

2. unser
charly

DER LANDARZT

Hanna
Folge deinem Herzen

SOKO
WIEN

SOKO 5113

NOTRUF
Hafenkante

FORSTHAUS
FALKENAU

Programme und Tarife

Titelthema:

Qualität im Werberahmenprogramm:
Serien im ZDF überdurchschnittlich
erfolgreich • ab Seite 2

Sport:

2010 FIFA World Cup™:
Das „Rund-Um-Sorglos-Paket“ für
Ihre Marke • ab Seite 7

Inhalt

Qualität im Werberahmenprogramm
Seite 2

2010 FIFA World Cup™
Seite 7

DFB-Pokalfinale
Seite 14

Highlights
Seite 15

WISO
Seite 19

Programmschema 2010
Seite 20

Programmänderungen
Seite 22

Ratings
Seite 23

Impressum

ZDF Werbefernsehen GmbH
55100 Mainz

Geschäftsführung

Hans-Joachim Strauch

Verantwortlich

Christoph Lüken

Redaktion

Christoph Lüken

Bärbel Becker

Jens Helmer

Herstellung

Thomas Harwerth

Druck

Pennrich-Druck GmbH, Bingen

Grafik

Connie Celler, Renate Kauer,

Ellen Nowotnik

Fotos

ZDF, imago/Ed Gar, imago/Eisele,

Daniela Inconato, Mathias Bothor,

Christine Schroeder, Elke Werner,

Uwe Ernst, Katrin Knoke, Kerstin Stelter,

Markus Fenchel, Rolf von der Heydt,

Volker Roloff, Merie Weismiller Wallace,

reuters/Siphwe Sibeko, Boris Laewen,

Christian A. Rieger, Laurie Sparham,

Michael Marhoffer, Georges Pauly,

Oliver Wood, Nicolas Maack, Frank

Dicks, Lorenz Baader, Thomas Kost,

Rico Rossival, Petro Domenigg

Ausgabe März 2010

Änderungen, Irrtümer
und Druckfehler vorbehalten.

ZDF erneut auf Platz 2 der deutschen Fernsehsender

Mit einem **Jahresmarktanteil von 12,5 Prozent** belegt das ZDF im Jahr 2009 in der Zuschauergunst erneut **Platz zwei der deutschen Fernsehsender**, hinter der ARD mit 12,7 Prozent und gleichauf mit RTL.

Für Quotenerfolge sorgten einmal mehr die Qualifikationsspiele der Fußball-Nationalmannschaft zur Weltmeisterschaft in diesem Jahr in Südafrika. Das WM-Qualifikationsspiel **Russland-Deutschland** sahen im ZDF 12,46 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren mit einem Marktanteil von 55,6 Prozent. Es belegt damit **Platz 1 der 100 meistgesehenen Sendungen im deutschen Fernsehen**.

Die erfolgreichste Unterhaltungssendung 2009 im deutschen Fernsehen war „Wetten, dass..?“. Die Sendung am 3. Oktober 2009 verfolgten 11,31 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren (Marktanteil 38,0 Prozent) und belegte Platz 2 der TOP 100. Zu der erfolgreichen Jahresbilanz trugen auch die Sonntagsfilme mit dem „Traumschiff“ an der Spitze (bis zu 9,69 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren) sowie die Event-Mehrteiler „Krupp – Eine deutsche Familie“, „Die Rebellin“, „Der Seewolf“ und der mit dem Emmy preisgekrönte Dreiteiler „Die Wölfe“ bei.

Neben dem erfolgreichen Abendprogramm des ZDF sind die bei den Zuschauern sehr beliebten **Vorabendserien**, die im Werberahmenprogramm ausgestrahlt werden, **maßgeblich am Erfolg des ZDF beteiligt**.



Werberahmenprogramm – hohe Einschaltquoten im ZDF-Vorabendprogramm

Das ZDF kann auch für das Werberahmenprogramm 2009 wieder eine überaus positive Bilanz ziehen: Die TOP-20-Hitliste der meistgesehenen Serien macht deutlich, dass das Qualitätsprogramm des ZDF auch die Qualität der Zuschauer sichert.

Sechzehn von zwanzig Platzierungen werden von **ZDF-Formaten** belegt. Dabei führen die **SOKO-Formate mit einem Marktanteil von über 20 Prozent** die Serienhitliste an. Neben Krimi und Action honorieren die Zuschauer

aber auch das ZDF-Familienunterhaltungsprogramm. Serien, wie „**Die Rosenheim-Cops**“ oder „**Der Landarzt**“, wurden von durchschnittlich **mehr als 4 Millionen Zuschauern ab 14 Jahren** gesehen.

Top-20-Serien im Jahr 2009

Platz	Titel	Sender	Zuschauer ab 14 Jahre		GPS Prem.-Markenkäufer*	
			Reichweite in Mio.	Marktanteil in Prozent	Reichweite in Mio.	Marktanteil in Prozent
1	SOKO 5113	ZDF	3,71	21,1	1,56	22,2
2	SOKO STUTTGART	ZDF	3,99	21,0	1,73	22,3
3	SOKO KITZBÜHEL	ZDF	3,13	20,8	1,36	22,9
4	SOKO WIEN	ZDF	3,94	20,7	1,77	22,7
5	SOKO KÖLN	ZDF	3,47	20,4	1,49	21,8
6	EIN FALL FÜR ZWEI	ZDF	3,17	20,0	1,39	21,9
7	SOKO WISMAR	ZDF	3,24	19,9	1,38	21,2
8	DER LANDARZT	ZDF	4,66	18,0	1,99	18,7
9	HALLO ROBBIE!	ZDF	4,44	17,1	1,78	16,4
10	DIE ROSENHEIM-COPS	ZDF	4,04	16,3	1,66	16,8
11	DA KOMMT KALLE	ZDF	3,68	16,1	1,44	15,6
12	FORSTHAUS FALKENAU	ZDF	3,63	15,3	1,55	16,3
13	KÜSTENWACHE	ZDF	3,60	15,0	1,48	15,4
14	NOTRUF HAFENKANTE	ZDF	3,59	14,9	1,47	15,1
15	DIE RETTUNGSFLIEGER	ZDF	2,99	14,8	1,31	16,0
16	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN	RTL	3,36	13,7	1,26	12,8
17	UNSER CHARLY	ZDF	2,77	13,5	1,10	13,4
18	GROSSTADTREVIER	ARD	2,97	13,2	1,25	13,8
19	UNTER UNS	RTL	1,68	12,5	0,60	11,2
20	ALLES WAS ZÄHLT	RTL	2,62	12,2	1,03	11,8

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), 2.1.2009 – 31.12.2009, Mo – Sa, ohne Feiertage, Serien mit mind. 3 Folgen, eigene Berechnungen.

* GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben. Sortierung nach Marktanteile in %.

Das ZDF trägt den Wünschen der Zuschauer Rechnung und setzt die **erfolgreichen Serien mit neuen Folgen**, die zum größten Teil **in HDTV** ausgestrahlt werden, fort.



Die Serienhighlights um 18.00 Uhr

Täglich von **montags bis freitags** verfolgen die Zuschauer die spannenden Fälle der **SOKO-Ermittler**. Ob mit **SOKO 5113**, dem erfolgreichsten SOKO-Format, oder der erst im November 2009 gestarteten **SOKO Stuttgart**, die Kriminalgeschichten ziehen die ZDF-Zuschauer jeden Abend um 18.00 Uhr in ihren Bann.



Werbeinseldreichweiten im Januar 2010

Format	Zuschauer gesamt		E 14+		GPS Prem.-Markenkäufer*	
	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €
SOKO 5113	4,35	3,64	4,33	3,65	1,99	7,95
SOKO Köln	4,14	3,82	4,13	3,83	1,80	8,78
SOKO Wismar	3,73	4,24	3,72	4,25	1,68	9,44
SOKO Stuttgart	3,70	4,27	3,69	4,28	1,66	9,51
SOKO Wien	3,55	4,46	3,54	4,47	1,61	9,85

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh. (D+EU), Januar 2010.

*GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem GPS Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben.

Ihre Werbemöglichkeiten im März 2010:

montags bis freitags

17.56 Uhr	WIS	01 10 17 10	alle SOKO-Formate	€ 504/SEK.
18.20 Uhr	WIU	01 14 18 20	alle SOKO-Formate	€ 626/SEK.



Profitieren Sie von den hohen **Werbeinseldreichweiten** und den **niedrigen TKPs** und platzieren Sie Ihre Werbung in dem attraktiven Umfeld des ZDF-Werberahmenprogramms. Buchungsmöglichkeiten und Preise finden Sie auch in unserer aktuellen Preisliste und unter www.zdf-werbung.de.

Die Serienhighlights um 19.25 Uhr

Die Serienhighlights um 19.25 Uhr stellen eine Mischung aus Action und Familienunterhaltung dar.

Dienstags sorgen die „**Rosenheim-Cops**“ für Spannung und die Zuschauer können an den skurrilen Gegensätzlichkeiten des ungleichen Ermittler-Duos teilhaben.



„Leinen los“ heißt es dann **mittwochs** um 19.25 Uhr, wenn die „**Küstenwache**“ mit riskanten Rettungsaktionen und packenden Abenteuern den Zuschauern eine überzeugende Kombination von Krimi und maritimer Action bietet.



Spannende und dramatische Einsätze gehören zum Berufsalltag der Hamburger Streifenpolizisten und Notärzte in „**Notruf Hafenkante**“. **Donnerstags** um 19.25 Uhr verfolgen die Zuschauer Schicksale von Menschen, die skrupellosen Tätern zum Opfer fallen. Nur durch die Zusammenarbeit von Polizei und Notaufnahme werden Menschen gerettet und Täter dingfest gemacht.



Mit „**Forsthaus Falkenau**“ startet das ZDF **freitags** um 19.25 Uhr sein Wochenend-Familienunterhaltungsprogramm. In dieser Familien- und Naturserie begleiten die Zuschauer den Förster Stefan Leitner (Hardy Krüger jr.) bei seiner Arbeit in den Wald. Sie werden mit ökologischen Problemen konfrontiert und können an kleinen Familienkonflikten und großen Emotionen teilhaben.



Samstags sorgt die bei den Zuschauern sehr beliebte Tierserie „**Unser Charly**“ für spannende Unterhaltung. Die Energie und der Tatendrang des pffiffigen Schimpansen führen immer wieder zu turbulenten Geschichten.



Werbeinselreichweiten im Januar 2010

Format	Zuschauer gesamt		E 14+		GPS Prem.-Markenkäufer*	
	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €
Die Rosenheim-Cops	4,10	4,66	4,08	4,69	1,72	11,10
Küstenwache	3,84	4,73	3,81	4,77	1,57	11,58
Notruf Hafenkante	3,76	4,97	3,73	5,00	1,58	11,85
Forsthaus Falkenau	3,43	5,33	3,37	5,43	1,43	12,77
Unser Charly	3,40	4,61	3,27	4,79	1,42	11,00

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh. (D+EU), Januar 2010.

*GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem GPS Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben.

Ihre Werbemöglichkeiten im März 2010: dienstags bis samstags

19.22 Uhr	WIS	01 14 19 40	alle Formate	€ 626/SEK
19.50 Uhr	WIU	01 20 19 50	Die Rosenheim-Cops	€ 918/SEK
		01 18 19 50	Küstenwache, Notruf Hafenkante	€ 840/SEK
		01 19 19 50	Forsthaus Falkenau	€ 882/SEK
		01 17 19 50	Unser Charly	€ 768/SEK

Werbeinselreichweitenvergleich / TKP im Januar 2010:

Vorabend versus Abendprogramm

Sender		E 14+		HHF 14+		HHV 14+		E 14-49		GPS Prem./Markenkäufer*	
		Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €	Sehbet. Mio.	TKP €
ARD Das Erste	17-20 Uhr	2,14	5,75	1,45	8,49	1,40	8,82	0,44	27,67	0,88	13,94
ZDF		3,35	4,35	2,33	6,26	2,18	6,67	0,46	31,95	1,47	9,92
RTL		2,03	7,77	1,38	11,43	1,21	12,99	1,16	13,57	0,72	21,90
Sat.1		2,03	6,32	1,40	9,19	1,30	9,87	0,79	16,38	0,80	16,13
ProSieben		0,97	12,93	0,54	23,12	0,53	23,71	0,82	15,23	0,29	42,76
RTL II		0,49	7,11	0,33	10,62	0,30	11,64	0,34	10,36	0,16	22,52
kabel eins		0,58	9,47	0,35	15,94	0,37	14,85	0,43	12,88	0,20	28,06
VOX		1,02	6,10	0,73	8,48	0,61	10,14	0,52	12,03	0,39	15,82
RTL	20-23 Uhr	3,51	11,20	2,22	17,73	2,07	18,95	2,01	19,58	1,25	31,53
Sat.1		1,63	12,10	1,01	19,54	0,98	20,23	1,03	19,19	0,58	33,98
ProSieben		1,30	15,84	0,75	27,36	0,72	28,47	1,07	19,18	0,40	51,33
RTL II		0,82	9,22	0,55	13,77	0,52	14,60	0,53	14,12	0,26	28,74
kabel eins		0,75	10,88	0,48	17,00	0,47	17,41	0,48	17,15	0,26	31,03
VOX		1,39	9,52	0,92	14,40	0,85	15,68	0,81	16,47	0,50	26,55

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernsehpanel. (D+EU), Januar 2010.

*GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem GPS Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben.

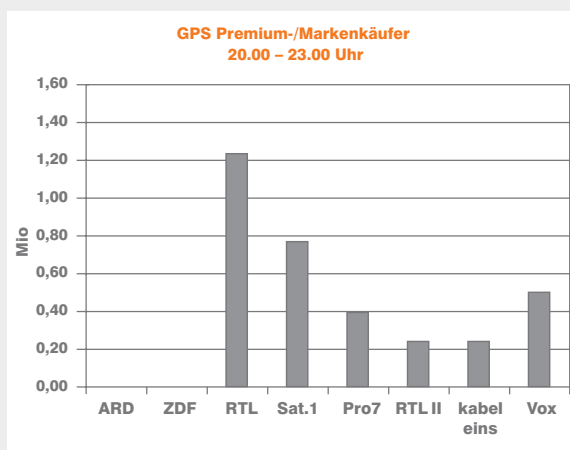
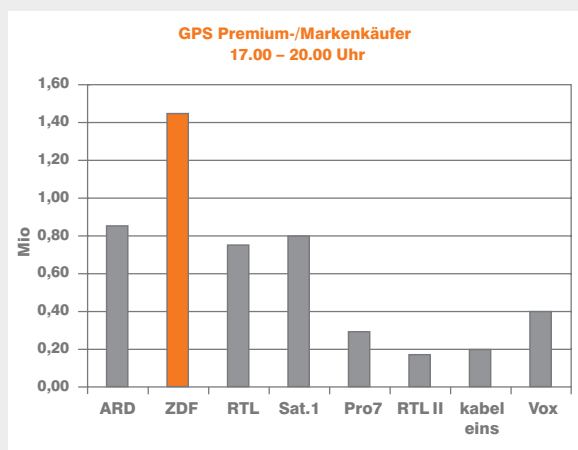
Der Globale Premiumshopper (GPS) – Zielgruppendefinition nach Konsumverhalten

Der Globale Premiumshopper ist das Ergebnis einer Fusion von Marketing- und Mediadaten und beinhaltet Informationen zum Konsumverhalten von über 150 Warengruppen aus dem FMCG-Bereich (Fast Moving Consumer Goods). Das **Fernsehverhalten** der Konsumenten (AGF/GfK Fernsehpanel) wird mit dem tatsächlichen **Kaufverhalten** (GfK Consumer Scan) verknüpft. Als Resultat erhält der Mediaplaner den Global Shoppertyp. Namensgebend für die Typologie ist, aufgrund des enormen Kaufpotenzials, der **Globale Premiumkäufer**, kurz GPS genannt. Neben den Premium- und Markenkäufern gibt es noch die Promotion- und Handelsmarkenkäufer.

Der Zuschauer wird also allein nach seinem tatsächlich gemessenen Kaufverhalten eingeteilt und nicht nach demografischen Parametern. Schließlich wird der **Umsatz über den Konsum entschieden** – unabhängig von der Altersgruppe.

Werbeinselreichweitenvergleich im Januar 2010 bei GPS Premium-/Markenkäufern:

Vorabend versus Abendprogramm



Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernsehpanel. (D+EU), 1.1.- 30.1.2010.

*GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem GPS Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben.

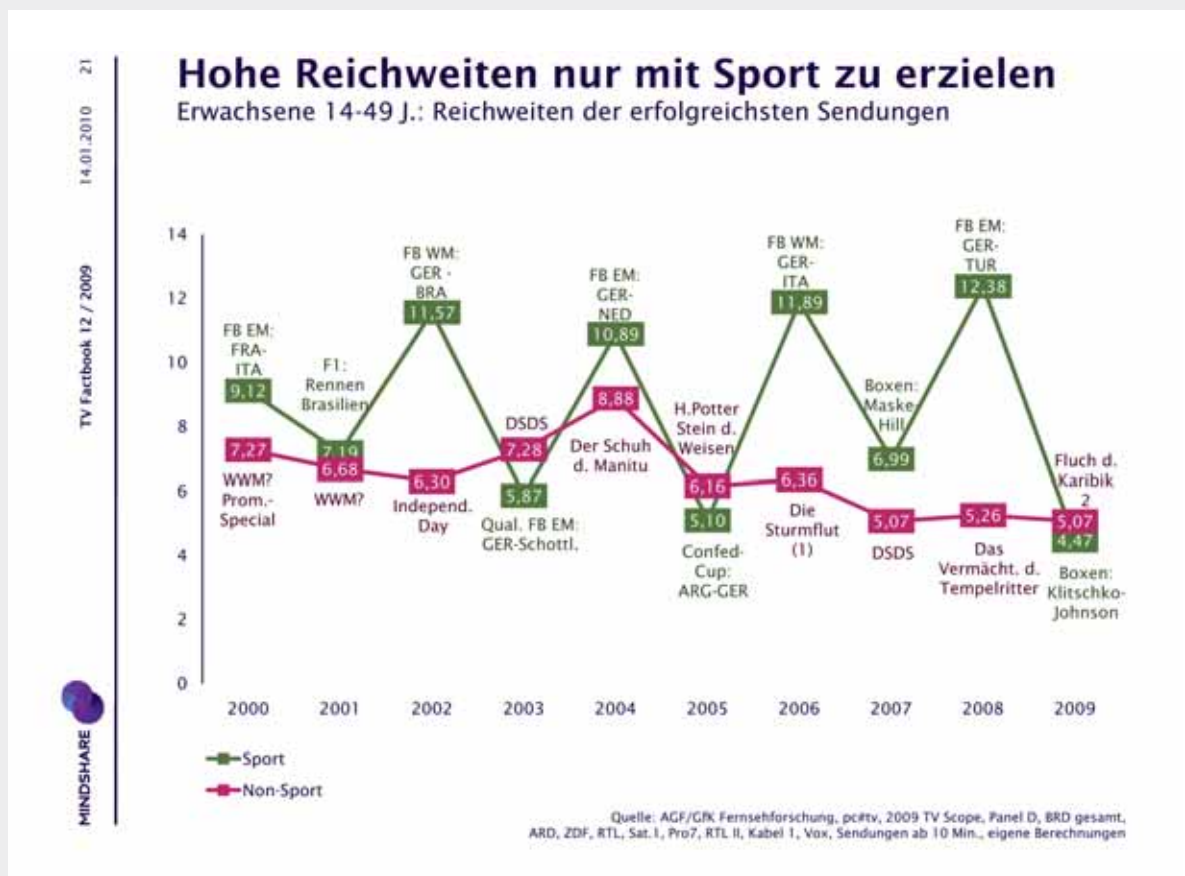
Der Globale Premiumshopper ist für AGF-Lizenznehmer **einfach** und **kostenlos** in der Media-Planungssoftware „TV Scope“ abrufbar. Ausführliche Informationen zur Freischaltung und zu GPS generell erhalten Sie bei Saskia Weisser: Tel. 06131 704014.

2010 FIFA World Cup South Africa™ – das „Rund-Um-Sorglos-Paket“ für Ihre Marke

Kunden und Mediaagenturen sind stets auf der Suche nach dem optimalen Umfeld für starke Markenkommunikation. Zielgruppenansprache, Qualität des Umfelds, Kosten und Wirkung sind die wesentlichen Aspekte, die bei der Entscheidungsfindung dienen. In einer mehr und mehr divergierenden Medienlandschaft fällt die Orientierung nicht immer leicht. Da trifft es sich gut, dass es Umfeldler gibt, die alle wesentlichen Attribute in sich vereinen und durch Beständigkeit größtmögliche Planungssicherheit verleihen. Leider werden diese Umfeldler mit ihrer Stärke und Durchschlagskraft nicht immer richtig identifiziert. Dies trifft z. B. für Sportumfelder und insbesondere für die großen Fußballturniere wie Europa- und Weltmeisterschaften zu. Da freut sich der TV-Vermarkter, wenn eine Mediaagentur wie Mindshare ebenfalls die Zeichen der Zeit erkannt hat. Die Agenturkollegen aus Frankfurt haben die reichweitenstärksten

Sportsendungen in einem Chart ihres „Factbooks“ im Dezember 2009 fiktionalen Programmen gegenübergestellt. Rausgekommen ist ein erstaunlicher Beleg für die Reichweitenstärke bei jungen Erwachsenen für Sportsendungen im Allgemeinen und für Übertragungen von großen Fußballturnieren im Speziellen. So erreichte das Halbfinale der EURO 2008 zwischen der Türkei und Deutschland mit 12,38 Mio. Zuschauern E 14–49 Jahre mehr als doppelt so viele Zuschauer wie das fiktionale Blockbuster „Das Vermächtnis der Tempelritter“ bei Pro7. An der Grafik ist zudem schön zu erkennen, dass der Boom der großen Fußballturniere ungebrochen ist. Von 2004 an wurden die Spitzenwerte auch über das WM-Jahr 2006, die seinerzeit in Deutschland stattfand, stetig gesteigert. Der Trend riss auch 2008 mit der EURO nicht ab.

Sport kriert Reichweiten wie kein anderes Programm



Fußball-WM – der Quotenhit 2006

Bei genauer Betrachtung des Mindshare-Charts stellt sich die Frage, welche Formate überhaupt gut funktionieren. Die Antwort ist schnell erbracht. Im WM-Jahr 2006 erzielte die Liveberichterstattung vom Halbfinale zwischen Italien und Deutschland mit 12,31 Mio. Zuschauern bei den Erwachsenen 14–49 Jahre nicht nur den Höchstwert, sondern ließ die „Sturmflut“, die seinerzeit bei RTL zur Ausstrahlung kam, weit hinter sich. Der Blockbuster der Kölner Kollegen rangiert in der sogenannten werberelevanten Zielgruppe lediglich auf dem 14. Platz. Die Plätze 2 bis 13 gingen ausnahmslos an Übertragungen rund um die WM 2006. Insgesamt belegt die WM-Berichterstattung 20 der 25 Top-Plätze in Sachen Reichweite.

Erfolgreichste Sendungen 2006 / E 14–49 Jahre

Platz	Datum	Sender	Titel	E 14–49 J. Sehbet. Mio.
1	4.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Italien	12,31
2	9.7.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Italien – Frankreich	10,93
3	4.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Moderation	10,20
4	30.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Deutschland – Argentinien	10,09
5	14.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Deutschland – Polen	9,75
6	8.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Portugal	9,57
7	24.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Schweden	8,89
8	8.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Moderation	8,79
9	20.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Ecuador – Deutschland	8,43
10	9.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Costa Rica	8,17
11	25.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Achtelfinale Portugal – Niederlande 2	7,68
12	13.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Brasilien – Kroatien	6,85
13	25.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Achtelfinale Portugal – Niederlande 1	6,62
14	19.2.2006	RTL	Die Sturmflut (1)	6,58
15	5.7.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Portugal – Frankreich	6,38
16	22.10.2006	RTL	Formel 1 – Brasilien, das Rennen	6,28
17	20.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Schweden – England	6,21
18	1.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Brasilien – Frankreich	6,06
19	30.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Studio	6,02
20	20.2.2006	RTL	Die Sturmflut (2)	6,00
21	15.10.2006	ProSieben	Fluch der Karibik	5,96
22	27.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Spanien – Frankreich	5,93
23	6.12.2006	ARD Das Erste	Deutschland. Ein Sommermärchen	5,88
24	9.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Moderation	5,69
25	5.11.2006	ProSieben	(T)Raumschiff Surprise – Periode 1	5,65

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh. (D+EU), ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Pro7, Sendungen ab 15 Minuten / Stand 5.2.2010.

Traumwerte auch im Werberahmenprogramm bei der WM 2006

Im vermarktungsrelevanten Zeitfenster des ZDF rangieren die WM-Übertragungen ebenfalls an vorderster Position.

Platz	Datum	Sender	Titel	E 14–49 J. Sehbet. Mio.
1	30.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Deutschland – Argentinien	10,09
2	24.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Schweden	8,89
3	20.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Ecuador – Deutschland	8,43
4	9.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Deutschland – Costa Rica	8,17
5	22.10.2006	RTL	Formel 1 – Brasilien, das Rennen	6,28
6	30.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Studio	6,02
7	9.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: Moderation	5,69
8	18.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Brasilien – Australien 2. HZ	5,52
9	25.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Achtelfinale England – Ecuador 2.HZ	5,39
10	1.7.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: England – Portugal	4,65
11	15.6.2006	ZDF	ZDF Fußball-WM live: England – Trinidad/Tobago	4,59
12	18.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Brasilien – Australien 1. HZ	4,51
13	25.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM2006: Achtelfinale England – Ecuador 1.HZ	4,44
14	12.3.2006	RTL	Formel 1 – Bahrain, das Rennen	4,44
15	6.8.2006	RTL	Formel 1 – Ungarn, das Rennen	4,36
16	28.5.2006	RTL	Formel 1 – Monaco, das Rennen	4,34
17	27.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Brasilien – Ghana	4,07
18	11.6.2006	RTL	RTL Fußball-WM 2006: Mexiko – Iran 2.HZ	4,05
19	23.4.2006	RTL	Formel 1 – San Marino, das Rennen	4,00
20	26.6.2006	ARD Das Erste	Fußball-WM 2006 live: Italien – Australien	3,79

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh. (D+EU), ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Pro7, Sendungen ab 15 Minuten / Stand 5.2.2010.



Fußball-WM auch „auf“ der Werbeinsel eine Bank

Wenn Entscheider das ideale Umfeld für ihren Markenauftritt suchen, sind natürlich die Leistung in der Werbeinsel und die Programmanbindung ein wichtiges Kriterium. Schnell wird klar, dass die Fußball-WM im ZDF für unsere Kunden mehr bietet als nur eine tolle Verpackung. Denn die **Werbeinseln** sind **im ZDF nur sehr kurz** und damit **äußerst aufmerksamkeitsstark**. Dies und eine moderate Preisgestaltung sorgen dafür, dass Ihre Werbebotschaft bestens im Programm integriert ist und dabei von überdurchschnittlichen Werbeinselreichweiten und günstigen TKPs profitiert. Den Vergleich mit Wettbewerbsangeboten, wie zum Beispiel die Formel-1-Berichterstattung in RTL, braucht das ZDF nicht zu fürchten. Bei höherer Werbeinselreichweite werden günstigere TKPs generiert und dies auch für Spiele ohne deutsche Beteiligung. Eindrucksvoll bestätigt das Ranking der Horizont-Ausgabe Nr. 26 aus dem Jahre 2006 diesen Trend. Werbeinseln im Umfeld der WM generieren hier Traumreichweiten bei günstigsten TKPs.

Werbeinselreichweiten und TKPs – Horizont bestätigt die Leistungsstärke der Fußball-WM 2006

Top TV-Werbeinseln der Woche

Die fünf reichweitenstärksten Werbeblöcke der 26. Kalenderwoche					Reichweite	TKP
Sendetermin	Tag	Uhrzeit	Dauer	Sendung	in Millionen	in Euro
Das Erste	30.6	17:46:41	0:03:32	U Fußball-WM 2006 live: Studio	8,06	35,00
	30.6	17:55:35	0:04:10	U Fußball-WM 2006 live: Studio	7,95	35,47
	27.6	17:58:04	0:04:15	U Fußball-WM 2006 live: Studio	3,55	23,69
	27.6	17:49:26	0:03:16	U Fußball-WM 2006 live: Studio	3,46	24,26
	26.6	17:56:38	0:01:56	U Fußball-WM 2006 live: Studio	2,89	29,03
ZDF	1.7	19:47:19	0:01:06	U Fußball-WM 2006 live: Moderation	4,39	15,03
	1.7	17:55:15	0:04:27	U Fußball-WM 2006 live: Moderation	3,32	22,56
	1.7	17:49:37	0:03:39	U Fußball-WM 2006 live: Moderation	3,30	22,70
	1.7	19:52:23	0:01:59	S Fußball-WM 2006 live: Moderation / Heute	3,27	6,43
	1.7	16:46:06	0:01:22	U Fußball-WM 2006 live: Studio	1,12	24,07
RTL	2.7	20:27:08	0:01:18	U Formel 1 – USA, Das Rennen	2,73	40,80
	2.7	20:05:10	0:02:01	U Formel 1 – USA, Das Rennen	2,62	42,53
	2.7	19:47:01	0:03:14	U Formel 1 – USA, Das Rennen	2,56	43,54
	2.7	20:39:42	0:00:48	U Formel 1 – USA, Das Rennen / Highlights	2,53	43,91
	2.7	19:24:50	0:02:19	U Formel 1 – USA, Das Rennen	2,51	44,38
SAT.1	2.7	22:48:37	0:02:53	U Con Air	1,49	15,69
	2.7	23:24:23	0:03:26	U Con Air	1,40	9,77
	2.7	00:00:46	0:01:50	S Con Air / Robocop	1,04	5,40
	2.7	21:36:10	0:07:11	U Jede Menge Ärger	1,02	19,78
	2.7	20:53:03	0:06:22	U Jede Menge Ärger	1,01	20,05
VOX	28.6	21:50:34	0:06:04	U Criminal Intent – Verbrechen im Visier	1,41	14,88
	28.6	20:50:48	0:05:41	U C.S.I.	1,31	17,23
	28.6	21:21:39	0:05:42	U Criminal Intent – Verbrechen im Visier	1,28	16,36
	28.6	20:26:54	0:05:11	U C.S.I.	1,19	17,50
	26.6	20:53:16	0:02:41	U C.S.I.: NY	1,19	18,29
SAT.1	29.6	21:58:09	0:07:05	U Navy C.I.S.	1,35	26,57
	29.6	21:34:05	0:06:49	U Navy C.I.S.	1,30	25,04
	28.6	20:55:14	0:04:42	U Deal or no Deal – Die Show der Glücks-Spirale	1,21	17,46
	2.7	21:39:25	0:04:58	U Genug	1,11	12,92
	2.7	21:08:55	0:05:55	U Genug	1,09	13,16

Horizontbeitrag vom 23.2.2006



Fußball-WM – schmale Kosten bei hoher Wirksamkeit

Die absoluten Einschaltkosten und die Wirksamkeit einer Kampagne im Umfeld der WM werden mit Recht von den Entscheidern stets stark thematisiert. Wie auch 2006 beschäftigt Agenturen und Kunden dieses Thema.

Gerne gewähren wir in diesem Zusammenhang einen tieferen Blick in die Buchungsperformance der WM 2006 im ZDF. Bedingt durch die große Programmfläche – bis zu drei Spiele im Werberahmenprogramm – und die begrenzte Menge der uns zur Verfügung stehenden Werbefläche – 20 Minuten pro Tag – generieren wir kurze Werbeinseln. Diese sind für die Wirksamkeit ein erster

wesentlicher Baustein. Insgesamt wurden im Umfeld der WM-Berichterstattung 7.137 Sekunden gebucht. Verteilt auf 61 Werbeinseln ergab dies **eine Länge pro Werbeinsel von lediglich 117 Sekunden** – oder 1:57 Minuten. Insgesamt wurden 239 Spots geschaltet. Pro Werbeinsel waren damit durchschnittlich nur 4 Motive vertreten. Damit war **jeder zweite Spot eckplatziert**. Die 239 Spots wurden von 48 Kunden geschaltet. Lediglich 4 von diesen 48 Kunden (8 %) platzierten mehr als 10 Termine. 34 Kunden (71 %) buchten dagegen weniger als 5 Spots (Ø 2,4 Spots). Dabei lag die Konzentration der Buchungen auf den Spielen mit deutscher Beteiligung.

Belegungsperformance WM 2006 im ZDF Werbefernsehen

Gebuchte Sekunden gesamt:	7.137
Werbeinseln gesamt:	61
Schnitt Sekunden pro Insel:	117
Spots insgesamt:	239
Spots im Schnitt pro Insel:	4
Werbetreibende gesamt:	48

Gebuchte Termine	Anzahl Kunden	Kunden in %	Belegung Insel
> 10	4 von 48	8 %	jede 6te
> 5	10 von 48	21 %	jede 12te
≤ 5 / (Ø 2,4)	34 von 48	71 %	jede 25ste
≤ 10 / (Ø 3,5)	44 von 48	92 %	jede 17te

Wenn der Kundenmarkt durchschnittlich lediglich 2,4 Termine platziert und nur 4 Kunden 10 oder mehr Spots schalten, lässt sich schnell ermesen, dass es nicht viele Termine braucht, um sich im WM-Umfeld dominant zu präsentieren. Klar ist, dass ein Kunde mit 10 Spots sich von 90 % des Marktes in seinem Auftritt absetzt. Die Frage ist, was kostet ein solcher Auftritt?

Wir haben Ihnen exemplarisch eine Buchungsfrequenz zusammengestellt. 10 Termine und damit eine durchgängige Spotkampagne im ZDF sind schon für weniger als € 240.000 zu haben. Zwei Spiele mit deutscher Beteiligung sind dabei schon integriert und dies bei Platzierungen jeweils unmittelbar am Spielgeschehen.

WM-Strategie:

Nr.	Tag	Datum	Paarung	Uhrzeit ca.	Werbung / Programm	Kosten 15"	Code
1	Di.	15.6.2010	Neuseeland vs. Slowakei	13.15 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	9.000 €	22 70 13 90
2	Do.	17.6.2010	Argentinien vs. Südkorea	13.15 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	9.000 €	22 70 13 90
3	Fr.	18.6.2010	Deutschland vs. Serbien	13.15 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	37.500 €	22 76 13 90
4	Mo.	21.6.2010	Portugal vs. Nordkorea	13.15 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	9.000 €	22 70 13 90
5	Di.	22.6.2010	Südafrika vs. Frankreich	15.45 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	24.000 €	22 73 15 94
6	Do.	24.6.2010	Slowakei vs. Italien	15.45 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	24.000 €	22 73 15 94
7	Fr.	25.6.2010	Chile vs. Spanien	19.55 Uhr	Werbung im Vorbericht	19.500 €	22 72 19 89
8	t.b.a.		Achtelfinale ohne Deutschland	15.45 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	24.000 €	22 73 15 94
9	t.b.a.		Viertelfinale mit Deutschland	15.45 Uhr	Werbung vor der 1. Halbzeit	60.000 €	22 78 15 94
10	t.b.a.		Halbfinale ohne Deutschland	19.55 Uhr	Werbung im Vorbericht	19.500 €	22 72 19 89
Total 10 Schaltungen à 15 Sek.						235.500 €	

Hohe Wirksamkeit im Umfeld der WM im ZDF zu generieren ist kein Problem, da auch die offiziellen Partner sich aktuell und ähnlich wie in 2006 in großer Zurückhaltung üben.

WM-Umfelder – Terrain für „Konterstrategien“

Von den insgesamt 10 Sponsoren der FIFA (6 FIFA-Partner und 4 FIFA-World-Cup™-Sponsoren), die exklusive Ersteinbuchungsrechte für klassische TV-Spots im Umfeld der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010™ besitzen, haben bisher lediglich zwei Partner Buchungen im ZDF vorgenommen.

Dies eröffnet Ihnen erstklassige Möglichkeiten, durch eine „Konterstrategie“ mit einer Spotkampagne im WM-Umfeld und im Branchensegment der FIFA-Kunden zu punkten. Dies war auch schon 2006 der Fall, doch leider haben nur wenige Kunden diese Chance ergriffen.

Es ist ein Irrglaube, dass die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010™ ausschließlich durch die FIFA-Sponsoren dominiert wird. Im Gegenteil, dieses Event ist ein ideales Terrain, um im „Gewässer des Wettbewerbs“ den Hecht im Karpfenteich zu mimen. Denn für die FIFA-Partner gibt es keine Branchen- oder Produktexklusivität, dies bedeutet „freie Fahrt“ für Ihre Marke. Die lohnt sich insbesondere dann, wenn die FIFA-Kunden auf klassische Spotschaltungen verzichten.

FIFA-Partner

Adidas
Emirates Airlines
Hyundai/Kia
Sony
Coca Cola
VISA

FIFA-World-Cup™-Sponsors

Anheuser Busch
Castrol
Continental AG
McDonalds



Vermeidungsstrategien kosten Stimmgewalt

Wer auf eine WM-Kampagne verzichtet, verliert deutlich an Stimmgewalt. 2006 fuhr nahezu der gesamte TV-Markt eine „Vermeidungsstrategie“. Die TV-Budgets wurden in den April und Mai vorgezogen. In diesen Monaten entstand dann ein Werbegewitter. Der „Share of Voice“ ging dafür aber in den Keller. Die Markenkommunikation der einzelnen Kampagnen verpuffte im Wirrwarr der Kommunikationsbotschaften.

Wer aber im Juni 2006 sein Budget in WM-Umfelder investierte, wurde gehört und erzielte bei gleichem finanziellem Einsatz wie im Mai 2005 einen überdurchschnittlichen „Share of Voice“.

So setzte der Kunde T-Com im Mai und Juni 2006 jeweils ca. € 4,7 Mio. in TV ein. Im Mai lag der Anteil an den Gesamtausgaben bei nur 0,58 %. Im WM-Monat Juni lag der Wert bei annähernd gleichem Volumen, bei 0,93 % – **ein Plus von 60 %!** Der Grund ist einfach, allein im Mai 2006 wurde insgesamt eine Summe von € 803 Mio. im TV investiert, der Juni kam lediglich auf € 510 Mio. Die Vermeidung des WM-Monats und der WM-Umfelder führte zu einer Verpuffung, in der viel Geld verbrannt wurde. Im WM-Monat Juni hingegen punktete der Kunde und konnte sich über eine deutlich gestiegene Aufmerksamkeit freuen.

Share of Advertising

Gesamtmarkt Mai/Juni 2006

	Mai 2006		Juni 2006		
	Spend (€)	% of All Companies	Spend (€)	% of All Companies	Veränderung Share Juni zu Mai
TV gesamt	802.948.384	100,00 %	509.852.180	100,00 %	
T-Com	4.654.684	0,58 %	4.749.732	0,93 %	60 %



Nachweisbare Wirksamkeit

Wie wirksam eine WM-Kampagne sein kann, zeigt das Beispiel am Kunden Henkel mit dem Produkt Pattex. 28 Schaltungen im Mai 2006 bei RTL, davon drei in der Primetime, wurden in der unten aufgeführten Tabelle mit 13 Schaltungen in WM-Umfeldern des ZDF

verglichen. Bei nahezu gleichem Investment von 210T € punktete das ZDF mit seinen Umfeldern in allen wesentlichen Zielgruppen und auch bei den jungen Erwachsenen zwischen 14 und 49 Jahren.

WM-Kampagne Juni 2006

Fact	Premium-Markenkäufer		E 14–49		HHF 14+		M 20–59	
	ZDF WM 2006	RTL Mai 2006	ZDF WM 2006	RTL Mai 2006	ZDF WM 2006	RTL Mai 2006	ZDF WM 2006	RTL Mai 2006
Kosten / Tarif €	206T	210T	206T	210T	206T	210T	206T	210T
NRW in %	27,8	19,4	24,1	20,7	26,6	25,1	32,8	18,4
Brutto Kt. Mio.	20,22	11,87	18,98	14,72	25,44	21,16	16,13	6,48
TKP €	10,19	17,69	10,85	14,27	8,10	9,93	12,77	32,39
GRP	70	41	53	41	71	59	81	32

Kampagne Henkel / Pattex

30" / 10" + 3 Termine bei RTL nach 20.00 Uhr

Deutsche Spiele mit Werberelevanz gibt es nur im ZDF!

Die Auslosung zum 2010 FIFA World Cup™ hat es gut gemeint mit dem ZDF und seinen Kunden. Das einzige Spiel im werberelevanten Umfeld mit deutscher Beteiligung in der Vorrunde ist im ZDF zu sehen und bietet somit das attraktivste Umfeld für einen gelungenen Markenauftritt.

Nach dem Auftakt gegen Australien am Sonntag, 13.6.2010 (werbefrei im ZDF), hat es **Deutschland am zweiten Spieltag** der Vorrundengruppe D mit **Serbien** zu tun. Hier kann sich schon der weitere Turnierverlauf für die DFB-Auswahl entscheiden. Gut für Sie und gut für uns, dass dieses Spiel am Freitag, **18.6.2010, um 13.30 Uhr** bei uns über den Sender geht. Mit Programmreichweiten um die 20 Mio. Zuschauer darf gerechnet werden. Schon 2002, als die WM in Südkorea und Japan ausgetragen wurde, kamen die Übertragungen der WM-Partien der DFB-Auswahl im ZDF, die ausnahmslos um 13.30 Uhr begannen, auf durchschnittlich über 18 Mio. Zuschauer.

Damals traute der DFB-Auswahl niemand was zu. Heute ist die Sachlage anders, die Euphorie groß. Die WM 2006 bescherte ARD und ZDF Traumquoten. Bei den Spielen mit deutscher Beteiligung verfolgten durchschnittlich über 23,5 Mio. Zuschauer die Partien. Bei der **EURO 2008** bestätigte sich die positive Entwicklung. Über **26,5 Mio. Zuschauer** ließen sich von der DFB-Elf durchschnittlich begeistern. Schön, dass wir Ihnen daher das Sahnehäubchen der WM anbieten können.

Vielleicht können wir Ihnen aber auch noch die Kirzsche auf der Sahne für Ihren Mediaplan servieren? Denn sollte das **Löw-Team als Gruppensieger** der Vorrunde D bis ins Viertelfinale marschieren, steht das nächste Highlight auf dem Programm. **Dieses Viertelfinale** würde am **Samstag, 3.7.2010, um 16.00 Uhr im ZDF live** über den Sender gehen. Schon jetzt können Sie für dieses Spektakel optional einbuchen. Mit den Werbemöglichkeiten rund um die deutschen Paarungen beim 2010 FIFA World Cup™ ist das **ZDF der WM-Sender Nummer 1** für den Werbemarkt!



Fußball: DFB-Pokalfinale 2010 im ZDF Live am Samstag, 15. Mai 2010, ab 15.45 Uhr

Der 15. Mai 2010 ist ein wichtiger Termin für Kunden, die in einem **einzigartigen und leistungsstarken Programmfeld** Präsenz zeigen möchten. An diesem Tag steigt im Berliner Olympiastadion das jährliche Finale um den DFB-Vereinspokal. Das „deutsche Wembley“ genießt höchstes Ansehen bei allen Beteiligten und hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der stimmungsvollsten Sportevents in Deutschland gemauert.

Im Halbfinale reist der Zweitligist aus Augsburg gen Norden und trifft dort auf Titelverteidiger Werder Bremen. Rekordpokalsieger FC Bayern München muss auswärts bei Schalke 04 antreten. Somit stehen im Halbfinale gleich drei Teams, deren Bilanz sich im Rahmen des DFB-Pokals wahrlich sehen lassen kann – insgesamt standen diese drei Vereine bereits 36-mal im Finale und holten 24-mal den DFB-Pokal. „Aus vier mach zwei“ heißt das Motto bei den Halbfinalpartien, die am 23. und 24. März nach 20.00 Uhr bei ARD und ZDF ausgestrahlt werden. Am 15. Mai erfährt die Pokalsaison dann mit dem Endspiel in Berlin seine Krönung. Egal wer sich letztlich im Olympiastadion gegenüberstehen wird, für die Fans und Kunden ist das DFB-Pokalfinale eines der großen Fußballhighlights im Jahr 2010.

Bevor die Männer ihren Pokalsieger ermitteln, spielen die Frauen ihren Titelträger in Köln aus. **In und um die Finalspiele haben wir eine Fülle von attraktiven Platzierungsoptionen eingerichtet.**

Werbeinselstruktur und Einschaltpreise

Uhrzeit ca.	Umfeld / Programm	Code	30" brutto	1" brutto
15.45	Studio / Vorbericht Frauenfinale			
16.00	1. Hz. Frauenfinale			
16.45	heute			
16.55	Werbung vor 2. Hz. Frauenfinale	21 60 15 91	15.000 €	500 €
17.00	2. Hz. Frauenfinale			
17.45	Werbung nach 2. Hz. / vor Siegerehrung	21 61 17 92	18.000 €	600 €
17.48	Siegerehrung Frauenfinale			
18.00	WM-Magazin „Südafrika“			
18.55	Werbung	21 61 18 93	18.000 €	600 €
19.00	heute			
19.19	Wetter			
19.25	Werbung vor Übertragung Männerfinale	21 63 19 94	42.000 €	1.400 €
19.30	Vorbericht Männerfinale			
19.50	Werbung vor 1. Hz. Männerfinale	21 64 19 95	60.000 €	2.000 €
19.57	1. Hz. Männerfinale			

Bei Rückfragen oder Buchungswünschen stehen Ihnen unsere Kolleginnen und Kollegen der Disposition gerne zur Verfügung: Tel. 06131 7040-31, -18, -28, -29.

Infos zu weiteren Sporthighlights im Werberahmenprogramm finden Sie auch im Internet unter: www.zdf-werbung.de.



Im Rahmen unseres **Gewinnspiels der „Mainzelmännchen“-Sonderveröffentlichung in der W&V** (Ausgabe 46/09) schicken wir einen glücklichen Gewinner mit **zwei Eintrittskarten zum DFB-Pokalfinalspiel** nach Berlin. Neben den Tickets mit Top-Plätzen sind ebenso Übernachtung mit Frühstück für zwei Personen sowie die Anreise mit der Deutschen Bahn vom Heimatort nach Berlin und zurück inklusive. **Das ZDF Werbefernsehen wünscht viel Spaß bei diesem sportlich hochkarätigen Endspiel!**

Samstagskrimi

Das Duo

Samstag, 17.4.2010, 20.15 Uhr

Heinrich von Laatzten (**Matthias Brandt**, „Entführt“, „Goldene Kamera“-Preisträger) findet im Wald seines Gutes seinen ehemaligen Forstverwalter Werner Schumacher (**Fritz Roth**, „Tatort“) tot auf. Unvermittelt schlägt ihn Tim Stein (Thure Lindhardt) mit einer Eisenstange nieder. Als das „Duo“, die beiden Lübecker



Kommissarinnen Marion (**Charlotte Schwab**, „Forsthaus Falkenau“) und Clara (Lisa Martinek), eintrifft, liegt Heinrich von Laatzten hinterm Steuer seines vom Weg abgekommenen Wagens. Werner Schumacher ist schon seit zehn Wochen tot. Auf dem Hochsitz entdeckt SpuSi-Chef Viktor Ahrens (**Peter Prager**, „Doctor's Diary“) Schumachers Tagebuch. Offenkundig hat er sich zu Tode gehungert. Jeden Gedanken und jedes Gefühl während seines Ablebens auf dem Hochsitz hat er akkurat notiert. Clara und Marion suchen Werners Exfrau Freya (Jenny Schily) auf. Sie ist erleichtert über seinen Tod. Werner Schumacher hatte sie zuletzt wie ein Stalker verfolgt. Die talentierte Geigenspielerin Freya gesteht den Kommissarinnen, dass sie mit Heinrich von Laatzten, der ihr große Auftritte verschafft hat, ein Verhältnis hatte. Seit Sommer war Schluss. Auf den letzten Seiten von Werners Tagebuch entdecken die Ermittler einen rätselhaften Hinweis: „Die FEE ist erledigt.“ Die Tragödie, die sich im Wald abgespielt hat, scheint mit einem Mord zusammenzuhängen.

Ein starkes Team



Samstag, 24.4.2010, 20.15 Uhr

In ihren Ermittlungen zum Mord an einem Musikproduzenten stößt das „starke Team“ nicht nur auf zwielichtige Gestalten der modernen Musikbranche, sondern auch auf verdächtige Personen der Justiz.

Frank König (**Stipe Erceg**, „Der Baader-Meinhof-Komplex“), Musikproduzent des House-Labels „Berlin Pauer“, wird aus Mangel an Beweisen von dem Vorwurf des Mordes an seinem Kompagnon Steinbach freigesprochen. Das „starke Team“ ist indes fest von seiner Schuld überzeugt. Ben (**Kai Lentrodt**, „Keinohrhasen“) ermittelt verdeckt als Musikjournalist und sucht Kontakt zu DJane Patricia (**Nadeshda Brennicke**, „Antikörper“, „Adolf Grimme Publikumspreis“-Preisträgerin), dem Aushängeschild von „Berlin Pauer“ und Königs Ex-Freundin. Sie hatte ihn im Prozess entlastet. Doch sie ist auch enttäuscht, dass König das Nachwuchs-Talent Randy (**Collien Fernandes**, „Alarm für Cobra 11“) ihr jetzt vorzuziehen scheint. Als Verena (**Maja Maranow**,



„Mein Leben – Marcel Reich-Ranicki“) und Otto (**Florian Martens**, „Der Schattenmann“, „Adolf Grimme“-Preisträger) den verantwortlichen Staatsanwalt Böhlinger (**Oliver Stokowski**, „Der Ermittler“, „Deutscher Fernsehpreis“-Preisträger) und den Richter Sommer (**Arnd Klawitter**, „Küstenwache“) unter die Lupe nehmen, stoßen sie auf eine zweifelhafte Verbindung zwischen Sommer und dem freigesprochenen König.

Information und Unterhaltung

Hochzeitsfieber

10 Folgen ab 3.4.2010, jeweils samstags, 15.30 Uhr

Welche Braut trägt das schönste Kleid? Wo gibt es die beste Hochzeitstorte, welches Paar erlebt die ergreifendste Hochzeitszeremonie? Fünf Bräute treten an im Wettkampf um das schönste Hochzeitsfest. Die Siegerin gewinnt zwei traumhafte Flitterwochen in einem Land ihrer Wahl. Ob pompöse Märchenhochzeit, traditionelle oder unkonventionelle Feier, ob im kleinen oder großen Kreis, „nur“ auf dem Standesamt oder in der Kirche – bei aller Unterschiedlichkeit eint die fünf heiratswilligen Frauen ein Gedanke: Ihre Feier wird die schönste sein.



Information und Unterhaltung

Die Frühlingsshow

3 Folgen ab 18.4.2010

jeweils sonntags, 11.00 Uhr

Wie in jedem Jahr läutet die Frühlingsshow die Open-Air-Saison im ZDF ein. Und welches Reiseziel passt besser zum Thema der Show als eine der Inseln des ewigen Frühlings, wie man die Kanaren auch gerne bezeichnet. Ziel ist diesmal das Urlaubsparadies

Fuerteventura. Auf dem Programm stehen jeweils 100 Minuten Kurzurlaub mit Stars, Musik (u. a. mit Marit Larsen, Tom Gaebel, Höhner und Patrick Lindner) und vielen Informationen rund um den Familienurlaub auf den Kanaren. Präsentiert werden die Frühlingsshows erneut von der Schauspielerin **Eva-Maria Grein** („Kreuzfahrt ins Glück“, „Das Traumschiff“) und dem ZDF-Moderator **Ingo Nommsen** („Volle Kanne“, „hallo deutschland“).

Reihen und Serien

Klimawechsel HD

Mittwoch, 7.4.10, 20.15 Uhr

(Start der Serie mit einer Doppelfolge)

Weitere Folgen ab 8.4.10

jeweils donnerstags, 21.00 Uhr

Männer kommen in die besten Jahre, Frauen in die Wechseljahre? „Klimawechsel“ erzählt Geschichten von Menschen am Rande einer (Natur-)Katastrophe: dem Klimakterium. Zwischen Schweißausbrüchen und Tobsuchtsanfällen, zwischen Sinnsuche, Ehekrisen und Erziehungsproblemen versuchen vier älter werdende Lehrerinnen und eine Gynäkologin, das unausweichliche Schicksal der Frau in Würde zu meistern – mal solidarisch, mal im erbitterten Zickenkrieg, aber immer mit Witz, Lebensklugheit und jeder Menge hormonegesteuerter Emotionen.

Komödien über Männer in der Midlife-Crisis gibt es viele. Aus der Feder von **Doris Dörrie** („Kirschblüten – Hanami“, „Bayerischer Filmpreis“- und „Bambi“-

Preisträgerin) und Ruth Stadler kommt mit „Klimawechsel“ eine komödiantische Miniserie über Frauen am Rande des Nervenzusammenbruchs in der Zeit der hormonellen Umstellung.



KDD – Kriminaldauerdienst HD

Pilot in Spielfilmlänge

Freitag, 9.4.10, 21.15 Uhr

6 Folgen der 3. Staffel ab 16.4.10

jeweils freitags, 21.15 Uhr



Elf Monate sind vergangen, seit die schwangere Maria Hernandez (**Jördis Triebel**, „Die Pöpstin“) nach dem Streit mit Jan Haroska (**Manfred Zapatka**, „Der große Bellheim“, „Bayerischer Fernsehpreis“- und „Adolf Grimme Preis“-Preisträger) schwer verunglückt ist. Elf Monate sind eine lange Zeit. In elf Monaten ist viel passiert. Bei allen.

Mehmet Kilic (**Billey Demirtas**, „Kommissarin Lucas“) stellt in den nächtlichen Straßen von Kreuzberg einen Drogendealer – doch anstatt den Mann festzunehmen, lässt er ihn absichtlich entkommen und steckt dessen Kokain ein – zum Eigengebrauch. Die Droge, die ihm ursprünglich Selbstsicherheit geben sollte, hat ihn vollends im Griff, so fest, dass er nach der Schicht beim KDD noch als Türsteher in einem Club von Veli Gür (**Bülent Sharif**, „Ken Folletts Eisfieber“) arbeiten muss, um seine Sucht zu finanzieren. Als er dabei seinen ehemaligen Ausbilder Frank Beck (**Uwe Preuss**, „Tatort“) erkennt, kommt es zu einer Katastrophe, deren Folgen das gesamte Team des KDD auf eine harte Probe stellen wird.

Reihen und Serien

Kommissar Stolberg HD

4 neue Folgen ab 16.4.10, jeweils freitags, 20.15 Uhr

Ein großes Aufgebot an Polizisten und Beamten der Spurensicherung belagert in später Stunde sämtliche Räume eines noblen Düsseldorfer Bungalows. Markierungen werden gesetzt, Fotos gemacht und Spuren gesucht. Inmitten dieser arbeitenden Menschenmenge, auf dem Sofa des Wohnzimmers, liegt die Leiche von Ulrich Gehrman (Krystian Martinek, „Verbotene Liebe“). Der renommierte Oberstaatsanwalt wurde im eigenen Haus erschossen. Violetta (Marie Lou Sellem, „Tatort“), seine Ehefrau, hatte das Zimmer etwa für eine Minute verlassen, um einen Anruf entgegenzunehmen. Diese Gelegenheit nutzte der Täter offenbar, um sich geräuschlos seinem Opfer zu nähern und ebenso laut-



los und ungesehen zu verschwinden. Stolberg (Rudolf Kowalski, „Stolberg“) und seine Kollegen nehmen die Ermittlungen auf. Der Verdacht der Kommissare richtet sich rasch auf Kazim Erkal (Adnan Maral, „Die Wilden Kerle 1–3“, „Deutscher Fernsehpreis“-Preisträger), das Oberhaupt eines türkischen Verbrecher-Clans, dessen ältester Sohn – aufgrund des beharrlichen Wirkens von Oberstaatsanwalt Gehrman – zu mehrjähriger Haft verurteilt wurde. Noch im Gerichtssaal hatten Freunde und Verwandte der Familie Rache geschworen.

Spielfilm

Nicht ohne meinen Schwiegervater

Ostersonntag, 4.4.10, 17.30 Uhr

Ulf (Janek Rieke, „Die weiße Massai“) und Sarah (Julia Stinshoff, „Vollidiot“) sind schwer ineinander verliebt und wollen heiraten. Bevor allerdings das gegenseitige Jawort ausgesprochen werden kann, soll Ulf noch dem zukünftigen Schwiegervater Heinrich (Fritz Wepper, „Mord in bester Gesellschaft“, „Deutscher Fernsehpreis“-„Goldene Kamera“-Preisträger) vorgestellt werden, ein strenger und wählerischer Mann – seines



Zeichens Richter in Münster. Sarah verehrt ihn über alles und soll in seine Fußstapfen treten. Sie arbeitet als Anwältin (Schwerpunkt Scheidungsrecht) in Köln und ist in ihrem Job sehr erfolgreich. Der studierte Psychologe Ulf arbeitet in einer gemeinnützigen Beratungsstelle der Stadt Köln und hat sich auf Paartherapie spezialisiert. Keine wirklich guten Vorzeichen für eine glückliche und harmonische Ehe. Heinrich und Ulf sind totale Gegensätze. Vom ersten Treffen an hält Heinrich Ulf für einen herzlich ungeeigneten Schwiegersohn und völligen Versager. Es gilt dagegen zu arbeiten: Aber je stärker Ulf sich um Heinrichs Gunst bemüht, desto schlimmer macht er sich selbst zum Trottel. So erschießt er bei der gemeinsamen Jagd aus Versehen fast Heinrichs Hund, bringt seinen Schwiegervater in spe bei der familiären Radtour in Lebensgefahr, lässt sich mit Pornoheften erwischen und wird am Ende sogar wegen Fahrens ohne Führerschein eingebuchtet. Aber das ist erst der Auftakt zu einem noch viel größeren Chaos.

Die wilden Hühner und die Liebe

Ostermontag, 5.4.10, 12.45 Uhr

Sprotte (Michelle von Treuberg) und ihre Freundinnen von der „Wilden Hühner“-Bande machen ihre ersten Erfahrungen mit der Liebe. Mit Endlostelefonaten flirtet sich die Mädchen durch das Leben. Auch Sprottes Mutter Sibylle (Veronica Ferres, „Das Superweib“, „Deutscher Fernsehpreis“-„2-fache „Bambi“-Preisträgerin“) verliebt sich neu. Nachdem Fotograf Christian (Thomas Kretschmann, „Zweiohrküken“) sie vor dreizehn Jahren verlassen hat, will sie jetzt den Fahrlehrer Thorben Mossmann (Oliver Stokowski, „Das Experiment“, „Deutscher Fernsehpreis“-Preisträger) heiraten. Während für die Teenager eine heiße Party steigt, geht Sibylle doch noch mal mit Exmann Christian aus – und verliebt sich prompt wieder neu in ihn. Mit Argusaugen verfolgt Sprotte die Achterbahn der Gefühle bei ihrer Mutter. Sie will mit ihrem Vater eigentlich nichts mehr zu tun haben. Dass Liebeskummer nicht immer

nur mit Jungs zu tun hat, das lernen die Mädchen, als Wilma (Jette Hering) sich in Leonie verknallt. Eine Schulaufführung des „Sommernachtstraums“ droht deswegen zu platzen. Als Sprottes Mutter, wegen einer Karte von Christian aus Neuseeland, singt, weiß Sprotte, dass ihr Vater zurückkommen wird. Die Schulaufführung findet doch noch statt. Und der attraktive Fred (Jeremy Mockridge, „Lindenstraße“) ist in Sprotte verknallt.



Filmnacht im ZDF

Flags of our Fathers HD

Samstag, 3.4.10, 0.00 Uhr

Die Geschichte eines Fotos, das eine Fälschung war: 2006 inszenierte Clint Eastwood einen Kriegsfilm über den Hintergrund eines Helden-Mythos, der nach der Eroberung der Pazifik-Insel Iwo Jima entstand, als sechs Soldaten auf dem gerade eroberten Gipfel die amerikanische Flagge hissten und dabei in Heldenpose fotografiert wurden. Dass es sich auf dem Foto um eine zu Propaganda-Zwecken inszenierte Wiederholung handelte und wie das Kriegsministerium eine der blutigsten Schlachten des Zweiten Weltkriegs für seine Zwecke nutzte, erzählt Eastwood aus der Sicht der beteiligten US-Soldaten.

Produziert von **Steven Spielberg** („Der Soldat James



Ryan“), geschrieben von **Paul Haggis** („L.A. Crash“) und inszeniert von dem damals 76-jährigen Hollywood-Urgestein **Clint Eastwood**.

Im Körper des Feindes

Samstag, 10.4.2010, 23.15 Uhr

Ein Action-Feuerwerk der Superlative lieferte Hongkong-Regisseur **John Woo** („Mission Impossible II“) mit seinem dritten US-Thriller „Im Körper des Feindes“ ab. Nach sechs Jahren schafft FBI-Agent Sean Archer (**John Travolta**, „Pulp Fiction“, „Oscar“-Preisträger) es endlich, den gefährlichen Terroristen Castor



Troy (**Nicolas Cage**, „Das Vermächtnis des geheimen Buches“, „Oscar“-, „Golden Globe“-, „Goldene Kamera“-Preisträger), der für den Tod seines Sohnes verantwortlich war, zu stellen. Bei einem erbitterten Zweikampf erwischt es den unberechenbaren Troy so schlimm, dass er im Koma landet. Kurz vor der Auseinandersetzung konnte der Terrorist allerdings noch eine Giftgas-Bombe in Los Angeles deponieren, und nur sein jüngerer Bruder Pollux (**Alessandro Nivola**, „Jurassic Park III“) kennt nun das Versteck. Dieser aber sitzt in einem Hochsicherheitsgefängnis und weigert sich beharrlich zu reden. In dieser Situation lässt sich Archer von einem Ärzteteam zu einer waghalsigen Operation überreden. Er erhält das Gesicht und die Gestalt seines Todfeindes Castor Troy, um dem kleinen Bruder das Geheimnis der Bombe zu entlocken. Doch während der FBI-Agent im Gefängnis fast am Ziel seiner Mission ist, wacht Troy aus dem Koma auf. Und mit Archers Gesicht und Identität macht er sich nun daran, seinem Feind das Leben zur Hölle zu machen.

KinoMagie

Elizabeth – Das goldene Königreich

Freitag, 2.4.10, 23.00 Uhr

Stark, stolz und machtbewusst: Neun Jahre nach ihrem internationalen Durchbruch als britische Monarchin in Shekhar Kapurs „Elizabeth“ schlüpfte **Cate Blanchett** („Der seltsame Fall des Benjamin Button“, „Oscar“-, „Golden Globe“-Preisträgerin) 2008 ein zweites Mal in ihre Glanzrolle. „Elizabeth – Das goldene Königreich“ ist die bildgewaltige Fortsetzung einer filmischen Biografie, die Elisabeth I. im Zenit ihrer Macht gegen Maria Stuart (**Samantha Morton**, „Minority Report“) und den spanischen Monarchen Philipp II. (**Jordi Mollà**, „Bad Boys II“) antreten lässt – unterstützt von **Clive Owen** („The International“, „Golden Globe“-Preisträger) in der Rolle des attraktiven Piraten Sir Walter Raleigh. Das ZDF zeigt den aufwendigen Historienfilm als deutsche Free-TV-Premiere.



Auto-Schnäppchen

Wie Sie preiswert zum neuen Auto kommen

Wenn Schnee und Eis geschmolzen sind, beginnen die Deutschen, sich verstärkt ums Auto zu kümmern und denken über die Anschaffung eines Neu- oder Gebrauchtwagens nach. Deswegen liefert WISO pünktlich zum meteorologischen Frühlingsbeginn die wichtigsten Tipps zur Autofinanzierung. Hersteller und Händler stehen unter Druck. Nach dem Abwrack-Prämien-Jahr 2009 droht der große Katzenjammer. Kein Wunder, dass sie sich 2010 mit Sonderzinsen, günstigen Leasingangeboten und Preisnachlässen überbieten. Den Listenpreis muss niemand zahlen. Worauf Sie achten müssen, wenn Sie ein Auto auf Kredit kaufen oder einen neuen Wagen leasen, zeigt Ihnen der WISO-Tipp am **Montag, 1. März 2010**.

Abzocke am Telefon

So wehren Sie sich richtig!

„Sie haben gewonnen.“ Das klingt gut, aber solche Versprechungen am Telefon sollte man stets kritisch hinterfragen. Meist stimmen die Verlockungen nicht mit der Wirklichkeit überein. Wer in die Falle tappt, zahlt drauf und bleibt auf dem Vertrag sitzen. Seit einem halben Jahr gelten neue Gesetze, die besser vor Abzocke am Telefon schützen sollen: Rufnummern dürfen nicht mehr unterdrückt und Telefonkosten müssen genannt werden. Außerdem ist das Vertragswiderrufsrecht verbessert worden. Doch die schwarzen Schafe halten sich nicht an die neuen Regeln. Und das, obwohl jetzt ein Bußgeld von bis zu 50.000 Euro droht. Im WISO-Tipp erfahren Sie, wie man die Tricks erkennt, wo man sich beschweren kann und wie man sein Geld nach einem Reinfeld zurückbekommt, am **Montag, 8. März 2010**.

Betreuungsunterhalt

In Sachen Ehegattenunterhalt für die Betreuung von Kindern herrscht große Unsicherheit. Denn die Gerichte entscheiden seit der Reform des Unterhaltsrechts nicht einheitlich. Die Politik hat den Richtern große Freiheiten eingeräumt und die nutzen sie nun. Grundsätzlich muss der betreuende Elternteil jetzt früher arbeiten gehen, als dies nach altem Recht vorgesehen war. Wie das genau aussieht, darüber sind sich die Richter alles andere als einig. Deswegen sollten die Betroffenen die Regeln genau kennen, um den Spielraum vor Gericht wirklich nutzen zu können. Welche Regeln für eine kurze Zahlung des Betreuungsunterhalts sprechen und welche Vorschriften dazu genutzt werden können, den Unterhaltsanspruch zu verlängern, zeigt Ihnen der WISO-Tipp am **Montag, 15. März 2010**.

Krankschreibung

Worauf Arbeitnehmer achten sollten

Ob Erkältung oder Beinbruch: Ein Arbeitnehmer, der krank ist und zu Hause bleiben muss, hat einige Pflichten gegenüber seinem Chef. Der Arbeitgeber hat einen Anspruch darauf, umgehend von der Krankheit zu erfahren, denn er muss notfalls für Ersatz sorgen. Wichtig ist, dass das ärztliche Attest pünktlich eingereicht wird. Kranke Arbeitnehmer müssen ihre Pflichten erfüllen, sonst droht

eine Abmahnung. Wer trotz Krankheit einem Nebenjob nachgeht, riskiert sogar die Kündigung. Die Genesung darf nicht gefährdet werden, schließlich zahlt der Arbeitgeber den Lohn auch bei Krankheit weiter. Doch was gilt bei dauerhafter Erkrankung oder wenn der Arbeitnehmer im Urlaub erkrankt? Welche Risiken gehen Arbeitnehmer ein, die trotz Krankheit weiterarbeiten? Diese und weitere Fragen beantwortet der WISO-Tipp am **Montag, 22. März 2010**.

Neue Schufa-Regeln

Mehr Transparenz beim Datensammeln

Das Versandhaus liefert nur per Nachnahme, das Autohaus kündigt den Leasingvertrag und das Handy gibt es nur noch mit Prepaid-Karte. Die Schufa kann der Grund dafür sein. Hier werden Daten von rund 65 Millionen Einwohnern gespeichert. Sie kennt die Höhe der Schulden, die Anzahl der Mahnbescheide und ob Kredite ordentlich abbezahlt werden. Mit dem sogenannten Scoring wird die Bonität zusätzlich überprüft, bisher mit einem undurchsichtigen Punktwertverfahren. Dabei können sich eine schlechte Wohngegend oder die Schulden der Nachbarn negativ auf die eigene Einstufung auswirken. Jetzt muss die Schufa Licht ins Dunkel ihres Punktesystems bringen. Ab 1. April 2010 verlangt das Bundesdatenschutzgesetz eine kostenlose Auskunftsmöglichkeit und die Offenlegung der Berechnung. Was bedeutet das für Verbraucher und wie können sie auf ihren Score Einfluss nehmen? Antworten hierzu bietet der WISO-Tipp am **Montag, 29. März 2010**.

Vorschau:

- 12. April 2010 Fehler Rentenbescheid
- 19. April 2010 Nichteheliche Lebensgemeinschaft

Werbemöglichkeiten März bis Juni 2010:

WISO

montags, 19.25 Uhr

WIS	01 15 19 40	WIU	01 20 19 50
März	€ 641/SEK.	März	€ 918/SEK.
April	€ 609/SEK.	April	€ 872/SEK.
Mai	€ 587/SEK.	Mai	€ 842/SEK.
Juni	€ 406/SEK.	Juni	€ 581/SEK.

WI-Codes: WIS: Scharnier, WIU: Unterbrecher. Ziffern 1 u. 2: Tarifart, Ziffern 3 u. 4: Preisgruppe, Ziffern 5 u. 6: Stunde, Ziffern 7 u. 8: Werbeinseinummer



Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
14.00						Krimi / Serie
15.27						01 01 15 01
15.30 16.00 <small>16:9</small>	heute in Europa <small>16:9</small>	heute in Europa <small>16:9</small>	heute in Europa <small>16:9</small>	heute in Europa <small>16:9</small>	heute in Europa <small>16:9</small>	ZDFreportage
16.13	Single-Spot 70 25 16 18	Single-Spot 70 25 16 18	Single-Spot 70 25 16 18	Single-Spot 70 25 16 18	Single-Spot 70 25 16 18	01 02 16 06
16.15 <small>HD</small>	Hanna – Folge deinem Herzen	Hanna – Folge deinem Herzen <small>HD</small>	Hanna – Folge deinem Herzen <small>HD</small>	Hanna – Folge deinem Herzen <small>HD</small>	Hanna – Folge deinem Herzen <small>HD</small>	<small>16:9</small> Lafer! Lichter! Lecker!
16.35	01 08 16 08	01 08 16 08	01 08 16 08	01 08 16 08	01 08 16 08	
16.40	Hanna – Folge deinem Herzen	Hanna – Folge deinem Herzen	Hanna – Folge deinem Herzen	Hanna – Folge deinem Herzen	Hanna – Folge deinem Herzen	
16.58	01 04 16 02	01 04 16 02	01 04 16 02	01 04 16 02	01 04 16 02	01 03 16 02
16.59	10 Seconds 80 30 16 85	10 Seconds 80 30 16 85	10 Seconds 80 30 16 85	10 Seconds 80 30 16 85	10 Seconds 80 30 16 85	10 Seconds 80 30 16 85
17.00 <small>16:9</small>	heute	heute <small>16:9</small>	heute <small>16:9</small>	heute <small>16:9</small>	heute <small>16:9</small>	heute <small>16:9</small>
17.15 <small>16:9</small>	hallo deutschland	hallo deutschland <small>16:9</small>	hallo deutschland <small>16:9</small>	hallo deutschland <small>16:9</small>	hallo deutschland <small>16:9</small>	<small>16:9</small> Länderspiegel
17.45 <small>16:9</small>	Leute heute	Leute heute <small>16:9</small>	Leute heute <small>16:9</small>	Leute heute <small>16:9</small>	Leute heute <small>16:9</small>	<small>16:9</small> Menschen – das Magazin
17.56	01 10 17 10	01 10 17 10	01 10 17 10	01 10 17 10	01 10 17 10	01 03 17 10
17.50/ 18.00	Serie (Teil 1): 4.1.–1.3. <small>HD</small> SOKO 5113 8 neue Folgen	Serie (Teil 1): 5.1.–20.4. <small>HD</small> SOKO Köln 13 neue Folgen	Serie (Teil 1): 6.1.–31.3. <small>HD</small> SOKO Wismar <small>16:9</small> 10 neue Folgen	Serie (Teil 1): 7.1.–6.5. <small>16:9</small> SOKO Stuttgart 15 neue Folgen	Serie (Teil 1): 8.1.–12.2. <small>16:9</small> SOKO Wien 5 neue Folgen	hallo deutschland
	8.3.–18.10. <small>16:9</small> SOKO 5113 30 Folgen	27.4.–26.10. <small>16:9</small> SOKO Köln 24 Folgen	7.4.–13.10. <small>16:9</small> SOKO Wismar 27 Folgen	20.5.–7.10. <small>16:9</small> SOKO Rhein-Main 18 Folgen	19.2.–17.9. <small>16:9</small> SOKO Wien 27 Folgen	
	25.10.–27.12. <small>HD</small> SOKO 5113 10 neue Folgen	2.11.–28.12. <small>HD</small> SOKO Köln 9 neue Folgen	20.10.–29.12. <small>HD</small> SOKO Wismar <small>16:9</small> 11 neue Folgen	14.10.–30.12. <small>16:9</small> SOKO Stuttgart 12 neue Folgen	24.9.–17.12. <small>16:9</small> SOKO Kitzbühel 13 neue Folgen	
18.20/30	01 14 18 20	01 14 18 20	01 14 18 20	01 14 18 20	01 14 18 20	01 06 18 20
18.25/35	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Leute heute
18.51	Splitscreen 60 41 18 21	Splitscreen 60 41 18 21	Splitscreen 60 41 18 21	Splitscreen 60 41 18 21	Splitscreen 60 41 18 21	

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
18.54	01 09 18 30	01 09 18 30	01 09 18 30	01 09 18 30	01 09 18 30	01 06 18 30
	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis
18.59	heute-Uhr 80 85 18 80	heute-Uhr 80 85 18 80	heute-Uhr 80 85 18 80	heute-Uhr 80 85 18 80	heute-Uhr 80 85 18 80	heute-Uhr 80 85 18 80
19.00	^{16:9} heute	^{16:9} heute	^{16:9} heute	^{16:9} heute	^{16:9} heute	^{16:9} heute
19.18	Best Wetter 50 53 19 60	Best Wetter 50 53 19 60	Best Wetter 50 53 19 60	Best Wetter 50 53 19 60	Best Wetter 50 53 19 60	Best Wetter 50 52 19 60
19.20	^{16:9} Wetter	^{16:9} Wetter	^{16:9} Wetter	^{16:9} Wetter	^{16:9} Wetter	^{16:9} Wetter
19.21	Single-Spot 70 43 19 61	Single-Spot 70 43 19 61	Single-Spot 70 43 19 61	Single-Spot 70 43 19 61	Single-Spot 70 43 19 61	Single-Spot 70 40 19 61
	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis	Programmhinweis
19.22	01 15 19 40	01 14 19 40	01 14 19 40	01 14 19 40	01 14 19 40	01 10 19 40
19.25	WISO (Teil 1) Wirtschafts- magazin	Serie (Teil 1): 5.1.–13.4. ^{HD} Die Rosenheim- Cops 13 neue Folgen	Serie (Teil 1): 6.1.–14.4. ^{HD} Küstenwache 13 neue Folgen	Serie (Teil 1): 7.1.–8.4. ^{HD} Notruf Hafenkante 12 neue Folgen	Serie (Teil 1): 8.1.–16.4. ^{HD} Forsthaus Falkenau 14 neue Folgen	Serie (Teil 1): 2.1.–24.4. ^{HD} Unser Charly 16 neue Folgen
		20.4.–14.9. ^{16:9} Die Rosenheim- Cops 19 Folgen	21.4.–29.9. ^{16:9} Küstenwache 23 Folgen	15.4.–30.9. ^{16:9} Notruf Hafenkante 20 Folgen	23.4.–24.9. ^{16:9} Forsthaus Falkenau 21 Folgen	1.5.–9.10. ^{16:9} Kommissar Rex 20 neue Folgen
		21.9.–28.12. ^{HD} Die Rosenheim- Cops 15 neue Folgen	6.10.–29.12. ^{HD} Küstenwache 13 neue Folgen	7.10.–16.12. ^{HD} Notruf Hafenkante 10 neue Folgen	1.10.–17.12. ^{16:9} Der Landarzt 12 neue Folgen	16.10.–18.12. ^{HD} Da kommt Kalle 10 neue Folgen
19.49	Splitscreen 60 46 19 62	Splitscreen 60 46 19 62	Splitscreen 60 44 19 62	Splitscreen 60 44 19 62	Splitscreen 60 45 19 62	Splitscreen 60 42 19 62
19.50	01 20 19 50	01 20 19 50	01 18 19 50	01 18 19 50	01 19 19 50	01 17 19 50
19.55	WISO (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)	Serie (Teil 2)

AGF-Codierung: Ziffern 1 u. 2 Tarifart, Ziffern 3 u. 4 Preisgruppe, Ziffern 5 u. 6 Stunde, Ziffern 7 u. 8 Werbeinselnummer. Alle Zeitangaben sind Richtzeiten.

Programmänderungen März 2010 KW 9 bis KW 13

Termin(e)/neu	Termin(e)/alt
Samstag, 6. März 2010, ab 15.30 Uhr	
ZDF SPORTextra: Ski-Weltcup Abfahrt Damen (daz. heute)	ZDFreportage Lafer! Lichter! Lecker! Menschen – das Magazin
17.15 Uhr: WI 23 14 17 51 PG: 14 € 313/SEK. 17.55 Uhr: WI 23 14 17 53 PG: 14 € 313/SEK.	15.27 Uhr: WI 01 01 15 01 PG: 01 € 180/SEK. 16.13 Uhr: WI 01 02 16 06 PG: 02 € 228/SEK. 17.56 Uhr: WI 01 03 17 10 PG: 03 € 240/SEK.
Dienstag, 9. März 2010, ab 17.00 Uhr	
ZDF SPORTextra: Weltcup-Skispringen	hallo deutschland Leute heute SOKO Köln
17.00 Uhr: WI 23 12 17 50 PG: 12 € 176/SEK. 18.05 Uhr: WI 23 14 18 52 PG: 14 € 313/SEK. 18.55 Uhr: WI 23 15 18 54 PG: 15 € 374/SEK.	17.56 Uhr: WI 01 10 17 10 PG: 10 € 504/SEK. 18.20 Uhr: WI 01 14 18 20 PG: 14 € 626/SEK. 18.54 Uhr: WI 01 09 18 30 PG: 09 € 461/SEK.
Freitag, 12. März 2010, ab 17.00 Uhr	
ZDF SPORTextra: Weltcup-Skispringen	hallo deutschland Leute heute SOKO Wien
17.00 Uhr: WI 23 13 17 50 PG: 13 € 242/SEK. 18.00 Uhr: WI 23 14 18 52 PG: 14 € 313/SEK. 18.55 Uhr: WI 23 15 18 54 PG: 15 € 374/SEK.	17.56 Uhr: WI 01 10 17 10 PG: 10 € 504/SEK. 18.20 Uhr: WI 01 14 18 20 PG: 14 € 626/SEK. 18.54 Uhr: WI 01 09 18 30 PG: 09 € 461/SEK.
Samstag, 13. März 2010, ab 15.30 Uhr	
ZDF SPORTextra: XIV. Paralympics Vancouver 2010 ZDF Paralympics extra (daz. heute)	ZDFreportage Lafer! Lichter! Lecker!
15.40 Uhr: WI 23 14 15 23 PG: 14 € 313/SEK. 16.20 Uhr: WI 23 13 16 30 PG: 13 € 242/SEK. 17.00 Uhr: WI 23 13 17 70 PG: 13 € 242/SEK.	15.27 Uhr: WI 01 01 15 01 PG: 01 € 180/SEK. 16.13 Uhr: WI 01 02 16 06 PG: 02 € 228/SEK. 16.58 Uhr: WI 01 03 16 02 PG: 03 € 240/SEK.
Samstag, 27. März 2010, ab 15.00 Uhr	
Im Tal der wilden Rosen	heute ZDFreportage
15.50 Uhr: WI 01 03 15 11 PG: 03 € 240/SEK. 16.23 Uhr: WI 01 02 16 06 PG: 02 € 228/SEK. 17.08 Uhr: WI 01 03 17 02 PG: 03 € 240/SEK.	15.27 Uhr: WI 01 01 15 01 PG: 01 € 180/SEK. 16.13 Uhr: WI 01 02 16 06 PG: 02 € 228/SEK. 16.58 Uhr: WI 01 03 16 02 PG: 03 € 240/SEK.

TKPs in € / Werbeinselseichweiten Januar 2010

Montag–Samstag	17.00–20.00 Uhr*					20.00–23.00 Uhr*		
(GPS) Premium-/Markenkäufer**	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	9,85	13,79	21,36	15,75	39,82	30,77	33,20	49,88
WB-Marktanteile in %	15,9	9,4	8,5	9,1	3,57	10,8	5,1	3,6
WB-Reichweite in Mio.	1,48	0,89	0,74	0,82	0,32	1,28	0,59	0,41
Erwachsene 14+	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	4,35	5,75	7,77	6,32	12,93	11,20	12,10	15,84
WB-Marktanteile in %	14,5	9,1	9,4	9,1	4,3	11,5	5,4	4,3
WB-Reichweite in Mio.	3,35	2,14	2,03	2,03	0,97	3,51	1,63	1,30
Erwachsene 14–49	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	31,95	27,67	13,57	16,38	15,23	19,58	19,19	19,18
WB-Marktanteile in %	5,2	4,9	14,2	9,2	9,5	15,8	8,2	8,4
WB-Reichweite in Mio.	0,46	0,44	1,16	0,79	0,82	2,01	1,03	1,07
Erwachsene 20–59	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	13,47	15,79	11,28	11,62	15,93	16,12	16,13	19,31
WB-Marktanteile in %	9,0	6,3	12,5	9,5	6,7	14,3	7,2	6,2
WB-Reichweite in Mio.	1,08	0,78	1,40	1,11	0,79	2,44	1,22	1,07
HHF gesamt	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	6,26	8,49	11,43	9,19	23,12	17,73	19,54	27,36
WB-Marktanteile in %	15,4	9,3	9,8	9,6	3,7	11,5	5,3	4,0
WB-Reichweite in Mio.	2,33	1,45	1,38	1,40	0,54	2,22	1,01	0,75
Abi/Hochsch./Studium	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	28,89	36,03	69,69	76,33	66,90	66,62	65,04	66,29
WB-Marktanteile in %	14,8	9,7	7,2	5,1	5,6	10,4	5,4	5,5
WB-Reichweite in Mio.	0,50	0,34	0,23	0,17	0,19	0,59	0,30	0,31
HHNE über € 2.000	ZDF	ARD	RTL	SAT.1	PRO7	RTL	SAT.1	PRO7
WB-TKP in €	11,11	13,95	19,69	18,77	24,68	23,09	23,86	31,50
WB-Marktanteile in %	12,9	8,4	8,6	7,0	5,1	11,8	5,8	4,6
WB-Reichweite in Mio.	1,31	0,88	0,80	0,69	0,51	1,70	0,83	0,65

* Die beiden unterschiedlichen Zeiträume (17.00–20.00 Uhr und 20.00–23.00 Uhr) wurden im Hinblick auf vergleichbare Programmangebote bzw. Programmqualitäten gewählt.

** GPS Premium-/Markenkäufer = alle Personen, die in einem GPS Premium- oder Markenkäuferhaushalt leben.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung; TV SCOPE, Panel (D+EU), Tarifart 1–30.

Ansprechpartner:



FERNSEHWERBUNG

Leitung Verkauf

Tobias Lammert

Ludwigstraße 11
50667 Köln
Telefon: 0221 569315-10
Telefax: 0221 569315-710
lammert@ardzdf-fernsehwerbung.de

Verkaufsbüro Nord (Büroleitung)

Achim Gätjen

Rothenbaumchaussee 132-134/Haus 4
20149 Hamburg
Telefon: 040 4135435-12
Telefax: 040 4135435-22
gaetjen@ardzdf-fernsehwerbung.de

Verkaufsbüro West (Büroleitung)

Bettina Menkhoff

Ludwigstraße 11
50667 Köln
Telefon: 0221 569315-20
Telefax: 0221 569315-720
menkhoff@ardzdf-fernsehwerbung.de

Verkaufsbüro Mitte (Büroleitung)

Gaetano Anzalone

Bertramstraße 8 / D-Bau
60320 Frankfurt
Telefon: 069 15424-262
Telefax: 069 15424-7262
anzalone@ardzdf-fernsehwerbung.de

Verkaufsbüro Süd (Büroleitung)

Sabine E. Schmidt

Hopfenstraße 4
80335 München
Telefon: 089 5900-4288
Telefax: 089 5900-4289
schmidt@ardzdf-fernsehwerbung.de

zdf-werbung.de
info@zdf-werbung.de

Zwei Goldene Kameras für das ZDF

Bei der Verleihung der Goldenen Kamera, des Film- und Fernsehpreises der Zeitschrift Hörzu, gingen zwei Auszeichnungen an das ZDF.

Mit der Goldenen Kamera in der Kategorie „**Bester Fernsehfilm**“ wurde der Krimi-Zweiteiler „**Entführt**“ von Matti Geschonneck ausgezeichnet. Der mit Nina Kunzendorf, Heino Ferch, Friedrich von Thun, Andrea Sawatzki, Matthias Brandt und Suzanne von Borsody hochkarätig besetzte Film war am 2. und 4. März 2009 im ZDF zu sehen. „Entführt“ ist die Geschichte einer Rache – eine große, dramatische Familiengeschichte, die im Gewande des Thrillers daherkommt. „Die Goldene Kamera bedeutet mir sehr viel“, erklärt Reinhold Elschot, damals Produzent des Krimi-Zweiteilers und mittlerweile Fernsehfilm-Chef und stellvertretender Programmdirektor. Er sehe darin eine schöne Krönung der Arbeit mit Matti Geschonneck, was immerhin in 6 Millionen Zuschauern resultierte.

In der Kategorie „**Beste Information**“ ging die Goldene Kamera an das wöchentliche Wissenschaftsmagazin „**Abenteuer Wissen**“

mit Karsten Schwanke. Der Titel ist Programm. Marita Hübinger, Redaktionsleiterin der Sendereihe verrät, worin sie den besonderen Ansatz des Magazins sieht: „Wir lassen uns auf Abenteuer ein und stellen Fragen, ohne die Antworten zu scheuen. Es hat noch nie geschadet, wenn Menschen mehr wissen. Und Fernsehen macht alle klüger, nicht nur die Macher.“ Eine Neugierde und Spannung, die sich nicht zuletzt auf die Zuschauer übertragen hat und von entsprechendem Erfolg gekürt war.



Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte in einem solch erfolgreichen und beliebten Umfeld zu platzieren. Ab Mittwoch, 10. März 2010, 22.15 Uhr, informiert „Abenteuer Wissen“ wöchentlich über Neues und Hintergründiges aus den vielfältigen Bereichen des Wissens – nicht nur aus den Naturwissenschaften, sondern auch aus Archäologie, Psychologie, Technik und Kulturgeschichte.

Bei Interesse wenden Sie sich gerne an Anabel Stappen oder Anne Wendel (ZDF Werbefernsehen, Sponsoring). Weitere Informationen zu Ihren Buchungschancen im Jahr 2010 finden Sie bei uns im Internet unter: www.zdf-werbung.de.

Disposition

Heike Fisseler
Tel.: 06131 704031
fisseler.h@zdf.de

Thorsten Leopold
Tel.: 06131 704028
leopold.t@zdf.de

Martina Nuber
Tel.: 06131 704029
nuber.m@zdf.de

Angelika Weil
Tel.: 06131 704018
weil.a@zdf.de

Sponsoring

Barbara Schmidt
Tel.: 06131 704247
schmidt.ba@zdf.de

Michael Käfer
Tel.: 06131 704075
kaefer.m@zdf.de

Sascha Kronebach
Tel.: 06131 704296
kronebach.s@zdf.de

Sales Marketing

Anabel Stappen
Tel.: 06131 704065
stappen.a@zdf.de

Anne Wendel
Tel.: 06131 704027
wendel.a@zdf.de

Christoph Lüken
Tel.: 06131 705679
lueken.c@zdf.de