Fernsehrat
Plenum

Tätigkeitsbericht

zur 16. Sitzung in der XVI. Amtsperiode des Fernsehrates

am 15. März 2024 in Mainz

Sehr geehrte Damen und Herren,

das ZDF ist auch 2023 der meistgesehene TV-Sender in Deutschland – im nunmehr zwölften Jahr hintereinander. Gleichzeitig legte die Nutzung der ZDFmediathek erneut deutlich zu: Mit durchschnittlich 6,21 Mio. Sichtungen (Views) pro Tag, einem Plus von sieben Prozent gegenüber 2022, verzeichnet sie einen neuen Rekord. Deutlich gestiegen ist auch die Nutzung der ZDF-YouTube-Kanäle. Mit durchschnittlich 5,10 Mio. Views pro Tag verzeichnen sie im Vergleich zu 2022 ein Plus von 38 Prozent und erzielen damit einen neuen Bestwert. Die digitalen Verbreitungswege hat das ZDF auch 2023 erweitert. Sie reichen unter anderem vom ZDFheute-WhatsApp-Chanel bis zu den TikTok-Kanälen von „37°“ und ZDFneo.

Die ZDF-Familie erreicht mit ihren TV- und Streaming-Angeboten 2023 pro Monat im Schnitt 64,87 Mio. Menschen. Das sind monatlich durchschnittlich 82 % der Bevölkerung. Unser Angebot steht in der Mitte der Gesellschaft, das Publikum schätzt unsere Qualität linear wie digital.

In der Fernsehratssitzung am 15. März 2024 berichte ich Ihnen im Rahmen der von Ihnen zu kontrollierenden Selbstverpflichtungserklärung des ZDF über alle wichtigen Nutzungszahlen, aber auch die gemeinsam mit Ihnen verabschiedeten Qualitätsmetriken, an denen wir uns messen lassen. Dann ist die erste Halbzeit der Selbstverpflichtungserklärung 2023 – 2024 um, ein guter Zeitpunkt, um zu schauen, welche der vereinbarten Ziele bereits erreicht werden, und wo noch nachjustiert werden muss.

Diesen Bedarf halten wir kontinuierlich auch direkt beim Publikum nach, insbesondere bei jenem Teil, das wir noch zu wenig oder gar nicht erreichen. Für die Strategie „Ein ZDF für alle“ ist das vergangenen Sommer gestartete, bundesweite Befragungspanel „ZDFmitreden“ ein wichtiges Bindeglied zwischen der Gesellschaft und uns als staatsvertraglichem öffentlich-rechtlichem Auftragnehmer. Inzwischen geben dort über 41.000 Menschen wöchentlich ihre Meinungen zu unserer Programmgestaltung ab, aber auch zu allgemeinen gesellschaftlichen Themen. Ein Newsletter informiert regelmäßig über wichtige Ergebnisse. Schauen Sie gerne bei https://start-mitreden.zdf.de vorbei, dort gibt es auch Hinweise über Methodik und Repräsentativität des Instruments.

Wir wollen jeder Nutzerin und jedem Nutzer in Deutschland regelmäßig ein Angebot machen. Die Empfehlung der KEF, also der unabhängigen Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs, ließe das mit ihrer moderaten Erhöhung des Betrags für das ZDF um 14 Cent zu. Die Details dazu lesen Sie auf S. 9.

Inhalt

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld 3

1.1 Medienpolitik 3
1.2 Medienbranche 5
1.3 Medientechnologie 7
1.4 ZDF-Finanzsituation 8

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 19

Berichtszeitraum: 09.12.2023 – 15.03.2024

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

EU-Gesetz zur Regulierung von Künstlicher Intelligenz (AI Act)

Die Mitgliedstaaten der EU haben die Verordnung zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für Künstliche Intelligenz (KI-Verordnung, AI Act) einstimmig gebilligt. Mit der KI-Verordnung setzt die EU den Rahmen für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in Europa. Die KI-Verordnung soll Innovationen fördern und Vertrauen der Bevölkerung in den Umgang mit KI schaffen. Ziel ist es, klare Regelungen für den konkreten Einsatz von KI zu definieren.

Die KI-Verordnung verfolgt einen risikobasierten Ansatz, wonach bei höherem Risiko strengere Regeln gelten. Bestimmte KI-Systeme werden aufgrund eines inakzeptablen Risikos (wie etwa Emotionserkennung am Arbeitsplatz) verboten. Für Anwendungen mit geringem Risiko sollen lediglich bestimmte Transparenz- und Informationspflichten gelten. Hochrisiko-KI-Systeme unterliegen hingegen strengen technischen und organisatorischen Anforderungen. Für KI-Anbieter kann es im Hinblick auf Transparenzanforderungen Erleichterungen geben, sofern die KI-Modelle für nicht gewerbliche Zwecke oder für Forschungszwecke bereitgestellt werden oder eine Open-Source-Lizenzierung erfolgt. Zudem sind Kennzeichnungspflichten für Deepfakes geplant. Ausnahmen sind u. a. für kreative, satirische und fiktionale Zwecke vorgesehen. Kennzeichnungspflichten sollen auch für die Veröffentlichung von mit KI-Systemen generierten Texten ohne menschliche Kontrolle gelten.

Der Verordnung müssen noch das Europäische Parlament und der Rat der EU zustimmen.

European Media Freedom Act

Die europäischen gesetzgebenden Organe haben sich Mitte Dezember 2023 politisch auf das europäische Medienfreiheitsgesetz (englisch: European Media Freedom Act, EMFA) geeinigt. Es soll Journalistinnen und Journalisten in ganz Europa vor staatlicher und ökonomischer Einflussnahme schützen, deren freie Arbeit gewährleisten und europäischen Bürgerinnen und Bürgern Zugang zu unabhängigen und vielfältigen Medien ermöglichen. Zum ersten Mal werden darin Prinzipien für die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf europäischer Ebene festgeschrieben. Dazu zählt unter anderem eine langfristige und bedarfsgerechte Finanzierung. Auch werden den Online-Plattformen zum ersten Mal auf europäischer Ebene medienrechtliche Vorgaben beim Umgang mit bereits kontrollierten Medieninhalten auferlegt. Sie können künftig Inhalte von Medienanbietern nicht mehr einfach löschen oder den Zugang zu diesen sperren. Vielmehr müssen sie z. B. das ZDF im Vorfeld einer Sperrung oder Löschung kontaktieren, ihre Entscheidung begründen und dem ZDF ausreichend Möglichkeit zur Stellungnahme geben. Der Text muss noch vom Plenum des

Europäischen Parlaments und den Mitgliedstaaten im Rat formal angenommen werden. Dies ist für März 2024 vorgesehen. Danach werden Bund und vor allem Länder zu prüfen haben, ob gegebenenfalls kleinere Nachsteuerungen im deutschen Medienrecht notwendig sind.

Digital Services Act: EU-Kommission fordert Auskunft über Maßnahmen gegen illegale Inhalte und Desinformationen

Ziel des EU-Gesetzes über Digitale Dienste (englisch: Digital Services Act, DSA) ist es, „für ein sicheres, vorhersehbares und vertrauenswürdiges Online-Umfeld“ zu sorgen. Größten Raum nehmen darin Regeln zum Umgang von Online-Plattformen mit auf diesen Plattformen verbreiteten illegalen Inhalten ein. Aufgrund der besonderen gesellschaftlichen Bedeutung von sehr großen Online-Plattformen und Online-Suchmaschinen („VLOPs“ bzw. „VLOSEs“) sieht die Verordnung für diese sehr großen Anbieter besonders strenge Regeln vor. Diese gelten zum Teil bereits seit dem Inkrafttreten 2022, seit 17.02.2024 gilt der DSA vollumfänglich. Zu den von der Kommission Ende 2023 benannten sehr großen Plattformen bzw. Suchmaschinen gehören bestimmte Dienste von Internet-Giganten wie Google, Amazon, Meta/Facebook und Apple. Sie haben u. a. Maßnahmen für ein eigenes Risikomanagement in Bezug auf eine mögliche Einschränkung der Meinungs- und Informationsfreiheit, einschließlich der Medienfreiheit, zu entwickeln und der Kommission vorzulegen. Dies beinhaltet u. a. den Aspekt der Desinformation. Die für die Durchsetzung des DSA gegenüber sehr großen Anbietern mit besonderen Kompetenzen ausgestattete Kommission hat bereits erste Auskunftsersuchen an bestimmte Dienste (u. a. TikTok, Meta, Twitter/X) gerichtet. Für ein erstes Fazit, ob der DSA und das mittlerweile ebenfalls geltende EU-Gesetz über digitale Märkte (englisch: Digital Markets Act, DMA) tatsächlich zu einer spürbaren Verbesserung für die Nutzer führen und einen wirksamen Beitrag gegen Desinformation, Hass und Hetze im Netz leisten können, ist es noch zu früh. Im Hinblick auf die Umsetzung und Durchsetzung des DSA in Deutschland sollen, wo notwendig, entsprechende Regelungen im avisierten Digitale-Dienste-Gesetz (DDG) vorgesehen werden. Das Gesetz soll Ende März 2024 in Kraft treten. In der derzeitigen Entwurfsfassung ist explizit vorgesehen, dass die medienrechtlichen Vorschriften der Länder unberührt bleiben.

Urteil zum Angriff auf „heute-show“-Team

Am Rande einer Querdenker-Demonstration waren am 01.05.2020 Reporter, Ton- und Kameraleute sowie Security-Mitarbeiter, die gemeinsam mit dem Kabarettisten Abdelkarim für einen Beitrag der „heute-show“ unterwegs waren, in einer offenbar konzertierten Aktion von etwa 20 Personen gezielt angegriffen und zum Teil schwer verletzt worden. Die betroffenen Kolleginnen und Kollegen gehörten zu einer vom ZDF beauftragten Produktionsfirma. Die Ermittlungen sowie die Begleitung der angegriffenen Kollegen wurden seitens des ZDF unterstützt. Wegen gefährlicher Körperverletzung verurteilte das Amtsgericht Berlin-Tiergarten nun im Januar 2024 drei Männer und eine Frau zu Bewährungsstrafen von zwei Jahren sowie Zahlung einer Geldbuße

als Schmerzensgeld von jeweils 5.000 €. Die nicht vorbestraften Angeklagten hatten die Taten vor Gericht gestanden.

Verlängerung des Film-/Fernseh-abkommens mit der Filmförderanstalt FFA

Zum 01.01.2024 haben ZDF und ARD mit der Filmförderanstalt des Bundes (FFA) für das kommende Jahr ein neues Film-/Fernsehabkommen abgeschlossen und damit erneut ihre Unterstützung des Kinofilms und die Partnerschaft mit der FFA bekräftigt. Mit dem Abkommen verpflichtet sich das ZDF, die FFA und den Kinofilm über die im Filmfördergesetz (FFG) vorgesehene gesetzliche Filmabgabe (2023 knapp 2,1 Mio. €) hinaus mit zusätzlichen freiwilligen Leistungen zu unterstützen. Insgesamt belaufen sich die jährlichen Leistungen des ZDF danach auf 7,8 Mio. € brutto.

Schweiz: Regierung will Rundfunkabgabe senken

Die Schweizer Regierung will die Rundfunkabgabe reduzieren, um Haushalte und Wirtschaft zu entlasten. Sie soll im Zuge einer Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) von heute 335 CHF für Privathaushalte bis 2029 in zwei Etappen auf 300 CHF pro Jahr (gut 312 €) sinken. Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 1,2 Mio. CHF sollen von der Abgabe befreit werden; derzeit liegt die Befreiungsgrenze bei 500.000 CHF. Die Regierung reagiert mit diesem Vorschlag ablehnend auf die Volksinitiative „200 Franken sind genug!“, die ihr Ansinnen im Namen trägt und im August das für eine gesetzesändernde Volksabstimmung erforderliche Quorum von 100.000 Unterschriften erreicht hatte. Stimmen die Wahlberechtigten – voraussichtlich frühestens 2025 – mit Ja, drohen der SRG substanzielle Einschränkungen des Angebots bei nur 650 Mio. statt 1,25 Mrd. CHF jährlich. Mit der nun eingebrachten Senkung will die Regierung der nach jüngsten Umfragen aussichtsreichen Volksinitiative mit einer für die SRG weniger existentiellen Alternative zuvorkommen. Selbst dann drohten dem Sender nach eigener Aussage noch Verluste von 170 Mio. CHF im Jahr, die beträchtliche Auswirkungen auf das Programm hätten.

Die SRG hält die Erfüllung ihres Auftrags für nicht mehr finanzierbar, wenn die Regierung ihr Vorhaben umsetzt. Schon ab 2025 sei das Angebot zumindest gefährdet. Ab 2027 drohe durch rückläufige Werbeeinnahmen, den abgelehnten Inflationsausgleich und schließlich der angestrebten Senkung der Abgaben ein Ausfall von rund 240 Mio. CHF pro Jahr. Damit würde für die Folgejahre ein Abbau von etwa 900 Stellen einhergehen.

1.2 Medienbranche

Werbemarkt rückläufig aufgrund schwacher Konjunktur

Die angespannte konjunkturelle Lage der deutschen Wirtschaft hat 2023 dazu geführt, dass der klassische Werbemarkt laut Nielsen-Media brutto (vor Abzug von Skonto und Boni) um −0,7 % auf rd. 31 Mrd. € gesunken ist (Vorjahr: −4,4 %). Das Fernsehen war mit einem Rückgang von −3,5 % erneut überproportional stark von den Werberückgängen betroffen (zuvor −5,5 %).

Netflix steigert Umsatz und Zahl der Abonnements

Netflix konnte für das 4. Quartal 2023 überraschend gute Quartalszahlen vorlegen. Der Konzern konnte weltweit 13,1 Mio. neue Kundinnen und Kunden hinzugewinnen und verzeichnet damit rd. 260 Mio. Abonnements. Der Umsatz lag im 4. Quartal bei 8,8 Mrd. $ (+12,5 %) und der Gewinn betrug 938 Mio. $, nach 55 Mio. $ im Vorjahreszeitraum. Für das erste Quartal 2024 strebt der Konzern einen Umsatz von 9,24 Mrd. $ an. Als Hauptgrund für das Wachstum wird das erfolgreiche Unterbinden des zuvor üblichen Teilens von Passwörtern angegeben. Ebenso will der Konzern bei den Werbeeinnahmen weiter wachsen. Der Werbetarif hat sich für Netflix als lukrativ herausgestellt. Es soll zukünftig vor allem einen preiswerten Abo-Tarif mit Werbung (in Deutschland aktuell bei 4,99 €) und einen deutlich teureren ohne Werbung geben (in Deutschland aktuell bei 12,99 €). Anders als Amazon Prime Video, das seit Februar standardmäßig für alle Abonnentinnen und Abonnenten Werbung ausspielt und ein werbefreies Angebot nur noch gegen einen zusätzlichen Aufpreis von 2,99 € anbietet, gewährt Netflix seinen Bestandskundinnen und -kunden die Option, Netflix weiterhin für 7,99 € ohne Werbung zu nutzen. Der bisherige Basistarif wurde allerdings geschlossen. Er steht Neukunden nicht mehr zur Verfügung. Gegen die generelle Ausstrahlung von Werbung bei Amazon Prime Video haben die Verbraucherzentralen eine Sammelklage eingereicht, da der Konzern eine einseitige Veränderung bestehender Verträge vorgenommen habe, die so in Deutschland nicht rechtens sei. Bezogen auf seine Inhalte hat Netflix angekündigt, dass man zusätzlich zu Filmen und Serien zukünftig auch stark in den Bereichen Live-Entertainment und Sport investieren wolle.

Übernahmeangebot für Paramount Global

Vor dem Hintergrund der erheblichen Anlaufverluste und Investitionen im Streaming-Geschäft, setzen sich die Konsolidierungstendenzen im US-Markt weiter fort. So gab die Allen-Media-Group im Januar ein offizielles Übernahmeangebot in Höhe von 30 Mrd. $ für Paramount Global ab. Das Angebot beinhaltet die Übernahme von Schulden in Höhe von 15 Mrd. $ und die Übernahme der noch ausstehenden Aktien in Höhe von mehr als 14 Mrd. $. Zu Paramount gehören unter anderem der Streaming-Dienst Paramount+, das Network CBS sowie Kabelsender wie Nickelodeon, MTV, VH1, Comedy-Central oder BET-Networks. Paramount ist auch auf dem deutschen Markt aktiv. Aufgrund eines deutlichen Sparkurses des Konzerns hat Paramount+ bekannt gegeben, dass man sämtliche Produktionen des Streaming-Dienstes in Deutschland stoppen und keine weiteren in Auftrag geben werde. Der Konzern Warner-Bros.-Discovery, der auch an einer Übernahme von Paramount interessiert sein soll, ist 2022 aus einer Übernahme von Warner-Media durch Discovery für 43 Mrd. $ hervorgegangen.

Die Wissenschaftler Frank Lobigs, Christian Zabel und Daniel O'Brien von der TU Dortmund und der TH Köln haben im Auftrag des ORF eine medienökonomische Analyse vorgenommen und untersucht, wer von einer Abschaltung des ORF-Nachrichtenangebots im Netz profitieren würde. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass nur geringe Zugewinne für private Angebote wie die österreichischer Verlage zu erwarten wären. Von einer Abschaltung würden vielmehr die großen Internet-Intermediäre aus den USA profitieren. Die drei Wissenschaftler führen in ihrer Studie aus, dass ein internationaler Vergleich zeige, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Stärke öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote und den Markterlösen der privaten Anbieter und Verlage gibt. Markante Fallbeispiel-evidenzen würden vielmehr eher für positive Marktauswirkungen von starken öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangeboten sprechen. Dabei ist anzumerken, dass das Nachrichtenangebot des ORF im Netz Marktführer in Österreich ist und dass der ORF eine deutlich stärkere Marktposition als ZDFheute oder das Online-Angebot der Tagesschau in Deutschland hat.

Statt Verlagen würden die US-Plattformen von einer Einstellung der Newsseiten des ORF profitieren

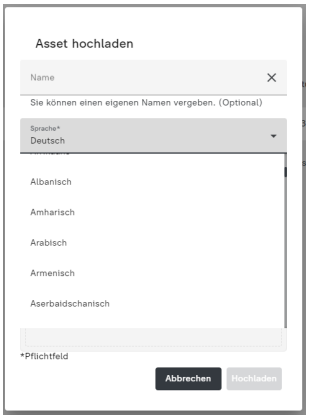
Im Dezember hat Axel-Springer bekannt gegeben, dass der Konzern einen Nutzungsvertrag mit der US-Firma OpenAI geschlossen habe, bei dem es um die Entwicklung von KI geht. OpenAI hat ChatGPT auf den Markt gebracht. Bei der Kooperation mit Axel-Springer soll es um den Einsatz von KI zur Erstellung journalistischer Inhalte gehen. Kunden von OpenAI sollen zukünftig auch auf software-generierte Zusammenfassungen von Inhalten von Springer zugreifen können. ChatGPT darf darüber hinaus die Inhalte von Bild, Welt, Politico und Business-Insider nutzen, um seine Algorithmen zu trainieren.

Axel Springer kooperiert mit OpenAI

1.3 Medientechnologie

Künstliche Intelligenz wird bereits seit einigen Jahren im ZDF zur Unterstützung der Herstellungsprozesse genutzt. Das prominenteste Beispiel hierfür sind so genannte „Speech-to-Text"-Dienste, welche es ermöglichen, gesprochene Worte aus Audio/Video-Aufnahmen automatisiert zu verschriftlichen (so genanntes „Transkript"). Im ZDF werden solche Dienste dazu genutzt, Videorohmaterialen (z. B. Interviewaufzeichnungen, Mitschnitte von Parteitagen) schneller durchsuchbar und relevante Passagen besser auffindbar zu machen.

KI in der Produktion: Transkription mit OpenAI Whisper



Ein Kernelement der „Speech-to-Text"-Dienste ist hierbei die Sprachunterstützung. Neben der deutschen Sprache werden im Rahmen der internationalen Berichterstattung auch Audio-/Video-Aufnahmen in vielen anderen Sprachen in die Produktionssysteme des ZDF eingespielt.

Die Implementierung von Sprachen war für die Anbieter von „Speech-to-Text"-Diensten bislang jedoch mit sehr hohen

Aufwänden verbunden, da für jede Sprache ein eigenes sogenanntes Sprachmodell erstellt und trainiert werden musste. Die im ZDF eingesetzten Dienste unterstützten entsprechend die für die Berichterstattung relevantesten Sprachen, d. h. Deutsch, Englisch und seit ca. Mitte 2022 auch Russisch (letztere mit Übersetzung ins Englische).

Mit Aufkommen der sogenannten „generativen KI“ hat sich der Markt für „Speech-to-Text“-Dienste in den vergangenen Monaten jedoch stark verändert. Neben den populären generativen KI-Diensten wie z. B. ChatGPT existieren auch KI-Modelle, welche auf die Verarbeitung von Audio-Aufnahmen spezialisiert sind. Eines der bekanntesten Modelle ist hierbei „Whisper“, welches genau wie ChatGPT von der US-amerikanischen Firma OpenAI entwickelt wurde. Das besondere an „Whisper“ ist, dass es frei genutzt werden darf (Open Source) und ca. 100 der wichtigsten Sprachen transkribieren und ins Englische übersetzen kann. Das ZDF integriert diese Technologie derzeit in seine KI-Plattform „mine.it“ und erweitert damit das Sprachangebot seiner „Speech-to-Text“-Dienste in einem Schritt von derzeit drei auf ca. 100 Sprachen.

1.4 ZDF-Finanzsituation

24. KEF-Bericht empfiehlt Erhöhung des Rundfunkbeitrags um 58 Cent

Die KEF hat am 23.02.2024 den 24. KEF-Bericht der Vorsitzenden der Rundfunkkommission der Länder, Ministerpräsidentin Malu Dreyer, überreicht. Beim 24. Bericht handelt es sich um einen beitragswirksamen Bericht mit einer Empfehlung der Kommission zur Beitragshöhe. Auf Grundlage ihrer Prüfungen kommt die KEF zu dem Ergebnis, den Ländern eine Erhöhung des Rundfunkbeitrages zum 01.01.2025 um 58 Cent auf 18,94 € zu empfehlen. Davon sollen 14 Cent auf das ZDF und 43 Cent auf die ARD entfallen. Für das Deutschlandradio ist keine Beitragsanpassung vorgesehen. Die Landesmedienanstalten, deren Finanzbedarf von der Kommission im Rahmen des KEF-Verfahrens nicht geprüft wird, partizipieren mit einem Cent. Die Beitragsempfehlung dient zur Kompensation des ungedeckten Finanzbedarfs (Fehlbetrags) der Rundfunkanstalten, welcher auf Grundlage der KEF-Anmeldungen nach Prüfung und Anpassung durch die Kommission ermittelt wurde.

Das ZDF hatte eine maßvolle Anmeldung abgegeben, die unterhalb der Inflationsrate liegt und damit bereits ein reales Minus beinhaltet. Dieses Minus fällt durch die Feststellungen der KEF noch deutlich größer aus. Die Anmeldung des ZDF war trotz digitaler Transformation, den Herausforderungen von Fake News und Filterblasen sowie der Nutzung von Künstlicher Intelligenz eng am Status quo orientiert. Auf die Anmeldung neuer Projekte oder eines Mehrbedarfs für programmliche oder technische Weiterentwicklungen hat das ZDF bewusst verzichtet. Die komplette digitale Transformation wird damit durch

Umschichtungen im Bestand gedeckt werden. Das gilt insbesondere für den mit der Transformation verbundenen Personalbedarf. Bereits seit längerem beträgt der Anteil des Personalaufwands am Gesamtaufwand des ZDF weniger als 20 %. Dieser Wert entspricht etwa dem Personalkostenanteil bei Privatsendern und liegt rd. bei der Hälfte von anderen öffentlich-rechtlichen Sendern in Europa. Trotz der Vorgabe der KEF nach einem weiteren Personalabbau in der kommenden Beitragsperiode ist das Haus entschlossen, den Umbau mit den zugestandenen Personalressourcen zu bewerkstelligen.

Das ZDF setzt auf eine verfahrenskonforme Umsetzung der KEF-Empfehlung durch die Länder und wird entsprechend Maßnahmen entwickeln, um die Vorgaben der KEF zu erfüllen.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

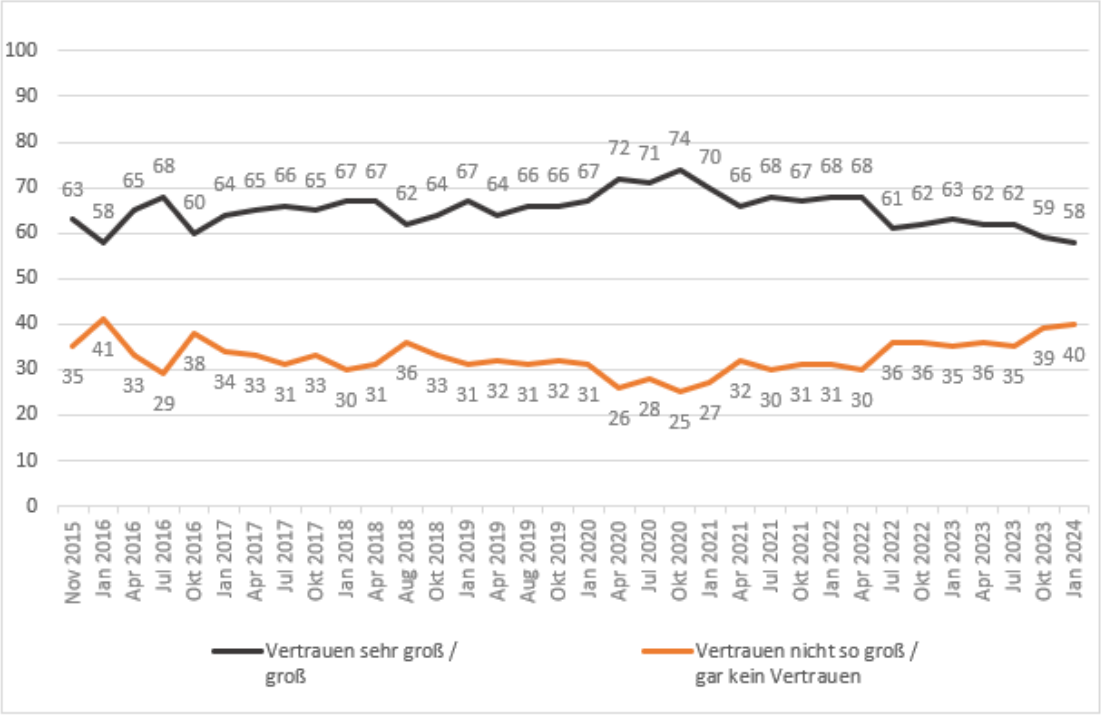
2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

Bei der aktuellen Januar 2024-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 58 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Der Rückgang von einem Prozentpunkt im Vergleich zur Oktober 2023 allein ist statistisch nicht als bedeutsam einzustufen. Es manifestiert sich allerdings das Gesamt-Niveau, wie es die Grafik seit November 2015 ausweist.

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

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



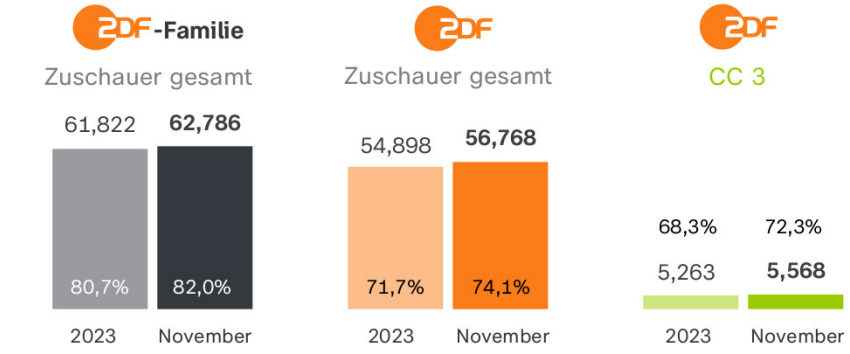
Im aktuellen Politbarometer wurden erstmals die Freien Wähler sowie das Bündnis Sarah Wagenknecht bei der Abfrage der Wahlabsicht aufgenommen. Die Werte zum Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender lassen sich nun auch für diese Parteien ausweisen. Beide Parteien erreichen nicht die Mindestfallzahl, um statistisch signifikante Aussagen zu ermöglich. Trotzdem lassen die Daten erkennen, dass die Anhänger und Anhängerinnen dieser beiden Parteien eine eher skeptische Haltung bezüglich der Berichterstattung von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern haben.

November 2023

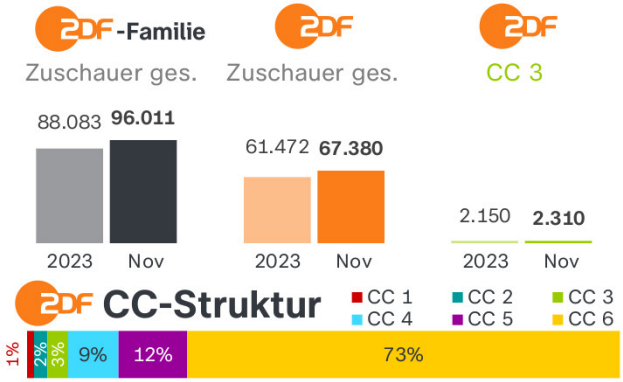
Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



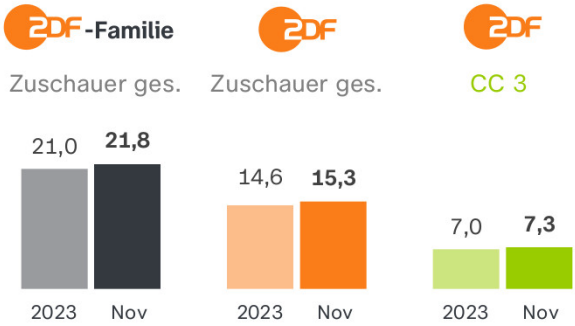
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



Vergleichssender

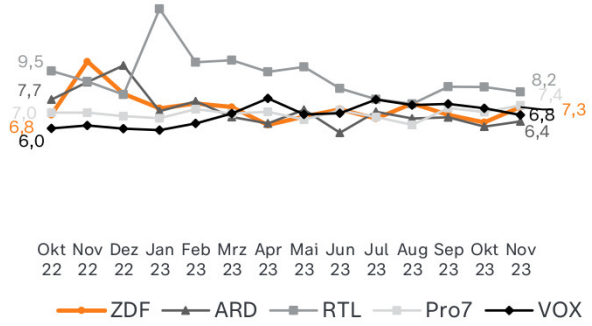
	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	**67.380**	**2.310**	**3**
ARD	51.810	2.036	6
RTL	33.969	2.601	1
VOX	20.314	2.160	4
SAT.1	20.765	2.129	5
Pro7	13.328	2.344	2

Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.			CC 3		
ZDF	15,3	(+0,9)	RTL	8,2	(-0,3)
ARD	11,8	(+0,1)	Pro7	7,4	(+0,4)
RTL	7,7	(+0,1)	ZDF	7,3	(+0,9)
SAT.1	4,7	(±0,0)	VOX	6,8	(-0,4)
VOX	4,6	(-0,3)	SAT.1	6,7	(+0,5)
Kabel 1	3,0	(-0,1)	ARD	6,4	(+0,3)
Pro7	3,0	(+0,1)	Kabel 1	5,1	(-0,1)
ZDFneo	2,8	(-0,1)	RTL ZWEI	4,3	(+0,2)
NDR	2,6	(-0,1)	NITRO	2,8	(-0,4)
RTL2	2,5	(+0,2)	Sky D ges	2,5	(+0,1)

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; Marktstandard TV

Infobox

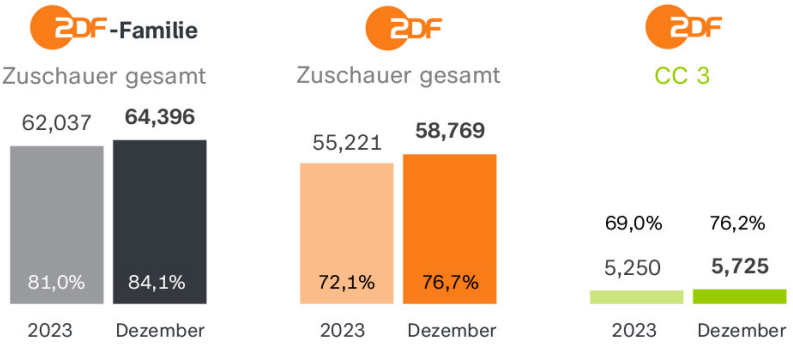
- Im November 2023 liegt das ZDF in der CC 3 über Jahresschnitt und kann fast 1 Prozentpunkt zum Oktober zulegen.
- *Wetten, dass..?* vom 25.11.2023 ist die nach Sehbeteiligung erfolgreichste Sendung in CC 1 bis 5 im aufgelaufenen Jahr. In der CC 6 liegt sie hinter zwei Folgen von *Nord Nord Mord* auf Platz 3.
- CC 3: Neben *Wetten, dass..?* dominieren Fußball und *heute journal*-Ausgaben die Top 10 nach Sehbeteiligung: Platz zwei belegt das Spiel *Österreich-Deutschland*; auf Platz 5 und 6 finden sich Zusammenfassungen anderer Spiele. Außerdem finden sich zwei Ausgaben der *heute-show* auf Platz 7 und 10. Im CC 3 Gesamt-Ranking der Sendungen aller Sender landet *Wetten, dass..?* vor dem Spiel *Österreich-Deutschland* auf Platz 1.

Dezember 2023

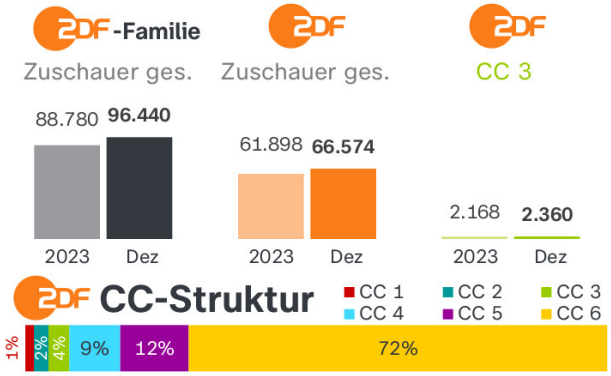
Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



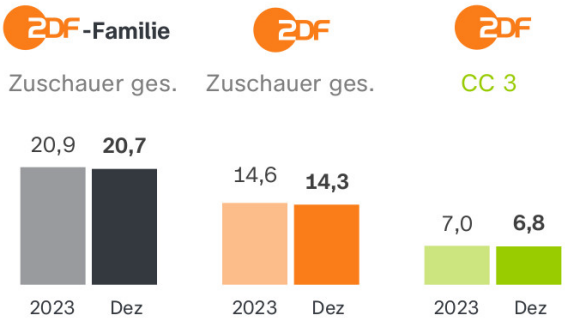
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



Vergleichssender

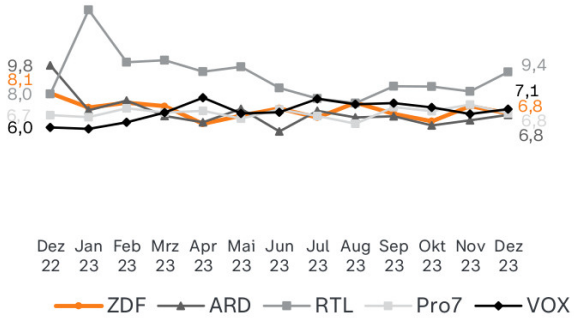
	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	**66.574**	**2.360**	**3**
ARD	56.689	2.328	5
RTL	36.552	3.235	1
VOX	20.642	2.451	2
SAT.1	22.789	2.323	6
Pro7	14.117	2.357	4

Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.			CC 3		
ZDF	14,3	(-1,0)	RTL	9,4	(+1,2)
ARD	12,1	(+0,3)	VOX	7,1	(+0,3)
RTL	7,8	(+0,1)	ZDF	6,8	(-0,5)
SAT.1	4,9	(+0,2)	Pro7	6,8	(-0,6)
VOX	4,4	(-0,2)	ARD	6,8	(+0,4)
Kabel 1	3,2	(+0,2)	Sat.1	6,7	(±0,0)
Pro7	3,0	(±0,0)	Kabel 1	4,8	(-0,3)
NDR	2,7	(+0,1)	RTL ZWEI	4,2	(-0,1)
ZDFneo	2,5	(-0,3)	Sky D ges	2,8	(+0,3)
RTL2	2,5	(±0,0)	NITRO	2,8	(±0,0)

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; Marktstandard TV

Infobox

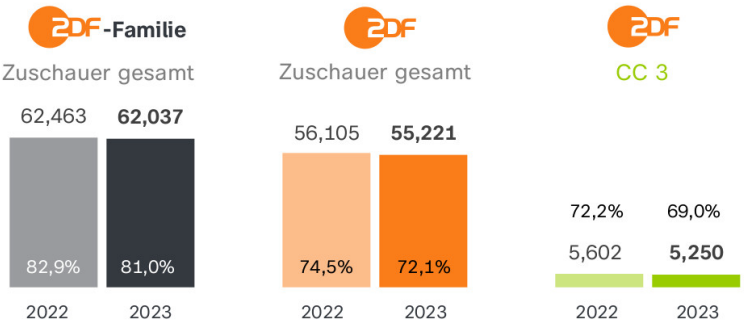
- Gegenüber Dezember 2022 kann das ZDF seinen MA halten, verliert aber in CC3 deutlich (im Dezember 2022 fand die Fußball WM in Katar statt).
- *Nord Nord Mord* vom 18.12. erreicht 8,89 Mio. Zuschauer*innen und ist damit die vierterfolgreichste ZDF-Sendung 2023 hinter *Wetten, dass..?* und zwei weiteren Ausgaben von *Nord Nord Mord*.
- CC 3: Die ZDF-Top 10 im Dezember wird angeführt von der *heute-show* vom 08.12.; weitere Ausgaben der *heute-show* belegen Platz 4 und 7. Das Spiel *DFB Pokal Stuttgart-Dortmund* belegt Platz 2, gefolgt von der *Helene Fischer-Show* auf Platz 3. *Das Traumschiff* belegt Platz 5. Im Gesamt-Ranking der Sendungen aller Sender belegt die *heute-show* vom 08.12. Rang 4. Der *DFB Pokal* belegt Platz 6 und *Die Helene Fischer-Show* Platz 7.

Jahr 2023

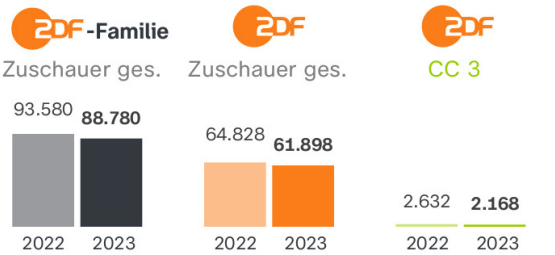
Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolumen in Mio. Min.

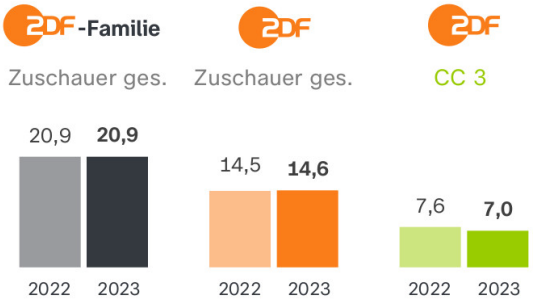


ZDF CC-Struktur

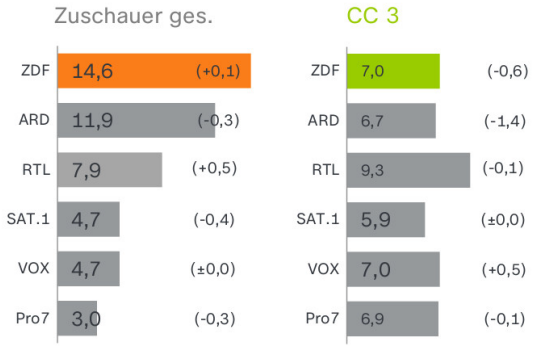
Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	**61.898**	**2.012**	**4**
ARD	50.321	1.770	5
RTL	33.282	2.007	1
SAT.1	19.776	1.514	6
VOX	19.786	1.985	2
Pro7	12.856	1.666	3

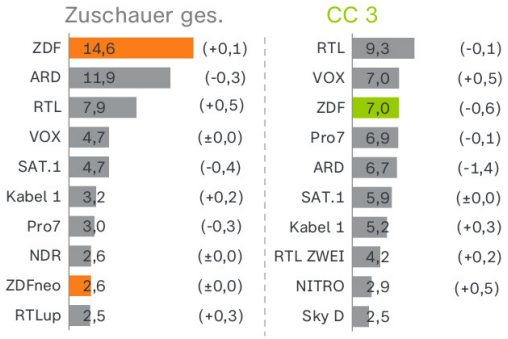
Marktanteil in %



Vergleichssender-Ranking



Top 10 Sender MA in %



Quelle: AGF-Videoforschung; AGF SCOPE 1.4; Marktstandard TV

Infobox

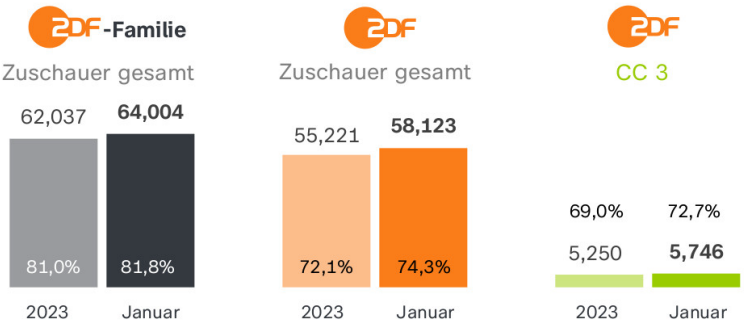
- Das ZDF verteidigt im Jahr 2023 seine Marktführerschaft. In der CC3 kann sich das ZDF verbessern und erreicht zusammen mit VOX Platz 2.
- Das ZDF ist 2023 in allen Monaten Marktführer. Die höchsten Monatsmarktanteile entfallen auf Januar (15,5%), November (15,3%) und Februar (15,2%). In CC 3 erzielt das ZDF im Februar und August seine höchsten Marktanteile (je 7,5%).
- CC 3: Die erfolgreichste Sendung des ZDF nach Sehbeteiligung 2023 ist *Wetten, dass..?* (1,07 Mio. / 49,3% MA). Platz 2 belegt das Fußballspiel Österreich-Deutschland (0,71 Mio. / 31,4%) und Platz 3 das CL-Spiel Manchester City-Inter Mailand (0,64 Mio. / 35,9%). *Wetten, dass..?* ist auch in der Hitliste über alle Sender die erfolgreichste Sendung 2023.

Januar 2024

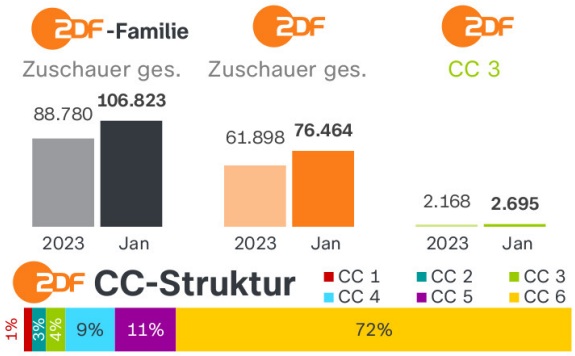
Medienforschung

Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



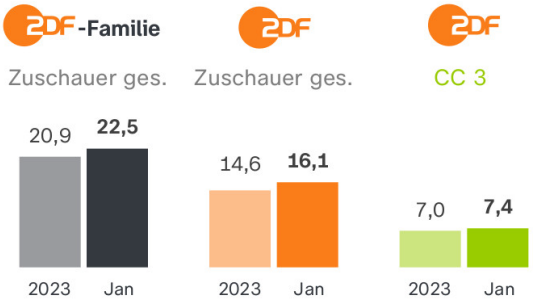
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



Vergleichssender

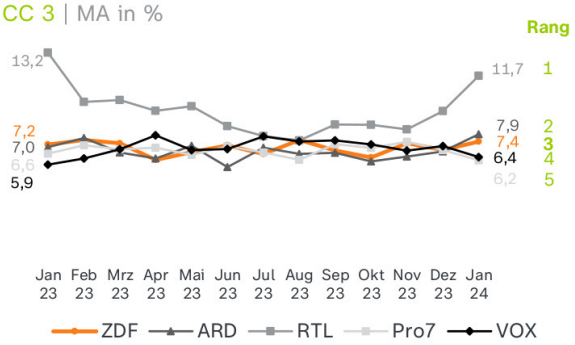
	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	**76.464**	**2.695**	**3**
ARD	63.534	2.868	2
RTL	44.241	4.260	1
VOX	19.407	2.322	4
SAT.1	20.461	2.004	6
Pro7	12.672	2.248	5

Marktanteil in %

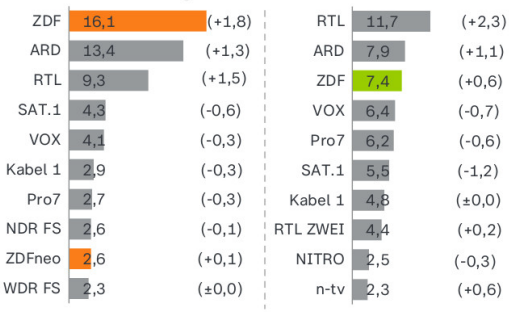


Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %



Infobox

- Bei Zuschauern ab 3 Jahren erzielt das ZDF den höchsten Januar-Marktanteil seit 1994 (18,7% MA). Neben der Handball-EM 2024 ist das Hauptprogramm auch mit fiktionalen Inhalten erfolgreich.
- In CC 3 erreicht das ZDF im Januar einen höheren Marktanteil als im Vorjahresmonat und startet als Dritter im Senderranking in das Jahr 2024
- CC 3: Vor allem die Übertragungen von der Handball-EM 2024 und vom Wintersport tragen zum Erfolg des ZDF bei. Unter anderem findet man aber auch Comedy, *Aktenzeichen XY* und *Der Bergdoktor* in der TOP 50 des ZDF. Stärkste TV-Sendung über alle Sender hinweg ist im Januar das Spiel der Handball-EM Deutschland vs. Dänemark (0,99 Mio. / 39,8% MA) im ZDF.

Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; bis 2023 Marktstandard TV, ab 2024 Marktstandard Bewegtbild; Quelle Online: Piano; AGF in Zusammenarbeit mit Nielsen, Zensusdaten DCR

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Mehrere ambitionierte Mehrteiler/Miniserien in der ARD hatten Schwierigkeiten, linear ihr Publikum zu finden. Bei den aufwändigen Produktionen „Davos 1917“, „Oderbruch“ oder Kida Ramadans „Testo“ wurde die Orientierung auf ein Mediathekspublikum deutlich. Der Thriller „Haus aus Glas“ wurde den Genre-Ansprüchen ebenfalls nur schwer gerecht. Daneben gab es bei den politischen Talkshows der ARD Neuerungen. Die Neuformatierung des Talks am Sonntag anlässlich der Übernahme von Caren Miosga (u. a. mit Wolodymyr Selenskyj) sowie der Produzentenwechsel bei „Hart aber fair“ offenbarten dramaturgische Änderungen, sowohl im Linearen, wie auch bei der Aufbereitung für die ARD-Mediathek. Hohe inhaltliche Relevanz besaß die Doku „Wir waren in der AfD – Aussteiger berichten“.

Sat.1 investierte in einen fiktionalen werktäglichen Serien-Sendeplatz um 19:00 Uhr und testete verschiede Modelle mit dem Ziel, die Sehbedürfnisse nach täglicher Bindung und episodischer Erzählweise am Vorabend auszubalancieren. „Die Landarztpraxis“ als gelungene Mischung aus Heimat- bzw. Arzt-Serie und Daily Soap geht in eine zweite Staffel, die Krimi-Familienserie „Das Küstenrevier“ läuft aktuell noch. Sowohl RTL als auch Amazon Prime Video adaptierten die angelsächsische Angebotskonzeptionen des Weihnachts-Specials in der Unterhaltung: Die Shows „Let’s dance“ resp. „LOL: Last One Laughing“ sorgten damit auch zur Weihnachtszeit für Aufmerksamkeit.

Die ZDFmediathek bot früh einen Schwerpunkt mit weihnachtlicher Fiction an. In Summe erreichte die Weihnachtsfiktion im Zeitraum 16.11.2023 bis 04.01.2024 13,36 Mio. Views. Im Feiertagszeitraum (01.12.23 bis 04.01.24) wurden im Genre Fiktion 126,53 Mio. Views erzielt. Neben dem klassischen Weihnachtsprogramm konnte die ZDFmediathek einen Schwerpunkt mit internationalen Spielfilmen anbieten, der mit knapp 5 Mio. Views innerhalb der Fiktion im Dezember wesentlich zur Nutzung insbesondere durch jüngere Zielgruppen beitrug. Zu Jahresbeginn steigerten ebenfalls starke fiktionale Formate die Nutzung in der ZDFmediathek – allen voran „Der Bergdoktor“ und „Das Traumschiff“.

ZDF-Team erlebt Angriff auf Hotel in Charkiw

Im Dezember 2023 wurde im ukrainischen Charkiw ein ZDF-Team bei einem russischen Raketeneinschlag verletzt. Das ZDF sprach von einem Angriff Russlands auf die freie Presse, wird jedoch unverändert über den Krieg gegen die ukrainische Zivilbevölkerung berichten. Die Nachrichtensendungen haben den Angriff im Rahmen ihrer Berichterstattung thematisiert, ohne ihn demonstrativ in den Fokus zu stellen. Bei „ZDFheute“ hat die betroffene Reporterin Alica Jung einen Aufsager gemacht, einen Text verfasst und im Rahmen von „ZDFheute live“, dem „ZDFmorgenmagazin“ und „Volle Kanne“ berichtet. Als

Konsequenz verzichten die Teams aktuell während der Drehreisen im ukrainischen Osten auf Übernachtungen. Die Berichterstattung ist eingeschränkt weiterhin möglich. Bestehende Sicherheitskonzepte werden laufend überprüft.

Proteste der Landwirte und Bahn-Streik

Im Januar und Februar war die Nachrichtenlage stark durch die Proteste von Landwirten und den Streiks bei der Deutschen Bahn geprägt, was die Öffentlichkeit durchaus bewegte und polarisierte. Trotz der Einschränkungen im Verkehr zeigte eine Mehrheit der Bevölkerung laut ZDF-Politbarometer Verständnis für die Landwirte. Das ZDF entschied sich, ein „ZDFspezial“ zur „Wut der Bauern“ auszustrahlen. Zusätzlich wurde in den Nachrichtensendungen des ZDF darüber ausführlich berichtet, wobei die Landesstudios intensiv einbezogen wurden. Auch „Markus Lanz“ und „maybrit illner“ nahmen die Proteste zum Anlass für die Themensetzung ihrer Sendungen. Der „Bahnstreik“ stand nachrichtlich ebenfalls sehr weit oben, wurde vor allem vom Landesstudio Berlin differenziert aufgegriffen und war mehrfach Thema bei „ZDFheute live“.

Seit dem 02.01.2024 sendet das gemeinsame „Mittags-magazin“ von ZDF und ARD in doppelter Länge von zwei Stunden. Das Format bietet mehr Talks, Hintergrundberichte und Publikumsdialoge. Die aktuelle Berichterstattung bleibt weiterhin der Schwerpunkt der Sendung, daneben wurde das Format publizistisch noch stärker zum Schaufenster der Regionen ausgelegt. Kultur, Klima- und Zukunftsthemen sowie regionale Lebenswirklichkeiten stehen ebenfalls im Fokus. Die Zusammenarbeit zwischen MDR und ZDF sieht zudem eine stärkere Vernetzung der Themen und Beiträge in den Mediatheken und auf den Social-Media-Kanälen vor. In jeder Stunde wird live zu Korrespondentinnen und Korrespondenten geschaltet und so das starke Korrespondentennetz des ZDF eingebunden. In der Rubrik ‚Expedition‘ werden in Form einer Entdeckungsreise weniger bekannte Winkel Deutschlands vorgestellt. Weiteres Highlight ist eine 15-minütige Doku, die dem Publikum verschiedene Lebenswelten wie z. B. den Alltag in einem Krankenhaus oder auf einer Bergwacht vorstellt. Auch Glamour, True Crime und bildstarke Reisegeschichten zählen zu dieser Rubrik.

Die Handball-Heim-EM im Januar 2024 sorgte für herausragende Sehbeteiligungen bei den Spielen des deutschen Teams. Trotz der Niederlage der Deutschen war das Halbfinale für das ZDF ein großer Erfolg. So schalteten 9,69 Mio. Menschen ab drei Jahren beim Spiel zwischen Deutschland und Dänemark ein (34,4 % MA, 42,2 % bei 14-49). Zusätzlich boten zwei „sportstudio reportagen“ Einblicke in das Turnier und das DHB-Team. Über die Handball-Event-Livestreams kamen 6,5 Mio. Views in der ZDFmediathek zusammen. In der ZDFmediathek wurden auch Spiele ohne deutsche Beteiligung erfolgreich gestreamt. Videos-on-Demand zum Turnier sammelten noch einmal 2,7 Mio. Views ein. Auch bei Kindern weckte die EM große Begeisterung für den

Sport und die deutsche Mannschaft. Die Kindernachrichten „logo!“ begleiteten das Turnier mit Spielberichten und Erklärbeiträgen über den Handball-Torwart und den Stadion-Umbau zur Handball-Arena. Auf großes Interesse im jungen Publikum stieß das Interview einer Kinderreporterin mit Handball-Nationalspieler Julian Köster, das in einer zehnminütigen Langfassung auf YouTube ausgespielt wurde. Auf den Social-Media-Kanälen des „sportstudios“ war die EM ein Erfolgstreiber. Bei Instagram und TikTok erreichten Beiträge in der Spitze bis zu 4,5 Mio. Views, bei YouTube insgesamt 3,45 Mio. Views.

Der bildstarke Dreiteiler „Megacitys“ tauchte zu Beginn des neuen Jahres tief in die drei Metropolen Lagos, Mexiko City und Chongqing ein und bereicherte in einer informationsärmeren Zeit nach den Feiertagen die publizistische Landschaft. Mit Winterschwerpunkten wie diesem stellt das ZDF die Qualität seines Korrespondentennetzes und sein öffentlich-rechtliches Profil unter Beweis. Die Korrespondentinnen und Korrespondenten zeigten nicht nur glänzende Hochhausfassaden und Street Food, sondern schauten auch in Slums und raue Ecken, an denen die Menschen tagtäglich ums Überleben kämpfen müssen. Seit der Livestellung der drei Videos am 28.12.2023 konnten sie pro Folge durchschnittlich 300.000 Views einsammeln.

Zum Jahrestag des Tsunami in Südostasien ließ das ZDF mit dem Familiendrama „Die zweite Welle“ zwei ineinander verwobene Katastrophen aufleben. Die lineare Ausstrahlung erfolgte Ende Dezember auf der zweiten Leiste mit jeweils drei Folgen und konnte mit einstelligen Anteilen am Gesamtmarkt nicht zufrieden stellen. Erneut zeigte sich, dass sich horizontal erzählte Stoffe schwertun, linear ein großes Publikum zu finden, zumal der Start wegen des Lebensbildes von Wolfgang Schäuble um 15 Minuten im Ablauf verschoben wurde. In der ZDFmediathek dagegen fand das Publikum die Serie auf Anhieb – mit sehr guten Abrufzahlen schon vor der TV-Ausstrahlung: Nach 30 Tagen (04.11.-03.12.2023) erreichten die sechs Folgen im Schnitt 0,38 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer sowie 574.000 Views pro Folge; nach 90 Tagen (bis 01.02.24) waren es 0,66 Mio. und 996.000 Views pro Folge. Der Großteil der Abrufe erfolgte vor der linearen Ausstrahlung.

Kurz vor Weihnachten startete im Vorabendprogramm die lineare Ausstrahlung des vierteiligen Social Factuals „Buchstäblich leben! Meine Reise zum Lesen und Schreiben“. Sabine Heinrich begleitete acht Menschen, um deren Lese- und Rechtschreibschwäche zu besiegen. Die starke Emotionalität, die von diesem Format ausging, und die gesellschaftliche Relevanz dieser immer noch tabubehafteten Thematik waren der Anlass für eine Programmierung in der gefühlvollen Weihnachts- und Jahreswechselzeit. Die Programmierung dient als mögliche Blaupause für weitere Social Factuals, für die das ZDF Impulsgeber bleibt. Linear erzielte das Format durchschnittlich 9 % Marktanteil ges., in der ZDFmediathek im Schnitt 70.000 Views.

Das für Weihnachten 2023 neu produzierte Märchen „Rapunzel und die Rückkehr der Falken“ feierte an Heiligabend im ZDF Premiere. Die Adaption mit hohen Schauwerten konnte das Publikum mit einem Marktanteil von 11 % überzeugen. In der Neuinterpretation des Klassikers wächst Rapunzel als Waisenkind bei einer Zauberin auf. Anders als im Original der Brüder Grimm sperrt diese Rapunzel nicht zur Strafe, sondern zum Schutz vor einer Königin in einen Turm. Die Umsetzung bot hohe Schauwerte vor der Kulisse des Elbsandsteingebirges.

In der „heute-show”-Weihnachtspause soll das Publikum möglichst mit einem vergleichbaren Humor-Angebot bedient werden, das junge Publika anspricht, aber auch die Attraktivität der ZDFmediathek zum Jahresende steigert. Der Abend des 29.12.2023 stand daher im Zeichen der ZDF-Satire: „Welke & Pastewka – Wiedersehen macht Freude“ warf einen selbstironischen Blick auf 60 Jahre Sendergeschichte und präsentierte in dem einstündigen Format Skurrilitäten aus 60 Jahren ZDF. Eine 15-minütige „heute-show history“-Ausgabe mit dem Titel „Oh Mann, … 60 Jahre Frauen im ZDF“, in der Valerie Niehaus die Sendergeschichte aus der Perspektive von Frauen präsentierte, zeigte satirisch auf, warum es genau diese Damen waren, die den Sender so erfolgreich machten. Zwischen diesen Formaten führten ab 23:30 Uhr die Satiriker Fabian Köster und Lutz van der Horst im „heute-show spezial: Das war 2023“ durch das vergangene Jahr. Bereits am 15.12.2023 zeigten Werner Doyé und Andreas Wiemers ihren alljährlichen „Satirischen Jahresrückblick“.

2.3 Auszeichnungen/ Preise

Duisburger Filmwoche 2023

Sendung / Beitrag:	**„Einzeltäter“**
Kategorie:	3sat-Dokumentarfilmpreis
Zuständige Redaktion:	Das kleine Fernsehspiel
Verantwortliche Redakteurin:	Lucia Haslauer

96th Academy Awards / Oscars 2024

Sendung / Beitrag:	**„Das Lehrerzimmer“**
Kategorie:	Nominierung Bester internationaler Film
Zuständige Redaktion:	HR Fernsehfilm/Serie I
Verantwortliche Redakteure:	Alexandra Staib (ZDF), Olaf Grunert (ZDF/ARTE)

Sendung / Beitrag:	**„Olfas Töchter“**
Kategorie:	Nominierung Bester Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Martin Pieper

International Emmy Awards 2023

Sendung / Beitrag:	**„Die Schnetts und die Schmoos“**
Kategorie:	Bestes Kinderprogramm/Animation
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Japan Prize 2023

Sendung / Beitrag:	**„Die Schnetts und die Schmoos“**
Kategorie:	Award for the Best Works, Pre-School Division
Zuständige Redaktion:	HR Kinder und Jugend
Verantwortliche Redakteurin:	Nicole Keeb

Deutsch-Tschechischer Journalistenpreis 2023

Sendung / Beitrag:	**„Die Spur: Dreckige Deals mit deutschem Müll“**
Kategorie:	Deutsche Kategorie Multimedia
Zuständige Redaktion:	HR Politik und Zeitgeschehen
Verantwortliche Redakteure:	Ulrike Brödermann, Markus Wenniges
Sendung / Beitrag:	**„Re: Theresienstadt und das Lager – Maroder Gedenkort oder lebenswerte Stadt“**
Kategorie:	Sonderpreis „Milena Jesenská“
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteurin:	Miriam Carbe

Deutscher Sozialpreis 2023

Sendung / Beitrag:	**„Femizid – Wenn Männer Frauen töten“**
Kategorie:	Bewegtbild
Zuständige Redaktion:	ZDFinfo
Verantwortliche Redakteurin:	Katrin Müller-Walde

Doc.Berlin 2023

Sendung / Beitrag:	**„Ab 18! – A Body like mine”**
Kategorie:	Bester Deutscher Dokumentarfilm
Zuständige Redaktion:	3sat
Verantwortliche Redakteurin:	Katya Mader

Chicago International Film Festival 2023

Sendung / Beitrag:	**„Green Border“**
Kategorie:	Audience Choice Award
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Simon Ofenloch

International Film Festival Rotterdam 2024

Sendung / Beitrag:	**„Green Border“**
Kategorie:	Zuschauerpreis
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortlicher Redakteur:	Simon Ofenloch

DOC New York 2023

Sendung / Beitrag:	**„Total Trust“**
Kategorie:	Grand Jury Preis
Zuständige Redaktion:	ARTE
Verantwortliche Redakteure:	Martin Pieper, Susanne Mertens

Preise und Auszeichnungen an Persönlichkeiten

Preisträger:	**Ulf Röller**
Auszeichnung:	Werner-Holzer-Preis 2023 für herausragenden Auslandsjournalismus
Preisträger:	**Lutz van der Horst**
Auszeichnung:	Journalist des Jahres 2023 in der Kategorie Unterhaltung (gekürt vom Medium Magazin)
Preisträger:	**Fabian Köster**
Auszeichnung:	Journalist des Jahres 2023 in der Kategorie Unterhaltung (gekürt vom Medium Magazin)

Preise und Auszeichnungen für Innovationen

Preisträgerin:	**ZDFmediathek**
Auszeichnung:	HbbTV-Award 2023 in der Kategorie ‚Best Technology Innovation‘ für das neue „Zapping“-Feature (gekürt von der EBU)

Dr. Norbert Himmler

Intendant