



Tätigkeitsbericht

**zur 03. Sitzung in der XVII. Amtsperiode des Fernsehrates
am 13. Dezember 2024 in Mainz**

Sehr geehrte Damen und Herren,

dass die erste Novemberwoche 2024 mit der Wahl des 47. US-Präsidenten historisch werden könnte, war ein Stück weit absehbar. Dass sie es aber nicht nur außen-, sondern auch innenpolitisch werden würde – mit entsprechenden Herausforderungen für unsere aktuelle Berichterstattung – eher nicht. Wie wir aus den Nutzungsdaten wissen, wendet sich die Bevölkerung in solchen Situationen verstärkt den Öffentlich-Rechtlichen zu. So war es auch dieses Mal, und ihr Vertrauen wurde, was das ZDF-Programm angeht, gerechtfertigt.

Als Bundeskanzler Olaf Scholz am Abend des 06.11.2024 das Ende der regierenden Ampelkoalition verkündete, unterbrach das ZDF zum zweiten Mal in dessen langer Geschichte „AktENZEICHEN XY... ungelöst“, um die Rede im Hauptprogramm zu übertragen und einzuordnen. Erstmals wurde dazu die Flexibilität des vor allem über YouTube verbreiteten Formats „ZDFheute live“ genutzt, und das nur wenige Momente, nachdem ihr 30 Jahre junger Moderator eine fast 40-minütige Live-Sendung über den Wahlsieg Donald Trumps beendet hatte. Das zu diesem Zweck konzipierte, aber noch nicht fertiggestellte Selbstfahrerstudio, das die neuen Mitglieder unter ihnen von ihrer Einführung im Sommer als Baustelle kennen, bestand seine überraschende Vorpremiere ohne größere sichtbare technische Besonderheiten. Online maß das Angebot von ZDFheute mit 7,6 Mio. Aufrufen auf Website und App den nutzungsstärksten Tag seiner Geschichte.

Auch an den darauffolgenden Tagen behielt das ZDF den Überblick über die Nachrichtenlage, und lieferte neben Einordnungen zum Ergebnis der US-Präsidentschaftswahl Erklärungen der wichtigsten Protagonisten aus Noch-Regierung und Opposition, zumeist in Live-Interviews. Auch die Forschungsgruppe Wahlen reagierte rasch und lieferte noch vor dem Wochenende ein interessantes Politbarometer, u. a. mit einem Meinungsbild der Bevölkerung zum Zeitpunkt von Neuwahlen.

Der überzeugenden Reaktion der Kolleginnen und Kollegen auf die Breaking News-Situation folgten umgehend Planungen im Hinblick auf den für den 23.02.2025 avisierten Wahltermin, sollte der Bundespräsident diesen Termin nach der für Mitte Dezember angekündigten Vertrauensfrage des Bundeskanzlers festlegen. Erste Überlegungen zu diesen Plänen, die auch juristische Fragen umfassen, habe ich Ihnen im Programmausschuss Chefredaktion bereits skizziert. U. a. werden wir die Winterpause unserer Gesprächsformate „maybrit illner“ und „Markus Lanz“ verkürzen, die gerade ihre 1.000. resp. 2.000. Ausgabe auf den Bildschirm gebracht haben (s. auch S. 16f.). Ich darf sie Ihnen schon jetzt besonders ans Herz legen.

■ **Inhalt**

1.	Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld	3
1.1	Medienpolitik	3
1.2	Medienbranche	6
1.3	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	14
2.3	Auszeichnungen/ Preise	21

■ **Berichtszeitraum: 27.09.2024 – 13.12.2024**

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Nachdem der 24. KEF-Bericht in diesem Jahr bereits Gegenstand intensiver Beratungen in den Aufsichtsgremien des ZDF war und die Länder die Beitragsempfehlung aus diesem Bericht nicht umgesetzt haben, hat das ZDF am 19.11.2024 Beschwerde beim Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe eingereicht (s. auch [hier](#)). Die Unabhängigkeit unserer Berichterstattung steht und fällt mit der Unabhängigkeit unserer Finanzierung. Über den Fortgang werde ich Sie auf dem Laufenden halten.

| **Verfassungs-
beschwerde des ZDF**

Die Regierungschefinnen und Regierungschefs haben auf der Ministerpräsidentenkonferenz der Länder Ende Oktober 2024 eine Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschlossen. Der Reformstaatsvertrag sieht zahlreiche Anpassungen im Medienstaatsvertrag, im ARD-Staatsvertrag, im ZDF-Staatsvertrag, im Deutschlandradio-Staatsvertrag sowie vereinzelt im Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag vor. Wesentliche Inhalte des Reformstaatsvertrags sind:

| **Beschluss der
Regierungschefs der
Länder zum Entwurf
eines Reformstaats-
vertrag**

- Neuordnung der Sparten- und Gemeinschaftsangebote: Alle Angebote sollen in drei Körben als gemeinsame Angebote von ARD und ZDF strukturiert werden:
 - a. Im Bereich Kultur wird den Anstalten die Option eröffnet, in Abstimmung mit den europäischen Partnern 3sat ganz oder in Teilen mit ARTE zu verschmelzen.
 - b. Im Bereich Information (bisher phoenix, ARD alpha, tagesschau24, ZDFinfo) soll eine Reduktion auf zwei Angebote stattfinden.
 - c. Im Korb „Angebote für junge Menschen“ (bisher KiKA, funk, ONE, ZDFneo) soll neben KiKA und funk ein Angebot für jüngere Erwachsene veranstaltet werden.

Perspektivisch sollen alle verbleibenden linearen Fernsehprogramme in Telemedienangebote überführt werden, sobald die Nutzung überwiegend über Telemedienangebote erfolgt. Spätestens soll dies jedoch zum 01.01.2033 erfolgen, für das Angebot für jüngere Erwachsene bereits spätestens zum 01.01.2029.

- Presseähnlichkeit: Es wird eine Verschärfung des Verbots der sog. „Presseähnlichkeit von Online-Angeboten“ vorgesehen. Das Gebot der Gestaltung der Angebote im Schwerpunkt durch Bewegtbild oder Audio soll nicht nur für Portale, sondern auch für Telemedien auf Drittplattformen gelten. Die Verwendung von Text auf eigenen Portalen ist nur zulässig, soweit er unter bestimmte im Gesetz vorgeschriebene Kategorien fällt, z. B. Schlagzeilen zu aktuellen Ereignissen nebst Echtzeitberichterstattung, Faktenchecks und sog. sendungsbegleitende Texte. Letztere unterliegen weiteren gesetzlichen Vorgaben. Dabei darf der Bezug nur zu Sendungen

hergestellt werden, die nicht länger als vier Wochen zurückliegen. Ausnahmsweise darf bei Ereignissen von besonderer gesamtgesellschaftlicher Bedeutung auch zur Vorbereitung einer konkreten Sendung ein begleitender Text veröffentlicht werden.

- Weitere Themenfelder betreffen u. a. die Regulierung der Ausgaben für Sportrechte, eine Auftragsfokussierung einschließlich der zielgruppengerechten Interaktion mit Nutzerinnen und Nutzern, Partizipation und Gesellschaftsdialog, Investitionen in technologische Innovation, die Gestaltung und Verbreitung der Angebote, Partnerschaften mit Bildungs- und Kultureinrichtungen sowie die Steuerung der Angebote anhand von Leistungsanalysen. Zur Überprüfung der Auftragserfüllung soll zusätzlich ein unabhängiger Medienrat eingerichtet werden. Es wird eine Zusammenarbeitsverpflichtung von ARD, ZDF und DRadio vorgesehen, unter Wahrung ihrer journalistischen und publizistischen Eigenständigkeit und nach Maßgabe von Wirtschaftlichkeitseffekten. Die Verbreitung der Angebote über ein gemeinsames technisches Plattformsystem soll gesetzlich vorgegeben werden. Die Steuerung ist über eine gemeinsame Gesellschaft von ARD, ZDF und DRadio vorgesehen. Weitere Vorgaben betreffen Rahmenbedingungen für die Vergütung, Kostensteuerung und Finanzierung.
- Wesentliche Neuerungen im ZDF-Staatsvertrag betreffen die Schaffung eines vierten Organs „Direktorium“ sowie die Umsetzung der Vorgaben des European Media Freedom Acts (EMFA).
- Änderungen im Finanzierungsstaatsvertrag betreffen u. a. Grundsätze zur Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit und eine Erweiterung der KEF-Kompetenzen. Dabei ist bisher eine Einigung auf ein neues Finanzierungsfestsetzungsverfahren ebenso wenig erfolgt wie eine Umsetzung der KEF-Empfehlung zur Erhöhung des Rundfunkbeitrags auf 18,94 €. Schließlich werden weitere Vorgaben für kommerzielle Tätigkeiten vorgesehen.
- Änderungen des ARD-Staatsvertrags betreffen die ARD-Struktur. Es wird die Einführung eines Federführungsmodells mit Entscheidungsbefugnissen sowie die Reduzierung von Hörfunkprogrammen vorgesehen.

Das parlamentarische Verfahren mit einer Vorunterrichtung der Landesparlamente wurde bisher noch nicht eingeleitet.

Das Landgericht Stuttgart hat in einer im November bekannt gewordenen Entscheidung das Angebot „Newszone“ als telemedienrechtlich zulässig erachtet, da es insbesondere nicht gegen das Verbot der Presseähnlichkeit verstoße. Zuvor hatte dasselbe Gericht das Angebot noch untersagt. Dieses Urteil wurde jedoch aus formalen Gründen, da zuvor das Schlichtungsverfahren nicht durchgeführt wurde, wieder aufgehoben. Das Gericht hat

**| Unterlassungsklage
der Schwäbischen
Zeitung gegen den
SWR gescheitert**

seine Rechtsauffassung nun geändert und nicht alleine die technische Applikation „Newszone“ als Betrachtungsgegenstand herangezogen, sondern das gesamte dahinter liegende Telemedienangebot. Dieses war nach Auffassung des Gerichts insgesamt nicht presseähnlich. Die klagenden Presseverleger haben Rechtsmittel gegen die Entscheidung angekündigt.

In der Schweiz steht das sogenannte Auslandmandat der SRG zur Debatte, von dem 3sat ein Teil ist. Außer 3sat zählen noch die Internetplattformen Swissinfo und tvsvizzera.it sowie TV5MONDE zum Auslandmandat. In der Schweiz ist dieses Mandat zur Hälfte durch den Bund finanziert, also nicht durch die Medienabgabe, sondern durch Steuergelder. Diese sollen nun gekappt werden: Eine vom Schweizer Bund berufene Expertenkommission hat ihre Ergebnisse Anfang September 2024 präsentiert. Die insgesamt rd. 60 Sparvorschläge für ganz unterschiedliche Bereiche würden es der SRG SSR nicht mehr erlauben, das Auslandmandat im heutigen Umfang aufrechtzuerhalten. Mit einer Entscheidung des Schweizer Parlaments wird 2026 gerechnet.

**Auslandsangebot
der SRG gefährdet**



Der Schweizerische Bundesrat hatte im Juni dieses Jahres entschieden, die Höhe der Medienabgabe von jährlich 335 auf 300 CHF zu reduzieren. Diese von der Regierung verordnete Reduktion wird in zwei Etappen umgesetzt. 2027 wird die Abgabe für private Haushalte auf 312 CHF reduziert, 2029 dann auf 300 CHF. Außerdem sollen ab 2027 mehr Unternehmen als bisher von der Medienabgabe in der Schweiz befreit werden, nämlich dann etwa 80 %. Daneben behandelt das Schweizer Parlament derzeit die sogenannte Halbierungsinitiative. Diese schlägt vor, die Medienabgabe auf maximal 200 CHF pro Haushalt zu reduzieren

Auch in anderen Ländern in Europa steht die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks derzeit unter Druck. Die folgende Grafik gibt einen aktuellen Überblick.

**Rundfunkfinanzierung
in Europa unter
Druck**



1.2 Medienbranche

Das US-Medienunternehmen Warner Bros. Discovery hat für 2026 den Start seines Streamingdienst MAX in Deutschland angekündigt. Außerhalb von Deutschland bietet MAX unter anderem Premium-Inhalte des bekannten und erfolgreichen US-Senders HBO an. 2026 laufen die Verträge von Warner Bros. Discovery mit RTL Deutschland und Sky Deutschland aus, die bislang ausgewählte Inhalte des Konzerns exklusiv in Deutschland auf ihren Plattformen RTL+ und WOW anbieten. Diese Inhalte stehen zukünftig nicht mehr für diese und andere Plattformen zur Verfügung.

| **Wettbewerb im Streaming-Markt verschärft sich weiter**

Disney+ hat im Oktober die Preise für seine werbefreien Abos von bislang 89,90 € pro Jahr auf bis zu 139,90 € jährlich – je nach Angebotsumfang – deutlich erhöht. Nur das Standardabonnement mit Werbung bleibt mit 5,99 € pro Monat unverändert. Das werbefinanzierte Abonnement wird ferner durch eine Kooperation mit Lidl besonders gefördert. Je nach Einkaufsvolumen bei Lidl steht das Disney+-Standardabonnement mit Werbung den Lidl-Kundinnen und Kunden ermäßigt oder sogar kostenlos zur Verfügung. Werbefinanzierte Abo-Modelle gewinnen für die Streamer zunehmend an Relevanz. Aktuell buchen beispielsweise mehr als 50 % aller Netflix-Neukundinnen und -kunden bereits den vergünstigten Netflix-Werbetarif.

| **Deutliche Preiserhöhung bei Disney+**



Für RTL und ProSiebenSat.1 erhöht sich durch die Werbeöffnung der US-Streaming-Plattformen zunehmend der Wettbewerbsdruck (s. auch S. 15). Die beiden großen nationalen privaten Anbieter verfolgen unterschiedliche Geschäftsmodelle. Während ProSiebenSat.1 mit Joyn allen ein werbefinanziertes Streaming-Angebot macht, setzt RTL mit RTL+ auf ein kostenpflichtiges Abonnement-Modell mit vergünstigten Tarifen mit Werbung. Beide Plattformen verzeichnen Zuwächse im Streaming-Geschäft, jedoch nach wie vor auf niedrigem Niveau. Zuletzt hat ProSiebenSat.1 RTL dazu eingeladen, RTL-Inhalte auf Joyn anzubieten, um die Marktposition gegenüber den US-Streamern zu verbessern. Das Kooperationsangebot ist von RTL mit der Begründung abgelehnt worden, dass man sich dadurch keine neuen Zielgruppengewinne verspreche. Stattdessen wurde die Gegeneinladung ausgesprochen, ProSiebenSat.1-Inhalte auf RTL+ zu integrieren. ProSiebenSat.1 lehnt das wiederum ab, da der Konzern kein Interesse daran hat, Joyn in ein kostenpflichtiges Geschäftsmodell umzuwandeln.



Der Gesamtumsatz der RTL-Group ist von Januar bis September 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 4,2 Mrd. €. stabil geblieben. Das Streaming-Geschäft weist dabei im Jahresvergleich einen Anstieg der Abonnements um 22,8 % auf 6,5 Mio. auf. Im dritten Quartal 2024 ist der Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr um - 5,5 % auf 1,3 Mrd. € (Q3/2023:

| **RTL-Group vermeldet einen stabilen Gesamtumsatz bei sinkenden Werbeumsatz**

1,41 Mrd. €) gesunken. Das Produktionsgeschäft wuchs laut RTL weltweit deutlich langsamer als zuvor erwartet. Der TV-Werbeumsatz, der mit Abstand größte Umsatzträger der RTL-Group, stieg zwar in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahr um 2,3 % auf 1,6 Mrd. €. Im dritten Quartal 2024 ging er jedoch um -2,3 % auf 519 Mio. € zurück. Dies sei nicht nur auf die Auswirkungen der Olympischen Spiele im August zurückzuführen, die von ARD und ZDF übertragen wurden, sondern auch auf das gesamtwirtschaftliche Umfeld in Deutschland, aber auch in Frankreich.



ProSiebenSat.1 verbucht steigenden Konzernumsatz bei sinkenden Werbeerlösen



Der Konzernumsatz der ProSiebenSat.1 Group stieg in den ersten neun Monaten 2024 um 3 % auf 2,7 Mrd. €. Organisch, also bereinigt um Portfolioänderungen und Währungseffekte, betrug das Wachstum 4 %. Im Vergleich zum Vorjahr stagnierte im dritten Quartal 2024 der Umsatz mit 882 Mio. €. Die Entwicklung im dritten Quartal ist vor allem auf die rückläufigen TV-Werbeerlöse zurückzuführen, die laut ProSiebenSat.1 die Konsumzurückhaltung der Verbraucher und die verhaltenen Investitionen der Werbekunden widerspiegelt. Der für das TV-Werbegeschäft maßgebliche private Konsum hat sich weniger positiv entwickelt als zu Beginn des Jahres erwartet.

Die italienische Medienholding Media-for-Europe (MFE), hinter der die Familie Berlusconi steht, hat im November 2024 ihren Anteil an ProSiebenSat.1 auf 29,99 % erhöht, also auf knapp unter die wichtige Schwelle von 30 %. Die Beteiligungsveränderung ist aktuell nach Angaben der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) „als geringfügig zu bewerten und von der Anmeldepflicht ausgenommen“. Wenn die MFE allerdings 30 % am deutschen TV-Konzern erwirbt, muss sie allen anderen Aktienbesitzerinnen und -besitzern ein Übernahmeangebot unterbreiten.



1.3 ZDF-Finanzsituation

Nach dem Stand des Haushaltsvollzugsberichtes per 30.09.2024 wird ein negatives Gesamtergebnis von -80,6 Mio. € prognostiziert, das um 42,5 Mio. € besser als das Soll ist.

Haushaltsvollzug 2024

Zweckbestimmung	Soll	Prognose	Prognose
	2024	31.12.2024	./ . Soll
	T €		
Finanzrechnung			
Einnahmen	102.722	137.479	34.757
Ausgaben	225.820	218.090	-7.730
Gesamtergebnis	-123.098	-80.611	42.487

In Höhe des negativen Gesamtergebnisses von -80,6 Mio. € erfolgt eine Entnahme aus der Rücklage Gesamtergebnis. Damit ist der Haushalt aus eigenen Mitteln ausgeglichen. Nach der

derzeitigen Prognose beträgt die Rücklage Gesamtergebnis Ende 2024 rd. 335,3 Mio. € (31.12.2023: 415,9 Mio. €).

Zur **Gesamtergebnisverbesserung** gegenüber dem Soll haben insbesondere beigetragen:

- höhere Andere Erträge (+11,4 Mio. €),
- geringere Aufwendungen beim Personalaufwand ohne Altersversorgung (-7,9 Mio. €), bei der Programmverteilung (-12,6 Mio. €) und den Geschäftsaufwendungen (-27,2 Mio. €),
- geringere Sachinvestitionsausgaben (-4,9 Mio. €) und niedrigere Programminvestitionen (-10,9 Mio. €) sowie eine höhere Verminderung des Versorgungsstocks +1,8 Mio. € (Einnahme).

Das **Gesamtergebnis stärker belastet** haben insbesondere:

- geringere Rundfunkbeiträge (-16,6 Mio. €),
- geringere Werbeerträge (-5,0 Mio. €),
- höhere Programmaufwendungen (+13,4 Mio. €),
- höhere Andere Aufwendungen (+2,6 Mio. €).

Nach derzeitiger Prognose kann der von der KEF in ihrem 24. Bericht erwartete Überschuss am Ende der aktuellen Beitragsperiode (2024) erreicht werden. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass sich insbesondere durch folgende Risiken noch relevante Veränderungen des Ergebnisses und der Rücklage ergeben können: durch den noch ausstehenden Tarifabschluss, hinsichtlich der finalen Verhandlungen zum Verkauf des Landesstudios Bayern in Unterföhring, durch die laufende steuerliche Betriebsprüfung und die versicherungsmathematischen Berechnungen, die im Frühjahr 2025 vom Versicherungsmathematiker ermittelt werden und die gesamtergebniswirksam die Zuführung zum ZDF-Versorgungsstock beeinflussen.

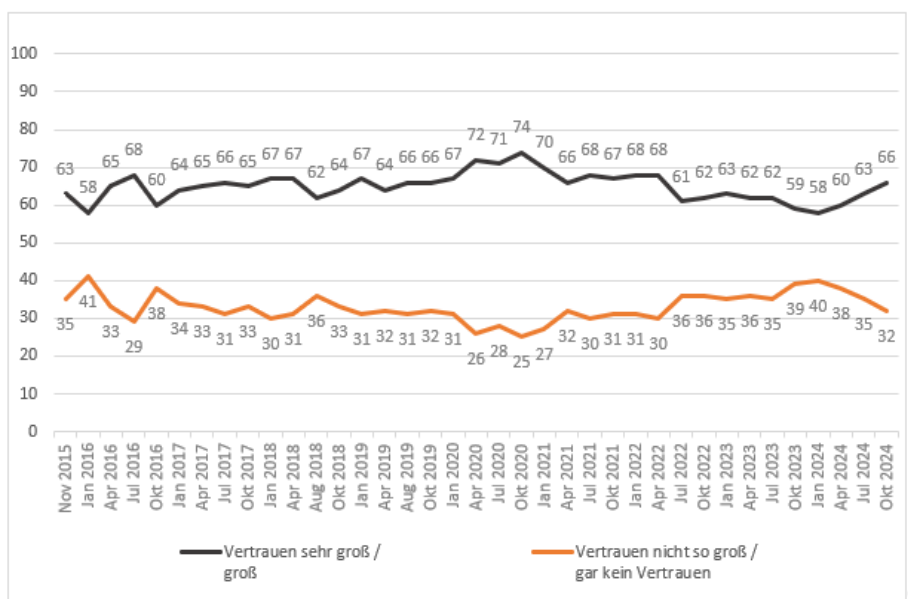
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Bei der aktuellen Oktober-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 66 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Der bereits im Juli dieses Jahres verzeichnete Aufwärtstrend setzt sich somit fort und befindet sich nun außerhalb des Bereichs statistischer Zufallsschwankungen. Das Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender hat nun fast wieder das Niveau erreicht, auf dem es sich bis zum Bekanntwerden des RBB-Skandals um Patricia Schlesinger im Juli 2022 über einen längeren Zeitraum gehalten hatte.

Vertrauen in die Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender

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



Beim Blick in die soziodemografischen Subgruppen ist die Verbesserung der Werte vor allem auf eine Steigerung in den beiden jüngeren Altersgruppen bis 39 Jahren (je +7 Prozentpunkte) sowie bei den Befragten mit Wahlabsicht CDU/CSU (ebenfalls +7 Prozentpunkte) zurückzuführen. Wählerinnen und Wähler von AfD und BSW haben eine unverändert skeptische Haltung gegenüber ARD und ZDF. BSW erreicht in dieser Erhebungswelle erstmals die Mindestfallzahl von n = 80, um statistisch signifikante Aussagen zu ermöglichen. FDP und Linke erreichen diese Fallzahl weiterhin nicht.

Bei der halbjährlich durchgeführten FGW-Umfrage zur Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen sprechen die Befragten auch in der 19. Welle im November 2024 den seriösen Qualitätsmedien auf einer Skala von +5 bis -5 die höchste Glaubwürdigkeit zu. ARD und ZDF verzeichnen im Vergleich zur Erhebung im Juli 2024 einen Zuwachs von 0,4 und landen bei einem Mittelwert von +2,3 – der beste Wert seit Juni 2021.

Glaubwürdigkeit nach Mediengattungen und von Nachrichtensendungen

Wie wird die **Glaubwürdigkeit der Nachrichten im ÖRR und den Privaten Fernsehsendern** im Zeitverlauf durchschnittlich bewertet?
Skala: Überhaupt nicht glaubwürdig -5 | 5 sehr glaubwürdig

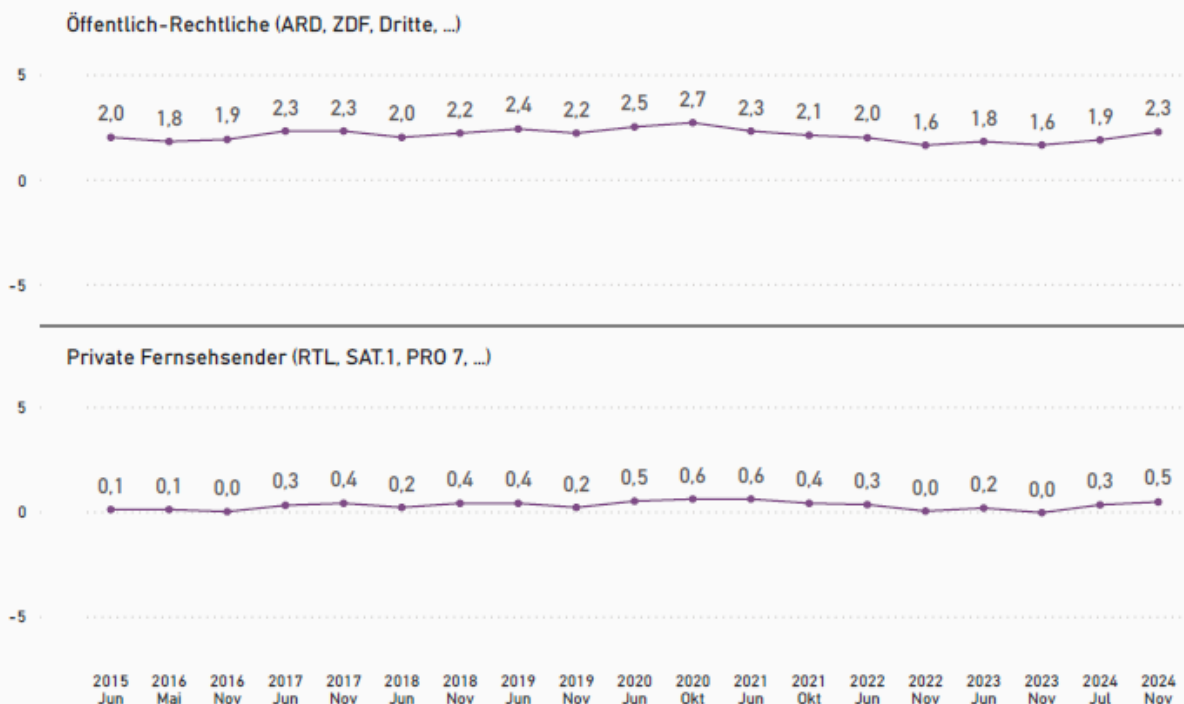


Abbildung: Durchschnitt.

Fragstellung "Wie bewerten sie die Glaubwürdigkeit der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender wie ARD, ZDF und Dritter Programme/privaten Fernsehsender wie RTL, Sat.1 und ProSieben?" (nicht glaubwürdig -5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 sehr glaubwürdig).

Methode: Repräsentative Befragung von 1.054 Wahlberechtigten ab 16 Jahren in der KW 45/2024. Telefonische Befragung per Festnetz und Mobilfunknetz. Online-Befragung per Einladung über eine zufällig generierte SMS.

* Werte mit weniger als 80 Befragten werden hellgrau ausgewiesen. Die Interpretation der Werte wird nicht empfohlen.

Auch die Bewertungen der Vertreter aller anderen abgefragten Mediengattungen legen leicht zu, mit Ausnahme der Bild-Zeitung (-2,2; im Juli 2024 noch -2,0).

Im direkten Vergleich der Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen der TV-Sender verbessern sich ARD und ZDF auf je +2,6 und schneiden deutlich besser ab als die private Konkurrenz. Sat.1 legt um 0,2 zu und landet bei +1,0. RTL verbessert sich ebenfalls um 0,2 und landet bei +0,8. Damit haben die abgefragten öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen ihren Glaubwürdigkeitsvorsprung im vergangenen Jahr ausbauen können (Verlauf s. Grafik S. 11).

Wie wird die **Glaubwürdigkeit der Nachrichten deutscher TV-Sender** im Zeitverlauf durchschnittlich bewertet?

Skala: Überhaupt nicht glaubwürdig -5 | 5 sehr glaubwürdig

Nachrichtensender ● Nachrichten ARD ● Nachrichten RTL ● Nachrichten SAT.1 ● Nachrichten ZDF

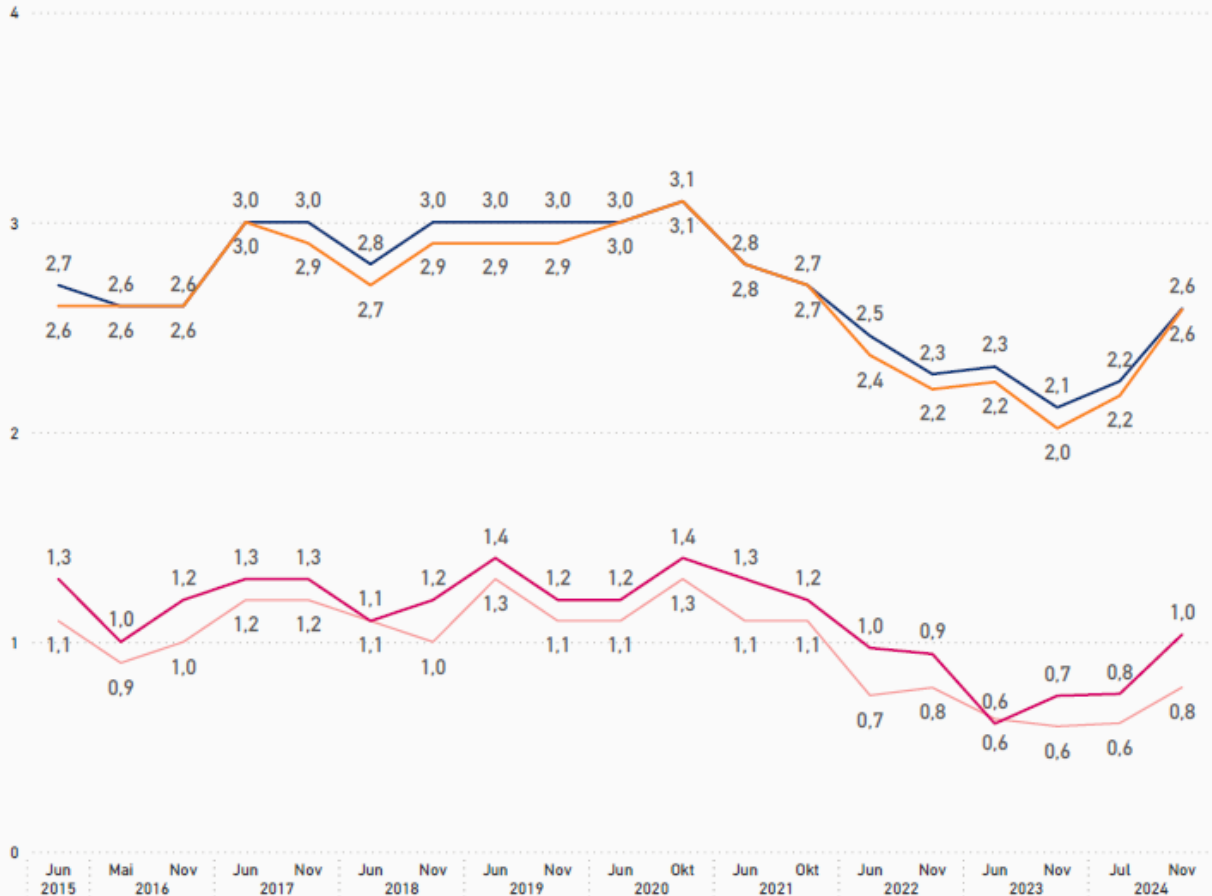


Abbildung: Durchschnitt.

Fragestellung "Wie bewerten Sie die Glaubwürdigkeit der Nachrichtensendungen bei ZDF/ARD/SAT.1/RTL?" (nicht glaubwürdig -5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 sehr glaubwürdig).

Methode: Repräsentative Befragung von 1.054 Wahlberechtigten ab 16 Jahren in der KW 45/2024. Telefonische Befragung per Festnetz und Mobilfunknetz. Online-Befragung per Einladung über eine zufällig generierte SMS.

* Werte mit weniger als 80 Befragten werden hellgrau ausgewiesen. Die Interpretation der Werte wird nicht empfohlen.



September 2024

Medienforschung

Kontakt:

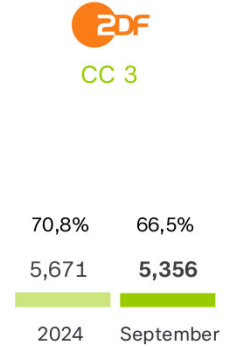
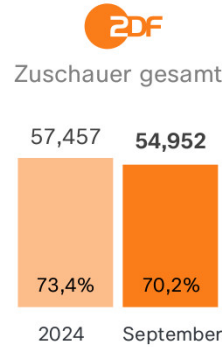
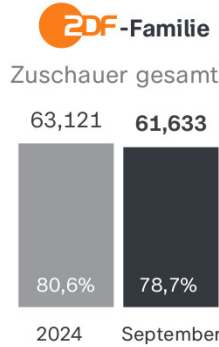
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

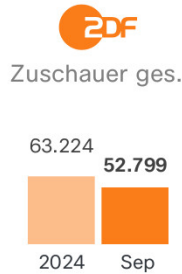
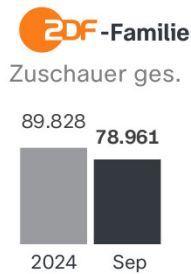
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolumen in Mio. Min.

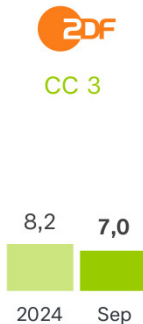
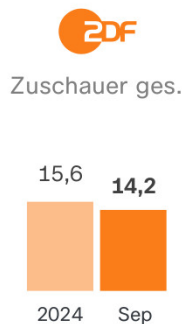
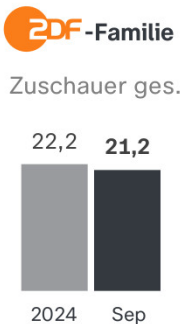


Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	52.799	1.905	2
ARD	43.864	1.700	5
RTL	31.501	2.670	1
VOX	16.505	1.694	6
SAT.1	17.621	1.788	4
Pro7	9.909	1.837	3



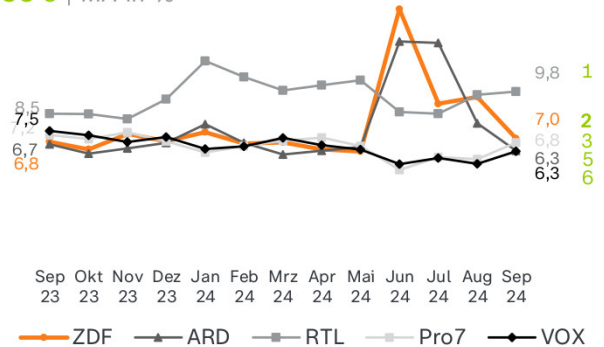
Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %

Rang



Top 10 Sender MA in %

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

Infobox

- Das ZDF sichert sich im September erneut die Marktführerschaft. In **CC 3** verliert das ZDF im Sep. '24 nach den sportlastigen Sommermonaten an Marktanteil und erreicht Platz 2 hinter RTL, übertrifft aber den Vorjahresmarktanteil (Sep. 23: 6,8% MA).
- Mit 6,668 Mio. Zuschauer-innen ist das Fußball Nations League Spiel DEU-HUN die zuschauerstärkste ZDF-Sendung im September – gefolgt von mehreren Krimis. Im Gesamt ranking erreicht das Fußballspiel Rang 8.
- Auch in **CC 3** ist das o.g. Fußballspiel die Top-ZDF-Sendung. Daneben sind die *heute-show* und *Aktenzeichen XY...Ungelöst* erfolgreich. Auch die *besseresser* landen im ZDF-Ranking in den TOP 15 in **CC 3**. Das Gesamt ranking in **CC 3** wird von Stefan Raabs Boxkampf bei RTL angeführt, es folgt die Übertragung des Nations League Spiels DEU-NED, ebenfalls bei RTL. Das o.g. Fußballspiel im ZDF erreicht Rang 7 im Gesamt ranking.



Oktober 2024

Medienforschung

Kontakt:

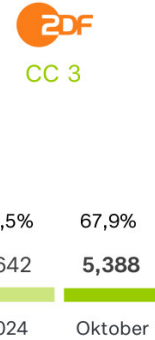
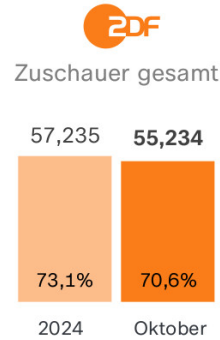
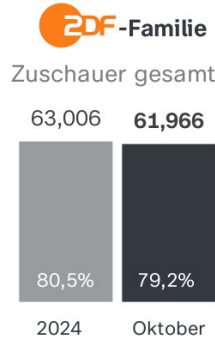
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

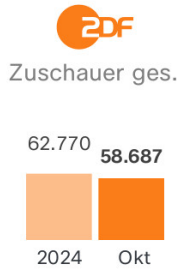
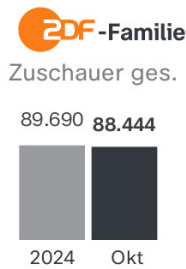
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolume in Mio. Min.

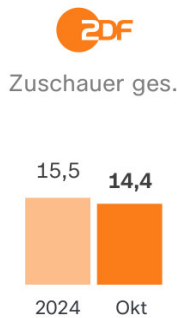
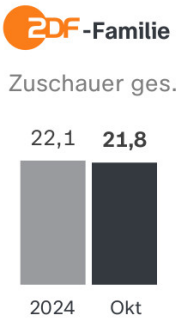


Vergleichssender

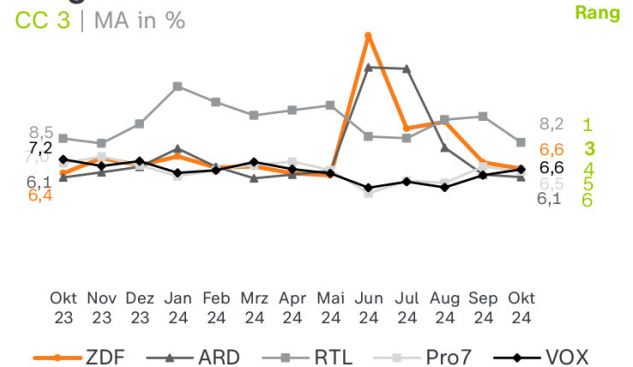
Sender	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	58.687	1.910	3
ARD	47.612	1.763	6
RTL	29.285	2.373	1
VOX	18.331	1.897	4
SAT.1	21.349	2.319	2
Pro7	11.451	1.861	5



Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf



Top 10 Sender MA in %

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

Infobox

- Das ZDF ist im Oktober erneut Marktführer. In **CC 3** verliert das ZDF im Oktober 2024 gegenüber dem Vormonat an Marktanteil und erreicht Platz 3 hinter RTL und SAT.1, übertrifft aber den Vorjahresmarktanteil (Okt. 23: 6,4% MA). Bei den 14-49-Jährigen war der Oktober-MA des ZDF (7,1% MA) zuletzt 2003 (7,3% MA) höher.
- Mit 8,723 Mio. Zuschauerinnen ist die ZDF-Übertragung des Fußball Nations League Spiels DEU-NL die zuschauerstärkste TV-Sendung im Oktober – gefolgt von mehreren Krimis. Auch in **CC 3** ist das Spiel die stärkste Sendung im TV.
- In **CC 3** dominieren Nachrichten-Sendungen und Sport-Übertragungen das Ranking, auch Krimis und die *heute-show* sind im Okt. in der Zielgruppe beliebt.

Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; Marktstandard Bewegtbild;

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

RTL setzt in seiner Programmstrategie zuletzt konsequenter auf non-lineare Angebote. Das Comeback des früheren ProSieben-Showmasters Stefan Raab blieb zwar inhaltlich ohne Neuerungen, sorgte nach Senderangaben aber für eine „erkennbar sechsstellige Zahl an neuen Abonnenten“ bei RTL+, dem Streamingdienst von RTL Deutschland. Einen inhaltlichen Akzent konnte dort das Nachwuchs-Serienprojekt „Angemessen Angry“ mit Start am „Orange Day“ setzen, dem internationalen Tag zur Beseitigung von Gewalt gegen Frauen – inklusive linearem Sendehinweis in der Hauptnachrichtensendung „RTL Aktuell“. Neue Zielgruppen zu erschließen bzw. zurückgewinnen ist auch das Ziel der neuartigen Aufteilung der Fußball-Europa League-Spiele. So streamte RTL+ alle Live-Begegnungen, darunter auch die Spiele von Eintracht Frankfurt, exklusiv als Video-on-Demand. Begleitet wird dies von einer zur Primetime ungewöhnlichen Konferenzschaltung. Die hohen Investitionen von RTL in die Streaming-Plattform RTL+ mitsamt der Portfolioerweiterung und der Ausspielstrategie setzen Konkurrenten unter Zugzwang, ihre eigenen Digital- und Vertriebsstrategien zu schärfen. Auch Sport1 durchläuft eine inhaltliche Neuausrichtung. Seit der 50-prozentigen Beteiligung des türkischen Konzerns Acun Medya im Februar 2024 verfolgt der Sender eine gezielte Strategie, um neue Zuschauergruppen – vor allem junge Frauen – anzusprechen.

Die ARD kopiert in ihrer linearen Programmplanung bewährte Erfolgskonzepte des ZDF: So tritt etwa der Krimi „Mord mit Aussicht“ um 16:10 Uhr in direkten Wettbewerb mit den genregleichen „Rosenheim Cops“. Mit „Smeilingen“ positioniert die ARD am späten Freitagabend erstmals ein Comedy-Format und zielt damit auf eine ähnliche Zuschauerschaft wie der stark nachgefragte Comedy-Block des ZDF.

Der neue Twitch-Kanal der ARD, „Tagesschau together“, nimmt den Trend zum gemeinsamen Online-Schauen mit Publikumsinteraktion auf. Das gemischte Echo hat auch mit der ungewohnten Ausrichtung der seriösen Traditionsmarke auf Twitch zu tun, dem durch Live-Übertragungen von Videospiele bekannt gewordenen US-Streamingportal.

Auf dem deutschen Medienmarkt war zudem eine Reihe besonderer Kampagnen und Ideen zur Interaktion mit dem Publikum zu beobachten. Das Zuschauerbedürfnis nach multiperspektivischer Darstellung und Beteiligung erfüllt der HR mit der Sendung „Was bewegt euch, Hessen?“, einer Verbindung aus Zuschauerkommunikation und -repräsentanz. Bei dem Formatexperiment diskutieren 40 Zuschauerinnen und Zuschauer ein gesamtes Wochenende lang über verschiedene Themen. So sollen Meinungsvielfalt und die Vielfalt der Gesellschaft abgebildet und eine Dialog- und Diskussionskultur etabliert

| Aktuelle
Marktbeobachtungen
im Herbst



| Interaktion mit dem
Publikum



werden. Das Projekt basiert weniger auf der Formatentwicklung des Senders als auf einer intelligenten Marketinginitiative.

Die Zeit der großen Themenwochen im Herbst scheint vorbei: Für Aufmerksamkeit sorgte die ARD mit der unangekündigten viertelstündigen Programmunterbrechung zwischen „Tagesschau“ und „Tatort“ mit dem Titel „KINDERstören“ mit Carolin Kebekus.

Der Markt der Talkformate ist weiterhin in Bewegung. Davon zeugen ein auffälliges Duell bei WELT TV (Wagenknecht gegen Weidel), aber auch die vielfältigen Talkversuche der ARD im Ersten und in den Dritten Programmen. Auch „Spitzengespräch“, der auch als Podcast verfügbare Polit-Talk von Spiegel Online, steigt mit immer attraktiveren Gästen in den Wettbewerb ein.

Die Konkurrenz um Dokus mit interessanter Handschrift erreicht nach der ersten Streamer-Dokuwelle eine neue Phase. Das ARD-Doku-Experiment „Der Autokraten-Code“ erforscht das Thema Autokraten mithilfe einer KI-entwickelten Autokratenfigur. Amazon Prime Video bedient den aktuellen Trend des Doku-Dramas mit der hochwertigen Umsetzung „German Cocaine Cowboy – Der Deutsche im Cali-Kartell“

Zum **Aus der ersten deutschen Ampelregierung** reagierte das ZDF schnell und professionell mit Sondersendungen linear sowie non-linear. Mehrere „ZDFspezial“ und „Was nun, ...“ -Ausgaben hielten die Zuschauerinnen und Zuschauer auf Stand und ordneten wichtige Entwicklungen ein. Programmplanerisch wurde mit Abbruch der „Aktenzeichen XY“-Sendung und Nachreichung der fortgesetzten Sendung an ZDFneo sofort reagiert, um Sendefläche zu schaffen für die Sondersendung „ZDFheute spezial“, eine für die ZDFmediathek und YouTube produzierte Nachrichtensendung des ZDF, die zum ersten Mal erfolgreich im linearen Hauptprogramm ausgestrahlt wurde. Für das junge Publikum schätzte „MrWissen2go“ Mirko Drotschmann gewohnt schnell und verständlich die Geschehnisse im politischen Berlin ein.

Im September 2024 standen drei wichtige **Landtagswahlen** in den ostdeutschen Bundesländern **Thüringen, Sachsen und Brandenburg** an, die das ZDF intensiv begleitete. Durch Sendungen wie das Wahlstudio, die „Berliner Runde“, Interviews mit Spitzenkandidaten im „ZDF-Morgenmagazin“, Dokumentationen wie „Ossiversum stabil? – Jung im Osten“, ein thematisches Band in der ZDFmediathek sowie eine zielgruppengerechte Aufbereitung in Formaten wie „logo!“ schuf das ZDF zahlreiche Anknüpfungspunkte für verschiedene Publika. Die Übertragungen aus Dresden, Potsdam und Erfurt, „ZDFspezial“-Sendungen sowie die Analysen von Experten ermöglichten den Bürgern eine fundierte Einordnung der Wahlergebnisse.



| **Information**



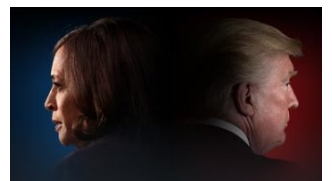
Die nach den Landtagswahlen ausgestrahlte Primetime-Dokumentation **„Aufstieg rechts“** setzte als aufwändig recherchierte Analyse der AfD-Entwicklung nicht nur auf externe Beobachtungen, sondern bot durch Interviews mit ehemaligen Führungspersonen auch Einblicke in die Radikalisierungsprozesse der Partei. Die Autoren belegten ihre These der systematischen Rechtsverschiebung und zogen einen Vergleich mit rechtspopulistischen Parteien Europas.



Eine dokumentarische Langzeitbeobachtung des Bündnis Sahra Wagenknecht zeigte das ZDF ebenfalls nach den Landtagswahlen in zwei Formaten: Die fünfteilige Dokuserie **„Inside Bündnis Wagenknecht“** für die ZDFmediathek, die den Entstehungsprozess der Partei über ein Jahr lang aus nächster Nähe begleitete, bot exklusiven Zugang zu internen Abläufen. Die Primetime-Dokumentation **„Die Wagenknecht-Story“** konzentrierte sich stärker auf die Person Wagenknecht und bezog Einschätzungen von prominenten Wegbegleitern und Kritikern ein.



Für die **US-Wahl** 2024 hatte das ZDF ein umfangreiches Angebot aus Gesprächen und Analysen zusammengestellt. Mehrere Stunden wurde live aus Berlin und Washington gesendet. Zahlreiche Programme wurden mit Untertiteln und Deutscher Gebärdensprache (DGS) angeboten. Zusätzlich gab es ein Textangebot in Einfacher Sprache sowie den neuen sechsteiligen „Terra X“-Podcast „USA – Der Riss“. Die Dokumentation **„Amerika hat die Wahl: Trump gegen Harris“** lieferte ein psychologisches Porträt der Präsidentschaftskandidaten Donald Trump und Kamala Harris. Emmy-Preisträger Michael Kirk hatte exklusiven Zugang zu seltenem Archivmaterial und engen Wegbegleitern der Kandidaten erhalten, um biografische Schlüsselmomente zu beleuchten.



Die Dokumentation **„Amerika ungeschminkt“** von Markus Lanz überzeugte durch Einblicke zur gesellschaftlichen Lage in den USA, wo der Autor bei seiner Begegnung mit Trump-Anhängerinnen erfahren durfte, wie stark das Leben in der „Trump-Bubble“ auf das Wahlereignis ausgerichtet war. Persönlichen Begegnungen an der mexikanischen Grenze, in Texas oder dem Swing State Pennsylvania zeigten ein authentisches Bild der gespaltenen amerikanischen Gesellschaft. In seiner **2000. Sendung** widmete sich **„Markus Lanz“** der US-Wahl und deren geopolitischen Folgen. Die 85-minütige Sonderausgabe wurde am 22. Oktober 2024 ausgestrahlt und stellte unter Einbeziehung von ZDF-Korrespondenten die Stärke der ZDF-Auslandsberichterstattung unter Beweis. Seit dem Start der Sendung am 3. Juni 2008 hat Markus Lanz über 10.000 Interviews geführt. Die Gesprächssendung bietet dem Publikum Orientierung in Zeiten globaler Krisen und Konflikte. Die Sendung erreichte auch in diesem Jahr mit durchschnittlich 1,50 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauern und 15,2 % Marktanteil ein breites Publikum.



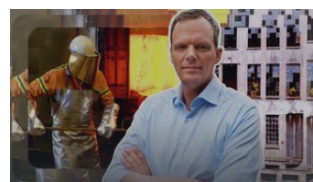
Seit 25 Jahren und 1.000 Sendungen begleitet **„maybrit illner“** mit journalistischer Kompetenz politische Entwicklungen in der Welt und leistet einen Beitrag zur Meinungsbildung. Das Format ist Forum für fundierte Diskussionen, die im Durchschnitt 2,48 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen, bei einem durchschnittlichen Marktanteil von 14,2 %. In seltenen Fällen lädt Maybrit Illner einen Gast zu einem Einzelinterview ein, wie etwa am 28.11.2024, als sie mit der ehemaligen Kanzlerin Angela Merkel exklusiv im deutschen Fernsehen auf deren 16-jährige Amtszeit und ihre persönliche Biografie zurückblickte.



Auch die Reportagerihe **„37°“** feierte ein Jubiläum: Seit 30 Jahren erzählt das Format, das mittlerweile einen eigenständigen Markenkosmos etabliert hat, authentische Geschichten aus dem Leben, porträtiert einfühlsam Alltagshelden und bietet Menschen verschiedener Generationen und Sozialisierung eine Plattform, um ihre Erfahrungen zu teilen. Mit einem neuen Vorspann und Präsenz auf verschiedenen Kanälen setzt **„37°“** seine Erfolgsgeschichte fort und erreicht ein breites, auch junges und weiblicheres Publikum.



„Am Puls mit Florian Neuhann – ‚Made in Germany‘ am Ende?“ beleuchtete die Herausforderungen und Unsicherheiten, denen die deutsche Industrie derzeit gegenübersteht. Die Dokumentation stellte die Frage, ob Deutschland neue Wege gehen oder sich von altem Wohlstand verabschieden muss, hob aber auch die Notwendigkeit von Innovation und Anpassung hervor, um wirtschaftlichen Aufschwung und Wohlstand zu sichern. Die Doku sendete das ZDF am Tag der Deutschen Einheit in einer Zeit, in der Wirtschaftswachstum keine Selbstverständlichkeit mehr ist.



Die neunzigminütige Dokumentation **„75 Jahre Deutschland – Wir Grenzgänger“** setzte einen wichtigen Akzent zum Jahrestag der DDR-Gründung und des Mauerfalls. Der Film überzeugte durch seine ausgewogene und vielschichtige Aufarbeitung der deutsch-deutschen Geschichte anhand persönlicher Biografien wie die von Reinhard Mey oder Wolfgang Joop, aber auch mit bewegenden Schicksalen unbekannter „Grenzgänger“. Der Perspektivwechsel zwischen Ost und West zeigte die Komplexität der deutsch-deutschen Beziehungen auf und trug zum Verständnis der heutigen gesellschaftlichen Situation bei. Die 3sat-Dokumentation **„Abi '89 – Aufbruch im Umbruch“** machte die Wendezeit anhand von acht ehemaligen Abiturienten greifbar. Durch die Verbindung von Zeitzeugengesprächen beim Klassentreffen und kulturellen Besonderheiten wie Musik in der DDR gelang ein authentisches und zugängliches Stück Erinnerungskultur.



Die Hauptsendezeit am Mittwoch um 20:15 Uhr ist die Heimat von **„Die große Terra X-Show“**, einem unterhaltsamen Wissensformat mit Johannes B. Kerner. Die jüngste Ausgabe widmete sich **„Legendären Metropolen“**. Trotz publikumsattraktiver Konzeption



war die Show mit im Schnitt zwischen 2,44 und 3,27 Mio. Zuschauenden zuletzt kein durchschlagender Erfolg mehr, sodass demnächst eine neue Variante der „Terra X“-Primetimeshow erprobt wird.

Die an Allerheiligen platzierte Kurzdoku **„Lesch sieht Schwartz: FOMO – die Angst, etwas zu verpassen“** thematisierte das virulente psychologische Phänomen der Befürchtung, bei angesagten Events oder Erlebnissen nicht dabei zu sein und etwas zu verpassen (FOMO = fear of missing out). ZDF-Wissenschaftskopf Harald Lesch und der Theologe Thomas Schwartz diskutierten gemeinsam die Ursachen von FOMO, die durch Social Media und ständige Vergleiche mit anderen ausgelöst wird. Die Sendung zeigte eine vielfältige Perspektive auf ein aktuelles gesellschaftliches Thema auf.



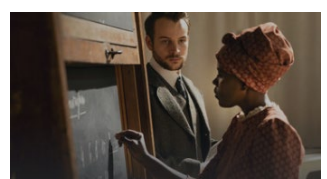
Die **Nations League** als dynamisches Fußball-Wettbewerbsformat der UEFA begeistert junge Zielgruppen und bietet auch 2024/2025 als bedeutsames Turnier spannende Länderspiele und eine Möglichkeit, Fußballfans über verschiedene Altersgruppen hinweg zu erreichen. So bekommen Fußballinteressierte nicht nur im Sommer Länderspiele, sondern über das gesamte Jahr hinweg. Auch der Frauen-Fußball hat einen hohen Stellenwert im ZDF. Neben Live-Übertragungen der Frauen-Nationalmannschaft zeigt das ZDF auch ausgewählte Spiele der Frauen-Bundesliga und setzt umfangreiche Nachverwertungsrechte für die digitalen Plattformen ein.



Die sechsteilige, international produzierte Miniserie **„Concordia – Tödliche Utopie“**, die an zwei Abenden kompakt ausgestrahlt wurde, griff mit der Erzählung einer KI-gesteuerten Überwachungsgesellschaft ein brisantes dystopisches Thema auf. Die Serie ermöglichte gesellschaftliche Diskussionen über Überwachung, Datenschutz und soziale Utopien. Im TV konnte das Programm sein Potenzial nicht vollständig entfalten, erzielte aber in der ZDFmediathek relevante Werte. Hier war die Vorab-Einstellung aller sechs Folgen in die Mediathek zielführend. Parallel zur Serie leistete der **Themenschwerpunkt „KI – die neue Realität“** einen plattformübergreifenden Beitrag zu Künstlicher Intelligenz. So beteiligten sich Formate wie „37°“, „auslandsjournal“ „nano“, „plan b“, „Terra X Harald Lesch“, „13 Fragen“ bzw. ZDFkultur und behandelten Fragen über kulturelle Innovationen bis hin zu ethischen Aspekten. Eine Umfrage im ZDFmitreden-Panel unter jungen Erwachsenen ergänzte das Angebot und gab Impulse für die Angebote.

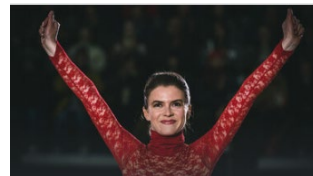


Der vom ZDF Kino-koproduzierte Film (FFA) **„Der vermessene Mensch“** sowie die anschließende **Dokumentation** leisteten einen wichtigen Beitrag für die gesellschaftliche Aufarbeitung deutscher Kolonialgeschichte. Dadurch wurde erstmals mit fiktionalen Mitteln der weithin tabuisierte Genozid an den Herero und Nama durch deutsche Truppen in das öffentliche Bewusstsein gerückt



und eine kritische Auseinandersetzung mit Genozid, Ausbeutung und Vertreibung angeregt. Die Produktion förderte den überfälligen gesellschaftlichen Diskurs über koloniale Verbrechen und deren wissenschaftliche Verstrickung.

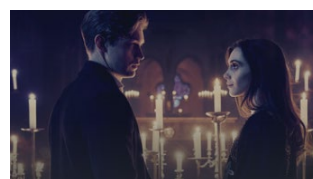
Der am Tag der Deutschen Einheit platzierte Film **„Kati – eine Kür, die bleibt“** bot einen Beitrag zur deutsch-deutschen Geschichte, indem er Katarina Witts olympisches Comeback 1994 als symbolische Reise der Versöhnung und Neuorientierung nach dem Mauerfall inszenierte. Der Spielfilm illustrierte nicht nur Witts sportliche Leistung, sondern auch die biografische Transformation einer Sportlerin, die zwischen DDR-Vergangenheit und gesamtdeutscher Identität navigierte. Durch die Darstellung ihrer intensiven Beziehung zu Trainerin Jutta Müller gelang eine nuancierte Erzählung über persönliche Entwicklung, gesellschaftlichen Umbruch und die Bewältigung einer Systemwende – erzählt aus weiblicher, ostdeutscher Perspektive.



Mit dem Fernsehfilm **„Allein zwischen den Fronten“** gelang dem ZDF ein wichtiger Beitrag zur aktuellen Debatte über Polizeiarbeit. Der Film bot eine innovative Struktur, die einen dramatischen Demonstrationseinsatz dessen Aufarbeitung gegenüberstellte. Durch die ausgewogene Darstellung und die dokumentarisch anmutende Inszenierung leistete der Film einen wertvollen Beitrag zur Reflexion über das Verhältnis zwischen Bürgern und Polizei in einer zunehmend polarisierten Gesellschaft. Im unmittelbaren Anschluss lieferte eine Dokumentation Einblicke in den herausfordernden Polizeialltag, indem sie die psychischen und physischen Belastungen von Polizisten beleuchtete und kritisch hinterfragte, wie sich zunehmende gesellschaftliche Spannungen, traumatische Einsätze und schwindender Respekt auf die Beamten auswirken.



„Love Sucks“ – als achtteilige Vampir-Serie für ZDFneo und die ZDFmediathek produziert – ist eine moderne Neuinterpretation des Romeo-und-Julia-Sujets, das gezielt junge Erwachsene ansprechen und das fiktionale Portfolio des Senders erweitern soll. Durch die unkonventionelle Verbindung von Genres wie Vampirfilm, Liebesgeschichte und sozialer Metapher wirft die Serie existenzielle Fragen nach Unsterblichkeit, Liebe und gesellschaftlichen Machtstrukturen auf. In der ZDFmediathek erreichte „Love Sucks“ vor allem sehr jungen Zielgruppen.



Der **„ZDF-Fernsehgarten on Tour“** gastierte für seine letzten beiden Ausgaben im Jahr 2024 vor dem Schweriner Schloss. Die 1.400 Tickets waren innerhalb von wenigen Minuten ausverkauft. Die anhaltende Publikumsattraktivität der Sendung ergibt sich in Zeiten komplexer Krisen aus der Verbindung leichter Unterhaltung, prominent besetzter Live-Auftritte, der Beliebtheit der Moderatorin Andrea Kiewel und einem unbeschwertem Event-Charakter.

| Show und Kultur



Der „**OPUS KLASSIK 2024**“ ist für das ZDF ein wichtiges kulturelles Highlight mit einem Bekenntnis zur klassischen Musik und der Nachwuchsförderung. Durch die Übertragung am Sonntagabend um 22:15 Uhr und die Besetzung mit internationalen Stars wie Lang Lang und Anna Prohaska positionierte sich die Sendung erneut als wichtige Größe. Mit der Gala gelang durch das Zusammenspiel von etablierten Künstlern und Nachwuchstalenten sowie der Moderation von Désirée Nosbusch und Fabian Köster eine Auffälligkeit, die das ZDF von seinen Mitbewerbern abhebt.



Zur **Buchmesse** in Frankfurt präsentierte das ZDF ein breites Kulturprogramm, das in Zusammenarbeit mit ARD und 3sat eine attraktive multimediale Plattform mit Livestreams, TV-Übertragungen und Mediathek-Angeboten bereithielt. Formate wie das „Literarische Quartett“, die „Literaturgala“, die „Kulturzeit“ und der „aspekte“-Literaturpreis waren wichtiger Bestandteil des diesjährigen Angebots. Hierüber positioniert sich das ZDF als wichtige Stimme in der Literaturförderung und -vermittlung auf allen Ausspielwegen.



2.3 Auszeichnungen/ Preise

■ Deutscher Fernsehpreis 2024



Sendung / Beitrag:

„Einzeltäter“

Kategorie:

Information / Dokumentation – Beste Kamera (Luise Schröder, Julian Vogel) und Beste Doku-Serie

Zuständige Redaktion:

Das kleine Fernsehspiel

Verantwortliche Redakteurin:

Lucia Haslauer

Sendung / Beitrag:

„Ich bin! Margot Friedländer“

Kategorie:

Fiktion - Beste Montage (Martin Menzel) und Bester Fernsehfilm/Mehrteiler

Zuständige Redaktion:

HR Geschichte und Wissenschaft

Verantwortliche Redakteure:

Anja Greulich, Stefan Brauburger

Sendung / Beitrag:

„Buchstäblich leben!“

Kategorie:

Bestes Factual Entertainment

Zuständige Redaktion:

HR Show

Verantwortliche Redakteure:

Thorsten Haas, Damaris Sánchez Parellada

Sendung / Beitrag:

„Lass Dich überwachen!“

Kategorie:

Beste Unterhaltung Show

Zuständige Redaktion:

HR Show

Verantwortliche Redakteure:

Roman Beuler, Nicole Sprenger, Paul Wolff

Sendung / Beitrag:

„Browser Ballett: Brüste des Terrors / Mein bester Freund wählt AfD / Der KI-Kollege“

Kategorie:

Unterhaltung – Bestes Buch (Raphael Selter, Henriette Johnson, Schlecky Silberstein, Jan Krebs)

Zuständige Redaktion:

ZDFneo

Verantwortliche Redakteure:

Christian Weiler, Tim Engelmann (HR Show), Sebastian Flohr (ZDFneo)

Sendung / Beitrag:

„PUSH“

Kategorie:

Fiktion – Beste Regie (Katja Benrath, Mia Maariel Meyer)

Zuständige Redaktion:

ZDFneo

Verantwortliche Redakteurinnen:

Diana Kraus, Eva Klöcker (HR Fernsehfilm/Serie I), Christiane Meyer zur Capellen (ZDFneo)

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurinnen:

„Was wir fürchten“

Fiktion – Beste Musik an Anna Kühlein

ZDFneo

Diana Kraus, Elke Müller (HR Fernsehfilm/Serie I),
Christiane Meyer zur Capellen (ZDFneo)

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„ Hamas-Angriff aufs Festival – Die Überlebenden des Wüsten-Raves“

Beste Dokumentation / Reportage

ARTE

Frederic Ulferts

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Tracks East – Inside Russia: Alltag in Putins Reich“

Bestes Infotainment

ARTE

Tobias Cassau

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Bosetti Late Night“

Beste Comedy / Late Night

3sat

Nils Paulerberg, Christian Schier (HR Show)

■ **Robert Geisendörfer Preis 2024**

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Wir haben einen Deal“

Kategorie „Fernsehen“ an Marie-Helene Schwedler,
Felicitas Korn, Felix Klare

HR Fernsehfilm / Serie I

Anja Helmling-Grob, Martin Gerhard (ZDF/ARTE)

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Ich bin! Margot Friedländer“

Kategorie “Fernsehen” an Raymond Ley, Hannah
Ley

HR Geschichte und Wissenschaft

Anja Greulich, Stefan Brauburger

■ Blauer Panther TV & Streaming Award



Sendung / Beitrag:

„Ich bin! Margot Friedländer“

Kategorie:

Kultur / Bildung: Bestes Buch und Regie an Raymond Ley, Hannah Ley

Zuständige Redaktion:

HR Geschichte und Wissenschaft

Verantwortliche Redakteure:

Anja Greulich, Stefan Brauburger

Sendung / Beitrag:

„Lass dich überwachen!“

Kategorie:

Entertainment: Bester Host und Moderator (Jan Böhmermann)

Zuständige Redaktion:

HR Show

Verantwortliche Redakteure:

Roman Beuler, Nicole Sprenger, Paul Wolff

■ International Emmy Awards 2024

Sendung / Beitrag:

„Tommi Tatze“

Kategorie:

Kids: Animation

Zuständige Redaktion:

HR Kinder und Jugend

Verantwortliche Redakteurin:

Nicole Keeb

Sendung / Beitrag:

„Pianoforte: Der Chopin-Wettbewerb in Warschau“

Kategorie:

Arts Programming

Zuständige Redaktion:

ARTE

Verantwortlicher Redakteur:

Dieter Schneider

■ Deutscher Schauspielpreis 2024



Sendung / Beitrag:

„SOKO Köln – Der Sturm op et Rodhuus“

Kategorie:

Episodische Rolle (Susanne Bredehöft)

Zuständige Redaktion:

HR Fernsehspiel/Serie I

Verantwortliche Redakteure:

Peter Jännert, Dagmar Ungureit

Sendung / Beitrag:

„Die Chefin – Millionen Gründe“

Kategorie:

Starker Auftritt (Kübra Sekin)

Zuständige Einheit:

HR Fernsehspiel/Serie I

Verantwortliche Redakteurin:

Ronja Reitzig

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Einheit:

Verantwortliche Redakteure:

„MAITHINK X – Die Show: Populismus“

Deutscher Fairnesspreis (Mai Thi Nguyen-Kim)

HR Kultur, Geschichte und Wissenschaft/ZDFneo

Johannes Geiger, Daniel Nemetschek



Dr. Norbert Himmler

Intendant