



## **Tätigkeitsbericht**

**zur 14. Sitzung in der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates  
am 29. September 2023 in Mainz**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Integrationsfunktion des Sports wird gesellschaftlich spürbar wichtiger. Gleichzeitig bildet sich dort derzeit eine noch nicht dagewesene Vielfalt aus, die das ZDF als den nationalen öffentlich-rechtlichen Anbieter auf den Plan ruft.

Früher waren die ungeraden Jahre diejenigen, in denen man auf die Olympischen Spiele oder die großen Fußballturniere wartete. Insbesondere in diesem Sommer folgte ein Highlight dem anderen: Das ZDF hatte seine Übertragungen von der Fußball-WM der Frauen im Juli und August mit einem spannenden Finale und einem skandalösen Kuss noch gar nicht abgeschlossen, da ging es in Budapest schon um die ersten Medaillen bei der Leichtathletik-WM. Dass das deutsche Team davon erstmalig keine erringen konnte, änderte nichts an einem millionenfachen Publikumsinteresse, das sich auch beim Fußball trotz ungünstiger Übertragungszeiten und dem frühen Ausscheiden der deutschen Mannschaft zeigte.

Im September zogen erstmals die Invictus Games die ihnen gebührende Aufmerksamkeit auf sich, die internationalen Sportwettbewerbe für verwundete, verletzte und kranke Soldaten. Das „aktuelle sport-studio“ hatte anlässlich der in Düsseldorf eröffneten Wettkämpfe den Gründer der Invictus Games zu Gast, Prinz Harry, den Duke of Sussex, sowie Bundesverteidigungsminister Boris Pistorius. Vor allem aber wurde die Relevanz der Spiele durch zwei ihrer Teilnehmer deutlich, Angelo Anderson und Jens Niemeyer. Der eine erlitt in Afghanistan Schussverletzungen an Arm und Oberschenkel, der andere eine posttraumatische Belastungsstörung. Beide sorgten mit ihren emotionalen Beiträgen dafür, den Stellenwert der Veranstaltung angemessen einschätzen zu können.

Am Folgetag konnte das ZDF-Publikum dann Zeuge einer Sensation sein: Die deutsche Basketball-Nationalmannschaft wurde am 10.09.2023 in Manila Weltmeister, der mit Abstand größte Erfolg der Mannschaft. Für die Nachwuchsarbeit der Sportvereine ist ein solches Live-Ereignis am ehesten vergleichbar mit der Bedeutung der Wimbledon-Siege von Boris Becker und Steffi Graf in den 1980er Jahren im Tennis. Es dürfte spannend sein, die Entwicklung der Anmeldezahlen in den kommenden Monaten zu verfolgen.

Für uns heißt das, das es anspruchsvoller wird, dem Sport auch in Zukunft in seiner ganzen Breite gerecht zu werden, in allen Disziplinen auch in der Berichterstattung „auf Ballhöhe“ zu bleiben. Dass wir den Fußball der Frauen nun auch in der Bundesliga und der Nations League begleiten können (s. S.16f.), hat sicher auch mit dem frühen Erkennen relevanter Entwicklungen zu tun, die andere noch sehr lange in einer Nische wähen. Und einer sportjournalistischen Kompetenz weit über Live-Übertragungen hinaus.

■ **Inhalt**

<b>1.</b>	<b>Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld</b>	<b>3</b>
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	4
1.3	ZDF-Finanzsituation	6
1.4	ZDF-Programmvermögen	7
<b>2.</b>	<b>Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme</b>	<b>9</b>
2.1	Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	9
2.2	ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	14
2.3	Auszeichnungen/ Preise	17

■ **Berichtszeitraum: 01.07.2023 – 29.09.2023**

## 1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

### 1.1 Medienpolitik

Seit geraumer Zeit wird zwischen Presseverlagen und dem SWR eine juristische Auseinandersetzung bezüglich des ARD-Online-Angebots „Newszone“, welches Nachrichten für eine junge Zielgruppe bereitstellen soll, geführt.

Zwar sind die Gerichtsverfahren insgesamt noch nicht abgeschlossen, gleichwohl hat das OLG Stuttgart in einer rechtskräftigen Entscheidung wichtige Grundsatzfragen geklärt, die über den Einzelfall hinaus Bedeutung haben.

So hat das Gericht zum einen festgestellt, dass bei Streitigkeiten über einen Verstoß gegen das sog. Verbot der Presseähnlichkeit (§ 30 Abs. 7 MStV) vor einem gerichtlichen Klageverfahren zwingend ein Schlichtungsverfahren durchzuführen ist. Der Gesetzgeber hatte mit dem 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine entsprechende Schiedsstelle von BDZV und ARD/ZDF geschaffen, die für Streitigkeiten bezüglich der Frage der Presseähnlichkeit von öffentlich-rechtlichen Telemedienangeboten zuständig ist.

Weiterhin hat das Gericht entschieden, dass die Frage, ob ein Online-Angebot einen Drei-Stufen-Test durchlaufen muss, der zivilrichterlichen Kontrolle entzogen ist, da es sich um eine sog. Marktzutrittsregel handele, die allein von öffentlich-rechtlichen Normen bestimmt sei.

Das österreichische Parlament hat im Juli die umfassende Novellierung des ORF-Gesetzes verabschiedet, die zum Januar 2024 in Kraft tritt. Kernpunkt ist die Einführung einer Haushaltsabgabe als wesentliche Finanzierungsquelle für den öffentlich-rechtlichen Sender. 2022 hatte der Verfassungsgerichtshof die bisherige, an klassische Empfangsgeräte gebundene Rundfunkgebühr für mit dem Verfassungsgrundsatz der Gleichbehandlung unvereinbar befunden und eine Neuregelung verlangt. Österreich folgt nun dem bereits in Deutschland und der Schweiz etablierten Modell. Der neue ORF-Beitrag ist bis 2026 auf monatlich 15,30 € festgesetzt, womit zwar die Einzelbelastung sinkt, gleichzeitig aber die Gesamtzahl der Zahlungspflichtigen steigt. Als von der Regierung verlangte Vorbedingung für die Sicherung der Rundfunkfinanzierung hatte Intendant Weißmann im Februar Einsparungen von 300 Mio. € über vier Jahre versprochen.

Die Gesetzesnovelle enthält zudem zahlreiche Neuregelungen zu den Online-Aktivitäten des ORF: Verbreitungsmöglichkeiten über digitale Ausspielwege werden flexibilisiert und ein neues Angebot für Kinder beauftragt. Dem stehen enge Grenzen bei Textbeiträgen sowie Einschränkungen bei Werbemöglichkeiten gegenüber. Den

| Urteil des OLG  
Stuttgart zu dem  
Angebot  
„Newszone“ des SWR



| Einführung einer  
Haushaltsabgabe



in den vergangenen Jahren eng in die Verhandlungen des Gesetzes eingebundenen Verleger- und Privatfunkverbänden gehen die Begrenzungen der Marktmacht des ORF nicht weit genug, weswegen sie bei der EU-Kommission wettbewerbsrechtliche Beschwerden eingelegt haben.

## 1.2 Medienbranche

Vor dem Hintergrund der Rezession ist der Werbemarkt in Deutschland massiv eingebrochen. Laut Nielsen-Media sind die Bruttowerbeumsätze (vor Abzug von Skonto und Boni) im ersten Halbjahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um -4,2 % auf 14,7 Mrd. € gesunken. Überproportional von dem Rückgang betroffen ist der TV-Werbemarkt. Die Umsätze im Werbefernsehen sind um -9,1 % auf 6,9 Mrd. € zurückgegangen – dennoch macht TV-Werbung mit 46,9 % weiterhin den größten Teil des Brutto-Gesamtwerbemarktes aus.

| **TV-Sektor überproportional von rückläufigem Werbemarkt betroffen**

Neben konjunkturellen Einflüssen ist ein wachsender Abfluss von TV-Werbudgets aus dem linearen Fernsehen in den Streaming-Sektor anzunehmen, und somit eine Verschiebung von Werbegeldern zugunsten der US-Streaming-Dienste. Zurückzuführen ist dies auf die Einführung werbegestützter Abo-Modelle der US-Streamer. Netflix und Amazon mit Freevee haben bereits werbefinanzierte Angebote auf dem deutschen Markt gelauncht, Disney wird zum November 2023 folgen.

Die jüngsten Quartalszahlen von ProSiebenSat.1 und der RTL-Group weisen stark rückläufige Werbeeinnahmen auf. Insbesondere die Erlöse aus der TV-Werbung gehen drastisch zurück und sorgen für einen deutlichen Rückgang bei Umsatz und Gewinn insgesamt.

| **Sinkende Werbeumsätze auch bei ProSiebenSat.1 und der RTL-Group**

Bei RTL Deutschland ist der operative Gewinn (EBITA) im ersten Halbjahr um über 90 % auf 16 Mio. € eingebrochen. Neben dem Rückgang der Werbeeinnahmen ist dies auch in der Umstrukturierung des margenschwachen Verlagsgeschäfts und den Anlaufverlusten im Streaming-Geschäft begründet. Als Folge hat der Konzern seine Jahresprognose gesenkt.



RTL hat nun, wie bereits vor längerer Zeit angekündigt, Bewegtbild- und Audioinhalte in der „Multimedia-App“ RTL+ gebündelt. Die Webversion von RTL+ enthält darüber hinaus auch Content einzelner Gruner + Jahr-Magazine. Erforderlich ist dafür ein „RTL+ Max“-Abonnement (RTL+ Max) zum monatlichen Preis von 12,99 €.



Der rückläufige Werbemarkt hat auch bei ProSiebenSat.1 zu spürbaren Verlusten geführt. Allerdings geht das seit 2018 nur noch im MDAX gelistete Unternehmen von einer Belebung des Werbemarktes im zweiten Halbjahr 2023 aus und behält daher anders als RTL seine Jahresprognose bei. Vor dem Hintergrund



schwacher Quartalszahlen und einer „Neuaufstellung der Organisation“ hat Konzernchef Bert Habets einen Abbau von 400 Vollzeitstellen angekündigt. Die tschechische PPG-Group hat bekanntgegeben, dass sie ihren Anteil an ProSiebenSat.1 auf 15 bis 20 % ausgebaut habe. PPF ist der zweitgrößte Anteilseigner an ProSiebenSat.1 nach dem Berlusconi-Konzern Media-for-Europe, der rund 28 % der Unternehmensanteile hält.

War noch bis vor Kurzem das Abonnementwachstum der entscheidende Faktor, so steht bei den US-Streamern nun die Profitabilität im Fokus. Entlassungen, Kostensenkungen sowie die Öffnung der Streamingdienste für den Werbemarkt sind die Folge.

Zwar erzielte Disney im ersten Halbjahr 2023 gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein Umsatzplus von 8,3 % (44 Mrd. \$), der Gewinn ging jedoch spürbar um -38,2 % auf knapp 2 Mrd. \$ zurück. Drastische Rückgänge verzeichnete insbesondere der Bereich klassisches lineares Fernsehen. Für die Zukunft setzt der stark diversifizierte Konzern auf den Bereich Streaming, wobei die Anlaufverluste bei Disney+ weiterhin sehr hoch sind. Sukzessive Preiserhöhungen sowie die Einführung werbefinanzierter Abonnement-Modelle in Europa sollen die Umsätze in der Streaming-Sparte weiter steigern. Zudem hat der Konzern angekündigt, gegen das Account-Sharing vorgehen zu wollen, also das gleichzeitige Nutzen eines Zugangs in verschiedenen Haushalten.

Netflix hat für das zweite Quartal 2023 stabile Geschäftszahlen vorgelegt. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verzeichnete der Streamingdienst bei den Abbonnentenzahlen im ersten Halbjahr 2023 ein Plus von 8 % und zählt nun über 238 Mio. Kundinnen und Kunden. Einerseits hat sich das Vorgehen gegen Account-Sharing positiv ausgewirkt, andererseits hat wohl auch die Einführung werbegestützter Angebote zu dem Zulauf geführt. Aufgrund des Streiks der Gewerke Drehbuch und Schauspiel in Hollywood und dem damit verbundenen Rückgang an Programmproduktionen verfügt Netflix zumindest kurzfristig über höhere liquide Mittel als erwartet, die jedoch nach einem Streikende und der Wiederaufnahme von Content-Produktionen erneut schrumpfen dürften.

Die Drehbuchautorinnen und -autoren sind am 02.05.2023 in den Streik getreten. Im Juli schlossen sich die Schauspielerinnen und Schauspieler an. Sie streiken für bessere Arbeitsbedingungen und um die Rahmenbedingungen für den Einsatz von künstlicher Intelligenz. Man fürchtet zum einen, dass das digitale Abbild einer Person von KI unbegrenzt ohne weiteres Entgelten benutzt, verändert und wiederverwertet werden könnte, und zum anderen, dass Stoffe von KI umgeschrieben oder entwickelt werden. Ein Ende des Streiks ist bislang nicht absehbar. Der Streik hat bislang nicht nur Auswirkungen auf die Film- und TV-Industrie in den USA,

| **US-amerikanische  
Konzerne  
verzeichnen Umsatz-  
Zuwächse im  
Streaming-Sektor bei  
gleichzeitig hohen  
Anlaufverlusten**



**NETFLIX**

| **Streik von Kreativen  
in Hollywood**

sondern auch auf Unternehmen, die für die Branche arbeiten, wie bspw. Kostümbildnerinnen und -bildner oder die Gastronomie.

Sky wird kein Geld mehr in selbst produzierte fiktionale Inhalte in Deutschland investieren. Begründet wird diese Entscheidung mit Veränderungen in der Entertainmentbranche und im Verhalten der Nutzenden. Die Sky-Gruppe und damit auch Sky Deutschland gehören seit 2018 zum amerikanischen Comcast-Konzern, der u. a. auch die Streamingdienste Hulu und Peacock betreibt.

Die Entscheidung für den Stopp von Eigenproduktionen, der auch sich bereits in Planung befindende Projekte betrifft, kam für die deutsche Kreativbranche überraschend. So war beispielsweise die Umsetzung der von Sky in Auftrag gegebenen Serie „KraNK“ über den Alltag in einer Notaufnahme in Berlin-Neukölln der Real-Film-Berlin-GmbH und Violet-Pictures-UG wenige Wochen vor Drehstart noch ungewiss, bis ZDFneo die exklusiven Rechte sicherte. Die Realisierung wird durch eine gemeinsame Finanzierung von Sky-Studios und ZDFneo möglich und sichert die Weiterbeschäftigung von 200 Personen.

| Sky stoppt die  
Produktion  
fiktionaler Inhalte in  
Deutschland




### 1.3 ZDF-Finanzsituation

Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.06.2023 werden folgende Ergebnisse prognostiziert:

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich ein Betriebsergebnis von +42,0 Mio. € (Soll: ./ 1,3 Mio. €).

In der Finanzrechnung, in die das Betriebsergebnis integriert ist, ergibt sich ein Gesamtergebnis von ./ 10,6 Mio. € (Soll: + 10,0 Mio. €), das um 20,6 Mio. € schlechter als das Soll ist. Das negative Gesamtergebnis wird der Rücklage Gesamtergebnis entnommen. Die Rücklage Gesamtergebnis beträgt damit Ende 2023 noch rd. 375,7 Mio. € (31.12.22: 386,4 Mio. €). Das Eigenkapital (gem. Haushaltssystematik) beträgt 190,1 Mio. €.

Maßgeblich für die – negative – Abweichung der aktuellen Prognose gegenüber dem Haushaltsplan 2023 sind insbesondere Einmaleffekte:

- Bei den Personalaufwendungen (ohne Altersversorgung) wird mit einer Überschreitung gerechnet, die vor allem auf die ungeplante Zahlung einer Inflationsausgleichsprämie in Höhe von 3.000 € an die Mitarbeitenden bedingt ist. Im Gegenzug dazu gab es rücklagenerhöhende Entlastungen im Haushalt 2022 durch Ausbleiben der Tariferhöhung.
- Die Prognosen der Programmaufwendungen und der Programminvestitionen liegen über dem Haushaltsplan.

| Haushaltsvollzug  
2023

Hinsichtlich des Strategieprozesses „Ein ZDF für alle“ ist das aktuelle Jahr ein Übergangsjahr. Sowohl neue Strategieinvestitionen als auch bereits produzierte und auslaufende Programme sind in den Prognosewerten finanzwirksam enthalten. Die dadurch entstehenden und sich teilweise überlagernden Effekte tragen zu den Überschreitungen bei.

- Gemäß der aktuellen Hochrechnung des Versicherungsmathematikers wird beim Versorgungsstock anstelle der im Haushaltsplan berücksichtigten Verminderung von einer Erhöhung ausgegangen. Diese ergibt sich im Wesentlichen daraus, dass zum Zeitpunkt der Hochrechnung von einer höheren Personalkostensteigerung ausgegangen wurde.

Die ergebnisverschlechternden Positionen können nur zum Teil durch Mehrerträge sowie durch Minderaufwendungen kompensiert werden. Zu nennen sind hier höhere Rundfunkbeiträge sowie Mehrerträge bei der Werbung und bei den Zinserträgen. Von geringeren Aufwendungen wird derzeit u. a. bei der Programmverbreitung und bei den Energiekosten ausgegangen.

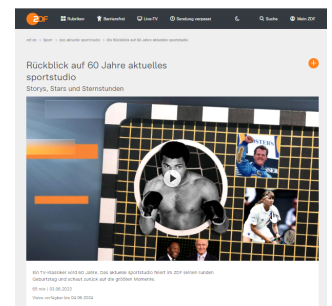
Trotz der derzeit prognostizierten Gesamtergebnisverschlechterung im Haushaltsvollzug 2023 wird zum Ende der aktuellen Beitragsperiode ein positives Ergebnis erwartet.

#### 1.4 ZDF-Programmvermögen

Am 24.08.1963 pünktlich zum Start der Bundesliga ging „das aktuelle sportstudio“ auf Sendung. 60 Jahre später feierte die Sendung im ZDF ihr Jubiläum – eine gute Gelegenheit für das ZDF-Archiv, zu zeigen, was in ihm steckt. Über mehrere Monate wurde intensiv im Videoarchiv recherchiert, gesichtet und ausgewählt. Fast 2.000 Files mit passenden Programmausschnitten wurden an die Redaktionen verschickt. Beteiligt waren im Laufe der Vorbereitung ein gutes Dutzend der Rechercespezialisten aus dem Archiv. Unverzichtbare Basis für ihre Arbeit ist eine professionelle Erschließung, Beschreibung und Bereitstellung der seit 1963 ausgestrahlten Sendungen in der ZDF-Datenbank „Sphinx“. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: ca. 90 % der Jubiläumssendung besteht aus Archivmaterial. Aber auch der übrige Einsatz der vielen sporthistorischen Sendungsmomente und die notwendige Koordination etwa in der aktuellen Berichterstattung wurden erst durch diese Vorarbeiten möglich.

Ganz ähnlich sieht die Entstehungsgeschichte bei den Jubiläumssendungen rund um sechs Jahrzehnte Bundesliga-Geschichte aus. Egal ob man auf das „sportstudio“, die „sportstudio reportage“ oder die begleitende sechsteilige Serie zu 60 Jahren Bundesliga mit Béla Réthy in der ZDFmediathek schaut: Deutlich mehr als die Hälfte der Bilder von den schönsten, spektakulärsten oder emotionalsten Momenten der Fußball-Bundesliga stammen aus dem ZDF-Archiv.

#### 60 Jahre „das aktuelle sportstudio“



#### 60 Jahre Bundesliga im ZDF-Videoarchiv

Natürlich sind Rückblicke und Jubiläumssendungen in besonderer Weise auf Archivbilder angewiesen. Der Nutzen, der durch die Wiederverwendung von Archivmaterial im Programm entsteht, geht aber weit darüber hinaus. Über 13.000 Fileabrufe aus dem Videoarchiv pro Monat zeigen: Ein vollwertiges und reflektierendes Programm ist ohne Rückgriff auf das ZDF-Programmvermögen nicht denkbar.





## 2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

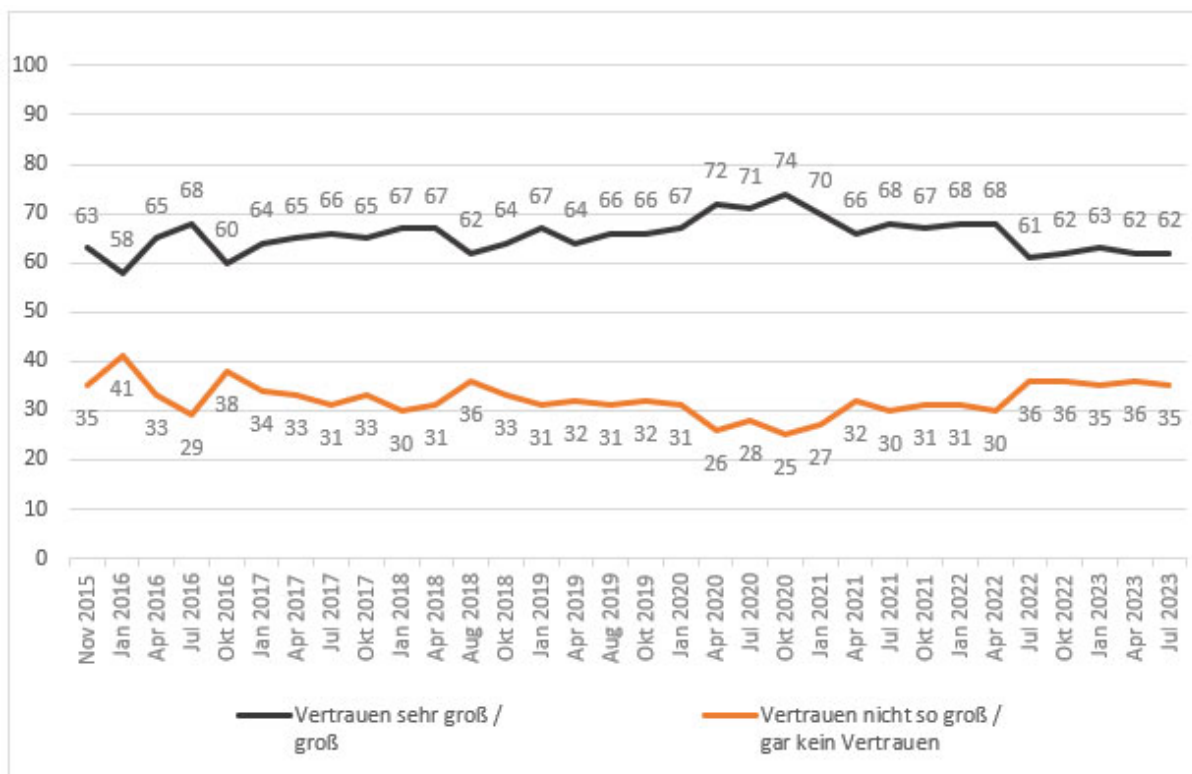
### 2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Bei der aktuellen Juli 2023-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten wie bereits im April dieses Jahres 62 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Die Zustimmung von knapp unter zwei Dritteln der Bevölkerung hält sich seit Sommer 2022 stabil.

**Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender**

Im Rahmen des ZDF-Politbarometers hat die FGW im Zeitraum von November 2015 bis Juli 2023 in Vierteljahresabständen bisher insgesamt 32 Mal jeweils nach dem Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung von ARD und ZDF gefragt. Die Interviews der neuesten repräsentativen Umfrage wurden Mitte Juli 2023 bei 1.346 zufällig ausgewählten Wahlberechtigten ab 16 Jahren im Rahmen des Politbarometers telefonisch erhoben. Dabei wurden sowohl Festnetz- als auch Mobilfunknummern berücksichtigt.

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



Die Fragestellung war in allen Umfragen jeweils gleich und lautete: „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?“ Die Befragten konnten ihre Antworten zum Vertrauen anhand einer Viererskala (sehr groß, groß, nicht so groß, kein Vertrauen) abstufen.



## Juni 2023

Medienforschung

Kontakt:

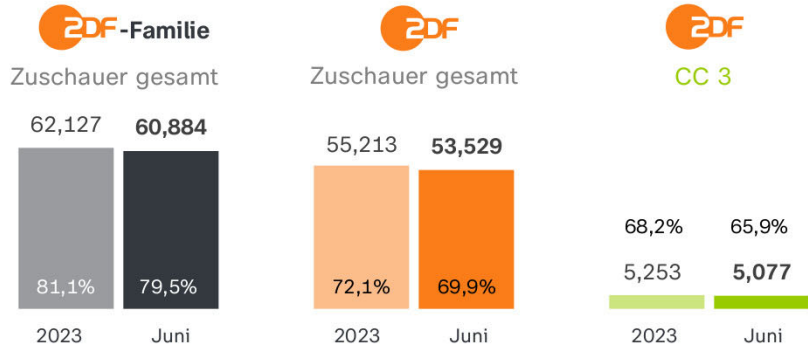
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

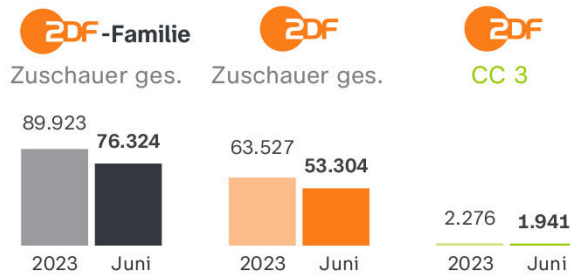
Medienforschung\_Analyse\_Beratung@zdf.de



## Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



## Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



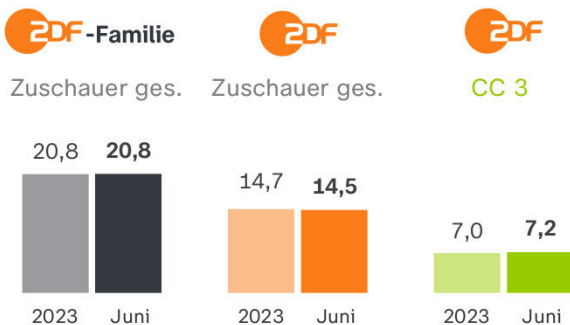
## Vergleichssender

Sender	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	53.304	1.941	2
ARD	40.266	1.557	7
RTL	26.524	2.279	1
SAT.1	18.473	1.636	6
VOX	16.364	1.874	4
Pro7	11.794	1.919	3

Platz 5: Kabel 1

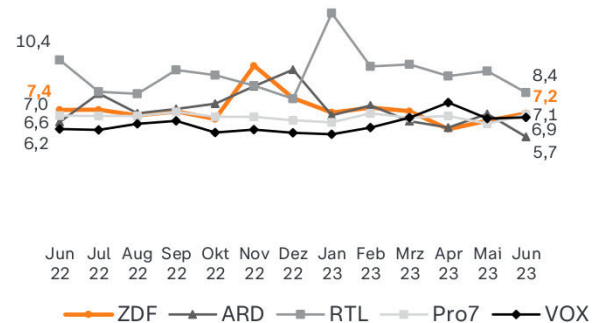


## Marktanteil in %



## Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



## Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.		CC 3	
ZDF	14,5 (+0,6)	RTL	8,4 (-1,3)
ARD	11,0 (-0,8)	ZDF	7,2 (+0,5)
RTL	7,2 (-1,1)	Pro7	7,1 (+0,6)
SAT.1	5,0 (+0,6)	VOX	6,9 (+0,1)
VOX	4,5 (-0,2)	Kabel 1	6,1 (+0,4)
Kabel 1	3,5 (±0,0)	SAT.1	6,0 (+0,5)
Pro7	3,2 (+0,2)	ARD	5,7 (-1,4)
RTLup	2,9 (+0,2)	RTL ZWEI	4,4 (±0,0)
ZDFneo	2,6 (-0,1)	NITRO	3,2 (+0,3)
NDR	2,6 (+0,2)	WELT	2,6 (+0,2)

## Infobox

- Das ZDF kann den Marktanteil in der CC 3 im Juni zu Mai steigern; RTL und ARD verlieren stark.
- Der Marktanteil bei Zuschauer gesamt steigt im Vergleich zu Juni 2022 um 0,4 Prozentpunkte.
- Reichweite und Sehvolumen sind saisonbedingt unterdurchschnittlich.
- CC 3: Die fünf erfolgreichsten Sendungen über alle Sender nach Sehbeteiligung im Juni sind Fußballspiele (CL-Finale, Relegation, Länderspiele); die Liste wird angeführt vom CL-Finale am 10.06.2023 im ZDF (0,64 Mio. / 35,9% MA). In der Hitliste des ZDF reihen sich abseits von Tagen mit Fußballübertragung die *heute-show* vom 02.06. auf Platz 6, *Aktenzeichen XY* vom 14.06. auf Platz 7 und das *heute-show spezial* vom 09.06. auf Platz 9 ein.



## Juli 2023

Medienforschung

Kontakt:

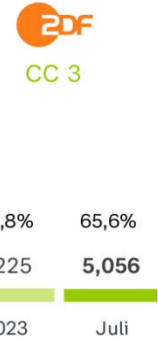
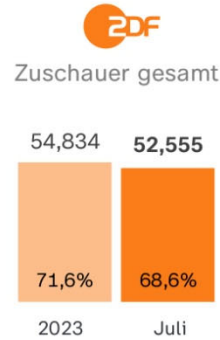
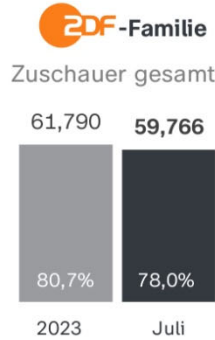
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

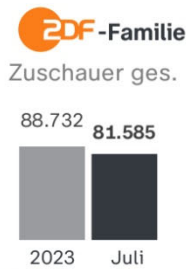
Medienforschung\_Analyse\_Beratung@zdf.de



## Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



## Monats-Sehvolume in Mio. Min.



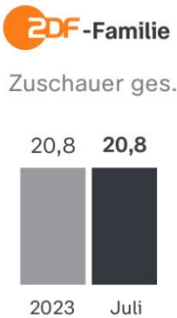
## Vergleichssender

ZDF	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	55.660	1.825	5
ARD	46.908	1.940	3
RTL	27.023	2.146	1
SAT.1	17.132	1.515	7
VOX	18.665	2.144	2
Pro7	11.357	1.851	4

Platz 6: Kabel 1

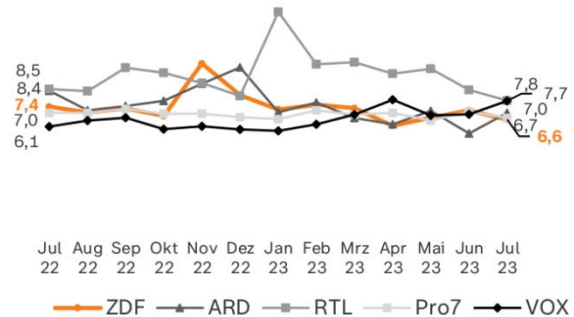


## Marktanteil in %



## Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



## Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.			CC 3		
ZDF	14,2	(-0,3)	RTL	7,8	(-0,6)
ARD	12,0	(+1,0)	VOX	7,7	(+0,8)
RTL	6,9	(-0,3)	ARD	7,0	(+1,3)
VOX	4,8	(+0,3)	Pro7	6,7	(-0,4)
SAT.1	4,4	(-0,6)	ZDF	6,6	(-0,6)
Kabel 1	3,4	(-0,1)	Kabel 1	5,7	(-0,4)
NDR	2,9	(+0,3)	SAT.1	5,5	(-0,5)
Pro7	2,9	(-0,3)	RTL ZWEI	4,6	(+0,2)
RTLup	2,7	(-0,2)	NITRO	3,1	(-0,1)
ZDFneo	2,7	(+0,1)	WELT	2,4	(-0,2)

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

## Infobox

- Das ZDF verliert im Juli weiter an Marktanteil, sowohl bei Zuschauer gesamt als auch bei der CC 3. Die ARD kann in beiden Zielgruppen zulegen.
- Im aufgelaufenen Jahr ist der 24. Juli (Fußball WM Spiel *Deutschland vs. Marokko*) bei Zuschauer gesamt der stärkste Tag nach Marktanteil mit 20,8%.
- CC 3: Die erfolgreichste Sendung des ZDF nach Sehbeteiligung im Juli ist *Aktenzeichen XY*; sie reiht sich im Gesamtranking auf Platz 6 ein. In der Hitliste des ZDF hat das WM-Spiel *Deutschland vs. Marokko* zwar den mit Abstand höchsten Marktanteil (50,4%), landet nach Sehbeteiligung auf Grund der frühen Sendezeit allerdings nur auf Platz 6. Neben *Aktenzeichen XY... ungelöst* finden sich auch die zwei Ausgaben von *XY gelöst* in der Top 4 nach Sehbeteiligung.



## August 2023

Medienforschung

Kontakt:

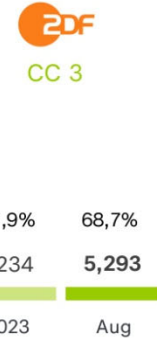
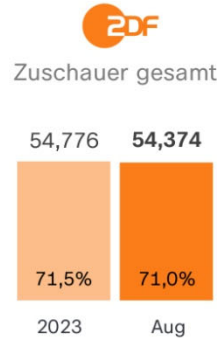
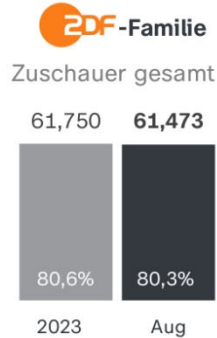
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

Medienforschung\_Analyse\_Beratung@zdf.de



## Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



## Monats-Sehvolume in Mio. Min.

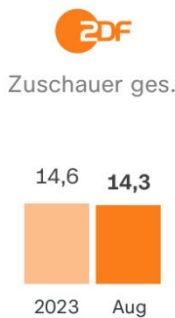
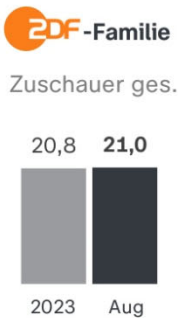


## Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	56.070	2.012	1
ARD	46.984	1.770	4
RTL	27.294	2.007	2
SAT.1	18.826	1.514	6
VOX	17.938	1.985	3
Pro7	10.242	1.666	5

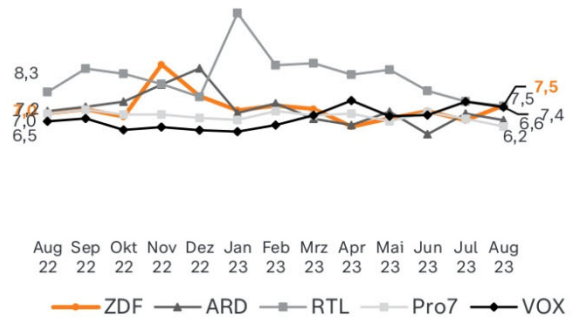


## Marktanteil in %



## Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



## Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.		CC 3	
ZDF	14,3 (+0,1)	ZDF	7,5 (+0,9)
ARD	11,9 (-0,1)	RTL	7,5 (-0,3)
RTL	6,9 (±0,0)	VOX	7,4 (-0,3)
SAT.1	4,8 (+0,4)	ARD	6,6 (-0,4)
VOX	4,6 (-0,2)	Pro7	6,2 (-0,5)
Kabel 1	3,1 (-0,3)	Sat.1	5,6 (+0,1)
NDR	2,9 (±0,0)	Kabel1	5,5 (-0,2)
ZDFneo	2,9 (+0,2)	RTL ZWEI	4,3 (-0,3)
RTLup	2,8 (+0,1)	NITRO	3,3 (+0,2)
Pro7	2,6 (-0,3)	SKY	2,7 (+0,3)

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; Marktstandard TV

## Infobox

- Das ZDF führt im August erstmals 2023 das Ranking in der CC 3 an, zusammen mit RTL.
- Im aufgelaufenen Jahr ist das Spiel der Frauen Fußball-WM *Südkorea-Deutschland* vom 3. August die nach Marktanteil erfolgreichste Sendung über alle Sender bei Zuschauer gesamt.
- CC 3: Die erfolgreichste Sendung des ZDF nach Sehbeteiligung im August ist das Spiel der Frauen Fußball-WM *Südkorea-Deutschland*. Es belegt in der Hitliste über alle Sender Platz 2. Weiterhin finden sich in der Hitliste des ZDF die *ZDFbesseresser* auf Platz 3 und das Finalspiel *Spanien-England* auf Platz 4. In der Top 10 sind außerdem eine Übertragung der *Leichtathletik WM*, *Aktenzeichen XY* und *James Bond - Spectre*.

## 2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

In den Sommermonaten sind im Markt jahreszeitbedingt weniger Auffälligkeiten, insbesondere aus dem fiktionalen Bereich, zu beobachten. Im fiktionalen Bereich hat sich mit Sky ein weiterer Akteur vollständig von deutschen fiktionalen Eigenproduktionen zurückgezogen (s. S.6). Info- und Doku-Formate gewinnen an Bedeutung, und der Trend zu Personalisierung setzt sich fort; so bei der erfolgreichen Entwicklung von Joko Winterscheid mit der von ihm präsentierten Dokumentarserie „The World's Most Dangerous Show“ über den Klimawandel bei Amazon Prime.



RTL baute die Personalisierung seiner Info-Strecken – v.a. Service- und Verbraucherthemen – weiter aus, so zum Beispiel mit „Peter Kloeppel durchleuchtet“ anhand des Themas „Bahn-Chaos“. Zeitgeschichtliche bzw. Special-Interest-Stoffe wie bei „Die BILD-Geschichte – Die geheimen Archive von Ex-Chef Kai Diekmann“ bilden die Ausnahme. Die „RTL-Vielfaltswoche“, die an die ARD-Themenwoche erinnerte, setzte Inklusion unterhaltsam um, indem sie mit dem Einsatz von Monica Lierhaus sowie durch die Vox-Produktion „Zum Schwarzwälder Hirsch – ein Jahr danach“ zur Ausbildung von Menschen mit Down-Syndrom von sich reden machte. Die ARD erreichte mit starken Doku-Serien wie „Die Unparteiischen“ über Fußball-Schiedsrichter auch durch Anbindung an die Übertragung der Leichtathletik-WM ein junges Publikum.



Im Genre Musik und Show ist die ARD bestrebt, sich über Schlagerformate weiter zu positionieren. Neben festen Engagements bei SWR und MDR etabliert die ARD Beatrice Egli in der Primetime weiter. ProSieben und Sat.1 nutzen Rechte an bereits gesendeten Shows, um in der Primetime günstig zu wiederholen, weil in der Fiction weniger Lizenzen vorhanden sind und einheimische Formate fehlen. Die Attraktivität der „Gegenteilshow“ bei Sat.1 war so gering, dass sie abgesetzt wurde. Die ARD unternahm am Nachmittag zwei Versuche im beim ZDF erfolgreichen Genre Factual Entertainment: „Die Haustierprofis“ funktionierten nicht, die aus dem NDR weiterentwickelten „Hofgeschichten“ boten Potenzial. Während Vox sein tägliches, lebensnahes Factual-Entertainment-Portfolio am Nachmittag mit den „Deko-Profis“ ausbaute, schafft es Sat.1 in dieser Zeitschiene weiterhin nicht, seine Ende Februar gestartete Nachmittagsshow „Volles Haus!“ zum Leben zu erwecken.



Mit „Die besten Comedians Deutschlands“ – inhaltlich nah am „ZDF Comedy Sommer“ – punktete Sat.1 Anfang August am Fr., 20:15 Uhr in jüngeren Zielgruppen.

Nutzer der ZDFmediathek profitierten erkennbar von der Änderung des früheren Rundfunkänderungsstaatsvertrags. Die Online-Stellung nicht-europäischer Lizenzfiction hat der Rubrik

„Spielfilmhighlights“ eine gesteigerte Nachfrage beschert. Fiktional gab es so viele Erst- bzw. Neuveröffentlichungen wie noch nie im Sommer, darunter Formate wie „It’s a Sin“, „Normal People“, „Ready“, „Daddy, Go“ oder „Better Call Saul“ für bislang wenig repräsentierte Zielgruppen. Erwähnenswert sind die linear bei ZDFneo platzierten Angebote „Mood“ und „Freiheit ist das Einzige, was zählt“. Die britische Music-Drama-Serie „Mood“ als Adaption eines Theaterstücks erzählte von einer jungen Sängerin, thematisierte die Gefühle junger Menschen im Übergang zur Selbstständigkeit und setzte sich kritisch mit dem Einfluss von Sozialen Netzwerken auseinander. Die sechsteilige Satire-Serie „Freiheit ist das Einzige, was zählt“ zeigte mit den Mitteln der Groteske und durch Überhöhung des Absurden antidemokratische Strömungen einer Reichsbürger-ähnlichen Bewegung auf – ein Experiment, mit dem wichtige Erfahrungen in der Instant-Fiction gesammelt wurden.



Im September setzte eine Komödienstrecke mit Fokus auf Familie im Hauptprogramm und der ZDFmediathek einen fiktionalen Akzent. Generationsübergreifende Themen in Auseinandersetzung mit verschiedenen Lebensentwürfen bieten auch jüngeren Zielgruppen Anknüpfungspunkte. In „Merz gegen Merz – Hochzeiten“ sind die nunmehr geschiedenen Ehepartner mit Heiratsüberlegungen des erwachsenen Sohns konfrontiert. „Mit Harpunen schießt man nicht“ behandelte die Entstehung einer generationsübergreifenden WG, durch die ein Umzug ins Heim und eine Abschiebung vermieden wird. Und „Gäste zum Essen“ hob auf die Milieu-Unterschiede zweier Elternpaare ab, deren Kinder sich gefunden haben.



Mit zwei Filmen stärkt das ZDF Produktionsstandorte in den ostdeutschen Ländern. In Halle an der Saale wird „Zwischen den Fronten“ (AT) über einen Polizisten, der nach einer schweren Verletzung bei einer Demonstration in einen persönlichen Konflikt gerät, gedreht. In Rostock entsteht „Mels Block“ über die junge Selfmade-Millionäerin Mel, die die Rostocker Plattenbausiedlung, in der sie aufgewachsen ist, kauft, um sich von ihrer Vergangenheit zu befreien.

Im Sport gehörte die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen zu den Highlights des Sommers. Trotz der ungünstigen Sendezeiten sowie des frühen Ausscheidens der deutschen Mannschaft wurde linear ein Millionenpublikum erreicht und hohe Livestream-Werte besonders bei den Spielen mit deutscher Beteiligung generiert. Sport hat die ZDFmediathek gestärkt, der über die Google-One-Box Nutzerinnen und Nutzer von YouTube in die ZDFmediathek geführt und einen entscheidenden Beitrag zur Rückführungsstrategie geleistet hat.

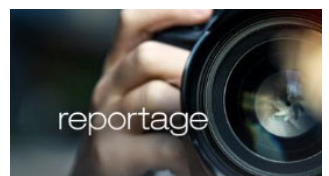
Flankiert wurde das Turnier von Dokumentationen wie „Born for this II“, die Einblicke in das Teamgefüge der deutschen Nationalspielerinnen bot und die Identifikation mit weiblichen Fußball-Idolen ermöglichte. Dem gestiegenen Stellenwert vom Fußball der Frauen wird das ZDF in der neuen Saison mit Übertragungen (Hauptprogramm/Livestream) von der Bundesliga und der Nations League gerecht.



Säulen der aktuellen Berichterstattung sind die Nachrichtenprogramme des ZDF, die im Berichterstattungszeitraum v. a. Schwerpunkte bei den Themen Ukraine, Waldbrände in Griechenland und den aktuellen weltweiten Dürren gelegt haben. Diese Themen wurden auch durch Sendungen von „ZDFspezial“ und Dokumentationen vertieft. Die traditionellen ZDF-Sommerinterviews lieferten Impulse für die aktuellen politischen Debatten in Stadt und Land. Daneben versorgen zunehmend non-lineare Zugänge wie das weiter ausgebauten Angebot der „ZDFheute“, das sich auf YouTube der Marke von einer Mio. Nutzerinnen und Nutzern nähert, oder der Instagram-Kanal der „heute“-Redaktion junge Menschen mit aktuellen Informationen und Hintergründen. Die knapp 40-minütige „ZDFheute live“-Sendung „Durchbruch und Drohnenangriffe: So wächst der Druck auf Putins Armee“ vom 01.09.2023 kam bislang auf knapp 700.000 Aufrufe und fast 6.000 Kommentare, deren Einbeziehung in die Sendung Teil des Konzepts ist.



Die neue Dokustrategie mit ihrem Schwerpunkt auf Reihen trägt in der ZDFmediathek erste Früchte. Erfolge zeigen sich bei Marken wie „37°“, „XY gelöst“, „frontal“ und „Terra X“ mit einer bildstarken Reihe zur Serengeti, die im Juli im Hauptprogramm am Mittwoch um 19:25 Uhr ausgestrahlt wurde. Explizit für die ZDFmediathek wurde der Dreiteiler „ZDF.reportage – „Die Hauptschulklasse““ produziert. Aufmerksamkeit bei Zuschauern und in der Presse erzielte die von ZDFinfo verantwortete Reihe „Die Malocher – Zwischen Auftragsboom und Abstiegsangst“, die mit hohem Realitätsbezug und Lebensnähe mittelständische Unternehmer und Angestellte porträtierte.



Auch im Hauptprogramm gab es dokumentarische Auffälligkeiten: in „Inside Afghanistan“ wurde zwei Jahre nach der Übernahme durch die Taliban ein eindringliches Bild der extrem schwierigen Situation von Frauen und Mädchen gezeichnet. Drei lange Dokumentarfilme belebten das Angebot: „Die Bilderkriegerin“ erzählte die Geschichte der Kriegsfotografin Anja Niedringhaus. „Diese Sendung ist kein Spiel“ zeigte den Einfluss des ersten deutschen True Crime-Formats „Aktenzeichen XY“ auf Nachkriegsdeutschland.





## 2.3 Auszeichnungen/ Preise

### ■ Bayerischer Filmpreis 2023

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„ANIMA – Die Kleider meines Vaters“**

Bester Dokumentarfilm

Das kleine Fernsehspiel

Burkhard Althoff

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„The Ordinaries“**

Nachwuchs-Regiepreis

Das kleine Fernsehspiel

Jörg Schneider

### ■ Filmfest München 2023

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Fossil“**

FIPRESCI-Preis / Neues Deutsches Kino (Bester Film)

Das kleine Fernsehspiel

Christian Cloos

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

**„Leere Netze“**

Förderpreis Neues Deutsches Kino

Das kleine Fernsehspiel

Christian Cloos; Martin Gerhard, Doris Hepp (ARTE)

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Fallende Blätter“**

Bayern 2- und SZ-Publikumspreis

ARTE

Holger Stern

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Four Daughters“**

ARRI-Award (Bester internationaler Film)

ARTE

Martin Pieper

## ■ Internationales Filmfestival Karlovy Vary 2023

<b>Sendung / Beitrag:</b>	<b>„Leere Netze“</b>
Kategorie:	Sonderpreis der Jury
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteure:	Christian Cloos; Martin Gerhard, Doris Hepp (ARTE)

## ■ Deutscher Dokumentarfilmpreis 2023

<b>Sendung / Beitrag:</b>	<b>„Nasim“</b>
Kategorie:	Förderpreis
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurin:	Melvina Kotios

## ■ Goldener Spatz 2023

<b>Sendung / Beitrag:</b>	<b>„Weckschreck“</b> <b>Folge: „Die Dreh-die-Zeit-zurück-Maschine“</b>
Kategorie:	Serie: Live-Action
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortlicher Redakteur:	Götz Brandt

## ■ NaturVision Film Festival 2023

<b>Sendung / Beitrag:</b>	<b>„Terra X – Eisige Welten – Nordpolarmeer“</b>
Kategorie:	Deutscher Filmpreis Biodiversität
Zuständige Redaktion:	HR Geschichte und Wissenschaft
Verantwortliche Redakteurinnen:	Katharina Kolvenbach, Uta von Borries

## ■ Österreichischer Filmpreis 2023

<b>Sendung / Beitrag:</b>	<b>„Corsage“</b>
Kategorien:	Beste Kamera, Bestes Kostümbild, Bestes Maskenbild, Beste weibliche Hauptrolle (Vicky Krieps)
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Alexander Bohr, Simon Ofenloch

**Sendung / Beitrag:**

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

**„Eismayer“**

Bestes Drehbuch, Beste männliche Hauptrolle (Gerhard Liebmann), Beste männliche Nebenrolle (Luka Dimic), Beste Musik

ARTE

Martin Gerhard, Olaf Grunert; Lucia Haslauer (Das kleine Fernsehspiel)

■ **World Media Festival 2023**

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Dance On! Zwischen Applaus und Abschied“**

Documentaries – Arts & Culture: Grand Award, Gold

ARTE

Dieter Schneider

■ **Festival de Cannes 2023**

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Fallende Blätter“**

Preis der Jury

ARTE

Holger Stern

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Four Daughters“**

L'Œil d'or: Bester Dokumentarfilm

ARTE

Martin Pieper

■ **FIPRESCI Grand Prix 2023**

**Sendung / Beitrag:**

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

**„Fallende Blätter“**

Bester Film

ARTE

Holger Stern



Dr. Norbert Himmler

Intendant