Ein ZDF für alle

Selbstverpflichtungserklärung 2023/2024

Qualitätsinhalte für jeden - ein Angebot für die Gesellschaft

Ein ZDF für alle.

Information, Unterhaltung, Kultur, Bildung und **Beratung** sollen allen Menschen in Deutschland frei zugänglich sein - unabhängig von ihrem Alter, ihrem Geschlecht, ihrem Bildungsgrad, ihrer Herkunft oder ihrer sozialen Lage. Diesen Auftrag übernimmt das ZDF als nationaler Bewegtbildanbieter seit nunmehr 60 Jahren und erfüllt damit seine besondere Rolle als öffentlich-rechtlicher Sender im demokratischen Gemeinwesen.

Im Vergleich zu den Anfangsjahren des ZDF hat sich die Gesellschaft heute jedoch stark gewandelt. Mit diesem Wandel ging auch ein erkennbar verändertes Mediennutzungsverhalten der Menschen einher. Um den Menschen in Deutschland auch zukünftig ein attraktives öffentlich-rechtliches Angebot machen und eine breite Akzeptanz bei allen gesellschaftlichen Gruppen sicherstellen zu können, hat sich das ZDF mit der Strategie **„Ein ZDF für alle“** das Ziel gesetzt, bis 2025 zahlreiche Veränderungen bei den Inhalten, der Distribution und in der Unternehmenssteuerung vorzunehmen.

Für den Zeitraum 2023/2024 stehen dafür nachfolgende Ziele im Fokus:

Glaubwürdig, verlässlich und unabhängig zu sein ist die Basis für großes Vertrauen in der Bevölkerung und bildet die Grundlage unserer Arbeit in allen Programmgenres.

Innovativer, zeitgemäßer und digitaler zu werden ist unser Anspruch, um ausdifferenzierten Bedürfnissen und neuen Anforderungen der Nutzerinnen und Nutzer auf allen Ausspielwegen in einem modernen Medienumfeld gerecht zu werden.

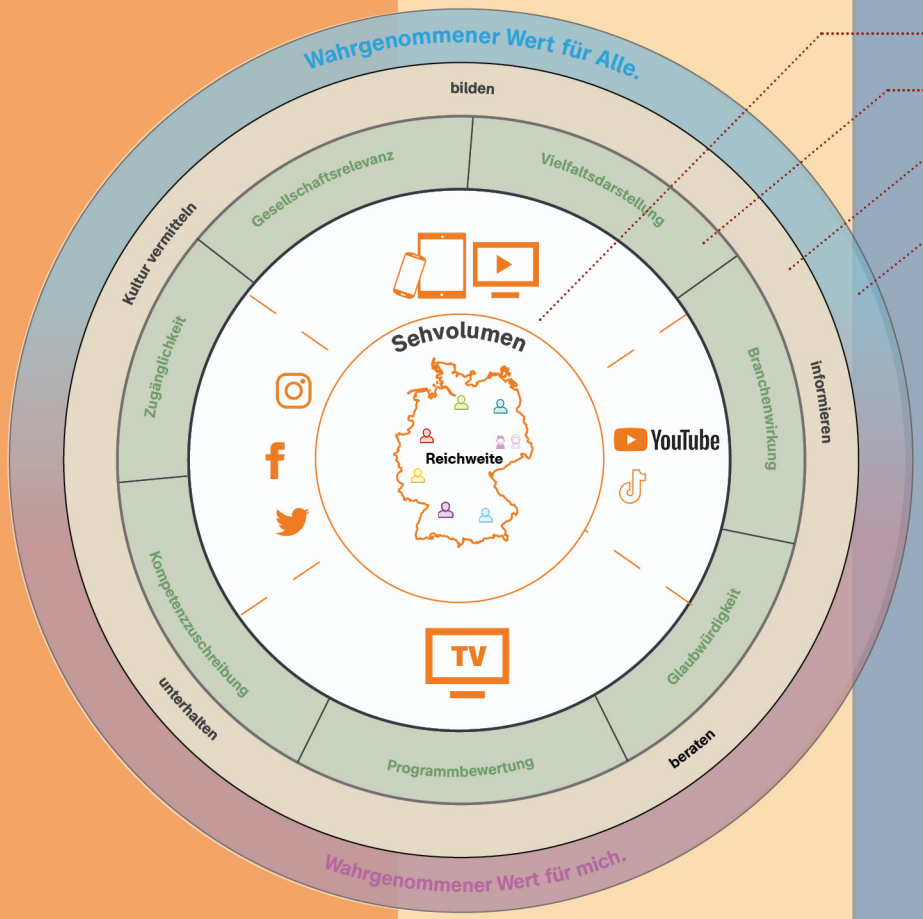
Vielfältiger, offener und zugänglicher soll das Gesamtangebot des ZDF werden, um alle relevanten Themen und verschiedene Lebenswelten unserer Gesellschaft abzubilden und mit unseren Inhalten so allen in Deutschland regelmäßig ein Angebot machen zu können.

Transparent, investigativ und aufklärend will das ZDF seine Aufgabe für die Bürgerinnen und Bürger wahrnehmen. Wir wollen mit unserer Arbeit zu einer demokratischen Gesellschaft beitragen und die hohen Ansprüche, die wir in unserer Berichterstattung an andere stellen, auch selbst erfüllen.

Zentrales System aller Steuerungsgrößen

Der ZDF KOMPASS.

Auf den folgenden Seiten dieser Selbstverpflichtungserklärung werden die **programmlichen Ziele** für den Zeitraum 2023/2024 in fünf Kapiteln näher erläutert. Der Vorstellung ausgewählter Programmvorhaben und Maßnahmen folgen jeweils **Kennzahlen**, anhand derer die Erfüllung der Ziele gemessen werden. Auf Basis des ZDF-Programmauftrags bilden die Kennzahlen sowohl die **Angebotsperspektive** als auch die **Nachfrageperspektive** ab. Die enthaltenen Messgrößen entsprechen dem ZDF KOMPASS, der Steuerungssystematik zur Bewertung der Leistung des ZDF-Angebots für die Gesellschaft in den Dimensionen **Nutzung, Qualität, Wirkung** und **Akzeptanz**.



Ebene 1: **Nutzung**

Ebene 2: **Qualität**

Ebene 3: **Wirkung**

Ebene 4: **Akzeptanz**

Nutzung: Plattformübergreifende Nutzung der ZDF-Inhalte auf eigenen Ausspielwegen und Drittplattformen

Qualität: Formale Qualitätskriterien des ZDF-Angebots hinsichtlich Gesellschaftsrelevanz, Vielfaltsdarstellung, Branchenwirkung, Zugänglichkeit, Glaubwürdigkeit, Kompetenzzuschreibung und Programmbewertungen

Wirkung: Positive Wirkung des ZDF-Angebots auf den Grad der Auftragserfüllung in den Dimensionen Kultur, Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung

Akzeptanz: Wahrgenommener Wert für Einzelne und die Gesellschaft, Beitragsakzeptanz

Messungen: Daten aus der Nutzungsmessung[1], Resonanzmessungen sowie statistische Aufstellungen (z.B. Preise/ Auszeichnungen, Vielfaltsdarstellung)

Befragungen: Regelmäßige repräsentative Befragungen der Forschungsgruppe Wahlen sowie im Rahmen des ZDF-Image- und Markenbarometers

Studien: Qualitative Studien und Sendungstests sowie themenspezifische eigene Studien und Drittstudien (z.B. Digital News Report, Befragung der Kreativwirtschaft)

Panel: Aufbau eines neuen bundesweiten ZDF-Publikumspanels "ZDFmitreden"

Die fünf Kernziele für 2023/2024

Das ZDF

... zeigt Qualitätsinhalte für alle

Durch transparente Ausrichtung der Programmstrategie auf alle Menschen in Deutschland, Nutzung aller relevanten Plattformen und Distributionswege, Erhöhung der Zugänglichkeit zur Programmvielfalt und den weiteren Abbau von Barrieren. Dabei Ausbau der Alleinstellungsmerkmale des ZDF im Wettbewerb.

... hilft, die Welt besser zu verstehen

Ein zuverlässiges Informationsangebot, das Wissen vermittelt und die demokratische Meinungsbildung durch unabhängige, glaubwürdige, aktuelle Berichterstattung stärkt. Durch Einordnung, Hintergründe und Perspektiven auf gesellschaftliche Entwicklungen in nonfiktionalen und fiktionalen Genres. Durch Investigation zur Aufdeckung von Machtmissbrauch.

... ist nah dran am vielfältigen Leben

Journalismus auf Augenhöhe, regelmäßiger Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern, die Abbildung vielfältiger Lebensrealitäten in Dokumentationen, Factuals und Serien, und die Ausrichtung des Programms an den Bedürfnissen der Menschen. Anbieten von Hilfe und Orientierung im täglichen Leben.

... schafft Raum für Gemeinschaft und Diskurse

Sportveranstaltungen als gesellschaftliche Ereignisse, Unterhaltungsprogramme für die ganze Familie, fiktionales Erzählen auf der Höhe der Zeit aus Deutschland und Europa, kulturelle Events mit Strahlkraft und die Diskussion darüber, wie wir miteinander leben wollen.

... erzeugt Wert für Kreativwirtschaft und Gesellschaft

In der Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft, durch die Förderung von Branchenentwicklungen, bei der Etablierung grüner Produktionsweisen und in intensivierten Kooperationen mit Institutionen der Zivilgesellschaft.

1 Das ZDF zeigt Qualitätsinhalte für alle

Ziel

Das ZDF hat die Aufgabe und den Anspruch, **allen Menschen in Deutschland ein Programmangebot zu machen.** Deshalb richten wir die Programmstrategie darauf aus, verschiedene Zielgruppen gemäß ihres Nutzungsverhaltens auf allen relevanten Plattformen und Distributionswegen anzusprechen. Die Ausrichtung orientiert sich an **sechs Content Communitys (CC)**, die sich nach Nutzungsgewohnheiten, Alter und soziodemografischen Merkmalen unterscheiden, sowie an den Bedürfnissen von Kindern und Jugendlichen (CC Kids).

Für die langfristige **Stärkung der ZDFmediathek** wurde eine **Distributionsstrategie** entwickelt. Mit ihrer Umsetzung soll die wichtige Nutzung des Programmangebots auf Drittplattformen mit einer **Nutzerbindung** an die ZDF-eigene Mediathek einhergehen.

Die Erhöhung der **Zugänglichkeit** zur ganzen Programmvielfalt des ZDF wird im nonlinearen Angebot über algorithmische Lösungen unterstützt und durch den weiteren Abbau von Zugangsbarrieren im Programmangebot gewährleistet.

Das ZDF setzt seine Profilierung **als nationaler Sender** mit starken Programmmarken fort, vom Informations- bis zum Kulturbereich. So sollen die Alleinstellungsmerkmale des ZDF als öffentlich-rechtlicher Anbieter im Wettbewerb weiter gestärkt und die hohe Nutzerakzeptanz erhalten bleiben.

Geplante Maßnahmen
1/2

Weiterentwicklung der ZDFmediathek

Ausbau der **Personalisierung** zum verbesserten Nutzungserlebnis. Dabei Gewährleistung einer möglichst hohen Angebotsbreite und -tiefe unter den Maßgaben von Public Value-Metriken wie Diversity und Serendipity. Im Sinne der Transparenz eines öffentlich-rechtlichen Angebots werden die verwendeten Algorithmen in der ZDFmediathek offen gelegt und ihre Wirkweise erklärt.

Beteiligung am Aufbau eines **öffentlich-rechtlichen Streaming-Netzwerks** mit der ARD und perspektivisch weiteren Partnern zur Erhöhung der Vielfalt und des Angebotsvolumens.

Neue Distributionsstrategie

Den sich verändernden Nutzungsgewohnheiten begegnet die ZDF-Senderfamilie mit einer nach Ausspielwegen gestaffelten Strategie. Das erfolgreiche lineare Angebot wird ergänzt um non-lineare Ausspielwege und gezielte Platzierungen auf Drittplattformen, verbunden mit einer **Rückführungsstrategie** auf die eigenen Plattformen (ZDFmediathek und ZDFheute).

Gezielte Stärkung der ZDFmediathek durch **verstärkte Formatentwicklungen** für jüngere Zielgruppen im fiktionalen und nonfiktionalen Bereich.

Stärkung **junger fiktionaler Angebote** durch Erhöhung der Genrevielfalt mithilfe von Budget-Umschichtungen: Instant Fiction, Young Adult Fiction, Dramaserie, Sitcom, Koproduktionen, Weekly Serien, Highend Serien. Gleichzeitig Verjüngung etablierter Marken wie „Herzkino“. Ziel ist eine höhere Ausgewogenheit des Angebots in Bezug auf die Bevölkerungsstruktur.

Strategie der Umwandlung von TV-Magazinen in **Online-First-Dokumentations- oder Reportageformate** zur besseren Ansprache jüngerer Zielgruppen auf nonlinearen Angeboten.

Insgesamt 48 WM-Spiele haben ARD und ZDF aus dem Nationalen Broadcast-Center auf dem Mainzer Lerchenberg übertragen. Ziel: Das ZDF setzt auf wirtschaftliche Produktionsweisen und möchte effiziente Formen der Zusammenarbeit mit der ARD fortsetzen und ausbauen.

Stärkung der Investigation im ZDF durch Intensivierung von nationalen und internationalen Recherche-Kooperationen. **„Frontal"** koordiniert zukünftig die Zusammenarbeit mit „Paper Trail Media“ sowie den Recherchenetzwerken „Forbidden Stories“ und „ICIJ“.

Nonlineare **Profilierung des Korrespondentennetzwerks** des ZDF durch Distribution der Inhalte auf ZDFheute und in Social Media oder in Mediatheksformaten wie „Zeitenwende global“.

Nonlineare Informationsangebote stärken, um jüngere Zielgruppen zu erreichen. Insbesondere die ZDFheute-Plattform mit Formaten wie ZDFheute live. Dafür werden stark linear ausgerichtete Formate zur nonlinearen Nutzung umgewandelt oder eingestellt wie z.B. „Leute heute".

Erweiterung des **sportstudio-Angebots** auf die Plattformen **TikTok** und **YouTube** für jüngere Zielgruppen mit Rückführung zu den Inhalten in der ZDFmediathek. „Sportstudio fußball“ u. a. mit Highlights von Bundesliga, Champions League, DFB-Pokal sowie WM und EM.

Crossmediale Konzepte für Sportevents, wie die erstmalig gebündelte Radsport-WM in 13 Disziplinen in Glasgow 2023.

Entwicklung einer **Show für jüngeres Publikum** und Intensivierung von **Comedy**-Akzenten, u. a. zur Förderung junger Talente.

Funk fokussiert sich für junge Zielgruppen verstärkt auf Social-Media-Plattformen wie TikTok, Twitch und BeReal mit neuen Köpfen, Talenten und Formaten und bietet dort einen **öffentlich-rechtlichen Qualitätsanker.**

Das „**Terra X Web**“ wird optimiert und ausgebaut. Es verbreitet zukünftig ein noch breiteres Spektrum an Wissensthemen über die wichtigsten Social Media-Plattformen.

1 Das ZDF zeigt Qualitätsinhalte für alle

Geplante Maßnahmen
2/2

Erweiterung von Formaten auf jüngere Zielgruppen
Die bestehenden starken ZDF-Marken werden für junge Zielgruppen weiterentwickelt und erhalten Spin-Offs oder Markenerweiterungen mit zukunftsweisender Distributionsstrategie.

Das ZDF bündelt in der neuen **Multi-Plattform-Programmmarke** „Terra X History“ seine Angebote im Bereich Geschichte und entwickelt sie mit Fokus auf neue Publika weiter.

Ausbau des **ZDFinfo TikTok-Kanals** mit zielgruppengerecht aufgearbeiteter Hintergrundinformation.

Markenerweiterung der funk-Doku-Marke „**TRU DOKU**" von YouTube, Instagram und TikTok auf die ZDFmediathek.

„logo!“ und „13 Fragen“ machen den Schulhof zum Spielfeld, um kontroverse Themen mit Schülerinnen und Schüler zu diskutieren.

Erweiterung der Kindernachrichtenmarke „**logo!**", u. a. auf TikTok als Comedyformat „un.logo!“.

Ausbau von „**PUR+**" mit Eric Mayer mit XXL-Folgen zu Sonderthemen, einem YouTube-Kanal und einem Podcast.

Entwicklung von „**37°**"- und „**Terra X**"-TikTok-Kanälen zur Gewinnung junger Zielgruppen.

Barrierefreiheit
Ausbau barrierefreier Inhalte auf allen Ausspielwegen, vor allem im Bereich Fiktion und in der ZDFmediathek. Ziele sind u. a. **100 % Audiodeskription für alle fiktionalen ZDF-Primetime-Formate**.

Verfügbarkeit
Ausbau der Materialien unter **Creative-Commons-Lizenz** in der ZDFmediathek und bei Wikipedia. Die Erklärclips können im Bildungskontext frei genutzt und verbreitet werden. Dabei hat das ZDF eine missbräuchliche Verwendung im Blick. Die Urheberpersönlichkeitsrechte bleiben von den CC-Lizenzen unberührt.

Im Mediatheksbereich werden von der Redaktion manuell kuratierte Videos und Dokus aus dem Wissensbereich thematisch sortiert für den **Einsatz im Unterricht** angeboten, wie z.B. bei „Terra X plus Schule“. Das Angebot wird ergänzt durch YouTube-Kanäle zur Unterstützung des digitalen Unterrichts wie die didaktische Webvideoreihe „MrWissen2go Geschichte“ mit Mirko Drotschmann.

Das ZDF macht sein **audiovisuelles Erbe** der Öffentlichkeit zugänglich. Hierzu wird u. a. ein Archivprojekt „Zeugen des Jahrhunderts“ umgesetzt, um Interviews der legendären Reihe in der ZDFmediathek wieder verfügbar zu machen.

Glaubwürdigkeit
Das ZDF setzt seine bereichsübergreifende Überprüfung von jährlich rund 120 Sendemanuskripten für ZDFinfo, „ZDFzoom", „auslandsjournal" und 3sat durch die Abteilung Archiv, Information und Dokumentation fort.

Programm für Europa
Europäische Plattform: **Ausbau des Fremdsprachangebots** von ARTE mit Untertitelungsangebot „ARTE in 6 Sprachen“ und der Präsenz von ARTE auf YouTube in Englisch, Polnisch und Spanisch sowie einer wöchentlichen Online-Nachrichtensendung in Englisch und Spanisch.

Gelebte Fehlerkultur
Eine moderne Arbeitskultur wie auch die dynamischen Rahmensetzungen des Marktes verlangen eine hohe Bereitschaft zu Veränderung und Anpassung in der Programmherstellung und -steuerung. Hierfür sollen Zielsetzungs- und Reviewverfahren weiterentwickelt werden, einhergehend mit der Etablierung einer zeitgemäßen Fehlerkultur, die ein teamorientiertes Arbeiten an der Programmqualität ins Zentrum stellt.

Ziel: Noch mehr unterschiedliche Zugänge zu Qualitätsinhalten des ZDF bieten, wie beispielsweise von Mai Thi Nguyen-Kim, die in der "MaiThink X"-Show Debatten um Themen von Homöopathie bis Kryptowährungen aus wissenschaftlicher Sicht betrachtet, mit Ernsthaftigkeit und Humor.

Die TV-Nutzung nimmt weiter ab. **-19 min./ Tag**

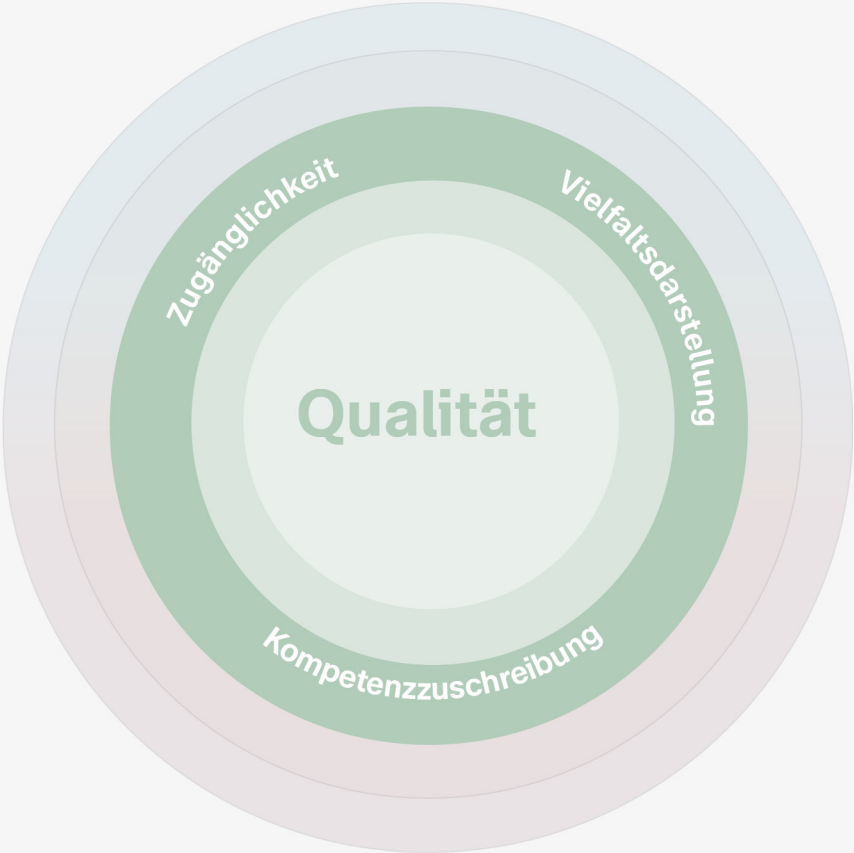
Die Videonutzung im Internet steigt.[1] **+12 min./ Tag**

24% aller Menschen werden täglich nonlinear von **Streamingplattformen** erreicht, **20%** von TV-Anbietern.[2]

Status Quo-Zahlen

1 Das ZDF zeigt Qualitätsinhalte für alle

Zielsetzung und Messgrößen



Vielfaltsdarstellung

Zustimmungswert zur Frage nach der Vielfältigkeit des ZDF Angebots erheben und Wettbewerbsposition (Platz 2 im Imagetrend) halten oder steigern.

Zugänglichkeit

Barrierefreiheit
Steigerung der Anzahl barrierefreier Programme im ZDF mit positiven Effekten für die Mediathek.

Erhöhung der Audiodeskription in der Primetime Fiction von 86% (Stand 2022) auf 100% und der Untertitelung in ZDFinfo von 30% auf 40%.

Angebotsvielfalt
Kontakt zu vielfältigen Inhalten linear durch Audienceflow und Sonderprogrammierung. Bilanz nach Auswertung in Case Studies.

Algorithmisches Empfehlungssystem der Mediathek. Steigerung der Sichtbarkeit von Inhalten im Verhältnis zum Gesamtangebot. Konzeption zur Messung der Vielfaltsnutzung. Auswertung der Ergebnisse und qualitative Nutzerbewertung in On-site-Befragung.

Kompetenzzuschreibung

Genrebewertung
Verteidigung der Platzierungen (Platz eins oder zwei) in 24 von 32 Genres.

Eigenschaftsprofil
Zustimmung zum positiven Gesamtbild des ZDF mit Eigenschaften wie z. B. aktuell, glaubwürdig und sympathisch erhöhen.

Angebotsentwicklung
Zustimmungswerte zur Zufriedenheit mit dem ZDF-Angebot erhöhen.

1 Das ZDF zeigt Qualitätsinhalte für alle

Zielsetzung und Messgrößen

ZDF bleibt Lieblingssender

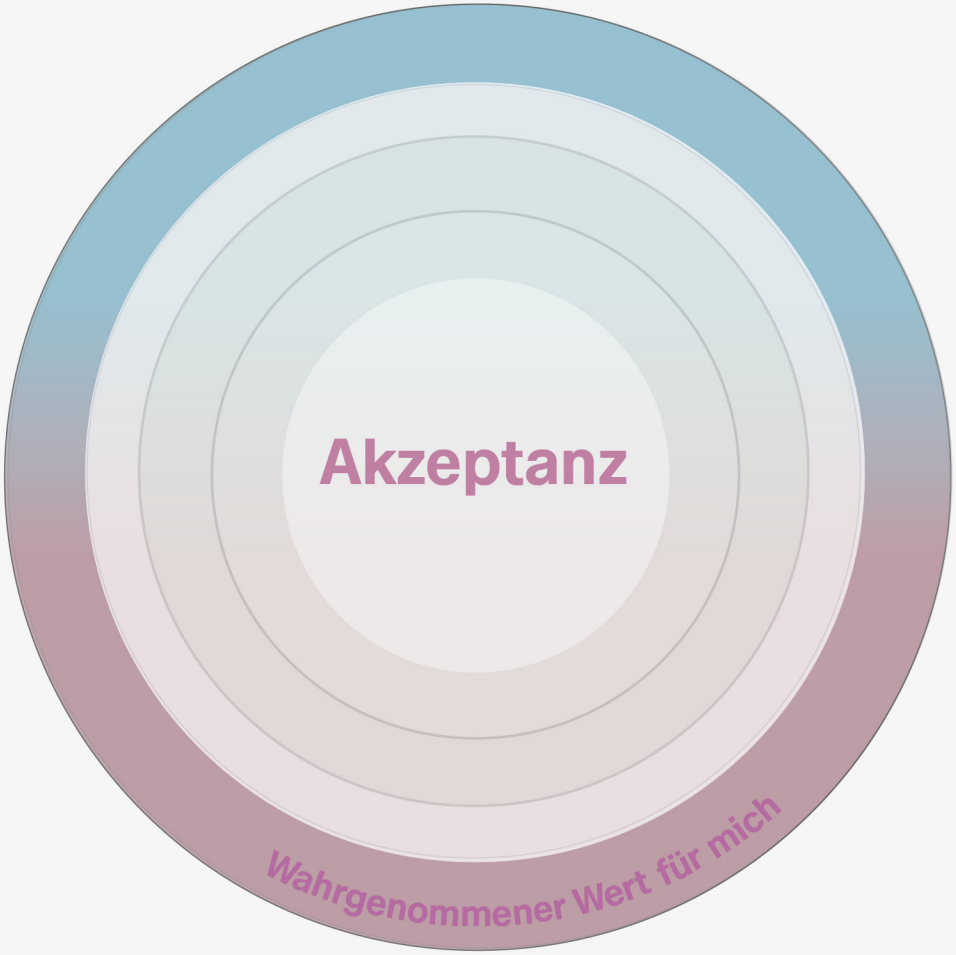
Verteidigung Platz 1 im Wettbewerb.

Persönlicher Wert

Ermittlung von Zustimmungswerten zur Aussage, dass die mit dem ZDF verbrachte Zeit gut investiert ist, seine Inhalte im persönlichen Umfeld besprochen und weiterempfohlen werden und sich das Programm positiv von Anderen abhebt.

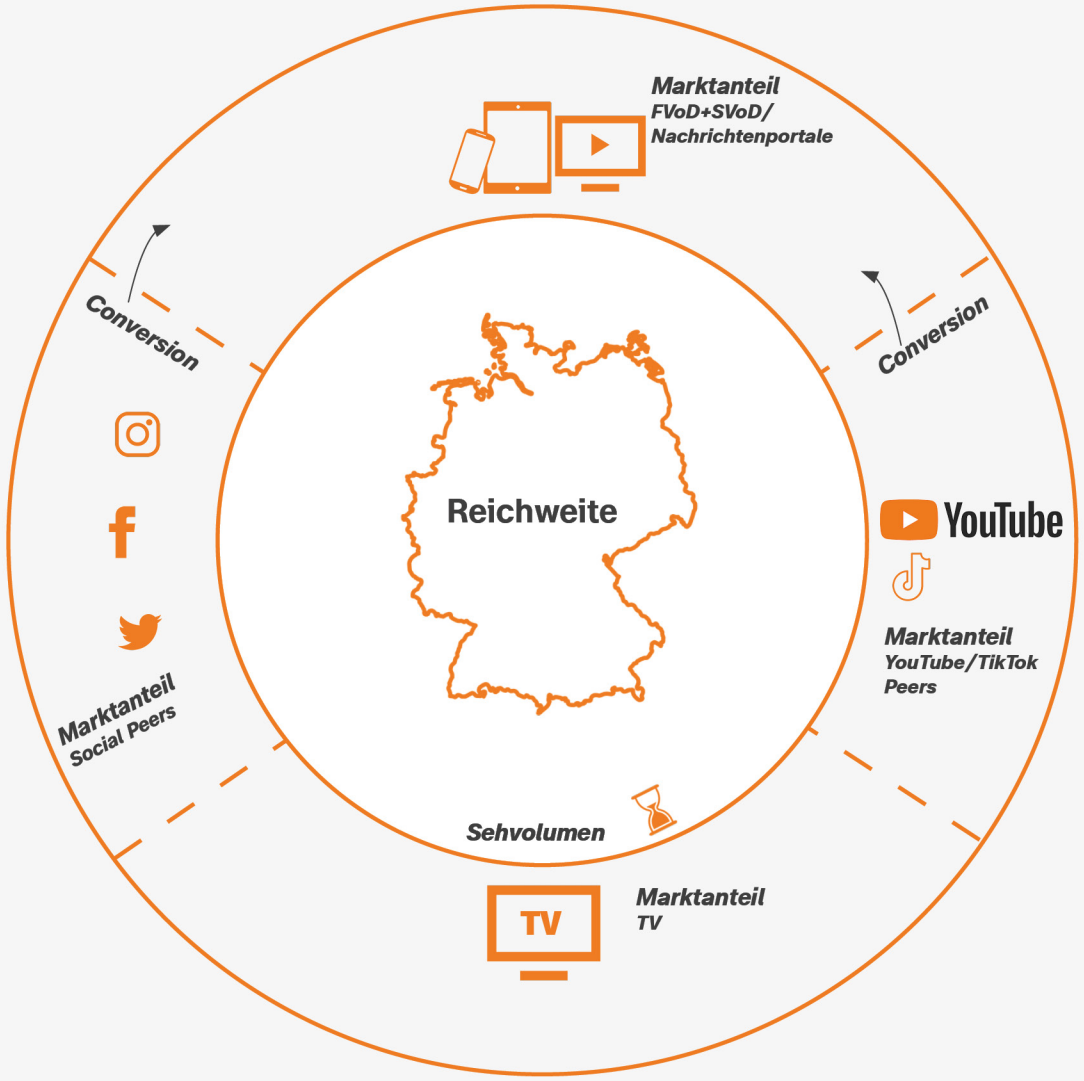
Beitragsakzeptanz

Ermittlung von Zustimmungswerten zur Aussage, dass das ZDF aufgrund seines gesellschaftlichen und persönlichen Wertes den derzeitigen Anteil am Rundfunkbeitrag von 4,69 € wert ist.



1 Das ZDF zeigt Qualitätsinhalte für alle

Zielsetzung und Messgrößen



Reichweite
Die ZDF Programmfamilie erreicht monatlich > 85 % der Bevölkerung. Die Reichweite der Angebote des ZDF bei YouTube und TikTok steigen.

Sehvolumen
Das Sehvolumen steigt in der ZDF Familie in den CCs 1-3, in der ZDFmediathek und in den ZDF-YouTube-Angeboten.

Marktanteil TV
Das ZDF ist meistgesehener Sender im deutschen Markt. Der MA steigt in der CC3.

Marktanteil Mediathek
Der Marktanteil der ZDFmediathek am Streaming-Markt steigt in den CCs 2 und 3

Marktanteil Social Media
Entwicklung eines Systems zur Messung des Marktanteils innerhalb einer Social Peer Group.

Abrufe Social Media
Die Nutzung der ZDF-Kanäle auf YouTube, Instagram und TikTok steigt.

Interaktionen Social-Media
Die Interaktion der Nutzenden der ZDF-Kanäle auf YouTube, Instagram und TikTok steigt.

Conversions
Die Conversions von Social Media-Angeboten zu Inhalten der ZDFmediathek steigen.

Ausgangsbasis der Messungen bildet die Vorlage FR 02/23.

2 Das ZDF hilft, die Welt besser zu verstehen

Ziel

Mit seinem **Informationsangebot** ist das ZDF ein wichtiger gesellschaftlicher Faktor für die **Stärkung demokratischer Meinungsbildung.** Die Nachrichtensendungen des ZDF, „heute" und „heute-journal", die Nachrichten-App ZDFheute und das Kinderangebot „logo!" sind zentrale Säulen unabhängiger Informationsvermittlung.

Eine **glaubwürdige Berichterstattung** ist eine der zentralen Aufgaben des ZDF. Hierzu gehört die verlässliche Information aus den **Landesstudios** und aus Europa sowie die Einordnung weltpolitischer Ereignisse durch das **Korrespondenten-Netzwerk** des ZDF.

Mit dem Ausbau nonlinearer Zugänge über ZDFheute und weitere Plattformen wie TikTok sollen auch **jüngere Menschen mit aktuellen Informationen versorgt** werden.

Das **Aufdecken** von strukturellen **Missständen** und **Machtmissbrauch** gehört zu den journalistischen Kernaufgaben und wird durch den Ausbau der Investigation forciert.

Wissensvermittlung, Recherche von **Hintergründen** und das Aufzeigen verschiedener Perspektiven erleichtern den Bürgerinnen und Bürgern den **Zugang** zu den **wichtigsten gesellschaftlichen Entwicklungen**. Diese wird mit einem hohen **Anteil an Dokumentationen** in der gesamten Programmfamilie für alle Genres von Wissenschaft, Geschichte, Kultur, Zeitgeschichte bis zu Current Affairs gewährleistet.

Geplante Maßnahmen

1/2

Ausbau ZDFheute

Stärkung der ZDFheute-Plattform durch Neubau der Web-Ausspielung und Optimierung der Apps im Bereich Nutzerführung und Neuentwicklungen u. a. bei visuellen Inhalten und Barrierefreiheit.

Größere **Themenbreite** und -tiefe durch mehr Inhalte aus den **Inlands-** und **Auslandsstudios** sowie den Fachredaktionen u. a. aus Politik, Gesellschaft, Wirtschaft. Neuer **Ratgeberbereich**. Verstärkter Fokus auf erklärende Inhalte. Weiterentwicklung der Angebote bei Instagram und YouTube, Aufbau eines TikTok-Kanals.

Stärkung von Recherche und Investigation

Das ZDF stärkt den Investigativbereich durch eine **plattformübergreifende Ausspielung der Investigativmarke „frontal"** für YouTube, Mediathek, ZDFheute und ZDFinfo. Kooperationen u. a. mit der Redaktion „ZDF Magazin Royale".

Das **neue Rechercheformat „Die Spur"** mit forensischen Analysen und dem Einsatz von Open Source Intelligence. Entwickelt für ein jüngeres Mediatheks-Publikum; löst „ZDFzoom" als Format ab.

Ausbau der Auslandsberichterstattung

Das "auslandsjournal" weitet seine Berichterstattung aus dem Ausland aus. Themen sind u. a. Frauenfußball in Afghanistan, Iran und Saudi-Arabien sowie ein weltweiter Blick auf das Thema Dürre. In „Geopolitix" sollen Korrespondentinnen und -korrespondenten zukünftig geopolitische Zusammenhänge für ZDFheute und Mediathek greifbar machen.

„heute - in Europa" berichtet über Ereignisse wie „60 Jahre Élysée-Vertrag", Wahlen in Türkei, Spanien und Polen, Ukrainepolitik, EU-Klimapolitik. 2024 mit Fokus auf Europawahl und Präsidentschaftswahl in Russland.

Ziel: Unterschiedliche Perspektiven einnehmen und ungewöhnliche Einblicke gewähren, wie hier in der Begleitdokumentation zu "Der Schwarm" mit Wal-Spürhund Eba.

Ausmaß und Folgen des Ukrainekrieges werden zum ersten Jahrestag beleuchtet: Spezial-Ausgabe „auslandsjournal - Ein Jahr Krieg". Reihe „Tatort Ukraine – Menschen im Krieg" über die grundstürzende Veränderung der Zivilgesellschaft im Krieg. „logo! extra: Kinder in der Ukraine - ein Jahr im Krieg".

Ungewöhnliche Perspektiven und größtmögliche Nähe zu den Menschen und ihrer Lage sollen zum besseren Verständnis beim Publikum beitragen. Geplant sind:

Dokumentarfilm „Ab 18! Milena" über Zerrissenheit einer Frau in Georgien als Tochter einer Putintreuen Russin und Enkelin einer Ukrainerin.

Vierteilige Dokumentationsreihe „Vietnams Krieg", die vor allem die Frauen in den Mittelpunkt stellt.

Das Format „Tracks East" zeigt Kulturschaffende aus dem Osten Europas und darüber hinaus bis Türkei, Iran und China.

„Die Rückkehr der Diktatoren" vergleicht Xi Jinpings und Wladimir Putins Herrschaft mit der ihrer diktatorischen Vorgänger, Mao und Stalin.

Europäische Miniserie „Kabul" über das kollektive Versagen des Westens beim abrupten Ende seines Engagements in Afghanistan.

Live-Talk zur Sicherheitspolitik „#sicherheitshalber LIVE" in phoenix in Kooperation mit dem gleichnamigen Podcast.

Neue Formen der Zeitgeschichte

In der Geschichtsvermittlung setzt das ZDF auf **moderne Erzählformen** und die **Kombination mehrerer Ausspielwege** sowie den **Einsatz neuer Technologien**.

Dokumentationsschwerpunkt „Hitlers Macht" mit neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen und mehreren Formaten für TV, Mediathek und Social Media.

Die Multi-Channel-Event-Doku „Fünf Anläufe zur Freiheit" würdigt zum 70. Jahrestag des Volksaufstands in der DDR am 17. Juni 1953 historische Wendepunkte auf dem Weg zur Demokratie in Deutschland.

Reihe „Tschernobyl – Die Katastrophe" mit hochwertiger CGI.

2 Das ZDF hilft, die Welt besser zu verstehen

Geplante Maßnahmen
2/2

Lebensgeschichte der Holocaust-Überlebenden Margot Friedländer in einem Doku-Drama zum 85. Jahrestag der Novemberpogrome 1938 . Die 102-jährige Protagonistin erzählt selbst.

Fernsehfilm „Nahschuss“ mit Lars Eidinger über das letzte Hinrichtungsopfer der DDR.

Verfilmung von Erich Kästners Roman „Fabian, oder der Gang vor die Hunde“ in Berlin Anfang der 1930er Jahre.

„Diese Sendung ist kein Spiel – die unheimliche Welt von Aktenzeichen XY ungelöst“. Aufschlussreiche Unterhaltung vor dem Hintergrund zeitgeschichtlicher Entwicklungen.

Umwelt und Naturschutz: Die Weltmeere

Ein Themenschwerpunkt zur Eventserie „Der Schwarm“, die vom Kampf der Menschheit gegen eine unbekannte Schwarmintelligenz in den Tiefen des Meeres erzählt. Das ZDF widmet sich der Verschmutzung und Zerstörung der Weltmeere; liefert Hintergrundinformationen in ZDFmediathek und Social Media.

Ausbau des Themenfelds Wirtschaft

Die Wirtschaftsberichterstattung soll formatübergreifend unter Nutzung der Erklärkompetenz des ZDF gestärkt werden. Globale wirtschaftliche Zusammenhänge werden eingeordnet. Firmen- und Start-up-Portraits zeigen, wie Innovationen die Gesellschaft zukunftsfähig machen. Ein aktueller Planungsdesk koordiniert Wirtschaftsthemen und sichert eine Themenvielfalt von Geldpolitik über Arbeitsmarktpolitik bis hin zur nachhaltigen Wirtschaft.

In Dokumentationen und Dokumentarfilmen wird auch ein Blick auf große Betrugsfälle in der Wirtschaft geworfen.

Im Dokumentarfilm „Death and Taxes“ und der fiktionalen Serie „The Cum-Ex Files" steht der Millionenbetrug durch Steueranwalt Hanno Berger und die Cum-Ex-Machenschaften im Zentrum.

Im Kunsthandel zeigt die Doku „Für’s Geld, Euer Ehren“ die betrügerischen Geschäftspraktiken des Galeristen Inigo Philbrick, der Kunden um Millionen betrog.

Fokus: Kulturelles Erbe

Das ZDF widmet sich 2023/2024 unserem kulturellen Erbe und den Auswirkungen auf Gegenwart und Zukunft.

Geologe Colin Devey im Zweiteiler „Tiefe Erde“ auf geologischer Zeitreise, im Mittelpunkt das Auffinden von Rohstoffen und deren Bedeutung für den Ausbau regenerativer Energien.

Christopher Clark mit der „Weltensaga“ auf Reise zu weiteren Stätten des Unesco-Weltkulturerbes in Südamerika, Europa und Afrika. Vergangene Kulturen sollen dabei Verständnis schaffen für die kulturelle Vielfalt der Welt.

Der Dreiteiler „Europa in...“ mit Mirko Drotschmann über das Leben in Europa während der Eiszeit, der Völkerwanderung und des Absolutismus.

„Bauwerke der Weltgeschichte“ über außergewöhnliche Architektur der Welt.

Neue Informationszugänge für junge Zielgruppen

Länderspiegel-Kurzdokus zu Entwicklungen in den Ländern und Regionen in der ZDFmediathek und auf YouTube.

Instagram- und TikTok-Formate zu aktuellen rechtlichen und rechtspolitischen Themen mit Diskussionspotenzial sollen jüngere Nutzerinnen und Nutzer an juristische Themen heranführen.

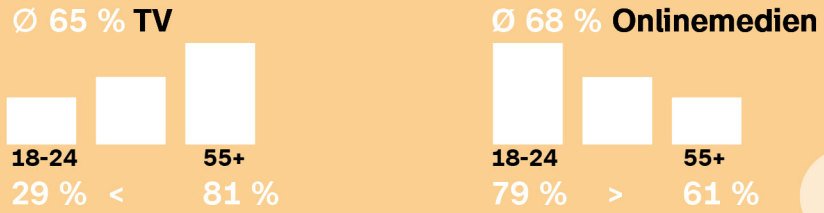
Das Wissenschaftsmagazin „Leschs Kosmos“ wird zur Dokumentation „Terra X – Harald Lesch“ für ein jüngeres Publikum mit unterhaltendem und niederschwelligem Zugang zu wissenschaftlichen Themen.

Der Instagram-Kanal „phoenix_de" ergänzt als „Home of Parliament“ die Berichterstattung aus dem Deutschen Bundestag und dem Europäischen Parlament.

Instagram-Kanal „Das ist also Kunst“ mit neuer Hostin und stärkerem Blick auf die Lebenswelt der jungen Zielgruppe sowie Ausbau der Kooperationen mit Kunst- und Kultureinrichtungen.

Ziel: Schwierige Sachverhalte in einer komplexen Welt noch besser verständlich machen[1] für die Zuschauenden, so wie Marietta Slomka mit ihren alltagsnahen Moderationen seit 2001 im „heute journal“.

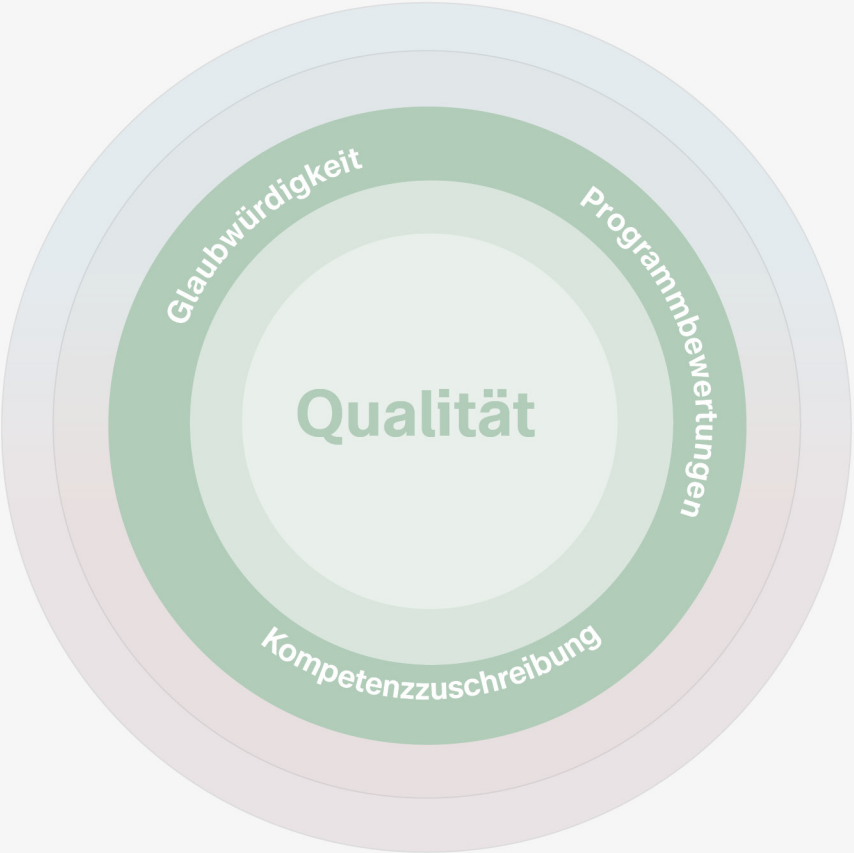
Jüngere informieren sich vorrangig im Internet. Aber auch immer mehr Ältere.



Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen 2022 (nach Alter in Prozent)[2]

Status Quo-Zahlen

Zielsetzung und Messgrößen



Kompetenzzuschreibung

Die Bevölkerung schreibt dem ZDF weiterhin eine hohe Genre-Kompetenz in den Bereichen „Informieren“ und „Bilden“ zu (Ziel: Platz 1 oder 2)

Glaubwürdigkeit

Zustimmungswerte zur Glaubwürdigkeit von ZDF und ÖRR als Informationsquelle, zur Vertrauenswürdigkeit der ZDF-Nachrichtenmarken und zum Vertrauen in den ÖRR allgemein auf hohem Niveau halten.

Start einer journalistischen Zertifizierung durch die Journalism Trust Initiative (JTI).

Programmbewertungen

Ermittlung der Zustimmungswerte bei Befragungen zur Erfüllung von Nutzungsmotiven.

Ermittlung und Auswertung im Rahmen des Aufbaus eines nationalen Publikumspanels.

Regelmäßige Ermittlung und redaktionelle Auswertung in qualitativen Studien und Sendungstests (20x/Jahr).

Befragung zum Brandlove-Potential von Sendungen.

3 Das ZDF ist nah dran am vielfältigen Leben

Ziel

Das ZDF macht ein **Programm für die Bürgerinnen und Bürger Deutschlands**. Wir informieren die Menschen nicht nur über Aktuelles, sondern beraten die Menschen bei den **Entscheidungen**, die sie im täglichen Leben treffen müssen.

Deshalb machen wir **Journalismus auf Augenhöhe** und tauschen uns mit den Bürgerinnen und Bürgern über ihre Sorgen und Nöte aus. Den Besonderheiten der verschiedenen Regionen, auch im Verhältnis Ost-West und Nord-Süd wird dabei Rechnung getragen.

Traditionsreiche Verbrauchermagazine wie „WISO" und „Volle Kanne" sowie neuere Formate wie „terra Xplore" oder „Soll ich...?" bieten Menschen aller Altersgruppen **Hilfe und Orientierung im täglichen Leben**.

Die Abbildung **vielfältiger Lebensrealitäten** ist eine feste Konstante in der Umsetzung aller journalistischen, aber auch fiktionalen wie unterhaltenden Formate. Sie befördern Verständnis und Empathie in einer komplexen Welt, und leisten damit einen wichtigen Beitrag zum **gesellschaftlichen Zusammenhalt**.

Um die **Bedürfnisse und Interessen der Menschen** in Deutschland noch besser zu verstehen, baut das ZDF zudem ein **bundesweites Publikumspanel** auf.

Geplante Maßnahmen

1/2

Lebensnähe

In nonfiktionalen und fiktionalen Befassungen **spiegeln die Programme das Leben der Menschen wider** und eröffnen so die Möglichkeit von Identifikation und Bildung von Gemeinschaft.

In „Am Puls Deutschlands 2.0" interviewen prominente ZDF-Presenterinnen und -Presenter Bürgerinnen und Bürger zu drängenden gesellschaftspolitischen Fragen.

Die Sendung „moma vor Ort" geht dahin, wo die Probleme sind und bringt Bürgerinnen und Bürger mit Politikerinnen und Politikern in den Dialog.

Das React-To- und Beratungsformat „Soll ich...?" der ZDF-Landesstudios greift **lebensentscheidende Fragestellungen** von Menschen um die 30 auf.

Der Dokumentarfilm „IchDuWir – wer sorgt für wen?" bündelt Geschichten von Menschen, die in Deutschland für andere sorgen: Eine Erzieherin, eine Krankenschwester, ein Sterbebegleiter, aber auch Familienangehörige, die Pflegearbeit zuhause leisten.

Dokumentation „ZDFzeit: die Wahrheit über unsere Rente" über **unbequeme Wahrheiten, politische Fehlentscheidungen und ein System, das die Lasten der Zukunft** auf die jüngeren Generationen verlagert.

Die Character-Driven Documentary „Terra Xplore" rückt als Kompass in Lebensfragen und für „Mental Health" die Psychologie, Neurobiologie und Soziologie in den Fokus.

Drama-Miniserie „Push" über die beruflichen und **privaten Herausforderungen** dreier Hebammen.

Fortsetzung der Serie „Fritzie – der Himmel muss warten" über eine krebskranke Lehrerin.

Beziehung, Sexualität und Identität

Identität und Beziehungen als elementare soziale Bedürfnisse sind auch 2023/24 Thema in zahlreichen Programmen des ZDF. In Filmen, Serien oder in Dokumentationen.

Das Format „Soll ich...?" konfrontiert Menschen um die 30 mit essenziellen Lebensfragen - und zeigt mögliche Folgen einer Entscheidung.

Crime-Dramedy-Serie „Nowheresville" über fünf Teenager-Mädchen in Norwegen.

Weiterentwicklung der Serie „ECHT", die **authentisch das Leben von Jugendlichen abbildet.** Für TV, ZDFmediathek und YouTube.

Im Challenge-Realityformat „Modern Love" stellen sich Paare spielerisch ihren Beziehungsproblemen.

„Wie wollen wir lieben?": 3-teilige ARTE-Doku über das Verhältnis von Liebe, Sexualität und Freiheit. Die Web-only-Serie „Rurangi" über einen transgender-Aktivisten.

Spielfilm und Web-Serie „Clashing Differences" werfen einen kritischen und ironischen Blick in die Welt feministischer Aktivistinnen.

Fortsetzung der Instant-Fiction-Serie „Loving Her" über eine junge lesbische Frau in Berlin nach dem Studium.

Instant-Fiction-Serie „WatchMe" um drei Personen, die sich als Darstellerinnen und Darsteller auf einer Pornoplattform versuchen.

Wissenschaftsabend auf 3sat mit der Dokumentation „Unser Sexleben – wann liebe ich wen und warum?" und anschließender Diskussion „Perfekter Sex" bei „Scobel".

Themenfilm „Juli tanzt" als Musical für jüngere Zuschauer zum Thema Bodyshaming.

Deutsche Szene

3sat-Dokumentarfilm „Auf der Kippe" über die Folgen der Deindustrialisierung in der Lausitz.

Fortsetzung der Serie „Doktor Ballouz" über einen libanesisch-stämmigen Arzt in der Uckermark.

In dem 3sat-Dokumentarfilm „Deutschlandlieder" wird die Geschichte der türkisch-deutschen Musikszene erzählt.

3 Das ZDF ist nah dran am vielfältigen Leben

Geplante Maßnahmen
2/2

Drama-Mini-Serie „We are Family“ im Umfeld der Ballroom- und Voguing-Szene.

Fortsetzung der Make-up-Challenge-Show „Glow Up“ mit Riccardo Simonetti.

Religion und Lebensfragen
Zugang zu Glauben, Haltung und Sinnhaftigkeit im Leben bieten regelmäßig ZDF-Marken wie 37° sowie dokumentarische Schwerpunkte und Fiktion.

Fortsetzung der 37°Leben-Reihe „Warum glaubst Du?“ angesichts zunehmender **kultureller und religiöser Vielfalt in der Gesellschaft.**

Die O-Ton-Reportagen auf 37°-YouTube mit Menschen in **schwierigen Lebenssituationen als Orientierungshilfe.**

Dokumentationen und Doku-Serien zu den Themen Glaube und Religion auf ARTE, z.B. „Wie Götter speisen” und „Warum glauben wir”.

Fernsehfilm über eine zerrüttete Familie, die im Angesicht des Todes versucht, sich einander wieder anzunähern.

Thematisierung der Trauerbewältigung im hochrangig besetzten Drama „Laufen“.

Kriminalität
Das Leben in einem kriminellen Umfeld und die Auswirkung von Straftaten auf die Betroffenen beleuchten diverse Serien und Dokumentationen.
Internationale Mediatheks-Serie „Riding in Darkness“ über Manipulation und Missbrauch im Pferdesport.

Drama „Wir haben einen Deal“ zum Thema Missbrauch im Fußball.

Die Serie „Rosaria“ erzählt das deutsche Mafia-Milieu aus einer weiblichen Perspektive.

Die ZDFinfo Doku-Serie „Blutsbande – Clans in Berlin“ zeigt das Leben innerhalb der Parallelgesellschaft auch jenseits von Kriminalität und mit großem Anteil **miterlebbarer Lebensrealität.**

Umwelt, Wirtschaft und Ernährung
Themen, die zum **Verständnis globaler Wirtschaftszusammenhänge** beitragen und die Bürgerinnen und Bürger bei der Bewältigung des Alltags beschäftigen, widmen sich Regelsendungen im TV und auf den Social-Media-Kanälen des ZDF.

Klima- und Nachhaltigkeitsthemen werden in "planet e." gestärkt. "WISO" liefert wöchentlich Fakten und Antworten auf **Verbraucherfragen**.

Informative und unterhaltsame Auseinandersetzung mit dem Thema Lebensmittel auf dem YouTube-Kanal „ZDFbesseresser“.

Das Angebot „Die Geldin“ versammelt auf Instagram eine weibliche Community rund um das Thema Geld und Finanzen.

Diversität und Inklusion
In der Unterhaltung und im Sport wird zukünftig verstärkt auf eine diverse Besetzung bei Themen und der Teilnehmenden geachtet.

Eine möglichst **diverse** und die Gesellschaftsrealität abbildende **Besetzung** von Rate-Panels sowie Expertinnen und Experten wird in Unterhaltungssendungen wie Talkshows angestrebt.

Mit dem **Ausbau der Sphinx-Expertinnendatenbank** soll eine paritätisch ausgewogene Beratung der Redaktionen durch die Abteilung Archiv, Information, Dokumentation erreicht werden.

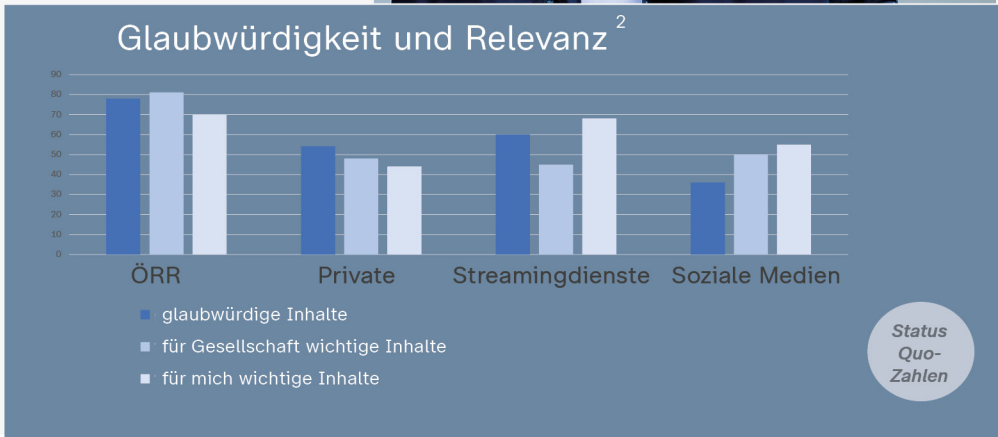
Berichterstattung von den „Special Olympic World Games“ (2023) und den Paralympics in Paris 2024.

Zweiteiler „Liebe kennt keinen Unterschied“ über zwei Jugendliche mit Downsyndrom.

Im Factual-Entertainment-Format „The Write-Offs“ werden Menschen mit Lese- und Schreibschwäche gecoacht.

Community-Arbeit
Der Austausch der Redaktionen mit dem Publikum, aber auch die Diskussionen der Nutzenden untereinander ist ein wichtiger Bestandteil der Präsenz auf verschiedenen Social-Media-Kanälen, wie z. B. von „Terra X", „37°" oder „unbubble". Er stärkt die positive Wahrnehmung und das Vertrauen in das ZDF als öffentlich-rechtlicher Sender.

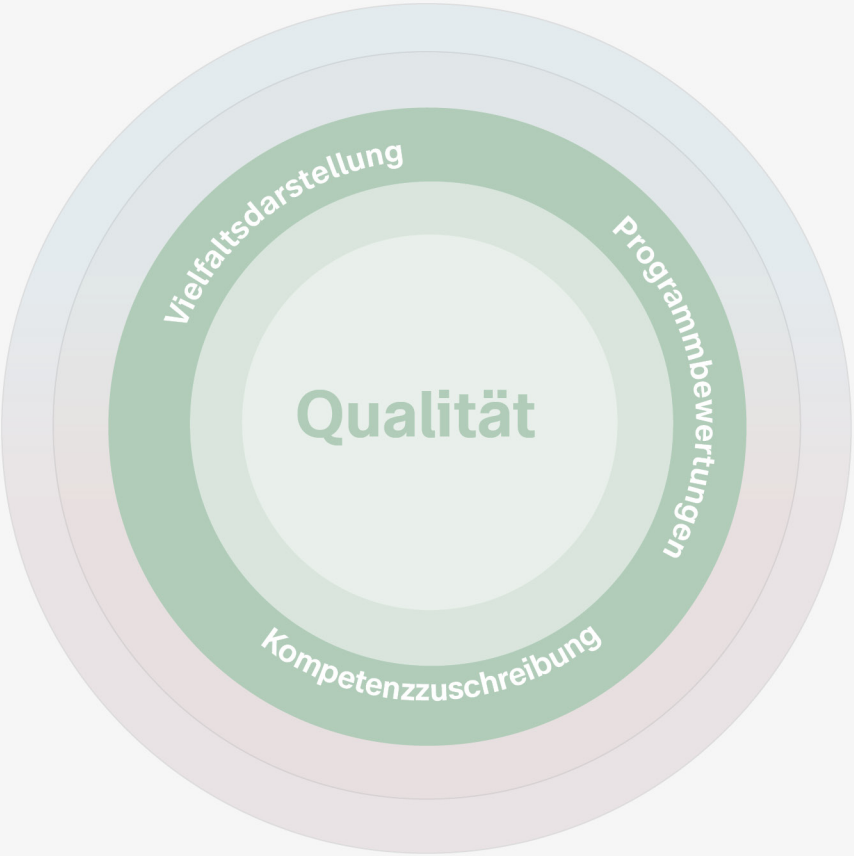
Jochen Breyer verfolgt das Ziel des ZDF den Menschen in seinen Reportagen „unvoreingenommen und zugewandt, gleichzeitig kompromisslos, kritisch und unbequem“[1] nahezukommen.



Status Quo-Zahlen

3 Das ZDF ist nah dran am vielfältigen Leben

Zielsetzung und Messgrößen



Kompetenzzuschreibung

Die Bevölkerung schreibt dem ZDF weiterhin hohe Genrekompetenz im Bereich "Beraten" zu (Ziel: Platz 1 oder 2).

Vielfaltsdarstellung

Meinungsvielfalt sowie vielfältige Darstellung der Gesellschaft und der Regionen in Deutschland. Erhöhung der Zustimmungswerte.

Vielfalt der Mitwirkenden

off-screen: Fortsetzung des Gendermonitors in der Fiktion und weitere Erhöhung des Frauenanteils. Zur systematischen Erfassung der Vielfalt in allen Genres ist der Aufbau einer Datenbank erforderlich.

on-screen: Erstmalige systematische Erfassung und Auswertung von Geschlecht und Alter durch KI-gesteuertes Analysetool.

Programmbewertungen

Ermittlung der Zustimmungswerte bei Befragungen zur Erfüllung von Nutzungsmotiven.

Ermittlung und Auswertung im Rahmen des Aufbaus eines nationalen Publikumspanels.

Regelmäßige Ermittlung und redaktionelle Auswertung in qualitativen Studien und Sendungstests (20x/Jahr).

Befragung zum Brandlove-Potential von Sendungen.

4 Das ZDF schafft Raum für Gemeinschaft und Diskurs

Ziel

Gemeinsame Erlebnisse verbinden ebenso wie der Austausch darüber, wie wir in einer Gesellschaft miteinander leben wollen. Mal auf emotionaler, mal auf kommunikativer oder intellektueller Ebene. **Das ZDF schafft Räume für diese Erfahrungen**.

Durch **sportliche Großveranstaltungen** wie Olympische Spiele, Fußball-Weltmeisterschaften oder andere internationale Sportwettbewerbe.

Durch große unterhaltende **Familien-Shows**, emotional bewegende **Serien** und **fiktionale Highlights** wie „Gestern waren wir noch Kinder“ oder die Öko-Thriller-Serie „Der Schwarm“.

Durch **kulturelle Events** mit Weltklassekünstlern auf den Oper-, Theater- und Festivalbühnen.

Und mit Formaten, die der Vielfalt verschiedener Meinungen zu kontroversen Themen Raum geben und **Menschen miteinander in den Austausch bringen**. Von TV-Sendungen „maybrit illner“ und „Markus Lanz“ bis zum jungen YouTube-Kanal „unbubble“.

Geplante Maßnahmen

1/2

Serien

Das ZDF steigert in 2023/2024 die **Genrevielfalt des fiktionalen Erzählens** zulasten des weiterhin beliebten Krimigenres. Wenig erzählte Themenwelten und Milieus stehen dabei besonders im Fokus. Hierzu zählen:

High-End-Serie „Der Schwarm“ als internationale Koproduktion mit umfangreichem Begleitprogramm zum Thema Ozeane und Ökologie.

Eventserie „Die zweite Welle“ über die Nachwirkungen der Tsunami-Katastrophe von 2004 auf das Leben einer Gruppe von Freunden.

Eventserie „Gestern waren wir noch Kinder“ über eine Teenagerin, die nach einer Familientragödie die Verantwortung für ihre Geschwister übernehmen muss.

Workplace-Dramedy „Hotel Mondial“ mit vier Frauen im Mittelpunkt einer Berufsfamilie in einem Schweriner Hotel.

Finale von „Sløborn“, in dem die jungen Protagonistinnen und Protagonisten im Katastrophen-Szenario finale Entscheidungen über ihr Zusammenleben treffen müssen.

In der Thriller-Serie „Doing Good“ stehen drei Frauen in einer NGO vor dem Dilemma, Schlechtes tun zu müssen, um Gutes zu erreichen.

Jugendserie „Feelings“ über ein Teenager-Mädchen, das zu ihrem Vater aufs Land zieht und auf ein Familiengeheimnis stößt.

Fortsetzung der Comedyserien/Sitcoms „Deadlines“, „Doppelhaushälfte“ und „Ich dich auch!“ über das Leben jüngerer und ZDF-ferner Zielgruppen.

Abenteuerserie „Race to the Pole“ mit BBC und France TV nach dem Erfolg von "In 80 Tagen um die Welt"

Serienadaption des Enid Blyton-Klassikers „Fünf Freunde“ in Koproduktion mit der BBC.

Ziel: Neue Diskursformen und -plattformen, wie hier bei Psychologe Leon Windscheid, der mit zwei Antagonisten diskutiert.

Serie „The Cum-Ex-Files“ als schwarz-humorige Übersetzung des Steuerbetrug-Skandals.

Europäische Miniserie „The Kollective“ über eine junge internationale Recherchegruppe auf Basis des Recherche-Netzwerks „Bellingcat".

Wiedereinstellung von rund 1200 **Kultsendungen und Klassikern** wie „Der Alte“, „Der Landarzt“ oder „Forsthaus Falkenau“ in die ZDFmediathek. Als Event-Livestream und Video-on-Demand-Angebot anlässlich von „60 Jahre ZDF“.

Ausbau des Videoangebots „ZDFchen“ für Fernsehanfänger, u. a. mit der 3D-Neuauflage von „Grisu, der kleine Drache“.

Doku-Serien

Das ZDF baut 2023/2024 den Anteil serieller Dokumentations-Formate aus. Insbesondere ZDFinfo wird sein Angebot für die non-linearen Ausspielwege weiterentwickeln.

Innerhalb eines breiten Themenspektrums von Politik über Kultur bis Sport werden **vielfältige gesellschaftsrelevante Themen aufgegriffen,** wie z. B. die fünfteiligen Dokumentarfilm-Serie über den Anschlag auf den Berliner Breitscheidplatz 2016 oder in „Tschernobyl - Die Katastrophe".

Filme

Das ZDF verfolgt 2023/2024 das Ziel, im Filmbereich mit gesellschaftlich relevanten Themen **mehr Auffälligkeit** zu erzeugen.

In „Dreamland – tödliche Geschäfte“ gerät ein Professor in der Schmerzmittelforschung in Konflikt mit seinem Auftraggeber. Ergänzung durch 37°-Dokumentation zur Opioid-Krise in den USA.

Eventfilm „Kati Witt – zwischen Kür und Pflicht“ über zwei Frauen aus zwei Generationen, die sich nach Ende der DDR neu positionieren müssen.

Adaption der Novelle „Der Schimmelreiter“ als nordfriesisches Drama zum Thema Klimawandel.

4 Das ZDF schafft Raum für Gemeinschaft und Diskurs

Geplante Maßnahmen
2/2

Sport als Event für alle
Das ZDF verfolgt das Ziel von allen gesellschaftlichen Sportereignissen umfangreich und in effizienter Zusammenarbeit mit der ARD zu berichten.

Dabei soll ein **stärkerer Fokus auf den Wettbewerben der Frauen** liegen. Zusätzliche Impulse sollen durch crossmedial genutzte Übertragungsrechte entstehen.

Übertragungen u.a. der Handball WM und EM, den Finals 2023/2024, der Frauen-Fußball-WM, der Fußball-EM der Männer in Deutschland, der Olympischen Sommerspiele und Paralympics 2024 in Paris. Liveübertragungen und Hintergrundberichte im TV, auf sportstudio.de sowie auf TikTok und YouTube.

Diskurs fördern
Das ZDF investiert in Formate, die den Diskurs über unser Zusammenleben fördern. Hierzu zählen beispielsweise:

Der erfolgreiche YouTube-Kanal „unbubble“ wird um das spielerische Meinungs-Tausch-Format „Unter Anderen“ erweitert.

„Das Literarische Quartett“ präsentiert auf der Buchmesse Leipzig eine U21-Ausgabe mit junger Perspektive.

Den **existenziellen Fragen der Menschheit** widmet sich Harald Lesch in den „Großen Fragen“ („Terra X") sowie in „Lesch sieht Schwartz“ mit Theologe Thomas Schwartz.

Der ZDFneo-Late-Night-Talk „Studio Schmitt“ mit Podcaster und Talker Tommi Schmitt wird für eine junge Zielgruppe fortgesetzt und es wird an neuen Konzepten mit dem Protagonisten gearbeitet.

YouTube Live mit Harald Lesch und Expertinnen und Experten zur Klimakonferenz. Nutzende können sich live beteiligen.

Die wöchentliche Umwelt-Dokumentation „planet e.“ wird inhaltlich mit einem Fokus auf Klimafragen und jüngere Nutzergruppen weiterentwickelt.

Ausbau junger Show- und Comedyangebote
Sendungen wie „heute-show“, „ZDF Magazin Royale“, „Die Anstalt“, „Aurel Original“ und „Bosetti will reden“ bieten Anlass zur **Diskussion über aktuelle Themen und Missstände.** Die Vielfalt in der Comedy wird darüber hinaus ausgebaut.

Weitere Formate sollen 2023/2024 hinzukommen. Dazu zählt die Integration des Satire-Formats „Browser Ballett“ in die Markenwelt von ZDFneo sowie fiktionale Episoden im Langformat zu **gesellschaftspopulären Phänomenen.**

Gesellschaftsfaktor Gaming
Das ZDF bietet neue programmliche Anknüpfungspunkte für Gamer aller Generationen.

Hierzu zählt die Überführung des wöchentlichen Gaming-Magazins „Game Two“ von funk zu ZDFneo.

Außerdem wird die Quizshow für Kinder „1, 2 oder 3“ plattformgerecht für das Spiel „Minecraft“ in die Gaming-Welt überführt.

Neue Impulse im Bereich Factual Entertainment
Das ZDF verfügt über die erfolgreichsten Factual Entertainment Formate in Deutschland, von „Bares für Rares" am Nachmittag über „Die WG“ für Kinder und Jugendliche bis hin zu Social Factuals am späteren Abend („Don't Stop The Music“). Diese **Programmfarbe** wird 2023/2024 **mit Fokus auf jüngerem Publikum** für ZDF, ZDFneo und die ZDFmediathek weiter ausgebaut.

Musikakzente
Weiterer Ausbau der Musikplattform von ARTE mit jährlich über 900 Konzerten aus allen Musikgenres, von Klassik bis Elektro.

„Pop Around the Clock“ bei 3sat, das einen festen Platz im Silvesterprogramm hat und in der „Summer Edition“ um aktuelle Konzerte ergänzt wird.

Tom Neuwirth schickt in „Music Impossible“ Künstlerinnen und Künstler unterschiedlicher musikalischer Genres in eine Challenge - sie tauschen ihre jeweiligen Musikrichtungen.

Ziel: Öffentlich-rechtliche Unterhaltung soll Entspannung und Reibung erzeugen, wie bei Aurel Mertz, der in „Aurel Original“ ernste Themen mit Humor verbindet und so den Spagat zwischen Spaß und Ernsthaftigkeit wagt.

Ganz **junge Zielgruppen** (14-24) nutzen lineares Fernsehen, um Live-Momente mitzuerleben, wie Nachrichten- und **Sportereignisse sowie Unterhaltungsevents.**[1]

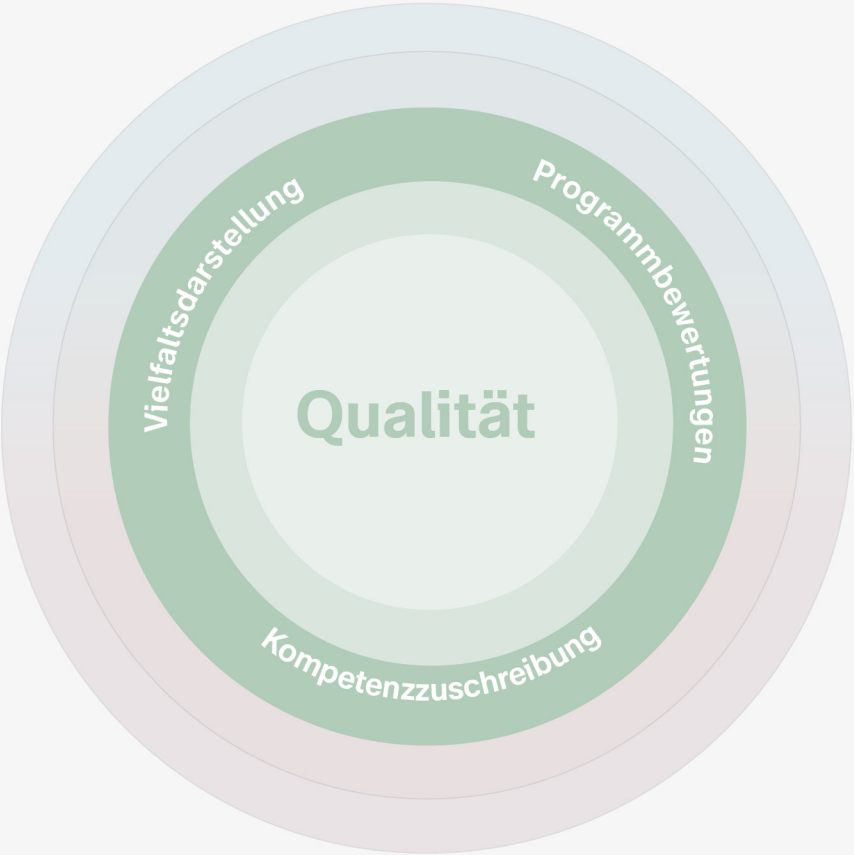
Unterhaltungsshows gehören bei jungen Nutzerinnen und Nutzern zu den **relevantesten Genres**. Das **ZDF** gehörte hier 2021 zu den **Top5** - Sendern.[2]

Der **konstruktive Austausch** über gesellschaftlich relevante, polarisierende Themen wird als **wichtige Mission des ZDF** eingeschätzt.[3]

Status Quo-Zahlen

4 Das ZDF schafft Raum für Gemeinschaft und Diskurs

Zielsetzung und Messgrößen



Kompetenzzuschreibung

Die Bevölkerung schreibt dem ZDF weiterhin hohe Genre-Kompetenzen in den Bereichen „Kultur vermitteln“ und „Unterhalten“ zu (Ziel: Platz 1 oder 2).

Vielfaltsdarstellung

Meinungsvielfalt und vielfältige Darstellung der Gesellschaft. Erstmalige Erfassung und Auswertung der Zustimmungswerte.

Vielfalt der Mitwirkenden

off-screen: Fortsetzung des Gendermonitors in der Fiktion und weitere Erhöhung des Frauenanteils. Zur systematischen Erfassung der Vielfalt in allen Genres ist der Aufbau einer Datenbank erforderlich.

on-screen: Erstmalige systematische Erfassung und Auswertung von Geschlecht und Alter durch KI-gesteuertes Analysetool.

Programmbewertungen

Ermittlung der Zustimmungswerte bei Befragungen zur Erfüllung von Nutzungsmotiven.

Ermittlung und Auswertung im Rahmen des Aufbaus eines nationalen Publikumspanels.

Regelmäßige Ermittlung und redaktionelle Auswertung in qualitativen Studien und Sendungstests (20x/Jahr).

Befragung zum Brandlove-Potential von Sendungen.

Zielsetzung und Messgrößen

2

Bilden

Erstmalige Ermittlung von Zustimmungswerten in Studien und Befragungen zu den Themenbereichen **„Lernen“, „Zusammenhänge verstehen“, „Situationen und Meinung anderer nachvollziehen“, „Anstoß, weiter über ein Thema nachzudenken“.**

Informieren

Erstmalige Ermittlung von Zustimmungswerten in Studien und Befragungen zu den Themenbereichen **„Verlässliche Informationen“, „für mich wichtige Themen“, „Eigene Meinung bilden“, „die Welt besser verstehen“.**

3

Beraten

Erstmalige Ermittlung von Zustimmungswerten in Studien und Befragungen zu den Themenbereichen **„Anregungen für Alltag“, „Darstellung von Lebenswirklichkeit“, „Mitfühlen mit anderen“, „mit eigenen Sorgen ernst genommen werden“.**

4

Kultur vermitteln

Erstmalige Ermittlung von Zustimmungswerten in Studien und Befragungen zu den Themenbereichen **„Förderung von Gemeinschaft“, „Darstellung kulturelles Leben“, „Thematisierung von Werten und Überzeugungen“, „Anregung, mit anderen über mir wichtige Themen zu sprechen“.**

Unterhalten

Erstmalige Ermittlung von Zustimmungswerten in Studien und Befragungen zu den Themenbereichen **„Unterhaltung“, „Entspannung“, „Spannung“, „Gemeinschaft und Zugehörigkeit“.**

5 Das ZDF erzeugt Wert für Kreativwirtschaft und Gesellschaft

Ziel

Das ZDF macht Programm für das Publikum. Darüber hinaus wirkt es in die Gesellschaft.

Durch die intensive **Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft** und der Förderung von Branchenentwicklungen unterstützt das ZDF dauerhaft einen wichtigen Wirtschaftszweig in Deutschland und Europa und trägt durch die Etablierung und Durchführung grüner Produktionsweisen zu einer **nachhaltig ressourcenschonenden Industrie** bei. Die voranschreitende Umstellung auf **klimaschonende Produktion** ist ein wesentlicher Bestandteil der Anstrengungen auf dem Weg zur Klimaneutralität des ZDF.

Beim Ausbau **technischer Innovationen** bei Bild- und Tonqualität ist das **ZDF Treiber und Katalysator** mit dem Ziel eines optimierten Nutzungserlebnisses.

In Zusammenarbeit mit öffentlich-rechtlichen Partnern auf nationaler und europäischer Ebene können Herstellungskosten gemindert und Programmrechte erweitert werden. Diese Maßnahmen helfen u. a., den digitalen Wandel mitzufinanzieren.

In vielfältigen **Kooperationen** mit Institutionen der **Zivilgesellschaft** pflegt das ZDF ein Netzwerk mit demokratisch orientierten Organisationen und Multiplikatoren. In der Zusammenarbeit mit Kultur-, Forschungs- und Bildungseinrichtungen **entstehen Werte auf beiden Seiten**, frei zugänglich und zum Nutzen aller Bürger.

Geplante Maßnahmen
1/2

ZDF als Auftraggeber

Das ZDF plant 2023/2024, jährlich Produktionen im Wert von über 800 Mio € zu beauftragen, mindestens zwei Drittel davon an unabhängige Produzentinnen und Produzenten. Das ZDF will mit diesem Auftragsvolumen **größter Einzelauftraggeber** im deutschen Markt bleiben und damit ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor in der deutschen Filmwirtschaft, der dauerhaft Arbeitsplätze sichert.

Die Förderung kleiner und mittelständischer Produzentinnen und Produzenten sichert die Unabhängigkeit in der Programmbeschaffung und eine starke und **vielfältige Produktionslandschaft**, die essenziell für ein qualitätsvolles Programm ist. Hierfür werden 2023/2024 weitere Maßnahmen erfolgen.

Partner der Kreativwirtschaft

Das ZDF hat das Ziel, erster Ansprechpartner für Kreative zu sein und intensiviert den Austausch über Branchentreffen wie den "**Tag der Produzentinnen und Produzenten**" und spezifische Gesprächsformate zu Arbeitsweisen, Vergütungsregelungen und Rahmenbedingungen. Außerdem realisiert das ZDF als erster Akteur am Markt eine systematische **Befragung zur Zusammenarbeit**, um diese weiter zu verbessern. Wesentliche Informationen werden allen Partnern über das **Transparenzportal** des ZDF öffentlich bereitgestellt.

Dem Fachkräftemangel wird das ZDF zusammen mit der Kreativwirtschaft mit einer Brancheninitiative begegnen.

Das Content-Netzwerk funk geht mit der Kreativwirtschaft in einem „Medien-Macher*innen-Tag“ inklusive Sessions, Pitchings und einer Creator Academy in den Austausch.

Förderung der Branche in der kreativen **Weiterentwicklung barrierefreier Attribute** wie synthetische Sprache und automatisiert generierte Untertitel.

Ziel: Rahmenbedingungen für internationale Koproduktionen aus Deutschland verbessern, wie hier bei der Thriller-Serie „Der Schwarm“, die unter ZDF-Federführung entstanden ist.

Kooperationen

Gemeinsame Produktion mit der ARD bei Sportgroßereignissen und Zusammenarbeit bei Magazinsendungen (Morgenmagazin, Mittagsmagazin).

Fortsetzung der Kooperation **„European Alliance“** zwischen den europäischen ÖR-Sendeanstalten ZDF, Rai und France TV mit dem Fokus der gemeinsamen Produktion von High-End-Serien **wie "Der Schwarm"** und **innovativen Serienprojekten für jüngere Zielgruppen**. Dadurch Stärkung des kulturellen Selbstbewusstseins in der europäischen Serienproduktion und Position des ZDF im Wettbewerb.

Fortsetzung der Koproduktionsgemeinschaft zwischen ZDF/ORF/SRF zur Herstellung von Produktionen über Genres und Grenzen hinweg für den deutschsprachigen Raum.

Fortsetzung der **strategischen Partnerschaft mit BBC und BBC Studios** zur gemeinsamen Konzept- und Stoffentwicklung und deren Realisation.

Dem Ausbau und der Pflege von **strategischen Partnerschaften** wird 2023/2024 besondere Aufmerksamkeit gewidmet, darunter Nordvision (Verbund der skandinavischen ÖR-Sender) sowie weitere europäische und nicht-europäische Partner.

Ausbau des ARTE-Partnernetzwerks aus europäischen öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern, insbesondere in den baltischen und nordeuropäischen Ländern.

Steigerung der Anzahl von europäischen und internationalen Koproduktionen für den Dokumentarfilm- und Spielfilmbereich, u.a. bei ARTE.

Die Kollektion „ArteKino Classics“ für TV und Web macht das europäische Filmerbe europaweit in sechs Untertitelfassungen auf arte.tv verfügbar. In Kooperation mit dem Kinematheksverbund ACE (Association of European Cinémathèques).

5 Das ZDF erzeugt Wert für Kreativwirtschaft und Gesellschaft

Geplante Maßnahmen
2/2

Kooperationen
Das ZDF plant den Ausbau der Kooperationen mit der Zivilgesellschaft und will diese Zusammenarbeit für das eigene Angebot stärker nutzbar machen.

Im Forschungsprojekt „Public Spaces Incubator“ plant das ZDF gemeinsam mit vier internationalen Partnern, einen neuen Ansatz für **Interaktion und Diskurs im digitalen Raum** zu erforschen. Ausgangspunkt sind die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer.

Realisierung eines Entwicklungsprojekts mit der Universitätsbibliothek Leipzig zur Entwicklung eines Recherche-portals über die **Metadaten der archivierten ZDF-Sendungen** seit 1963 für Wissenschaft und Forschung.

Verstärkte Kooperation mit Wissenschaftsorganisationen. Erstes derartiges Projekt mit der Deutschen UNESCO-Kommission, dem Geomar Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung und der Stiftung Deutsches Meeresmuseum für eine interaktive Scrollytelling-Anwendung zur Event-Serie „Der Schwarm“. Ziel ist die Vermittlung von Wissen und Problemstellungen des Lebensraums Ozean.

Im Projekt „Terra X vor Ort“ werden zukünftig ZDF-Inhalte in Ausstellungen namhafter Museen und Gedenkstätten über einen QR-Code zur Verfügung gestellt.

Musikszene
Die Vielfalt der Musik soll mit Fokus auf nonlineare Ausspielwege gesteigert werden. Im linearen Programm soll neben etablierten Künstlerinnen und Künstler auch Nachwuchstalenten eine Bühne geboten werden, z.B. in der „Giovanni Zarrella Show", dem „ZDF-Fernsehgarten" der „JazzBaltica", sowie bei "aspekte" und im "moma café".

Theater
Das ZDF setzt bei Theater auf Exzellenz. Hierzu zählen die Übertragung herausragender deutscher Theaterproduktionen vom 60. Theatertreffen in Berlin und die Vergabe des 3sat-Preises 2023 und 2024 für künstlerisch-innovative Leistungen.

Ausbildungsförderung
Das ZDF dehnt seine Unterstützung aus durch Beteiligung sowie Initiierung innovativer Fördermaßnahmen.

ZDFneo und „Das kleine Fernsehspiel" unterstützen das Mentoringprogramm „Into the Wild“ für junge Filmemacherinnen und Filmemacher an deutschen Filmhochschulen.

Unterstützung der Stand-Up-Szene und junger Comedy-Talente durch Innovationsprojekte bei funk, ZDFneo und ZDFmediathek wie "Chaos Comedy Club", "Aurel Original" und Neuentwicklungen.

Fortbildungs-Initiative „European Writers Club“ zur Qualifizierung von Autorinnen und Autoren für internationale Koproduktionen, um sie konkurrenzfähig mit den globalen Wettbewerbern zu machen.

Klimaschonende Produktionsweise
Das ZDF hat das Ziel, sich stärker an den ökologischen Standards des Arbeitskreises **Green Shooting** auszurichten. In Abhängigkeit von der Anerkennung der anfallenden Mehrkosten durch die KEF wird das ZDF den Anteil seiner nachhaltig produzierten Auftrags- und Koproduktionen sukzessive weiter ausbauen.

Ziel: Das ZDF will beste Arbeitsbedingungen für herausragende Kreativleistungen bieten, wie hier bei „Gestern waren wir noch Kinder“ mit Julia Beautx (Stand 02/2023: 21 Millionen

Ziel: Wert jährlicher Produktionsaufträge[1]

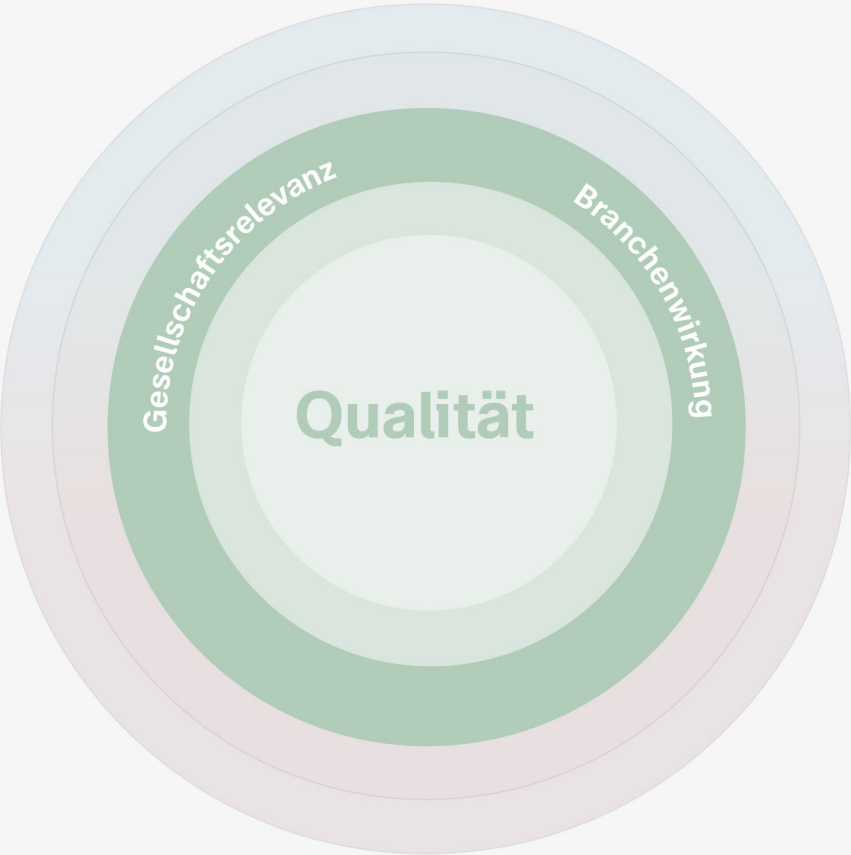
800 Mio €

66 %+

Ziel: Beauftragung unabhängiger Produzentinnen und Produzenten

5 Das ZDF erzeugt Wert für Kreativwirtschaft und Gesellschaft

Zielsetzung und Messgrößen



Gesellschaftsrelevanz

Erstmalige Entwicklung eines systematischen „Resonanzindex“ zur Messung der Wahrnehmung des ZDF-Programms in der publizistischen Öffentlichkeit.

Auszeichnungsstatistik
Anzahl der Preise und Auszeichnungen von ZDF-Programmen soll auf hohem Niveau gehalten werden.

Kooperationen
Systematische Erfassung der Zusammenarbeit mit Institutionen der Zivilgesellschaft mit dem Ziel, ihre Zahl zu erhöhen.

Branchenwirkung

Studie zum Ansehen des ZDF in der Zusammenarbeit des ZDF mit der **Kreativwirtschaft.**

Die Projektanzahl von fiktionalen Projekten zur **Nachwuchsförderung** in Höhe von 25/Jahr soll unter schwierigen Marktbedingungen gehalten werden.

Mindestens 50 Prozent der fiktionalen Auftragsproduktionen sollen nach den **ökologischen Mindeststandards** des Arbeitskreises „Green Shooting" produziert werden.

Zielsetzung und Messgrößen

Beitragsakzeptanz

Ergreifung von Maßnahmen zur Erhöhung der Akzeptanz in der Bevölkerung, z. B. Dialogformate mit Bürgerinnen und Bürgern.

Erstmalige Ermittlung Zustimmungsgrad durch Publikumsbefragungen zur Aussage: „Das ZDF ist aufgrund seines gesellschaftlichen und persönlichen Wertes für mich den Betrag von 4,69 Euro im Monat wert“.

Wahrgenommener Wert für alle

Erstmalige Ermittlung Zustimmungsgrad durch Publikumsbefragungen zum ZDF-Programm: „Programm dient gesellschaftlichem Zusammenhalt“, „ÖR-Alleinstellung des Angebots (im Gegensatz zu kommerziellen Anbietern)“, „bietet wichtige Inhalte für Gesellschaft“.

Quellenverzeichnis

Einleitung:
1: AGF, GfK, Nielsen, Tubular, Quintly

Kapitel 1:
1: Quelle TV u. AGF Streaming: ZDF Medienforschung, AGF in Zusammenarbeit mit GfK, Nielsen und ANKORDATA, DAP videoSCOPE 1.4, Marktstandard Bewegtbild (Haushalte mit TV-Geräten und Non-TV-Haushalte); Quelle VoD: GfK SVOD-Tracker (eigene Berechnungen); Quelle restliche Daten: ARD/ZDF Studie Massenkommunikation 2022
2: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022

Kapitel 2:
1: Hans-Joachim-Friedrichpreis
2: Reuters Digital News Report

Kapitel 3:
1: Medium Magazin
2: ARD/ZDF Studie 2022 Massenkommunikation Trends

Kapitel 4:
1: ZDF Medienforschung auf Basis AGF/GfK-Daten
2: ZDF Imagetrend 2021
3: Qualitativer Kanaltest zu „unbubble“, ZDF/phaydon

Kapitel 5:
1: Transparenzportal ZDF

Fotos:
ZDF; Ralph Orlowski; Jens Koch; Chris Grewe, Klaus Weddig; Nadine Rupp; Johanna Wittig; Maximilian Motel, Fabio Lovino; Walter Wehner

ZDF
Anstalt des öffentlichen Rechts
ZDF-Straße 1
55127 Mainz

Intendant
Dr. Norbert Himmler

Redaktion
Dr. Florian Kumb, Stefan Müller

Mitarbeit
Ira Frinken, Lara Schäfer