



Tätigkeitsbericht

zur 13. Sitzung in der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates am 30. Juni 2023 in Schwerin

Sehr geehrte Damen und Herren,

die EBU hat mit der FIFA eine grundsätzliche Vereinbarung getroffen, die Märkte Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien in den bestehenden Vertrag für die FIFA-Frauen-Weltmeisterschaft 2023 aufzunehmen. Gemäß dieser Vereinbarung sind alle Spiele und alle Tore der Fußball-WM in Australien und Neuseeland, die vom 20. Juli bis 20. August 2023 stattfindet, bei ARD und ZDF zu sehen.

Es freut uns sehr, dass wir unseren Zuschauerinnen und Zuschauern nun das Angebot machen können, alle Spiele der Fußball-WM der Frauen im öffentlich-rechtlichen Programm zu erleben. Mit Blick auf die Zeitverschiebung bieten wir zudem in unseren aktuellen Sendungen und auf unseren Online-Portalen die Highlights der Spiele in Zusammenfassungen und vielfältigen Berichten. Für alle Fans des Fußballs der Frauen in Deutschland bleiben ARD und ZDF weiterhin die richtige Adresse. Seit bald 30 Jahren berichtet das ZDF kontinuierlich über die Fußball-Nationalmannschaft der Frauen – inklusive der internationalen Turniere. Das ZDF fördert und unterstützt den Fußball der Frauen nachhaltig und vielfältig – nicht zuletzt gemeinsam mit der ARD. Beide Sender hatten die exklusiven Live-Rechte an allen Spielen der deutschen Frauen-Nationalmannschaft abseits des WM-Turniers bereits erworben.

Gute Nachrichten gibt es auch ab S. 18 zu vermelden: Insgesamt sieben Produktionen der ZDF-Familie wurden mit dem Grimme-Preis 2023 ausgezeichnet, darunter der inzwischen in über 100 Länder verkaufte Film „Die Wannseekonferenz“. Das ist ein Ausweis von Qualität, wie wir sie in den anstehenden Sitzungen mit Ihnen und den von Ihnen bestellten Experten im Rahmen der Selbstverpflichtungserklärung des ZDF immer wieder ausloten werden.

Eine weitere wichtige Dimension von Qualität ist Glaubwürdigkeit, hier gibt es aktuelle Zahlen unterschiedlicher Untersuchungen zu den öffentlich-rechtlichen Medien, über die wir Sie ab S. 10 informieren. Auffällig ist, dass alle drei zitierten Langzeitstudien zu dem Befund kommen, dass ca. zwei Drittel der deutschen Bevölkerung den Öffentlich-Rechtlichen vertrauen, und das über einen langjährigen Zeitraum hinweg. Beim Lager der Skeptiker lohnt sich ein differenzierter Blick – für uns Motivation genug, auch in dieser Dimension an einem ZDF für alle zu arbeiten.

■ Inhalt

1.	Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld	3
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	4
1.3	Medientechnologie	6
1.4	ZDF-Finanzsituation	7
2.	Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme	9
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	9
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	15
2.3	Auszeichnungen/ Preise	18

■ Berichtszeitraum: 01.03.2023 – 30.06.2023

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Der Vorschlag der Europäischen Kommission zu einem European Media Freedom Act soll im Wege einer unmittelbar geltenden Verordnung Medienfreiheit und Medienpluralismus in den Mitgliedsstaaten stärken. In Artikel 5 der Verordnung sollen Grundprinzipien eines freien und pluralen öffentlich-rechtlichen Rundfunks geregelt werden. Europäisches Parlament und Europäischer Rat erarbeiten derzeit Anpassungen von Artikel 5, damit alle darin vorgesehenen Verpflichtungen an die Mitgliedstaaten und nicht – wie von der Europäischen Kommission vorgeschlagen – teilweise unmittelbar an die Rundfunkanstalten gerichtet sind. Dabei wird auch direkt Bezug auf das Amsterdamer Protokoll über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den EU-Mitgliedsstaaten genommen. Diese Initiative entspricht unseren Änderungsvorschlägen. Der Gesetzgebungsprozess soll bis Anfang 2024 abgeschlossen werden.

| **Stellungnahme zum European Media Freedom Act**

Nach Beschluss der Rundfunkkommission der Länder vom Januar 2023 zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (vgl. [Tätigkeitsbericht zur Sitzung am 10.03.2023](#), S. 3f.) haben die Länder im März 2023 einen Rat für die zukünftige Entwicklung der öffentlich-rechtlichen Medien eingesetzt und acht Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Disziplinen berufen. Diese sollen bis zum Herbst des Jahres Empfehlungen für die weitere Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, seine Nutzung und Akzeptanz erarbeiten.

| **Beschluss der Rundfunkkommission der Länder zum Zukunftsrat**

Der eingesetzte Zukunftsrat hat zwischenzeitlich seine Arbeit aufgenommen. Er soll weitere Vorschläge zur digitalen Transformation und Qualitätsstärkung machen, Vorschläge zu Strukturen und der Zusammenarbeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erarbeiten und sich mit Fragen der zeitgemäßen Ausgestaltung und Verbreitung der öffentlich-rechtlichen Angebote, ebenso wie der Sicherung inhaltlicher Ausgewogenheit des Programms und Fragen klarer Aufgabenzuweisung beispielsweise bei der Abbildung regionaler Vielfalt beschäftigen. Das ZDF hat sich in die Diskussion entsprechend der Beratungen im Fernsehrat zu dem Strategie-Konzept „Ein ZDF für alle“, zu Fragen des „Streaming-Netzwerks von ARD und ZDF“ sowie zur „Akzeptanz der ZDF-Angebote“ eingebracht. Es steht dem Zukunftsrat für weitergehende Erörterungen zur Verfügung.

Die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten der Länder haben den 4. Medienänderungsstaatsvertrag unterzeichnet, der Regelungen zu Compliance, Transparenz und Gremienkontrolle im öffentlich-rechtlichen Rundfunk enthält. ARD, ZDF und DRadio werden bei Inkrafttreten verpflichtet, ein Compliance Management System nach anerkannten Standards einzurichten. Zudem ist eine Compliance-Stelle oder ein/e Compliance-Beauftragte/r zu

| **Vierter Medienänderungsstaatsvertrag unterzeichnet**

ernennen, welche an den Intendanten und den Verwaltungsrat berichtet. Zusätzlich ist eine externe Ombudsperson als Anlaufstelle für Hinweisgeber zu beauftragen. Weiterhin sollen die Rundfunkanstalten ihre Organisationsstruktur, Satzungen, Richtlinien, Geschäftsordnungen und sonstigen Informationen von wesentlicher Bedeutung im jeweiligen Internetauftritt veröffentlichen. Ebenso sind Informationen zur Vergütung der Geschäftsleitungsmitglieder transparent zu machen. Schließlich wird der Gesetzentwurf die Gremienkontrolle durch Vorgaben zur Qualifikation der Gremienmitglieder und ihrer regelmäßigen Fortbildung stärken. Auch wird die fachliche Weisungsfreiheit der Mitarbeitenden der Gremien-Geschäftsstellen gesetzlich geregelt. Einige der Vorgaben, die nun für alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verbindlich werden, sind bereits heute im ZDF-Staatsvertrag enthalten. Der Gesetzentwurf muss nun durch die Länderparlamente ratifiziert werden und soll Anfang 2024 in Kraft treten.

Das Filmfördergesetz (FFG) regelt grundsätzlich die Auswertungsabfolge für geförderte Filme. Abweichende Regelungen kann die Filmförderungsanstalt (FFA) in einer Richtlinie festlegen. Zu diesem Zwecke wurde am 2. Mai 2023 eine Branchenvereinbarung über die Änderung der Sperrfristen für FFG-geförderte deutsche Kinofilme in Berlin unterzeichnet und der FFA überreicht. Die Beteiligten des Branchendialogs verständigten sich auf eine Verkürzung und Flexibilisierung der Auswertungsfenster für geförderte deutsche Kinofilme. Die Filme sollen ca. vier Monate exklusiv in den Kinos zu sehen sein. Im Anschluss soll das einheitliche Auswertungsfenster für Bezahlangebote acht Monate betragen. Für das ZDF bedeutet das eine Verkürzung der relevanten Sperrfrist für Free-TV/Free-VoD um sechs Monate (von gesetzlich 18 auf 12 Monate).

| **Branchenvereinbarung zur Verkürzung von Kinosperrfristen**

1.2 Medienbranche

Der Ukrainekrieg und die hohe Inflation führen zu einer Konsumzurückhaltung und weltweit zu rückläufigen Werbemärkten. In Deutschland ist der Rückgang in den Werbemärkten größer als in anderen europäischen Ländern. Im ersten Quartal 2023 sanken die Bruttoumsätze im deutschen Werbemarkt laut Nielsen um -5,4%. Die TV-Werbeinnahmen gehen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum überproportional um -9,8 % zurück. Die RTL Group schätzt den Rückgang bei den Nettowerbeeinnahmen im TV-Werbemarkt in Deutschland im ersten Quartal 2023 sogar auf -17 % bis -18 % und damit etwa doppelt so hoch wie beispielsweise in Frankreich. Auch im zweiten Quartal 2023 wird noch keine Umkehr des negativen Trends erwartet. Die Hoffnungen ruhen darauf, dass im zweiten Halbjahr 2023 bisher zurückgehaltene Werbebudgets freigegeben werden.

| **Werbemärkte sind weltweit rückläufig, besonders im TV-Sektor und in Deutschland**

RTL und ProSiebenSat.1 spüren die Umsatzrückgänge auf dem für sie sehr renditestarken deutschen Werbemarkt deutlich. Die RTL Group meldet für das erste Quartal einen Umsatzrückgang von -9%. Der Rückgang bei RTL Deutschland, der in der Quartalsmeldung nicht separat ausgewiesen wird, dürfte vermutlich noch höher liegen. Beide Konzerne fahren mit ihren Streamingdiensten RTL+ und Joyn weiterhin Verluste ein. Zwar verzeichnet RTL+ einen Zuwachs bei den Abonnentenzahlen (zu Joyn liegen keine detaillierten Informationen vor), doch liegen die Streamingdienste von RTL und ProSiebenSat.1 weiter deutlich hinter den US-Streamingdiensten zurück. Beide Konzerne haben Sparprogramme angekündigt. Auch ist der Aktienkurs von ProSiebenSat.1 um rd. 20% auf ca. 8 € zurückgegangen.

Die Umsatzrückgänge auf dem Werbemarkt, die grundsätzlich steigenden Kosten aufgrund der Inflation sowie die steigenden Zinsen für Fremd- und Eigenkapital setzen die großen US-Medienkonzerne wie Disney, Paramount Global und Warner Bros. Discovery unter Druck. Zusätzlich hat sich die Entwicklung der Abonnentenzahlen der weltweit agierenden Streamingdienste verlangsamt. Disney+ verzeichnete im vergangenen Quartal sogar einen signifikanten Rückgang von 4 Mio. Abonnements. Die Investoren sind nicht mehr bereit, die weiterhin hohen Anlaufverluste zu akzeptieren. Die Gewinne aus dem klassischen TV-Geschäft gehen parallel hierzu aufgrund der Werbekrise zurück. Eine Quersubventionierung wird immer schwieriger. Während das alte Geschäftsmodell (lineares TV) zunehmend schwächelt, ist beim neuen Geschäftsmodell (Streaming) der Break-Even bei dem Gros der US-amerikanischen Medienkonzerne noch immer nicht erkennbar. Der kürzlich wieder zurückgeholte Disney-Chef Bob Iger kündigte angesichts „weltweiter wirtschaftlicher Herausforderungen“ einen Umbau des Konzerns an und achtet bei den Streamingdiensten stärker auf die Rentabilität. Einzelne Streamingdienste haben Preiserhöhungen angekündigt und Sparprogramme aufgesetzt. Die Öffnung der Streaming-Dienste wie Netflix und Disney+ für Werbung scheint allein nicht auszureichen, um die hohen Anlaufverluste zu kompensieren.

Im Verlagssektor verschärft sich die Zeitungs- und Zeitschriftenkrise aufgrund rückgängiger Werbeeinnahmen, immer weiter sinkenden Auflagen und steigenden Papier- und Verteilkosten weiter. Der Springer-Verlag hat vor diesem Hintergrund abermals Sparprogramme bei WELT und BILD angekündigt. Mit seiner „Digital Only“-Strategie hat der Springer-Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner Ende Februar 2023 das Ziel ausgegeben, das Konzernergebnis durch Umsatzsteigerungen und Kosteneinsparungen in den nächsten drei Jahren um rd. 100 Mio. € zu verbessern. Das Kürzungsprogramm betrifft dabei vor allem den Zeitungsbereich, der anders als der Rest des Konzerns zu wenig Rendite erzielt. Neben Stellenstreichungen in den Redaktionen ist vor allem ein Stellenabbau in der Produktion vorgesehen. Die WELT soll sukzessive in ein reines Digitalangebot überführt werden.

| **Werbekrise verursacht Umsatz und Gewinnrückgänge bei RTL und ProSiebenSat.1**



| **US-Medienkonzerne unter wirtschaftlichem Druck**



| **Verlage planen weitere Einsparungen und Stellenabbau**

axel springer _

Steigende Papier- und Verteilkosten waren auch ausschlaggebend dafür, dass die Ostthüringer Zeitung bei einem Teil ihrer Abonnenten die gedruckte Ausgabe zugunsten des E-Papers eingestellt hat. Laut dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) ist dies der erste Fall in Deutschland, bei dem ökonomische Gründe den Umstieg auf eine rein digitale Version einer Zeitung auslösten.



ZDF und BBC Studios, die Produktions- und Distributionstochter der BBC, verlängern ihre seit 2019 existierende Kooperation im Fiction- und Dokumentationsbereich und bauen diese aus. Ziel ist es, gemeinsam bildstarke Dokumentationen wie etwa „Mammals“ und „Asia“ umzusetzen. Zudem sieht das Abkommen jetzt auch für ZDFinfo ein Erstzugriffsrecht auf Lizenzprogramme sowie gemeinsame Koproduktionen vor. Auch im fiktionalen Bereich stehen hochwertige Koproduktionen wie „The Chelsea Detective“ an. Durch Lizenzvereinbarungen können in Großbritannien erfolgreiche Titel wie [„Make Me Famous“](#) in der ZDFmediathek angeboten werden.

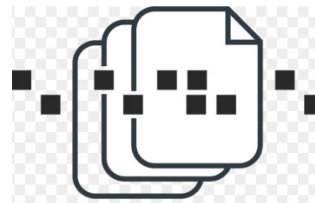
| ZDF verlängert
strategische
Partnerschaft mit
BBC-Studios



1.3 Medientechnologie

Programminhalte wie z. B. die Serie „Der Schwarm“ bestehen nicht nur aus einem Video- und Audiosignal, sondern auch aus einer Vielzahl von Begleitdaten (Metadaten), welche für die Planung, Produktion, Verarbeitung und Verbreitung benötigt werden. Beispiele hierfür sind u. a. technische Spezifikationen, die zur Bearbeitung oder Wiedergabe in den Endgeräten benötigt werden, Daten zu Programminhalten, den Darstellenden für die Programmveröffentlichung oder für die Empfehlungssysteme der ZDFmediathek sowie auch Daten zu den erworbenen Ausstrahlungsrechten, welche für die Distributionsplanung benötigt werden.

| Metadaten in der
kompletten
Produktionskette



Die Verarbeitung dieser Metadaten über die gesamte Produktionskette hinweg stellt eine große Herausforderung dar. Aufgrund steigender Produktions- und Distributionsvolumina, insbesondere im Online-Umfeld, hat das ZDF 2020 damit begonnen, eine Metadatenplattform mit angeschlossener Produktdatenbank aufzubauen und diese mit allen am Planungs-, Produktions- und Distributionsprozess beteiligten Applikationen zu vernetzen. Ziel ist es, die Datensätze in den unterschiedlichen Applikationen automatisiert einer Medienproduktion zuzuordnen und über den gesamten Lebenszyklus eines Medienproduktes aktuell zu halten. Hierfür werden übergreifend für alle Produktionsformate (z. B. Nachrichten, Magazine, Shows, Dokumentation, Fiction) eindeutige Zahlen/Buchstabenkombinationen (Identifizier) eingeführt und die erforderlichen Metadaten zentral vorgehalten. Diese Technologie bildet die Grundlage für die Umsetzung eines höheren Automatisierungsgrades mit Blick auf die Produktions- und Distributionsketten.

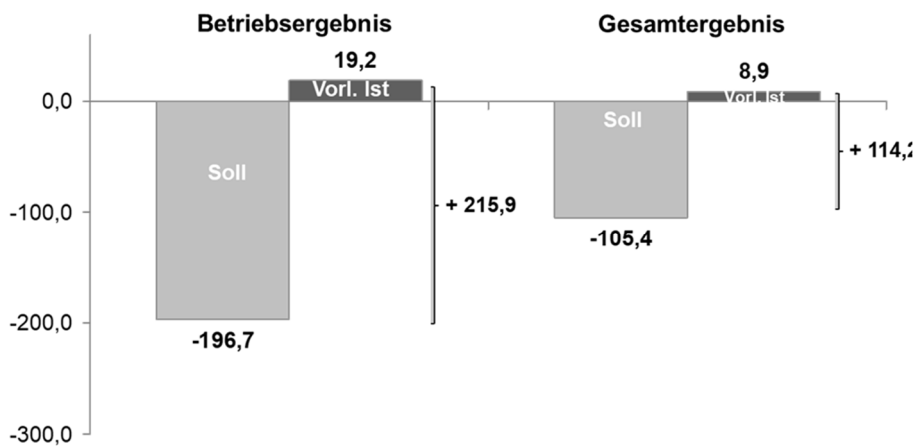
1.4 ZDF-Finanzsituation

Das vorläufige Jahresergebnis 2022 zeigt sich wie folgt:

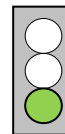
In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich ein Betriebsergebnis von +19,2 Mio. € (Soll: ./ . 196,7 Mio. €). Es ist damit um 215,9 Mio. € besser als das geplante Betriebsergebnis.

In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, ergibt sich ein Gesamtergebnis von 8,9 Mio. € (Soll: ./ . 105,4 Mio. €), das um 114,2 Mio. € besser als das Soll ist.

Das positive Gesamtergebnis wird der Rücklage Gesamtergebnis zugeführt. Zum 31.12.2022 beträgt die Gesamtergebnisrücklage 386,4 Mio. € und das Eigenkapital beträgt 148,0 Mio. €.



Haushaltsvollzug
2022



Übersicht
Haushaltsvollzug,
Soll 2022 und
vorläufiges Ist 2022
(in Mio. €)

Bei den Rundfunkbeiträgen zeigen sich Mehrerträge in Höhe von 63,3 Mio. €. Das Mehraufkommen ist im Wesentlichen auf die am Jahresanfang merklich höhere Zahl beitragspflichtiger Wohnungsinhaber als geplant zurückzuführen. Die bei der Planung unterstellten pandemiebedingten Ausfälle sind nicht eingetreten. Auch die hohe Inflation und die vom Kriegsgeschehen in der Ukraine beeinflusste wirtschaftliche Lage hat sich nicht negativ auf das Beitragsaufkommen ausgewirkt.

Bei Werbefernsehen und Sponsoring können insgesamt Mehrerträge von 11,1 Mio. € erzielt werden.

Bei den Personalaufwendungen (ohne Altersversorgung) zeigt sich eine Unterschreitung des Haushaltsplanwertes um 9,8 Mio. €, die insbesondere auf die langsamer als geplant verlaufende Umschichtung von freier Mitarbeit in Festanstellungen, die ins Folgejahr verschobene Tarifierhöhung sowie auf eine negative Kapazitätsentwicklung bei den Festangestellten (vermehrte Verrentungen, erschwerte Recruiting-Prozesse) zurückzuführen ist. Die gesamtergebnisneutralen Zuführungen zur Versorgungs-

und Beihilferückstellung liegen infolge einer geringeren Absenkung bzw. eines leichten Anstiegs des Rechnungszinses deutlich unter dem Soll.

Die Programmaufwendungen übersteigen nur geringfügig den Haushaltsplanwert. Es zeigen sich aber Budgetverschiebungen vom Sendeaufwand zur HR Digitale Medien in Höhe von 31,2 Mio. €, die zusätzlichen Onlineprojekten zum Ausbau und zur Stärkung der ZDFmediathek sowie der Verbesserung der Bildqualität dienen.

Bei den Geschäftsaufwendungen zeigen sich per Saldo Minderaufwendungen von rd. 17,4 Mio. €. Geringere Aufwendungen haben sich u. a. beim Marketing, bei den Ortskräften in den Auslandstudios und infolge zeitlicher Verschiebungen bei der Umsetzung von bau- und versorgungstechnischen Projekten, insbesondere Brandschutzmaßnahmen, sowie im IT-Bereich ergeben. Die höheren Marktpreise für Energie wirkten sich insbesondere aufgrund langfristiger Verträge bei der Strom- und Heizenergie noch nicht vollständig aus. Zudem wirkte die von der Bundesregierung beschlossene und im ZDF umgesetzte Maßnahme zur Energieeinsparung den Preissteigerungen entgegen.

Bei den Anderen Aufwendungen wird der Planwert um 17,1 Mio. € unterschritten, was sich vor allem bei den Abschreibungen auf Sachanlagen infolge der geringeren Sachinvestitionen und bei den Aufwendungen für den Beitragseinzug zeigt.

In der Finanzrechnung zeigt sich auf der Einnahmenseite beim Versorgungsstock eine um 12,6 Mio. € höhere Verminderung als geplant. Für die beiden geplanten Neubauten (Bürogebäude, Multifunktionshalle) am Standort Mainz ist im Jahr 2022 keine Kreditaufnahme erfolgt. Auf der Ausgabenseite liegen die Sachinvestitionen (inkl. Ausgabereise) um 7,4 Mio. € unter dem Soll. Die im Haushaltsplan veranschlagten Bauausgaben für die Neubauten in Mainz sind aufgrund von zeitlichen Verschiebungen in deutlich geringerer Höhe angefallen als geplant.

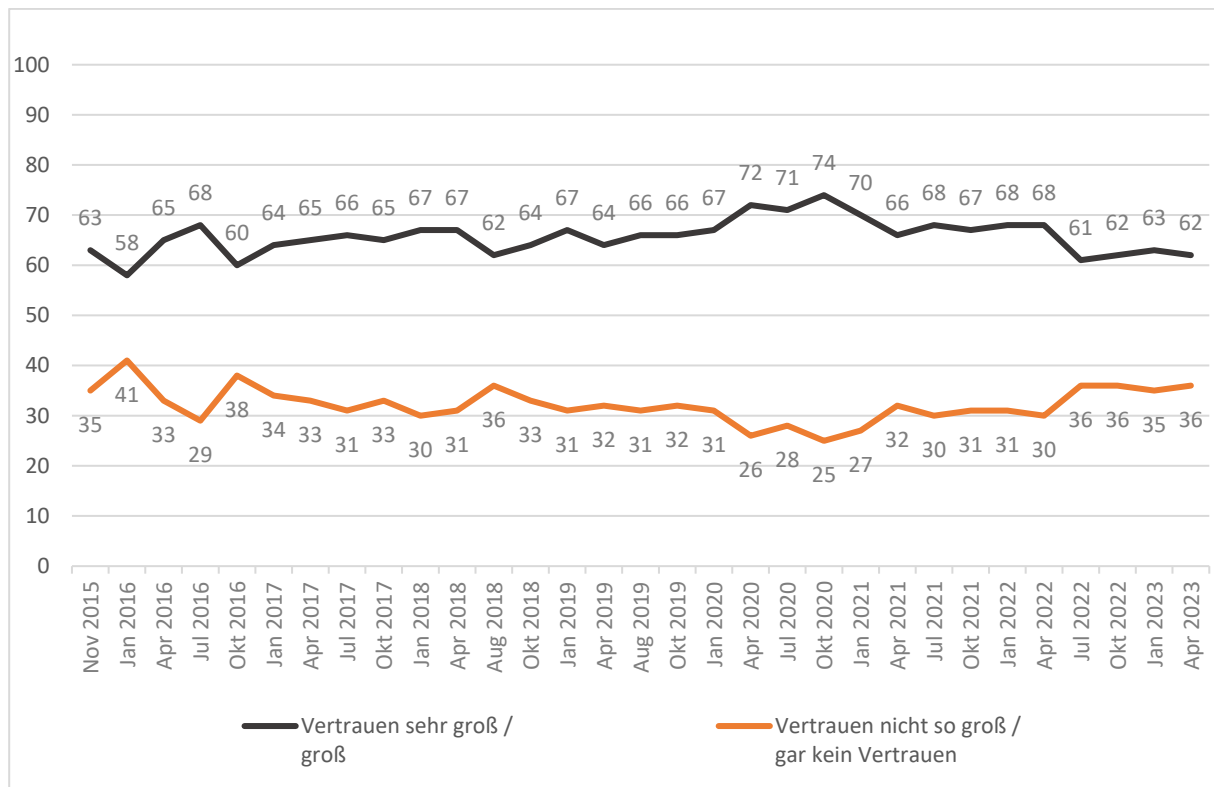
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Bei der aktuellen April 2023-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 62 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Der Wert ist seit Sommer 2022 fast unverändert.

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

■ Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF, Prozent



Frage: Wenn es um die Berichterstattung in öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern wie ARD und ZDF geht, ist dort Ihr Vertrauen, dass dort wahrheitsgemäß berichtet wird, sehr groß, groß, nicht so groß oder haben Sie gar kein Vertrauen?

November 2015 n = 1.262, Januar 2016 n = 1.380, April 2016 n = 1.380, Juli 2016 n = 1.271, Oktober 2016 n = 1.287, Januar 2017 n = 1.303, April 2017 n = 1.328, Juli 2017 n = 1.277, Oktober 2017 n = 1.325, Januar 2018 n = 1.332, April 2018 n = 1.285, August 2018 n = 1.294, Oktober 2018 n = 1.117, Januar 2019 n = 1.267, April 2019 n = 1.282, August 2019 n = 1.307, Oktober 2019 n = 1.226, Januar 2020 n=1.282, April 2020 n=1.323, Juli 2020 n=1.226, Oktober 2020 n= 1.297, Januar 2021 n=1.371, April 2021 n=1.292, Juli 2021 n = 1.224, Oktober 2021 n = 1.329, Januar 2022 n = 1.249, April 2022 n = 1.170, Juli 2022 n = 1.167, Oktober 2022 n = 1.389, Januar 2023 n = 1.259, April 2023 n = 1.266

FGW Politbarometer, CATI, Erwachsene ab 16 Jahre, in Prozent
Forschungsgruppe Wahlen (FGW) für ZDF

Der Blick auf weitere aktuelle Untersuchungen zum Thema zeigt das gleiche Bild. Bei nur leicht abweichender Fragestellung („Öffentlich-rechtliches Fernsehen: Wie vertrauenswürdig finden Sie diese Angebote?“) zeigt die mittlerweile [8. Welle der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen](#) ebenfalls einen Wert von 62 % der ab 18 Jahren bevölkerungsrepräsentativ Befragten, die mit „sehr vertrauenswürdig“ oder „eher vertrauenswürdig“ antworten. Hier wird das Lager der Skeptiker dominiert von denjenigen, die mit „Teils, teils“ antworten (25 %). Für „überhaupt nicht“ oder „eher nicht vertrauenswürdig“ halten 12 % der Befragten die Öffentlich-Rechtlichen. Die [Umfrage der Konrad-Adenauer-Stiftung „Welchen Nachrichten kann man noch trauen?“](#) kommt bezüglich der Glaubwürdigkeit politischer Nachrichten in den öffentlich-rechtlichen Medien aktuell auf einen Wert von 70 %.

| **Weitere Studien zur
Glaubwürdigkeit**



Februar 2023

Medienforschung

Kontakt:

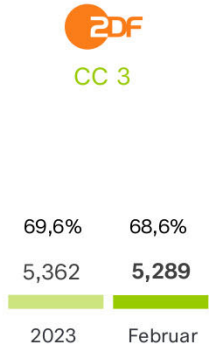
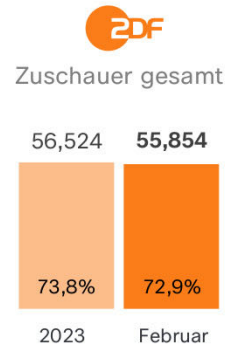
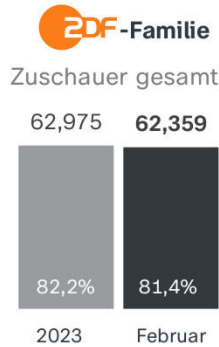
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

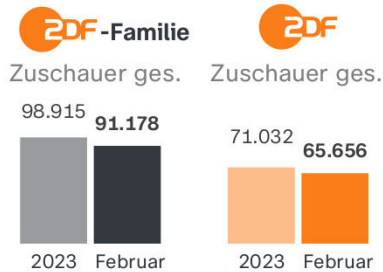
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolumen in Mio. Min.

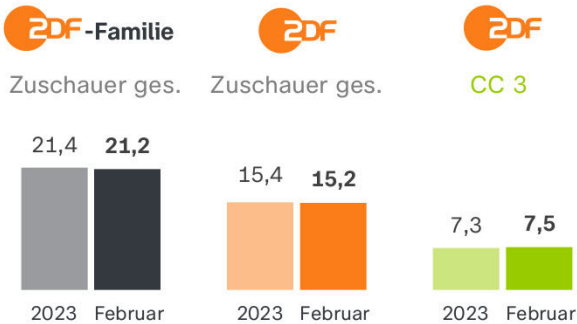


Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	65.656	2.366	3
ARD	54.411	2.411	2
RTL	33.641	3.154	1
SAT.1	20.001	1.686	6
VOX	19.466	1.989	5
Pro7	13.343	2.259	4

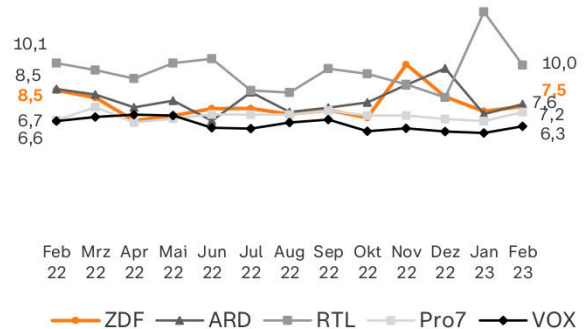


Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.			CC 3		
ZDF	15,2	(-0,3)	RTL	10,0	(-3,2)
ARD	12,6	(+0,4)	ARD	7,6	(+0,6)
RTL	7,8	(-1,7)	ZDF	7,5	(+0,3)
SAT.1	4,6	(+0,1)	Pro7	7,2	(+0,6)
VOX	4,5	(+0,2)	VOX	6,3	(+0,4)
Pro7	3,1	(+0,3)	SAT.1	5,3	(-0,1)
Kabel 1	3,0	(+0,1)	Kabel 1	4,7	(+0,5)
RTLup	2,5	(+0,1)	RTL ZWEI	3,9	(+0,3)
NDR FS	2,5	(-0,1)	NITRO	2,8	(-0,1)
WDR FS	2,4	(+0,1)	ZDFInfo	2,8	(+0,7)

Infobox

- Die ZDF-Familie liegt auf Platz 3 hinter der ARD- und RTL-Familie. Reichweite und Sehvolumen des ZDFs sind im Februar schwächer als im Januar, was u. a. an der geringeren Anzahl an Tagen liegt.
- Der MA in CC 3 legt gegenüber Januar zu, im Senderranking befindet sich das ZDF auf Platz 3 hinter RTL und ARD.
- CC 3: Die stärkste ZDF-Sendung im Februar ist das *DFB Pokalspiel Bochum-Dortmund*. Weiterhin in der Top 10 finden sich 4x die *heute-show*, das *heute journal* in der Halbzeitpause des Pokalspiels, *Aktenzeichen XY, Frühling*, *ZDF Magazin Royale* und *ZDFbesseresser*. In einer Hitliste aller TV-Sendungen führt die ARD mit einer Doppelspitze der *Tagesschau*, gefolgt von zwei Folgen des *Tatorts*.



März 2023

Medienforschung

Kontakt:

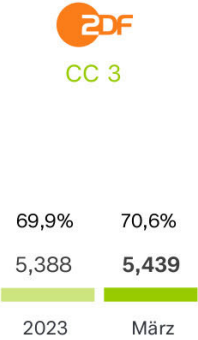
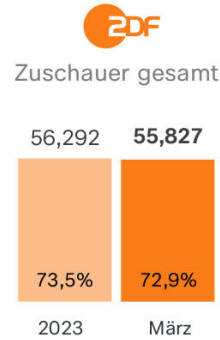
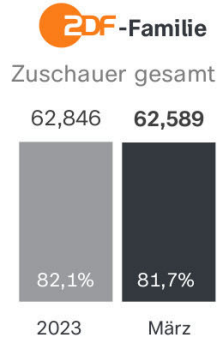
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

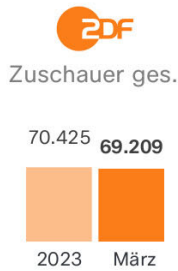
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolume in Mio. Min.

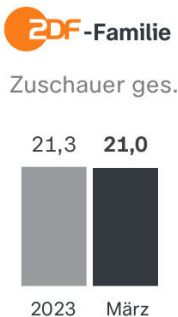


Vergleichssender

ZDF	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	65.656	2.541	2
ARD	54.013	2.331	5
RTL	37.935	3.531	1
SAT.1	20.552	2.002	6
VOX	22.584	2.407	4
Pro7	15.098	2.408	3

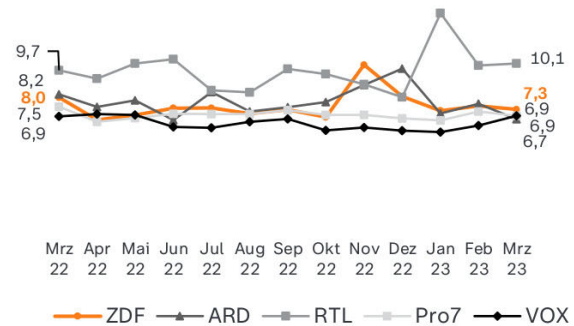


Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.		CC 3	
ZDF	15,1 (-0,1)	RTL	10,1 (+0,1)
ARD	11,8 (-0,8)	ZDF	7,3 (-0,2)
RTL	8,3 (+0,5)	Pro7	6,9 (-0,3)
VOX	4,9 (+0,4)	VOX	6,9 (+0,6)
SAT.1	4,5 (-0,1)	ARD	6,7 (-0,9)
Pro7	3,3 (+0,2)	SAT.1	5,7 (+0,4)
Kabel 1	3,2 (+0,2)	Kabel 1	5,1 (+0,4)
RTLup	2,7 (+0,2)	RTL ZWEI	4,2 (+0,3)
NDR FS	2,6 (+0,1)	NITRO	3,1 (+0,3)
RTL 2	2,5 (+0,1)	DMAX	2,5 (+0,2)

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4; Marktstandard TV

Infobox

- Das ZDF kann im Vergleich zum März 2022 seinen Marktanteil um 0,4 Prozentpunkte steigern.
- Der MA in CC 3 nimmt gegenüber Februar ab, auch im Vergleich zum März 2022 ist die CC 3 schwächer. Nach Sehvolume ist das ZDF im März allerdings in der CC 3 stärker als die ARD und liegt im Senderranking hinter RTL auf Platz 2.
- CC 3: Die stärkste ZDF-Sendung im März ist die *heute-show* vom 31.3. In der Top 10 findet sich insgesamt 5 mal die *heute-show*. Auf Platz 3 liegt das *Fußball-Länderspiel Deutschland-Peru*. Weiterhin in der Top 10 finden sich das *heute journal* in der Halbzeitpause des Länderspiels, die Ausstrahlung des ersten Teils von *Der Schwarm* am 6.3., *Aktenzeichen XY... Ungelöst* sowie *Cold Cases*.



April 2023

Medienforschung

Kontakt:

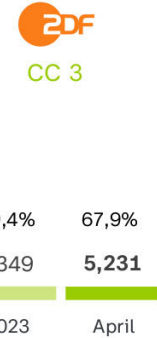
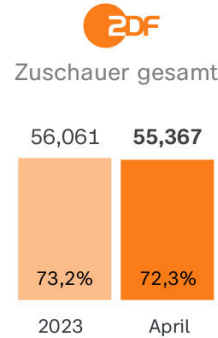
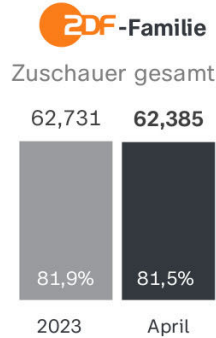
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolume in Mio. Min.

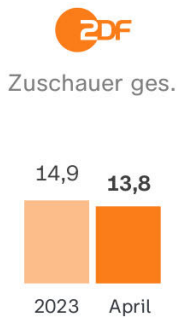
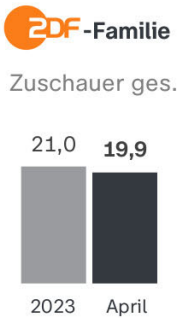


Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	59.499	2.043	5
ARD	49.274	2.059	4
RTL	33.686	3.074	1
SAT.1	20.835	1.896	6
VOX	21.696	2.548	2
Pro7	14.776	2.305	3

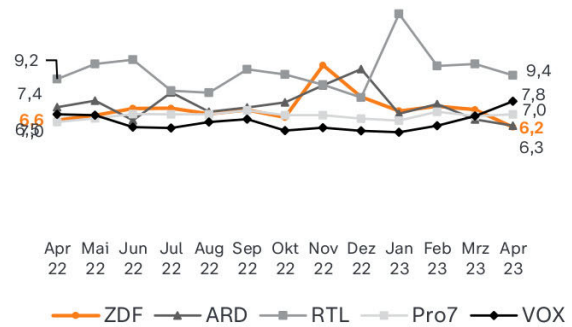


Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.		CC 3	
ZDF	13,8 (-1,3)	RTL	9,4 (-0,7)
ARD	11,4 (-0,4)	VOX	7,8 (+0,9)
RTL	7,8 (-0,5)	Pro7	7,0 (+0,1)
VOX	5,0 (+0,1)	ARD	6,3 (-0,4)
SAT.1	4,8 (+0,3)	ZDF	6,2 (-1,1)
Kabel 1	3,5 (+0,3)	SAT.1	5,8 (+0,1)
Pro7	3,4 (+0,1)	Kabel 1	5,6 (+0,5)
RTL 2	2,7 (+0,2)	RTL ZWEI	4,8 (+0,6)
RTLup	2,6 (-0,1)	Sky	3,0 (+0,7)
NDR FS	2,5 (-0,1)	NITRO	2,7 (-0,4)

Infobox

- Das ZDF erlebt einen etwas schwächeren April als 2022; saisonbedingt nehmen Sehvolume und NRW gegenüber März ab.
- Das Sehvolume der CC 3 nimmt gegenüber März bei fast allen Sendern ab; das ZDF rutscht im Sendervergleich auf Platz 5. Auch der MA fällt.
- CC 3: Die stärkste ZDF-Sendung im April ist *DFB-Pokalspiel Leipzig-Dortmund*; in der Hitliste aller Sender ist das Spiel auf Platz 6. In der Top 10 der ZDF-Hitliste ist weiterhin die *heute-show* mehrfach vertreten, außerdem das *heute journal*. *Das Traumschiff* und *Aktenzeichen XY* finden sich ebenso wie die Zusammenfassung des *DFB-Pokalspiels Nürnberg-Stuttgart*.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4; Marktstandard TV



Mai 2023

Medienforschung

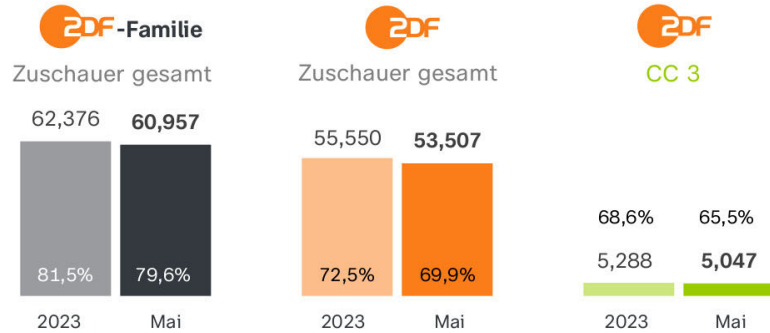
Kontakt:

Telefon: +49 6131 70-15483

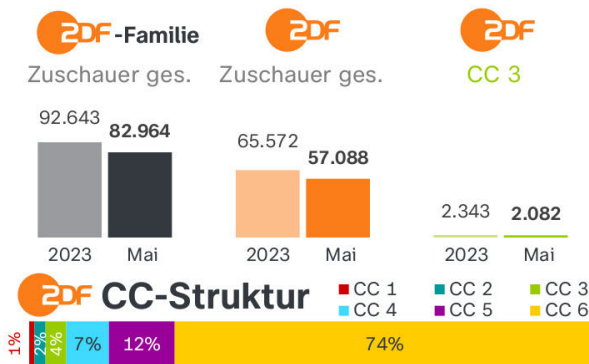
E-Mail:

Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolume in Mio. Min.

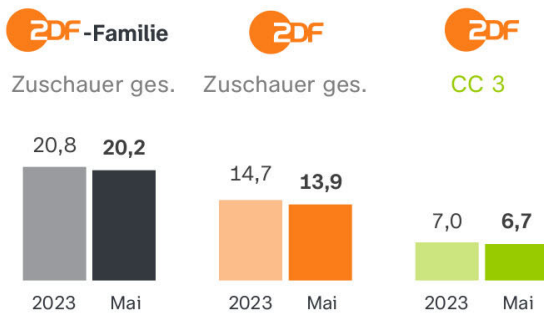


Vergleichssender

Sender	Zuschauer gesamt (Mio.)	CC 3 (Mio.)	Platz
ZDF	57.088	2.043	4
ARD	48.430	2.211	2
RTL	34.022	3.015	1
SAT.1	18.128	1.717	7
VOX	19.448	2.124	3
Pro7	12.511	2.026	5

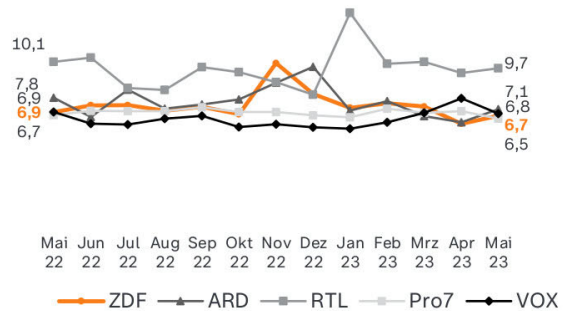
Platz 6: Kabel 1

Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.		CC 3	
ZDF	13,9 (+0,1)	RTL	9,7 (+0,3)
ARD	11,8 (+0,4)	ARD	7,1 (+0,8)
RTL	8,3 (+0,5)	VOX	6,8 (-1,0)
VOX	4,7 (-0,3)	ZDF	6,7 (+0,5)
SAT.1	4,4 (-0,4)	Pro7	6,5 (-0,5)
Kabel 1	3,5 (±0,0)	Kabel 1	5,7 (+0,1)
Pro7	3,0 (-0,4)	SAT.1	5,5 (-0,3)
ZDFneo	2,7 (+0,2)	RTL ZWEI	4,4 (-0,4)
RTLup	2,7 (+0,1)	NITRO	2,9 (+0,2)
RTL ZWEI	2,6 (-0,1)	Sky ges.	2,7 (-0,3)

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP VIDEOSCOPE 1.4; Marktstandard TV

Infobox

- Das ZDF belegt in CC 3 im Mai den vierten Platz – mit Verlusten gegenüber Mai 2022, aber Gewinnen gegenüber April 2023.
- Bei allen Zuschauer*innen erzielt das ZDF mit 13,9% den stärksten Mai-Marktanteil seit 1995 (14,1% MA).
- Reichweite und Sehvolume des Hauptprogramms liegen im Mai u.a. saisonbedingt unter dem Jahresschnitt.
- CC 3: Die stärkste ZDF-Sendung im Mai ist die *heute-show* am 05.05.2023 (0,43 Mio. / 21,2% MA). In der Hitliste aller Sender liegt sie auf Platz 9 vor *Aktenzeichen XY... Ungelöst* am 10.05.2023 (0,42 Mio. / 19,6% MA). Platz 1 belegt der ESC in der ARD (0,87 Mio. / 44,1% MA).

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Mit dem Highlight-Programm „Der Schwarm“ hat das ZDF im Frühjahr 2023 einen über alle Auspielwege ausstrahlenden Erfolg erzielen können. In der Kommunikation und im Marketing ist es gelungen, die Serie auch als Streaming-Event einem breiten Publikum bekannt zu machen. Ein Konzept, das zukunftsweisend ist, um das ZDF als relevanten Streaming-Anbieter bei jüngeren Zuschauergruppen zu verankern. Denn der Trend der nachlassenden linearen Nutzung im jüngeren Segment ist ungebrochen.



Eine weitere Auffälligkeit im Frühjahr 2023 war der Schwerpunkt zu „60 Jahren ZDF“, u. a. mit einem Diskussionsbeitrag zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks („moma vor Ort“), eine Dokumentation zur „Geschichte der Comedy“, einer „Show der Shows“ sowie einem umfangreich genutzten Angebot an Retro-Formaten und einem vielbeachteten Rückblick auf die deutsche Fernsehgeschichte in der ZDFmediathek ([„Zeitreise – Bilder aus 60 Jahren“](#)). Hierzu wurden 60 Videos à 20 Minuten produziert und von 1963 an chronologisch gebündelt. Die wichtigsten Ereignisse des jeweiligen Nachrichtenjahres, wie „Watergate“, „Prager Frühling“ oder „Deutscher Herbst“ wurden zusammengefasst und teilweise neu kommentiert. Sichtbar wird so beispielsweise, wann Putin und Trump das erste Mal in Erscheinung traten, und wann der Klimawandel zum ersten Mal thematisiert wurde. Das Angebot ist ein audiovisueller Archiv-Schatz, nicht nur für den Geschichtsunterricht in der Schule. Bisher konnten mit diesem Angebot über 1,5 Mio. Sichtungen in der ZDFmediathek erzielt werden.



Nachrichtlich war das Frühjahr geprägt vom Wahlkampf und der Präsidentschafts- und Parlamentswahl in der Türkei, dem andauernden Krieg in der Ukraine, den innenpolitischen Debatten um die Energiepolitik sowie dem Flüchtlingsgipfel von Bund und Ländern. Die anhaltend dichte Nachrichtenlage und das Bedürfnis des Publikums, sich aktuell zu informieren, spiegelt sich in den weiter hohen Zuschauerzahlen der Nachrichten- und Informationssendungen wider. Dies gilt auch für die „ZDFheute live“-Sendungen, die durch die Verbreitung über ZDFheute und YouTube im Gegensatz zur Verlängerung von linearen Sendestrecken dafür konzipiert sind, das Informationsbedürfnis TV-ferner Nutzer zu stillen. Hier investiert das ZDF gezielt in zukunftsweisende Formen der Nachrichtenvermittlung.



Ein „ZDFspezial“ widmete das ZDF am 19. April der Gedenkfeier anlässlich des Jahrestages zum Aufstand im Warschauer Ghetto. Im Juni übertrug das ZDF eine Gedenkstunde aus dem Bundestag zum 70. Jahrestag des Aufstandes in der DDR. Die Bürgerschaftswahl in Bremen begleitete das ZDF zusätzlich mit der Dokumentation „Bremen – zwischen Hafen, Hartz und Hanse“.



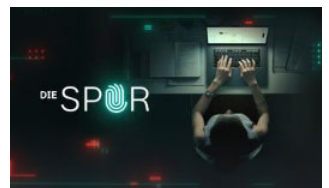
Die neue ‚Herzokino‘-Reihe „Dr. Nice“, die eine vielversprechende Weiterentwicklung dieser Programmfarbe darstellt, startete erfolgreich auf dem Sonntagsplatz, der seit Februar zum ersten Mal wieder die 5-Mio.-Marke bei den Sehbeteiligungen übersprang. Ein weiteres Highlight in dieser Programmfarbe war der warmherzig und modern erzählte Zweiteiler „Herzstolpern“ über die Romanze eines jungen Paares mit Trisomie 21, der durch eine Ausgabe aus der Reihe „einfach Mensch“ ergänzt wurde, die die beiden jungen Schauspieler porträtierte.



Die royalen Ereignisse im Berichtszeitraum, der Staatsbesuch von König Charles in Deutschland sowie die Krönungsfeierlichkeiten, wurden in enger Abstimmung mit der ARD im Programm platziert, um Doppelübertragungen zu vermeiden.

Ab Juni wurde der Mittwochvorabend neu gestaltet: Eine non-fiktionale Teststrecke dient zur Erprobung von Programmalternativen. Ausgewählt wurden die dokumentarischen Formate „besser/esser“, „Terra X: Serengeti“ sowie „Duell der Gartenprofis“.

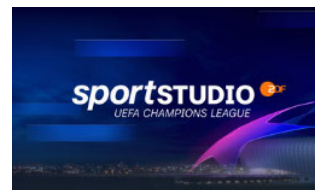
Seit Mitte April ergänzt das neu ausgerichtete Wissenschaftsformat „Terra Xplore“ die „Terra X“-Welt und rückt inhaltlich den Menschen und sein Inneres als Forschungsobjekt in den Mittelpunkt, also vor allem biologische und psychologische Fragen. Das neue Doku-Format „Die Spur“, Nachfolger von „ZDFzoom“, ist das erste deutsche Doku-Format, das sich der forensischen Aufarbeitung von gesellschaftspolitischen Themen und Ereignissen widmet. Bei beiden Formaten liegt der Fokus darauf, neue, ZDF-ferne Zuschauerschaften über neue Präsentationsformen mit öffentlich-rechtlichen Inhalten zu erreichen.



Mit der Doku-Serie „Geständnisse eines Neonazis“ hat „Die Spur“ erstmals im ZDF investigativen Journalismus mit virtueller Animation verbunden. Über einen Zeitraum von zwei Jahren hat der Autor des Films Interviews mit einem Neonazi-Aussteiger geführt. Seine Berichte über die militante rechte Szene geben tiefe Einblicke in rechtsextreme Strukturen, Waffenhandel, das Aufstellen von Feindeslisten und Umsturzpläne in Deutschland. Alle Aussagen der Quelle wurden von einem Rechercheteam akribisch auf Belegbarkeit geprüft. Im Film ordnen Behördenvertreter und Kenner der Szene die Aussagen ein. Um den Aussteiger zu schützen, wurden er und seine Erzählung virtuell animiert. Dabei kam eine Technik zum Einsatz, die aus Hollywood-Filmen und High-End-Computerspielen bekannt ist. Der animierte Insider kann so in einem nachgestellten Interviewsetting befragt werden und virtuell an die nachempfundenen Orte seiner Erlebnisse führen.



Der ZDF-Sport bot ein breites Panorama von hochkarätigen live-Events, etwa mit den Champions League-Finalen (Frauen und Männer) sowie dem DFB-Pokalfinale in Berlin. Das 1000. DFB-Länderspiel, das als Benefiz-Begegnung gegen die Ukraine angesetzt war, wurde ebenfalls im ZDF übertragen. Im Juni finden zudem die Special Olympics World Games in Berlin und damit erstmals in Deutschland statt. „sportstudio live“ berichtet an fünf Wettbewerbstagen von der weltweit größten inklusiven Sportveranstaltung.



Seit Frühjahr haben Nutzer in der ZDFmediathek auch Zugriff auf KiKA-Produktionen, die im Juni durch die hochwertig in 2D/3D-Technik produzierte Animationsserie „Rätsel der Runen“ ergänzt wurden. Serien, Wissensformate und weitere Programm-Angebote von KiKA sind auf allen ZDF-Plattformen verfügbar – von den Webseiten, über die Apps bis hin zu den Smart-TV-Angeboten.



Bei funk starteten mehrere neue Formate auf YouTube bzw. TikTok („Chris Müller“, „Ist Social Media peinlich?“, „Einfach Fußball“ und die Mystery-Serie „Feelings“). Das erfolgreiche Format „MrWissen2go“ wurde um einen Instagram-Kanal erweitert, während der YouTube-Kanal „MrWissen2go Geschichte“ an das ZDF übergeben wurde. Dieser Austausch zwischen funk und den ZDF-Redaktionen ist ein wichtiger Baustein, einerseits, um das Multiplattformdenken im ZDF zu verankern, und andererseits, um TV-ferne Zuschauerschaften an zentrale ZDF-Marken heranzuführen.



Dies ist nicht zuletzt deshalb so wichtig, weil die Nutzungszahlen des linearen Fernsehens weiterhin – insbesondere in den jüngeren Zielgruppen – sinken und die großen Player im TV-Markt um die kleiner werdenden Publika im Wettbewerb stehen.

So startete die ARD mit „Comedy rettet die Welt!“ ein neues Comedy-Angebot gegen den etablierten und fest verankerten ZDF-Comedy-Freitag. In den ARD-Episoden wurden bei der Auswahl der Comedians auch Abdelkarim und Olaf Schubert eingesetzt, die regelmäßig ihren Platz in der „heute-show“ finden. Die ZDF-Formate sind allerdings inhaltlich deutlich jünger und dynamischer ausgerichtet, so dass das ZDF dieser Offensive aufmerksam, aber gelassen entgegensetzen kann.

Die neue zweiteilige RTL-Primetimeshow „Die große Geo-Show – In 55 Fragen um die Welt“, die vom ehemaligen „Terra X“-Moderator Dirk Steffens am 20. und 27. Mai 2023 bei RTL präsentiert wurde, zeigte konzeptionell deutliche Schnittmengen zur großen „Terra X-Show“ im ZDF und offenbarte eine Angleichung des kommerziellen Mitbewerbers an ein öffentlich-rechtliches Profil von Unterhaltung, wie es der Dritte Medienänderungsstaatsvertrag ARD und ZDF zuweist.

2.3 Auszeichnungen/ Preise

■ Grimme-Preis 2023

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Die Wannseekonferenz“

Fiktion

HR Fernsehfilm

Frank Zervos, Stefanie von Heydwofff

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Neuland“

Fiktion

HR Fernsehfilm

Axel Laustroer, Kristl Philippi

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Schlaf“

Preis der Studentenjury

Das kleine Fernsehspiel

Christian Cloos

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„Safe“

Fiktion

ZDFneo

Berit Teschner

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„ZDF Magazin Royale“

Unterhaltung

HR Show

Karolina Salamon, Constantin Thelen

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Unrecht und Widerstand – Romani Rose und die Bürgerrechtsbewegung“

Kategorie Information & Kultur

3sat

Udo Bremer

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Im Feuer“

Kategorie Fiktion

Das kleine Fernsehspiel, ARTE

Claudia Tronnier, Olaf Grunert

■ Deutscher Filmpreis 2023

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Das Lehrerzimmer“

Bester Spielfilm: Lola in Gold; Beste weibliche Hauptrolle (Leonie Benesch); Beste Regie (Ilker Çatak); Bestes Drehbuch (Johannes Duncker, Ilker Çatak); Bester Schnitt (Gesa Jäger)

HR Fernsehfilm, ARTE

Alexandra Staib, Olaf Grunert, Barbara Häbe

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Holy Spider“

Bester Spielfilm: Lola in Bronze

ZDF/ARTE

Holger Stern

■ New York Festivals 2023

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurinnen:

„Liberame – Nach dem Sturm“

Goldmedaille

HR Fernsehfilm

Elke Müller, Jasmin Maeda

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Terra X: Unsere Kontinente“

Bronzemedaille

HR Geschichte und Wissenschaft

Katharina Kohl, Friederike Haedecke, Johannes Geiger

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„auslandsjournal – Die Rivalen – China versus USA“

Bronzemedaille

HR Politik und Zeitgeschichte

Matthias Papat, Alexander Glodzinski

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Naked“

Grand Gold Medal

ARTE

Marita Hübinger

■ Universe Multicultural Film Festival 2023

Sendung / Beitrag:

„Das Märchen vom Frosch und der goldenen Kugel“

Kategorie:

Grand Jury Prize Best Feature

Zuständige Redaktion:

HR Kinder und Jugend

Verantwortlicher Redakteur:

Jörg von den Steinen

■ Diagonale 2023

Sendung / Beitrag:

„Corsage“

Kategorien:

Beste Bildgestaltung Spielfilm (Judith Kaufmann)

Bestes Szenenbild (Martin Reiter)

Herausragende Produktionsleistungen
(Alexander Glehr, Johanna Scherz; Thomas
Pluch-Drehbuchpreis)

Zuständige Redaktion:

ARTE

Verantwortliche Redakteure:

Alexander Bohr, Simon Ofenloch



Dr. Norbert Himmler

Intendant