

**MME MOVIEMENT AG, München**  
**Freiwilliger Vorstands-Bericht**  
**zum Geschäftsverlauf für das Geschäftsjahr 2021**  
**(1. Januar - 31. Dezember 2021)**

## **1. Grundlagen**

### **1.1 Struktur**

#### **1.1.1 MME MOVIEMENT AG**

Die MME MOVIEMENT AG ist eine Holdinggesellschaft. Sie hält Beteiligungen an mehreren Tochtergesellschaften. Die Tochtergesellschaften und die MME MOVIEMENT AG werden im Folgenden zusammengenommen als MME MOVIEMENT bezeichnet. Die MME MOVIEMENT AG nimmt im Wesentlichen übergreifend Management- und Finanzierungsaufgaben wahr und verantwortet die strategische Ausrichtung der Tochtergesellschaften. Das operative Produktionsgeschäft wird im Rahmen der sogenannten Label-Strategie dezentral von den Tochtergesellschaften wahrgenommen.

#### **1.1.2 MME MOVIEMENT**

Zur MME MOVIEMENT AG gehören zum Bilanzstichtag insbesondere die folgenden Tochtergesellschaften:

- filmpool entertainment GmbH, Hürth
- filmpool fiction GmbH, Köln

Zur Sicherstellung eines koordinierten und strategisch abgestimmten Marktauftritts hält die MME MOVIEMENT AG zu 100 Prozent die Geschäftsanteile ihrer operativen Tochtergesellschaften, die einheitlich in der Rechtsform der GmbH firmieren.

Die MME MOVIEMENT AG hat ihren Geschäftssitz in München. Die filmpool entertainment GmbH hat ihren Geschäftssitz in Hürth und filmpool fiction GmbH hat ihren Geschäftssitz am Standort Köln. Die Standorte Köln/Hürth und München reflektieren die föderale Struktur der Fernsehindustrie in Deutschland und sichern die notwendige Nähe zu den wichtigen Sendern und Sendergruppen.

Die Anteile an der obersten Muttergesellschaft der MME MOVIEMENT AG, All3Media Group Limited, werden zu gleichen Teilen mittelbar durch Discovery Communications Inc., New York, USA und Liberty Global plc, London, Großbritannien gehalten.

## **1.2 Geschäftstätigkeit**

Die Geschäftstätigkeit der MME MOVIEMENT umfasst die Herstellung, den Vertrieb und die Verwertung von Film-, Fernseh-, Musik- und Multimedia-Produktionen über alle Print- und elektronischen Medien sowie die Vermarktung von Künstlern und Merchandisingprodukten sowie den Erwerb, das Halten und Verwalten von Beteiligungen an anderen Unternehmen im In- und Ausland. MME MOVIEMENT ist eines der führenden Fernsehproduktionsunternehmen in Deutschland. Es werden ausschließlich Programme für die Sparte Unterhaltung produziert. Die von MME MOVIEMENT entwickelten und hergestellten Programme lassen sich innerhalb dieser Sparte in Programmbereiche aufteilen: Fiction, Scripted Entertainment, Show und Factual Entertainment. Es wird für alle großen Fernsehsender Deutschlands produziert sowie für Streamingdienste .

Das Geschäftsmodell der MME MOVIEMENT ist im Wesentlichen geprägt durch die sogenannte Auftragsproduktion. Dies bedeutet, dass die Produktion eines Fernsehprogramms in der Regel durch den Auftrag einer TV-Sendeanstalt oder eines Streamingdienstleisters zum Festpreis abgedeckt ist, d.h. der Abnehmer des produzierten Programms sowie der Verkaufspreis stehen vor Produktionsbeginn fest. Weitergehende Erlösmöglichkeiten für den Produzenten bestehen grundsätzlich in der Vereinbarung von Quotenprämien sowie aus Beteiligungen an Erlösen aus der Nebenrechtsverwertung und aus dem Auslandsvertrieb. Die Vermarktung und damit auch das Vermarktungsrisiko im Inland liegen in diesem Geschäftsmodell ausschließlich beim Auftraggeber, während das Kostenüberschreitungsrisiko bei der Produktion in der Regel beim Produzenten verbleibt.

### **1.3 Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zwischen All3Media Deutschland GmbH und MME MOVIEMENT AG**

Zwischen der All3Media Deutschland GmbH als herrschender Gesellschaft und der MME MOVIEMENT AG als abhängiger Gesellschaft wurde am 13. August 2007 ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag gemäß § 291 Abs. 1 Aktiengesetz abgeschlossen. Die Gesellschafterversammlung der All3Media Deutschland GmbH hat dem Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag am 31. August 2007 zugestimmt. Die außerordentliche Hauptversammlung der MME MOVIEMENT AG hat dem Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag am 25. September 2007 zugestimmt. Die Eintragung ins Handelsregister der MME MOVIEMENT AG erfolgte am 1. Oktober 2007. Einige Aktionäre haben gegen den Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag Anfechtungsklage eingereicht, die in der ersten Instanz und auch in der Berufungsinstanz mit Beschluss des Kammergerichts Berlin vom 9. April 2010 abgelehnt worden ist. Der Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag ist somit rechtswirksam. Gleichsam wurde seitens einiger außenstehender Aktionäre ein Spruchstellenverfahren angestrengt, um die Höhe des vertraglich angebotenen Ausgleichsbetrages und der Abfindung überprüfen zu lassen. Hierzu hat das zuständige Landgericht Berlin mit Beschluss vom 22. November 2011 die Abfindungszahlung pro Aktie auf 8,63 Euro und die jährliche Ausgleichszahlung auf 0,69 Euro (brutto) pro Aktie festgesetzt. Gegen diese Entscheidung wurde seitens der All3Media Deutschland GmbH und seitens einiger Antragsteller beim Kammergericht Berlin Beschwerde eingelegt. Das Kammergericht Berlin hat mit Beschluss vom 8. Dezember 2014 alle Beschwerden abgewiesen bzw. für unzulässig erklärt. Somit haben die vom Landgericht Berlin mit Beschluss vom 22. November 2011 festgesetzten Werte für die Abfindungszahlung pro Aktie von 8,63 Euro und die jährliche Ausgleichszahlung von 0,69 Euro (brutto) pro Aktie Bestand. Der Beschluss des Kammergerichts Berlin wurde von der MME MOVIEMENT AG am 2. Februar 2015 im Bundesanzeiger veröffentlicht.

## 2. Wirtschaftsbericht

### 2.1. Markt- und Wettbewerbsumfeld

Für das Geschäft der MME MOVIEMENT sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland primär relevant, da bisher keine nennenswerten Erlöse im Ausland erzielt werden.

#### 2.1.1. Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der deutschen Wirtschaft ist 2021, dem bereits zweiten Pandemie-Jahr, wieder um 2,7 Prozent angestiegen.<sup>1</sup> Im Vorjahr sank das BiP um 4,6 Prozent. Allerdings fiel die Prognose der Bundesregierung noch im Frühjahr 2021 mit einem erwarteten Plus von 3,7 Prozent optimistischer aus. Im Herbst 2021 korrigierte die damals noch geschäftsführende vorherige Regierung auf 2,6 Prozent und rechnete mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um preisbereinigt 4,1 Prozent 2022<sup>2</sup> Die letzte Prognose der Bundesregierung liegt Ende April 2022 bei 2,2 Prozent für das laufende Jahr,<sup>3</sup> Im Oktober 2021 erwartete eine Gemeinschaftsdiagnose der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute einen Anstieg des BiP um 4,8 Prozent für 2022. Bis April 2022 wurden viele Vorhersagen auf durchschnittlich 2,0 Prozent herunter korrigiert.<sup>4</sup>

Die Inflationsrate lag im Dezember 2021 bei 5,3 % und im Jahresdurchschnitt bei 3,1 Prozent<sup>5</sup> Die durchschnittliche Arbeitslosenquote auf Basis aller zivilen Erwerbspersonen sank im Jahr 2021 nur leicht auf 5,7 Prozent gegenüber 5,9 Prozent 2020.<sup>6</sup>

Die Corona-Pandemie bestimmte seit spätestens März 2020 das gesundheitliche, gesellschaftliche und wirtschaftliche Geschehen in Deutschland und gehört mittlerweile zum Alltagsleben. Die Zahl der an und mit Covid verstorbenen Menschen in Deutschland lag im Mai bei über 135.000. Im Anschluss an die vierte Welle mit der gefährlichen Delta-Variante folgte direkt die fünfte und derzeit abklingende Welle, die mit Omikron zwar sehr ansteckend, aber weniger gefährlich ist. Trotz sehr hoher Inzidenzen mit bis zu 1700 Neuinfektionen pro Tag im März 2022 verabschiedete der Bundestag ein neues Infektionsschutzgesetz, das

<sup>1</sup> [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/01/PD22\\_020\\_811.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/01/PD22_020_811.html) , 14.01.2022

<sup>2</sup> <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Wirtschaft/Projektionen-der-Bundesregierung/projektionen-der-bundesregierung-herbst-2021.html>

<sup>3</sup> <https://www.handelsblatt.com/politik/konjunktur/nachrichten/konjunktur-ukraine-krieg-lockdowns-in-china-embargo-die-konjunkturrisiken-der-deutschen-wirtschaft/28289774.html> , 29.04.2022

<sup>4</sup> <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/konjunktur/konjunkturprognose114.html>., 20.04.2022

<sup>5</sup> <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/inflation-161.html>, 06.01.2022

<sup>6</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224/umfrage/arbeitslosenquote-in-deutschland-seit-1995/> , 03.05.2022

beinahe überall Lockerungen ermöglicht, insbesondere entfällt damit die Homeoffice-Pflicht und das Tragen von Mund-Nasen-Schutz in vielen Bereichen. Mitte Mai lag die bundesweite 7-Tage-Inzidenz bei 485.<sup>7</sup>

Seit Februar dieses Jahres ist allerdings Russlands unberechtigter Angriffskrieg gegen die Ukraine Zentrum aller Aufmerksamkeit. Die deutsche Abhängigkeit von fossilen Energiequellen Russlands treiben die Energiepreise in bisher unbekannte Höhen, genauso die Inflationsrate. Sie erreichte im April 2022 7,4 Prozent.<sup>8</sup> und verteuert das Leben für viele Menschen spürbar. Die globalisierte Wirtschaft zeigt sich verwundbar, was unseren Alltag beeinträchtigen wird und nachhaltig wirken könnte.

Deutschland zählt zu den wirtschaftlich bedeutendsten Fernsehmärkten der Welt und ist mit gut 38,5 Millionen privaten Fernsehhaushalten der größte TV-Markt Europas.<sup>9</sup>

Der deutsche Fernsehmarkt ist geprägt von den Free-TV-Sendeanstalten auf der einen Seite, der führenden Pay-TV-Plattform Sky auf der anderen Seite und den mittlerweile etablierten Streamingdiensten.

Zu den Free-TV-Sendeanstalten gehören die öffentlich-rechtlich finanzierten Sender mit im Wesentlichen ZDF, ZDFneo, ZDFinfo, den ARD-Anstalten und 3Sat, Kika, arte sowie die werbefinanzierten Sender. Bei den Gesamtzuschauern ab 3 Jahre erreichten im Tagesdurchschnitt die öffentlich-rechtlichen Sender rund 51,0 Prozent der Zuschauer.<sup>10</sup> Die bedeutenden werbefinanzierten Sender können in zwei kompetitive Konzerngruppen eingeteilt werden: Im Wesentlichen sind das zum einen die zum Bertelsmann-Konzern gehörenden RTL-Gruppe mit den Sendern RTL, NITRO., RTLplus, VOX, VOXup, ntv, SUPER RTL, TOGGOpus und einer Beteiligung in Höhe von 35,9 Prozent an RTLZWEI sowie den fünf digitalen Themen-Sender (Pay-TV) RTL CRIME, RTL PASSION, RTL living, NOW! and GeoTelevision - zum anderen die ProSiebenSAT.1-Gruppe mit ihren sieben Sendern ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins

---

<sup>7</sup> Robert Koch-Institut: COVID-19-Dashboard, 13.05.2022

<sup>8</sup> [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/05/PD22\\_196\\_611.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/05/PD22_196_611.html) , 11.05.2022

<sup>9</sup> [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Basisdaten\\_2020\\_Internet\\_mit\\_Verknu](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Basisdaten_2020_Internet_mit_Verknu) , Seite 4

<sup>10</sup> [https://www.kek-online.de/fileadmin/user\\_upload/KEK/Medienkonzentration/Zuschaueranteil/Zuschaueranteile\\_2021.pdf](https://www.kek-online.de/fileadmin/user_upload/KEK/Medienkonzentration/Zuschaueranteil/Zuschaueranteile_2021.pdf)

DOKU und sixx und den drei Basic-Pay-TV-Kanälen ProSieben FUN, SAT.1 emotions und Kabel Eins CLASSICS.

Im Free-TV erreichten im Jahr 2021 die RTL-Gruppe einen Marktanteil von 28,5 Prozent und die ProSiebenSAT.1-Gruppe 25,5 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe der 14-49jährigen Zuschauer.<sup>11</sup> Für die TV-Produzenten in Deutschland waren bisher die einzelnen Sender dieser beiden Senderfamilien, die gut die Hälfte der werberelevanten Zielgruppe auf sich vereinen, die wichtigsten Kunden neben den weitgehend gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Anstalten ARD und ZDF.

Darüber hinaus gibt es weitere Free-TV-Sender, deren Marktanteil jedoch gering ist und die als Auftraggeber für die deutsche TV-Produktionswirtschaft in der Programmsparte Unterhaltung bisher von geringer Bedeutung sind (z.B. DMAX, Tele5, Disney Channel, Viva, Sport1) - vereinzelt ist jedoch eine steigende Investitionstätigkeit in eigenproduzierte Inhalte zu beobachten. Gelegentlich treten auch Pay-TV-Sender als Auftraggeber für lokal produzierte Inhalte auf. So gab zum Beispiel der führende Pay-TV-Betreiber Sky bereits mehrere eigenproduzierte fiktionale Serien in Auftrag.

Während das Wachstum im Free-TV-Markt stagniert, boomt das Streaming. Bei den internationalen Streamingdiensten hat Amazon Prime mit fast 14 Millionen Abonnenten in Deutschland die Nase vorn, gefolgt von Netflix mit bald 10 Millionen Abonnenten, Disney Channel +, Sky Ticket/Go/Q, Telekom Magenta TV und Apple TV.

Insbesondere die RTL- und die ProSiebenSat.1-Gruppe investieren viel in den Aufbau ihrer eigenen Streamingkanäle RTL+ und Joyn PLUS+. RTL+ ist mit rund 2,5 Millionen Abonnenten, was einem Plus von rund 90 Prozent gegenüber 2020 entspricht, der führende deutsche Streamingdienst, zu dessen Premiuminhalten die Bereiche Video, Audio, Podcast und Magazine zählen.<sup>12</sup> Dieser Ausbau zu einer crossmedialen Entertainment-Plattform verfolgt das Ziel, bis 2025 zwischen fünf und sieben Millionen zahlende Abonnenten zu haben. Der Umsatz sollte bei

---

<sup>11</sup> <https://www.quotenmeter.de/n/131789/der-tv-markt-2021>, 18.01.2022

<sup>12</sup> <https://www.n-tv.de/wirtschaft/Amazon-haengt-Netflix-in-Deutschland-ab-article23093711.html>, 30.01.2022

mindestens 500 Millionen Euro liegen und die Gewinnzone erreicht werden. RTL+ ist in geringem Umfang noch werbefinanziert.

Joyn plus+ bietet werbefrei die Sendermarken ProSieben, SAT.1, Kabel Eins oder sixx u.v.a. als Live-TV-Angebote, eine umfassende Mediathek und exklusive Previews und Catch-ups der Formate. Außerdem können Nutzer\*innen große US-Serien wie etwa „Grey’s Anatomy“ oder auch deutsche Produktionen wie „Jerks“ streamen.

Die US-Streamingdienste haben weiter massiv in deutsche TV-Serienproduktionen investiert, ihre Investitionstätigkeit auf nicht-fiktionale Programme ausgeweitet und sich als Auftraggeber für deutsche Fernsehproduktionen etabliert. Mit Eigenproduktionen – den „Originals“ – schaffen Amazon, Netflix & Co. Alleinstellungsmerkmale. Dass es sich bei den Originals oft um Serien (z. B. „House of Cards“, „The Crown“, „The Marvelous Mrs. Maisel“, „Game of Thrones“, „The Morning Show“) handelt, ist nicht überraschend: Mit attraktiven Serien können die Portale neue Kunden gewinnen und langfristig binden. Auch hinsichtlich Investitionen in neue originär deutsche Serien gab es in den letzten Jahren einen kleinen Serien-Boom. Netflix: u.a. „Unorthodox“ (Emmy 2021 für Beste Regie), „Barbaren“, „Biohackers“. Prime Video: u.a. „Christiane F. – Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“, „LOL – Last One Laughing“.

Dafür haben die Streamingdienste aber nicht nur kreative Gründe. Eine EU-Richtlinie schreibt Diensten bereits seit 2018 eine Quote von 30 Prozent europäischer Inhalte vor, derzeit wird sie in den EU-Staaten in nationales Recht umgesetzt. Auch Disney+ hat bereits bei Kinderfilmen wie „Räuber Hotzenplotz“ oder „Wickie“ deutsche Produktionen verwirklicht.

Berechnungen zu Folge liegen alle Dienste - außer Joyn und RTL+ - deutlich unter dieser Quote. Amazon Prime Video, Netflix und Disney+ haben jeweils unter zehn Prozent in Europa produzierte Inhalte, Apples TV+-Dienst sogar keinen einzigen Film. Um die Regeln einzuhalten, müssen die US-Anbieter daher zukünftig massiv in europäische Eigenproduktionen oder Lizenzen investieren, zumal heftig darum

gestritten wird, wie lange Großbritanniens Produktionen noch Teil dieser Richtlinie sein dürfen.<sup>13</sup>

Die heimischen Dienste hatten zur Beginn der Coronakrise das Problem, dass im Sommer 2020 die Werbeumsätze der beiden großen deutschen TV-Konzerne RTL-Gruppe und ProSiebenSAT.1 einbrachen und dies große Verunsicherung hervorrief, während abonnementfinanzierte Streamingdienste boomten.

Ein wesentlicher Indikator für die Marktsituation im TV-Bereich sind daher die Ausgaben der deutschen Werbetreibenden. Nach einem Einbruch des Werbemarktes im ersten Pandemiejahr 2020, steigerte sich der Brutto-Werbemarkt 2021 um 6,6 Prozent.<sup>14</sup> Schon 2020 sind vor allem die TV-Vermarkter mit einem Minus von 1,8 Prozent mit einem blauen Auge durch das Jahr 2020 gekommen. 2021 gehört das Fernsehen eindeutig zu den Gewinnern. Der Brutto-Werbeumsatz konnte von 16,1 Milliarden auf 18,1 Milliarden gesteigert werden. Das sind 47,2 Prozent des gesamten Werbekuchens und entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 12,7 Prozent. Die Mediengruppe Fernsehen bleibt damit weiterhin das Leitmedium im deutschen Werbemarkt. Im vergangenen Jahr sind die Bereiche Online mit plus 6,5 Prozent und Out of Home mit plus 8,1 Prozent ebenfalls stark gewachsen. Unter OOH – Out of Home – versteht man alle Werbemedien im öffentlichen Raum wie Großflächenplakate, Superposter oder Ganzsäulen. Neben diesen klassischen Außenwerbemedien zählen hierzu aber auch alle Arten von Ambient Medien oder Verkehrsmittelwerbung etc.

Letztendlich entscheidend für Einnahmen der Sender und damit die Beauftragungslage der deutschen Fernsehproduzenten sind die Nettoerlöse aus Werbung. Hierzu prognostizierte der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW im November 2021, dass die Netto-Werbeerlöse der Medien für das Jahr 2021 auf 25,22 Milliarden Euro steigen, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 1,45 Milliarden Euro / plus 6,1 Prozent entspricht. Sie lägen damit knapp über dem Vorkrisenniveau (2019: 25,0 Milliarden Euro). Vor allem die digitale Werbung wuchs zweistellig in 2021 – allerdings auch weiterhin stark asymmetrisch zugunsten der Megaplattformen. Insbesondere TV-Werbung und

---

<sup>13</sup> <https://www.tagesspiegel.de/politik/britische-serien-bei-netflix-und-co-gefahr-fuer-kulturelle-vielfalt-in-europa-/27356298.html> , 23.06.2021

<sup>14</sup> [https://www.dwdl.de/nachrichten/86188/deutliches\\_plus\\_werbemarkt\\_hat\\_sich\\_2021\\_spuerbar\\_erholt/](https://www.dwdl.de/nachrichten/86188/deutliches_plus_werbemarkt_hat_sich_2021_spuerbar_erholt/), 18.01.2022



Außenwerbung wären deutlich erstarkt, andere Gattungen stagnierten oder litten unter den hohen Rohstoff- und Energiepreisen.

Im November 2021 zeigte sich das Konsumklima robust – trotz hoher Inflation und ansteigenden Infektionszahlen. Eine durch eine unveränderte Geld- und Zinspolitik getriebene Preisentwicklung könne aber zu erheblichen Problemen führen.<sup>15</sup>

Die TV-Sender decken ihren Programmbedarf durch Lizenzware (z.B. Hollywood-Filme), durch selbst erstellte Produktionen (z.B. Reportagen) und durch Einkauf von Auftragsproduktionen. Die deutsche Fernsehproduktionsbranche ist im Jahr 2018 wieder auf 884 aktive Unternehmen gesunken, nachdem 2017 ein bisheriger Höchststand mit 941 Produktionsunternehmen erreicht wurde (2016: 815, 2015: 850).<sup>16</sup> Das Gesamtvolumen der deutschen Film- und Fernsehproduzenten 2018 in Minuten wird auf ca. 750.000 geschätzt, was die leichten Rückgänge bei der Gesamtproduktion in 2016 (-0,5 %) und 2017 (-1,1 %) wieder ausglich. Auch bei der Betrachtung der Gesamtproduktion nach Branchen in den Bundesländern zeigt sich über die Jahre ein relativ konstantes Bild. Unverändert ausgeprägt ist die Dominanz der vier führenden Produktionsländer Nordrhein-Westfalen, Bayern, Berlin und Hamburg (in dieser Reihenfolge) gegenüber den sonstigen Bundesländern. Nach Berechnungen des FORMATT-Instituts wurden in den Jahren 2017 und 2018 knapp 45 Prozent der Produktionen von den öffentlich-rechtlichen und gut 55 Prozent von den privaten Sendeanstalten in Auftrag gegeben. RTL zeichnet bei dieser Betrachtung ein besonders unstetes Bild. Von 111.000 Minuten 2016 sackte Deutschlands größter Auftraggeber auf 73.000 Minuten im Jahr 2017 ab. In 2018 stieg die Nachfrage wieder auf 92.000 Minuten.<sup>17</sup> Ein schwindendes Auftragsvolumen wurde für RTLZWEI verbucht: von 68.000 in 2016 über 65.000 auf 55.000 Minuten in 2018. VOX blieb stabil bei 76.000 Minuten. Im privatwirtschaftlich organisierten Teil des dualen Systems sind erstmals auch Streamingdienste mit ihren kleinen, aber steigenden Volumina berücksichtigt. Das Auftragsvolumen dieser „sonstigen Sender“ lag 2017 und 2018 bei 44.000 Minuten (2016: 26.000 Minuten).

---

<sup>15</sup> <https://zaw.de/werbemarkt-erholt-sich-2021-rueckkehr-zu-vorkrisenniveau-gelingt-nicht-durchgaengig/>, 11.11.2021

<sup>16</sup> [https://www.land.nrw/sites/default/files/asset/document/formatt-studie\\_film-\\_und\\_fernsehproduktion\\_2015-2016.pdf](https://www.land.nrw/sites/default/files/asset/document/formatt-studie_film-_und_fernsehproduktion_2015-2016.pdf), Seite 5

<sup>17</sup> [https://www.land.nrw/sites/default/files/asset/document/formatt-studie\\_film-\\_und\\_fernsehproduktion\\_2015-2016.pdf](https://www.land.nrw/sites/default/files/asset/document/formatt-studie_film-_und_fernsehproduktion_2015-2016.pdf), Seite 5

Dabei konkurrieren sowohl die unabhängigen Produzenten als auch die Produktionstochterunternehmen aller Sender um dieses Volumen. Bei den im Jahr 2018 884 aktiven Produktionsgesellschaften geht man von knapp unter 100 abhängigen und über 750 unabhängigen Produktionsgesellschaften aus. Die abhängigen Firmen haben – im Mittel je Firma - in beiden Jahren jeweils mehr als das Sechsfache der unabhängigen Firmen produziert: Im Mittel 3.377 produzierte Minuten je abhängigem Unternehmen standen im Mittel 552 produzierten Minuten je unabhängigem Unternehmen gegenüber. Immerhin, die abhängigen Firmen hatten 2016 noch mehr als achtmal so viel produziert wie die unabhängigen Unternehmen (4.106 Minuten ggü. 505 Minuten). Diese Zahlen hätten sich aufgrund der Produktionsaufträge der neuen Streaming-Dienste noch deutlicher zugunsten unabhängiger Produktionsunternehmen verändern sollen. Entgegen diesen Erwartungen zeichnet sich eine immer weitere Konzentration der größten Produktionsgruppen, von denen ein großer Teil abhängig einzuordnen ist, ab, deren Produktionsvolumen in Summe bei durchschnittlich 480.000 Minuten pro Jahr liegt. Das entspricht somit 63 Prozent des Gesamtvolumens der TV- und Filmproduktion. Die All3Media Deutschland-Gruppe, zu der die MME MOVIEMENT mehrheitlich gehört, galt 2018 mit 72.000 Produktionsminuten als größtes Produktionsunternehmen - gemessen am Minutenproduktionsvolumen.

## **2.2. Geschäftsverlauf**

Der Großteil der Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2021 erfolgte mit TV-Sendern in Deutschland, dabei wiederum im Schwerpunkt mit privaten TV-Sendern.

Serielle Programme bilden den Schwerpunkt im Produktportfolio der MME MOVIEMENT. Im Wesentlichen zählen hierzu im Berichtszeitraum die zahlreichen täglichen Nachmittags- und Vorabendsendungen des **Programmbereichs Scripted Entertainment/Docu Soap** der filmpool entertainment GmbH, Hürth: Standen zu Beginn der Corona-Pandemie beinahe alle Produktionen still, befreite sich filmpool entertainment jedoch schnell mit intelligenten Hygienekonzepten aus dieser Schockstarre, einzelne Produktionen konnten dank schneller Umsetzung von Schutzkonzepten sogar unterbrechungsfrei hergestellt werden. Mittlerweile beeinträchtigen die Corona-Maßnahmen die Produktionstätigkeit nicht mehr und sind Teil der Routine, jedoch bleibt es schwierig, ausreichend geeignete Mitarbeiter\*innen sowohl für den kreativen als auch den technischen Bereich zu

finden. Viele Filmschaffende haben sich während den Einschränkungen der Corona-Pandemie umorientiert und daher arbeitet das verbleibende Personal unter Volllast.

film pool entertainment und SAT.1 verbindet eine langjährige Zusammenarbeit bei den Programmen für den Nachmittag und den Vorabend. So sind die Crime-Formate „Auf Streife“ und „Die Spezialisten“ sowie das Family-Format „Klinik am Südring“ seit vielen Jahren fester Bestandteil des Sat.1-Programmes und ein Gesicht des Senders. „Die Gemeinschaftspraxis“ wird ebenfalls für Sat.1 produziert. Hierbei handelt es sich um ein Spin-off der „Klinik am Südring,“ in der sich Dr. Bernhard Skupin in seiner Praxis gemeinsam mit Spezialisten der verschiedensten Fachbereiche um die Diagnose der Erkrankungen von Patienten mit unspezifischen Leiden kümmert. Die Gemeinschaftspraxis war 2021 fünf Monate auf Sendung.

Ab April 2021 pilotierte SAT.1 „Richter & Sinderer – Ein Team für harte Fälle“ für fünf Wochen in SAT.1 um 18 Uhr. Eine Fortsetzung wurde seitens des Senders in Auftrag gegeben und damit eine zweite Staffel produziert, die bis dato allerdings noch nicht ausgestrahlt wurde.

Für RTLZWEI produziert film pool entertainment die Vorabend-Soaps „Köln 50667“ und „Berlin – Tag & Nacht“. Diese Formate sind Markenzeichen für RTLZWEI. Sie stehen seit 2011 beziehungsweise 2013 für ein eigenes Lebensgefühl der jungen Zielgruppe und spiegeln ihre Emotionen und Trends. Beide Formate sind seit Beginn Crossmedia-Soaps. Für ihre Fans ist mit Blick auf die Sendungen auch wichtig, was auf Facebook, Instagram und YouTube stattfindet. RTLZWEI profitiert vor allem aus den daraus resultierenden Einschaltimpulsen zum Hauptmedium Fernsehen. Zunehmend verfolgen die Fans der Formate die Geschichten der Protagonisten auch bei dem Streaming-Angebot der RTL-Gruppe RTL+.

Ebenfalls für RTLZWEI entwickelte film pool entertainment im Geschäftsjahr 2021 die neue Medical Scripted Reality „SOS - Retter im Einsatz“. Dort sind die Zuschauer dabei, wenn Heldinnen und Helden des Alltags von Rettungsdienst, Feuerwehr, Polizei & Co. jeden Tag ihr Bestes geben, um Menschen aus Notsituationen zu befreien und im Anschluss den Ursachen des jeweiligen Unglücks auf den Grund zu gehen. Seit 25. April 2022 zeigt RTLZWEI „SOS - Retter im Einsatz“ werktäglich um 16 Uhr in Doppelfolgen.

Im Geschäftsjahr 2021 waren bei RTL auch die neuen Crime-Formate „Tatort Deutschland - Aus den Akten der Justiz“, wochentags um 15.00 Uhr, und zuvor um 14 Uhr „110 - Echte Fälle der Polizei“ der filmpool entertainment on Air. Beide Formate starteten ihre Pilotierung Ende Oktober 2020.

Nach der Minidokusoap „Verdammt schwer!“ zeigte VOX eine weitere 3teilige Miniserie der filmpool entertainment 2021: In „Besonders verliebt“ stehen ganz besondere Singles und ihre Reise zum Liebesglück im Zentrum, denn sie alle haben eine Beeinträchtigung, mit der sie auf Partnersuche gehen.

Ende Oktober 2020 startete das RTL+-Original „GANGSTARZ“ on demand und war auch noch 2021 bei RTL+ abrufbar. Seit 23. November 2021 ist ebenso beim Streamingdienst RTL+ von montags bis freitags „Menowin - Mein Dämon & ich“ zu sehen. Pop-Sänger Menowin Fröhlich steht am Scheideweg seines Lebens, denn Drogenexzesse, eine Esssucht, Alkohol und Schulden bestimmen sein Leben. Beide Formate werden nicht fortgesetzt.

2021 nutzte filmpool entertainment wieder intensiv zur Entwicklung neuer Formate, für die im weiteren Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres Beauftragungen erwartet werden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021 konnte die MME MOVIEMENT von den vorgenannten seriellen und teilweise über mehrere Jahre etablierten Programmen profitieren und die Grundaustattung des Produktionsbetriebes absichern.

Ein großer Teil der seriellen, täglichen Programme sind bis zur Erstellung dieses Berichtes senderseitig verlängert worden. Die Produktion dieser Programme reicht somit – teilweise weit – in das Geschäftsjahr 2022 hinein.

Seitens der auftraggebenden Sender besteht ein anhaltend hoher Preisdruck. Die Folgenanzahl bei Verlängerung serieller Formate wurde mehr als halbiert und gibt somit weniger Planungssicherheit. Während der akuten Phasen der Corona-Krise wechselten immer wieder zahlreiche filmpool entertainment-Mitarbeiter\*innen ins Homeoffice oder in Kurzarbeit. Die Sender beteiligten sich in unterschiedlichem Umfang an den Verlusten durch die pandemiebedingten Produktionseinschränkungen. Aufgrund der Erfahrungen aus dem ersten Pandemiejahr 2020 konnte filmpool entertainment die Produktionstätigkeiten unter Beachtung aller Vorschriften und Schutzmaßnahmen 2021 weitestgehend reibungslos fortsetzen und generell weiter optimieren. Das Recruiting neuer Mitarbeiter\*innen ist durch Abwanderung in andere Bereiche jedoch deutlich

aufwendiger geworden. Während im ersten Pandemiejahr 2020 die „Zwangsjacke“ der strengen Coronamaßnahmen zwar anstrengend, aber kalkulierbar für die Produktionen war, verursachen die allgemein begrüßten Lockerungsmaßnahmen Anfang 2022 andauernde und unplanbare Personalausfälle durch Krankheit und/oder Quarantäne, die auf dem ohnehin angespannten Produktionsmarkt kaum abzufedern sind und erhebliche Mehrkosten verursachen. Hinzu kommen deutlich erhöhte Gehaltsforderungen der Arbeitnehmer\*innen, nachdem eine sich stetig verteuernde Lebenshaltung durch Inflation eine unmittelbare Folge der Auswirkungen des Krieges in der Ukraine ist.

MME MOVIEMENT hat mittlerweile über Jahre hinreichend bewiesen, sich immer wieder neu erfinden zu können. Diese Fähigkeit ist in Krisenzeiten von großem Wert. Auch zur weltweit agierenden Produktions- und Vertriebsgruppe All3Media zu gehören ist ein Wettbewerbsvorteil. In enger Zusammenarbeit mit den Sendern arbeitet MME MOVIEMENT zuverlässig auf hohem Niveau in der neuen Normalität und blickt trotz vieler Widrigkeiten zuversichtlich und gewappnet in die Zukunft.

Im **Programmbereich Fiction** hat sich die MME MOVIEMENT pandemiebedingt in einem schwierigen Produktionsumfeld gegenüber dem Vorjahr nicht steigern können.

Die Corona-Pandemie hatte dazu geführt, dass die Produktion klassischer fiktionaler TV-Movies und -Serien erst wieder ab August 2020 aufgenommen werden konnte. Die dadurch entstandene Überauslastung der Kapazitäten im Produktionsmarkt wirkt noch immer nach und prägte auch das Produktionsumfeld im Jahr 2021. Verschobene Produktionen standen mit regulär geplanten Produktionen im Wettbewerb um Produktionsressourcen, insbesondere qualifizierte Filmschaffende, mit entsprechenden Auswirkungen auf die Produktionskosten und -margen. Der Nachfrage nach fiktionalen Formaten ist nicht zuletzt durch die Streamingdienste signifikant gestiegen und erhöht ebenfalls den Druck um den Kampf der begrenzten Ressourcen. filmpool fiction ist es in diesen Krisenzeiten dennoch gelungen, Dank gut durchdachter Hygienekonzepte und intelligenter Improvisation die gewohnte hohe Qualität deutscher Fiktion abzuliefern.

Seitens der filmpool fiction GmbH, Köln, wurde im Geschäftsjahr 2021 für die ARD/Degeto eine weitere Folge der „Kommissar Dupin-Reihe“, „Bretonische Spezialitäten“ unter der Regie von Bruno Grass ausgestrahlt. Bei der im Herbst 2021 produzierten Folge „Bretonische Idylle“ handelt es sich um die bereits 10. Folge dieser Reihe, die seit 2016 produziert wird. Bei der Jubiläumsfolge führte erstmals Janis Rebecca Rattenni Regie.

Mit den Rostocker Ermittlern Bukow (Charly Hübner) und König (Anneke Kim Sarnau) liefen im Ersten die Folgen „Sabine“ und „Keiner von uns“. Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Folgen „Seine Familie kann man sich nicht aussuchen“ und „Daniel A.“ abgedreht. Charly Hübner hatte in „Seine Familie kann man sich nicht aussuchen“, die im Januar 2022 ausgestrahlt wurde, seinen letzten Auftritt als Sascha Bukow und ist somit aus der Reihe ausgestiegen. Ersetzt wird Hauptkommissar Bukow durch Melly Böwe, gespielt von Lina Beckmann. Sie ermittelt seitdem gemeinsam mit Katrin König (Anneke Kim Sarnau) in der NDR-Reihe.

Kriminalhauptkommissar Henry Koitzsch und Kriminalkommissar Michael Lehmann aus Halle, dargestellt von den grandiosen Peter Kurth und Peter Schneider, sind die Ermittler des neuen Polizeirufs Halle, der 2021 mit der Folge „An der Saale hellem Strande“ Premiere im Ersten feierte.

Mit dem „Flensburg-Krimi – Der Tote am Strand“ startete die filmpool fiction für NDR/Degeto eine neue Krimireihe für den Donnerstags-Krimi im Ersten. An der Flensburger Förde wird die Leiche eines dänischen Staatsbürgers angespült. So beginnt der erste Fall nicht nur für die Fernsehzuschauer, sondern auch für die Hauptkommissare Svenja Rasmussen und Antoine Haller in Flensburg. Das neue Ermittlerduo ist besetzt mit Katharina Schlothauer und Eugene Boateng. Der Produktion folgte direkt die Ausstrahlung im Geschäftsjahr 2021.

Der Polizeiruf 110 Magdeburg war 2021 mit keiner Folge on Air. Dafür wurden im Herbst 2021 zwei weitere Folgen hintereinander abgedreht. Hauptkommissarin Doreen Brasch (Claudia Michelsen) ermittelt in „Blackout“ in einem Mordfall, bei dem ein junger Mann ohne ersichtlichen Grund einen Mitreisenden im Zug von Berlin nach Magdeburg erschlägt. In „Hexen brennen“ wird eine Frau nach einem Halloweenfest am Fuße des Brockens tot aufgefunden, die mit Methoden der mittelalterlichen Inquisition umgebracht wurde.

Für SAT.1 wurde die vierteilige Mini-Serie „Du sollst nicht lügen“ an zwei Abenden ausgestrahlt. Lehrerin Laura (Felicitas Woll) wirft dem Chirurgen Hendrik (Barry Atsma) nach einem gemeinsamen Abend Vergewaltigung mit Hilfe von K.-o.-Tropfen vor, was dieser vehement dementiert.. Wer lügt? Diese prekäre Geschichte um ein Date ist eine Adaption der britisch-amerikanischen Koproduktion "Liar" von Two Brothers Pictures für ITV und AMC in Zusammenarbeit mit All3Media international.

Damit sind im Geschäftsjahr 2021 nur fünf TV-Movies (Vorjahr: fünf TV-Movies, eine 4teilige Miniserie) aufgrund der erschwerten Drehbedingungen an die Sender geliefert bzw. gedreht worden. Für das laufende Geschäftsjahr hat sich filmpool fiction ein deutlich höheres Ziel gesteckt.

Die filmpool fiction zeigt sich zuversichtlich, 2022 wieder ein Umsatzvolumen erreichen können, das dem Niveau vor der Pandemie entspricht. Seitens der Streamingdienste ist mit einer deutlich erhöhten Nachfrage zu rechnen und dem gilt es Rechnung zu tragen. Grundsätzlich befinden sich bei filmpool fiction weiterhin mehrere Stoffe für TV-Movies und fiktionale Serien in zum Teil fortgeschrittener Entwicklung.

### 2.2.1. Quoten im Geschäftsjahr 2021

Die im Folgenden dargestellten Quoten beziehen sich auf **Erstausstrahlungen** im Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021.

#### Scripted Entertainment - filmpool entertainment GmbH; Hürth

Titel	Sender	Sende-Zeit		Quote		Zielgruppe	Sender-schnitt	Ausstrahlungen 2021
				2021	2020			
<b>Auf Streife</b>	SAT.1	Daily	Daytime	8,6%	10,1%	14 - 49 Jahre	7,0%	ganzjährig
<b>Die Spezialisten</b>	SAT.1	Daily	Access-Primetime	8,9%	9,9%	14 - 49 Jahre	7,0%	ganzjährig
<b>Klinik am Südring</b>	SAT.1	Daily	Daytime	8,8%	10,0%	14 - 49 Jahre	7,0%	ganzjährig
<b>Die Gemeinschaftspraxis</b>	SAT.1	Daily	Daytime	7,0%	8,4%	14 - 49 Jahre	7,0%	Januar - März, November, Dezember
<b>Richter &amp; Sindera - Ein Team für harte Fälle</b>	SAT.1	Daily	Access-Primetime	ka	6,0%	14 - 49 Jahre	7,0%	Die 2. Staffel (40 Folgen) ist noch nicht ausgestrahlt worden!
<b>Berlin - Tag &amp; Nacht</b>	RTLZWEI	Daily	Access-Primetime	5,6%	6,2%	14 - 49 Jahre	4,5%	ganzjährig
<b>Köln 50667</b>	RTLZWEI	Daily	Access-Primetime	4,7%	6,0%	14 - 49 Jahre	4,5%	ganzjährig
<b>Tatort Deutschland - Aus den Akten der Justiz</b>	RTL	Daily	Daytime	7,4%	7,6%	14 - 49 Jahre	10,1%	Januar, Februar
<b>110 - Echte Fälle der Polizei</b>	RTL	Daily	Daytime	7,9%	9,9%	14 - 49 Jahre	10,1%	März, April
<b>Besonders verliebt</b>	VOX	weekly	Primetime	4,2%	./.	14 - 49 Jahre	6,4%	Oktober, 3 Folgen

#### Fiction – filmpool fiction GmbH, Köln

Titel	Sender	Datum	Sendezeit	Quote	Zuschauer Reichweite Millionen	Zielgruppe	Sender-schnitt	
<b>Polizeiruf 110 Rostock - Sabine</b>	ARD/NDR	Reihe	14.03.2021	Primetime	23,8%	8,17	ab 3 Jahren	12,1%
<b>Du sollst nicht lügen</b>	Sat.1	Miniserie 4teilig	9. + 10.02.2021	Primetime	5,0%	0,42	14-49 Jahre	7,0%
<b>Kommissar Dupin - Bretonische Spezialitäten</b>	ARD/Degeto	Reihe	06.05.2021	Primetime	22,4%	7,16	ab 3 Jahren	12,1%
<b>Polizeiruf 110 Halle - An der Saale hellem Strande</b>	ARD/MDR	Reihe	30.05.2021	Primetime	25,0%	7,82	ab 3 Jahren	12,1%
<b>Polizeiruf 110 Rostock: - Keiner von uns</b>	ARD/NDR	Reihe	09.01.2022	Primetime	25,9%	9,24	ab 3 Jahren	12,1%
<b>Der Flensburg-Krimi - Der Tote am Strand</b>	ARD/NDR/ Degeto	Reihe	25.11.2021	Primetime	20,7%	6,21	ab 3 Jahren	12,1%



### **2.2.2. Analyse und Bewertung der Quoten im Geschäftsjahr 2021**

Im Programmbereich **Scripted Entertainment/Doku Soap** zeigen sich die filmpool-Formate in einem heftig umkämpften und pandemie-gebeutelten Markt im Durchschnitt relativ stabil. Es ist festzuhalten, dass alle großen TV-Sender seit einigen Jahren insgesamt und kontinuierlich Marktanteile verlieren (sog. Fragmentarisierung). In der jungen Zielgruppe bis 49 Jahren spielen vor allem die Streamingdienste und Social-Media-Plattformen zunehmend die Hauptrolle. Grundsätzlich begegnet MME MOVIEMENT einer solchen Entwicklung in Abstimmung mit dem jeweiligen auftraggebenden Sender mit einer kontinuierlichen Überarbeitung und Weiterentwicklung aller Formate, um den Lebenszyklus der Programme zu maximieren und mit den alternativen digitalen Plattformen zu verknüpfen. Für die MME MOVIEMENT wird es im sich veränderten Marktumfeld immer aufwendiger, Trendsetter zu sein.

Die SAT.1-Scripted Entertainment-Formate „Auf Streife“ und „Die Spezialisten“ haben gegenüber dem Vorjahreswert mit durchschnittlich 8,6 Prozent bzw. 8,9 Prozent deutlich nachgegeben, womit sie aber immer noch über dem Senderdurchschnitt von 7,0 Prozent (Zuschauer 14-49 Jahre) lagen. In vergleichbarem Umfang ging es auch für das SAT.1-Family-Format „Die Klinik am Südring“ nach unten. „Die Gemeinschaftspraxis“ landete auf dem schwierigen Sendeplatz um 17 Uhr sogar nur noch auf dem Senderdurchschnitt von 7,0 Prozent. Wie bereits berichtet, wurde die produzierte zweite Staffel von "Richter & Sinderer - Ein Team für harte Fälle" noch nicht bei Sat.1 ausgestrahlt. Somit gibt es keine Quote für das Jahr 2021 zu vermelden.

Bei den Soaps „Berlin – Tag & Nacht“ und „Köln 50667“ (RTLZWEI) sind wiederholt schwächere Marktanteile gegenüber dem Vorjahr zu beobachten, nachdem 2018 durch intensive Weiterentwicklungsaktivitäten die Marktanteile letztmalig wieder gesteigert werden konnten. Die Marktanteile liegen aber weiterhin über dem Senderschnitt.

Bei RTL gaben die Marktanteile der zwei im Jahr 2020 neu gestarteten Dailys ebenfalls nach: "Tatort Deutschland - Aus den Akten der Justiz" und "110 - Echte Fälle der Polizei" lagen 2021 noch weiter unter dem durchschnittlichen RTL-Marktanteil der jungen Zielgruppe als im Jahr zuvor. Beide Formate werden senderseitig nicht weiterbeauftragt. Bei VOX blieb im zuschauerstarken Herbst 2021 die Zuschauerquote bei der dreiteiligen Mini-Doku „Besonders verliebt“ mit

durchschnittlich 4,2 Prozent deutlich hinter den Erwartungen zurück und landete unter dem Senderschnitt.

MME MOVIEMENT kann sich dem Trend der sinkenden Zuschauerzahl im Free-TV-Bereich mit seinen Formaten nicht entziehen und arbeitet daher mit Hochdruck zusammen mit den Senderverantwortlichen daran, die alternativen Distributionswegen weiter auszubauen. Die junge Zielgruppe ist auf digitalen Plattformen aktiv und verlässt das Echtzeit-Fernsehen. Für filmpool entertainment gilt es jetzt, mit neuen Konzepten und Ideen den programmstrategischen Überlegungen der Sender zu entsprechen und der veränderten Mediennutzung der jungen Zielgruppe mit attraktiven Programmen – auch und vor allem jenseits des Echtzeit-Fernsehens - zu folgen.

MME MOVIEMENT geht trotz allem davon aus, dass die Mehrzahl der filmpool-Programme senderseitig auch 2022 weiter beauftragt werden.

Die **filmpool fiction**, Köln, produziert **Fernsehfilme auf höchstem Niveau** für die deutschen Sender.

Die Polizeirufe 110 aus Rostock „Sabine“ und „Keiner von uns“ erreichten im Geschäftsjahr 2021 Quoten weit jenseits der 20 Prozent-Marke beim Gesamtpublikum und landen somit deutlich über dem Senderschnitt. Weitere Folgen wurden bereits produziert und sind beauftragt. Der neue Polizeiruf 110 aus Halle „An der Saale hellem Strande“ startete auch sehr überzeugend mit 25,0 Prozent der Zuschauer über 3 Jahren. Das neue Duo aus Flensburg für den Krimi-Donnerstag, Svenja Rasmussen und Antoine Haller, reüssierte mit der ersten Folge „Der Tote an Strand“ mit 20,7 Prozent. Dies wurde sogar noch von der „Kommissar Dupin-Reihe“ mit der Folge „Bretonisches Spezialitäten“ übertroffen. Sie erzielte am Donnerstagabend im Ersten mit 22,4 Prozent des Gesamtpublikums einen neuen Bestwert seit Start der Reihe 2014 und hatte damit doppelt so viele Zuschauer wie die Drama-Serie der direkten ZDF-Konkurrenz. Die Produktion der Reihe wird 2022 fortgesetzt werden.

München, im Mai 2022

Taco Rijssen  
CEO