

Die Rundfunkarbeit verantwortet die deutschlandweiten evangelischen Sendungen in Radio, Fernsehen und teilweise in den sozialen Netzwerken und auf YouTube.

Letzteres sind z. B. **Jana glaubt** oder **Die Filmshow**. Das ist aber auch ein - gemeinsam mit funk und den rocketbeans - ca. halbjährlich veranstaltetes **Pen & Paper-Event** in einer Kirche, das bei YouTube live gestreamt wird und anschließend dort abrufbar bleibt. Es sind aber auch begleitende Auftritte zu den Radio- und Fernsehsendungen.

Beispiel „Jana glaubt“:



Zielgruppe:	14 bis 29 jährige Personen
erreichte Kernzielgruppe:	18 bis 24 jährige Personen
YouTube	<b>6016 Abonnenten</b>
59 Videos (YouTube)	135.284 Aufrufe, 8897 Interaktionen (Kommentare, Likes, Shares etc.)
Facebook	1475 Abonnenten
Reichweite Postings	426.747
Instagram	2458 Follower
Reichweite Impressions	532.225
Gesamtreichweite social media	Etwas mehr als eine Million!

## Soziale Netzwerke

Internet <i>Abfrage 28.09. bzw. 23.10.2018</i>			Aufrufe	Aufrufe Ø	audience retention	Abos	Sehdauer Stunden
funk YouTube	<a href="#">1648 - Von Krieg und Frieden</a>	Pen & Paper	549.456 *				
	<a href="#">Der schwarze Tod</a>	Pen & Paper	429.947 **				
YouTube	<a href="#">Jana glaubt</a>	seit 13.4.2018	109.401		57%	3.904	6437
	<a href="#">Die Filmshow</a>			1.700		346	
Instagram	<a href="#">Jana glaubt</a> (Stories + Feed)	seit 13.4.2018	Impressionen 384.780			2.012	
facebook	<a href="#">Jana glaubt</a>	seit 13.4.2018	426.747			1475	
	<a href="#">Die Filmshow</a>	Seit Mitte Mai 2018		2.152		542	
	<a href="#">ZDF-Gottesdienst</a>					2.406	
	Das Wort zum Sonntag shareable		512.666				
	<a href="#">Ev. im Deutschlandradio</a>			1.916		921	

\*Ca. 500000 "verlorene" Aufrufe durch Umschnitt  
PreShow / Directors Cut / Was wäre wenn

\*\* PreShow / Directors Cut / Was wäre wenn

## Fernsehen

Im Fernsehen sind es Formate im öffentlich-rechtlichen und im privaten Fernsehen, z.B. Das Wort zum Sonntag, die ZDF-Fernsehgottesdienste, das Pro7 Motzmobil, die RTL-Bibelclips oder der SAT1-Talk am Sonntag „So gesehen“.

Fernsehen / Sender	Format	Marktanteil % *	Zuschauer in Mio * Ø
<a href="#">Das Erste</a>	<a href="#">Das Wort zum Sonntag</a>	7,85	1,28
<a href="#">Das Erste</a>	<a href="#">Gottesdienste ARD</a>	5,10	0,50
<a href="#">ZDF</a>	<a href="#">Gottesdienste</a>	8,02	0,72
<a href="#">RTL</a>	<a href="#">Bibelclip</a>	6,10	2,50
Sat.1	<a href="#">So gesehen</a>	**	1,00
<a href="#">Sat.1</a>	<a href="#">So gesehen - Talk am Sonntag</a>	**	0,18
Pro7	<a href="#">Motzmobil</a>	**	1,30

\* Abfrage 28.09.2018

\*\* Aufgrund der Kürze der Sendungen werden von Pro7/Sat1 keine Marktanteile ausgewiesen

## Hörfunk

Im Hörfunk ist die Rundfunkarbeit für Programme im Deutschlandradio verantwortlich, das sind Gottesdienste, Morgenfeiern und Morgenandachten.

Hörfunk Deutschlandradio	Sendungsformat	Zuhörer *
	<a href="#">Morgenandachten</a>	0,321
	<a href="#">Am Sonntagmorgen</a>	0,294
	<a href="#">Gottesdienste</a>	0,354
	<a href="#">Gedanken zur Woche</a>	0,321
	<a href="#">Worte zum Tag</a>	0,066
	<a href="#">Feiertag</a>	0,027

\* Abfrage 28.09.2018

Näheres zu den Programmen und Formaten finden Sie auf <https://rundfunk.evangelisch.de>. Für Rückfragen und weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an den Chef vom Dienst der Rundfunkarbeit, Dr. Thomas Dörken-Kucharz [thomas.doerken@gep.de](mailto:thomas.doerken@gep.de)

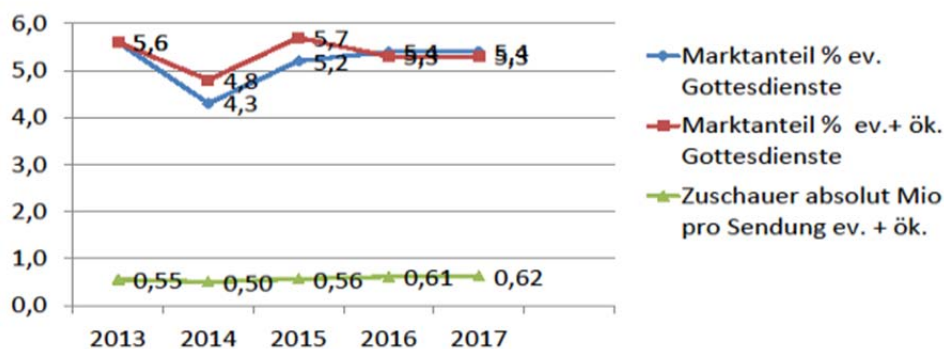
RUNDFUNK, FILM UND KOMMUNIKATION

Reichweiten

In der ARD war die Jahresquote im Vergleich zu den Vorjahren stabil. Einzelne Ergebnisse:

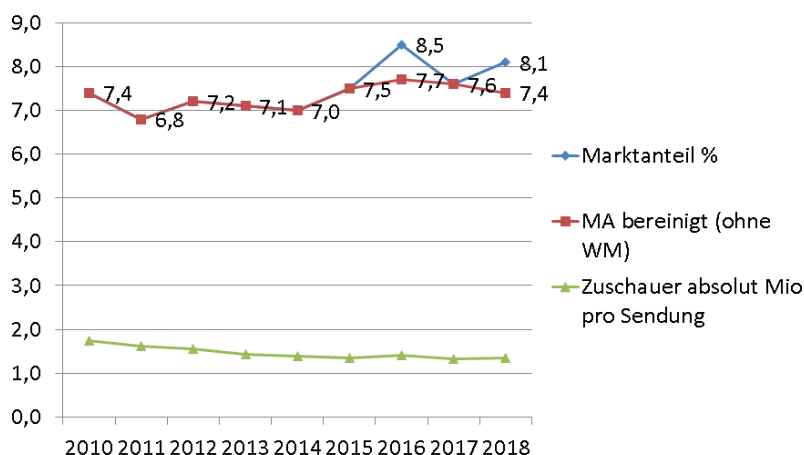
- 7,42 Millionen Zuschauende im Schnitt für einen von neun evangelischen oder drei ökumenische Gottesdienste
- Rund 1 Million Zuschauende bei 6,2 Prozent Marktanteil für den Festgottesdienst aus Wittenberg
- Rund 730.000 Zuschauende bei 6 Prozent Marktanteil für den Festgottesdienst zum Abschluss des Kirchentages

**ARD Gottesdienste 2013-2017**

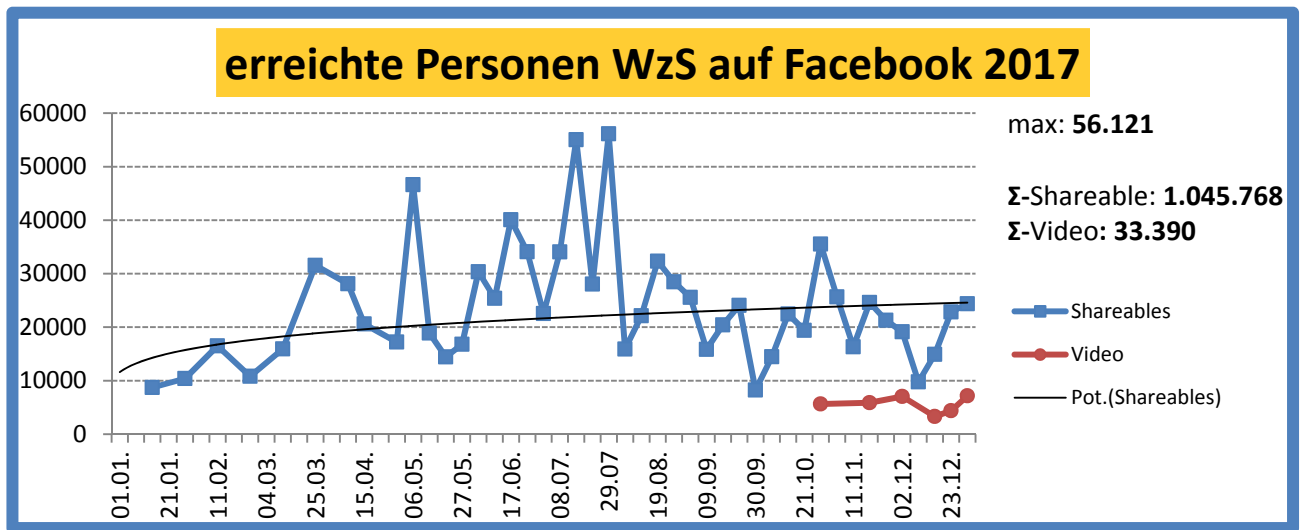


- Rund 1,5 Millionen Zuschauende bei 7,1 Prozent Marktanteil für das Format „Lieder zum Advent“ auf dem Sendeplatz „Echtes Leben“, auf dem sonst ein Marktanteil von rund 0,6 Millionen Zuschauenden bei einem Marktanteil von 4 Prozent erreicht werden.
- Mit 7,6 Prozent nahezu stabile Quoten für das „Wort zum Sonntag“ gegen den ARD-Trend.

**Quoten Wort zum Sonntag 2010-Juni 2018**



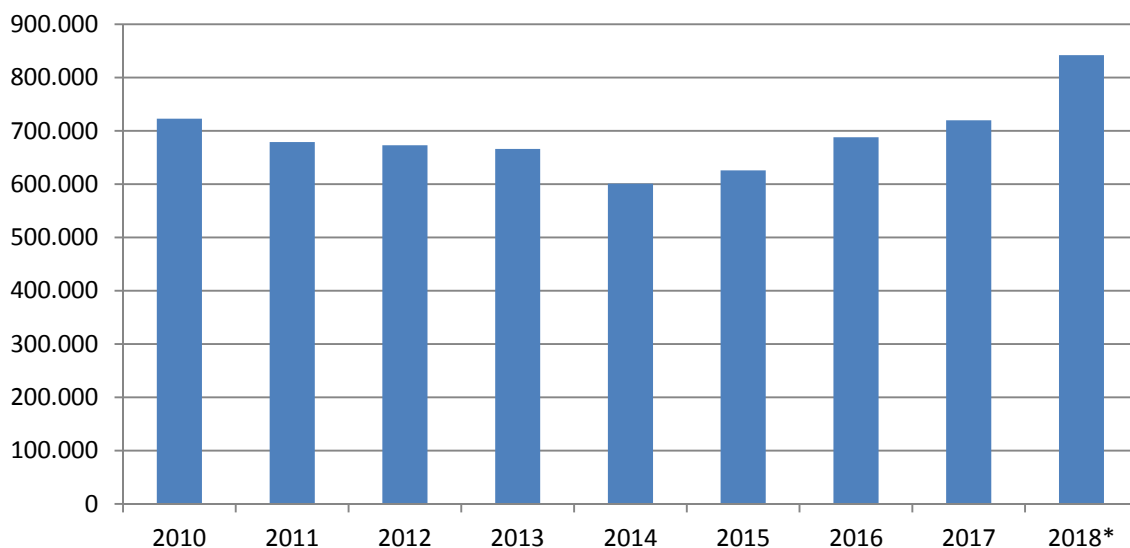
- Gute Präsenz vom Wort zum Sonntag auf Facebook



Der abrupte Knick in der Kurve ab August 2017 und ein erneuter Knick im Januar 2018 zeigen das Problem. Facebook hat zwei Mal den Algorithmus zu Ungunsten von Institutionen verändert. Bevorzugt werden jetzt Interaktionen zwischen Freunden.

Mit dem bisherigen sehr sparsamen Einsatz von Ressourcen lassen sich die Zahlen von 2017 nicht erreichen. Statt einer Million läuft die Prognose für 2018 auf eine zu erreichende Anzahl von maximal 700.000 Menschen zu. Eine höhere Reichweite setzt einen höheren Mitteleinsatz voraus - mehr Geld, mehr Personal.

Im ZDF verzeichnen wir für die Gottesdienstübertragungen weiterhin eine positive Quoten-Entwicklung:



\* Für das Jahr 2018 sind die Gottesdienstübertragungen bis zum 1. April erfasst.

In den Sendern des Deutschlandradios ist die verlässliche und gute Zusammenarbeit der Mitarbeitenden mit den evangelischen Senderbeauftragten nach wie vor auf allen Ebenen erfreulich. Die mehrfach geänderte Methodik der Media Analyse (ma), zuletzt 2018 mit dem Zusammenwachsen zur ma Audio (bisher: ma Radio, ma IP Audio, Online-Tagesstudien) bildet die zunehmende Unabhängigkeit des Radiohörens von den Vertriebswegen ab. Webradio und Online-Audionutzung werden in einer Konvergenzwährung zusammengefasst mit den traditionellen terrestrischen Sendewegen. Die Hörerzahlen lassen sich so nur eingeschränkt miteinander vergleichen. Insgesamt ist jedoch bei hohem Niveau eine große Stabilität für die Verkündigungssendungen in den Tagesreichweiten zu den jeweiligen Sendezeiten festzustellen, bei den aktuellen Zahlen von 2018 mit erfreulich steigenden Tendenzen:

- Morgenandachten im Deutschlandfunk von Montag bis Freitag um 6.35 Uhr im Wechsel mit der katholischen Kirche (freitags in der evangelischen Woche aktuell als „Gedanken zur Woche“) erreichen durchschnittlich (2015 bis 2018) rund 250.000 Hörerinnen und Hörer.
- „Am Sonntagmorgen“ im Deutschlandfunk: Die fünfzehnminütige Verkündigungssendung stößt durchschnittlich (2015 bis 2018) bei rund 287.000 Hörerinnen und Hörern auf Interesse.
- Einstündige Gottesdienstübertragungen im Deutschlandfunk (sonntags 10.05 bis 11 Uhr): Stabiles, leicht steigendes Niveau bei einer Hörerschaft von durchschnittlich rund 234.000 (2015 bis 2018).
- „Feiertag“ im Deutschlandfunk Kultur: Die fünfundzwanzigminütige Verkündigungssendung erreicht rund 20.000 Hörerinnen und Hörern.
- „Wort zum Tage“ im Deutschlandfunk Kultur: Im Wechsel mit der katholischen Kirche montags bis freitags um 6.20 Uhr mit einer Hörerschaft von rund 71.000.

Bei RTL liefen im vergangenen Jahr zwei Dokumentationen, die in Zusammenarbeit mit der Rundfunkarbeit im GEP entstanden sind:

- 45-minütige Dokumentation über drei Jugendliche in Israel und Palästina, in der spektakuläre Bilder von illegalen Grenzübertritten den Konflikt zwischen den verschiedenen Gruppen spürbar machen. Eingeschaltet haben 0,38 Millionen Zuschauende bei einer Quote von 5,2 Prozent.
- Film über das Projekt „Herzbrücke“ der Albertinen-Stiftung in Hamburg (baptistisch), das es herzkranken Kindern aus Afghanistan ermöglicht, in Deutschland operiert zu werden. Erzielte Reichweite: 0,41 Millionen Zuschauende bei einer Quote von 3,7 Prozent.

Mit dem 100 %igen Tochterunternehmen des GEP, der Matthias-Film, das die Rechte erworben hat, wird eine DVD edukativ für den Schulunterricht zur Verfügung gestellt.

- Planung 2018: Dokumentation über die aktuelle Bedeutung der 10 Gebote heute mit einer Interpretation für die evangelische Seite von Landesbischof Ralf Meister.
- RTL-Bibelclip, ursprünglich ein katholisches Format, seit 2017 in ökumenischer Verantwortung. Durchschnittlicher Marktanteil neun Prozent bei rund 3,1 Millionen Zuschauenden.

In der SAT.1-Gruppe sind wir mit folgenden Formaten präsent:

- „Motzmobil“: 90-sekündiges kurzes Format, samstags um 11 Uhr auf ProSieben, durchschnittlicher Marktanteil rund 11 Prozent bei 1,4 Millionen Zuschauenden
- „So gesehen - Talk am Sonntag“: Wöchentliche Talksendung auf SAT.1 mit rund 180.000 Zuschauenden bei einem Marktanteil von rund zwei Prozent
- „So gesehen“: einminütige Verkündigungssendung auf SAT.1, samstags um 16.59 Uhr, durchschnittlicher Marktanteil von acht Prozent bei 1,3 Millionen Zuschauenden.

Die Quoten der evangelischen Formate im Privatfernsehen im Überblick:

Sender	Format	Zuschauende im Schnitt
RTL	Bibelclip	3,1 Mio.
Sat.1	So gesehen	1,3 Mio.
Sat.1	So gesehen - Talk am Sonntag	0,18 Mio.
Pro7	Motzmobil	1,4 Mio.

#### Fiktionales Programm, Dokumentationen

- Januar 2018 im ZDF: Start der mehrteiligen Serie „Tannbach - Schicksal eines Dorfes“. Inhalt unter anderem: Einführung eines evangelischen Pfarrers, der in Thüringen lebt, sich mit dem DDR-Regime auseinandersetzen muss und auch die Beziehung zur westdeutschen Partnergemeinde und ihre Unterstützung reflektiert.
- Beratung für die dritte Staffel der erfolgreichen ARD-Serie „Charité“: Zu den realen Figuren gehört die Genetikerin Regine Witkowski (Genetik war in der DDR eine unerlaubte Wissenschaft), die seit 1960 an der Charité wirkte und auch eine aktive Christin war. Die Vermittlung von Zeitzeugen in kirchenleitender Verantwortung an die Drehbuchautoren, Dr. Jakob Hein und Dr. Christine Otto, sowie die Bereitstellung von kirchlichem Archivmaterial erfolgt durch die evangelische Rundfunkarbeit im GEP.
- Neue Programmierung für Feiertagssendeplätze im ZDF (Erster Weihnachtstag, Ostermontag etc.): Dafür wurde der Produzent Jan Kromschöder - Produzent der „Herzensbrecher“-Pfarrerserie - beauftragt. Aufgabe: Produktion einer Dokumentation über Pfarrerinnen, möglicherweise zwei Protagonistinnen pro Sendung. In Abstimmung mit den landeskirchlichen Rundfunkbeauftragten hat der Medienbeauftragte dem ZDF und der Produktionsfirma Pfarrerinnen vorgeschlagen, die besonders ausstrahlungsstark sind. Die Drehbuchautorin ist Simone Jung, die Redaktion liegt beim Leiter der Kirchenredaktion, Dr. Reinold Hartmann. Dieses neue Format ist eine besondere Chance, das Leben in einer Kirchengemeinde und als Pfarrerin einer großen Öffentlichkeit zu vermitteln.

## Jana - Der evangelische YouTube-Kanal



Im April 2018 ist der evangelische YouTube-Kanal mit zwei Formaten unter dem Namen „Jana“, benannt nach der 19-jährigen Poetryslammerin Jana Highholder, gestartet.

Mit folgenden Eckdaten:

- Das Community-Format: Die Studentin aus Münster spricht wöchentlich neu über die kleinen und großen Ereignisse im Leben junger Menschen
  - Vlog-Format: Jana lässt die Zuschauenden an ihrem Leben als Slammerin, Christin und Medizinstudentin teilnehmen.
  - Die Zielgruppe: junge Menschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren
  - Begleitende Kanäle: Facebook und Instagram. Auf Instagram hat Jana inzwischen schon 1.936 Follower (Stand: 26. September 2018).
  - Reichweite Stand: Rund 3.200 Abonnenten auf YouTube (Stand: 2. Oktober 2018). Bisher organisches Wachstum, seit Anfang September setzen wir PreRolls und andere Werbemaßnahmen auf YouTube und Google ein.
  - Das Projekt findet in Kooperation zwischen dem GEP und der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e.V. (aej) für die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) statt, Produzent ist das Online-Video-Unternehmen Mediakraft in Köln.
- Jana auf YouTube: <http://youtube.com/janaglaubt>  
 Jana auf Instagram: <http://instagram.com/janaglaubt>  
 Jana auf Facebook: <http://facebook.com/janaglaubt>

## Funk - Das Onlineangebot von ARD und ZDF

Sehr gute Reichweiten haben wir auch mit dem zweiten Pen & Paper-Abenteuer im Mai erzielt, in Kooperation der beiden großen christlichen Kirchen mit Funk, produziert von Rocket Beans TV.





20.000 Live-Zuschauende für das vierstündige Event, das Video on Demand zur Show rangierte anschließend über 24 Stunden auf Platz 1 der deutschen YouTube-Trends bei einer halben Million Views. Inzwischen gibt es auf YouTube sogar Videos von Pen & Paper Rollenspielergruppen, die es nachspielen und dann wiederum auf YouTube stellen:  
<https://www.youtube.com/watch?v=2mep5fG3kwE>.

### „Die Filmshow“ auf YouTube

Christian Engels stellt jeden Donnerstag zu Beginn der neuen Kinowoche einen aktuell startenden Kinofilm vor. Mit einem eigenen Kanal auf YouTube (<https://bit.ly/2ykw1Zd>). Start war am 23. August, die Filmshow ist zusätzlich auf der Seite der Deutschen Welle online (<https://bit.ly/2OzsuOE>).

„Die Filmshow“ auf Facebook: <https://www.facebook.com/diefilmshow/>.

### Veranstaltungen

Wieder besetzt bis auf den letzten Platz: Der 14. Frankfurter Tag des Online-Journalismus fand am 24. April 2018 wie gewohnt im Hessischen Rundfunk statt - zum Thema „Neu machen, Disruption verstehen, Innovation organisieren“. Veranstalter sind der Hessische Rundfunk (HR) und das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) mit dem Medienbeauftragten des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD).

Nach dem erfolgreichen 4. Evangelischen Medienkongress im Oktober 2016 beim NDR in Hamburg hat der 5. Evangelische Medienkongress am 16. und 17. Oktober 2018 beim Bayerischen Rundfunk in München stattgefunden. Titel: „Mensch oder Maschine: Wer programmiert wen?“. Es ging um die technischen, ethischen und theologischen Fragen der Künstlichen Intelligenz und der Digitalisierung.

Zum zweiten Mal sind, wie vom Rat der EKD und dem GEP-Aufsichtsrat angeregt, der Medienkongress und die Verleihung des Robert Geisendörfer Preises miteinander verbunden.