

**HOCHSCHULE  
MITTWEIDA**  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



Fachbereich Medien

Maack, Katharina

Digitalisierung und Formatentwicklung von Spartensendern am  
Beispiel von ZDFneo

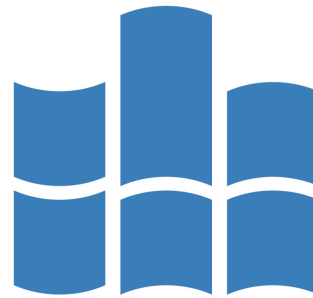
- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida - University of Applied Science (FH)

Hamburg

2010

**HOCHSCHULE  
MITTWEIDA**  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



Fachbereich Medien

Maack, Katharina

Digitalisierung und Formatentwicklung von Spartensendern  
am Beispiel von ZDFneo

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida - University of Applied Science (FH)

Erstprüfer

Prof. Dr. Altendorfer

Zweitprüfer

OStR Andreas Schulz

Hamburg

2010

## I Bibliographische Beschreibung und Referat

Maack, Katharina:

Digitalisierung und Formatentwicklung von Spartensendern am Beispiel von ZDFneo. - 2010 - 55 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

### Referat

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Aufbau der deutschen Medienlandschaft und der damit einhergehenden Digitalisierung des Fernsehens und der Entwicklung von Spartensendern am Beispiel von ZDFneo. Ziel der Arbeit ist es den Aufbau der Medienlandschaft im Jahr 2010 zu erläutern und die Entwicklung der Digitalisierung in ihren Bestandteilen weitestgehend zu erklären. Dies passiert anhand des Beispiel ZDFneo in Gegenüberstellung mit anderen Spartenprogrammen und Kritiken der privaten Sendeanstalten. Im Laufe der Arbeit wird bewiesen, dass Nischenfernsehen durchaus Zukunftspotenzial hat und für die Entwicklung sowohl der privaten als auch der öffentlich - rechtlichen Sendeanstalten ein Muss ist.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Bibliographische Beschreibung und Referat.....</b>	<b>I</b>
<b>Danksagung und Vorwort.....</b>	<b>II</b>
<b>Einleitung.....</b>	<b>IV</b>
<b>1. Entwicklung und Entstehung des öffentlich – rechtlichen Fernsehens.....</b>	<b>8</b>
1.1 Organisationsstruktur.....	10
1.2 Spezifizierung ARD und ZDF.....	13
1.3 Ki.KA.....	14
1.4 ARTE.....	15
1.5 Auftrag der öffentlich - rechtlichen Sender - die Grundversorgung.....	16
1.6 Bestands- und Entwicklungsgarantie.....	17
1.7 Digitalisierung.....	19
1.8 Finanzierung.....	23
<b>2. Prägung der Medienlandschaft in Deutschland heute –     Bezug auf die Konsumentenentwicklung.....</b>	<b>24</b>
2.1 Entwicklung der Konsumenten.....	26
2.2 Medienlandschaft im ZDF.....	27
2.3 Zukunft und Nutzen der neuen Medien für die öffentlich rechtlichen Sender...31	
<b>3. Die Ziele des neuen ZDF.....</b>	<b>32</b>
3.1 Spartensender ZDFdoku.....	33
3.2 Kritiken an ZDFneo.....	35
<b>4. Private Sender vs. ZDFneo.....</b>	<b>40</b>
4.1. ZDFneo vs. VOX.....	44
<b>5. Individualisierung – kleine TV-Formate.....</b>	<b>47</b>
<b>6. Fazit.....</b>	<b>49</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>52</b>
<b>Selbstständigkeitserklärung.....</b>	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

## **II Danksagung und Vorwort**

Die vorliegende Bachelorarbeit ist Teil meines Studiums der angewandten Medienwirtschaft an der Hochschule Mittweida. Mein erster Dank geht an Dörte Berning und Andreas Schulz für die fachliche, stilistische und grammatikalische Unterstützung. Ich danke Herrn Rüdiger Wolf (Leitwolf Produktionsgesellschaft für bewegte Bilder mbH) für die Möglichkeit, diese Bachelorarbeit mit seiner Unterstützung entwickeln zu dürfen. Großer Dank geht an Julia Titze und Timon Mosenthiemer, welche mir in Phasen der Schreibblockaden mit neuen Denkanstößen und motivierenden Worten zur Seite gestanden haben. Weiterhin bedanke ich mich bei meinen Eltern, welche mich bis zu diesem Punkt in meinem Leben begleitet haben und meinen engsten Freunden für eine große psychische Unterstützung. Meiner ständigen Begleiterin im Geiste - Yasmin Meyer - möchte ich ebenfalls für ihr Dasein während der gesamten Studienzeit danken.

Auf der Suche nach einem interessanten Thema für meine Bachelorarbeit erfuhr ich im Jahr 2009 zum ersten Mal von dem neuen Spartensender ZDFneo. Durch mein Pflichtpraktikum in der Leitwolf Produktionsgesellschaft für bewegte Bilder mbH Anfang des Jahres 2010 und die damit einhergehende Mitarbeit an Projekten für ZDFneo music wurde mein Interesse an der Aufklärung und Zukunftsprognose für Spartensender geweckt. Mein Schwerpunkt liegt in dem Bereich Aufklärung der Digitalisierung und dies am Beispiel von ZDFneo mit allen Vor- und Nachteilen.

## IV Einleitung

„Der Mensch dient nicht dem Medium Fernsehen, sondern das Medium dient dem Menschen.“ Dieter Stolte, ehemaliger Intendant des ZDF.

Fernsehen in der heutigen Zeit ist ein ständiges Wettfeiern um den größten Marktanteil - die höchste Quote. Diese Quote kann nur durch eine große Anzahl von Zuschauern erzielt werden. Der Justiziar des Deutschlandfunks, Dieter Stammler, hat im Frühsommer 2006 »Überlegungen zur Förderung des Programmnieaus im Rundfunk« unter dem Titel »Qualität als Maßstab« veröffentlicht<sup>1</sup>. Stammler erinnerte an die vom damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker 1994 eingesetzte Kommission. Diese erstellte einen Bericht zur Lage des Fernsehens- das Ergebnis war und ist besorgniserregend! Im Zuge der Entwicklung des dualen Systems wurde Qualität durch Quantität verdrängt. Die damals angeführten Belege wirkten »angesichts heutiger Programmstandards geradezu harmlos«.

Durch eine junge dynamische Konzeption des Spartensenders ZDFneo- der neue Kanal des ZDF - soll die gefallene Zuschauergruppe der 25 – 49 jährigen wieder aktiviert werden. Der Kanal will mit einem frischen Programmkonzept überzeugen, welches sich inhaltlich von dem üblichen Hauptprogramm abgrenzt. Es setzt sich mit der Welt junger Familien auseinander. Nutzungsgewohnheiten der entsprechenden Zielgruppe dienen als Orientierung der Programmzusammensetzung, so die Prognose der Hersteller. Neo soll sich

---

<sup>1</sup> Funkkorrespondenz 20/2006

an den Sehgewohnheiten der jungen Menschen orientieren und insbesondere junge Familien ansprechen. Statt einem Einheitskanal liege der "Erfolg im Angebot einer starken Senderfamilie, in der sich die unterschiedlichen Zielgruppen unter dem Dach des ZDF wiederfinden", erklärt ZDF-Intendant Markus Schächter.

In dieser Bachelorarbeit möchte ich der Frage nachgehen, ob ZDFneo diesen gefordert und prognostizierten Ansprüchen gerecht werden kann. Überwiegt die Qualität gegenüber Quantität und kann so das Ziel des neuen Spartenkanals erreicht werden. Ist ZDFneo wirklich etwas „anderes, neues“ oder nur ein wiederholter Versuch etwas Altes neu aufzubereiten?

Um eine deutliche Entscheidung bezüglich dieser Thematik treffen zu können, bedarf es einer gründlichen Recherche in den Tiefen des ZDF – angefangen bei der Entstehungsgeschichte bis über die Digitalisierung des deutschen Fernsehens hin zu der eigentlichen Grundsäule des ZDF – der allgemeine Bildungsauftrag.

Durch intensive Beschäftigung mit der Historie des zweiten deutschen Fernsehens und Interviewsituationen mit Beteiligten der Entwicklung der verschiedenen Sendergruppen des ZDF, wird eine strukturierte Aufklärung der Hintergründe gegeben. Die neue Angebotstrategie und Teilung der Zuschauerschaft – wird durch Statistiken und Pressemitteilungen belegt und durch Aussagen von Beteiligten dieser Entwicklung eingehend erläutert.

Eine Umwandlung innerhalb der Sendergruppe, speziell durch die Entstehung des Kanals ZDFdoku und die daraus resultierende Entstehung zum heutigen ZDFneo, wird erforscht. Hierbei werden die Beweggründe zur Umwandlung geschildert und aufgeführt.

Im Fazit dieser Arbeit soll beurteilt werden ob die Inhalte von ZDFneo entsprechend der Erwartungen des Senders bzw. der des Konsumenten umgesetzt werden. Stärken und Schwächen des Senders werden analysiert und es wird geprüft ob ZDFneo dem Titel „Neuentdeckung“ gerecht werden kann. Ist ZDFneo wirklich die bisher unbekannte Nische mit Zukunftspotenzial oder kann der Inhalt in diesem Fall nicht tragen was der Name verspricht. Und kann ZDFneo wirklich mit Niveau auf ganzer Linie überzeugen und somit die Mehrheit der fehlenden Zuschauergruppe abdecken und steigern.



## **1. Entwicklung und Entstehung des öffentlich – rechtlichen Fernsehens**

Nach dem zweiten Weltkrieg wurde in Deutschland im Zuge der Demokratisierung der öffentlich-rechtliche Rundfunk nach britischem Vorbild (BBC), unter der Leitung von Hugh Greene<sup>1</sup> eingeführt. Die Sender sind als gebührenfinanzierte Organisationen gegründet worden. 1945 ging dann Radio Hamburg erstmals auf Sendung.

Die ARD wurde am 5. Juni 1950 aus den sechs Landesrundfunkanstalten BR, HR, RB, SDR und SWF gegründet. Das ZDF sendete erstmals am 2. April 1963. Durch das Bundesverfassungsgericht wurde in den Rundfunkurteilen die Unerlässlichkeit und das stabile Bestehen des öffentlich - rechtlichen Rundfunks festgelegt. Zusätzlich wurde die Dimension des von Ihnen zu leistenden Grundversorgungsauftrages und die für die Erfüllung dieser Aufgaben notwendige Staatsferne durch die allgemeine Finanzierung erwiesen. Im Jahre 1987 stellte dann das Bundesverfassungsgericht in einem Urteil fest, dass die öffentlich-rechtliche Rechtsform nicht zwingend vorgeschrieben ist. Demnach wäre auch eine andere Rechtsform, wie z. B. in der Schweiz, möglich. Zusätzlich ist die Rechtsform des deutschen Rundfunks nicht im Grundgesetz festgelegt. Zu Zeiten der Weimarer Republik waren die Rundfunksender privatrechtlich geführte Gesellschaften<sup>2</sup>, bei welchen die einzelnen Länder sowie der Staat Teilhaber waren.

---

<sup>1</sup> Sir Hugh Carleton Greene, britischer Journalist, Mitbegründer als Organisator des NWDR (Nordwestdeutscher Rundfunk) und bis zum 31. März 1969 als Generaldirektor der BBC tätig

<sup>2</sup> AG / GmbH

Im Laufe der 80er Jahre wurde neben den öffentlich - rechtlichen der private Rundfunk eingeführt. Im Tätigkeitsbereich der Neuordnung „duales System“ wurde die Einführung des privaten Rundfunks unumgänglich. „In einem dualen System, in dem öffentlich-rechtliche und private Anbieter miteinander konkurrieren, erscheint es verfassungsrechtlich gerechtfertigt, an die Breite des Programmangebots und die Sicherung gleichgewichtiger Vielfalt im privaten Rundfunk nicht die gleichen Anforderungen zu stellen wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, solange und soweit wirksam sichergestellt ist, dass der Rundfunkauftrag jedenfalls von diesem ohne Einbußen erfüllt wird.“<sup>3</sup> Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat das Gebot der Staatsferne und der Unabhängigkeit. Deshalb werden die Sender nicht durch Steuern finanziert, wie bei einem echten staatlichen Rundfunk. Öffentlich-rechtliche Sender und die Landesmedienanstalten, die den privaten Rundfunk kontrollieren, finanzieren sich durch Rundfunkgebühren, die jeder Bürger, der ein Empfangsgerät bereithält, monatlich über die GEZ<sup>4</sup> entrichten muss.

Zur weiteren Finanzierung haben die öffentlich - rechtlichen Sender die Möglichkeit, einen bestimmten Anteil Werbung bis 20:00 Uhr auszustrahlen. Außerhalb dieser Zeit ist noch Sponsoring möglich. Gewinn im privatwirtschaftlichen Sinn kann eine öffentlich - rechtliche Rundfunkanstalt nicht direkt erwirtschaften. Jedoch ist es den Rundfunkanstalten erlaubt,

---

<sup>3</sup> BVerfGE 83,238, S.316

<sup>4</sup> Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland

privatwirtschaftliche Unternehmen<sup>5</sup> zu gründen oder sich an solchen zu beteiligen. Paul Kirchhof erstellte im Mai 2010 im Auftrag der öffentlich - rechtlichen Rundfunkanstalten eine neue Finanzierungsmöglichkeit<sup>6</sup>. Dort wird eine Finanzierungsänderung geschildert, bei der ein einheitlicher Betrag für jeden Haushalt zu zahlen ist. Am 9. Juni 2010 beschloss dann die Rundfunkkommission der Länder<sup>7</sup> unter Vorsitz des rheinland-pfälzischen Ministerpräsidenten Kurt Beck (SPD) die von Paul Kirchhof vorgeschlagene Haushaltsabgabe.

## 1.1 Organisationsstruktur

Der Rundfunkrat hat die Aufgabe des Überwachens der Programmgestaltung. Er überwacht das Programm, genehmigt den vom Verwaltungsrat beschlossenen Haushalt und wählt den Intendanten. 90 Prozent der über 77 Mitglieder sind aus den Parteien oder werden von ihnen berufen. Ebenfalls dürfen fünf Vertreter von den Kirchen nominiert werden. Vorsitzender ist seit 2002 der CDU-Bundestagsabgeordnete Ruprecht Polenz<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Schmitt-Beck, Rüdiger: Mediensysteme, Medienpolitik und Demokratie - 5. Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland. Vortrag gehalten am Institut für Politikwissenschaft, Universität Duisburg-Essen (Campus Duisburg), SS 2004

<sup>6</sup> zur geplanten GEZ Umstrukturierung, Süddeutsche Zeitung und Financial Times Deutschland

<sup>7</sup> die ständige Vermittlungsinstanz zwischen den einzelnen Bundesländern.

<sup>8</sup> seit 2005 Vorsitzender des Auswärtigen Ausschusses des Deutschen Bundestages, er war von April bis November 2000 Generalsekretär der CDU

Der Fernsehrat schickt acht Mitglieder in den 14-köpfigen Verwaltungsrat<sup>9</sup>. Die wirtschaftliche Tätigkeit der Rundfunkanstalt und die Geschäftsführung des Intendanten<sup>10</sup> wird durch den Verwaltungsrat kontrolliert. Jener ist für die Programmgestaltung und die generelle Geschäftsführung verantwortlich. Er repräsentiert den Sender in der Öffentlichkeit.

Der Intendant steht an der Spitze des Senders, vertritt das ZDF nach außen und führt die Geschäfte. Seit März 2002 ist Markus Schächter Intendant des ZDF, mit dem besten Ergebnis in der Geschichte des ZDF wurde er im Dezember 2005 im Amt bestätigt. Schächter ist verantwortlich für das Programm und beruft den Chefredakteur<sup>11</sup> - allerdings benötigt er für seinen Vorschlag die Zustimmung des Verwaltungsrates. Diese hat er im Fall Nikolaus Brender nicht bekommen. Unionsministerpräsident Koch hatte bereits im Februar erklärt, er wolle einen anderen Chefredakteur. Am 27. November stimmten nur sieben der 14 Verwaltungsrats-Mitglieder für Brender - er hätte neun Stimmen gebraucht.



In den Aufsichtsgremien sitzen Vertreter, der in den Landesrundfunkgesetzen der Länder festgelegten gesellschaftlich relevanten Gruppen<sup>12</sup>, wobei die politischen Parteien meist nicht mehr als 30 % der Sitze stellen. Das öffentlich - rechtliche Fernsehen hat den

<sup>9</sup> Gremium mit Kontroll- und Lenkungsfunktion in einer Körperschaft oder Anstalt des öffentlichen Rechts bezeichnet

<sup>10</sup> ZDF: Markus Schächter, ARD: Fritz Raff

<sup>11</sup> Peter Frey, deutscher Journalist, seit dem 1. April 2010 Chefredakteur des ZDF

<sup>12</sup> politische Parteien, Gewerkschaften, Sozialverbände, Kirchen

öffentlich-rechtlichen Programmauftrag zu erfüllen. Dieser ist im jeweiligen Landesrundfunkgesetz verankert. Der Verwaltungsrat überwacht den Intendanten und stimmt über seine Personalvorschläge ab.

Insgesamt gehören dem Gremium 14 Mitglieder an: Fünf werden von den Ländern gestellt, das sind die Ministerpräsidenten Roland Koch, Peter Müller<sup>13</sup>, Kurt Beck und Matthias Platzeck<sup>14</sup> sowie der Ex-Regierungschef Edmund Stoiber<sup>15</sup>. Die Bundesregierung schickt Bernd Neumann<sup>16</sup>. Die restlichen acht Mitglieder werden vom Fernsehrat gewählt. Zum Unionslager gehören: Hans-Henning Becker-Birck<sup>17</sup>, Dieter Beuermann<sup>18</sup>, Willi Hausmann<sup>19</sup>, Hildegund Holzheid<sup>20</sup> und Gerd Zimmermann<sup>21</sup>. Zum SPD-Lager gehören Ilse Brusic, Ex-Ministerin aus NRW, Roland Issen, Ex-Gewerkschaftschef und Reinhard Scheibe, Staatssekretär.

---

<sup>13</sup> CDU

<sup>14</sup> SPD

<sup>15</sup> CSU

<sup>16</sup> Staatsminister für Kultur und Medien

<sup>17</sup> CDU-Landrat

<sup>18</sup> ehemaliger Verleger

<sup>19</sup> CDU-Bundesgeschäftsführer 1998-2003

<sup>20</sup> Richterin, CSU

<sup>21</sup> Universitätsrektor

## 1.2 Spezifizierung ARD und ZDF

Das ZDF ist als „Zweites Deutsches Fernsehen“ eine der größten Sendeanstalten in Europa. Innerhalb von Deutschland bildet das ZDF als Sendeanstalt gemeinsam mit der ARD und dem Deutschlandradio den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Diese öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt soll die Grundversorgung der Bevölkerung gewährleisten. Grundversorgung wird in diesem Fall folgendermaßen definiert:

1986 wurde im Bundesverfassungsgericht die Entscheidung getroffen, wie die Beschreibung der genauen Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu lauten hat. Die Grundversorgung<sup>22</sup> umfasst "die essentiellen Funktionen des Rundfunks für die demokratische Ordnung ebenso wie für das kulturelle Leben in der Bundesrepublik. Darin finden der öffentlich-rechtliche Rundfunk und seine besondere Eigenart ihre Rechtfertigung".<sup>23</sup> Grundversorgung ist eindeutig nicht als Minimalversorgung zu verstehen, sondern schließt die gesamten Programmangebote in den Bereichen Bildung, Information und Unterhaltung ein, bestätigt damit den umfassenden "klassischen Auftrag" der Rundfunkanstalten. In wie weit sich die Öffentlich - Rechtlichen daran unter den heutigen Gegebenheiten noch halten können, werde ich in den folgenden Kapiteln erläutern. Im Jahr 1950 wurde die ARD - Arbeitsgemeinschaft der öffentlich - rechtlichen Rundfunkanstalten der BRD - gegründet. Ein Gemeinschaftsprogramm dieses Zusammenschlusses ist der Fernsehsender „das Erste“ sowie einige Regionalprogramme, welche auch als dritte

---

<sup>22</sup> Urteil vom 22. Februar 1994, Art. 5 Abs. 1, S. 2 GG des BVerfG

<sup>23</sup> aus dem 4. Rundfunkurteil vom 4. November 1986

Programme bezeichnet werden. Hier gliedert sich die ARD mittlerweile in diverse verschiedene Sparten auf. ARD Digital ist die erste Digitalplattform, welche diverse Sender und Zusatzprogramme<sup>24</sup> beinhaltet. 1963 wurde das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) gegründet. Es wird als gemeinnützige Anstalt des öffentlich Rechts betitelt. Seit 1997 bietet auch das zweite Deutsche Fernsehen verschiedene digitale Spartenkanäle an. Hierzu zählt ZDFvision mit einem Bouquet von sieben Fernsehprogrammen. Diese teilen sich wiederum auf in ZDF, ZDFtheaterkanal, ZDFinfokanal, ZDFdokukanal, 3sat, Arte, KI.KA und Phoenix. Eine andere Zusammenarbeit des Ersten und Zweiten deutschen Fernsehens ist das Produkt KI.KA, ein Ereignis- und Dokumentationskanal für Kinder und junge Jugendliche.

### **1.3 Ki.KA**

Der Kinderkanal - genannt KI.KA - ist der Name des Fernsehkanals der öffentlich - rechtlichen Sender für Kinder und Jugendliche. Ki.Ka ging 1997 erstmals auf Sendung und trägt seit dem 1. Mai 2000 den Namen KI.KA. Der Kinderkanal, der seinen Sitz in Erfurt hat, ist ein Gemeinschaftsprogramm von ARD und ZDF, die je zur Hälfte daran beteiligt sind. Der MDR übernimmt dabei die Federführung ebenso wie die ARD-Koordination. Der KI.KA ist als Spartenprogramm der öffentlich - rechtlichen Rundfunkanstalten werbefrei. Trick- und Realprogramme werden neben Serien und Spielfilmen, Magazinen und Informationsprogrammen ausgestrahlt.

---

<sup>24</sup> EinsExtra, EinsPlus und Einsfestival

Die ARD und das ZDF arbeiten als deutschsprachiges Gemeinschaftsprogramm zusammen und kooperieren sowohl mit dem Österreichischen Rundfunk<sup>25</sup> und dem Schweizer Fernsehen als auch mit dem 1984 gestarteten Kultursender 3sat. Zudem betreiben ARD, ZDF und Arte France seit 1992 den deutsch - französischen Sender ARTE.

## 1.4 ARTE

Der Sender ARTE<sup>26</sup> hat seine Hauptsitze in Straßburg, Baden-Baden und Issy-les-Moulineaux bei Paris. Der in deutsch-französischer Kooperation betriebene Kanal wurde 1992 durch einen Staatsvertrag vom 2. Oktober 1990 zwischen dem französischen Staat und elf deutschen Ländern<sup>27</sup> gegründet und ging am 30. Mai 1992 auf Sendung. Die Ministerpräsidenten von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz bildeten 1988 gemeinsam mit Hamburgs Erstem Bürgermeister eine Arbeitsgruppe zur Entwicklung eines deutsch-französischen Kulturkanals. Das Projekt wurde vom damaligen französischen Staatspräsidenten François Mitterrand und Bundeskanzler Helmut Kohl gegründet. 1990 kam es schließlich zur Unterzeichnung eines zwischenstaatlichen Vertrags durch Vertreter der französischen Republik und

---

<sup>25</sup> ORF

<sup>26</sup> Abkürzung für Association Relative à la Télévision Européne (übersetzt Zusammenschluss bezüglich des europäischen Fernsehens)

<sup>27</sup> Baden - Württemberg, Bayern, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein - Westfalen, Rheinland – Pfalz, Saarland, Schleswig – Holstein und Berlin



der zehn alten Bundesländer und Berlin. Dies bildete die Grundlage für den Europäischen Kulturkanal. Die fünf neuen Bundesländer<sup>28</sup> traten 1996 bei.

## **1.5 Auftrag der öffentlich - rechtlichen Sender – die Grundversorgung**

Zusätzlich ist die Grundversorgung gegenständlich und zeitlich offen sowie dynamisch. Sie ist damit eng gekoppelt an die - ebenfalls vom Bundesverfassungsgericht ausgesprochene - Bestands- und Entwicklungsgarantie, welche im folgenden Punkt weitestgehend erläutert wird. In Deutschland besteht gemäß der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes ein Grundversorgungsauftrag des öffentlich - rechtlichen Rundfunks. Die öffentlich - rechtlichen Rundfunksender haben also nicht nur die Aufgabe, eventuelle Lücken zu schließen, die private Anbieter offen lassen, sondern müssen das ganze Spektrum von Fernseh- und Hörfunksendungen bieten. Die Interpretation, was unter diese Grundversorgung fällt, ist in hohem Maße umstritten und war Gegenstand mehrerer Verfahren vor dem BVerfG sowie europarechtlicher Kontroversen. Dazu gehören aber auch andere wichtige Details wie z.B. der Inhalt der Fernsehrichtlinie 89/522/EWG<sup>29</sup>. Die wichtigsten Regelungen dieser Fernsehrichtlinie sind das Sendestaatsprinzip und freier Empfang, die Quotenregelung, die Werbung, der Jugendschutz und das Recht auf Gegendarstellung. Als 4. Rundfunk-Urteil

---

<sup>28</sup> Brandenburg, Mecklenburg – Vorpommern, Sachsen, Sachsen – Anhalt, Thüringen

<sup>29</sup> vom 3.10.1989, 23; der Erlass der Richtlinie wird auch auf Art. 57 Abs. 2 (jetzt: Art. 47 Abs. 2, Niederlassungsfreiheit) und Art. 66 EGV (jetzt Art. 55 EGV, Dienstleistungsfreiheit) gestützt

bezeichnet man in der deutschen Rechtswissenschaft das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 4. November 1986<sup>30</sup> welches zusammen mit dem 3. Rundfunk-Urteil das Urteil für die Basis des deutschen dualen Rundfunksystems bildet. Im 6. Rundfunk-Urteil des deutschen Bundesverfassungsgerichtes vom 5. Februar 1991<sup>31</sup> wurden zahlreiche frühere Aussagen des Gerichtes weiter präzisiert. Zentraler Begriff dieses Urteils ist die Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

## **1.6 Bestands- und Entwicklungsgarantie**

Das 6. Rundfunk-Urteil des deutschen Bundesverfassungsgerichtes vom 5. Februar 1991 bezeichnet genau diese Reihe von Urteilen des BVerfG als Rundfunkfreiheit.

„Als dienende Freiheit wird [die Rundfunkfreiheit] ... im Interesse freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung gewährleistet. Der Gesetzgeber ist deswegen verpflichtet, die Rundfunkordnung in einer Weise auszugestalten, die die Erreichung dieses Zieles sicherstellt. In programmrechtlicher Hinsicht folgt daraus, dass im Gesamtprogramm sowohl die Vielfalt der Gegenstände als auch die Vielfalt der Meinungen angemessen zum Ausdruck kommen muss. Diese Anforderung an das Gesamtprogramm gilt unabhängig davon, ob der

---

<sup>30</sup> BVerfGE 73,118-Niedersachsen

<sup>31</sup> BVerfGE 83,238

Gesetzgeber sich für ein öffentlich-rechtliches oder ein privates Rundfunksystem entscheidet.“<sup>32</sup>

Der genaue Sachverhalt baut sich folgendermaßen auf: Das WDR-Gesetz von 1985 und das NRW-Landesrundfunkgesetz von 1988 waren zur Regelung des privaten Rundfunks in Nordrhein-Westfalen erlassen worden. Diese Gesetze sicherten dem öffentlich-rechtlichen WDR eine vergleichsweise starke Wettbewerbsposition und erlegten zugleich privaten Konkurrenten ähnliche Vielfalts- und Programmanforderungen wie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf. Im Bereich des Lokalrundfunks sollte die lokale Presse gesichert und das Entstehen von Doppelmonopolen verhindert werden. In einem abstrakten Normenkontrollverfahren wurde die Verfassungsmäßigkeit der Gesetze dann überprüft. Das BVerfG hielt die Gesetze für im Wesentlichen verfassungsmäßig, präzisierte aber zahlreiche Ausprägungen der Rundfunkfreiheit, die das Gericht bereits in den früheren Rundfunk-Urteilen umrissen hatte. Aus der Rundfunkfreiheit folgt demnach eine Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Eine Mischfinanzierung der öffentlich-rechtlichen Sender z. B. durch die Herstellung und Verwertung von Rundfunkproduktionen wurde zulässig. Der Grundversorgungsauftrag aus der Verfassung ist nicht an einen bestimmten Übertragungsweg wie z. B. die terrestrische Übertragung<sup>33</sup> gebunden. Die Grundversorgung ist vielmehr dynamisch und nur an die Funktion des Rundfunks, wie sie sich aus Artikel 5 des Grundgesetzes ergibt, gebunden. Das bedeutet, dass das öffentlich-

---

<sup>32</sup> BVerfGE 83,238, S.315

<sup>33</sup> Hörfunk- oder Fernseh-Übertragung von erdgebundenen Funksendern zu Empfängern

rechtliche Programmangebot auch für neue Themen, Formen und Inhalte offen sein muss und neue Dienste mittels neuer Technik zulässig sind.

Nach dieser stehen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk alle programmlichen und technischen Weiterentwicklungsmöglichkeiten, insbesondere jene zur Erfüllung des Grundversorgungsauftrags, offen.

## 1.7 Digitalisierung

Mit dem Übergang zur digitalen Welt wird sich in den kommenden Jahren im Fernsehen mehr ändern als in den vergangenen Jahrzehnten. Die Verbindung von Fernsehen und Internet ist eine bedeutende Chance, wieder mehr jüngere Zuschauer zu erreichen. Die digitale Welt hat auch „die Qualität eines ausgesprochenen Bedrohungsszenarios“ – zum Beispiel wegen neuer Wettbewerber aus der Welt- Liga der großen Finanzinvestoren. Die Digitalisierung der technischen Infrastrukturen und Plattformen zur Verbreitung des Digital-TV in Deutschland ist bereits weiter vorangeschritten. Die digitale Entwicklung ist Realität, aber das Wissen und Bewusstsein darüber, was diese Entwicklung für Nutzungsoptionen, Geschäftsmodelle und Finanzierungsmöglichkeiten bietet, ist in Deutschland nicht weit verbreitet. Wo liegt der zusätzliche Nutzen? Welche Kosten entstehen? Welche Plattformen können wie genutzt werden? Darüber wird derzeit öffentlich wenig geredet, so Jo Groebel<sup>34</sup> in einem Interview. Die Förderung von Sachlichkeit und

---

<sup>34</sup> deutscher Medienpsychologe

Transparenz in der öffentlichen Debatte, darin sieht Bernd Schiphorst<sup>35</sup> von der WMP EuroCom AG<sup>36</sup> die zentrale Aufgabe des Instituts für die nächsten Monate.

„Aber ich sehe in diesen Veränderungen die Chance einer deutlich interessanteren Zukunft für das öffentlich-rechtliche Fernsehen“, sagte Markus Schächter und verwies auf Kompetenzen etwa bei kulturellen, gesellschaftlichen und historischen Hintergrundinformationen und die Sparte der Fernsehfilme. Das ZDF könne den Zuschauern in der neuen, vernetzten Welt ein deutlich komplexeres und tiefergehendes Angebot machen, als dies in der Programmgeschichte als Einkanalsender möglich gewesen sei.

Vor allem in den Vereinigten Staaten haben sich durch die Internetnutzung insbesondere bei den Jüngeren traditionelle Verhaltensweisen in der alltäglichen Mediennutzung stark verändert. Viele jüngere Internetnutzer schaffen sich ihre Inhalte selbst, tauschen sich aus in Chats und Blogs und reduzieren ihren TV-Konsum. Die zentralen Potenziale der Digitalisierung liegen in der Entwicklung neuer inhaltlicher Formate, neuer Verbreitungs-Strukturen insbesondere für spezifische Zielgruppen und in der Verknüpfung mit neuen elektronischen Endgeräten und Produkten<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> deutscher Medien-Manager

<sup>36</sup> Die Berliner Wirtschaft, Medien, Politik EuroCom AG ist ein deutsches Kommunikationsberatungsunternehmen für die Bereiche Wirtschaft, Medien und Politik

<sup>37</sup> Home Theatre, TIVO, Video Games

Im Haushaltsplan des ZDF für 2007 sah der Sender nach eigenen Angaben einen Überschuss von 25 Millionen Euro vor. Besonders ein erwartetes Betriebsergebnis von 73 Millionen Euro sei im vorletzten Jahr einer Gebührenperiode<sup>38</sup> ein „sehr zufrieden stellendes Resultat“. Das Haushaltsvolumen betrage insgesamt rund 1,9 Mrd. Euro. In Jahr 2007 hat das ZDF einen Marktanteil von 13,6 Prozent erreicht und damit den zweiten Platz hinter der ARD und vor RTL. Die strikten Sparvorgaben seien 2006 eingehalten und das Etatziel von einem Überschuss von vier Millionen Euro mehr als erreicht worden. Im Vergleich zu den USA aber auch zu anderen europäischen Ländern unterstrich Jo Groebel die besondere Situation des deutschen TV-Marktes für die weitere Entwicklung des Digital-TV. Aufgrund der traditionell existierenden Vielfalt an frei empfangbaren Programmen kann ein primärer Zusatznutzen nicht wie in anderen Ländern in einer noch größeren Anzahl von Programmen gesehen werden.

Die Herausforderung gilt verstärkt für die Entwicklung des digitalen Pay-TV in Deutschland. Hier sind neue Vermarktungs- und Kommunikationsmodelle gefragt, um die Bereitschaft zum Einstieg zu erhöhen. Die Anforderungen auf Anbieterseite sind hoch, um eine geschäftspolitisch erfolgreiche Gewichtung zwischen Maß- und Massenkommunikation, zwischen den verschiedenen Formaten und Plattformen und den unterschiedlichen Optionen und Aufmerksamkeitsgraden des TV-Konsums der Zuschauer zu finden.

---

<sup>38</sup> 2005 bis 2008

Ein weiterer wesentlicher Zusatznutzen der Digitalisierung liegt nach Ansicht sowohl der Kabel- als auch der Festnetzbetreiber darin, dass eine attraktive Bündelung von Leistungsangeboten des digitalen TV, der Internetnutzung und der Telefonie "aus einer Hand"<sup>39</sup> möglich wird und den Kunden spezielle kostengünstige Konditionen angeboten werden können. Ausserdem wird aus Sicht der Satellitenbetreiber darauf hingewiesen, dass eine zukünftige Grundverschlüsselung der digitalen Verbreitung auch im digitalen Free-TV in Deutschland unverzichtbar ist, um lizenzrechtliche Vereinbarungen einhalten zu können und neue Finanzierungsformen und Angebote im Zusammenhang mit einer direkten Adressierbarkeit des Endkunden zu entwickeln. Neben dem Film als "Gemeinschaftserlebnis" ist der isolierte Umgang, auch in Etappen, mit neuen und selbstbestimmten Zusammenstellungen von Filmsequenzen und vielfältigen räumlichen Rezeptionsumgebungen möglich, auf den sich die Filmschaffenden einstellen müssen. Hierzu ist es auch notwendig, die Inhalte so zu konzipieren, dass sie ihre Wirkungen auch über unterschiedliche Endgeräte und Übertragungsplattformen entfalten können. Die Refinanzierung der Investitionen in die Digitalisierung wird als die zentrale Herausforderung angesehen. Hierzu ist es dringend erforderlich, eine für alle nachvollziehbare Kosten- und Nutzentransparenz zu kommunizieren und transparent zu machen. Diese öffentliche Debatte ist umso notwendiger, da nach übereinstimmender Ansicht die zentralen Weichen der Digitalisierung noch in diesem Jahr gestellt sein werden. Digitalisierung ist in diesem Zusammenhang mehr als Technik: Sie ist, so Groebel, auch eine Metapher für die intelligente Entwicklung neuer Nutzungs- und Angebotsformen, neuer Zusammenstellungen und neuer

---

<sup>39</sup> Triple Play

Systeme, die eine zukunftsfähige Evolution des digitalen Fernsehens ermöglichen.

## 1.8 Finanzierung

Die öffentlich - rechtlichen Sendeanstalten finanzieren sich, wie oben schon kurz beschrieben, durch die sogenannte GEZ und nur durch einen minimalen Teil an Werbeeinnahmen. Diese Rundfunkgebühren tragen zur Finanzierung des durch den Rundfunkstaatsvertrag geregelten Auftrags zur Grundversorgung bei. Ein Teil der Gebühren wird u. a. zur Finanzierung des Verwaltungsapparates der Aufsichtsbehörden für den privaten Rundfunk<sup>40</sup> sowie zur Finanzierung der Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland<sup>41</sup> verwendet. Die Gebühren werden nach der GEZ oft auch fälschlicherweise als GEZ - Gebühren bezeichnet, wogegen sich die GEZ verwahrt. Die Gebührenpflicht ergibt sich aus dem Rundfunkgebührenstaatsvertrag. Die Höhe der Gebühren und deren Verteilung ist im Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag geregelt. Zur Bestimmung der Höhe dieser Gebühr ermittelt zunächst eine Expertenkommission (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF)) diejenige Summe, welche die Anstalten für Bestandsschutz und Fortentwicklung benötigen, die laut Bundesverfassungsgericht garantiert werden soll. Die Ministerpräsidentenkonferenz entscheidet dann auf dieser Grundlage über die

---

<sup>40</sup> Landesmedienanstalten

<sup>41</sup> 2008: 2,26 %



Höhe der Gebühr. Bevor eine Veränderung der Rundfunkgebühr Inkrafttreten kann, müssen erst alle Landesparlamente zustimmen. Grundsätzlich ist jeder, der ein Rundfunkempfangsgerät zum Empfang bereithält zur Zahlung der Rundfunkgebühr verpflichtet. Rundfunkgebühren werden prinzipiell für jedes einzelne Empfangsgerät erhoben, für Privathaushalte besteht jedoch eine weitgehende Zweitgerätebefreiung. Für Radio wird die monatliche Grundgebühr von 5,76 € erhoben. Für ein Fernsehgerät und Radio beträgt die monatliche Rundfunkgebühr 17,98 €, die sich aus der Grundgebühr und der Fernsehgebühr in Höhe von 12,22 € zusammensetzt. Die finanziellen Mittel werden für verschiedenste Bereiche ausgegeben.

## **2. Prägung der Medienlandschaft in Deutschland heute – Bezug auf die Konsumentenentwicklung**

Vielfältigkeit ist das Stichwort, wenn es um deutsches Fernsehen geht.

Die deutsche Medienlandschaft ist klar geprägt durch das Fernsehen. Es nimmt mittlerweile den größten wirtschaftlichen, kulturellen, politischen und sozialen Stellenwert ein. Fernsehen ist für jüngere Menschen immer noch das meistgenutzte Alltagsmedium. Im Laufe der Zeit wurden auch diverse Musikangebote<sup>42</sup> wichtig, aber der Bildschirm bleibt die Hauptquelle für Informationen und Diskussionen. Das Fernsehen steht heute mehr für Aktualität und Entspannung, das Radio als Tagesbegleiter mit Musik und Kurzinformationen, die Tageszeitung für die Vertiefung von Nachrichten, das

---

<sup>42</sup> CD, Kasette, MP3, TV Musikkanäle

Buch zur Anregung von Phantasie und Sprache, Computer und Internet für selbstgesteuertes Lernen und die Kommunikation mit anderen. Prozentual ist die Nutzung der Mischung aus verschiedensten Medienangeboten relativ unausgeglichen. In einer Studie bzgl. des Leseverhalten in Deutschland gab es eine entscheidende Frage, welche die Wertschätzung des Fernsehens definiert: Wie hoch ist der Stellenwert des Lesens im Vergleich zu anderen Medien? Dabei sollten die Befragten die Medien auflisten, die sie täglich oder mehrmals in der Woche nutzen. Kaum überraschend stehen Fernsehen und Telefonieren ganz oben. In einer Studie zur Mediennutzung in Deutschland wurde auf Grund dieser ersten Ergebnisse dann eine Folgeauswertung vorgenommen.

Es wurde der Anteil der Befragten festgehalten, denen bestimmte Medien wichtig oder sehr wichtig sind. Verglichen mit der vorherigen Frage sind hier natürlich die Medien besonders interessant, bei denen die Diskrepanz zwischen Nutzung und Wichtigkeit besonders hoch ist. In der Gegenüberstellung dieser Auswertungen kommt man zu folgendem Ergebnis: Nur beim Zeitung lesen und Surfen/Chatten ist Nutzung und Wichtigkeit etwa gleich. Alle anderen Medien werden entweder mehr genutzt als ihnen Wichtigkeit zugesprochen wird oder weniger. Die größte Diskrepanz findet sich bei den Medien, die mit Lesen zu tun haben: Sach- und Fachbücher werden von 17 Prozent der Befragten häufig gelesen, aber 36 Prozent, fast 20 Prozent mehr, finden dies sehr wichtig. Wohingegen dafür die Nutzung vom Fernsehen immer überwiegt.

## 2.1 Entwicklung der Konsumenten

Die Medienlandschaft im Allgemeinen hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Nicht nur innerhalb Deutschlands, sondern in ganz Europa.

In den letzten Jahrzehnten ist das Vertrauen der Zuschauer in die Medien gesunken.

Dieser Vertrauensverlust ist ausgelöst durch die Erfahrungen mit der Informationspolitik. Gleichzeitig befindet sich das System der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten unter der strikten Ausgewogenheitskontrolle sogenannter „gesellschaftlich relevanter Gruppen“ und der Parteien. Dennoch kann man sagen, dass die deutschen Medien in ihrer Berichterstattung weitgehend unabhängig sind. Vor allem die öffentlich-rechtlichen Sender nehmen ihren Informationsanspruch ernst - trotz des allgemeinen internationalen Niveauverlusts, der natürlich auch Deutschland erfasst hat. Die wahre Gefahr für die Sender und die Printmedien droht allerdings einerseits vom unerbittlichen Vordringen des Internets, zum anderen von dem erschreckenden Phänomen, dass den Informationsmedien vor allem das junge Publikum wegbricht. Ein Drittel aller Fernsehzuschauer sieht keine Nachrichten und liest auch keine Zeitung. In einem weiteren Beitrag beschäftigt sich Manfred Muckenhaupt mit dem Komplex Fernsehnachrichten. Während die öffentlich - rechtlichen Nachrichtensendungen, so z.B. der Marktführer, die ARD-Tagesschau, nüchtern gestaltet sind und „bunte“ Themen vermeiden, lässt sich bei den meisten privaten Nachrichtenanbietern eine betrübliche Emotionalisierung und Boulevardisierung der Fernsehnachrichten feststellen.

Der Themenschwerpunkt „Entwicklung von Fernsehen und Medien“ endet an dieser Stelle. Jedoch bedeuten diese veränderten Zeiten nichts Dramatisches sondern nur ebenfalls veränderte Kommunikationsformen. Jene neuen Kommunikationsformen müssen von allen Bereichen der Medien aufgegriffen werden und auch umgesetzt werden, sofern sie in Zukunft noch mit einem gewichtigem Anteil an der Welt der Kommunikation beteiligt sein wollen. Nach einer Einführung in die allgemeine Situation in Deutschland und der extremen Veränderung gilt es nun, dies auf die Strukturen des ZDF zurückzuführen. Denn hier taucht genau das oben genannte Phänomen auf, dass die potenziellen Zuschauer in den jungen Generationen wegbrechen.

## **2.2 Medienlandschaft im ZDF**

Die neuen Medienkonsumenten müssen ernst genommen werden!

Trotz der erst 70 jährigen Geschichte, hat das Fernsehen bis jetzt enorme und schnelle Entwicklungen mitgemacht, welche stets wieder neue Möglichkeiten in den Vordergrund rücken lassen. Die neuesten Möglichkeiten der Nutzung werden in den folgenden Punkten kurz erläutert.

Sie bereiten auf die Umsetzung der vollen Ausnutzung der Bereiche des Kanals vor. Unter den Begriff der Telemedien fallen nicht nur sendungsbezogene Angebote, sondern alle Online- und Teletextangebote des ZDF. Auch die Telemedienangebote müssen der Bildung, Information, Beratung und

Unterhaltung dienen. Wie die Fernsehprogramme dienen auch sie den im Rundfunkstaatsvertrag beschriebenen Zielen der Meinungsbildung, der Erfüllung gesellschaftlicher Bedürfnisse, des Überblicks über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen, der Verständigung, Integration und des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Ein Angebot im Sinne des Telemedienkonzepts entspricht einem Portal wie „zdf.de“ oder „heute.de“. Angebote sind somit nicht Onlineauftritte zu einzelnen Sendungen des ZDF oder gar Einzelbeiträge und Elemente aus Sendungen. Ein Angebot ist vielmehr eine abgrenzbare Gesamtheit von Einzelinhalten und Einzelelementen. Im Sinne des Rundfunkstaatsvertrags hält das ZDF somit folgende Angebote zum Abruf bereit: zdf.de, heute.de, sport.zdf.de, ZDFmediathek, tivi.de, theaterkanal.de und unternehmen.zdf.de. Gemeinsam mit den Landesrundfunkanstalten der ARD bietet das ZDF die Telemedien 3sat.de, phoenix.de und kika.de an.

Internetfernsehen hat viele Gesichter. Dementsprechend passen sich viele Begriffe, Aspekte und Medien sich damit verbinden.

Internetfernsehen ist eine Form der Übertragung digitaler Bildinhalte, komprimiert mit Video und Audiocodes. Hier dient das Internet als Übertragungskanal und wird mittels IP-Protokoll gesteuert. Als Ausgabemedium werden Personal Computer, TV-Geräte oder andere mediale Outputmedien benutzt. Das Angebot steigt. Zwar gibt es bei der Konkurrenz von Telekom und Alice noch wesentlich mehr Kanäle, doch das Senderpaket von zum Beispiel „Zattoo“ wächst auch. Aktuell können deutsche Nutzer 21 Sender schauen, darunter bekannte Kanäle wie DSF, MTV, Viva oder DMAX;

Nachrichtenangebote wie CNN International, Al Jazeera, France 24 und Nischenprogramme wie Tier TV, TV Gusto und den Entertainment Channel. Es gibt mehr als zehn öffentlich-rechtliche Sender von ARD und ZDF – inklusive KIKA, arte und 3sat. Sollten die Nutzerzahlen der neuen Anbieter weiter steigen, kommt niemand mehr am Internetfernsehen vorbei. Zwar hat RTL now, Clipfish (RTL), sowie Maxdome und MyVideo (ProSieben Sat.1) eigene Bewegtbildangebote im Internet, doch bei richtigem Internetfernsehen wird bewusst ein völlig anderer Weg beschritten. Kein Abruf-TV, sondern herkömmliches Fernsehen mit Live - Übertragung. Die Software will also eher ein Konkurrent zum Kabelanschluss oder zu DVB-T werden als zu YouTube & Co. Für die Sender hat eine Verbreitung über Zattoo sogar Vorteile. Da die Signale über das Peer-to-Peer-Verfahren<sup>43</sup> verbreitet werden, das auch bei Tauschbörsen angewendet wird, steigt die zu transportierende Datenmenge nicht ins Unermessliche, sondern wird zwischen allen Nutzern aufgeteilt. So sparen die Sender Kosten im Vergleich zu normalen Internet-Streams. Vorteil für die Nutzer: Schauen viele Leute auf einmal zu, gibt es keine Empfangsprobleme, sondern sogar eine höhere Qualität.

IPTV, Web TV und Internet TV sind heutzutage keine weithergeholten Synonyme. Diese Begriffe sind mittlerweile alltagstauglich und führen doch oft zu Verwirrungen. Alle haben wie die Endung "TV" bereits andeutet, etwas mit Fernsehen gemein. Nach der obigen Definition für Internetfernsehen können all diese Begriffe damit umschrieben werden. Im Detail gibt es jedoch Unterschiede. Im Bereich IPTV werden digitale TV-Inhalte in einem

---

<sup>43</sup> (P2P) Connection (engl. peer für „Gleichgestellter“, „Ebenbürtiger“) und Rechner-Rechner-Verbindung sind synonyme Bezeichnungen für eine Kommunikation unter Gleichen, hier bezogen auf ein Rechnernetz, man spricht auch von Querkommunikation.

geschlossen Netzwerk mittels IP-Protokoll via Internet übertragen. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF sind seit August 2006 mit dabei beim IPTV-Angebot der Telekom.

“Wir haben jetzt den Grundstein gelegt, um unseren Zuschauern künftig auch über diesen neuen Verbreitungsweg einen einfachen und direkten Zugang zu unseren Programmangeboten zu ermöglichen.“, sagte ARD-Chef Thomas Gruber.

“Auch dass unsere Programme für alle Zuschauer frei empfangbar bleiben und keine programmbezogenen Entgelte anfallen, macht uns zufrieden.“, ergänzte Gruber. ZDF-Intendant Markus Schächter erklärte, alle Inhalte könnten über VDSL<sup>44</sup> unverschlüsselt und ohne Zusatzentgelt empfangen werden. Für den Konsumenten ändert sich von der Bedienung her nichts. Wohl aber kommt er in den Genuss der zahlreichen Vorteile von IPTV. WebTV bedeutet, dass hier digitale TV-Inhalte via Internet übertragen werden - allerdings offen - das heißt für jedermann zugänglich. Die Qualität ist in der Regel niedriger - Primärziel für die Ausgabe ist der PC, wobei über Umwege auch die Ausgabe auf dem Fernseher möglich ist.

Mit Internetfernsehen wird die Übertragung von breitbandigen Anwendungen wie Fernsehprogrammen und Filmen über das Internet bezeichnet. Beim Internetfernsehen werden Streams über das weltweit zugängliche Internet übertragen. Es unterscheidet sich IPTV vor allem durch die fehlende

---

<sup>44</sup> Very High Data Rate Digital Subscriber Line

Unterstützung einer technischen Dienstgüte. Da Internetfernsehen das Internet als Transportweg nutzt und im World Wide Web angeboten wird, kann der Anbieter keine Übertragungsqualität garantieren. Hinsichtlich der unterschiedlichen Bandbreiten der Nutzer liegt die Übertragungsqualität bewusst außerhalb seiner Einflussosphäre. Internetfernsehen geht von der Annahme aus, dass Anforderung an die Stabilität eines für Internetfernsehen tauglichen Internetzuganges sowie das Vorhandensein eines kompatiblen Endgerätes allein vom Zuschauer getragen werden. Das ZDF bietet bisher auf diesem Gebiet eine große Auswahl an Livestreams und einer umfangreichen Mediathek an.

### **2.3 Zukunft und Nutzen der neuen Medien für die öffentlich rechtlichen Sender**

Das meiste Zukunftspotenzial hat aller Voraussicht nach IPTV. Es verbindet das "klassische TV", wie es die Menschen seit über einem halben Jahrhundert gewohnt sind, mit neuen modernen Funktionen. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, hochauflösend zu übertragen. HDTV<sup>45</sup> ist hier das Stichwort. Denn die HD-TV-Geräte können nur ihre volle Schärfe ausspielen, wenn sie auch hochauflösendes Bildmaterial bekommen. An eben Letzterem mangelt es in Deutschland leider noch. Die ARD und das ZDF bieten den dauerhaften Sendeeinsatz vereinzelter HDTV-Inhalte seit Anfang 2010 an.

---

<sup>45</sup> High Definition Television



Allein in den letzten 10 Jahren hat sich die Medienlandschaft in allen Bereichen extrem erweitert. Das terrestrische Fernsehen wird digitalisiert und durchläuft Internetplattformen über HDTV. Heute werden bereits die ersten 3D Geräte auf dem Markt verkauft. Und genau diese wachsende Vielfalt an Übertragungsmöglichkeiten zwingt die Hersteller des Fernsehens dazu, kreativer zu werden. Es reicht nicht mehr, nur Nachrichten und ein paar Durchschnittsfilme anzubieten. Nein - Deutschland will unterhalten werden und zwar am liebsten 24 Stunden, je nachdem wem es wann am Besten passt.

### **3. Die Ziele des neuen ZDF**

Spartenaufteilung heißt das Zauberwort damals wie heute – nur in einem neuen, frischen Layout mit angepasstem Inhalt. Es musste eine Lösung gefunden werden, welche dem Rundfunkstaatsvertrag nicht widerspricht und trotzdem die Lage der Zahlen und Statistiken, vor allem in den jugendlichen Reihen, verbessert. Es gab bereits einige Sparten, die das ZDF gut bedienen konnte, es fehlte allerdings ein angepasstes Programm für die Zielgruppe der 25 – 49 - jährigen. Seit der Einführung des kommerziellen Fernsehens in Deutschland Mitte der 80er Jahre sind TV-Formate – trotz der hohen Anzahl von Medienangeboten – immer wieder Gegenstand öffentlicher Diskussionen geworden. Diese Tatsache verweist auf das Potenzial von verschiedensten Formaten und ihrem hohen Stellenwert in der Fernsehbranche. Im Zuge dieser Wettbewerbsintensität hat auch das ZDF als öffentlich rechtliches Fernsehen nicht lange auf sich warten lassen. Mit Spartenprogrammen von ZDFinfokanal

bis ARTE starteten sie bereits 1992. Heute ist die aktuellste Entwicklung ZDFneo, der ehemalige ZDFdokukanal. Der ZDFdokukanal war ein Fernsehsender und Teil des digitalen Programmangebots des ZDF, der zwischen dem 1. April 2000 und 31. Oktober 2009 gesendet wurde. Dieser Kanal bot Hintergrundinformationen über Natur, Wissenschaft, Geschichte und Gesellschaft. Seit Mai 2009 befand sich der Sender allerdings in einer Umbauphase zu einem Jugend- und Familiensender, bei dem der Anteil der Dokumentationen allmählich verringert wurde und vermehrt Unterhaltungssendungen gesendet werden sollten. Projektname des neuen Senders war ZDForange. Der ursprünglich geplante Arbeitstitel war ZDF Familienkanal. Um das neue Programm zu verbessern und attraktiver zu gestalten erwarb das ZDF mehrere internationale Lizenzserien.

### **3.1 Spartensender ZDFdoku**

Am 19. August 2009 teilte das ZDF dann mit, dass der Sender zum 31. Oktober 2009 seinen Sendebetrieb in der derzeitigen Form einstellen wird. Aus dem ZDFdokukanal wird der neue Zielgruppensender ZDFneo. Dieser soll sich ausschließlich bzw. vorwiegend an Zuschauer von 25 bis 49 Jahren und an junge Familien richten. Der neue Kanal will mit einem Programmkonzept überzeugen, das sich an der Lebenswelt junger Familien und den Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer orientiert. Der Umbau zum Zielgruppenkanal ZDFneo ist Teil der strategischen Neuausrichtung des ZDF, mit welcher der Sender die Herausforderungen der digitalen Zukunft erfolgreich meistern will und muss. Charakteristisch für die veränderte digitale

Medienlandschaft ist die Aufspaltung der Zuschauerschaft. Das ZDF möchte mit einer neuen Angebotstrategie überzeugen und vom Zuschauer akzeptiert werden. Für den Sendestart im November hielt ZDFneo eine abwechslungsreiche Kombination aus unterhaltsamen Musiksendungen, lebensnahen Factual Entertainment - Formaten, Servicesendungen, faszinierenden Dokumentationen, internationalen Kaufserien, Spielfilmen und originellen Comedys bereit. So zeigt sich der Sender als öffentlich - rechtliche Alternative zu anderen Sendern bei jüngeren Zuschauern. Das Sendeschema des neuen Kanals reflektiert den Lebensrhythmus der Zielgruppe. Um mehr auf die Nutzungsgewohnheiten der jungen Menschen einzugehen, beginnt die Primetime von ZDFneo um 21 Uhr. Zu dieser Zeit können auch beruflich stark eingebundene, junge Eltern oder sehr aktive Menschen fernsehen, welche dann erst ihren Feierabend haben. Für das ZDF eröffnet sich mit der Neuausrichtung des Digitalkanals auch eine weitere Möglichkeit. Sie können- unter Vorbehalt der Eignung für das ZDF Programm- neue buntere Programmmöglichkeiten testen. Aus diesem Grund wird durch Programmdirektor Thomas Bellut dem neuen Kanal eine tragende Säule gewidmet:

"Mit seiner Ausrichtung auf jüngere Zuschauer wird ZDFneo zum Innovationsmotor, von dem auch das ZDF- Hauptprogramm profitieren wird."<sup>46</sup> Auch Intendant Markus Schächter bestärkt diesen Weg. "Wo es nicht mehr gelingen kann, mit einem Kanal alle Zuschauer zu erreichen, liegt der Erfolg im Angebot einer starken Senderfamilie, in der sich die unterschiedlichen Zielgruppen unter dem Dach des ZDF wiederfinden."<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Mainz, 19. August 2009 ZDF Pressestelle, Thomas Bellut

<sup>47</sup> Mainz, 19. August 2009 ZDF Pressestelle, Markus Schächter

### 3.2 Kritiken an ZDFneo

Es hat bereits vor Programmstart einige Kritik an ZDFneo gegeben, vor allem von Seiten der Privatsender. Daraufhin stellt sich nun die Frage, in wie weit sich ZDFneo davon beeinflussen lässt. Laut Himmler<sup>48</sup> ist die Kritik nicht nachvollziehbar. Es wurde über eine lange Zeit – ca. ein Jahr – transparent offengelegt, wie das Vorhaben des neuen Spartenkanals lautet. Durch die Gremien<sup>49</sup> des ZDF wurde alles bestätigt und unterstützt. Aber warum wehren sich die Privatsender jetzt? Scheinbar fühlen sie sich von der öffentlich - rechtlichen Offensive auf den Zuschauer bedroht und bekommen das Gefühl, jemand dringt in ihr Revier ein. Jedoch ist es eine Selbstverständlichkeit, dass jeder potenzielle Teilnehmer in der Medienerstellung sich auch auf eine mittlere Zielgruppe konzentrieren darf. Es ist in keiner Gesetzgebung festgelegt, wer welche Zuschauerschicht bedienen darf und wer nicht, sondern lediglich die Programminhalte wurden einst im Rundfunkstaatsvertrag – wie bereits eingehend beschrieben – festgehalten.

Doch genau dieser Vorstoß gegen den Rundfunkstaatsvertrag wird von den Privaten als Lanze erhoben. ZDFneo verstöße gegen den Vertrag vom 3. April 1987. Vor allem in puncto „Vollprogramm“<sup>50</sup> wurde die Neuentwicklung neo in den Medien diskutiert.

---

<sup>48</sup> Leiter der Hauptredaktion ZDFneo

<sup>49</sup> Vertreterinnen und Vertretern der unterschiedlichen gesellschaftlich relevanten Gruppen

<sup>50</sup> ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Informationen, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden

ZDFneo zeigt keine Nachrichten und ist somit kein Vollprogramm. Aber ist dieser Begriff überhaupt noch zeitgemäß in einer Zeit, in der sich das Fernsehen auch durch die Möglichkeiten des Internets doch massiv verändert? Diese Frage ist durchaus berechtigt. „Doch gerade im Rahmen des Rundfunkstaatsvertrages sind solche Begriffe doch sehr wichtig. Wir sind ein Spartensender, ein zielgruppenorientierter Kanal, wir sind kein Vollprogramm und wir haben keine Nachrichten, weil sie das deutlichste Kennzeichen für ein Vollprogramm sind.“ In den sogenannten Anhörungen hat der VPRT<sup>51</sup> genau dies angefordert. Jenseits der Frage Vollprogramm oder Spartenkanal hat sich ZDFneo an den Genres bedient, welche zur möglichen Eignung dienen, sprich die Zielgruppe zwischen 25 und 49 - jährigen möglichst gut zu erreichen.

Diese breite Zielgruppe ist durchaus als jung zu bezeichnen. Ist das Ziel von neo wirklich nur die Erweiterung der Sparten und ein Versuch, diese Zielgruppe mehr für das öffentlich - rechtliche Programm zu begeistern oder vielleicht doch ein Unternehmen, den Ruf als „Seniorensender“ abzulegen?

In den letzten Jahren musste das ZDF feststellen, dass die Zuschauer unter 50 Jahren immer mehr abhanden zu kommen drohen. Diesem Trend wird entgegen gewirkt. Zum einen im Hauptprogramm als auch durch die Positionierung von ZDFneo.

25 bis 49 ist eine große Altersspannbreite. Die Kernzielgruppe liegt heute bei 30- bis 40-Jährigen. Wenn die ZDF-Senderfamilie im Ganzen betrachtet wird,

---

<sup>51</sup> Der VPRT vertritt die Anliegen der privaten Anbieter von Hörfunk, Fernsehen, Mediendiensten bzw. vergleichbaren Tele- und Onlinemedien

auf der einen Seite zusammen mit der ARD, dem Kinderkanal und andere Programmen, dann ist bereits eine mittlere Altersgruppe abgedeckt. Und auf der anderen Seite schließlich das ZDF - Hauptprogramm, das natürlich nach wie vor alle Zuschauer ansprechen muss. So ergibt sich ein halbwegs ausgeglichenes Verhältnis der Zuschauergruppe. Allerdings tut sich jenes auf dem fragmentierten Fernsehmarkt etwas schwer. Die Hoffnung ist scheinbar, dass es durch eine enge Verbindung von ZDFneo und dem Hauptprogramm zu Synergien und auch zu einem strukturellen Verjüngungseffekt für das Hauptprogramm kommt. ZDFneo besteht aus einem Team, welches größtenteils genau in die Zielgruppe passt. Ob dies bei der Umsetzung und der neuen Ideenfindung ein Vorteil ist, muss man jedoch von zwei Seiten betrachten. Zum einen ist Vorsicht geboten, bei solchen empirischen Erhebungen. Was einem persönlich gefällt, ist natürlich nicht direkt auf die Masse zu übertragen. Außerdem ist es nicht möglich innerhalb einer kleinen Auswahl von Menschen die doch sehr große Spannweite von Möglichkeiten abzugleichen. Allerdings haben natürlich Gleichaltrige einen entsprechenden Bekanntenkreis, von dem entsprechende Inspirationen ausgehen. Der Tagesablauf, die Ansprüche und Wünsche an das Programm werden direkt beim Konsumenten abgenommen. Hier werden dann sowohl die Bedürfnisse von jungen Familien als auch vielbeschäftigten Singles gesehen und adaptiert. Und genau darauf basiert auch die Schemavorgabe des Senders - die fiktionale Primetime erst um 21 Uhr beginnen lassen. Auf diesem auch in der Bevölkerung belegbaren Effekt, dass viele erst gegen neun Uhr zum Fernsehen kommen entstand überhaupt erst das Modell. Der ZDFdoku musste dem ZDFneo weichen. Dieser Umbau innerhalb des ZDF, ist mit diversen Abteilungen der verschiedenen Bereiche strukturiert zu planen. Der ZDF-

Dokukanal wird transformiert zu ZDFneo. Das gilt sowohl programmlich wie auch inhaltlich und organisatorisch. Inhaltlich ist vor allem wichtig, dass nach wie vor über 50 Prozent Dokumentationen und Reportagen gesendet werden, sodass das Erfolgsrezept des Dokukanals bestehen bleibt, denn ZDFdoku hat bereits schon viele junge Zuschauer erreicht.

Ähnlich wurde es auch organisatorisch gehalten, die Mannschaft des Dokukanals existiert weiter und ist verstärkt worden um Kollegen, die Expertise im Bereich Factual Entertainment<sup>52</sup>, Fiktion<sup>53</sup> und Comedy haben. Zudem wird eng mit den Fachredaktionen des kompletten ZDF zusammen gearbeitet. Es besteht ebenfalls die Möglichkeit, Dokumentationen mit fiktionalen Programmen so zu verknüpfen, dass sie dem Zuschauer einen tatsächlichen Mehrwert bieten. Sonntags werden Eventabende gezeigt, das heißt, fiktionale Programme, gefolgt von ein bis zwei Dokumentationen und Reportagen, die einen Themenschwerpunkt bilden. Das ZDF ist also immer noch der Sender, der die meisten Dokumentationen, insbesondere zur Primetime, auch im Hauptprogramm hat.

Die Privatsender haben immer wieder kritisiert, ZDFneo sei Gebührenverschwendung. Allerdings kostet neo den Gebührenzahler keinen Cent mehr. ZDFneo führt zu keiner Gebührenerhöhung und auch zu keiner neuerlichen oder vermehrten Anmeldung bei der KEF. Allerdings ist richtig, dass das ZDF dafür intern umschichten musste. Das bedeutet, ZDFneo hat ein Programmgeld von 30 Millionen Euro im Jahr. Diese werden mit sehr vielen

---

<sup>52</sup> Unterhaltungsprogramm nah am Menschen

<sup>53</sup> Erschaffung einer neuen eigenen Welt

Synergien mit dem Hauptprogramm erwirtschaftet, sodass es für den Haushalt des ZDF insgesamt kostenneutral ausgeht. 30 Millionen Euro klingt zunächst einmal gar nicht so viel. Schaut man sich aber an, dass der Dokukanal in den digitalen Haushalten eine Quote von nur 0,3 Prozent hatte – kann man den Vorwurf der Gebührenverschwendung nicht verstehen. Unter Berücksichtigung der Ausdifferenzierung des Fernsehmarktes ist das ZDF dazu verpflichtet, Sparten- und Zielgruppenangebote zu machen. Sie müssen auf den Markt reagieren. Wenn sie dies nicht täten, käme der umgekehrte Vorwurf: Die mittlere Altersgruppe zahlt genauso Gebühren und verdient es auch, dafür ein passgenaues Programm zu bekommen.

Nur ist ZDFneo ein Digitalsender und somit nicht für alle Haushalte zu empfangen. Wie ist die Entwicklung im Bereich Zukunft einzuschätzen und wie wichtig wird ZDFneo da für das Gesicht der Sendergruppe? Genau vor diesem Problem steht das ZDF. ZDFneo hat zur Zeit eine technische Reichweite von 40 Prozent der Bevölkerung. Allerdings steht nach allen Prognosen fest, dass sich das spürbar ändern wird. Das heißt, es wird heute schon investiert, um in zwei oder drei Jahren auf einem Fernsehmarkt entsprechend aufgestellt zu sein, der irgendwann komplett digital sein wird. Und da werden die Digitalsender für das ZDF eine ganz große Rolle spielen. Diese zukunftsorientierte Fürsorge für eine Symbiose zwischen Sender und Empfänger ist eine Herausforderung für die öffentlich - rechtlichen. Denn diesen Unterhaltungswert haben die Privaten schon längst für sich entdeckt, da sie gewissermaßen die Lücke von reiner Information zur Dauerbestrahlung gefüllt haben.



Durch die Digitalisierung und Weiterentwicklung wollen und müssen nun aber auch die öffentlich - rechtlichen Sender eine Programmerweiterung vornehmen. Denn der eigentliche Auftrag dieser Sendeanstalten- die Grundversorgung- versteht sich heute anders als vor ca. 30 Jahren. Heute besteht die Grundversorgung für den Normalverbraucher nicht mehr in einem reinen Bildungsprogramm. Sie wollen an die Hand genommen werden- egal ob für die Vermittlung von Informationen und Bildung oder auch für die „leichte Kost“ der Unterhaltung, welche nur noch im Entferntesten einen Bildungsauftrag verfolgt. Um diesem neuen Druck nicht nach zu geben sondern ihn als Katapult in ein neues Zeitalter zu nutzen, hat sich das ZDF neue Ziele gesetzt und spielt alle Möglichkeiten aus.

#### **4. Private Sender vs. ZDFneo**

ZDFneo ist eine Digitaloffensive, die das ZDF selbst als "ersten großen Schritt zur Bildung einer starken Senderfamilie" sieht. Tatsächlich zeigt der neugestaltete Sender mit Sendungen wie der vielfach Emmy-prämierten US-Sitcom "30 Rock" ein neues Spektrum an Kombinationen, die im Hauptprogramm des ZDF zur Zeit praktisch gar nicht vorkommen. Die Privatsender hingegen fühlen sich durch den extrem jungen Sender zur Zeit bedroht. Denn bisher galt diese Zuschauergruppe eher ihrem Interessengebiet. Es wurde von Seiten der Privaten großzügig „ausgeteilt“. "Das ist ein frontaler Angriff auf das Privatfernsehen", hatte RTL-Medienpolitik-Chef Tobias Schmid in einem Interview gesagt.

"Das ZDF kopiert hier die kommerziellen Sender, mit einem einzigen Unterschied: Es gibt bei Neo nicht einmal Nachrichten."

Zuvor wurde bereits durch ZDF-Programmchef Thomas Bellut die Kritik aus dem privaten Depot gekontert<sup>54</sup>. Vor allem der Vorwurf, es gebe bei ZDFneo keine Nachrichten, sei nicht nachvollziehbar. Kurz vor dem Start des digitalen Kanals ZDFneo hat ZDF-Intendant Markus Schächter das neue Angebot gegen die Kritik kommerzieller Sender verteidigt. Die teils aggressive Reaktion der privaten Wettbewerber sei "scheinheilig", sagte er. Gerade auf Betreiben der Privaten sei ZDFneo als Spartenkanal konzipiert worden und dürfe als solcher keine regelmäßigen Nachrichten ausstrahlen. "Und das wird uns jetzt vorgeworfen."

Um den Privaten nochmals die Leere ihrer Argumente zu zeigen sagte Schächter über den Sendestart von ZDFneo, es sei ein "historischer Schritt", der endlich die Beschränkung des ZDF auf ein Ein-Kanal-System aufhebe. Ein Sender brauche mehrere Kanäle, um in der digitalen Welt bestehen zu können. „Zudem ist ZDFneo ein Labor für neue Produkte“, ergänzte Schächter und nannte als Beispiel Comedy- Programme und Dokumentationen. Jeder Beteiligte in der Medienbranche kämpft um das junge potenzielle Publikum. Vor allem beim Fernsehen ist der Kampf um diese marktrelevante Gruppe sehr deutlich zu sehen.

---

<sup>54</sup> Sat und Kabel berichtete

Es hapert einfach an mangelndem Interesse der 25 – 49 Jährigen am täglichen Programm. Sie bedienen sich eher an Medieninhalten im Internet. Diesem Trend soll ein Riegel vorgeschoben werden. „Wer heute mit einem neuen, kostenlos zu empfangenden Fernsehkanal auf Sendung geht, muss entweder zuviel Geld haben oder eine sehr gute Idee.“<sup>55</sup> Der deutsche Free TV-Markt ist nämlich nach Einschätzung der meisten MedienökonomInnen längst gesättigt. Weltweit gibt es in kaum einer anderen Fernsehlandschaft Sender, die ein derart breites Angebot gebührenfinanzierter, öffentlich-rechtlicher TV-Kanäle haben, wie in Deutschland. Zusätzlich ist der deutsche Fernsehmarkt unter Druck geraten, da die Konkurrenz der Internetangebote in den letzten Jahren stetig gewachsen ist.

Vor allem die jüngeren Bevölkerungsschichten interessieren sich mittlerweile mehr dafür, als für Radio und Fernsehen. Rundfunk- und TV-Programme haben für viele Jugendliche inzwischen die Anmutung eines vergangenen Medienzeitalters.

Gerade das ZDF wird den Ruf des „alternden Fernsehens“ nur schwer los. Interaktive Medienangebote werden immer mehr zum Standard. Massenmedien wie Fernsehen und Hörfunk können zwar interaktive Elemente aufweisen, verfügen jedoch über eine geringe Interaktivität. Die Kommunikation erfolgt weitgehend in eine Richtung, da es keinen vollwertigen Rückkanal gibt, weshalb sie auch als Push-Medien<sup>56</sup> bezeichnet werden.

---

<sup>55</sup> Ulrich Clauß

<sup>56</sup> Informationsfluss vom Sender gesteuert, Kommunikationsfluss primär in einer Richtung (unidirektional) vom Sender zum Empfänger

Stärkere interaktive Eigenschaften hat das interaktive Fernsehen und die DVD. Noch ausgeprägter wird der Grad der Interaktivität bei Software-Anwendungen und bestimmten Internet-Diensten. Besonders dramatisch hat diese Entwicklung seit Jahren schon das ZDF getroffen. Der Mainzer Sender muss um jeden Zuschauer kämpfen, der jünger als 50 Jahre ist – und genau für diese Menschen gibt es jetzt ZDFneo. ZDFneo qualifiziert sich dadurch, dass völlig auf den Zusatz von Nachrichten verzichtet wird. Fünfzig Prozent des Sendeinhaltes bestehen aus verschiedensten Dokumentationsstrecken. Die anderen fünfzig Prozent bestehen aus gehobenem US-Serienmaterial, Spielfilmen und ZDF-Eigenproduktionen. Auch der Programmfluss ist hier nicht zu unterschätzen. Es wird eher ruhig und bedeckt gearbeitet, als stetig die Aufmerksamkeit der „Welt“ auf sich zu ziehen. Man sollte dieses Prinzip als eine „unangestregte Ernsthaftigkeit“ bezeichnen. Wer das Programm einen halben Tag einfach nur nebenher laufen lässt, registriert eine gewisse Intensität der leisen Töne. Es gibt Unmengen an Ideen bei ZDFneo, und es hat sich davon auch schon die eine oder andere als sehr klug heraus gestellt. Ob sich letztenendes diese Spartenentwicklung irgendwann wirklich bezahlt macht – das sei noch abzuwarten. Hier stellt sich eine neue Herausforderung – Geld. Denn von finanziellen Überschüssen ist hier leider nicht die Rede. Sowohl Budget als auch der Personalaufwand sind eher bescheiden, die Ziele allerdings nicht. Auf der gerade einmal 35-köpfigen Redaktion mit einem Etat von 30 Millionen Euro jährlich – das ist für ein Fernsehprogramm sehr wenig – lastet die Hoffnung, ein „Innovationsmotor des ZDF“ zu werden, wie Programmchef Norbert Himmler es formuliert. Dabei stand die „Neo“-Truppe schon unter dem Angriffsfener der privaten Konkurrenz, bevor überhaupt zum ersten Mal ihr Logo auf dem Bildschirm erschien. „Wie groß muss das

Öffentlich-Rechtliche in Deutschland noch werden, während Private selbst in Krisen wie diesen überreguliert bleiben?“, fragte RTL-Geschäftsführerin Anke Schäferkordt in einem Interview der „Süddeutschen Zeitung“. „Auch jüngere Zuschauer zahlen Gebühren und haben einen Anspruch, dafür ein öffentlich-rechtliches Fernsehprogramm zu bekommen, welches sie anspricht“, hält Himmler dagegen. „Für Neo werden die Rundfunkgebühren jedenfalls um keinen Cent erhöht, das finanzieren wir aus vorhandenen Mitteln.“

#### **4.1. ZDFneo vs. VOX**

Der Vox-Geschäftsführer Frank Hoffmann hat ZDFneo beim Medienforum NRW als "medienpolitischen Sündenfall" bezeichnet und die Ausrichtung des Senders kritisiert. "Geld verdirbt den Charakter und das Programm", klagte der Vox-Chef auf dem Medienforum. Aber in wie weit kann man dem zusprechen? Medien im allgemeinen richten sich vermehrt marktwirtschaftlich aus. Die Interessen des Absatzmarktes sind aber nicht immer identisch mit den langfristigen Interessen der Gesellschaft. Während der wachsende Wettbewerb zu Kostenreduktion und Programmierung nach Einschaltquoten führt, ist eine Verarmung an Inhalten die Folge. Es ist wieder interessant, dass gerade von Seiten der privaten Sendeanstalten solche Vorwürfe kommen. Denn gerade Privatfernsehen ist Fernsehen, das nicht von öffentlich-rechtlichen oder staatlichen Sendeanstalten, sondern von privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen betrieben wird. Es bildet die kommerzielle, zumeist werbe- oder abonnementfinanzierte Komponente des dualen Rundfunksystems in

Deutschland. Nachdem der öffentlich-rechtliche Rundfunk über rund drei Jahrzehnte eine Monopolstellung hatte, ergab sich Anfang der achtziger Jahre mit der Einführung des privaten Fernsehens und der Entstehung des dualen Rundfunksystems eine völlig veränderte Situation in der europäischen Rundfunklandschaft. Weiter schaffte der Fortschritt auf dem Gebiet der Kabel/Satelliten-Technologie die Voraussetzungen für neue Übertragungsmöglichkeiten. "Es ist frech, was sich die Öffentlich-Rechtlichen vom Gebührengeld erlauben", so Hoffmann. Die rund 7,5 Milliarden Euro Rundfunkgebühren für ARD und ZDF führten nicht dazu, dass die Sender ihre Zuschauerzahl steigern könnten, erklärte er. Das ist eine unpassende Antwort, da es eine reine Entscheidungssache des Zuschauers ist, was er einschaltet. Hier besteht dann in Bezug auf die öffentlich - rechtlichen Sender im Vergleich zu den Privaten nur die Entscheidung zwischen Nischenprogramm mit Werbeunterbrechung oder Randgruppensender ohne Werbeunterbrechung. Wenn der Zuschauer die Wahl zwischen Nischenprogramm mit Werbeunterbrechung und ohne hat, würde er wohl eher die Variante ohne wählen. Zu dem ist es keinem Sender untersagt, Randgruppen zu bedienen und Nischenfernsehen zu senden.

„Vielmehr würden sie jetzt auch noch die kommerziellen Sender kopieren.“, wurde aus Umfragen der Pro-Privaten klar.

Von Kopieren könne keine Rede sein, konterte Norbert Himmler. Der Sender sei mitnichten ein Abbild von Vox: "Wir veranstalten ein zielgruppenorientiertes Spartenprogramm." Auch der Privatsender-Verband VPRT hatte das

Sendekonzept von ZDFneo wiederholt kritisiert<sup>57</sup>. Marcus Ammon, Vice President Film bei Sky Deutschland, übte ebenfalls Kritik an ARD und ZDF: "Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland alimentiert sich selbst durch Rundfunkgebühren", so Ammon. Damit decke das öffentlich-rechtliche Fernsehen jene Nischen ab, die eigentlich den privatwirtschaftlichen Anbietern vorbehalten sein sollten. Der Bezahlsender wolle die Herausforderung aber annehmen, betonte Ammon und kündigte für Sky mehr Eigenproduktionen an. Allerdings ist in den Augen der Konsumenten eher der Privatesender ein „Sündenfall“. Es erweckt den Anschein, dass die Privaten ihren Stand verteidigen und vor allem erweitern wollen. Aber warum fühlen sich die Privaten bedrängt? Stehen sie doch in einem Wettbewerb mit den Öffentlich - Rechtlichen? Qualität ist der nächste Punkt. Man muss bei der Qualität der Privaten einmal nach folgendem Prinzip vorgehen. Was war zuerst da. Der Zuschauer oder das Fernsehen. Wenn man sich die zynische Herangehensweise der Privaten der letzten Jahrzehnte ansieht, dann kommt man zu dem Schluss, dass die Ursache der fehlenden Qualität am ehesten bei den Sendern zu sehen ist.

Mit minimalem Einsatz - höchst möglichen Erfolg erzielen.

Das Ergebnis ist, dass jenes Publikum, welches weggefallen ist, nicht zurück kommt. Damit ist nicht nur gemeint, dass die Zuschauer abgewandert sind, weg vom Fernsehen als Beschäftigung im allgemeinen.

---

<sup>57</sup> DIGITAL FERNSEHEN berichtete

Am Beispiel der ZDFneo Serie „30 Rock“ kann man weiter die richtige und gerechtfertigte Zielgerade von neo erkennen. Die US Serie „30 Rock“ konnte bereits seit langem erworben werden. Jedoch gab es von Seiten der privaten Sender keine Reaktion darauf, da diese Serie wohlmöglich nicht in den entsprechenden Programminhalt passte. Nun hat neo die Rechte daran gekauft und trifft genau den Geschmack vieler Zuschauer der entsprechenden Zielgruppe.

## **5. Individualisierung – kleine TV-Formate**

Im Mai 2009 endete die TV – Saison 2009 und 2010. Alle nennenswerten Sender gingen mit einer positiven Bilanz im Gegensatz zum Vorjahr heraus. Einzig das ZDF verlor Marktanteile. In der Zielgruppe eroberten sich die acht großen Vollprogramme zusammen 2,4 Prozentpunkte zurück. Das geht zu Lasten der kleinen Sender, unter denen sich dieses Mal kaum Gewinner hervortun konnten.

Bundesliga im Ersten, Champions League bei Sat1, Formel 1 bei RTL und Olympia bei den Öffentlich-Rechtlichen. Die eigentlichen Sport-Spartensender müssen in Deutschland auch sich weiterhin in kleinen Schritten nach vorn bewegen, was das DSF zuletzt dazu brachte, in andere Gefilde wie Call-In und Erotik abzugleiten. Am 1. November 2009 wurde ZDFneo gestartet und ersetzte den ZDFdokukanal. Der Erfolg kann sich sehen lassen: Auf Anhieb erreichte der auf ein jüngeres Publikum zielenden Sender sowohl bei allen Zuschauern ab 3 Jahren als auch bei den 14- bis 49-jährigen 0,2 Prozent Marktanteil. Der



ZDFdokukanal war im vergangenen Jahr jeweils nur auf 0,1 Prozent gekommen. Dies war das Ergebnis, das auch der Schwestersender ZDFinfokanal dieses Mal wieder erzielte. Erneut kam der Digitalsender auf 0,1 Prozent in beiden Zuschauergruppen. Von den jungen Entertainment-Sendern der Viacom-Gruppe konnte nur einer seinen Marktanteil steigern. Comedy Central legte in der Zielgruppe von 0,5 Prozent auf 0,6 Prozent zu. Im Gegenzug verlor allerdings MTV mehr Zuschauer und fiel von 0,9 Prozent auf 0,7 Prozent zurück, während VIVA bei 1,0 Prozent stabil blieb. Bei allen Zuschauern konnte keiner der Sender einen Zuwachs verbuchen. VIVA und Comedy Central blieben stabil bei 0,5 bzw. 0,3 Prozent, MTV verlor leicht auf 0,3 Prozent. Der Nachrichtenbereich ergab folgendes Ergebnis: Schwere Zeiten für den Nachrichtensender der ProSieben Sat.1-Gruppe: Die Einstellung von N24 aus Kostengründen wird heiß diskutiert, Mitarbeiter und Politik machen für den Erhalt mobil. Eine bizarre Situation, denn N24 konnte erstmals seit vier Jahren wieder die alleinige Marktführerschaft im Nachrichtengeschäft behaupten. WDR, hr, SWR, rbb - sie alle konnten vor einem Jahr ein Quotenplus feiern und die Bedeutung der Dritten bestätigen. Dieses Jahr ist die Bilanz nicht so erfreulich, denn kein drittes Programm konnte die Quote steigern. Am Kulturinteresse der Gesamtbevölkerung änderte sich in diesem Jahr wenig. arte kam das dritte Jahr in Folge auf 0,7 Prozent bei allen und 0,6 Prozent bei den jungen Zuschauern. Der Marktführer im Kinderfernsehen musste dieses Jahr klare Abschläge hinnehmen: Nach 2,7 Prozent im Vorjahr kam Super RTL bei den 14- bis 49-Jährigen nur noch auf 2,4 Prozent. Die komplett auf das ganz junge Publikum zugeschnittenen Sender KIKA und Nick mussten jeweils 0,1 Prozent Marktanteil wieder abgeben und kamen auf 1,2 Prozent bzw. 0,9 Prozent. Der größte Verlierer des Jahres unter den kleinen

Sendern und überhaupt allen Sendern ist eindeutig Das Vierte. Das Programm erlitt einen tiefen Quotensturz. Auch der SWR, stellvertretend für die Fraktion der dritten Programme, sowie Super RTL konnten ihren Status nicht halten. Dafür konnte jedoch Comedy Central seine Quote in der umworbenen Zielgruppe steigern und ZDFneo verbesserte den Marktanteil seines Vorgängersenders.

## **6. Fazit**

Ziel dieser vorliegenden Bachelorarbeit ist es, die grundlegenden Strukturen der öffentlich - rechtlichen Sender im Bezug auf die Veränderung der Medienlandschaft in Deutschland – die Digitalisierung – und der daraus resultierenden Veränderung der Zuschauer aufzuzeigen. Spartensender sind ein Produkt dieser Umwandlung. Am Beispiel von ZDFneo wird diese Bewegung deutlich gemacht.

Zu diesem Zweck wurde auf die Organisation in der öffentlich – rechtlichen Rundfunkanstalten eingegangen und der eigentliche Bildungsauftrag und die heutige Fernsehsituation gegenübergestellt.

Dabei ergab sich, dass trotz scharfer Kritik der Privaten Sendeanstalten sich zum Beispiel der Spartensender ZDFneo keineswegs gegen diese Richtlinien stellt, sondern lediglich zeitgemäß das Spektrum von Bildung, Informationen und Interessen auf die Ansprüche des Publikum von Heute anpasst. Dem ZDF wurde von verschiedensten Seiten vorgeworfen, sich nicht an das

Rundfunkgesetz zu halten, sondern nur bezüglich der Quote seine Spartensender entwickelt zu haben. Zum einen ist dieser Aussage recht zu zusprechen, da es ein Überlebensinstinkt aller Fernsehproduzenten sein muss, eine gewisse Anzahl des Publikums zu halten. Zusätzlich wird dadurch, dass sich ein Kanal der GEZ finanzierten Sendeanstalten auf eine Zielgruppe der 25 - 49 jährigen spezialisiert, nicht der Bildungsauftrag verletzt. ZDFneo passt sich dem Zuschauer an, denn nicht das Fernsehen formt heute das Publikum, sondern das Publikum formt das Fernsehen. Was die Veränderungen im Sehverhältnis der heutigen Generation betrifft, so konnte anhand von empirischen Forschungen bereits rausgefunden werden, das sich TV Produzenten an das Sehverhalten anpassen müssen. Die Neuerung der Verlagerung der Primetime von 20.15h auf 21.00 passt zu dem Lifestyle junger Berufstätiger, bei denen der Feierabend erst spät beginnt. Mit diesem Programm peilt das ZDF genau die junge, werberelevante Zielgruppe an, die auch die Privatsender sich wünschen. Familien und Jugendliche im Jahr 2010 lassen sich allerdings nicht einfach nur durch die Idee eines neuen Spartenprogramms überzeugen, sondern fordern sowohl hohe inhaltliche als auch unterhaltsame Aspekte, die den Spartensender deutlich vom üblichen Soap-, „Tine Wittler“ - und „Klatsch und Tratsch“- Alltag abheben.

Es musste festgestellt werden, dass ZDFneo nicht gegen den Vertrag vom 3. April 1987 verstößt, sowie von Sendern wie VOX vorgeworfen wurde. Vor allem in puncto „Vollprogramm“ wurde heiß diskutiert. ZDFneo zeigt keine Nachrichten und ist somit kein Vollprogramm. Dieses Argument ist allerdings hinsichtlich der großen Auswahl an verschiedensten Sparten des ZDF hinfällig, denn es ist nicht gesetzlich festgehalten, dass in jedem Programm eines

Senders alle Aufträge der Versorgung abgeglichen werden müssen. Wenn das ZDF als Ganzes gesehen wird, ist deutlich, dass der Grundversorgungsauftrag in keiner Weise verletzt wird. Zwar kann gesagt werden, dass die Zielgruppenverlagerung von ZDFneo durchaus Auswirkungen auf Sender mit ähnlicher Zielgruppe der privaten Sender haben kann, doch dies ist bis heute durch Quoten noch nicht zu belegen, sondern reine Spekulation.

Abschließend kann festgestellt werden, dass die Frage, ob die Inhalte von ZDFneo entsprechend der Erwartungen des Senders bzw. der des Konsumenten umgesetzt werden können, eindeutig positiv zu beantworten ist. Stärken und Schwächen des Senders wurden analysiert und werden es auch zukünftig noch. ZDFneo kann dem Titel „Neuentdeckung“ gerecht werden und ist eine Nische mit Zukunftspotenzial. ZDFneo versucht mit Individualität auf ganzer Linie zu überzeugen. Im November 2010 feiert der Spartensender sein erstes Jahr und man darf gespannt sein, ob bis dahin diese Innovation sich auch in den Quoten widerspiegelt und endlich nennenswert wird, denn bis heute ist diese leider noch nicht im messbaren Bereich.

## Literaturverzeichnis

### Bücher

Stern, Klaus, Hain, Karl-Eberhardt, Robra, Rainer, Eberle Carl-Eugen, Gessler, Barabra, Neue Mediendienste und öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln vom 30. Mai 2008

Baerns, Barbara: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln 1985

Bruck, Peter A.: Print unter Druck. Zeitungsverlage auf Innovationskurs. München 1993

### Nachschlagewerke

Duden – Das Fremdwörterbuch, Nr 4,6. Auflg., Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich 2001

[http://de.wikipedia.org/wiki/6.\\_Rundfunk-Urteil](http://de.wikipedia.org/wiki/6._Rundfunk-Urteil)

<http://de.wikipedia.org/wiki/GEZ>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Empfangsger%C3%A4t>

### Internet – Kataloge u.ä.

Rösch, Alexander, ZDF rüstet sich mit Neo für digitales Zeitalter, 23. Oktober 2009, <http://archiv.magnus.de/medien/artikel/zdfneo-intendant-schaechter-sieht-digitalkanal-als-labor-fuer-neue-ideen.html>, 03.06.2010

ZDF Neo verdoppelt Marktanteil auf 0,2 Prozent, 07.12.2009, <http://www.infosat.de/Meldungen/?msgID=56418>, 24.06.2010

Strukturell verjüngen, epd Interview mit dem Leiter von ZDFneo, Norbert Himmler

[http://www.epd.de/medien/print/medien\\_index\\_68847.html](http://www.epd.de/medien/print/medien_index_68847.html), 17.10.2009, epd  
medien Nr. 82, 10.06.2010

Interview mit Markus Schächter, ZDF-Intendant, Slaven Pipic, promedia  
01/2010, <http://www.goldmedia.com/blog/2010/01/zdf-intendant-wir-sind-jetzt-endlich-da-angekommen-wo-ich-schon-lange-hin-will/#more-1415>, 05.06.2010

Gemeinschaftsprogramme von ARD, ZDF, ORF, SRG und ARTE France,  
<http://www.medienhb.de/themen/tv-unternehmen/ard-zdf-gemeinschaftsprogramme>, 30.06.2010

Privatsender kritisieren ZDFneo, 25.09.2009, dpd,  
[http://www.focus.de/kultur/medien/neuer-digitalsender-privatsender-kritisieren-zdfneo\\_aid\\_439063.html](http://www.focus.de/kultur/medien/neuer-digitalsender-privatsender-kritisieren-zdfneo_aid_439063.html), 28.06.2010

## Sonstiges

Qualitätsmedien müssen im digitalen Zeitalter zusammen stehen ZDF-Intendant  
Markus Schächter eröffnet 43. Mainzer Tage der Fernsehkritik / Soziale  
Netzwerke kein Ersatz für professionellen Journalismus, Mainz, 22. März 2010  
ZDF Pressestelle, 05.06.2010

ZDFneo ist erster großer Schritt zur Bildung einer starken Senderfamilie  
Intendant Schächter weist Kritik der Privatsender erneut zurück,  
Pressemitteilungen, Mainz, 11. Dezember 2009 ZDF Pressestelle, 05.06.2010

Der ZDFdokukanal geht, ZDFneo kommt Start der öffentlich-rechtlichen  
Alternative für jüngere Zuschauer, Pressemitteilung, Mainz, 19. August 2009  
ZDF Pressestelle, 10.06.2010

Das Profil von ZDFneo, ZDF, Herausgegeben 13.07.2010, 15.07.2010

Stock, Alexander, Der Wert des ZDF für die Menschen in Deutschland, Zweites  
Deutsches Fernsehen März 2006, 26.06.2010

Niggemeier, ZDFneo – Fernsehen für Menschen, die nicht mehr fernsehen. In:  
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 31. Oktober 2009, 24.06.2010

## **Selbstständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.