Schwerpunkt war 2012 die Berichterstattung über den neuen Flughafen Berlin-Brandenburg und die Hintergründe über die immer wieder verschobene Eröffnung. 2012 feierte die Domowina, der Dachverband der Sorben, seinen 100. Geburtstag. Das Studio Cottbus des RBB mit seinem sorbischen Programm engagierte sich dabei als Medienpartner und berichtete in Schwerpunkt-Sendungen über das Jubiläum. Die beiden herausragenden Themen im Saarland im Jahr 2012 waren politischer und gesellschaftlicher Natur. Nach dem Ende der Jamaika-Koalition wurde am 25. März ein neuer Landtag gewählt. Diese überraschende, weil vorgezogene Landtagswahl begleitete der Saarländische Rundfunk für die gesamte ARD. Einen weiteren Themenschwerpunkt bildete das politisch beschlossene Ende des Bergbaus an der Saar, das ebenfalls in allen SR-Medien intensiv begleitet wurde, in der Vorberichterstattung ebenso wie mit eigenen Thementagen im direkten Umfeld des Stichtages 30. Juni. Der SWR beleuchtete u.a. die beiden großen Streitthemen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz - das Bahnprojekt Stuttgart 21 und den Ausbau des Nürburgrings von Beginn an kritisch und konnte dabei investigative Schwerpunkte setzen. Die Landtagswahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz im März 2011 wurden mit einer umfangreichen Sonderberichterstattung begleitet. Beim 60-jährigen Landesjubiläum von Baden-Württemberg setzte der SWR programmliche Höhepunkte, die Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Regionen des Landes in den Fokus nahmen. Aus Rheinland-Pfalz wurde sowohl im SWR Fernsehen als auch im ARD-Programm umfangreich über die Heilig Rock Wallfahrt in Trier berichtet. Der WDR informierte im Frühjahr 2012 aktuell und umfassend über das Scheitern der NRW-Landesregierung und die darauffolgenden Landtagswahlen am 13. Mai 2012.

Die Berichterstattung in der Region ist Ausdruck und Förderung der jeweiligen Identität. Regionale Kompetenz heißt aber auch neben aktueller Berichterstattung aus den Regionen die Heimat in ihrer Vielschichtigkeit zeitgemäß abzubilden. Die Krimis der Reihen „Tatort“ und „Polizeiruf 110“ waren wegen ihrer realitätsnahen Milieuschildern aus allen Regionen Deutschlands beim Publikum wieder überaus beliebt. Am

Vorabend startete das Erste unter dem Reihentitel „Heiter bis tödlich“ eine Reihe von Regionalkrimis, die auch auf diesen Sendeplätzen für Lokalkolorit sorgten. Die bewährten Vor- und Hauptabendserien im Ersten wie „Großstadtrevier“, „Familie Kleist“, „Der Dicke“ oder „Mord mit Aussicht“ zeichneten ebenfalls ein lebendiges Bild verschiedener Städte (siehe auch Kapitel 4: Unterhaltung/Bericht/Fiktionale Unterhaltung).

Der Bayerische Rundfunk entstaubte den Heimatbegriff mit der bayerischen Daily „Dahoam is dahoam“, populären Regionalkrimis und dem ersten Klufftinger-Fall im Ersten mit dem Titel „Milchgeld“. Neben etablierten Informationsformaten wie „Unter unserem Himmel“ oder „Wir in Bayern“ zeigten Doku-Reihen wie „Kebab weiß-blau“ oder „Gernstl – Sieben mal Bayern“ die Vielfalt und Lebendigkeit des Freistaats. Auf besondere, zeitgenössische Art vermittelten Mehrteiler wie „Das Bayerische Jahrtausend“ Zeitgeschichte für alle Zuschauerschichten und Altersgruppen. In traditionsreichen Sendungen wie „Jetzt red i“ oder dem neu gestalteten „BR unterwegs – Gespräch mit dem Intendanten“ begaben sich die Programmleute zu den Zuschauerinnen und Zuschauern in die Region. Das hr-Fernsehen ließ die Zuschauerinnen und Zuschauer zum einen über die schönsten Landschaften, Städte, Kirchen oder Landgasthäuser ihres Landes abstimmen. Zum anderen prägte auch die Lage in der Mitte Deutschlands die hessische Identität und so zählten der intensive Austausch mit den Nachbarn und, verstärkt durch die Eigenschaften des Flughafen- und Bankenstandorts Frankfurt, auch der Blick in die Welt zum Inhalt vieler Sendungen. Zur Tradition im MDR Fernsehen gehörte die alljährliche Übertragung der Bergparaden im Erzgebirge zur Weihnachtszeit. Zwölf Mal jährlich sendete das MDR Fernsehen ein spezielles Angebot für die in der Oberlausitz lebende Volksgruppe der Sorben in sorbischer Sprache. Regionale Themen, zeitgeschichtliche und aktuelle, greifen am Dienstag und Mittwoch zur Hauptsendezeit die Reportagereihen „Der Osten – entdecke wo Du lebst“, „Exakt – die Story“ und „Spur der Ahnen/Spur der Täter“ auf. Der RBB baute die regionale Unterhaltung 2011/2012 weiter aus. Neben dem bewährten Comedy-Talk mit Kurt Krömer haben sich „Kesslers Expeditionen“ fest etabliert. Als reisender Moderator mit dem besonderen Blick war auch Dieter Moor mit dem inzwischen etablierten „Bauer sucht Kultur“ erfolgreich. Auch in einem neuen Format „Bauer sucht Koch“ beschäftigte er sich mit den intensiven kulturellen Verbindungen zwischen dem Land Brandenburg und der Stadt Berlin. Akzente im Land setzte das SR Fernsehen mit der Veranstaltungsreihe „SR Fernsehen vor Ort“. Sie war Kern der Marketing-Strategie des SR Fernsehens, auf sein Publikum zuzugehen und direkte Kommunikation zwischen Machern und Zuschauern herzustellen. Bei „SR Fernsehen vor Ort“, das in enger Kooperation mit saarländischen Städten und Gemeinden stattfand, präsentierte sich das SR Fernsehen mit all seinen Facetten (Menschen, Sendungen, Aktionen, Ausbildung, Technik) und sendete seinen Vorabend live aus der jeweiligen Gemeinde – Fernsehen zum Anfassen. Auch der SWR spiegelte in seinem Programm einen modernen Heimatbegriff: Als Federführer der ARD-Themenwoche 2011 „Der mobile Mensch“ stellte der SWR im Fernsehfilm fürs Erste „Carl und Bertha“ seine regionale Kompetenz unter Beweis. Der Film über den Erfinder des Automobils Carl Benz entstand außerdem im Rahmen des 125-jährigen Jubiläums des Automobils. Mit dem aufwändigen Echtzeit-Ereignis „Hautnah-Heiligabend“ zeigte der SWR an Heiligabend 2011 neun Stunden lang, wie 30 Menschen im Südwesten zeitgleich das Weihnachtsfest feierten – vom Wanderschäfer bis zum Feuerwehrmann. Bei „Leckere Landpartie – eine kulinarische Reise“ stellten fünf Landfrauen aus dem Sendegebiet die regionale Küche vor und erkundeten deren Eigenheiten. Die Sendung „99 Lieblingsorte in Nordrhein-Westfalen“, die am Ostermontag 2011 im WDR Fernsehen ausgestrahlt wurde, spiegelte die regionale Bandbreite des Landes im Programm wider. Die elf Ausgaben der Lokalzeit, „Daheim und unterwegs“ sowie der Programmbereich Unterhaltung, Familie & Kinder suchten

gemeinsam mit den Zuschauern die 99 Lieblingsorte im Land. Das Abstimmungsergebnis wurde in einer zweistündigen Sendung präsentiert. Auf Platz 1 schaffte es der Prinzipalmarkt in Münster. In den Sommerferien 2012 erkundete die „Bustour“ der „Aktuellen Stunde“ die Ostseeküste und machte sich in Polen, Litauen, Lettland, Estland und Finnland auf Spurensuche nach den Wurzeln vieler Menschen in Nordrhein-Westfalen. In drei Sommerwochen im Juli und August wurden 16 Folgen „Bustour“ in der „Aktuellen Stunde“ ausgestrahlt. Der WDR bietet einen wöchentlichen Primetime-Sendeplatz am Freitagabend um 20.15 Uhr ausschließlich für regionale Dokumentationen, die sich mit der Geschichte, den Menschen und dem Land NRW beschäftigen. Hier wurde die NRW-Doku-Reihe „Wie x nach y kam“ in den Jahren 2011/12 mit insgesamt vier Neuproduktionen fortgesetzt: „Wie Winnetou nach NRW kam“, „Wie die Pizza ins Ruhrgebiet kam“, „Wie der Döner an den Rhein kam“ und „Wie das Eis ins Ruhrgebiet kam“. Reporter Christian Dassel besuchte in der Reihe „Wir sind NRW“ Personen und Landschaften u. a. im Ruhrgebiet oder am Niederrhein. Die Reihe „Dynastien in NRW“ wurde u. a. mit einer Folge über „Die Kirmes-Könige: Familie Schneider“ fortgesetzt und in 2012 um die neu konzipierte Reihe „Adelsdynastien in NRW“ mit einer Folge über „Die Fürsten zu Sayn-Wittgenstein-Berleburg“ erweitert.

Mit dem kulturellen Leben in den Regionen verbindet die ARD eine enge Beziehung. So unterhalten die meisten Landesrundfunkanstalten Medienpartnerschaften und Kooperationen mit ausgewählten Kultureinrichtungen wie zum Beispiel der HR mit dem Senckenbergmuseum, dem Frankfurter Städel und dem Museum Wiesbaden. 2012 begleitete das hr-Fernsehen intensiv das alle fünf Jahre stattfindende Topereignis für moderne Kunst, die 13. documenta in Kassel. Der MDR kooperiert z.B. mit der Hochschule für Musik Franz Liszt Weimar. Der RBB präsentierte z.B. „Friederisiko“, die große Friedrich-Ausstellung in Potsdam und die Musikfestspiele Potsdam-Sanssouci. In den SR-Programmen nahmen alljährlich regionale kulturelle Leuchtturm-Veranstaltungen im Saarland einen zentralen Platz ein, so das für deutsche Nachwuchs-Filmemacher bedeutende Saarbrücker Filmfestival Max Ophüls Preis im Januar. Im Mai 2012 präsentierte der SR den internationalen Kabarett-Preis „Salzburger Stier“ auf dem Halberg. Unter anderem inszenierte das SWR Fernsehen im Juli 2012 gemeinsam mit der Stuttgarter Oper die Premiere des „Don Giovanni“ als trimediales Großereignis, bei dem Harald Schmidt live hinter den Kulissen und vom Public Viewing im Stuttgarter Schlosspark berichtete. Die Deutsche Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern beteiligte sich außerdem an zahlreichen Kulturereignissen in Rheinland-Pfalz und kooperierte mit Kulturträgern wie zum Beispiel beim Kultursommer Rheinland-Pfalz. Der WDR war wieder Medienpartner und Co-Veranstalter des Literaturfestivals lit.Cologne. Darüber hinaus gestalten die Landesrundfunkanstalten in ihren Dritten Programmen Kulturmagazine mit regionalem Schwerpunkt.

Die Höhepunkte der Sitzungen und Umzüge aus den Karnevals-, Faschings- und Fastnachtshochburgen Deutschlands ließen regionales Brauchtum im Ersten bundesweit sichtbar werden. Show- und Comedygrößen aus den Dritten Programmen bereichern das Unterhaltungsangebot im Ersten.

Sowohl im Ersten als auch in den Dritten Programmen hat der Regionalsport eine große Bedeutung. Dafür standen die Sendungen über die Fußball-Regionalligen in den Dritten Programmen und die Regionalligaberichterstattung in der „Sportschau“ im Ersten.

Regionale Kompetenz

LEITLINIEN 2013/14

Der regionalen Berichterstattung des Bayerischen Fernsehens, die sich im Regionalsplitting um 17.30 Uhr widerspiegelt (hier berichten „Abendschau – Der Süden“ bzw. „Frankenschau aktuell“ ausführlich aus den Regionen Bayerns) wird im kommenden Jahr auch im „Rundschau-Magazin“ um 21.45 Uhr ein stärkerer Fokus gewidmet. Das Jahr 2013 wird im BR zudem im Zeichen der Bundestagswahl und der Landtagswahl in Bayern stehen. Darüber hinaus wird der Heimatbegriff auch weiterhin in Regionalkrimis modern und zeitgemäß umgesetzt: 2013 wird die vor sechs Jahren begonnene Reihe mit „Paradies 505 nonlinear. Ein Niederbayernkrimi“ fortgesetzt. Der MDR wird 2013 wieder von der Leipziger Buchmesse und dem Dresdner Semperoperball sowie als besonderer Höhepunkt von den Feierlichkeiten zum 200. Jahrestag der Leipziger Völkerschlacht und der Befreiungskriege berichten. Weitere trimediale Schwerpunkte werden der 200. Geburtstag Richard Wagners sowie die Berichterstattung zu den „World Skills“, der Weltmeisterschaft der Handwerksberufe sein, die 2013 in Leipzig stattfindet.

Unter dem Motto „Bremen unterm Hakenkreuz“ will Radio Bremen 2013 Archivschätze heben: Dokumente aus der Zeit vor 80 Jahren, die in Archiven schlummern oder im Privatbesitz sind und die bisher nicht veröffentlicht wurden. Diese Sammlung soll crossmedial aufbereitet werden: Neben der Produktion von Sendungen und Beiträgen für Hörfunk und Fernsehen werden die Dokumente auch online zur Verfügung gestellt.

Kern der regionalen Berichterstattung des RBB bleiben die täglichen Nachrichtenmagazine „Abendschau“ und „Brandenburg aktuell“ sowie die Spätausgabe der „RBB-aktuell“-Nachrichten. In den nächsten Jahren sollen sich die inhaltlich klar profilierten Nachrichtenmagazine formal weiter entwickeln. Neben einer moderneren Bildsprache sollen Social-Media-Akzente die Sendungen für ein jüngeres Publikum zugänglicher machen. Der RBB will 2013/14 weitere multimediale Kompetenzzentren aufbauen. An erster Stelle steht dabei die Wissenschaft, die für die Wissenschaftsregion Berlin-Brandenburg wichtig ist und in der Berichterstattung über die unterschiedlichsten Lebensbereiche eine Rolle spielt. Neben diesem inhaltlichen multimedialen Schwerpunkt wird sich der RBB technisch auf die Bedürfnisse trimedialer Produktion einstellen. Die Bundestagswahl 2013 und die Wahl zum Brandenburger Landtag 2014 werden Schwerpunkte der aktuellen Berichterstattung sein. Der RBB wird sich 2013 zahlreichen historischen Jahrestagen widmen. In seinen Programmen wird der RBB unter anderem an den 80. Jahrestag des Reichstagsbrandes, des sogenannten „Ermächtigungsgesetzes“ und der Bücherverbrennung erinnern. 2013 begeht der Hörfunk in sorbischer Sprache seinen 60. Geburtstag. Der RBB wird dieses Jubiläum in seinen sorbischsprachigen Hörfunk- und Fernsehsendungen begehen. Fortsetzen will der RBB 2013 die Langzeit-Dokumentation eines Berliner Kiezes und seiner Bewohner, „Berlin Ecke Bundesplatz“, die seit Mitte der achtziger Jahre einen städtischen Mikrokosmos portraitiert. 2014 wird im Zeichen des 25. Jahrestags des Mauerfalls stehen. Der RBB wird die Ereignisse und Schauplätze der friedlichen Revolution mit Dokumentationen, Serien und Sondersendungen würdigen. Geplant ist zum Beispiel eine Portraitreihe „Wir Ostdeutschen“ mit 25 unterschiedlichen Biographien.

Der SWR setzt in 2013/14 weiter auf Regionalität. Regionale Themen aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sollen konsequent für alle Programme, Medien und Zielgruppen im SWR umgesetzt werden. Dabei wird das Langzeitthema Stuttgart 21 auch in den kommenden Jahren im Fokus der Berichterstattung stehen. Zudem ist

Baden-Württemberg 2013 Gastgeber der Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit. 2014 wird der SWR über die Ausstellung im Badischen Landesmuseum „600 Jahre Konstanzer Konzil“ berichten, ein Ereignis, das als wichtiges welthistorisches Event auf baden-württembergischen Boden gewertet wird. In Rheinland-Pfalz bleibt die Entwicklungen rund um die Stützpunkte des US-Militärs in Rheinland-Pfalz ein wichtiges Thema. Darüber hinaus wird der SWR den begonnenen Reformprozess zum Umbau der Studios in trimediale Informationseinheiten weiter ausbauen. Ziel ist es, alle Zielgruppen stärker mit regionalen und aktuellen Themen zu erreichen. Dazu gehört auch die Optimierung des Online-Angebots über die nachrichtenorientierte Einstiegsseite.

Für die Jahre 2013 / 2014 plant der zuständige WDR-Programmbereich neue Doku-Reihen mit NRW-Bezug bzw. regionalem Bezug. Das Format „Heimatabend“ wird weiterentwickelt – vorgesehen sind vier bis sechs Ausgaben aus Städten des Rheinlands und des Ruhrgebiets bzw. Westfalens – sowie die neuen je vierteiligen Dokumentationen „Wir vor 100 Jahren“ und „NRW von oben“. Außerdem werden u. a. die erfolgreichen Reihen „Vorfahren gesucht“ mit vier und „Wir sind NRW“ mit vier bis sechs Folgen fortgesetzt.

Die Dritten Programme werden auch in Zukunft am Sonntagabend die Möglichkeit haben, über die Sonntagsspiele der ersten Fußballbundesliga zu berichten.

10. Trennung von Werbung und Programm

BERICHT 2011/12

In ihren Leitlinien hat die ARD stets die klare Trennung von Werbung und Programm als einen der wichtigsten Grundsätze des öffentlich-rechtlichen Selbstverständnisses bezeichnet. Aus diesem Grund hat die ARD in der Neufassung ihrer Werberichtlinien vom 12. März 2010 der Kennzeichnung der Werbung und Trennung vom Programm weiter oberste Priorität eingeräumt:

- Werbung muss danach als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.
- Sie darf nur ausgestrahlt werden, wenn sie nach Inhalt und Art der Gestaltung nicht mit anderen Programmteilen verwechselt werden kann.
- Werbung und Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen.
- Die Umsetzung der Vorgaben aus dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ist in der Praxis ohne nennenswerte Probleme erfolgt.
- Die Kennzeichnungspflicht unentgeltlicher Produktionshilfe im Fernsehen durch Einblendung eines Logos („P“) wird in der Praxis ohne Probleme realisiert. Aus Gründen umfassender Transparenz werden für den Fall der Produktionshilfe bei Eigen-, Auftrags-, und Koproduktionen die Produktionshelfer im Abspann der Sendung genannt.
- Beim Einsatz unentgeltlicher Produktionshilfe wird gesondert auf die Gewährleistung redaktioneller Unabhängigkeit geachtet. Die dazu in den Werberichtlinien verankerten Kriterien haben sich bewährt.
- Die sonstigen Auslegungs- und Umsetzungsfragen, die sich aus dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ergeben haben, wurden gemeinsam mit dem ZDF einheitlich beantwortet und in Regeln für den redaktionellen Alltag umgesetzt.

Die im Rahmen des Schleichwerbeskandals bei der Bavaria im Jahre 2005 beim SWR gebildete „Clearingstelle Schleichwerbung“ erreichen nur noch wenige Anfragen und Hinweise zur Thematik der Trennung von Werbung und Programm. Den eingegangenen Hinweisen wurde jeweils im Einzelfall nachgegangen, sie konnten in jeder Beziehung zufriedenstellend beantwortet werden. In keinem einzigen Fall hat sich dabei ein Verstoß gegen die Grundsätze der Trennung von Werbung und Programm ergeben.

Im Mai 2012 haben die Landesmedienanstalten zu einer Änderung der TV-Werberichtlinien für den privaten Rundfunk das Benehmen nach § 46 Rundfunkstaatsvertrag mit ARD und ZDF hergestellt. Die geringfügigen spezifischen Änderungen der Richtlinien für den privaten Rundfunk ergaben keinen Anlass für ARD und ZDF auch ihre Werberichtlinien zu verändern. Bei dieser Gelegenheit wurden auch die Erfahrungen in der Anwendung der Werberichtlinien ausgetauscht.

Trennung von Werbung und Programm

LEITLINIEN 2013/14

ARD und ZDF halten Werbung und Sponsoring für die Finanzierung der Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch in Zukunft für unverzichtbar. Die damit verbundenen Einnahmen sind vom Gesetzgeber vorgesehen und entlasten den Gebührenzahler um rund 450 bis 500 Millionen Euro jährlich. Ein Verbot von Werbung und Sponsoring für ARD und ZDF würde daher entweder eine höhere finanzielle Belastung für den Beitragszahler oder schmerzhaftes Einschnitte im Programm bedeuten. Es ist jedenfalls nicht zu erwarten, dass der ab 2013 geltende geräteunabhängige Rundfunkbeitrag finanzielle Spielräume eröffnet, um Werbung und Sponsoring voll kompensiert abschaffen zu können.

Ab 2013 gelten nach den Bestimmungen des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages für das Sponsoring von ARD und ZDF die zeitlichen Beschränkungen wie bei der Werbung. ARD und ZDF werden daher ab 2013 nach 20 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen keine Fernsehsendungen mehr sponsern. Eine Ausnahme gilt lediglich für die Übertragung von Sportgroßereignissen. Insgesamt erwarten die Rundfunkanstalten dadurch Mindereinnahmen in Höhe von rund 25 Millionen Euro jährlich.

Das Gebot der klaren Trennung von Werbung und Programm wird auch weiterhin ein besonderes Anliegen der ARD sein. Da es nach dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag keine gesetzlichen Neuerungen mehr für die Trennung von Werbung und Programm gegeben hat, bleiben die für die ARD in den Leitlinien 2011/2012 aufgestellten Verpflichtungen ebenso weiter bindend wie die Werberichtlinien, die letztmalig im Frühjahr 2010 an die Erfordernisse des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages angepasst wurden.

11. Digitale Perspektiven

BERICHT 2011/2012

Die Verbreitung der analogen Satelliten-Signale wurde zum 30. April 2012 beendet. Darauf hatten sich die Marktteilnehmer unter der Federführung der ZAK/Medienanstalt Berlin-Brandenburg in 2009 verständigt. Die ARD-Programme für den Direct-to-home-Empfang (DVB-T, DVB-S) und für die Kabelweitersendung werden seitdem ausschließlich mit dem digitalen Sendesignal sowie mit einer leistungsgebundenen Übergabe durch das ARD-KCC (Kabel Compression Center) bereitgestellt. Um den zunächst marktgetriebenen Prozess der Digitalisierung der Fernseh-Haushalte am Schluss zu beschleunigen, hat die ARD gemeinsam mit dem ZDF, den privaten Programm-Anbietergruppen RTL/Pro7Sat1 und dem VPRT in einem gemeinsamen Projektbüro entsprechende Kommunikationsmaßnahmen abgestimmt.

Die Abschaltung der analogen Satelliten-Verbreitung ermöglichte ab 2012 eine Mittelumschichtung in den Landesrundfunkanstalten und Gemeinschaftseinrichtungen für den Ausbau von HDTV. Dies galt gleichermaßen für die Sende-Infrastruktur und für die Programmproduktion sowie die Auftragsproduktionen. Ab dem 30. April 2012 wurden neben dem Ersten und ARTE auch die Dritten Programme des BR, NDR, SWR und WDR sowie 3sat, Phoenix und KiKA simulcast in HDTV bereitgestellt. Gleichzeitig wurde von ARD und ZDF an der Strategie des freien Zugangs und der unverschlüsselten Verbreitung der HDTV-Programme festgehalten.

Mit der durch ETSI 2010 standardisierten HbbTV-Plattform steht den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten sowie den ARD-Gemeinschaftseinrichtungen eine interoperable Plattform für die Bereitstellung nonlinearer Programmprodukte zur Verfügung. Mit dem für die TV-Programmveranstalter aus dem linearen Programm heraus exklusiven Zugang über den Red-Button werden neben der Startleiste und den Bewegtbild-Angeboten in den Mediatheken u.a. eine 14tägige Programmvorschau (EPG) mit 7-Tage-Rückblick, ein in Design und Nutzungsoptionen weiterentwickelter Videotext sowie Sendungs- und Event begleitende Services angeboten.

Der ARD wurde es damit möglich, ihre Programme in einem erheblichen Umfang über die HbbTV-Plattform auch non linear für eine zeitsouveräne und individuelle Nutzung bereitzustellen. Auch ergänzende Programmangebote wurden möglich, so z.B. das Livestreaming von etwa 900 Stunden Olympia-Berichterstattung aus London, zusätzlich zu den Sendungen im Ersten und im ZDF.

Fernsehen auf mobilen Endgeräten, ob lineare Programme oder nonlineare Abrufangebote, hat im Zuge der fortschreitenden technischen Entwicklung und des sich verändernden Mediennutzungsverhaltens einen erheblichen Marktanteil erreicht. Die ARD hat dafür entsprechende Programme, wie z.B. die „Tagesschau“-App und die „Sportschau“-App entwickelt und ihre Programmprodukte gezielt multimedial ausgerichtet. Im Ergebnis ist es der ARD gelungen, im Wettbewerb der Anbieter in diesem Marktsegment Maßstäbe zu setzen.

Mit der konzeptionellen Weiterentwicklung der Digitalprogramme unter der Federführung des NDR für tagesschau24, des SWR für EinsPlus und des WDR für Einsfestival wurde das Ziel einer ausdifferenzierten Angebotsstruktur im Rahmen der vorhandenen finanziellen Spielräume weiter verfolgt.

tagesschau24

Der digitale Informationskanal unter Federführung des NDR wurde 2011/12 kontinuierlich zu einem aktuellen Nachrichtenportal für alle Ausspielwege weiterentwickelt. Das Informationsprofil wurde weiter geschärft und der Aktualitätsanteil verstärkt. Die Umbenennung von EinsExtra in „tagesschau24“ am 1. Mai 2012 war von großer strategischer Bedeutung. Der ARD-Nachrichtenkanal bietet die Gewähr dafür, dass die ARD im Falle besonderer Ereignislagen jederzeit reaktionsfähig ist und sowohl redaktionell wie auch technisch in der Lage ist, Sondersendungen in „Tagesschau“-Qualität zu produzieren. Mit der Umbenennung hat die ARD darüber hinaus deutlich gemacht, dass bei den Aktivitäten im Digitalbereich der Bereich der Nachrichten eine hohe Priorität hat.

„tagesschau24“ trägt mit seinem Alleinstellungsmerkmal „Nachrichten im Viertelstundentakt“ maßgeblich zum öffentlich-rechtlichen Kernauftrag der Information bei. Kein anderes Fernsehprogramm sendet so konsequent und umfangreich aktuelle Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport. Dieses Nachrichtenangebot wird durch die Übernahme aller „Tagesschau“- , „Tagesthemen“- , „Nachtmagazin“- und „Wochenspiegel“-Ausgaben sowie durch das stündliche Nachrichtenangebot „Tagesschau in 100 Sekunden“ ergänzt. Gleichzeitig ist die „Tagesschau in 100 Sekunden“ auch ein Nachrichtenangebot fürs Handy, das von allen großen Mobilfunkbetreibern kostenlos angeboten wird.

Über die aktuelle Berichterstattung in den Nachrichten hinaus wurden durch die Übernahme von „Brennpunkten“, von aktuellen politischen Sondersendungen und der Politik- und Wirtschaftsmagazine im Ersten oder den Dritten Programmen sowie von politischen Talkshows und im „Thema“ Hintergrundinformationen geboten. Bei „tagesschau24“ werden die vorhandenen Strukturen, insbesondere das weltweite Korrespondentennetz der ARD und die regionale Kompetenz in den Landesrundfunkanstalten durch Übernahme von Regionalmagazinen, optimal genutzt.

In Abstimmung mit der ARD-Hörfunkkommission kann tagesschau24 über das Informationsprogramm NDR Info auf die Berichte und Reportagen der Hörfunkkorrespondenten der ARD zugreifen. Diese Kooperation trägt wesentlich zur journalistischen Profilierung und zur Themenvielfalt des erweiterten Angebots von „tagesschau24“ bei.

EinsPlus

EinsPlus, das generationenübergreifende Service- und Wissensprogramm unter Federführung des SWR, hat auch 2011/12 sein Profil geschärft. So wurden die bestehenden Eigenproduktionen, das junge Trendmagazin „in.puncto“, der Lebenshilfe-Talk „leben!“ und die Wissenscomedy „Es geht um mein Leben“ konsequent weiterentwickelt. Den Charakter eines hochwertigen Familienprogramms mit praktischem Mehrwert prägten auch die dreistündigen Schwerpunkt-Programmierungen am Sonntagnachmittag, in denen hochwertige Dokumentationen aus der ARD thematisch gebündelt präsentiert wurden.

Besondere Anstrengungen wurden in den vergangenen beiden Jahren unternommen, um jugendliches bzw. junges Publikum anzusprechen. Dazu wurden in crossmedialer Zusammenarbeit junge Fernsehformate entwickelt und gesendet, die sich ausdrücklich an Zuschauer zwischen 14 und 29 Jahre richten. Ergänzt wurde dies durch Übernahmen junger Sendungen aus den Programmen der ARD wie „DASDING.tv“, „on3-südwild“ oder „Krömer – Die internationale Show“. In variantenreicher Form wurden so mit den Themen Musik, Gesellschaft, Internet und Medien, Gaming, Reisen und weiteren die Interessengebiete der jungen Generation behandelt und in moderner Drama-

turgie und Optik umgesetzt. Mit einer täglichen Programmierung der jungen Formate zwischen 20.15 Uhr und 0.30 Uhr wurde den Zuschauern verlässlich signalisiert, dass relevante Themen der jungen Lebenswelt auch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen zur besten Sendezeit präsentiert werden.

Einsfestival

Einsfestival hat sich anhand seiner klaren Zielgruppenorientierung weiter konsequent auf die zentralen Bedürfnisse eines jüngeren Publikums ausgerichtet. So ist die erste Eigenmarke, das Magazin „EINSWEITER“, mit inzwischen drei wöchentlich wechselnden Moderatorinnen bzw. Moderatoren unter anderem mit einem neuen Szenenbild erfolgreich verbessert worden. Wichtige neue Bausteine waren 2011 die Koproduktionen mit den jungen Radiowellen der ARD: Mit dem Sender YOU FM vom Hessischen Rundfunk wurde eine Sendung um die junge Video-Bloggerin coldmirror aufgebaut, – ein innovatives, trimediales Programm. Mit der Redaktion on3 vom Bayerischen Rundfunk wurde „Die allerbeste Sebastian Winkler Show“ entwickelt. Auch bei „on3-startrampe“ und „on3-südwild“ handelt es sich um Übernahmen vom Bayerischen Fernsehen. Mit 1LIVE, dem jungen WDR-Radio, ist der „1LIVE Talk mit Frau Heinrich“ entstanden. Des Weiteren wurden „DASDING.tv“ und „SWR3 latenight“, die Programme der Jugendwelle DasDing des SWR Fernsehens ins Programm übernommen.

Im September 2011 präsentierte Einsfestival bereits zum wiederholten Mal den New Music Award, den Nachwuchspreis der jungen ARD Radios. Im Rahmen der Internationalen Funkausstellung und in Kooperation mit dem RBB und Radio Fritz bot außerdem die Konzertaufzeichnung „Fritz – die neuen Deutschpoeten“ ein echtes Highlight im Programm.

Für ein modernes Fernsehprogramm ist multimediale Vernetzung eine Selbstverständlichkeit. Einsfestival nutzt alle Gestaltungsformen des Fernsehens und ergänzt und vertieft sie durch eine attraktive Online-Präsenz – auch durch vernetzte Online Angebote im Standard HbbTV. Seit der Internationalen Funkausstellung 2011 bietet Einsfestival eine HbbTV-Mediathek und präsentiert hier aktuelle Eigenproduktionen auf Abruf auf dem großen Fernsehdisplay.

Mediathek

Die Das Erste Mediathek präsentiert dem Internet-Nutzer Videoinhalte des Ersten zum zeitsouveränen Abruf in einer hohen Qualität und bündelt so das audiovisuelle Angebot von DasErste.de. Im Berichtszeitraum konnte das Video-on-Demand-Angebot der Das Erste Mediathek weiter ausgebaut werden. So stehen unterdessen rund 85 Prozent des Gesamtprogramms des Ersten nach Ausstrahlung als Video zum Abruf zur Verfügung. Die Nutzungszahlen und Videoabrufe stiegen kontinuierlich an. Ende 2012 wurden bis zu 30 Millionen Videoabrufe pro Monat gezählt.

Im Jahr 2011 wurde die Das Erste Mediathek neu gestaltet. Der Relaunch beinhaltete eine modernere Erscheinungsform, optimierte Nutzerführung, neue Features wie ein Archiv und eine „Merkliste“, anhand derer sich die Nutzerinnen und Nutzer eine Playliste zusammenstellen können.

Der Zugang/die Suche erfolgt am einfachsten über redaktionelle Teaser, das A-Z, über „Sendung verpasst“ (Kalender) und/oder über die Textsuche. Auch ein thematischer Zugang ist möglich (zum Beispiel „Kinder“). Kindersendungen werden zudem über CheckEins.de gebündelt – hier finden Kinder geeignete Videos in einem geschützten Umfeld - ohne Videos für Erwachsene in direkter Nachbarschaft. Sendungen des

Ersten, die von DasErste.de produziert werden und in der Das Erste Mediathek zu finden sind, werden auch der ARD Mediathek zugeliefert (Metadatenzulieferung).

Alle Videos, die DasErste.de für die Mediatheken produziert, werden, wie in den Leitlinien 2011/2012 angekündigt, unterdessen auch in einem zusätzlichen Format für die HbbTV-Mediathek des Ersten bereit gestellt. Bei entsprechenden TV-Geräten lässt sich so die Das Erste Mediathek über den „Red Button“ direkt auf dem Fernsehgerät nutzen. Dazu passend wurden vermehrt ganze Sendungen angeboten – der Fokus lag dabei genauso auf Qualitätsprogrammen für kleinere Publika wie auf erfolgreichen Informations-, Ratgeber- und Kindersendungen und Unterhaltungsformaten, darunter die Spielfilme (Freitagsfilme und FilmMittwoch im Ersten), die Haupt- und Vorabendserien sowie der „Tatort“ und „Polizeiruf 110“. Die HbbTV Mediatheken der ARD wurden Ende 2012 einem Relaunch unterzogen. Die Darstellung der Inhalte wurde so fernsehge-rechter und übersichtlicher. Im Mittelpunkt steht ein Markenschaufenster (Startseite), das die wichtigsten Sendungsformate des Ersten präsentiert.

Ebenfalls umgesetzt wurden die Ankündigungen, weitere Internetrechte für Video on Demand und Livestreaming einzuholen – und das Quellmaterial für die Videoproduktion vorab zu beschaffen. So können unterdessen die meisten Dokumentationen, Serien und Filme direkt nach Ausstrahlung als Video angeboten werden. Die Verweildauer von Videos des Ersten in der Das Erste Mediathek stieg ebenfalls an – die Online-Rechteklärung wird in der Regel frühzeitig von den Häusern vorgenommen. Fernsehfilme dürfen aus rechtlichen Gründen zwar meist nur sieben Tage als Video angeboten werden (7 Day Catchup), aber v.a. Reportagen und Dokumentationen stehen immer häufiger und immer länger zur Verfügung. Die Verweildauerfristen in den Telemedienkonzepten sind als maximale Fristen zu verstehen, die man leider nicht immer voll ausnutzen kann. Wann immer es möglich ist, wird bei Magazinen auch die ganze Sendung angeboten. Ist einmal nur ein Beitrag freigegeben (oftmals bei „tvt“ der Fall), kann dies leider nicht erfolgen.

Zudem wurde die Untertitelung von Sendungen in der Mediathek ausgeweitet. Einzelne Videos standen bereits 2011 als Version mit Gebärdensprachdolmetscher bereit. Folgende Sendungen wurden Ende 2012 mit Untertitel in der Mediathek angeboten: „Tatort“, „Polizeiruf 110“, Spielfilme, Märchenfilme, „Gott und die Welt“, Ratgeber, Reportagen, Feature, Dokumentationen, „Weltreisen“, „Weltspiegel“, „Erlebnis Erde“, „W wie Wissen“, „Wissen vor 8“, „Europamagazin“, „Lindenstraße“, „Kopfball“, „Tageschau“ (20 Uhr), „In aller Freundschaft“, „Mord mit Aussicht“, „Sturm der Liebe“, „Das Wort zum Sonntag“, „Presseclub“, „Menschen bei Maischberger“, „Anne Will“. Die Untertitelung der Sendungen des Ersten erfolgt in einer Zusammenarbeit zwischen DasErste.de, ARD Text und ARD.de. Mit Gebärdensprachdolmetscher werden folgende Sendungen in der Mediathek angeboten: „Ratgeber: Bauen+Wohnen“, „Ratgeber: Heim + Garten“, „Ratgeber: Internet“, „hart aber fair“, „Wissen macht Ah!“, „Die Sendung mit der Maus“. (siehe auch Kapitel 7: Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen)

Über die Programmführer wird nun auch die Information, ob ein Video zur „verpassten Sendung“ verfügbar ist, automatisiert mitgeliefert. Soweit möglich wird auch im Vorfeld angekündigt, ob ein Livestream und/oder ein Video zur Sendung zur Verfügung stehen werden.

Weiterhin wurden Synergien effizient ausgeschöpft – so geht die redaktionelle Arbeit der Das Erste Mediathek Hand in Hand mit der Pflege des sendungsbegleitenden Ange-

bots von DasErste.de hinsichtlich Texten, Bildern, Rechteklärung, Metadaten und Zusammenarbeit mit den TV-Redaktionen. Ein neues Content Management System (Sophora) hat optimale technische Grundlagen dafür geschaffen. Rund 75-80 Prozent der Sendungen des Ersten, die in der ARD Mediathek und der Das Erste Mediathek abrufbar sind, wurden von DasErste.de produziert und auf den Servern von DasErste.de vorgehalten. So sind günstige Rahmenbedingungen hinsichtlich Storage- und Verbreitungskosten geschaffen worden. Eine ausführliche und detaillierte Darstellung der Das Erste Mediathek findet sich auch in den Telemedien Leitlinien.

Das Erste mobil

Mit der Begleitung des Programms des Ersten Deutschen Fernsehens bietet DasErste.de einen umfangreichen Service für die Zuschauer. Vor allem viele jüngere Zuschauer gehen unterdessen mit mobilen Geräten (Smartphones und Tablets) ins Internet. Für diese wachsende Zielgruppe bietet DasErste.de den Online-Programmführer (EPG) seit Juli 2012 auch mobil an (unter <http://m.daserste.de>). Dieses schlanke Angebot, dessen Darstellung für mobile Endgeräte optimiert ist, gibt einen Überblick über die nächsten vier Sendewochen des Ersten Deutschen Fernsehens und ist mit den Informationen auf den jeweiligen Sendungshomepages sowie mit Programmtrailern verknüpft. Zudem sind so verpasste Sendungen des Ersten als Video erstmals auf mobilen Geräten abrufbar.

Digitale Perspektiven

LEITLINIEN 2013/14

Nach dem Ende der analogen Satellitenverbreitung in Deutschland 2012 konnte gleichzeitig das HDTV-Programmangebot von ARD und ZDF ausgebaut werden.

Seit 30. April 2012 wurden die Dritten Programme des BR, NDR, SWR und WDR inklusive aller Regionalangebote sowie 3sat, Kika und PHOENIX in HD ausgestrahlt. Am 1. Januar 2014 werden auch die Dritten Programme des HR, MDR und RBB sowie die Digitalprogramme tagesschau24, EinsPlus und Einsfestival das unverschlüsselte und ohne Zusatzkosten frei zugängliche HDTV-Angebot der öffentlich-rechtlichen Programm-Veranstalter ergänzen. Der SR hat das Ziel sobald als möglich, spätestens 2015, seine Programme auch über einen HD-Transponder zu verbreiten. Für 2018 ist die HD-Aufschaltung der Dritten Programme von RB und BR-alpha geplant. Zu diesem Zeitpunkt wären dann alle öffentlich-rechtlichen Programme in HD verfügbar, so dass ein Ausstieg aus der digitalen Sat-SD-Signalbereitstellung und damit die Beendigung des SD/HD-Simulcast-Betriebes möglich wäre.

Der über SmartTV/HbbTV und damit über den Verbreitungsweg Internet mögliche individuelle Zugang zu Fernseh-Inhalten erweitert die Optionen erheblich, Fernsehen auf unterschiedliche Weise zu nutzen. Das lineare ARD-Programmangebot bleibt zwar für jedermann über die Rundfunksysteme erhalten. Die seit voraussichtlich 2013 im Regelbetrieb 24 Stunden sieben Tage bereitgestellten Mediatheken spielen aber für die zeitsouveräne und individuelle Programmabfrage eine große Rolle. Für den Erfolg der linearen und nonlinearen Angebote wird es von großer Bedeutung sein, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer über alle Möglichkeiten wie z.B. den exklusiven Zugang über den Red Button aus dem linearen Programm heraus umfassend informiert werden.

Im Zuge der Umsetzung der für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk neuen Kabelstrategie ab 2013, die eine Kabelweitersendung der Programme ohne Einspeiseentgelt vorsieht, kommt der Bewerbung des marktgetriebenen Digitalisierungsprozesses bei den Kabelkunden besondere Bedeutung zu. Insbesondere gilt es, die Zuschauerinnen und Zuschauer darauf hinzuweisen, dass das Digitalangebot der ARD im Kabel zum Beispiel mit den regionalen Fensterprogrammen und der verbesserten Bild- und Tonqualität im HD-Standard wesentlich umfangreicher ist.

Fernsehen – linear und nonlinear – auf mobilen Endgeräten bleibt vor dem Hintergrund des sich verändernden Mediennutzungsverhaltens ein auch für die ARD wichtiges Entwicklungssegment. Neben den bereits erfolgreich im Markt platzierten Entwicklungen Tagesschau-App und Sportschau-App und dem mobilen Programmführer des Ersten (m.daserste.de) sind darüber hinaus weitere App-Angebote wichtiger Programm-Marken in Planung.

Neben den gestreamten Programmangeboten, die über WLAN und z. T. über Mobilfunknetze erreichbar sind, liegt ein Schwerpunkt auf der technischen Weiterentwicklung der terrestrischen Rundfunksysteme, die mit einer signifikanten Effizienzsteigerung eine Rundfunk-Signalversorgung mobiler Endgeräte, wie z.B. Smartphones und Tablets, ermöglichen könnte.

tagesschau24

tagesschau24 muss in den kommenden Jahren als die Marke für Nachrichten und Information in Tagesschau-Qualität im Markt noch stärker etabliert und einer weiten Öffentlichkeit bekannt gemacht werden. tagesschau24 wird mit Inbetriebnahme des neuen Nachrichtenstudios 2013 wie alle anderen Formate von ARD aktuell aus diesem vollständig erneuerten Nachrichtenstudio gesendet. 2013 werden auch in den Abendstunden Nachrichten im Viertelstundentakt angeboten.

Kurznachrichtenformate wie die „Tagesschau in 100 Sekunden“ werden weiterhin auch linear angeboten und weiterentwickelt. tagesschau24 versteht sich aber auch als technischer Innovationsträger, der Marktentwicklungen beobachten und gegebenenfalls nutzen wird, um Nachrichten und Informationen auf jeder Plattform zur Verfügung zu stellen. Dabei dient tagesschau24 als Basis für das nonlineare on-demand Angebot der Tagesschau. tagesschau24 wird in Zukunft noch mehr Aufmerksamkeit auf die sozialen Netzwerke richten. Sie können Quellen von nachrichtlich relevanten Inhalten sein, aber auch Kommunikationsweg zwischen Redaktion und Nutzern und jüngere Publika erschließen.

EinsPlus

In Zukunft sollen auch in Zusammenarbeit mit anderen Landesrundfunkanstalten bestehende Formate optimiert und vor allem neue Formate entwickelt werden, die geeignet sind, ein junges Publikum zu unterhalten und zu informieren. Dies in einer Ansprache, Optik und Gesamtgestaltung, kurz einem „mood“, der attraktiv für die junge Zielgruppe ist. EinsPlus versteht sich in dieser Weise zunehmend im Bouquet der Digitalkanäle als „Labor“ im Versuch, mit seinen Formaten der Jungen Leiste die Kluft zwischen „jung“ und „öffentlich-rechtlich“ zu überwinden: Es will Verständnis für gesellschaftliche Entwicklungen und Zusammenhänge und Orientierung im komplexer werdenden Alltag zu vermitteln. Service und Wissen sind Angebote an die nachwachsende Generation. Beispiele hierfür sind die Formate „Mission Mittendrin“, „Klub Konkret“ oder „Braintuning“ sowie der zu entwickelnde Pilot eines Facebook-Formates „Der Freund meiner Freunde“. Diese Angebote eröffnen auch dem journalistischen und

technischen Nachwuchs der ARD und neuen Moderationspersönlichkeiten eine attraktive Programmwerkstatt und Probefläche und helfen dabei, neue Formen der Zusammenarbeit zu üben. Dafür werden verstärkt crossmediale Darstellungsformen erprobt und Themen sowohl für die Verbreitung im linearen Fernsehprogramm wie auch im Hörfunk und Online aufbereitet. Ebenso sollen die aktuellen technischen Standards wie die Einbindung von Mediatheken bei HbbTV selbstverständlich auch über EinsPlus angeboten werden. Angestrebt wird für 2014 auch die Ausstrahlung des Sendesignals in HD-Qualität, um den hochwertigen Charakter der Programminhalte zu unterstreichen.

Einsfestival

Einsfestival, das junge ARD-Digitalprogramm unter Federführung des Westdeutschen Rundfunks, wird sich auch weiterhin an der Alltagskultur eines jüngeren Publikums orientieren und arbeitet konsequent daran, das Lebensgefühl der Generation unter 50 zu treffen. Schwerpunkte sind Film, Unterhaltung, Musik, Sport, Wissen, Medien und Kommunikation. Dabei pflegt Einsfestival eine junge Ansprache und relevante Themen.

Einsfestival wird in den kommenden beiden Jahren die entwickelten Sendungsmarken weiter ausbauen, auch in Kooperation mit den jeweiligen Partnern in der ARD. Das Programm soll weiterhin dazu dienen, neue Formate, effiziente Produktionsbedingungen, veränderte Erzählweisen und junge Moderatoren so weiterzuentwickeln, dass sie die Verjüngungsprozesse der ARD unterstützen können. Einsfestival bietet hier die Möglichkeit einer Entwicklungsplattform jenseits des Quotendrucks.

Darüber hinaus wird Einsfestival weiterhin fiktionale Serien und Filme anbieten. Diese werden meist synchronisiert, aber auch in Originalfassung mit Untertiteln (OmU) gezeigt werden. Um das Profil des Senders noch klarer auf die Zielgruppe unter 50 auszurichten, wird das Gesamtprofil des Programms weiter geschärft. Dazu werden die Programmabläufe und Programmierungen in der Primetime, aber auch am Nachmittag, sukzessive weiterentwickelt.

Die in Grundzügen etablierte HbbTV-Mediathek wird weiter ausgebaut; Ziel ist, mit allen programmprägenden Formaten präsent zu sein. Weitere Nutzungsmöglichkeiten der HbbTV-Plattform werden ausgelotet.

Mediathek

Nonlineare Inhalte des Ersten Deutschen Fernsehens sind über alle Verbreitungswege erreichbar. DasErste.de und die Das Erste Mediathek erreicht Zuschauer und Zuschauerinnen vor dem PC, die HbbTV Mediathek ist über das Fernsehgerät nutzbar und der mobile Programmführer bietet Programminformationen und Videos für Smartphones und Tablets an. Vor allem der mobile Bereich soll weiter ausgebaut werden.

Bisher fehlende Internetrechte für weitere Sendungen in der Das Erste Mediathek sollen sukzessive eingeholt bzw. geklärt werden. Des Weiteren wird in Zusammenarbeit mit dem ARD Text die Untertitelung von Videos weiter ausgeweitet. Untertitel sollen in Zukunft auch direkt über das Videoquellmaterial mitgeliefert werden – so können mehr Sendungen direkt nach der Ausstrahlung mit Untertiteln in der Mediathek angeboten werden.

Geplant ist zudem ein durchgehender Livestream des Ersten Deutschen Fernsehens in der Das Erste Mediathek und über DasErste.de (zuvor wurden nur einzelne Livestreams zu Sendungen des Ersten in den Mediatheken angeboten). Technisch wird dieser vom Bayerischen Rundfunk produziert. Der Livestream soll auf DasErste.de bzw. in der Das

Erste Mediathek eingebunden und mit den Programmdateien verknüpft werden. Er wird auch über mobile Geräte (Smartphones und Tablets) nutzbar sein.

Zuschauer werden über Extra-Seiten auf DasErste.de, auf den Programmseiten, unter Service, mit Trailern in der Mediathek und via twitter und Facebook informiert, welche Sendungen in die Mediathek gestellt werden. Dieser Service soll ausgeweitet werden.

Mit einer Erhöhung der allgemeinen durchschnittlichen Bandbreite der Übertragungswege soll auch die Videoqualität weiter ansteigen.

Eine ausführliche und detaillierte Darstellung der Mediathek Das Erste findet sich auch in den Telemedien Leitlinien. Hier sind auch weitere Informationen über das mobile Angebot der Mediatheken nachzulesen.

Impressum

Herausgegeben von der
Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen

Redaktion: Petra Putz, Dr. Lars Jacob

Texte: Nach Zulieferungen und Vorgaben der ARD-Koordinationen und der ARD-Koordinationsprogramme sowie der ARD-Rundfunkräte, der Gremienvorsitzendenkonferenz und des ARD-Programmbeirats

Redaktionsschluss: 1. Dezember 2012

Grafik Titel: din jank_münchen
Druck: Steininger Druck GmbH Ismaning

www.DasErste.de/ard-leitlinien
www.ARD.de/intern/publikationen