2024
BERICHT ÜBER DIE WIRTSCHAFTLICHE UND FINANZIELLE LAGE DES ZDF

© Zweites Deutsches Fernsehen

Inhaltsübersicht

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, ZDF und Deutschlandradio 5

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF 7

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF 7

2. Ergebnisse des 24. KEF-Berichts 7

3. Beitragsperioden 2021 - 2024 und 2025 - 2028 10

3.1. Erträge 12
3.2. Personalaufwendungen 12
3.3. Programmaufwendungen 15
3.4. Programmverbreitung 15
3.5. Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen 16

4. Erfüllung des Programmauftrags 17

4.1. Die ZDF-Programmstrategie: ZDF, ZDFneo, ZDFinfo und die ZDFmediathek 17
4.2. Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF 47
4.2.1. Europäischer Kulturkanal ARTE 47
4.2.2. phoenix 49
4.2.3. 3sat 51
4.2.4. KiKA 54
4.2.5. funk 56
4.3. Programmverbreitung und neue Technologien 59

5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung 64

6. Compliance, Gremienaufsicht und Transparenz 69

7. Kooperationen von ARD, ZDF und Deutschlandradio 71

7.1. Überblick über Kooperationen 71
7.2. Ausgewählte Kooperationen von ARD,ZDF und Deutschlandradio 75
7.2.1. ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice 75
7.2.2. SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH 77
7.2.3. ARD.ZDF medienakademie 78

8. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen 81

8.1. ZDF Studios GmbH (vormals ZDF Enterprises GmbH) 81
8.2. ZDF Werbefernsehen GmbH 81
8.3. Bavaria Studios Holding GmbH (vormals Bavaria Studios & Production Services GmbH) 82

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

I. Gemeinsame Erklärung von ARD, ZDF und Deutschlandradio

Nach § 5a Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag (RFinStV) erstatten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio den Landesparlamenten alle zwei Jahre jeweils zeitnah nach Vorliegen des Berichts der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) schriftlich Bericht über ihre wirtschaftliche und finanzielle Lage.

Ziel des vorliegenden Berichts ist es, den Abgeordneten aller Landesparlamente Informationen zur Verfügung zu stellen, um insbesondere die wirtschaftliche und finanzielle Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besser beurteilen zu können.

Entsprechend dem üblichen KEF-Verfahren handelt es sich beim 24. KEF-Bericht um einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe. Auf Grundlage ihrer Prüfungen kommt die Kommission zu der Empfehlung, den monatlichen Beitrag ab 2025 um 58 Cent auf dann 18,94 Euro anzuheben. Die KEF hatte ARD, ZDF und Deutschlandradio aufgefordert, 2021 bis 2024 anfallende Beitragserträge, die die im 23. Bericht festgestellten Erträge aus Rundfunkbeiträgen – abzüglich der Auswirkungen der verzögerten Beitragsanpassung – überschreiten, einer Rücklage zuzuführen. Diese sogenannte „Sonderrücklage III“ beläuft sich nach Feststellung der KEF auf 1.080,7 Millionen Euro und ist in den Eigenmitteln vorzuhalten. Diese Beitragsmehrerträge dienen der Deckung des Finanzbedarfs 2025 bis 2028 und sind somit in die Beitragsempfehlung mit eingegangen.

Die Finanzbedarfsanmeldungen von ARD, ZDF und Deutschlandradio berücksichtigen die Anforderungen, die der Gesetzgeber, die Regierungschefinnen und -chefs der 16 Bundesländer, mit Unterzeichnung des Dritten Medienänderungsstaatsvertrags an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gestellt haben. Die Umsetzung soll dabei, wie bisher, effektiv und effizient nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit erfolgen.

Der Dritte Medienänderungsstaatsvertrag, der am 1. Juli 2023 in Kraft getreten ist, verfolgt das Ziel, die digitalen Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu stärken und auszubauen. Die Betonung des nichtlinearen Angebots liegt dabei ganz auf der Linie der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts in den letzten drei Jahren. Das Gericht hat die Herausforderung beschrieben, der sich die Meinungsbildung im Gemeinwesen durch Plattformen im Internet gegenübersieht. Es hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eindrücklich in die Pflicht genommen, ein vielfaltsicherndes und Orientierungshilfe bietendes Gegengewicht zur Netz- und Plattformökonomie des Internets zu bieten. Diese Aufgabe ist ARD, ZDF und Deutschlandradio eine ganz besondere Verpflichtung.

Die Weiterentwicklung des digitalen Angebots durch ARD, ZDF und Deutschlandradio ist auch eine Antwort auf den medialen Wandel und die Veränderungen im Mediennutzungsverhalten. Im ersten Erhebungsjahr nach Abschaffung sämtlicher Corona-Maßnahmen bleibt die Internetnutzung auf einem hohen Niveau von beispielsweise mehr als vier Stunden bei jungen Menschen[1], auch wenn grundsätzlich eine

1 Vgl. dazu ARD-ZDF-Onlinestudie 2023 (https://www.ard-zdf-onlinestudie.de)

© Zweites Deutsches Fernsehen

Normalisierung der Internetnutzung nach den Pandemie-Jahren beobachtet wird.

Mit dem Ausbau des gemeinsamen Streaming-Netzwerks von ARD und ZDF kann das junge Publikum, das immer weniger linear schaut, noch besser mit hochwertigen Inhalten erreicht werden. Mit gemeinsamen, modernen Such- und Empfehlungstechnologien ermöglichen ihre Mediatheken jetzt einen komfortablen Eintritt in einen großen öffentlich-rechtlichen Inhalte-Kosmos. Die Nutzungszahlen der ARD Audiothek und der Dlf Audiothek legen ebenfalls zu. ARD, ZDF und Deutschlandradio werden diese Zusammenarbeit weiter vertiefen.

Gleichzeitig verlangt der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, allen Bürgerinnen und Bürgern ein Angebot zu machen, egal wie deren Mediennutzung ausfällt. Damit wird auch der Tatsache Rechnung getragen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk von den Bürgerinnen und Bürgern im Vergleich als am unabhängigsten von wirtschaftlichen und politischen Interessen und am wichtigsten für die politische Meinungsbildung wahrgenommen wird[2]. Gerade in Zeiten von Krieg, Krisen und herausfordernden Transformationsprozessen ist dies für das demokratische Gemeinwesen nicht zu unterschätzen.

Der Ausbau der digitalen Angebote, die Schaffung der Voraussetzung zur Bereitstellung eines gemeinsamen öffentlich-rechtlichen Plattformsystems sowie die Anpassung der dafür notwendigen technischen Infrastruktur stellen ARD, ZDF und Deutschlandradio vor erhebliche finanzielle Anstrengungen.

Gleichzeitig arbeiten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio gemäß § 31 Abs. 5 Medienänderungsstaatsvertrag daran, zur besseren Überprüfbarkeit und Kontrolle der Haushalts- und Wirtschaftsführung Maßstäbe festzulegen, die geeignet sind, die Bewertung der Einhaltung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit sowie eine vergleichende Kontrolle der Ressourceneffizienz noch besser zu ermöglichen. Eine hierzu eingerichtete interdisziplinäre Arbeitsgruppe von ARD, ZDF und Deutschlandradio konzentriert sich auf die Darstellung von Anwendungsfeldern für Untersuchungen von Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Ressourceneffizienz sowie die Entwicklung eines einheitlichen und für alle Anstalten anwendbaren Vorgehens bei Wirtschaftlichkeitsberechnungen.

ARD, ZDF und Deutschlandradio begrüßen eine weitere Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen den Anstalten, dort wo es wirtschaftlich und publizistisch sinnvoll ist. Sie erinnern an die Vielzahl bereits bestehender, technischer, programmlicher und die Verwaltung betreffender Kooperationen. Bei Deutschlandradio besteht seit seiner Gründung eine staatsvertraglich festgeschriebene Pflicht zur Zusammenarbeit. Entsprechende Wirtschaftlichkeitsanstrengungen werden von allen Anstalten unternommen.

2 Vgl. dazu ARD ZDF Massenkommunikationsstudie 2023 (https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/)

© Zweites Deutsches Fernsehen

II. Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des ZDF

1. Kennzeichen der Finanzpolitik des ZDF

Oberstes strategisches Finanzziel des ZDF ist es, das finanzielle Gleichgewicht innerhalb einer Beitragsperiode zu sichern, und unter dieser Zielsetzung stehen auch die Planungen der Beitragsperioden 2021 bis 2024 und 2025 bis 2028. Eine restriktive Haushaltssteuerung und permanente Strukturoptimierung sind zur Erreichung dieses Zieles unabdingbar und prägen auch die Anmeldung des ZDF zum 24. KEF-Bericht. Auf diese Weise trägt das ZDF dazu bei, die Beitragszahlerinnen und Beitragszahler zu entlasten. Ebenso sind die Strukturprojekte aus den Vorgaben der Länder zu Auftrag und Strukturoptimierung der Rundfunkanstalten aufwandssenkend im Finanzbedarf berücksichtigt.

Um dem Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gerecht zu werden, muss sich das ZDF weiterhin sowohl inhaltlich als auch technisch an den heterogenen und sich schnell wandelnden Bedürfnissen und Nutzungsgewohnheiten aller gesellschaftlichen Gruppen ausrichten. Dies fordert das ZDF sowohl mit Blick auf die internen Geschäftsprozesse als auch bei den non-linearen Programmangeboten und deren Distribution. Trotzdem hat das ZDF zur Digitalisierung keinen zusätzlichen Bedarf bei der KEF angemeldet – die Entwicklung der notwendigen Systeme erfolgt bisher unter erheblichen Umschichtungen (auch von Programmmitteln) und konsequenten Priorisierungen in allen Etatbereichen. Auch der aktuelle Strategieprozess „Ein ZDF für alle“, mit dem das ZDF dem veränderten Nutzungsverhalten und den Erwartungen junger Zielgruppen an die Programminhalte begegnet, wird durch Umschichtungen aus dem Bestand finanziert.

Das ZDF wird weiterhin verstärkt Priorisierungen und Effektivitätssteigerungen vornehmen und sich der Herausforderung stellen, seine finanziellen Planungen an die Vorgaben der KEF und die damit zugestandenen finanziellen Mittel anzupassen. Allerdings ist anzumerken, dass sich tiefgreifende Umstrukturierungsprozesse nicht beliebig fortführen oder wiederholen lassen, so dass es immer schwieriger wird, eine belastbare Balance zwischen finanziellen Restriktionen und technischen wie programmlichen Perspektiven zu finden.

2. Ergebnisse des 24. KEF-Berichts

Nach § 1 Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag melden die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten, das ZDF und Deutschlandradio im Abstand von zwei Jahren jeweils für eine vierjährige Periode ihren Finanzbedarf zur Erfüllung des öffentlichen Auftrags an die KEF. Aufgabe der KEF ist es, den von den Rundfunkanstalten angemeldeten Finanzbedarf unter Beachtung der Programmautonomie der Rundfunkanstalten fachlich zu überprüfen. Über ihr Ergebnis erstattet sie den Landesregierungen Bericht, legt die Finanzlage der Rundfunkanstalten dar und nimmt für gewöhnlich in jedem zweiten Bericht zu der Frage Stellung, ob und in welcher Höhe und zu welchem Zeitpunkt eine Änderung des Rundfunkbeitrags notwendig ist.

Turnusmäßig handelt es sich bei dem am 23. Februar 2024 veröffentlichten 24. KEF-Bericht um einen Beitragsbericht. Die Kommission hat die Bedarfsanmeldungen der Rundfunkanstalten im Rahmen ihres Verfahrens nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit geprüft und – sofern ihr die angemeldeten Aufwendungen

© Zweites Deutsches Fernsehen

zu hoch bzw. die Ertragsschätzungen zu niedrig erschienen – Anpassungen vorgenommen. Im Ergebnis stellt sie für die Beitragsperiode 2025 bis 2028 einen ungedeckten Finanzbedarf fest und empfiehlt den Landesregierungen eine Erhöhung des monatlichen Rundfunkbeitrags zum 01. Januar 2025 um 58 Cent auf 18,94 Euro. Davon sollen 14 Cent auf das ZDF und 43 Cent auf die ARD entfallen. Für Deutschlandradio ist keine Beitragsanpassung vorgesehen. Die Landesmedienanstalten, deren Finanzbedarf von der Kommission im Rahmen des KEF-Verfahrens nicht geprüft wird, partizipieren an der Beitragserhöhung mit 1 Cent. Die Kommission hat bei ihrer Feststellung Rücklagen aus der laufenden Periode sowie vorhandene Eigenmittel berücksichtigt.

Die letzte Anpassung auf 18,36 Euro wurde von der Kommission in ihrem 22. Bericht empfohlen und vom Bundesverfassungsgericht mit Beschluss vom 20. Juli 2021 umgesetzt. Davor war der Rundfunkbeitrag bzw. die frühere Rundfunkgebühr seit dem Jahr 2009 nicht mehr erhöht, sondern zwischenzeitlich sogar gesenkt worden.

Die jetzt empfohlene Erhöhung bedeutet für die Beitragszahlerinnen und Beitragszahler eine Steigerung um 0,8 Prozent pro Jahr. Damit liegt die Steigerung deutlich unter den aktuellen Preissteigerungsraten und auch unterhalb der von der Europäischen Zentralbank angestrebten Inflationsrate von ca. 2 Prozent pro Jahr.

Die von der KEF vorgenommenen Kürzungen an der Anmeldung des ZDF werden – wie gewohnt – im Rahmen der nächsten Finanzplanungen konkretisiert und umgesetzt.

Die Anpassungen der KEF für den Zeitraum 2025 bis 2028 im Einzelnen:

Erträge

Aufgrund zwischenzeitlich vorliegender IST-Zahlen und neuer Prognosen nimmt die KEF eine Korrektur des von den Anstalten angemeldeten Beitragsaufkommens (inkl. Arte) vor. Für das ZDF stellt sie um 83,8 Millionen Euro höhere Beitragserträge fest.

Bei den übrigen Ertragspositionen nimmt die KEF beim ZDF eine Zuschätzung in Höhe von 13,2 Millionen Euro vor.

Personalaufwendungen ohne Altersversorgung

Die gegenüber der Anmeldung des ZDF vorgenommene Kürzung in Höhe von 34,1 Millionen Euro für den Zeitraum 2025 bis 2028 beruht auf mehreren Faktoren. So wurde zum einen von der KEF für die Jahre 2027 und 2028 eine geringere Steigerungsrate verwendet, als von den Anstalten. Eine weitere Aufwandsminderung ergibt sich aus der von der KEF weiterhin erwarteten Abbaurate der besetzten Stellen von 0,5 Prozent p. a. Zudem ergibt sich aus den Ergebnissen des von der Kommission beauftragten Gutachtens zum Vergütungsniveau der Anstalten ein Wirtschaftlichkeitssabschlag.

Die Kommission hält es des Weiteren für erforderlich, dass die Rundfunkanstalten einen gemeinsamen Rahmen für die Vergütung von Führungskräften entwickeln und hat dazu Maßstäbe und Eckpunkte formuliert. Das Vergütungsniveau sollte sich demnach grundsätzlich am

© Zweites Deutsches Fernsehen

Gehaltsniveau des öffentlichen Sektors einschließlich vergleichbarer öffentlicher Unternehmen orientieren.

Altersversorgung

Die Kommission kürzt die angemeldeten Aufwendungen für Altersversorgung des ZDF um 17,8 Millionen Euro. Kürzungen erfolgten bei den Aufwendungen für Beihilfen in Krankheitsfällen sowie bei den Mitteln zum Aufbau eines Deckungsstocks für die Beihilfe. Gegenläufig wirkt die Erhöhung des Anteils am zweckgebundenen Beitragsanteil; diese Mittel stehen nicht zur Finanzierung der laufenden Ausgaben zur Verfügung, sondern werden den Deckungsstöcken als Zukunftsvorsorge zugeführt. Die im 23. KEF-Bericht verhängte Sperre über Pensionskassenbeiträge von ARD und ZDF ist mit dem zum 24. KEF-Bericht vorgelegten Konzept zum Umgang mit den Pensionskassen aufgehoben (ZDF: 15,9 Millionen Euro).

Programmaufwendungen

Die angemeldeten Programmaufwendungen des ZDF kürzt die KEF um 181,9 Millionen Euro. Dies ist zum einen auf die nicht bzw. nur teilweise anerkannten spezifischen Mehrbedarfe zurückzuführen, worunter z. B. höhere Preisforderungen von Produzenten aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Mehraufwendungen für Nachhaltigkeit fallen. Zum anderen ist die Kürzung auf das von der KEF angewandte Berechnungsverfahren der Feststellung zurückzuführen. Hintergrund ist, dass das KEF-Verfahren die Fortschreibung eines ungeraden Jahres vorsieht, das in der Regel keine Aufwendungen für Sportgroßereignisse enthält. Eine Prüfung schließt aus, dass Sonder- oder Einmaleffekte fortgeschrieben werden. Die Programmaufwendungen des Jahres 2021, das die KEF zur Berechnung herangezogen hat, enthalten coronabedingt Aufwendungen für Sportgroßereignisse, die neben anderen Sonder- oder Einmaleffekten als „Basiskorrektur“ aus der Fortschreibungsbasis abgezogen wurden (-79 Millionen Euro).

Programmverbreitung

Die Anmeldungen des ZDF zur Programmverbreitung werden von der KEF in voller Höhe anerkannt.

Sachaufwendungen

Die angemeldeten indexierbaren Sachaufwendungen des ZDF werden von der Kommission um 59,3 Millionen Euro gekürzt. Zudem sperrt sie wegen Unsicherheiten in der Energiepreisentwicklung 26,9 Millionen Euro bis entsprechende Bedarfe unter Einhaltung von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit nachgewiesen werden. Bei den nicht indexierbaren Sachaufwendungen entspricht die Feststellung der KEF der Anmeldung des ZDF.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Investitionen und Instandhaltungsaufwendungen

Die angemeldeten Investitionen und Instandhaltungsaufwendungen kürzt die KEF um 27,3 Millionen Euro. Basis für diese Kürzung ist eine Kappungsgrenze, der die Kommission die angemeldeten Investitionen und Instandhaltungen zur Beurteilung einer nachhaltigen und angemessenen Anmeldung gegenüberstellt. Bei der Ermittlung dieser Kappungsgrenze wird der IST-Wert des Basisjahres – für die Anmeldungen 2025 bis 2028 ist dies das Jahr 2021 – mit dem prognostizierten BIP-Deflator im Planungszeitraum fortgeschrieben. Das ZDF hat bei der Anmeldung darauf hingewiesen, dass das IST des Basisjahres 2021 nicht repräsentativ ist und hat Basisanpassungen angemeldet, die von der KEF allerdings nicht in voller Höhe anerkannt werden.

Großinvestitionen

Der vom ZDF angemeldete Neubau eines Bürogebäudes auf dem Mainzer Lerchenberg als Ersatz für baufällige Gebäude wird, einschließlich der Finanzierung dieses Bauvorhabens über Kredit, anerkannt.

Entwicklungsbedarf (Projekte)

Das ZDF hat keine Projekte angemeldet.

3. Beitragsperioden 2021 - 2024 und 2025 - 2028

Im Folgenden werden die Erträge und Aufwendungen der beiden Beitragsperioden 2021 bis 2024 und 2025 bis 2028 tabellarisch dargestellt und kurz beschrieben. Die IST-Daten der Jahre 2021 und 2022 basieren auf den veröffentlichten Jahresabschlüssen und die Plan-Daten für 2023 und 2024 auf den entsprechenden Haushaltsplänen. Die Vorschau-Werte für die Jahre 2025 bis 2028 stammen aus der Finanzvorschau der Anmeldung zum 24. KEF-Bericht, die an den Haushaltsplan 2023 – den zum Zeitpunkt dieser Anmeldung aktuellen Haushaltsplan – anknüpft und hieraus die Ansätze fortentwickelt. Außerdem orientiert sich die Finanzplanung an den Rahmenvorgaben aus dem 22. KEF-Bericht – unter Berücksichtigung zwischenzeitlich aufgetretener Veränderungen wie beispielsweise verschobene Sportgroßereignisse, gestiegene Energiekosten oder zusätzliche Aufwendungen für IT-Sicherheit.

Da der vorliegende Bericht für das Jahr 2024 den nach Abgabe an die KEF fertiggestellten Haushaltsplan berücksichtigt, wohingegen die Anmeldung zum 24. KEF-Bericht für das Jahr 2024 noch von Finanzvorschauwerten ausging, ergibt sich an dieser Stelle eine Abweichung gegenüber der Anmeldung zum 24. KEF-Bericht. Für das Jahr 2022 ging die Anmeldung teilweise noch von Haushaltsplanwerten aus, die aber bereits im weiteren Verlauf des KEF-Verfahrens auf Jahresabschlusswerte aktualisiert wurden. Der vorliegende Bericht enthält alle Werte in der der KEF-Anmeldung zugrundeliegenden Finanzvorschausystematik. Die in Kapitel 2 beschriebenen Anpassungen der KEF sind in den folgenden Werten noch nicht enthalten. Sie werden in den kommenden Planungsschritten in die Finanzplanung des ZDF eingearbeitet.

© Zweites Deutsches Fernsehen

in Mio. Euro[1]	2021 Ist	2022 Ist	2023 Plan	2024 Plan	2025 Vorschau	2026 Vorschau	2027 Vorschau	2028 Vorschau	Insgesamt 2021 - 2024	Insgesamt 2025 - 2028
Rundfunkbeiträge	2.021,8	2.090,5	2.150,2	2.110,9	2.115,0	2.112,1	2.165,5	2.121,3	8.373,4	8.513,9
Erträge aus Werbefernsehen	182,3	193,4	169,0	174,0	162,0	173,0	162,0	170,0	718,7	667,0
Sonstige Erträge	192,6	189,1	181,8	207,2	190,8	197,1	190,6	196,2	770,7	774,7
Erträge	**2.396,7**	**2.473,0**	**2.501,0**	**2.492,1**	**2.467,8**	**2.482,3**	**2.518,1**	**2.487,5**	**9.862,8**	**9.955,6**
Personalaufwendungen	600,6	453,4	524,7	437,7	485,8	492,5	498,9	504,9	2.016,3	1.982,1
(davon: Personalaufwand ohne AV)	(351,9)	(356,7)	(374,8)	(389,8)	(407,2)	(418,1)	(429,3)	(441,0)	(1.473,3)	(1.695,6)
(davon: Altersversorgung)	(248,6)	(96,6)	(149,9)	(47,9)	(78,6)	(74,4)	(69,5)	(64,0)	(543,0)	(286,5)
Programmaufwendungen	1.358,0	1.403,4	1.335,2	1.414,7	1.406,6	1.549,5	1.443,9	1.558,3	5.511,3	5.958,3
Programmverteilung	61,1	62,8	66,8	70,2	70,7	73,8	74,1	78,4	260,9	297,0
Geschäftsaufwendungen	230,1	229,6	264,7	281,3	278,7	293,3	293,6	300,6	1.005,7	1.166,2
Andere Aufwendungen	299,0	304,6	310,9	322,8	346,1	364,8	365,0	371,2	1.237,3	1.447,2
Aufwendungen	**2.548,8**	**2.453,8**	**2.502,2**	**2.526,7**	**2.587,9**	**2.773,9**	**2.675,4**	**2.813,5**	**10.031,5**	**10.850,8**

1 Es können rundungsbedingte Abweichungen auftreten.

© Zweites Deutsches Fernsehen

3.1. Erträge

Für den Zeitraum 2021 bis 2024 erwartet das ZDF Erträge in Höhe von 9.862,8 Millionen Euro, für den Zeitraum 2025 bis 2028 sind Erträge in Höhe von 9.955,6 Millionen Euro eingeplant. Die größte Position stellen mit 8.373,4 Millionen Euro bzw. 8.513,9 Millionen Euro jeweils die Rundfunkbeiträge dar, wobei die an ARTE und an die KEF weiterzuleitenden Anteile am Beitragsaufkommen des ZDF bereits ertragsmindernd berücksichtigt sind. Im Jahr 2021 betrug der monatliche Rundfunkbeitrag, nachdem der neue Staatsvertrag zur Anpassung des Rundfunkbeitrags nicht zum 01. Januar 2021 in Kraft trat und die Empfehlung der KEF aus ihrem 22. Bericht somit nicht umgesetzt wurde, zunächst weiterhin 17,50 Euro. Durch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 20. Juli 2021 konnte der Beitrag ab August 2021 in der von der KEF empfohlenen Höhe von 18,36 Euro eingezogen werden. Für die Jahre bis 2028 ging die Anmeldung zum 24. KEF-Bericht von dieser Beitragshöhe aus. Die Beitragsplanung für die Jahre 2024 bis 2028 basiert dabei auf einer Prognose der AG Beitragsplanung von ARD, ZDF, Deutschlandradio und dem „ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice“[3] vom März 2023.

Dem Ansatz für Erträge aus Werbefernsehen (Werbung und Sponsoring) liegt die Annahme zugrunde, dass die Werbeerträge im neuen Beitragszeitraum nicht auf dem Niveau der KEF-Feststellung aus dem 23. Bericht gehalten werden können. Ausschlaggebend hierfür ist zum einen, dass die Beitragsperiode 2021 bis 2024 durch coronabedingte Verschiebungen drei Jahre mit herausragenden Sportgroßereignissen enthielt, während es im Zeitraum 2025 bis 2028 wieder wie üblich zwei Jahre sind. Zum anderen sind Verdrängungseffekte zugunsten von Online-Werbung und -Sponsoring im Werbeumfeld zu erkennen, an denen das ZDF nicht partizipieren kann. Nicht zuletzt hat die abgeschwächte wirtschaftliche Entwicklung Einfluss auf die möglichen Werbe- und Sponsoringerträge. Der Planung wurde außerdem unterstellt, dass den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Bereich Werbung und Sponsoring keine weiteren Beschränkungen auferlegt werden. Die Schwankungen zwischen den Jahren folgen der Bedeutung und Vermarktungseinschätzung der jeweils in diesen Jahren stattfindenden Sportgroßereignisse.

Die Sonstigen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus Erstattungen von ARTE für Programmzulieferungen sowie Verwertungserlösen, Beteiligungserträgen, Zinserträgen und Kostenerstattungen zusammen.

3.2. Personalaufwendungen

Für den Zeitraum 2021 bis 2024 werden Personalaufwendungen in Höhe von 2.016,3 Millionen Euro erwartet, für die Beitragsperiode 2025 bis 2028 sind 1.982,1 Millionen Euro eingeplant. Diese setzten sich aus Personalaufwendungen ohne Altersversorgung in Höhe von 1.473,3 Millionen Euro bzw. 1.695,6 Millionen Euro und Aufwendungen für die Altersversorgung in Höhe von 543,0 Millionen Euro bzw. 286,5 Millionen Euro zusammen. Neben den Tarifsteigerungen sind alle Veränderungen erfasst, die sich z. B. durch turnusmäßige Steigerungen und

3 Siehe hierzu Kapitel 7.2.1. ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice

© Zweites Deutsches Fernsehen

Stellenanhebungen ergeben. Die Planungen beinhalten die Auswirkungen der an die Länder gemeldeten Strukturoptimierungsmaßnahmen.

Die Versorgungsaufwendungen setzen sich hauptsächlich aus den Beiträgen des ZDF zu den Pensionskassen, den direkt vom ZDF zu zahlenden Renten sowie der Zuführung zur Versorgungsrückstellung zusammen. Den Ansätzen für die Altersversorgung liegen im Wesentlichen die Berechnungen des Versicherungsmathematikers zugrunde.

In der Beitragsperiode 2021 - 2024 erwartet die KEF, trotz des hohen Personalabbaus im ZDF bis 2020 (562 Vollzeitäquivalente), von den Anstalten einen Abbau von jährlich 0,5 Prozent der besetzten Planstellen. Parallel zu diesem Abbauprozess erfolgt zur Erreichung sachgerechter Beschäftigungsformen eine Umschichtung von Freier Mitarbeit zu festen Stellen.

Mit der Anmeldung zum 24. KEF-Bericht wurden im Personalaufwand die Zielwerte für die Beitragsperiode 2021 - 2024 eingehalten.

Das ZDF hat im Jahr 2023 rund 708 Ausbildungs-, Praktikums- und Volontariatsplätze betreut, um damit kompetenten Nachwuchs zu sichern und zu fördern. Seit Juli 2021 werden alle Praktika im In- und Ausland, unabhängig davon, ob es sich um Pflicht- oder freiwillige Praktika handelt und unabhängig von einer Mindestdauer, vergütet. Darüber hinaus wird durch eine gezielte Ausschreibung der einzelnen Praktika eine bessere Passung für die Anforderungen der Fachbereiche gewährleistet. Neun junge Journalistinnen und Journalisten beendeten 2022 das Redaktionsvolontariat, weitere fünf in 2023. Erstmalig wurden sechs Graphik-Trainees ausgebildet, deren Aufgabe die Zulieferung von Live-Graphikanteilen zu aktuellen Sendungen ist. Ende des Jahres 2022 wurde der Auswahlprozess eines neu aufgelegten Aufnahmeleitervolontariats durchgeführt, welches in Kooperation mit der Fernsehakademie Mitteldeutschland auf Bachelor-Niveau in den Jahren 2023 und 2024 stattfindet. Auch konnten alle Ausbildungs- und dualen Studienplätze in 2023 wieder besetzt werden – alle ausgewählten Auszubildenden und DH-Studierenden begannen ihre Ausbildung im September/Oktober 2023.

Eine besondere Herausforderung liegt im demografischen Wandel und dem bevorstehenden Generationenwechsel im ZDF. Das ZDF beschäftigt sich intensiv mit dem Thema Nachfolgeplanung. Das Führungskräftenachwuchsprogramm wurde in der dritten Staffel fortgeführt und mit einem Interessenbekundungsverfahren in allen Direktionen verknüpft. Die entwickelte eignungsdiagnostische Auswahl wurde auch für Schlüsselpositionen im Bereich Management angewendet.

Daneben unterstützt die Personalentwicklung des ZDF die erforderliche Entwicklung aller Mitarbeitenden im Laufe des Berufslebens, mit der Absicht einer Optimierung der Aufgabenerfüllung. Das Spektrum der Personalentwicklung reicht dabei von fachspezifischen Trainings über fachübergreifende Angebote bis hin zu Seminaren zur Formatentwicklung, Changeprozess-Begleitung und Unterstützung der Organisationsentwicklung. Ziel ist die Etablierung eines an den Unternehmenszielen und -leitlinien ausgerichteten Personalentwicklungssystems für Mitarbeitende, (Nachwuchs-)Führungskräfte, junge Talente und fachliche Expertinnen und Experten. Erarbeitet

© Zweites Deutsches Fernsehen

werden bedarfsgerechte Konzepte, Instrumente und Strategien, die eine systematisierte Fort- und Weiterbildung sicherstellen.

Schwerpunkt-Themen bildeten 2023 Schulungen zur Stärkung der journalistischen Kompetenzen im Bereich der Digitalen Medien und Angebote zur Förderung effizienten Arbeitens bei wachsenden Herausforderungen und gleichen oder geringeren Ressourcen. Neben den betrieblich angebotenen Aktivitäten unterstützt die gemeinsam von ARD und ZDF getragene ARD.ZDF medienakademie[4] einen wesentlichen Teil der Qualifizierungsstrukturen. Die im Mai 2020 gestartete E-Learning-Plattform „CAMPUS“ der Medienakademie wurde weiter ausgebaut, um die orts- und zeitunabhängigen Lernoptionen am Arbeitsplatz zu optimieren. Auch im Jahr 2023 wurden die Seminare zum Thema „Green Production“ fortgesetzt. Zusätzlich wurde nach den Vorgaben des Arbeitskreises „Green Shooting“ eine neue Weiterbildung in Kooperation mit den Rundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der ARD.ZDF medienakademie konzeptioniert, um Eigenproduktionen im Sinne der Leitlinien des Arbeitskreises begleiten zu können.[5]

Um auch extern gezielt gut qualifiziertes Personal rekrutieren zu können, wurde sowohl inhaltlich als auch strukturell eine Gesamtstrategie für die Arbeitgebermarke ZDF erarbeitet. Das entwickelte Onboarding-Konzept wurde ZDF-intern implementiert und wird für Neueinstellungen eingesetzt.

Zur Unterstützung der Erfüllung der Einsparvorgaben der KEF wurden, zur strukturierten Vorbereitung von Arbeitsplatzwechseln und sich neu formierender Teams, Pilotprojekte zur bedarfsgerechten Personalentwicklung gestartet. Dabei gilt es zu gewährleisten, dass gut qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Bereichen eingesetzt werden können, in denen eine Entlastung benötigt wird. Darüber hinaus werden im Rahmen eines umfangreichen Umschichtungsprozesses auch in den kommenden Jahren freie Funktionen in feste Funktionen umgewandelt.

Gesunde und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind entscheidend für ein erfolgreiches Unternehmen, und das Gesundheitsmanagement des ZDF trägt durch gezielte Informationen zu Gesundheitsthemen und durch gesundheitsfördernde Maßnahmen dazu bei. Beratungsangebote, Gesundheitsaktionen sowie Sport-, Entspannungs-, und Workshopangebote bieten Unterstützung zur Erhaltung einer positiven Work-Life-Balance. Das betriebliche Eingliederungsmanagement wurde als Teil des umfassenden betrieblichen Gesundheitsmanagements im Rahmen einer Dienstvereinbarung, welche mit ihren Regelungen über die gesetzlichen Mindeststandards hinausgeht, ein fester Unternehmensbestandteil.

Des Weiteren bietet das ZDF eine Vielzahl an Dienstvereinbarungen, Tarifverträgen, Maßnahmen und Angeboten, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen. Hierzu zählen beispielsweise Teilzeitregelungen, Tarifverträge zur Arbeitszeitflexibilisierung sowie zur Modernen Arbeit, die Dienstvereinbarung Gleichstellung sowie die Möglichkeit der Beurlaubung zur Klein-

4 Siehe hierzu Kapitel 7.2.3. ARD.ZDF medienakademie
5 Siehe hierzu Kapitel 5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung

© Zweites Deutsches Fernsehen

kinderbetreuung oder aus anderen familiären Gründen.

3.3. Programmaufwendungen

Für die Periode 2021 bis 2024 sind Programmaufwendungen in Höhe von 5.511,3 Millionen Euro eingeplant, für die Periode 2025 bis 2028 sind 5.958,3 Millionen Euro vorgesehen. Darin berücksichtigt sind die Aufwendungen für Sportgroßereignisse (u. a. Fußball Welt- und Europameisterschaften sowie Olympische Spiele) sowie – unter Zugrundelegung der aktuellen Wirtschaftspläne – für ARTE, den Kinderkanal, phoenix und funk. Der Ansatz enthält Kostensteigerungen – insbesondere im Bereich der Auftrags- und Koproduktionen, bedingt durch die aktuelle Inflation und Konkurrenzsituation am Markt – die deutlich über der ermittelten rundfunkspezifischen Teuerungsrate liegen. Hinzu kommen zusätzliche Aufwendungen für Nachhaltigkeit – das ZDF prognostiziert für die kommende Periode eine nahezu vollständige Umstellung auf eine nachhaltige und ressourcenschonende Produktionsweise[6] – sowie Mehrbedarfe für Urheber und Produzenten.

Der ebenfalls berücksichtigte Umschichtungsprozess von freier Mitarbeit in Festanstellungen, der sich bei den Programmaufwendungen aufwandsmindernd auswirkt, soll planerisch im Jahr 2024 abgeschlossen sein.

In den Programmaufwendungen enthalten ist auch der Aufwand für die inhaltliche Gestaltung der interaktiven und multimedialen Angebote des ZDF inklusive Streaming und Mediathek.[7] Ebenso dazu zählen die barrierefreien Angebote wie z. B. die Untertitelung und die Audiodeskription, die weiter sukzessive ausgebaut werden.
Die technischen Verbreitungskosten sind der Programmverbreitung zugeordnet.

3.4. Programmverbreitung

Für den Zeitraum 2021 bis 2024 sind Aufwendungen für die Programmverbreitung in Höhe von 260,9 Millionen Euro vorgesehen, für die Beitragsperiode 2025 bis 2028 sind 297,0 Millionen Euro eingeplant. Darin enthalten sind die digitale terrestrische Verbreitung, die Satellitenverbreitung sowie die Online-Verbreitung.[8] Der Ansatz für die Online-Verbreitung erstreckt sich im Wesentlichen auf die Verträge zur Ausspielung der ZDFmediathek sowie auf das Live-Streaming von ZDF-Programmen. Insbesondere bei der IP-Verbreitung wird weiterhin von einer stark zunehmenden Nutzung und damit verbundenen höheren Aufwendungen ausgegangen.

Bei der Programmverbreitung sind auch die Auswirkungen aus Strukturmaßnahmen berücksichtigt. Diese ergeben sich aus der Verringerung von Satellitenkapazitäten sowie den Umstieg auf DVB-T2 und den vereinbarten Vertragskonditionen. Aufgrund der Berücksichtigung aktueller Planungsprämissen sind jedoch Überlagerungseffekte möglich. So wurde beispielsweise die in diesem Kontext vorgesehene Beendigung der Satelliten-SD-Verbreitung ab dem Jahr 2021 aufgrund der nach wie vor vergleichs-

6 Siehe hierzu Kapitel 5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung
7 Siehe hierzu Kapitel 4.1. Die ZDF-Programmstrategie: ZDF, ZDFneo, ZDFinfo und die ZDFmediathek
8 Siehe hierzu Kapitel 4.3. Programmverbreitung und neue Technologien

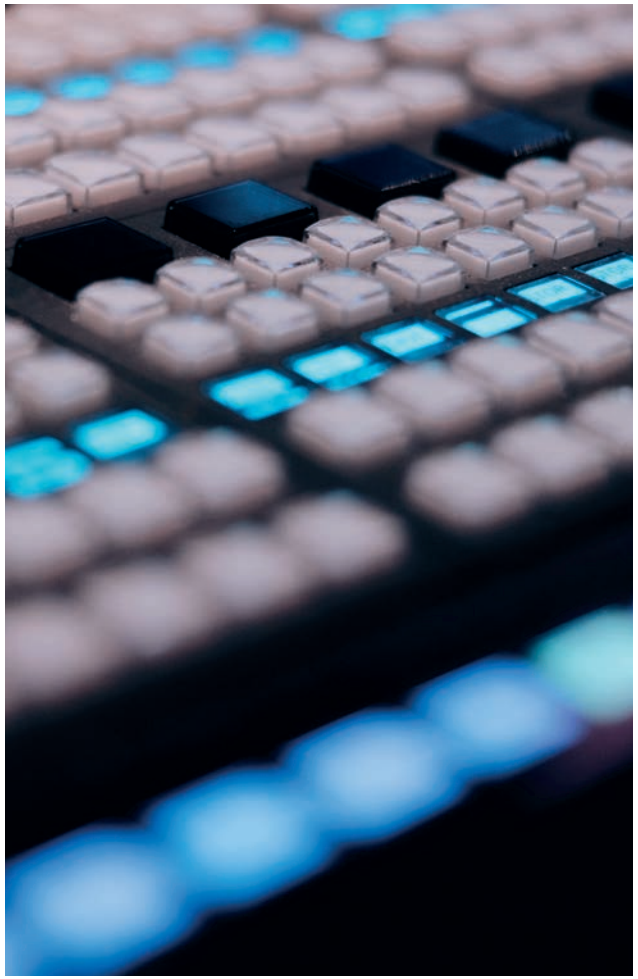
© Zweites Deutsches Fernsehen

weise hohen SD-Nutzung nicht umgesetzt, zumal auch die namhaften kommerziellen Programmanbieter ihre SD-Satellitenverträge über die bestehenden kartellrechtlichen Verpflichtungen hinaus verlängert haben. Das ZDF konnte jedoch im Rahmen des neuen Kontraktes mit dem Satellitenbetreiber die hierfür anfallenden Aufwendungen deutlich reduzieren und darüber hinaus die Laufzeiten hoch flexibel vereinbaren, was ein rasches Reagieren auf veränderte marktliche und finanzielle Gegebenheiten erlaubt.

3.5. Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen

Für den Zeitraum 2021 bis 2024 sind Geschäftsaufwendungen und Andere Aufwendungen von insgesamt 2.243,0 Millionen Euro vorgesehen. Die Planung für die Periode 2025 bis 2028 geht von Geschäftsaufwendungen und Anderen Aufwendungen in Höhe von 2.613,3 Millionen Euro aus.

An dieser Stelle sind die Aufwendungen veranschlagt, die nicht unmittelbar Produktionen zugeordnet werden können. Zu den Geschäftsaufwendungen zählen z. B. die Gemeinkosten der Redaktionsbereiche sowie die Aufwendungen der verwaltenden Bereiche, des IT-Service und des Gebäudemanagements. Unter die Anderen Aufwendungen fallen beispielsweise der betriebliche Steueraufwand und der Aufwand für den Beitragseinzug.



© Zweites Deutsches Fernsehen

4. Erfüllung des Programmauftrags

4.1. Die ZDF-Programmstrategie: ZDF, ZDFneo, ZDFinfo und die ZDFmediathek

ZDF

zdf.de /ZDF /zdf /zdfmediathek /zdfmediathek

ZDFneo

Leitung: Jasmin Maeda (Koordination ZDFneo) bis 31.05.2024 | Matthias Rode und Hanna Lauwitz (Koordination ZDFneo) kommissarisch ab 01.06.2024

zdf.de/sender/zdfneo /zdfneo /zdfneo /zdfneo

ZDFinfo

Leitung: Robert Bachem (Leiter Programmbereich Info, Gesellschaft und Leben/ZDFinfo)

zdf.de/dokumentation/zdfinfo-doku /ZDFinfo /ZDFDoku

/zdfinfo /zdfinfo

© Zweites Deutsches Fernsehen

„Ein ZDF für alle“ ist Anspruch und Herausforderung für alle ZDF-Redaktionen, neben dem Angebot für das Stammpublikum auch für ZDF-ferne Zielgruppen attraktive und passgenaue Angebote zu entwickeln und so künftig das Interesse an öffentlich-rechtlichen Inhalten zu wecken. Mit Geschichten nah an der Lebenswelt der Zielgruppen, dem Transfer beliebter Marken auf neue Plattformen, neuen innovativen Formaten und der Modernisierung beliebter Marken ergreifen die Redaktionen des ZDF Maßnahmen, um allen Zielgruppen mit altersgerechten und modernen Inhalten auf bekannten und neuen Ausspielwegen zu begegnen.

2023 konnte das **ZDF Hauptprogramm** mit einem Programm, das mit anspruchsvoller Unterhaltung ebenso punktete wie mit unabhängiger Information, bereits zum zwölften Mal in Folge den ersten Platz im linearen Markt behaupten – mit einem Marktanteil von 14,6 Prozent. Spannende Filme und Serien wie „Der Schwarm“ und „Gestern waren wir noch Kinder“ sorgten für Gesprächsstoff und überzeugten das Stammpublikum genauso wie die Jüngeren. Von solchen fiktionalen, aber auch hochkarätigen Sport-Events profitierte auch die ZDFmediathek, die 2023 noch einmal deutlich zulegen konnte und mit 6,2 Millionen Views pro Tag einen neuen Rekord verzeichnete.

Die vom ZDF betriebenen Spartenkanäle **ZDFneo** und **ZDFinfo** sind wichtige Bestandteile des eingeleiteten Strategieprozesses des ZDF. Sie sind entscheidend für die gesellschaftliche Durchdringung in jungen Publikumsgruppen. Sie tragen ein Drittel zum Gesamterfolg des ZDF in jüngeren Altersgruppen bei. Im Rahmen des aktuellen Reformprozesses soll über eine Erhöhung der Genrevielfalt diese Funktion noch gestärkt werden. Dabei liegt der Fokus, den veränderten Sehgewohnheiten folgend, auch auf einer Stärkung der ZDFmediathek (inkl. der Initiative des ARD/ZDF-Streaming-Netzwerks) und der Nutzung von Drittplattformen als Ausspielwege. Nahezu alle Inhalte von ZDFneo und ZDFinfo werden künftig als online-first Angebote begriffen.

ZDFneo und ZDFinfo erreichen die Plätze 10 und 11 im Senderranking der erfolgreichsten TV-Kanäle beim Publikum unter 50 Jahren sowie die Plätze 9 und 18 im Senderranking des Gesamtpublikums. ZDFneo erreichte 2023 einen Marktanteil von 2,0 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen, ein Erfolg, der sich ebenfalls in einer hohen Nutzung in der ZDFmediathek niederschlägt. ZDFinfo ist mit 1,8 Prozent Marktanteil erneut der erfolgreichste Dokumentations- und Informationssender im deutschen TV-Markt – auch bei der jüngeren Zielgruppe: Bei den 14- bis 49-Jährigen erzielt der Digitalkanal 2,0 Prozent Marktanteil.

Dass das Vertrauen in die Berichterstattung weiter hoch ist, belegen aktuelle Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen. So erreichten ZDF und ARD auch 2023 hohe Glaubwürdigkeitswerte und belegten die vorderen Plätze. Dieses Vertrauen des Publikums zeigte sich auch in der Akzeptanz der ZDF-Nachrichtenangebote – linear wie auf den Plattformen. Die digitalen Verbreitungswege hat das ZDF mit dem „ZDFheute“-WhatsApp-Chanel oder TikTok-Kanälen auch 2023 erweitert. 2023 ist auch das Jahr, in dem das ZDF sein bundesweites Publikumspanel „ZDFmitreden“ startete, das ein wichtiges Bindeglied zwischen der Gesellschaft und dem Unter-

© Zweites Deutsches Fernsehen

nehmen ZDF ist. Knapp 37.000 Menschen gaben in wöchentlichen Umfragen ihre Meinungen zur Programmgestaltung im ZDF sowie zu allgemeinen gesellschaftlichen Themen ab.

Onlineangebote im Zentrum der Strategie

Im Strategieprozess „Ein ZDF für alle“ spielen die Online-Angebote des ZDF eine zentrale Rolle. Vor dem Hintergrund, allen Menschen ein zeitgemäßes und exzellentes Programmangebot zu machen, hat das ZDF die Plattformen ZDFmediathek, „ZDFheute“ und ZDFtivi im vorgegebenen Rahmen weiterentwickelt. Neben der technischen und konzeptionellen Weiterentwicklung der Plattformen liegt ein besonderer Fokus auf der inhaltlichen Formatentwicklung für die jüngeren Zielgruppen sowie der zielgruppen- und plattformspezifischen Distribution inkl. dem Engagement auf Drittplattformen und der Kooperation mit Partnersendern im Rahmen des Streaming-Netzwerks. Neue Formate werden entwickelt, die für die ZDFmediathek optimiert und auf die Sehbedürfnisse der 25- bis 45-Jährigen zugeschnitten sind. So soll die Online-Reichweite mit Inhalten, die im Streaming-Umfeld thematisch und dramaturgisch überzeugen, bei jungen Zielgruppen weiter erhöht werden.

Die ZDFmediathek als digitale Heimat des ZDF wird technisch stetig zu einer modernen Streaming-Plattform weiterentwickelt. So ist die ZDFmediathek bereits heute ein vielfach personalisiertes und automatisiertes Angebot mit Algorithmen. Seit 2022 wird auf „algorithmen.zdf.de“ transparent erklärt, wie diese Algorithmen funktionieren, welche Daten verwendet werden und wie sie helfen, den öffentlich-rechtlichen Auftrag umzusetzen. Das ZDF ist hinsichtlich des transparenten Umgangs mit dieser Technik Vorreiter. Die algorithmische Steuerung soll Vielfalt und Pluralität in der Nutzung fördern und der Diversität der Zielgruppen gerecht werden.

2023 wurde das Streaming-Netzwerk von ARD und ZDF in seinen ersten Elementen umgesetzt. Beschlossen ist ab 2025 eine noch engere Zusammenarbeit von ARD und ZDF. Mit dem Netzwerk bieten ARD und ZDF einen deutlich größeren Inhalte-Fundus und wahren zugleich die Eigenständigkeit ihres jeweiligen Angebotes. Nutzende können nun – unabhängig davon, über welche der beiden Mediatheken sie in den gemeinsamen öffentlich-rechtlichen Content-Kosmos kommen – Inhalte beider Angebote finden und direkt dort abspielen, wo sie sich gerade aufhalten. In nahezu allen Genres empfehlen ARD und ZDF passende Inhalte aus beiden Mediatheken. Erweitert wird das Netzwerk durch Inhalte von ARTE, phoenix, funk sowie 3sat (inkl. Inhalten von ORF und SRG). ARD und ZDF haben außerdem mit dem Aufbau einer gemeinsamen technischen Plattform begonnen.

Auch das Online-Nachrichtenangebot „ZDFheute“ wurde weiterentwickelt. Die Apps von „ZDFheute“ sind um weitere Funktionen und Design-Anpassungen erweitert worden. Im Mittelpunkt stand die Verbesserung der Sichtbarkeit von „ZDFheute“ im Web. Die neue Website beinhaltet eine weitere Suchmaschinen-Optimierung und Verbesserung der Barrierefreiheit.

Die ursprünglich nur für das TV vorgesehene Untertitelung und Audiodeskription sollen bald durch Künstliche Intelligenz (KI-)-gestützte Systeme ergänzt werden. Nur so kann die Fülle des Programms (v. a. im Streaming-Netzwerk)

© Zweites Deutsches Fernsehen

auch barrierefrei ausgespielt werden. In der Audiodeskription sind vielversprechende Pilotprojekte mit „synthetischen" Stimmen durchgeführt worden. Diese sollen nicht Menschen im Prozess ersetzen, sondern zusätzliche Angebote ermöglichen. Auch inhaltlich wurde das barrierefreie Angebot ausgeweitet. So wird die „heute show" seit 2023 in einer Gebärdensprachfassung angeboten.

Da, wo das ZDF die angestrebten Zielgruppen nicht ausreichend erreicht, nutzt es weitere Ausspielwege. Beim Engagement auf Drittplattformen wie YouTube, TikTok, Instagram oder WhatsApp hat die Frage der angestrebten Zielgruppen Priorität und determiniert die Ausspielwege. Formate und Inhalte, die auf Drittplattformen ausgespielt werden, nutzen klare Branding-Regeln und Rückführungsinstrumente hin zu ZDF-eigenen Plattformen. Um neue, junge Zielgruppen zu erreichen, spielt TikTok eine besondere Rolle. Nach einer erfolgreichen Pilot-Phase wurde die Präsenz mit nun elf Kanälen ausgebaut und dient dem (Erst-)Kontakt mit der jungen Zielgruppe. Durch die Vertical Video-Strategie auf TikTok trägt beispielsweise ZDFinfo

© Zweites Deutsches Fernsehen

den öffentlich-rechtlichen Informationsauftrag reichweitenstark in die jüngeren Zielgruppen. Andere Angebote, z. B. bei Facebook, wurden im Gegenzug eingestellt.

Aktualität

Die Nachrichtenformate haben auf die drastische Veränderung der Sicherheitslage in Europa und in anderen Teilen der Welt mit einer intensiven und nachhaltig ausgeweiteten Berichterstattung über außen- und verteidigungspolitische Themen reagiert. Neben den direkt in den Kriegsgebieten eingesetzten Reportern bilden die ZDF-Korrespondentinnen und Korrespondenten mit ihrer Expertise die täglichen Ereignisse ab und liefern in Beiträgen und Schaltgesprächen die Hintergründe und die Einordnung, die prägend für die Angebote der „ZDFheute"-Nachrichtenfamilie sind. Die Auswirkungen und Folgen der Zeitenwende 2022 auf das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben auch in Deutschland rücken in den Mittelpunkt der aktuellen Berichterstattung in einem Jahr entscheidender Wahlgänge in den ostdeutschen Bundesländern sowie zur Europawahl und einem besonders intensiven Präsidentschaftsduell in den USA.

„ZDFheute live" hat sich als Format für Breaking-News und vertiefende Berichterstattung auch im Netz etabliert. Der Breaking-News Kanal für die digitalen Plattformen der „ZDFheute" in der App, auf der Website und auf den Social-Media-Plattformen steigert die Reichweite kontinuierlich und stößt insbesondere mit Analysen zum Krieg in der Ukraine auf ein reges Interesse - mit Abrufzahlen für einzelne Ausgaben über der Millionenmarke im YouTube-Kanal der „zdfheute". Ein hohes Kommentaraufkommen der Nutzerinnen und Nutzer ergibt sich aus einem Alleinstellungsmerkmal der Livestreams, wo Fragen und Kommentare von namhaften Expertinnen und Experten sowie ZDF-Korrespondentinnen und -Korrespondenten direkt beantwortet werden.

Immer mehr junge Nutzerinnen und Nutzer verfolgen Nachrichten ausschließlich online. Auch in älteren User-Gruppen steigt die Relevanz dieser Ausspielwege. Dazu trägt auch die dynamische Krisen-Lage bei. Das ZDF verstärkt deswegen sein Online-Nachrichtenangebot: „ZDFheute" soll zu einer noch attraktiveren Informations-Plattform entwickelt werden, die sowohl schnelle News, Livestreams und Liveblogs bietet als auch Hintergründe und Erklärungen – von großer Weltpolitik über Faktenchecks bis zu alltagsnahen Ratgeber-Inhalten. Gleichzeitig soll die Präsenz auf Drittplattformen wie YouTube und Instagram ausgebaut werden, komplettiert durch ein News-Angebot für Zielgruppen bei TikTok, die mit den TV-Nachrichtensendungen oder über die „ZDFheute"-App nur unzureichend angesprochen werden. In Zeiten von Fake News, Desinformation und polarisierten Diskussionen bleibt es wichtig, dort sorgfältig recherchierte Informationen anzubieten, wo sich die Nutzerinnen und Nutzer in ihrem Medienalltag aufhalten – und sie, im besten Fall, auch für die eigenen Plattformen zu gewinnen.

Das „heute journal" hat 2023 drei „Anchor-on-Location"-Ausgaben ausgestrahlt: zum ersten Jahrestag des russischen Angriffs auf die Ukraine, zur Präsidentschaftswahl aus der Türkei und nach dem Massaker der Hamas an israelischen Bürgern und dem daraus resultierenden Krieg in Nahost. Dazu sendete

© Zweites Deutsches Fernsehen

das Format Reportagen und hintergründige Gespräche mit hochkarätigen Gästen. Beliefert wurden sowohl das „heute journal“ als auch das „heute journal up:date“. Die Redaktion arbeitet zudem an neuen Begleitangeboten.

Neben der tagesaktuellen Berichterstattung werden 2024 die Landtagswahlen in den ostdeutschen Bundesländern Sachsen, Thüringen und Brandenburg intensiv begleitet. Außenpolitisch wird das Jahr 2024 von zwei bedeutenden Wahlen geprägt sein: Im Juni 2024 steht die Wahl zum Europäischen Parlament an, im November 2024 die Wahl des US-Präsidenten sowie des US-Repräsentantenhauses. Beide Wahlen werden in der aktuellen Berichterstattung mit „ZDFspezial“-Ausgaben und Hintergrundreportagen auch in der Primetime begleitet. Die gesellschaftlichen Implikationen für Deutschland, Europa und die Welt werden im Fokus der begleitenden Berichterstattung stehen. Die Bundestagswahl 2025 wirft ihre Schatten bereits voraus. Auch diese wird mit viel Hintergrund abgebildet werden.

Das „ZDF-Morgenmagazin“ wird vor den Landtagswahlen sein bewährtes Format „moma vor der wahl“ senden und jede halbe Stunde live die Spitzenkandidaten der Parteien interviewen. 2025 werden die Bürgerschaftswahl in Hamburg sowie die Bundestagswahl im Fokus stehen, während 2026 die Landtagswahlen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern sowie die Wahl zum Abgeordnetenhaus Berlin die innenpolitische Berichterstattung bestimmen werden. Zu allen Wahlen wird das Format „Die Kneipenwahl“ mit Moderatorin Eva Schulz für die ZDFmediathek und YouTube weiterentwickelt. Schulz taucht ein in die Lebenswelt ihrer „Kneipenbekanntschaft“, besucht Heldinnen und Helden des Alltags und fragt bei Verantwortlichen sowie Politikerinnen und Politikern nach.

Die People-Berichterstattung im ZDF ist seit Oktober 2023 in der verlängerten „hallo deutschland“-Sendung integriert. Diese Redaktion realisiert für die ZDFmediathek Real-Life-Serien. Mit dem Format „Backstage“ bereichert ein weiteres Mediatheksformat das Portfolio. In den 25-minütigen Dokus werden unterhaltsame „Hausbesuche“ bei beliebten Publikumssendungen und deren Protagonisten gezeigt. Serienstars, Moderationsgrößen und Schauspieler werden durch ihre Erfolgsformate begleitet. 2023 wurde erstmals auch das Mediatheksprogramm „Soll ich ...?“ publiziert. Die ZDF-Redaktion Tagesmagazine Mainz hat gemeinsam mit den ZDF-Landesstudios ein Format für die Zielgruppe junger Menschen entwickelt, die vor lebensentscheidenden Fragen wie „Soll ich Kinder bekommen?“ oder „Soll ich fürs Klima radikaler werden?“ stehen. Stellvertretend für eine ganze Generation gehen im Studio die Gäste zusammen mit Zuschauerinnen und Zuschauern auf eine „Reise der Entscheidung“.

Das gemeinsame „Mittagsmagazin“ von ARD und ZDF wurde ab 2024 auf zwei Stunden Sendezeit verdoppelt und publizistisch noch stärker zum Schaufenster der Regionen weiterentwickelt. Schwerpunkte liegen auf Kultur, Gesellschafts- und Zukunftsthemen sowie auf vielfältigen regionalen Lebenswirklichkeiten. Zudem wurden Möglichkeiten zum direkten Dialog und zum Perspektivwechsel eingeräumt. Außerdem gibt es mehr Hintergrundberichte und Live-Schalten aus den Bundesländern sowie zusätzliche Bei-

© Zweites Deutsches Fernsehen

träge über den Breitensport in Deutschland. Ein neues Highlight im „ZDF-Mittagsmagazin“ ist eine 15-minütige Doku, die die Zuschauerinnen und Zuschauer in verschiedene Lebenswelten führt: seien es Geschichten aus dem Alltag eines Krankenhauses, von der Feuerwehr, von einer Bergretter-Wacht oder aus der Welt des Glamour, True-Crime und von anderen Kontinenten. Bezogen auf Kulturevents werden „Morgenmagazin“ und „Mittagsmagazin“ die Berlinale, die Leipziger und die Frankfurter Buchmesse mit Schwerpunkten in den Fokus nehmen. Viermal im Jahr wird es das bewährte Format „moma vor ort“ geben, in dem gesellschaftspolitisch relevante und aktuelle Themen live vor Ort unter Einbindung des Publikums behandelt werden.

Das ZDF ist im deutschen Markt der einzige TV-Sender mit einem täglichen Europamagazin und stellt mit „heute in Europa“ seine integrative Leistung unter Beweis. Neben der täglichen Sendung publiziert die Redaktion ihre Inhalte auch auf „ZDFheute“, in der ZDFmediathek sowie auf den ZDF-Kanälen der Drittplattformen. Die Redaktion setzt sowohl eigene Schwerpunkte wie den Jahrestag des Élysée-Vertrages oder das Erstarken des Rechtspopulismus in Europa, berichtet aber auch anlassbezogen mit monothematischen Sendungen wie zu Wahlen. Seit Jahren sind der Erweiterungsprozess und die Integration großes Thema in den Sendungen, ebenso Verstöße gegen die Rechtsstaatlichkeit, das Verhältnis Polens und Ungarns zum EU-Recht oder die EU-Erweiterung für Staaten wie die Ukraine. Auch Kritik an der EU – vor allem hinsichtlich Bürokratie und mangelnder Reformfreudigkeit – wird regelmäßig in der Sendung gespiegelt. „heute in Europa“ hat sich neben der tagesaktuellen Berichterstattung zum Ziel gesetzt, über den Alltag der Menschen in Europa zu berichten. Die Geschichten verdeutlichen, wie politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Fragen in anderen Ländern behandelt werden; sei es der Umgang mit Migration, der Fachkräftemangel oder die Energiepolitik. Im Juni 2024 wird in Europa gewählt. Dazu wird die Europaredaktion ausführlich berichten und fragen: Wie steht es um das demokratische Selbstverständnis der Europäischen Union? Welche Rolle spielt sie in der Welt?

Das investigative Magazin „frontal“ hat in den vergangenen Jahren mehrere monothematische Sendungen ausgestrahlt, um das Publikum vertiefend informieren zu können, so zum Jahrestag des russischen Angriffs auf die Ukraine, zur Wohnungsmisere in Deutschland oder zum Terrorangriff der Hamas auf Israel. Für 2024 sind ähnliche Sonderanstrengungen geplant: Anlass sind beispielhaft die Europa- und die Landtagswahlen sowie die US-Wahlen. Seit 2021 produziert frontal verstärkt Dokumentationen, die in der Regel online first in der ZDFmediathek, in weiteren Sendungen und bei ZDFinfo verwertet werden, darunter die Dokumentationen über das Tesla-Werk in Brandenburg, über den Fall Nordstream, über den islamistischen Judenhass in Deutschland, über Greenwashing oder die Reihe „Achtung Essen“. Eine besondere Auffälligkeit stellte die Dokumentation „Die Straße des Todes“ über Kriegsverbrechen von russischen Soldaten beim Einmarsch in die Ukraine dar. Im Februar 2024 lief unter dem Titel „White Angel – das Ende von Marinka“ ein 90-Minuten-Film über die Arbeit eines ukrainischen Evakuierungsteams nach dem russischen Überfall auf eine Kleinstadt.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Seit Anfang 2023 arbeitet die „frontal“-Redaktion mit dem Investigativ-Unternehmen „Paper Trail Media“ zusammen, mit dem Ziel einer stärkeren Investigation für das ZDF mit nationalen und internationalen Partnern. Seit Beginn der Zusammenarbeit veröffentlicht das ZDF jeden Monat eine investigative Dokumentation mit großem nationalen und internationalen Echo, darunter die Dokumentation „Unter Cyber-Kriegern“, die zeigte, wie ein Team israelischer Ex-Agenten gegen Geld versuchte, weltweit Wahlen zu beeinflussen. „Vulkan Files“ dokumentierte nach fast einem Jahr Recherche die Cyberwar-Planungen der russischen Geheimdienste. Zuletzt veröffentlichte „frontal“ die dreiteilige Dokumentation „Oligarchenparadies Zypern“. Dieser Film belegt, wie russische Superreiche das EU-Land nutzten, um ihren Reichtum zu verstecken, Sanktionen zu umgehen und den Westen zu beeinflussen.

Um weitere Publika anzusprechen, startete „frontal“ 2021 erfolgreich seinen YouTube-Kanal. Die Nutzerinnen und Nutzer sind hier deutlich jünger als im TV-Programm. Die Dokumentation „Auf den Spuren der Hamas“ im November 2023, die zunächst auf YouTube zu sehen war und dort über 625.000 mal aufgerufen wurde, strahlte anschließend ZDFinfo aus. Frontal-Beiträge spielt auch regelmäßig der YouTube-Kanal von „ZDFheute“ aus. Auch via Instagram und dem Kurznachrichtendienst X veröffentlicht „frontal“ erfolgreich seine Inhalte.

Das Talkformat „maybrit illner“ leistet einen Beitrag dazu, dass Menschen in diesem Land durch Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs lernen, Regierungshandeln genauso zu hinterfragen wie ihr eigenes. Dies ist besonders in den zurückliegenden Jahren in den verschiedenen Krisen deutlich geworden. Abgebildet – auch in mehreren Spezial-Ausgaben – wurde die Coronapandemie in all ihren Facetten. Seit Februar 2022 liegt der Fokus auf dem Krieg in der Ukraine. Mit dem Konflikt in Gaza und Israel beschäftigt die Menschen in Deutschland ein weiterer Krisenherd, der in der Sendung kontrovers debattiert wird. Konflikte, Krisen und politische wie gesellschaftliche Veränderungen werden die Redaktionen auch in den kommenden Jahren beschäftigen.

Das „auslandsjournal“ widmet sich in einer Welt, die für viele Menschen aus den Fugen geraten zu sein scheint, den globalen Konflikten und Krisen: von der Corona-Pandemie über die Kriege in Armenien, der Ukraine und Nahost bis hin zum System-Wettlauf um die Vorherrschaft zwischen den USA und China. Diese weltweiten Krisen, die auch Deutschland tangieren, sorgen für ein deutlich gestiegenes Interesse des Publikums an außenpolitischen Themen. Dank des ZDF-Korrespondentinnen- und -Korrespondentennetzes kann verlässlich, frei und unabhängig von allen Kontinenten berichtet werden, dabei über die Geschichten Einzelner das große Ganze erzählt und in die entlegensten Winkel der Welt geschaut werden. Dokumentationen anlässlich von 100 Jahren Türkei-Gründung, 75 Jahren Israel oder 75 Jahren NATO komplettieren die aktuelle Berichterstattung und unterstreichen die Leistungsstärke des öffentlich-rechtlichen ZDF genauso wie kritische Dokumentationen wie zum Beispiel „Das System Orbán“, „Chinas Angriff auf die Freiheit“ oder „Machtpoker an der Ostsee“. Neben monothematischen „auslandsjournal spezial“-Ausgaben etabliert die Redaktion auch neue, digitale Formate wie die

© Zweites Deutsches Fernsehen

Erklär-Reihe „GlobalPolitix“, den „Gipfeltalk“ und serielle Reportagen wie die „Zeitenwende“. Zudem organisiert sich die Redaktion um – hin zu einem Kompetenzzentrum, das außenpolitisches Know-how auf allen ZDF-Plattformen anbietet, um besonders das jüngere Publikum über weltweite Zusammenhänge zu informieren.

Das Format „WISO“ beleuchtet Wirtschaftszusammenhänge und betrachtet Themen aus der Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher. Von den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Coronakrise über die Folgen des Ukraine-Kriegs bis hin zu Fragen von Inflation und Transformation der Wirtschaft reicht die thematische Bandbreite. Dabei wird die wöchentliche Magazinsendung durch eigene Social-Media-Kanäle ergänzt. Darüber erreichen Themen und Marke ein deutlich jüngeres Publikum. „WISO“ hat sich neben dem Magazin auch in Dokumentationen wichtigen Themen gewidmet, darunter dem Recycling in „Das Geschäft mit der Second Hand Mode“, dem Strukturwandel auf dem Land mit „Ein Dorf sucht seine Zukunft“ und Unternehmensgründungen mit dem Film „Gründermut – Booster für die Wirtschaft“. Über den neuen Instagram-Kanal „WISO.Finanzen“ bietet das ZDF erstmals eine Plattform für junge Menschen an, die ihre Finanzen optimieren wollen. 2024 feiert „WISO“ sein 40-jähriges Jubiläum – Anlass für innovative Erzählformen und spannende Wirtschaftsthemen mit Wirtschaftsdokumentationen, die jeweils für die ZDFmediathek produziert und auch im ZDF-Hauptprogramm gesendet werden.

Das fast neunzigminütige Magazin „Volle Kanne, Service täglich“ ist in einer komplexer werdenden Welt der verlässliche Begleiter am Vormittag. Neben Service- und Verbraucherthemen bietet „Volle Kanne“ Reportagen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Milieus. Darüber hinaus sind die nachrichtliche Aktualität aus dem In- und Ausland sowie Gesundheitsthemen ein wichtiger Bestandteil der Sendung. Auch die Studiogäste bieten Gelegenheit, Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten. Immer wieder lädt „Volle Kanne“ die Leiterinnen und Leiter der In- und Auslandsstudios des ZDF ein, um von ihrer Arbeit zu berichten.

Von Mord bis Menschenrechte, vom „Morgenmagazin“ bis zum „heute journal“ – und „ZDFheute“: Die Redaktion „Recht und Justiz“ erklärt, analysiert und ordnet für sämtliche Formate des ZDF ein. So bringt die Fachredaktion u. a. „Jura“ ins ZDF-Programm. Und das auf allen Plattformen: In maximal 120 Sekunden klären „Die Juristen“ seit Dezember 2023 auf TikTok rechtliche Alltags- und brisante Gerechtigkeitsfragen für die junge Zielgruppe. „Ist es gerecht, dass …“ fragt das Team auch in Reels auf Instagram. Jura im Langformat liefert die neue Mediatheks-Serie „Verbrechen – True Crime mit Sarah Tacke“. Sarah Tacke rekonstruiert Verbrechen und gibt zusammen mit Kriminalpsychologin Lydia Benecke einen Einblick in die Psyche der Täterinnen und Täter.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Sport

Zum umfassenden Informationsauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender gehören auch Sportübertragungen, -Dokumentationen und Magazine. Nicht nur der Fußball und der Handball erfreuten sich in den vergangenen Jahren mit internationalen Turnieren weiterhin hoher Beliebtheit, sondern auch der Wintersport, darunter die Vierschanzentournee, die Alpine Ski-WM, die Rodel- und Biathlon-WM oder die Nordische Ski-WM. Sportliche Programmhighlights waren zudem die „Finals“ mit verschiedenen Sportarten und die Special Olympics. Auch die Leichtathletik-WM 2023 wurde ein programmlicher Erfolg. Kurzfristig war es ARD und ZDF 2023 gelungen, die Übertragungsrechte der Fußball-WM der Frauen in Australien und Neuseeland zu erwerben. Der Fußball war darüber hinaus durch eine Zusammenfassung von jedem Champions League-Mittwoch der Männer im ZDF-Programm vertreten. Nachdem für das Champions League-Finale der Frauen eine deutsche Beteiligung feststand, konnten die Übertragungsrechte an der Begegnung zwischen dem FC Barcelona und dem VfL Wolfsburg durch das ZDF erworben werden. Zudem übertrug das ZDF 2023 auch das Champions League-Finale der Männer und berichtete im DFB-Pokal von den Spielrunden. Spiele aus der Gruppenphase der UEFA Women’s Nations League ergänzten das Angebot. Erstmals startete 2023 die Spielzeit der Frauen-Bundesliga mit einer Liveübertragung des Eröffnungsspiels im ZDF. ARD und ZDF übertragen ab der Saison 2023/24 je fünf Spiele der Frauen-Bundesliga.

2024 wird ein besonderes Sportjahr für Deutschland. So ist Deutschland sowohl bei der Handball-EM als auch bei der Fußball-EM der Männer Gastgeber. ARD und ZDF werden sämtliche Spiele der deutschen Nationalmannschaft übertragen. Daneben stellen die Leichtathletik-EM, die Olympischen Sommerspiele und die Paralympics in Paris Höhepunkte im ZDF-Sportprogramm dar. Auch den DFB-Pokal und die Champions League wird das ZDF in unterschiedlichen Formen abbilden. Übertragungen von Freundschaftsspielen der Fußball-Nationalmannschaft und der UEFA Nations League runden das Sport-Portfolio 2024 ab. Augenmerk soll auch dem Frauen-Fußball gewidmet werden. So werden neben den Länderspielen der Frauen-Nationalmannschaft im UEFA Nations League Finale sowie in der darauffolgenden EM-Qualifikation auch in der Bundesliga-Spielzeit 2024/25 der Frauen Livespiele angeboten werden. Überdies überträgt das ZDF 2024 das Finale der Frauen im DFB-Pokal. Attraktive Onlinerechte in hochkarätigen Fußball-Wettbewerben haben weiterhin Gültigkeit für das ZDF, womit zur Stärkung der ZDFmediathek beigetragen wird. Mit diesen Inhalten erzielen die Social-Media-Kanäle von @sportstudio große Reichweiten. Besonders relevant ist die Verwertung der Cliprechte auf YouTube, TikTok und Instagram. Ziel der Social-Media-Aktivitäten ist es, ZDF-Marken und Inhalte mit sehr jungen Zielgruppen in Kontakt zu bringen. Mit dem Ziel der Vergrößerung des Contents für die ZDFmediathek werden verstärkt Sport-Dokumentationen für jüngere Zielgruppen produziert.

Die Weiterentwicklung der „Sportstudio Reportage“ von einer Magazin-Sendung zur Sport-Dokumentation wird umgesetzt. Mit Wettbewerben im Handball, Wintersport, den „Finals“, während der Leichtathletik-WM und im Fußball werden auch 2025 die größten Sportevents im ZDF zu sehen sein. In der Champions League wird

© Zweites Deutsches Fernsehen

die Gruppenphase verändert und damit werden insgesamt zwei Spieltage mehr angeboten. Während es für die Männer um die WM-Qualifikation 2026 und gegebenfalls auch im Juni um die Trophäe der UEFA Nations League geht, zielen die Frauen auf eine erfolgreiche Qualifikation zur UEFA Women's Euro 2025 in der Schweiz. Den Zuschlag für eine Übertragung der EM hat das ZDF bereits erhalten. Unterdessen wird das ZDF auch in der Saison 2024/25 fünf Spiele der Frauenfußball-Bundesliga live anbieten. Für das Sportjahr 2026 werden im ZDF-Programm wieder Wintersport, die Olympischen Winterspiele in Mailand und Cortina d' Ampezzo, die Handball-EM in Schweden, Dänemark und Norwegen und die European Championships sowie die FIFA WM 2026 im Mittelpunkt stehen, die in Kanada, Mexiko und den USA ausgetragen wird.

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

Dokumentationen

Modern erzählte Dokumentationen mit einem breiten publizistischen Panorama prägen das Informationsprofil des ZDF entscheidend mit. Auf dem Dienstag-Sendeplatz in der Primetime hat sich ein differenziertes Portfolio als erfolgreich erwiesen. Relevanzthemen werden publikationsattraktiv vertieft und bieten Orientierung in einer krisenhaften Zeit. Besonders hohe Resonanz verzeichneten investigative Dokumentation wie „Geheimsache Katar“ oder „Milliardenspiel – die geheime Welt der Superreichen“ mit Moderator Jochen Breyer – gerade auch im jüngeren Publikum. Diese Beispiele sind auch non-linear aufmerksamkeitsstark ausgespielt worden. Dokumentationen, die aus aktuellen Anlässen ausgestrahlt wurden, fanden ebenfalls ihr Publikum. Beispiele wie „Eskalation in Nahost – Was passiert in Israel?“ oder „Putins Abgrund“ anlässlich des Aufstands der Wagner-Söldner unter Jewgeni Prigoschin zeigten, wie schnell das ZDF auf die gestiegenen Ansprüche des Publikums an die Aktualität reagiert. Zum Angebot auf diesem Platz gehörten auch politische Biografien wie „Putin und Xi – Pakt gegen den Westen“. In der ZDFmediathek und auf „ZDFheute“ bei YouTube erzielte die sechsteilige Mediathek-First-Reihe „Tatort Ukraine“ hohe Erfolge, genauso wie „Putins Komplizen – die geheime Welt der Oligarchen“. 2024 wird das Angebot ausgebaut. Geplant sind hochwertige Primetime-Dokumentationen zu den Themen Einkommen, Rente, Generationenkonflikt, Ukraine und Russland sowie zu den Wahlen in den USA. Die Verbraucher-Dokumentationen „Die Tricks der Lebensmittelindustrie“ mit Sebastian Lege gehören zu den besteingeschalteten Formaten auf diesem Sendeplatz. Dieses Multi-Plattform-Projekt setzt nicht nur Maßstäbe im linearen ZDF, sondern auch auf YouTube und in der ZDFmediathek. Mit hohen Erfolgen bei Jüngeren und in den mittleren Alterssegmenten ist Sebastian Lege ein exzellentes Beispiel für erfolgreiche und zukunftsweisende Köpfe-Etablierung auf allen Ausspielwegen – mit linearen Spitzenwerten und Millionen Aufrufen in der ZDFmediathek und im Social Media Angebot.

ZDFinfo ist dank eines umfangreichen Dokumentationsangebots der erfolgreichste Informationssender in Deutschland – in allen Zielgruppen. Mit der vierteiligen Doku-Reihe „Die Kinder von Lügde“, zum hundertfachen Missbrauch auf einem Campingplatz, ist es 2023 nicht nur gelungen, ein plattformübergreifend erfolgreiches Doku-Highlight zu setzen, sondern auch Preise zu gewinnen. Neben der Nominierung für den Deutschen Fernsehpreis gewann die Doku-Reihe den „Blauen Panther“, den Bayerischen Fernsehpreis, in der Kategorie Information und Journalismus. Preisgekrönt ist auch die 90-minütige Dokumentation „Femizid“. Der Dreiteiler „Blutsbande – Clans von Berlin“, der die Berliner Clan-Strukturen und die Entstehung von Parallelgesellschaften analysierte, zählte ebenfalls zu den Highlights. Im Jahr 2024 liegt der Fokus von ZDFinfo auf Doku-Reihen, die Einblicke in gesellschaftliche Strukturen von heute geben, Entwicklungen aufzeigen, Fakten liefern und einordnen. Der Vierteiler „Beim Bund“ etwa begleitet junge Rekrutinnen und Rekruten in ihren ersten Monaten bei Deutschlands größtem Arbeitgeber, der Bundeswehr.

Das investigative Format „Die Spur“, das die Doku-Marke „ZDFzoom“ 2023 ablöste, ist das erste deutsche Doku-Format, das sich der

© Zweites Deutsches Fernsehen

forensischen Aufarbeitung von gesellschaftspolitischen Themen und Ereignissen widmet. Die erste Folge zeigte das ZDF im April 2023, in der der größte Cannabis-Betrug aller Zeiten offengelegt wurde. Die Abrufe in der ZDFmediathek haben alle Benchmarks übertroffen. Im linearen Fernsehen konnte der Marktanteil beim jungen Publikum gesteigert werden.

Zu den journalistische Leuchttürmen zählt die Reihe „Am Puls“, in der prominente ZDF-Presenter zeigen, was die Deutschen besonders aufregt. Bildschirmbekannte Journalistinnen und Journalisten gehen dem nach, was sie auch persönlich bewegt und fragen: Wie betreffen die Nachrichten, die wir täglich präsentieren, die Menschen vor den Bildschirmen? Sie hören zu, tauchen in den Alltag der Menschen ein und beleuchten, welche Auswirkungen die Entscheidungen der Politik auf das Leben in allen Teilen der Gesellschaft haben. Und was dringend verbessert werden muss. Zum Tag der Arbeit 2023 warf ZDF-Moderatorin Sarah Tacke einen Blick auf unsere Arbeitswelt, während Moderator Mitri Sirin am Tag der Deutschen Einheit Geschichten von Frust und Ausgrenzung von Migranten erzählte – aber auch von gelungener Gemeinschaft und Teilhabe.

Die Dokumentationsreihe „planet.e“ widmet sich seit Jahren den Themen Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit. Im Fokus der Berichterstattung standen vor allem die Energiewende und der Umgang mit Atomkraft, Gas und Kohle sowie die Entwicklung der erneuerbaren Energien. Auch die Sorge vor einem Blackout wurde thematisiert. Die Dokumentationen blicken kritisch auf die verschiedenen Aspekte, hinterfragen mit Hilfe namhafter Expertinnen und Experten Thesen und Aussagen. Beispielhaft hierfür sind die Programme zu „Fracking“, „Nordsee-Gas“ und „Biogas“. Ein Dreiteiler beschäftigte sich mit den Wetterextremen Hitze, Dürre und Starkregen. Bemerkenswert waren auch die filmische Analyse „Die UNO-Klimakonferenz - zwischen Euphorie und Enttäuschung“ sowie die Dokumentation „Umwelt unter Beschuss - Wie der Krieg die Ukraine zerstört“. 2024 steht die Weiterentwicklung des Formates „planet.e“ an. Die Sendung wird umformatiert, um jüngere Zielgruppen zu erreichen und noch stärker auf die Sehgewohnheiten in der ZDFmediathek ausgerichtet zu sein. Dabei soll der neue ZDF-Umweltexperte Andreas Stamm als Host eingesetzt werden – zum Beispiel beim Thema „Greenwashing“ oder auf Spurensuche, um den „wahren Preis“ von Produkten wie Trainingsanzügen oder Modeschmuck herauszufinden. Der „Re-Use-Gedanke“ steht im Fokus einer Trilogie zum Thema Upcycling. Zudem ist ein Factual-Entertainment-Dreiteiler mit dem Arbeitstitel „Shop well for the planet“ geplant, in dem das Konsum-Verhalten von Familien im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Kosten unter die Lupe genommen wird.

Die Dokumentationsreihe „plan b“ zeigt, dass es auch anders geht: Die Filme erzählen Geschichten des Gelingens und stellen Lösungen für gesellschaftliche Probleme vor. Dabei geht es nicht nur um Fragen der Nachhaltigkeit, technische Innovationen oder gesunde Lebensweisen, sondern auch um Ideen jedes Einzelnen, die Welt etwas besser zu machen – sei es beim Reisen, bei der Ernährung oder dem Konsumverhalten. Auch gesellschaftliche Fragen werden nicht ausgelassen. Reich oder Arm, Rechts oder Links, Hetero oder LGBTQ*: Die Fronten in

© Zweites Deutsches Fernsehen

unserer Gesellschaft verhärten sich in der ein oder anderen Frage. Wie gelingt es uns als Gesellschaft, wieder mehr „Wir“ zu leben? „Da geht was, Deutschland!“ stellt Personen und Projekte vor, die festgefahrene Strukturen durchbrechen und unser Zusammenleben erneuern. Beispiele in den vergangenen Jahren waren: „Wer bringt uns digital voran?“, „Gleiche Chancen für unsere Kinder“ oder „Endlich gleichberechtigt“. Zur Europawahl wird eine zweiteilige Sonderausgabe geplant.

Die „ZDF.reportage“ ist das Format im ZDF, das Lebenswirklichkeit in Deutschland realitätsnah abbildet und Aufschluss über gesellschaftliche Befindlichkeiten gibt. Einige Ausgaben konnten auch aus aktuellen Anlässen wie nach dem Beginn des Krieges in der Ukraine zeitnah angeboten werden: In drei Folgen wurden die Auswirkungen auf das Leben der Menschen in Deutschland beleuchtet. In den Sozial-Reportage-Reihen „Wenn das Geld nicht reicht“ und „Armes reiches Deutschland“ zeigte die „ZDF.reportage“ Programme, die die Lebenssituation von Menschen, die oft am Rande der Gesellschaft stehen, abbilden, und bediente damit eine Farbe im Portfolio, die bei allen Zielgruppen erfolgreich ist. 2023 näherte sich die „ZDF.reportage“ der Schulbildung und porträtierte mit „Hauptschulklasse 9a“ eine Kölner Hauptschule mit ihren Problemen, Hoffnungen und Träumen. Die Reihe wurde für die ZDFmediathek entwickelt und sprach erfolgreich ein jüngeres Publikum an. Sie ist ein Beispiel für die laufende Formatarbeit, mit der verstärkt die Lebenswelt junger Menschen gespiegelt wird.

Für eine noch jüngere Zielgruppe liefert das funk-Format „TRU DOKU“, das seine mehrheitlich weibliche Zuschauerschaft über Social Media (YouTube, Instagram, TikTok) anspricht, wichtige Impulse. Bei „TRU DOKU“ erfährt das junge Publikum von Schicksalen junger Menschen, denen es gelungen ist, nach Krisen wie Krankheit, Behinderung oder Gewalt ihr Leben wieder zu bewältigen; sei es ein schwerer Verkehrsunfall auf einer Auslandsreise oder eine Vergewaltigung. Mit ihren Geschichten will „TRU DOKU“ anderen Mut machen. Die Filme sprechen Ängste an, vermitteln aber immer auch Zuversicht. Das Format legt großen Wert auf eine

© Zweites Deutsches Fernsehen

zeitgemäße visuelle Darstellung und eine altersgerechte Ansprache.

Das Leben in seinen unterschiedlichen Facetten steht auch im Mittelpunkt der Reportagen und Social-Media-Aktivitäten von „37°“. 2023 wurde begleitend zum Spielfilm „Dreamland“ über Opiummissbrauch in den USA eine „37°“-Reportage über Schmerzmittelmissbrauch in Deutschland angeboten. Die „37°“-Redaktion baut vorhandene Ausspielwege weiter aus. Dort sollen in Zukunft vermehrt Inhalte mit dem Ziel gepostet werden, vor allem jungen Menschen Orientierung in Lebensfragen zu bieten. Dies ist ein Beitrag zur Medienkompetenz und Grundwertevermittlung, der dafür sorgen soll, ins Gespräch zu kommen und den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu fördern. „37°“ ist Teil des Projekts „Public Spaces Incubator“, bei dem innovative Bausteine für offene und respektvoll geführte Online-Diskussionen entwickelt werden sollen.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Wissen

„Terra X“ erreicht mit bildstarken Reihen wie „Unser grüner Planet“, „Sieben Kontinente“ oder „Die Arktis – 66,5 Grad Nord“ ein überdurchschnittlich junges Publikum und hat sich schon früh zu einer reichweitenstarken Digitalmarke entwickelt. Dazu gehört auch das Mediatheksangebot „Terra X plus Schule“, das zum Lernen geeignete Filme und Videos bündelt. Im Fokus stehen neben der ZDFmediathek relevante Plattformen sowie Wikipedia. Das Bildungs- und Informationsangebot deckt (Zeit-) Geschichte, Geowissenschaften, Natur- und Umwelt bis hin zu Astrophysik und Psychologie ab. „Terra X“ wird in den Programmjahren 2024, 2025 und 2026 wieder bildstarke Highlights präsentieren. Die Reihen „Mammals“ (Arbeitstitel (AT)), „Asia“ (AT) und „Walking with Dinosaurs“ (AT) versprechen Hochglanzproduktionen aus der Tierwelt und Paläontologie. Darüber hinaus sind Weiterentwicklungen der Sendereihen mit den Hosts Mai Thi Nguyen-Kim und Mirko Drotschmann geplant, die Programme aus der Natur- und Geschichtswissenschaft präsentieren. Mit dem Zweiteiler „Die Anden“ entführt „Terra X“ in eine Sehnsuchtsregion der Erde und berichtet von deren geologischem Werdegang und den Schönheiten der dortigen Natur.

2024 werden wissenschaftliche Fragen, die den gesellschaftlichen Diskurs bestimmen, verstärkt auch im Format „Leschs Kosmos“ behandelt, das in „Terra X – Harald Lesch“ umbenannt wird. Der Zuschauer soll „Wissenschaft zum Mitreden“ erleben, um sich in Diskussionen einbringen zu können. Begleitend wird das Mediatheks- und YouTube Format „Terra X Lesch und Co“ die Themen vertiefen. Die komplexe Weltlage macht es Jüngeren im Netz zunehmend schwer, Ereignisse einzuordnen. Gerade für diese Zielgruppen bietet der YouTube Kanal „MrWissen2Go“ eine solide, schnelle und objektive Einordnung der Geschehnisse. Im Oktober 2023 hat Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier die beiden Moderatoren Harald Lesch und Mirko Drotschmann mit dem Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet. Beide wurden für ihren herausragenden Einsatz für mehr Bildungsgerechtigkeit und moderne Wissensvermittlung geehrt.

Mit der Wissenschafts-Show „Maithink X“ bereichert Dr. Mai Thi Nguyen-Kim gesellschaftliche Debatten um eine wissenschaftliche Perspektive, was 2024 mit zwei neuen Staffeln bei ZDFneo fortgesetzt wird. Mit der Neuausrichtung von „Terra Xplore“ erweiterte „Terra X“ 2023 auf allen Plattformen sein Spektrum um die sogenannten „Social and Human Sciences“, also Wissenschaften wie Psychologie, Soziologie und Neurobiologie. Mit diesem Fokus bietet „Terra Xplore“ besonders jungen Menschen, die sich selbst und ihre Umwelt besser verstehen wollen, Erklärungen und Orientierung. Der Psychologe Dr. Leon Windscheid und die Biologin Jasmina Neudecker als neue Gesichter machen Wissenschaft erlebbar.

Geschichte und Zeitgeschichte

Auch zeitgeschichtliche Hochglanz-Dokumentationen haben ihren Primetimeplatz am Abend, wie die Reihe „Zeit der Frauen – Deutschlands Frauen-Power“, die auf den Wandel des Frauenbildes in Deutschland blickte oder der Dreiteiler „Ein Tag in der DDR“. Der Dreiteiler „Hitlers Macht“ stellte die Frage, wie ein

© Zweites Deutsches Fernsehen

„Niemand“ binnen weniger Jahre eine solche Machtfülle erlangen konnte und wurde für die non-linearen Ausspielwege ergänzt durch „Mr. Wissen2Go“ – u. a. mit der Frage, ob und wie Hitler Social Media genutzt hätte. Zum 70. Jahrestag des Volksaufstands in der DDR 1953 würdigte eine 90-minütige Dokumentation „Kampf um die Freiheit – Fünf Anläufe zur Demokratie“ historische Wendepunkte auf dem Weg zur Demokratie in Deutschland. Presenter Mirko Drotschmann fragte darin auch nach der Bedeutung der demokratischen Errungenschaften der Geschichte für die heutigen Generationen. Schlüsselmomente waren zudem der Umsturz vom Kaiserreich zur Weimarer Republik 1918/19, das Ringen um das Grundgesetz 1949 und die friedliche Revolution von 1989. 2024 jährt sich zum 75. Mal die Gründung der beiden deutschen Staaten: Die Sendung „75 Jahre Deutschland: Der große Test“ mit Mirko Drotschmann soll Erinnerungen und das Wissen über deutsche Geschichte unterhaltsam und originell präsentieren und eine Brücke von der Vergangenheit zur Gegenwart schlagen. Im Mittelpunkt des Programmangebots zum Jahrestag der DDR-Gründung stehen unter dem Titel „75 Jahre Deutschland: Unsere gemeinsame Geschichte“ deutsch-deutsche Biografien. „Wendekinder“ ist ein Mediatheksprojekt ebenfalls im Rahmen des 75. Jubiläums der deutschen Staatengründung. Die Reihe erzählt die Geschichte Deutschlands aus heutiger Perspektive. Den Erfahrungen der nach 1989 geborenen „Wendekinder“ soll Gehör geschenkt werden.

Die Redaktion Zeitgeschichte hat das Gedenken an die Novemberpogrome 1938 immer wieder zum Anlass genommen, den Holocaust in seiner Genese, bewegende Opferschicksale und Täterprofile in Fernsehdokumentationen vor Augen zu führen. Zur 85. Wiederkehr dieses Datums fiel die Entscheidung für ein vielbeachtetes 90-minütiges Dokudrama zur Geschichte der Holocaust-Überlebenden Margot Friedländer, die noch mit ihren 101 Jahren voller Leidenschaft und Überzeugungskraft eine wichtige „Mission“ verfolgt: Margot Friedländer will möglichst vielen jungen Menschen heute das furchtbare Geschehen vermitteln – gegen das Vergessen, für das Erinnern, sich engagieren für mehr Menschlichkeit, gegen Extremismus, Antisemitismus und Gewalt. ZDFinfo setzte zum Holocaust-Gedenktag am 27. Januar eine lange Themenstrecke zum Holocaust. „Warum Judenhass?“ analysierte den Antisemitismus in Deutschland; im Anschluss daran thematisierte „Verbotene Liebe – Queere Opfer der NS-Diktatur“ die dramatische Situation von Homosexuellen und Transpersonen in Nazi-Deutschland.

Das Dokudrama „Die Bilderkriegerin“ widmete sich dem Leben und Wirken der Kriegsreporterin Anja Niedringhaus, die in Afghanistan ermordet wurde. Begleitend zur Fußball-EM in Deutschland 2024 wird die Doku „Deutschlands Doppelsieg“ an den WM-Sieg 1974 erinnern.

2025 werden wichtige Projekte zum 80. Jahrestag des Kriegsendes realisiert. Neben Dokumentationen zur Befreiung der Konzentrationslager, zum Ende der NS-Diktatur, zu Flucht und Vertreibung und zur Geschichte der Atombombe fokussiert sich das Filmprojekt „Roadtrip 1945“ auf die Geschichte eines vertriebenen deutschen Juden in britischer Uniform, der als Mitglied einer Spezialeinheit bei Kriegsende in seine Heimat zurückkehrt, um die eigenen Eltern aus dem KZ zu befreien.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Neben der 90-minütigen Fassung für das Hauptprogramm entsteht eine eigene Version für die ZDFmediathek. „ZDF-History“, die wöchentliche Geschichtsreihe im ZDF, wurde im März 2023 Teil der Markenwelt von „Terra X“. Damit wurde das ZDF-Angebot unter dem Label „Terra X“ weiter ausgebaut und gestärkt. Auch der YouTube- und der Instagram-Kanal „MrWissen2go Geschichte“ wurden als „Terra X History“ weiterentwickelt.

Im geschichtlichen und zeitgeschichtlichen Genre stach bei ZDFinfo die Reihe „Tschernobyl – Die Katastrophe“ hervor, die die Explosion des Atomkraftwerks von 1986 geschichtlich aufbereitete und einordnete. Zum Jahrestag des Ausbruchs des Ukraine-Kriegs konnte die internationale Koproduktion „Russlands Kriege“ mit einem analytisch-historischen Blick ebenfalls in der jüngeren Zielgruppe bei ZDFinfo überzeugen. Mit der dreiteiligen ZDFinfo Doku-Reihe „Das Atomzeitalter – Höllenfeuer und Hoffnung“ gelang ein weiterer Erfolg.

Religion

2022 startete die wöchentliche, Mediathek-zentrierte Reihe „37°Leben“, die existenzielle Lebensfragen einer jungen Zielgruppe abbildet und besonders die Themen Religion, Sinnsuche und Ethik in den Blick nimmt. Wissenschaft und Religion kamen 2022 in der neuen Reihe „Lesch sieht Schwartz“ mit dem Naturwissenschaftler Harald Lesch und dem Theologen Thomas Schwartz ins Gespräch. An Feiertagen geben sie Anstöße, über die großen Fragen des Lebens nachzudenken. Auch Dokumentationen spiegeln ausführlich kirchengeschichtliche Fragen: Ostern 2024 wurde das 90-minütige Dokudrama „INRI – Warum musste Jesus Christus sterben?“ gesendet. Der Film rekonstruiert die letzten Tage Jesu. 2025 setzt sich eine Dokumentation mit Papst Pius XII. und seinem Agieren während der Nazizeit auseinander.

Kultur

„Aspekte“ und „Das Literarische Quartett“ gehören zum regelmäßigen kulturellen Repertoire des ZDF. Daneben sind Events wie die Buchmessen, die Berlinale, die Übertragung des „Opus Klassik“ und klassische Konzerte mit Stars wie David Garrett oder Jonas Kaufmann wichtige Highlights im ZDF-Programm. Dokumentationen zu Kulturdebatten und Events wie „Wem gehört der Schatz des Priamos?“, „Mein Leben als Rolling Stone“, „Der Fall Tellkamp“ oder „Einmal Raubkunst und zurück - Restitution im Fadenkreuz der Weltpolitik“ ergänzten in den vergangenen Jahren das Angebot. Der 90-minütige Dokumentarfilm „Diese Sendung ist kein Spiel“ nahm 2023 die Anfänge des erfolgreichen True Crime-Pionierformats „Aktenzeichen xy... ungelöst“ in den Blick. Für ein jüngeres, online-affines Publikum wurden Neuentwicklungen wie „Music Impossible“, „Das Literarische Quartett U21“ und das Angebot „unbubble“ etabliert.

Welche gesellschaftlich relevanten Themen brennen den Userinnen und Usern unter den Nägeln? Was treibt das World Wide Web um?

© Zweites Deutsches Fernsehen

Die preisgekrönte Kabarettistin Sarah Bosetti stellt sich diese Fragen in „Bosetti will reden!“ – bei ZDFkultur in der ZDFmediathek. Für jede Ausgabe recherchiert die Kabarettistin in den Suchmaschinen und Social Media einen gefragten und viel diskutierten Begriff. Im Umfeld der Olympischen Sommerspiele 2024 wird mit „Breaking“ eine Online-Serie über Breakdance als olympische Disziplin platziert werden. Auf dem Instagram-Kanal „Around the word“ werden Sprachphänomene im aktuellen Diskurs unter die Lupe genommen, während der Kanal „Das ist also Kunst“ anschaulich Hintergrundwissen liefert und Verbindungen zwischen Werken unterschiedlicher Epochen und aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen wie „Waren Selbstbildnisse die ersten Selfies?“ herstellt.

Auch 2024 und 2025 zeigt das ZDF hochkarätige klassische Musikevents und attraktive Kulturhighlights. Dazu zählen ein Konzert der Wiener Philharmoniker von der Berliner Waldbühne, die Oper „Freischütz“ von der Seebühne Bregenz sowie ein Konzert des Filmkomponisten Hans Zimmer aus Krakau. Traditionelle Musik-Programme an den Feiertagen werden das „Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker“, das „Silvesterkonzert“ und das „Adventskonzert aus der Dresdner Frauenkirche“ sein. An Heiligabend wird Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier Weihnachten musikalisch einleiten. „ZDFkultur“ möchte den konstruktiven Austausch fördern und Räume für ein Aufeinander-Zugehen schaffen – gerade in Zeiten, in denen der Rückzug ins Private die Distanz zwischen den Menschen vergrößert. „unbubble“ richtet sich insbesondere an jüngere Menschen und lädt zum Kommentieren und Mitreden ein. Der YouTube-Kanal geht seit 2022 der Frage nach, wie sich die Menschen in einer auseinanderdriftenden Gesellschaft wieder miteinander ins Gespräch bringen lassen. „unbubble“ beheimatet mit „13 Fragen“, „unter anderen“ und der Reihe „Sag’s mir“ Formate, die Meinungen, Fakten und Perspektiven zusammenbringen – emotional, unvoreingenommen und experimentell. Das Debattenformat „13 Fragen“ wird in einer Variante „for Kids“ mit kulturellen Themen, die Schülerinnen und Schüler beschäftigen, produziert. Ab 2024 ist zudem eine Zusammenarbeit der „unbubble“-Debattenformate mit „heute.de“ bzw. „ZDFheute live“ geplant, um gesellschaftlich-kulturelle Fragestellungen auch in die jungen Nachrichtenformate zu transportieren.

Show

Unterhaltungssendungen gehören zum gesellschaftlichen Auftrag der öffentlich-rechtlichen Medien. Neben der linearen Performance rückt bei den Formaten auch der non-lineare Erfolg immer stärker in den Fokus. Entsprechend wird die Distribution für Plattformen angepasst; bestehende Formate werden durch neue Sendungen für jüngere Zielgruppen ersetzt, und es wird stets daran gearbeitet, Portfoliolücken zu schließen.

Die beliebte Show „Wetten, dass..?“ lief als großes Event in den vergangenen Jahren einmal pro Jahr sehr erfolgreich. Mit Reichweiten von jeweils über zehn Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von über 50 Prozent in der jungen Zielgruppe waren diese Sendungen ein großer Erfolg. Die „Die Giovanni Zarella Show“ mit derzeit vier Ausgaben pro Jahr bringt Künstlerinnen und Künstler aus verschiedenen Musikrichtungen auf die Bühne.

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

„Der Quiz-Champion“ wird als klare Quizmarke gestärkt. Das Schmunzel-Quiz „Da kommst du nie drauf!“ wurde 2023 zugunsten von Neuentwicklungen für ein jüngeres Publikum eingestellt. Ein neues Format auf diesem Sendeplatz ist „Lass dich überwachen!“ – eine sehr moderne Variante einer Überraschungsshow, die 2023 erstmals in der Primetime lief und fortgesetzt wird. Fortgeführt wird auch „Die große Terra X-Show“, in der spielerisch Wissen vermittelt und die inhaltlich weiterentwickelt wird.

Das ZDF unterstützt karitative Zwecke mit Spendensendungen, derzeit sind dies „Ein Herz für Kinder“, „Quiz-Champion“-Sonderausgaben für die Krebshilfe und die Musikshow „Die schönsten Weihnachts-Hits“. Der „ZDF-Fernsehgarten“ ist neben seinen regulären Ausgaben aus dem Mainzer Sendezentrum auch für zwei Ausgaben jährlich an ausgewählten Orten in Deutschland „on tour“. 2024 ist er im Rahmen des Tags der Deutschen Einheit zu Gast in Schwerin.

Bei den Comedy- und Satireformaten stechen die beiden „Flaggschiffe“ am Freitagabend, die „heute show“ und das „ZDF Magazin Royale“ besonders hervor. Beide Formate sind publizistisch auffällig und generieren sowohl im Gesamtmarkt als auch im jüngeren Publikum hohe Reichweiten. Sie wurden in den vergangenen Jahren weiter in die Non-Linearität verlängert und haben eigene Onlineangebote ausgebildet. Flankiert werden diese beiden Shows von der klassischer angelegten Kabarettsendung „Die Anstalt“. Fortgesetzt werden 2024 auch die Mediatheks- und YouTube-Formate von „ZDF Comedy Sommer“ und „Einsame Herzen“ mit dem Comedian Fresh Torge, die eine sehr junge Zielgruppe ansprechen, die aktuell nur wenig Kontakt zum ZDF hat. Grundsätzlich ist das Genre der Comedy-Formate sehr gut für eine junge Zielgruppenansprache geeignet, weshalb in diesem Bereich verstärkt Formatideen entwickelt werden.

Bei ZDFneo gelang mit „Neo Ragazzi“ die Etablierung eines Nachfolgeformats von „Studio Schmitt“. Tommi Schmitt und Sophie Passmann sprechen mit Gästen aus der Popkultur über aktuelle Themen, die junge Menschen beschäftigen. Um weiter junge Zielgruppen zu erreichen, ergänzt ZDFneo 2024 sein Repertoire an Unterhaltungsprogramm durch eine Late-Night- und eine Personality-Show.

Zu einem starken ZDF-Profil tragen auch die Factual Entertainment-Formate bei, die sowohl im Gesamtmarkt als auch in der jungen Zielgruppe erfolgreich sind. Mit hoher Folgenzahl und starken Reichweiten laufen die Daily-Formate „Bares für Rares“ und „Die Küchenschlacht“ seit Jahren im Nachmittagsprogramm des ZDF. Diese werden in ähnlichem Umfang fortgesetzt. Über die Programmmarken „Mein Zuhause richtig schön“, „Duell der Gartenprofis“ sowie dessen Erweiterungen „Mein fabelhaftes Ferienhaus“ und „Mein grünes Paradies“ konnte das ZDF weitere Formate erfolgreich am Sonntagnachmittag positionieren. Perspektivisch laufen Versuche, auch neue Strecken am Vorabend zu etablieren. Mit der Genre-Spielart des „Social Factuals“ wurden in den vergangenen Jahren gesellschaftlich relevante Themen auf unterhaltsame Weise vermittelt. Maßstäbe setzte das Programm „Unvergesslich – Unser Chor für Menschen mit Demenz“, das zeitgemäß beleuchtete, welche gesundheitlichen Vorteile das gemeinsame Singen bei an Demenz erkrankten Menschen mit

© Zweites Deutsches Fernsehen

sich bringt. In „Don't stop the Music“ bekamen sozial benachteiligte Kinder zehn Monate lang eine musikalische Grundausbildung und traten als Abschluss des Projekts im Berliner Konzerthaus am Gendarmenmarkt auf. 2023 leistete das ZDF mit dem Tabu-Thema Analphabetismus bei Erwachsenen in dem Format „Buchstäblich leben“ einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag. Neue Formate sind in diesem Segment geplant.

In seiner namensgebenden Talkshow widmet sich Markus Lanz an drei Abenden in der Woche mit Gästen aktuellen politischen Themen und gesellschaftlichen Fragen. Die Sendung hat sich in den vergangenen Jahren vor allem durch die Coronakrise und den Ukrainekrieg zu einer Polit-Talkshow von hoher Reputation entwickelt. Ergänzt wird der Talk durch zwei jährliche Dokumentationen von Markus Lanz, für die er z. B. Moldawien, die Ukraine oder die USA besuchte.

Eine besondere Auffälligkeit stellt 2024 die Animationssendung „Das Grundgesetz der Tiere“ dar, die humorvoll erzählt, wie das Grundgesetz – das bis heute die Grundlage unserer demokratischen Ordnung bildet – 1948 im Museum Koenig Bonn auch entstanden sein könnte: Es stammt offenbar nicht aus der Feder der vier Mütter und 61 Väter der Republik, sondern wurde heimlich von vier Tieren verfasst, die sich vor dem Krieg zwischen den ausgestopften Exponaten versteckt hatten.

Fernsehfilme

Kontroversen und aktuelle Bezüge liefern neben Informationsprogrammen auch die fiktionalen Stoffe im ZDF-Portfolio, die gesellschaftliche Diskurse, politische Themen und technische Entwicklungen aufgreifen und fiktional verhandeln. So bieten Themen wie Künstliche Intelligenz wichtige Diskussionsanreize. Filme über historische Ereignisse leisten einen Beitrag zur Erinnerungskultur. Den vielfach preisgekrönten Film „Die Wannseekonferenz“ setzte das ZDF 2022 anlässlich von 80 Jahren Wannseekonferenz – begleitet von einer Dokumentation, Unterrichtsmaterialien, Hintergrund-Videos und einem virtuellen Rundgang durch „Die Gedenkstätte“. „Honecker und der Pastor“ lief als zeitgeschichtliches Drama über den Sturz von Erich und Margot Honecker und das Ende der DDR ebenfalls mit einer Dokumentation im Anschluss. Der mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnete Film „Die Bürgermeisterin“ machte auf das aktuelle Problem der Einschüchterung engagierter Menschen aufmerksam, indem z. B. Kommunalpolitiker zur Zielscheibe der rechtsextremen Szene werden. Gerade auf kommunaler Ebene trifft die Hetze Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren. In dem Drama „So laut du kannst“ widmete sich das ZDF der #Metoo-Debatte und zeigte, wie groß der Widerstand, eine Vergewaltigung aufzuklären, sein kann. Auch persönliche Schicksale finden Eingang in das fiktionale Portfolio: Der Film „Laufen“ erzählte von dem Mut und der Hoffnung angesichts des lähmenden Verlusts eines Angehörigen durch Suizid, während „Wir haben einen Deal“ das Thema Kindesmissbrauch im Sport fiktional aufarbeitete.

2024 und 2025 werden Themenfilme von gesellschaftlicher Relevanz genau wie Miniserien und Mehrteiler fortgeführt. Wie lässt sich im Falle einer Vergewaltigung über Schuld oder

© Zweites Deutsches Fernsehen

Unschuld urteilen, wenn Aussage gegen Aussage steht? In Form eines spannenden Gerichtsdramas nach Ferdinand von Schirach, inszeniert von Matti Geschonneck, stellt der Film „Sie sagt. Er sagt." diese äußerst komplexen Fragen und fordert das Publikum heraus, über Schuld und Unschuld des Angeklagten zu entscheiden. Im Anschluss an den Film wird eine 30-minütige Dokumentation das Thema weiter vertiefen. Im Thriller „Unsichtbarer Angreifer" geht es um die Frage, wie gefährlich Künstliche Intelligenz ist, indem eine moderne, technikaffine Familie mit immer gravierenderen Zwischenfällen mit ihrer im Haus verbauten KI-Technik konfrontiert wird. Das Krimidrama „Zwischen den Fronten" setzt sich mit dem aktuell virulenten Thema von Polizeieinsätzen unter teilweise äußerst widrigen Bedingungen auseinander. Ein toter Demonstrant, ein schwerverletzter Polizist, eine empörte Öffentlichkeit und alle fragen sich: Wer war verantwortlich für die unerwartete Eskalation dieser Demonstration? Auch Familienthemen werden innovativ weiterentwickelt: „Mein Kind" widmet sich der Leihmutterschaft in der Ukraine und den Herausforderungen während des gerade entfachten Krieges, während sich Eltern in der modernen Familienkomödie „Die Bachmanns – Mädchen gegen Jungs" an ihren pubertierenden Patchwork-Kindern abarbeiten.

Für das Liebhaberpublikum von romantischen Stoffen bietet das ZDF neben den beliebten Klassikern wie die „Inga Lindström"-Reihe neue Entwicklungen wie „Dr. Nice" oder „Nächste Ausfahrt Glück". Weitere Akzente sind die Verfilmung des Buchs von Horst Lichter „Keine Zeit für Arschlöcher" oder der Zweiteiler „Herzstolpern", in dem ein junges Paar mit Trisomie 21 im Mittelpunkt der Geschichte steht. Der Film „Kati – Eine Kür, die bleibt", der 2024 gesendet wird, greift das Comeback von Katharina Witt bei den Olympischen Winterspielen 1994 in Lillehammer auf. Knapp vier Jahre nach der Wiedervereinigung kämpfen Katharina Witt und ihre langjährige Trainerin Jutta Müller nicht nur um sportliche Anerkennung, sondern ringen auch um ihre Identität im neuen Deutschland.

„Das Kleine Fernsehspiel", das regelmäßig bei nationalen und internationalen Filmfestivals Preise gewinnt, engagiert sich erfolgreich für neue Film-Talente, für neue Perspektiven, neue filmische Formen. 2023 feierte das Format sein sechzigjähriges Jubiläum und präsentierte die Reihe „60 Jahre junge Filme" – ein „Best Of" aus sechs Jahrzehnten preisgekrönter deutscher und internationaler Arthouse-Highlights, darunter erste Filme von inzwischen renommierten Filmemacherinnen und Filmemachern wie Tom Tykwers „Die tödliche Maria", „Das Fremde in mir" von Emely Atef, Christian Petzolds „Pilotinnen", „Shahada" von Burhan Qurbani, „Esmas Geheimnis" von Jasmila Žbanić und – als „Young Classics" – Anne Zohra Berracheds „24 Wochen" und Nora Fingscheidts „Systemsprenger".

Mehrteiler und Miniserien

Mit Mehrteilern und Eventserien wie „Der Palast" über eine deutsch-deutsche Familiengeschichte, die 2025 in eine zweite Staffel geht, oder „LIBERAME – Nach dem Sturm" über fünf Hamburger Freunde, die mit einem in Seenot geratenen Boot voller Geflüchteter an ihre Grenzen stoßen, spricht das ZDF jüngeres, an Miniserien gewöhntes Publikum an. Die Thriller-Serie „Der Schwarm" – basierend auf Frank Schätzings gleichnamigem internationalen Bestseller – war

© Zweites Deutsches Fernsehen

das fiktionale Highlight 2023 und ist mit über 32 Millionen Sichtungen die bislang erfolgreichste Serie in der ZDFmediathek. Erzählt wurde vom Kampf der Menschheit gegen eine unbekannte Schwarmintelligenz, die in den Tiefen des Meeres lebt. In kürzester Zeit steht alles menschliche Leben auf dem Spiel. Ausgezeichnet wurde die Miniserie mit dem Deutschen Fernsehpreis 2023. Der erfolgreiche Dreiteiler „Ku'damm 63“ erzählt nach „Ku'damm 56 und 59“ die Geschichte der Familie Schöllack weiter, die sich im Jahr 1963 mit den gesellschaftlichen Zwängen und ihren persönlichen Dramen auseinandersetzen muss. Eine Fortsetzung ist mit „Ku'damm 77“ in Planung.

In der von Orkun Ertener entwickelten Dramaserie „Neuland“, die 2023 mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet wurde, kam Berufssoldatin Karen widerstrebend aus Mali in ihre Heimat zurück, um sich nach dem Verschwinden ihrer Schwester Alexandra um deren Töchter zu kümmern. In der mehrfach preisgekrönten Dramaserie „Gestern waren wir noch Kinder“ (Deutscher Fernsehpreis 2023 in der Kategorie „Bestes Drehbuch“, Emmy Awards 2023 in der Kategorie „Publikumspreis

© Zweites Deutsches Fernsehen

für beliebteste Serie“, Bayerischer Fernsehpreis) ermordet ein Familienvater seine Frau an ihrem 44. Geburtstag. Das Motiv für die Tat gibt Rätsel auf, schien die Familie nach außen doch glücklich zu sein. Diese Serie war in der ZDFmediathek mit über 20 Millionen Abrufen ausgesprochen erfolgreich. Im Zentrum der Dramaserie „Die zweite Welle“ stand die Frage, wie weit Freundschaft gehen darf. Als eine Freundesgruppe an Weihnachten 2004 Urlaub im thailändischen Khao Lak macht, ahnt niemand, welch weitreichende Folgen ihr Aufenthalt haben wird. Der Urlaub endet in der Katastrophe des Tsunamis.

2024 zeigt das ZDF basierend auf dem kanadischen Original „Plan B“, mit „RESET“ eine Serie über die erfolgreiche Moderatorin Flo, deren auf den ersten Blick perfekte Welt grausam auseinanderbricht, als sie ihre Tochter Luna tot in ihrem Zimmer findet. Luna hat Suizid begangen. In ihrer Verzweiflung nimmt Flo das Angebot der Firma Plan B an. Die Agentur bietet Menschen die Reise in die eigene Vergangenheit an, um verpasste Chancen zu nutzen oder falsche Entscheidungen zu revidieren. Die internationale Koproduktion „Concordia“ bietet Anreize, sich mit dem komplexen Thema der kompletten Überwachung der Bürger in sämtlichen Aspekten des Lebens auseinanderzusetzen. Schauplatz ist die Modellstadt „Concordia“ in Schweden, in der die Bewohnerinnen und Bewohner freiwillig durch ein umfassendes Sicherheitssystem überwacht werden. Kameras und Mikrofone zeichnen jeden Moment des alltäglichen Lebens auf. Die gläserne Gesellschaft soll für ein freies, gerechtes und sicheres Zusammenleben sorgen; bis ein Toter gefunden wird.

Spielfilme

Das ZDF setzt auf den Sendeplätzen im „Montagskino“ sowie im Primetime-Programm und an Feiertagen als Anbieter hochwertiger und moderner Kino-Unterhaltung mit Spielfilmen und Spielfilmreihen starke Akzente für ein jüngeres Publikum. Sofern rechtlich möglich, werden diese Spielfilme zum Abruf in der ZDFmediathek bereitgestellt. Auch zu Relevanzthemen gelingt es dem ZDF, attraktive Kinofilme zu erwerben. So lud der Spielfilm „Bombshell – Das Ende des Schweigens“ gefolgt von dem Dokumentarfilm „Unantastbar – Der Fall Harvey Weinstein“ das Publikum dazu ein, sich mit der #Metoo-Debatte zu beschäftigen. In dem Thriller „Dreamland – Tödliche Geschäfte“ konnte man die Schicksale der Opioid-Krise in den USA nachverfolgen, die sich mittlerweile zu einer Art „Pandemie“ entwickelt hat.

Neben anspruchsvollen Stoffen zeigt das ZDF auch populäres, unterhaltsames Kino wie die Blockbuster „Sully“, „Venom“, „James Bond 007 – Spectre“, „Once Upon a Time in … Hollywood“ oder „Bad Boys for Life“. Auch deutsche Kinofilme wie „Der Junge muss an die frische Luft“ und „Narziss und Goldmund“ sind Teil des Spielfilm-Portfolios. Seit 2020 trägt das ZDF dem wachsenden Zuschauerinteresse nach europäischen Stoffen mit einer Sommerreihe Rechnung. Unter dem neuen Slogan „MADE IN EUROPE“ werden europäische Spielfilme gezeigt, die frische Akzente im Sommer setzen. Alle Filme werden auch in der ZDFmediathek zum Abruf bereitgestellt, wie „Official Secrets“, „Bastille Day“, „Steig.Nicht.Aus!“ oder „Countdown in Madrid“. In der Filmreihe „Montagskino – Adrenalin“ sorgen taffe Frauen und Männer in Genres wie z. B. Ökothriller, Actionspektakel

© Zweites Deutsches Fernsehen

und Survivaldrama für den besonderen Nervenkitzel, darunter „Der Killer und sein Bodyguard“, „Jack Reacher“, „Deepwater Horizon“, „Mission Impossible“, „Todesfall Nordsee“, „Angel has Fallen“, „The Revenant – Der Rückkehrer“ und „Terminator: Dark Fate“. Für die kommenden Jahre geplant sind Stoffe wie der Agatha-Christie-Klassiker „Tod auf dem Nil“, das Whitney-Houston-Biopic „I Wanna Dance With Somebody“ oder „Free Guy“ und „Bullet Train“.

Ein Schwerpunkt der fiktionalen Programme liegt auf europäischen und internationalen Serien und Mehrteilern. „In 80 Tagen um die Welt“, „Furia“, „The Perfect Mother“ und „The Chelsea Detective“ sind bereits erfolgreich im ZDF und in der ZDFmediathek zum Einsatz gekommen. Neu in Planung sind „Famous Five“, die Serienadaption des Enid Blyton-Klassikers „Fünf Freunde“ in Koproduktion mit der BBC, „The Cum-Ex-Files“ (AT) als schwarz-humorige Übersetzung des Steuerbetrug-Skandals, „Die drei Musketiere“ als moderne Neuverfilmung des Dumas’ Klassikers sowie neue Action- und Thrillerserien. Vom European Alliance Projekt wird es die spannende Miniserie „The Kollective“ geben, in der es um leidenschaftliche junge Journalistinnen und Journalisten geht.

Junge Serien für ZDFneo und die ZDFmediathek

Mit seinem jungen fiktionalen Portfolio erreichte der Digitalkanal in der ZDFmediathek eine so hohe Nutzung wie nie zuvor. Eines der stark nachgefragten fiktionalen Genres für junge Zielgruppen ist das Drama. Caroline Links erste Fernsehserie „Safe“ handelte von psychischen Erkrankungen von Kindern und Jugendlichen und lieferte berührende Einblicke in die individuellen Schicksale. In „Der Schatten“ wurde der jungen Journalistin Norah vorausgesagt, dass sie bald einen Mann töten wird, wodurch sie in den Sog einer sich selbsterfüllenden Prophezeiung geriet.

ZDFneo setzt 2024 seine Strategie fort, die fiktionale Vielfalt zu steigern und präsentiert mit „Push“ eine Serie, in der drei Hebammen in beruflichen und privaten Herausforderungen einfühlsam begleitet werden. Einen Einblick in eine gänzlich andere Lebenswelt bietet die Serie „We Are Family“ (AT), in der das Publikum in die Berliner Ballroom- und Voguing-Szene eintaucht. „Krank“ spielt in einer Neuköllner Klinik und befasst sich fiktional mit den harten Arbeitsbedingungen in deutschen Krankenhäusern. Einen wichtigen Baustein der Fiction-Strategie stellt auch die Comedy-Offensive dar, aus der in den vergangenen Jahren zahlreiche Formate hervorgegangen sind. In bisher zwei Staffeln trafen in der „Doppelhaushälfte“ (2022 und 2023) zwei sehr unterschiedliche Familien in einem brandenburgischen Doppelhaus aufeinander. Für 2024 ist eine dritte Staffel geplant. Die Serie „Jugend“ ergänzt das Comedy-Portfolio um die Darstellung einer urbanen Gruppe von Freunden. Einen anderen Einblick in die Lebensrealität junger Menschen liefert die Serie „Mamalicious“, in der alternative Lebensmodelle auf liebenswerte Weise dargestellt werden.

Zusätzlich setzt ZDFneo weiter auf das Genre der Instant Fiction. Dieses zeichnet sich durch eine schnelle Produktionsweise aus und kann gesellschaftlich relevante Ereignisse innerhalb kürzester Zeit fiktional darstellen. So begleitete „Freiheit ist das Einzigste, was zählt“ eine spalterische Gruppe junger Menschen, die gewaltvoll die deutsche Regierung stürzen will.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Mit „Aufgestaut“ gelang es, das Potential der Instant Fiction im Hinblick auf das gesellschaftlich brisante Thema des Klima-Aktivismus zu entfalten. Die Serie „Bauchgefühl “ reiht sich in dieses Subgenre ein. Hauptfigur Lena muss sich mit ihrer ungewollten Schwangerschaft auseinandersetzen, was ihr gesamtes Leben verändern wird.

In vergangenen Jahren wurde ZDFneo stetig um weitere fiktionale Genres erweitert, wie beispielsweise im Bereich Mystery. In „Another Monday“ treffen mehrere Menschen in einer Zeitschleife aufeinander und müssen sich ihren tiefsten Ängsten stellen. Mit „Was wir fürchten“ erschloss ZDFneo das Genre Horror und traktierte die umstrittene Thematik der Konversionstherapie. Für 2024 ist die High-End-Serie „Love Sucks“ geplant. Im Zentrum steht die Liebesgeschichte des Vampirs Ben und der Vampirjägerin Zelda, die den Romeo und Julia-Konflikt in die aktuelle Zeit tragen. Für 2024 ist zudem die dritte und letzte Staffel der Drama-Serie „Sløborn“ geplant. Darüber hinaus beteiligt sich ZDFneo an weiteren Koproduktionen, wie der deutsch-ukrainischen Serie „In her car“. Eine ukrainische Psycho-

© Zweites Deutsches Fernsehen

login fährt während des Krieges verschiedene Menschen durchs Land, wodurch dem Publikum Eindrücke des Krieges und dessen Konsequenzen nähergebracht werden.

Kinder- und Jugendprogramm

Nah an der Lebenswirklichkeit der jungen Zielgruppe begleitet die Jugend-Serie „ECHT“ seit 2021 in drei Staffeln authentisch die Alltagsfreuden und -sorgen einer Schulklasse von den Jahrgängen 6 bis 8. Die Inhalte der Serie treffen das Lebensgefühl einer diversen Zielgruppe. Die Geschichten wurden neben der linearen Ausstrahlung auf KiKA in einzelnen Video-Sequenzen auch auf Abruf in der ZDFmediathek und auf YouTube veröffentlicht. Im Frühjahr 2024 startet das Spin-off „ECHT friends“ mit neuem Cast.

Jedes Jahr bietet das ZDF-Kinderprogramm dem jungen Publikum einen Themenfilm, der von ihren Problemen erzählt und Lösungsansätze bietet. 2022 beschäftigte sich „Geheime Schatten“ mit der mentalen Gesundheit von Heranwachsenden, ein Thema von hoher gesellschaftlicher Relevanz in der post-pandemischen Zeit. Von Selbstakzeptanz und Körpergefühl handelte 2023 das Pop-Rap-Musical „Juli tanzt“. Für 2024 ist ein Film zum Thema Kinderarmut geplant. „Was du nicht siehst“ (AT) erzählt die Geschichte von zwei Jungen aus unterschiedlichen sozialen Milieus. Unter dem Titel „Sprengstoff“ (AT) ist auch für 2025 ein Themenfilm geplant. Anlass ist der 80. Jahrestag des 8. Mai 1945, dem Ende des II. Weltkriegs. Die Geschichte spielt in einer deutschen Kleinstadt in der Gegenwart und thematisiert aus Anlass eines Bombenfundes die Grausamkeiten des Krieges. Auch das Zusammentreffen von Einheimischen, Flüchtlingen und Rechtsradikalen verortet die Geschehnisse der Vergangenheit in die Gegenwart. So bietet der Film einen kindgerechten Anlass für historisches Gedenken und einen Blick auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen. Die sechsteilige Serie „Völlig meschugge“ griff schon 2022 das Thema Antisemitismus an Schulen auf. Dabei bringt ein Davidstern eine Clique in ein Geflecht aus Rassismus, Mobbing und Antisemitismus, das mehr als nur ihre Freundschaft gefährdet. Die Serie wurde vom bekannten Kinder- und Jugendbuchautor Andreas Steinhöfel entwickelt.

Die Redaktion der Kindernachrichtensendung „logo!“ geht nach der erfolgreichen Etablierung der „logo!“-Kanäle auf Instagram und YouTube den nächsten Schritt, um neue Zielgruppen zu erreichen. Das Comedy-Nachrichtenformat „un. logo!“ richtet sich seit 2022 auf TikTok an Kinder und Jugendliche von 13 bis 16 Jahren, die nicht aktiv nach einer Nachrichtensendung suchen. Die Journalistin und Comedienne Bianca Olek präsentiert mit einer Vielzahl von Charakteren und Grafikvideos aktuelle Themen zielgruppennah und plattformgerecht. In den kurzen, lustigen und leicht konsumierbaren Videos werden Fakten zur aktuellen Nachrichtenlage altersgerecht verständlich vermittelt. Die Redaktion der Kindernachrichten ist somit auch auf einer Plattform präsent, die verstärkt von Teenagern genutzt wird. Für das Jahr 2024 wird das YouTube-Format „13 Fragen“ für die „logo!“- Zielgruppe adaptiert. In dem neuen Crossover-Format geht es um Streitkultur und Kompromissfähigkeit. Auf einem Spielfeld tauschen Schülerinnen und Schüler vor Ort in ihrer Schule unterschiedliche Meinungen und Standpunkte aus.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Auf dem „Dein Song“-TikTok-Kanal gibt es seit Januar 2023 aufwändig gestaltete Inhalte für alle, die Musik lieben, machen und hören: Mit innovativen Clips, die spannende und lehrreiche Geschichten rund um die „Dein Song“-Familie erzählen, sind die Fans nah am Wettbewerb und dem Geschehen hinter den Kulissen. Die Nutzenden können mit der „Dein Song“-Community in Kontakt treten sowie Lob und Kritik anbringen. Im Frühjahr 2023 startete das Wissensmagazin „PUR+“ einen eigenen YouTube-Kanal und den Podcast „Wissendrin mit Eric“. Seit 15 Jahren geht Eric Mayer in Experimenten, Challenges und Selbstversuchen immer wieder an seine Grenzen. Im Podcast holt er junge Menschen in ihrer Lebenswelt ab und entführt sie dahin, wo es etwas zu erleben gibt.

Das neue Format „Tanoshii – Das Anime- und MangaVerse“ bietet interessante Themen rund um Anime und Manga. Seit 2024 präsentieren drei Hosts auf TikTok und YouTube Unterhaltendes und Informatives rund um „One Piece“, „Pokémon“ und „Dragon Ball“ für Anime- und Manga-Fans ab zwölf Jahren. Ab März moderiert Nino Kerl aka ninotaku die ergänzenden Battle-Shows auch bei KiKA und in der ZDFmediathek. Ein Spin-off der erfolgreichen Serie „Find me in Paris“ führt die Zuschauerinnen und Zuschauer erneut in die Welt von Tanz und Magie. Die Fantasy-Dramaserie „Spellbound – Verzaubert in Paris“ spielt an der Ballettschule der Pariser Oper. Im Mittelpunkt steht die 15-jährige Afro-Amerikanerin Cece Parker-Jones, die nicht ahnt, dass sie sich dort vor einem geheimen Bund von Magiern verstecken muss. Eine Fortsetzung ist für Winter 2024 angedacht.

Die Mystery-Serie „Theodosia“ präsentierte im Dezember 2022 erstmals die Abenteuer der 14-jährigen Theodosia, die Anfang des 20. Jahrhunderts mit ihrer Familie im „Museum für seltsame Artefakte“ in London lebt. Die Serie mit diverser Besetzung richtet sich an Preteens. Eine zweite Staffel ist für Ende 2024 geplant. Für 2025 ist eine Buchadaption als Serie für Jugendliche geplant. Die europäische Koproduktion „Alea Aquarius“ erzählt die magische Geschichte der Meermenschen, von ihrem Kampf gegen die Zerstörung der Ozeane und einer wunderbaren Freundschaft. Ein Klassiker, mit dem schon die Elterngeneration aufgewachsen ist, sind die Geschichten rund um Frau Siebenstein, Rabe Rudi und Koffer. Im Herbst 2022 wurde die Welt des Raben Rudi um zwei Vorschul-Formate erweitert: In der Puppen-Sitcom „Rudis Rasselbande“ erlebt Rudi mit seinen Freunden Abenteuer nah an der Lebenswirklichkeit der Kinder. „Rudis Rabenteuer“ ist das neue Label für Kurzfilme, die schon Bestandteil von „Siebenstein“ waren. Das Original bleibt mit der neuen Siebenstein-Darstellerin Anna Werner Friedmann unter dem Namen „Rudis Siebenstein“ Bestandteil des Portfolios. Alle Formate finden im digitalen Video-Angebot „ZDFchen“ ihren Platz und erweitern das Angebot für Vorschulkinder. Die für 2024 geplante Neuauflage des 70er Jahre-Klassikers „Grisu“ soll bei Eltern Erinnerungen an ihre Kindheit wecken und sie gemeinsam mit ihren Kindern zum Co-Watching einladen. In „Grisu – Der kleine Drache“ möchte eben jener Feuerwehrmann werden. Der Chef der Feuerwache kann Grisu zwar keinen Job als Feuerwehrmann anbieten, er findet aber immer eine andere, spannende Beschäftigung für ihn. Mit Giovanni Zarrella steuert ein prominenter Star den Titelsong zum Remake der Serie bei.

© Zweites Deutsches Fernsehen

arte

4.2. Gemeinschaftsangebote von ARD und ZDF

bereit.

4.2.1. Europäischer Kulturkanal ARTE

Federführende Anstalt: SWR

Sitz: ARTE Deutschland TV GmbH, Baden-Baden

Leitung: Dr. Markus Nievelstein (ARD-Koordination, Geschäftsführer ARTE Deutschland TV GmbH) | Wolfgang Bergmann (ZDF-Koordination, Geschäftsführer ARTE Deutschland TV GmbH)

arte.tv /artede /artede /artede /arte.tv

Der deutsch-französische Sender ARTE besteht aus der zentralen Sendeeinheit ARTE G.E.I.E. in Straßburg und den beiden Mitgliedern ARTE France und ARTE Deutschland. Die Mitglieder produzieren jeweils rund 40 Prozent der von ARTE gesendeten Programme, auf deutscher Seite hälftig von ARD und ZDF. Die restlichen 20 Prozent stellt ARTE G.E.I.E. zum Teil gemeinsam mit kooperierenden Sendern aus Belgien, Österreich, Tschechien, der Schweiz, Finnland, Griechenland, Irland, Italien, Spanien, Litauen, Lettland und dem Film Fund Luxembourg

Vor allem jüngere Menschen nutzen immer öfter Online-Angebote von Arte

Die Reichweitenbilanz im Jahr 2023 war zufriedenstellend. Linear konnte ARTE in Deutschland wie in Frankreich seinen durchschnittlichen Tagesmarktanteil stabilisieren. In Deutschland erreichte ARTE wie im Vorjahr 1,2 Prozent Marktanteil, in Frankreich 2,9 Prozent. Ein markantes Wachstum wurde im Online-Bereich verzeichnet: Mit mehr als zwei Milliarden Videoabrufen im Online-Angebot über alle

© Zweites Deutsches Fernsehen

Plattformen und Verbreitungswege hat ARTE sein Vorjahresergebnis deutlich übertroffen. Das ARTE-Angebot erfreut sich auch in den übrigen europäischen Ländern einer immer größeren Beliebtheit: Rund ein Fünftel aller Abrufe wurde außerhalb von Deutschland und Frankreich erzielt. Die Nutzung des europäischen Angebots wächst vor allem bei den 15- bis 35-Jährigen. Hier verzeichnet das mehrsprachige Angebot einen Anstieg von 20 Prozent.

Ziemlich beste Freunde, Krieg in Europa, Capital B – die Programmhighlights

Das Programmjahr 2023 startete mit einem Jubiläum: Am 22. Januar 1963 unterzeichneten Charles de Gaulle und Konrad Adenauer den Élysée-Vertrag. Der Thementag „Deutschland – Frankreich: Ziemlich beste Freunde“ bilanzierte die letzten 150 Jahre deutsch-französischer Beziehungen.

Aus Anlass des ersten Jahrestages zeigte ARTE im Februar den umfangreichen Programmschwerpunkt „Ukraine, ein Jahr Krieg in Europa“ mit drei Themenabenden. Inhaltlich beschäftigte sich der Schwerpunkt mit den zivilen Opfern des Krieges, den medialen und militärischen Strategien von Selenskyj und Putin sowie der Rolle von Kunst und Kultur in Kriegszeiten. Auch im weiteren Verlauf des Jahres boten zahlreiche Produktionen Hintergrundinformationen zu diesem Krieg.

Rund um den Gedenktag des 8. Mai wurden mehrere Geschichtsproduktionen angeboten, so die vierteilige Dokumentationsreihe „Widerstand – Die Résistance“ und die dreiteilige Dokumentationsreihe „Unter Deutschen – Zwangsarbeit im NS-Staat“. Am 3. Oktober, dem Tag der Deutschen Einheit, erzählte die sechsteilige Dokureihe „Capital B – Wem gehört Berlin“ die Geschichte der Stadt seit dem Mauerfall.

Kaum eine zwischenmenschliche Beziehung ist so komplex wie die von Geschwisterpaaren. Berühmte Geschwister bilden hier keine Ausnahme, und deshalb lieferten sie den perfekten Stoff für den popkulturellen Schwerpunkt „Summer of Brothers & Sisters“.

Der Angriff der Hamas auf israelische Zivilisten und der daraus resultierende Krieg wurden zunächst durch die aktuelle Berichterstattung abgedeckt. Wenige Wochen später ergänzten neuproduzierte Dokumentationen zu den Hintergründen des Konflikts sowie Reportagen, die die Geschehnisse rekonstruierten, das Angebot.

© Zweites Deutsches Fernsehen

phoenix
VON ARD UND ZDF

4.2.2. phoenix

Federführende Anstalt: WDR/ZDF
Sitz: Bonn
Leitung: Eva Lindenau (WDR) | Michaela Kolster (ZDF)

phoenix.de /Phoenix /phoenix_de /phoenix /phoenix_de

Der Ereignis- und Dokumentationssender von ARD und ZDF verfolgt seit mehr als 26 Jahren das Ziel, das „ganze Bild“ zu zeigen. 2022 erreichte phoenix einen durchschnittlichen Marktanteil von 1,0 Prozent, der 2023 aufgrund der SD-Abschaltung leicht auf 0,8 Prozent sank.

phoenix verbreitet seine Inhalte digital über die Mediatheken von ARD und ZDF sowie auf Social-Media-Plattformen. Mit 365.000 Abonnenten auf YouTube und eigenen Formaten auf Instagram will phoenix digital weitere Zielgruppen für politische Themen gewinnen.

Politik in allen Facetten erleben

Das einzigartige Programm von phoenix, mit Live-Ereignissen, Gesprächen und vertiefenden Dokumentationen, bringt einen Mehrwert für die Gesellschaft. Es ermöglicht fundierte Meinungsbildung zu gesellschaftlichen Entwicklungen im In- und Ausland, insbesondere durch Live-Übertragungen aus politischen Institutionen wie dem Bundestag, dem Bundesrat, den Landtagen und dem Europäischen Parlament, aber auch von Parteitagen. So erzielte etwa die Regierungserklärung von Bundeskanzler Olaf Scholz am

© Zweites Deutsches Fernsehen

28. November 2023 zum Europäischen Rat 5,2 Prozent Marktanteil.

Insbesondere bei zentralen politischen Live-Ereignissen suchen und finden die Zuschauerinnen und Zuschauer phoenix, so etwa beim „Wagner"-Aufstand in Russland am 24. Juni 2023. An diesem Tag erzielte phoenix in der Spitze 2,5 Prozent Marktanteil.

Kooperation von ARD und ZDF

Die Zusammenarbeit von ARD und ZDF wird bei phoenix tagtäglich gelebt und zeigt sich in der Einordnung der Ereignisse durch die Reporterinnen und Reporter vor Ort, die Moderatorinnen und Moderatoren im Studio und die Korrespondentinnen und Korrespondenten beider Sendeanstalten.

Gesprächssendungen mit ausgewogenem Geschlechterverhältnis und Expertinnen und Experten aus dem gesamten Meinungsspektrum tragen zum Erkenntnisgewinn bei, so z. B. in der Traditionssendung „Internationaler Frühschoppen", die 2023 ihren 70. Geburtstag feierte.

Vertiefende Dokumentationen liefern Hintergründe und tragen dazu bei, die Welt besser zu verstehen. Junge Talente erhalten mit „dok. talents" eine Plattform für herausragende Dokumentationen, die über die Mediatheken von ARD und ZDF verfügbar sind. Darüber hinaus verfolgt phoenix einen inklusiven Ansatz durch die Übertragung mehrerer Sendungen mit Gebärdendolmetscher.

Transformation im Rahmen des Umzugs

phoenix wird Anfang 2025 in den Schürmann-Bau in Bonn umziehen. Der zunächst für 2024 geplante Umzug musste aufgrund gestiegener Technikkosten und – daraus resultierend – notwendiger weiterer Verhandlungen verschoben werden. Mehrkosten werden durch Umschichtungen im phoenix-Etat gegenfinanziert. Der Umzug ermöglicht eine Modernisierung von Technik und Arbeitsabläufen mit dem Ziel, phoenix für alle Verbreitungswege zukunftsfähig aufzustellen, komplementär zu den Nachrichtenangeboten von ARD und ZDF.

© Zweites Deutsches Fernsehen

4.2.3. 3sat

Federführende Anstalt: ZDF

Sitz: Mainz

Leitung: Natalie Müller-Elmau (Koordinatorin 3sat)

3sat.de /3sat

3sat ist ein von den vier öffentlich-rechtlichen Fernsehsenden im deutschen Sprachraum – ZDF, ORF, SRF und ARD – gemeinsam gestaltetes Programm. Es erzielte im Jahr 2023 einen Marktanteil von 1,4 Prozent.

Vollprogramm mit kulturellem Schwerpunkt

Die Abbildung von Kultur aus dem deutschsprachigen Raum sowie Europa ist und bleibt wichtiges Element bei 3sat. Herausragende Musik-Events unter dem Label „Festspielsommer“ gehören zum klassischen Kulturangebot, darunter Konzerte vom „Rheingau Musikfestival“, „Schleswig-Holstein Musik Festival“, „Klassik am Odeonsplatz“ sowie aus Bregenz und Verona. Zudem unterstützt 3sat aktiv Kultur-Kooperationen wie Buchmessen, die „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“, das Berliner Theatertreffen, das „Fernsehfilmfestival Baden-Baden“, die „Internationalen Filmfestspiele Berlin“, das „Internationale Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm“, die „Duisburger Filmwoche“ und die „Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen“.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Vielfältige Dokumentationen von Wissenschaft bis Culture-Crime

Donnerstags platziert 3sat seinen Wissenschaftsabend „Wissen hoch 2“ mit neuen Dokumentationen und dem Talk mit Moderator Gert Scobel. Für den Samstag produziert 3sat jährlich zahlreiche neue Kulturdokumentationen sowie weitere Hochglanz-Dokus. So gab es in den vergangenen Jahren u. a. eine investigative Culture-Crime-Doku über das dunkle Geschäft mit Stradivari-Geigen, einen Film über den „Schatz des Priamos“ und zum 75. Jahrestag der Israel-Gründung den Film „Tanz aus Israel“. Aktuelle Themen des Zeitgeistes wie „Die Welt der Memes“, „Im Ernst, Babyboomer?“ oder „Die Emojikalypse“ sprachen ein jüngeres Publikum an. Ein Mediathekssschwerpunkt zum „Dokumentarischen Herbst“ komplettierte die Vielfalt des dokumentarischen Angebots. 2024 ergründet 3sat u. a. in „Das Geheimnis der Meister“ die Faszination bedeutender Gemälde.

Angebote für junge Erwachsene

In der Dokumentarfilmreihe „Ab 18!“ präsentiert 3sat seit 2013 Dokumentarfilme, die in die Erlebnis- und Gefühlswelt junger Erwachsener eintauchen – nach zehn Jahren blickt die Redaktion auf fast 60 Filme zurück. 2024 wird die Reihe zum letzten Mal gezeigt. 2025 wird daraus die Reihe „DocuMe“, die von Menschen in Veränderungsprozessen erzählt, von Auf- und Umbrüchen und persönlichen Herausforderungen. Der Kino-Dokumentarfilm „Die Unbeugsamen“ blickte auf die Geschichte der Frauen in der Bonner Republik, die sich ihre Beteiligung an den demokratischen Prozessen in der männerdominierten Politik hart erkämpften. Die Langzeitbeobachtung „28 - Prinzip Hoffnung“ begleitete vier junge Frauen, die mit 14 Jahren Mutter wurden und sich erfolgreich durchgekämpft haben. Im Umfeld des 100. Jubiläums der Staatsgründung der Türkei zeigte 3sat zwei Dokumentarfilme und zum Jubiläum von „Aktenzeichen XY“ die Doku „Diese Sendung ist kein Spiel – Die unheimliche Welt des Eduard Zimmermann“. Geplant sind 2024 „Frei: Der Weg des Rabbi Akiva Weingarten“ (AT) über einen Aussteiger aus der ultraorthodoxen Gemeinde sowie ein Film über betrügerische Geschäftspraktiken des modernen Kunsthandels.

Auf Identitätssuche in den 3sat-Ländern begibt sich der Schriftsteller Wladimir Kaminer regelmäßig in „Kaminer Inside“. So war er auf der Suche nach dem besonderen Klang und traf auf eine Vielfalt musikalischer Bräuche, Traditionen sowie Menschen und machte sich auf einen kulinarischen Roadtrip, um herauszufinden, wie man in Deutschland, Österreich und der Schweiz isst.

Kabarett bleibt Aushängeschild

Kabarett-Programme und das jährliche „3satFestival“ mit Höhepunkten aus Kabarett, Comedy und Musik bleiben Aushängeschild von 3sat. „Till Reiners‘ Happy Hour“ wird als Mixed-Format Anker im 3sat-Programm bleiben und soll jüngeres Publikum ansprechen. Kabarettist Frank-Markus Barwasser lädt das Publikum ein, „Beim Pelzig auf der Bank“ Platz zu nehmen und widmet sich als Pelzig humorvoll und hintersinnig Themen wie Geld, Liebe oder Zukunft. Außerdem

© Zweites Deutsches Fernsehen

plant 3sat in 2024 zum 40-jährigen Bestehen Programm-Highlights mit kabarettistischer Ausrichtung.

Mediathek

Die Mediathek soll eine eindeutigere Zielgruppenansprache bekommen und zum Zugangspunkt für öffentlich-rechtliche Kultur- und Wissenschaftsinhalte werden. Dazu gehört der Ausbau des Pop-Angebots in der 3sat-Mediathek – so wird z. B. die Marke „Pop Around the Clock“ mehr Konzerte zur zeitsouveränen Nutzung bereithalten.

© Zweites Deutsches Fernsehen

4.2.4. KiKA

Federführende Anstalt: MDR

Sitz: Erfurt

Leitung: Dr. Astrid Plenk (Programmgeschäftsführerin)

kika.de | kikaninchen.de /KiKAfuerdich /kika /kikafuerdich | /kikaninchen

KiKA-Player-App | KiKA-Quizz-App | KiKANiNCHEN-App

Mit 15,1 Prozent führte KiKA im Jahr 2022 zum vierten Mal in Folge den linearen Kindermedienmarkt an. Auch 2023 konnte sich der Sender hervorragend behaupten: Im Linearen lieferte sich KiKA wieder ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit Super RTL um die Jahresmarktführerschaft. Monat für Monat nutzt fast jedes zweite Kind in Deutschland (46,8 Prozent) KiKA als bevorzugtes TV-Angebot.

2022 erreichten die KiKA-Digitalplattformen zweistellige Steigerungsraten. Mit mehr als 214 Millionen Videoabrufen steigerte „KiKA Digital“ (kika.de, kikaninchen.de, KiKA-Player, KiKANiNCHEN-App und HbbTV) die Nutzung um 14 Prozent. Auch 2023 überzeugte das Digitalportfolio mit signifikant gestiegenen 20,8 Millionen Video-Abrufen pro Monat.

Höchste Imagewerte bestätigte eine repräsentative Studie von iconkids & youth – 2022 wie auch 2023. 23 Prozent der befragten 6- bis 13-Jährigen nannten KiKA als ihr persönliches Lieblingsmedienangebot. 62 Prozent der

© Zweites Deutsches Fernsehen

6- bis 13-Jährigen finden KiKA „richtig gut“. KiKA liegt damit auf Platz 1, vor Netflix und Super RTL.

Konsolidierung und Transformation

Gerade in Zeiten knapper Finanzen ist es wichtig, die Relevanz eines unabhängigen öffentlich-rechtlichen Kinderangebots gegenüber Beitragszahlenden hervorzuheben. Das hervorragende Image des Kinderkanals von ARD und ZDF ist dafür eine gute Basis. Dennoch muss das KiKA-Netzwerk stets zeitgemäß weiterentwickelt werden und dafür unter anderem in neue Technologien investieren, Strukturen anpassen sowie digitale Tools und Synergien nutzen.

Die neu gestaltete Website kika.de ging 2022 an den Start, der Relaunch des KiKA-Players erfolgte Anfang 2024. Ein Rebrush der KiKA-Elternseiten wurde durchgeführt. Die konzentrierte Content-Ausspielung für PreTeens wird vorangetrieben, auch mit der Entwicklung neuer Angebote, die 2023 an den Start gingen („Ansage!“, „Speeed!“, „f.im.chat“). Zudem hat KiKA in die Mediatheken von ARD und ZDF Einzug gehalten.

Partizipation, Diversität und Nachhaltigkeit

Seit 2022 hat KiKA einen Kinderredaktionsrat, der sich mit Inhalten auseinandersetzt, Redaktionen berät und Vorschläge einbringt. 2022 startete die KiKA-Quiz-App, mit der Kinder ihr Wissen testen können und bei „Die beste Klasse Deutschlands“ (KiKA, ARD) oder dem „Tigerenten Club“ (SWR) hautnah dabei sind. Das Show-Konzept zum „KiKA Award“ (KiKA, ARD, ZDF), der das Engagement von Kindern würdigt, wird neu aufgesetzt und 2024 gelauncht. Zudem bietet KiKA zahlreiche Mitmach-Aktionen und Off-Air-Erlebnisse. Inkludiert in Video und Text oder zugespitzt über Thementage wird Diversität gelebt. Barrierearme Angebote – besonders für die Jüngsten – wurden deutlich vermehrt. Zum Thema Nachhaltigkeit, das die Generation Alpha besonders umtreibt, bietet KiKA Informationen in Wissensangeboten wie „PUR+“ oder „Löwenzahn“ und setzt Akzente mit spezifischen Aktionen. Ökologisch nachhaltiges Produzieren wird ebenfalls umgesetzt: Ende 2023 erhielt „KiKA Baumhaus“ das Label „Green Motion“.

© Zweites Deutsches Fernsehen

4.2.5. funk

Federführende Anstalt: SWR

Sitz: Mainz

Leitung: Philipp Schild (Programmgeschäftsführer) | Kristin Blum (stv. Programmgeschäftsführerin)

funk.net /funk /funk /funk /funk

Die Zielgruppe von funk umfasst mit etwa 14,2 Millionen Menschen rund 16,9 Prozent der deutschen Bevölkerung. Rund ein Drittel der 14- bis 29-Jährigen nutzt Angebote von funk mindestens wöchentlich. Dies verdeutlicht, dass funk als öffentlich-rechtliches Angebot zu einem relevanten Bestandteil der Lebenswelt dieser Zielgruppe geworden ist. Mit seinen rund 60 Formaten schafft es funk, gezielt die Interessen der jungen Generation anzusprechen.

Bekanntheit und Nutzung von funk auf kontinuierlich hohem Niveau

Die für die funk-Zielgruppe repräsentative Bekanntheitsstudie im Auftrag von SWR- und ZDF-Medienforschung aus dem Jahr 2023 zeigt, dass bereits 72 Prozent der funk-Zielgruppe das Angebot genutzt haben. Insgesamt weisen funk und die einzelnen Formate einen hohen Bekanntheitsgrad von 86 Prozent in der Zielgruppe auf. Ein Großteil der 14- bis 29-Jährigen ist sich zudem über die öffentlich-rechtliche Herkunft des Content-Netzwerks bewusst: 60 Prozent derjenigen, die die Dachmarke funk kennen, wissen, dass das Angebot zu ARD und ZDF gehört. Auch die Nutzung von funk-Angeboten auf verschiedenen Plattformen hat sich auf einem hohen Niveau stabilisiert. Auf YouTube generierten funk-Inhalte im Jahr 2023 insgesamt rund 1,18 Milliarden Views, auf Instagram 973,8 Millionen Views und auf Facebook rund 65,1 Millionen Views. Auf Snapchat wurden rund 324.700 Stunden Sehdauer erzielt. Hinzu kommen rund 29,3 Millionen Streams auf Spotify. Auf TikTok konnte 2023 erstmals die Marke von einer Milliarde Views geknackt werden.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Bedürfnis nach verlässlichen Informationen in der jungen Zielgruppe ist hoch

Krisen wie die Corona-Pandemie oder die Kriege in der Ukraine und Nahost haben das Bedürfnis der jungen Zielgruppe nach verlässlichen Informationen und journalistischer Einordnung verstärkt. Die funk-Formate, die Informationen vermitteln und die Zielgruppe dazu anregen, sich zum politischen oder gesellschaftlichen Geschehen eine eigene Meinung zu bilden, spiegeln in besonderem Maße die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags wider und geben Impulse für die fundierte Informationsbasis, auf der gesellschaftliche Debatten geführt werden können. So klärt „Fakecheck“ über Fake News auf TikTok auf. Das 2023 mit dem Grimme-Preis prämierte Format „smypathisch“ fasst die wichtigsten Ereignisse der Woche in humorvollen Rückblicken zusammen. Tiefgründige Recherchen vermitteln der Zielgruppe zudem ein differenziertes Bild auf das Weltgeschehen, z. B. der (2023 ebenfalls mit dem Grimme-Preis ausgezeichnete) Beitrag „STRG_F bei den Taliban: Warum finden Menschen sie gut?“, in dem es gelingt, persönliche und gesellschaftliche Dimensionen zu verschmelzen. Verlässliche Informationen über alles, was in der Welt passiert, bereitet wöchentlich der Podcast „Was die Woche wichtig war“ auf und bietet zusammen mit Experten detaillierte Hintergrundinformationen. Um die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen, sucht funk außerdem immer wieder neue Partner. So arbeitet das Format „Atlas“ mit dem gesamten Korrespondenten-Netzwerk der ARD zusammen. Und auch Produktionspartner außerhalb von ARD und ZDF spielen eine entscheidende Rolle in der Zielgruppenerreichung. So wird z. B. das Finanzformat „Was kostet die Welt?“ gemeinsam mit der FAZ realisiert und die Expertise für HipHop-Kultur der Produktionsfirma BANK fließt in das Format „Hypeculture“ ein.

Stetiger Wandel gehört zur DNA von funk

Zentral für die Strategie von funk ist insbesondere die konsequente Verjüngung, denn das Content-Netzwerk muss einen Generationenwechsel von der Generation Y zu den Generationen Z und alpha begleiten, die in die funk-Zielgruppe hineinwachsen. Bei nahezu gleichbleibendem Budget liegt kontinuierlicher Wandel ohnehin in der DNA von funk, um gleichzeitig bestehende Erfolge abzusichern und neue Felder zu erschließen. Dem tiefgreifenden Generationenumbruch wird funk mit einer konsequenten Neuausrichtung des Portfolios gerecht, allein 2023 wurden 33 Prozent des aktuellen funk-Portfolios gelauncht. Mit der kontinuierlichen Entwicklung von neuen Angeboten geht zudem auch die Weitergabe von Formaten sowie bei funk initial aufgebauten Talenten an andere ARD- und ZDF-Programme einher, womit funk nachhaltig zur Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei jungen Menschen beiträgt.

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

4.3. Programmverbreitung und neue Technologien

Das ZDF überträgt sein Programmangebot über die klassischen Verbreitungswege Satellit, Kabel und Terrestrik. Somit ist sichergestellt, dass jeder Haushalt die Programme der ZDF-Familie mit vertretbarem technischem Aufwand per Satellitenanlage, Kabelanschluss oder Antenne empfangen kann. Zusätzlich zu diesen klassischen Verbreitungswegen stehen über das Internet in der ZDFmediathek die linearen Programmangebote als „24/7-Live-Streams“ sowie die „Video-On-Demand“ (VoD)-Angebote zur Verfügung. Streaming, Hybrid broadcast broadband TV (HbbTV), Internet Protocol Television (IPTV) und Over-the-top (OTT) lauten hier die Schlagworte. Die portable und mobile Nutzung der ZDFmediathek-App unterwegs mit Smartphones und Tablets hat sich neben der stationären Nutzung am großen TV-Bildschirm mittlerweile etabliert. Ziel des ZDF ist die Empfangbarkeit seiner linearen und non-linearen Programmangebote auf allen für die Zuschauerinnen und Zuschauer relevanten Wegen unverschlüsselt und ohne Zusatzkosten.

Für einen barrierefreien Empfang werden zu zahlreichen Sendungen Untertitel angeboten. Eine zusätzliche Tonspur für die Audiodeskription (Hörfilme) steht ebenfalls zur Verfügung. Als neueste Entwicklung hat das ZDF die zusätzliche Tonoption „Klare Sprache“ eingeführt. Mittels eines KI-basierten Echtzeitverfahrens wird die Sprache deutlicher hervorgehoben und damit die Sprachverständlichkeit verbessert. Zunehmend werden Sendungen auch im Mehrkanalton-Standard „Dolby Digital 5.1“ ausgestrahlt. Der Anteil an Sendungen mit Originalton wächst ebenfalls.

Für die VoD-Angebote ist das Thema Barrierefreiheit an einem Ort in der ZDFmediathek gebündelt. Dort stehen zentral Videos mit Untertiteln, Audiodeskription und Gebärdensprache sowie hilfreiche Informationen zum Thema Barrierefreiheit zur Verfügung.[9]

Terrestrik

Laut dem Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten „Video Trends 2023“ nutzten im Jahr 2023 rund 6 Prozent (2,1 Millionen) der TV-Haushalte das digitale Antennenfernsehen DVB-T2 HD an mindestens einem TV-Gerät.[10] Der Anteil der TV-Haushalte, die exklusiv nur DVB-T2 HD empfangen liegt jedoch bei nur rund 3 Prozent (1,2 Millionen).[11]

Der bundesweit einheitliche ZDF-Multiplex beinhaltet das gesamte Programmangebot bestehend aus ZDF HD, ZDFneo HD, ZDFinfo HD, 3sat HD und KiKA HD in Full-HD-Qualität (1920 x 1080). Die beiden Partnerprogramme phoenix und ARTE werden über das DVB-T2 HD-Angebot der ARD verbreitet.

Der Empfang von DVB-T2 HD setzt die Verwendung eines geeigneten Empfangsgeräts inklusive einer entsprechenden Antenne voraus. Das kann entweder eine Set-Top-Box sein oder

9 https://www.zdf.de/barrierefreiheit-im-zdf
10 Vgl. dazu Video Trends 2023, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“
11 https://www.agf.de/bewegtbildforschung/methode/tv

© Zweites Deutsches Fernsehen

aber ein Fernseher mit einem bereits integrierten DVB-T2 HD-Empfangsteil.

Die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme sind nahezu bundesweit, frei und ohne laufende Zusatzkosten empfangbar. Der überwiegende Teil der Programme privater Veranstalter ist im Programmpaket von „freenet TV“ (nach Ablauf einer Gratisphase für derzeit monatlich 7,99 Euro) in den Ballungsgebieten empfangbar.

Satellit und Kabel

Derzeit empfangen 42 Prozent (16,4 Millionen) der deutschen TV-Haushalte ihre Programme über Satellit und 41 Prozent (15,9 Millionen) über Kabel.[12]

Das ZDF-Programmangebot, welches über das ASTRA-Satellitensystem 19,2 Grad Ost und über Kabel sowohl in SD- als auch in HD-Qualität verbreitet wird, beinhaltet mit dem ZDF-Hauptprogramm, ZDFneo und ZDFinfo nicht nur alle Programme der ZDF-Familie, sondern auch die Partnerkanäle 3sat und KiKA.

Entgegen der ursprünglichen Planung, wonach eine Beendigung der SD-Satellitenverbreitung bereits ab Ende 2020 ins Auge gefasst wurde, stellt das ZDF seine Programme den Zuschauerinnen und Zuschauern auch heute noch in SD-Qualität zur Verfügung. Der ursprüngliche Plan erschien aufgrund der Corona-Pandemie ungünstig, zumal auch die Privaten nach wie vor SD-Verbreitungen über Satellit anbieten. Darüber hinaus zeigt ein Studienvergleich zu den HD-/SD-Empfangsverhältnissen in den TV-Haushalten, dass gegenwärtig bis zu 3 Millionen TV-Haushalte den SD-Satellitenempfang nutzen.[13] Darüber hinaus ist ein Teil der SD-Kabelhaushalte noch mittelbar von der SD-Satellitenausstrahlung abhängig, sofern die darüber verbreiteten SD-Programme in die Kabelnetze eingespeist werden. Vor diesem Hintergrund hat sich das ZDF entschieden, die SD-Satellitenverbreitung zunächst weiter aufrecht zu erhalten.

Internet

Mit Mediatheken, Live-Streaming, HbbTV, IPTV und OTT gewinnt das Internet als Übertragungsweg für Bewegtbildinhalte weiter an Bedeutung. Bereits 8 Prozent (3,1 Millionen) der TV-Haushalte empfangen ihre TV-Signale nur noch über das Internet.[14] „Cord-Cutting“ nennt sich dieser Trend, welcher den vollständigen Verzicht auf die Nutzung der klassischen Übertragungswege beschreibt. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine entsprechend leistungsfähige Internetanbindung.

Die steigende Beliebtheit der non-linearen Nutzung spiegelt sich in einem jährlich steigenden Datenvolumen in der Online-Verbreitung wider, welches wiederum zu einer Kostensteigerung führt.

Das Online-Angebot des ZDF ist über das „offene Internet“ und unabhängig von der Art des Internetzugangs (LAN, WLAN, Mobilfunk) verfügbar. Die ZDFmediathek bietet Zugang zu den VoD-Angeboten und zu den Live-Streams der ZDF-

12 Vgl. dazu Video Trends 2023, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR
13 Vgl. dazu ASTRA TV Monitor 2022, herausgegeben von SES Germany GmbH und Video Trends 2023, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“
14 Vgl. dazu Video Trends 2023, herausgegeben von „die medienanstalten – ALM GbR“

© Zweites Deutsches Fernsehen

Programmfamilie. Über die ZDFmediathek-App sind diese auch auf Smartphones und Tablets komfortabel nutzbar. Die Inhalte des ZDF werden als „adaptive Streams“ in verschiedenen, der Bildschirmgröße der Endgeräte sowie der verfügbaren Datenraten des jeweiligen Internetzugangs automatisch angepassten Qualitätsstufen ausgespielt (VoD i.d.R in Full HD (1920 x 1080) und Live-Streaming in HD (1080 x 720)).

Mit HbbTV bedient das ZDF das Zusammengehen von klassischer TV- und Internet-Nutzung. Der HbbTV-Standard ist eine offene Technologie, die es Anbietern von Inhalten ermöglicht, ihre Online-Angebote auch für die Nutzung auf dem TV-Gerät zu entwickeln. Mit Smart-TVs, die über WLAN oder per LAN-Kabel an das Internet angeschlossen werden, können die Zuschauerinnen und Zuschauer sowohl klassisches lineares Fernsehen als auch speziell für den TV-Bildschirm angepasste Online-Inhalte oder die Mediatheken direkt am heimischen TV-Gerät nutzen. Bewährte TV-Dienste wie der Videotext oder die Bild-Untertitelung können mittels HbbTV sowohl erweitert als auch z. B. mit Bildern grafisch aufgewertet werden. Insbesondere zu Großsport-Events werden temporär zusätzlich auch Event-Livestreams, Ergebnis-, Statistik- und Tabellendienste eingerichtet. Aktuell verfügen 71 Prozent (27,6 Millionen) der deutschen TV-Haushalte über mindestens einen internetfähigen Fernseher – rund 83 Prozent dieser Geräte sind auch an das Internet angeschlossen.[15]

IPTV stellt eine weitere Form von Fernsehen über das Internet dar und hat einen Marktanteil von ca. 12 Prozent (4,6 Millionen) der TV-Haushalte.[16] IPTV-Angebote gibt es derzeit von der Deutschen Telekom, Vodafone und 1&1. Nur ein registrierter Nutzerkreis mit einem leistungsfähigen Internetanschluss des IPTV-Anbieters hat durch Zahlung einer Nutzungsgebühr Zugang zu dem TV-Angebot. Für den Empfang auf einem Fernseher wird ein spezielles Empfangsgerät (Set-Top-Box) des IPTV-Anbieters oder auch deren TV-App benötigt.

Eine weitere Form des Angebotes von Live-TV bieten die diversen OTT-Plattformen. Während bei IPTV ein Internet-Service-Provider in die Verbreitung der Inhalte involviert ist und dafür Sorge trägt, dass die Programme über einen ausreichend leistungsfähigen Internetanschluss zur Verfügung stehen, kommen die Bewegtbildinhalte bei OTT direkt – also ohne Service-Provider und damit auch ohne Qualitätsgarantie – über das Internet auf das heimische TV-Gerät. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist die OTT-Plattform „Zattoo“, über die auch die Live-Streams der Programme des ZDF und dessen Partnerprogramme in einem Basispaket in ausreichender Bildqualität frei empfangbar sind. In höherer Bildqualität (HD) und vor allem werbefrei kostet der Zugang ein zusätzliches Entgelt (ab 6,49 Euro pro Monat).

Aktuelle technologische Entwicklungen

Der neue TV-Standard DVB-I (Digital Video Broadcast-Internet) verknüpft das lineare Fernsehen mit dem Internet-Streaming auf eine besonders komfortable Art. Um eine gemeinsame Sicht auf die technischen Funktionen des

15 Vgl. ebenda
16 Vgl. ebenda

© Zweites Deutsches Fernsehen

Standards und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen zu entwickeln, beteiligt sich das ZDF zusammen mit 20 weiteren Partnern am laufenden „DVB-I Pilot Deutschland“ in Vorbereitung einer möglichen Markteinführung.

Ultrahochauflösendes Fernsehen – UHDTV – ist, zumindest auf Seiten der Gerätehersteller, inzwischen Standard für neuere TV-Geräte mit großer Bildschirmdiagonale. UHDTV, das oftmals auch als 4K bezeichnet wird, bietet eine Auflösung von 3840 x 2160 Bildpunkten. Einige Hersteller bieten bereits 8K Panels mit 7.680 x 4.320 Pixeln an.

Der UHDTV-Standard bietet gleich mehrere Elemente von Verbesserungen des Fernsehbildes, wie etwa einen erhöhten Kontrastumfang (High Dynamic Range (HDR)), eine erhöhte Bildwechselfrequenz und somit eine bessere Bewegtbildwiedergabe und auch einen der menschlichen Farbwahrnehmung besser angepassten erweiterten Farbraum (Wide Color Gamut (WCG)). Diese Verbesserungen der Bildqualität sind gegenüber der heutigen HD-Technik deutlich wahrnehmbar und werden dazu führen, dass sich UHDTV vor allem auf dem non-linearen Markt weiter etablieren wird.

Das ZDF stellt ein ausgewähltes Angebot an UHD-Inhalten als VoD für kompatible Smart-TVs und Set-Top-Boxen in der ZDFmediathek bereit, darunter die erfolgreichen Serien „Der Schwarm“ und „Gestern waren wir noch Kinder“. Angeboten wird UHD via HbbTV („Red Button“), auf ZDFmediathek-Versionen der Hersteller-Plattformen und auf Geräten wie z. B. Amazon Fire TV, Google TV und Apple TV.

Eine UHD-Ausstrahlung über lineare Übertragungswege ist nicht in Planung, weder für spezielle Events noch als Regelausstrahlung. Sie würde sowohl im Bereich der technischen Infrastruktur im ZDF als auch im Bereich der Ausstrahlung über die linearen Verbreitungswege zu erheblichen Mehrkosten führen.

Auf dem Gebiet der immersiven Medien wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) war das ZDF technologischer Vorreiter und hat mit einer Vielzahl von Produktionen (z. B. „Terra X“-Dokumentationen, „ZDF-Fernsehgarten“, Sport), die unter www.vr.zdf.de abrufbar sind, schon vor Jahren die Entwicklungen mit vorangetrieben. Jedoch stößt das Thema nur auf eine sehr geringe Akzeptanz und ist weiterhin ein Nischenprodukt, welches es zu beobachten gilt. Ein zukünftiger Erfolg hängt maßgeblich von der weiteren Entwicklung von Displaytechnologie, Übertragungstechnik und Endgeräten ab.

Mit dem neuen und derzeit in der Erprobung befindlichen terrestrischen „5G Broadcast“-Übertragungsstandard können lineare Rundfunkinhalte auch ohne Internetverbindung z. B. direkt auf Smartphones und Tablets übertragen werden. Das ZDF ist u. a. als Mitglied der Europäischen Rundfunkunion (EBU) über die laufenden 5G Broadcast-Pilotprojekte informiert. Inwieweit sich 5G Broadcast angesichts der zu erwartenden hohen Sendernetzkosten sowie der aktuell im Markt nicht verfügbaren Empfangsgeräte (Henne-Ei-Problem) als das mobile Fernsehen der Zukunft überhaupt etablieren kann, bleibt abzuwarten und kritisch zu beobachten.

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

5. Nachhaltigkeit im ZDF: Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung

Das ZDF verfolgt seit 2010 eine eigenständige und zielorientierte Nachhaltigkeitsstrategie. Bereits seit 2016 stützt sich das Reporting im Sinne einer Fortschrittsberichtserstattung systematisch auf den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Diese DNK-Erklärung besteht verpflichtend aus den 20 DNK-Kriterien und einem ausgewählten Set von Leistungsindikatoren. Das ZDF nutzt hier die Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version GRI SRS. Mit seiner in der öffentlich zugänglichen DNK-Datenbank hinterlegten „Entsprechenserklärung“ erfüllt das ZDF alle Vorgaben. Dabei werden in den übergeordneten Feldern „Strategie“, „Prozessmanagement“, „Umwelt“ und „Gesellschaft“ Informationen über die Ziele, Strategien und Aktivitäten in den entsprechenden Bereichen des ZDF vermittelt. Im Sommer 2024 wird die aktualisierte Fassung dieser Entsprechenserklärung wieder beim „Rat für Nachhaltige Entwicklung“ vorgelegt. Weiterhin stellt das ZDF basierend auf der Strategie „Ein ZDF für alle“ sein viele Dimensionen umfassendes Engagement über das Programm hinaus sehr detailliert in den Bereichen „Gesellschaft“, „Branche“ und „Unternehmen“ auf der Unternehmensseite unter www.nachhaltigkeit.zdf.de dar. Auch damit folgt die Nachhaltigkeitsberichterstattung den Triple-Bottom-Line-Prinzipien und ESG-Dimensionen (Environmental, Social, Governance) der Corporate Social Responsibility (CSR), welche die unternehmerische Verantwortung im Dreiklang aus ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten beschreibt. Als wichtigstes Nachhaltigkeitsziel priorisiert das ZDF weiterhin Umwelt- und Ressourcenschonung. Um den ökologischen Herausforderungen zum Schutz der Umwelt glaubhaft nachzukommen, konzentriert das ZDF seine Anstrengungen ganz konkret auf einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen, etwa im Kontext von „Green Production“. Das ZDF orientiert sich dazu bei seinen Produktionen an den „Ökologischen Standards“ der Branche. Langfristig und unter der Prämisse dafür notwendiger Rahmenbedingungen strebt das ZDF Klimaneutralität an. Das ZDF kommt damit der in der Präambel des Medienstaatsvertrages verankerten Verantwortung nach, die Grundsätze der Nachhaltigkeit zu beachten.

Die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF basiert auf einer nachhaltigkeitsbezogenen Umwelt- und Unternehmensanalyse sowie auf der Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen für ein öffentlich-rechtliches Medienunternehmen. Sie übersetzt die als relevant erachteten Ziele im Sinne einer mittel- und langfristigen Zielerreichung in konkrete Maßnahmen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass eine auf ökologische, gesellschaftliche und soziale Wirkungen abzielende und zugleich ökonomisch nachvollziehbare und verantwortungsbewusste Unternehmensführung viele zum Teil interdependente Ziele zu berücksichtigen hat.

Organisatorisch ist die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF mit einer Stelle „Nachhaltigkeitskoordination“ in der Intendanz und mit einem direktionsübergreifenden „Nachhaltigkeitsteam“ im Haus verankert. Dessen Aufgabe ist es, Nachhaltigkeitsziele zu entwickeln, eine zweckmäßige Erhebung von Daten und deren Analyse zu initiieren und die Fortschritte und Entwicklungen

© Zweites Deutsches Fernsehen

der Unternehmensführung unter den Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu bewerten sowie neue Impulse zu geben. Der Rechnungshof des Landes Rheinland-Pfalz stellte in seinem Bericht Ende 2019 fest, dass das ZDF seit vielen Jahren die gesamtgesellschaftliche Nachhaltigkeitsaufgabe wahrnimmt und Anregungen aufgreift.

Wie sich das ZDF seinen Nachhaltigkeitszielen nähert, lesen sie im Folgenden in Auszügen. Den vollständigen Bericht zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) finden Sie unter www.nachhaltigkeit.zdf.de.

Sustainable Development Goals und Green Production

Einen Rahmen für die Nachhaltigkeitsstrategie des ZDF setzen die Sustainable Development Goals (SDGs) im Kontext der Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Bereits im Jahr 2017 hat der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung des Deutschen Bundestages in einer öffentlichen Anhörung zum Thema „Nachhaltigkeit in der Medienproduktion“ das ZDF mit Blick auf als relevant erachtete Nachhaltigkeitsziele eingeladen und angehört. Den Fokus bildeten schon damals die Themen faire Arbeitsbedingungen, klimarelevante Ressourcenschonung und Grüne Medienproduktion.

Das ZDF hat sich zudem als Mitglied des Arbeitskreises „Green Shooting“ maßgeblich an der Entwicklung von ökologischen Standards für deutsche Kino-, TV- und Online/VoD-Produktionen beteiligt. Ein breites Bündnis aller relevanten Branchenteilnehmer stellt mit konkreten Maßnahmen seit dem Jahr 2022 einen großen Teil der Inhalte nach detaillierten Vorgaben zu Energieversorgung, Transport, Unterbringung, Verpflegung, Materialien oder Entsorgung klima- und ressourcenschonend her. Die ZDF-Gruppe hat hierbei in der deutschen Film- und Medienbranche eine besondere Verantwortung, die sich aus der Rolle als größter Einzelauftraggeber im deutschen Produzentenmarkt und zugleich aus der Rolle als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen und seinem gesellschaftlichen Auftrag ergibt. In einem ersten Schritt hatte sich das ZDF zum Ziel gesetzt, die Hälfte seiner fiktionalen Auftragsproduktionen nach diesem Maßnahmenkatalog zu produzieren, was erfolgreich umgesetzt werden konnte. Die umweltschonende Herstellung nach den Kriterien der ökologischen Standards ist mittlerweile Bestandteil der Auftragsproduktionsverträge. Die Kriterien sind darüber hinaus auch Maßstab für alle weiteren Eigen- und Auftragsproduktionen des ZDF. So konnte der Anteil der nach den neuen ökologischen Standards produzierten Inhalte in 2023 in allen Genres sukzessive gesteigert werden und soll langfristig die gesamte Programmproduktion umfassen. Die fiktionalen Auftragsproduktionen sind mittlerweile fast allesamt in ihrer Herstellungsweise und Umsetzung nach den ökologischen Standards produziert. Rund 400 Filmproduktionen konnten mit dem Hinweis auf eine klimaschonende Produktionsweise versehen werden, lediglich ein Bruchteil von rund 4 Prozent konnte das geforderte Maß der Kriterien nicht erreichen. Jedoch zeigt die Anzahl an erfolgreich nachhaltig umgesetzten Produktionen, dass der Anstoß zu einem Umdenken in der Filmbranche geführt hat. Die Weichen, dass nachhaltige Filmproduktionen künftig Standard sein werden, sind gestellt.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Details zu den vereinbarten klima- und ressourcenschonenden Produktionsweisen finden sich unter www.green-motion.org.

Beschaffung

Die besondere Verantwortung im Hinblick auf den schonenden und nachhaltigen Einsatz von Ressourcen betrifft insbesondere auch die Beschaffung von Gütern und Leistungen. Das Vergaberecht in der Ober- und in der Unterschwelle ermöglicht es spätestens seit 2016, im Rahmen der Grundsätze einer wirtschaftlichen und sparsamen Beschaffung nachhaltige bzw. soziale und ökologische Aspekte in Vergabeverfahren zu berücksichtigen. Das ZDF macht hiervon in der Praxis bereits heute in seinen Ausschreibungen und Wettbewerben Gebrauch. Um der Bedeutung einer nachhaltigen Beschaffung Rechnung zu tragen, wird dieses Anliegen in der im Februar 2024 in Kraft getretenen Neufassung der Beschaffungsordnung ausdrücklich betont. Parallel zu der Anpassung der Beschaffungsordnung wurde ein Leitfaden zur nachhaltigen Beschaffung erstellt, der die Grundlage für ein praktisches Arbeitspapier bilden soll. Das ZDF stand hierzu unter anderem auch im Austausch mit der Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung beim Bundesministerium des Inneren (BMI). In einem nächsten Schritt erfolgt eine nachhaltigkeitsbezogene Analyse des Beschaffungsprozesses von der Bedarfsstelle bis zur Abwicklung durch die Beschaffungsstelle. Der Fokus liegt dabei auf einer quantitativen Auswertung der Beschaffungsvolumina, um Warengruppen bzw. Leistungen mit hohen Umsätzen zu identifizieren. Hieran anknüpfend werden impact-orientiert diese Warengruppen bzw. Leistungen im Detail daraufhin untersucht, inwieweit Nachhaltigkeitsaspekte bereits in den jeweiligen Vergabeverfahren, Wettbewerben und Beauftragungen berücksichtigt werden und/oder ob noch Verbesserungspotenzial besteht.

Energiemanagement und Energieaudit

Um die Themen Umweltschutz und Energieeffizienz im ZDF noch stärker zu verankern, wurde im Rahmen der Realisierung eines Energiemanagementsystems in den letzten Jahren ein ZDF-eigenes Energieerfassungssystem aufgebaut. Dieses System zur automatischen Erfassung und Auslese der Energieverbräuche liefert auch die (Zahlen-)Basis für das Energieaudit. Zur systematischen Erfassung und späteren Analyse werden an definierten Messpunkten dauerhaft Energieverbräuche gezählt, protokolliert und gespeichert. Eine spezifische Software bietet umfassende Funktionen, um die Verbrauchswerte nach unterschiedlichen Anforderungen zu analysieren und auszuwerten. Es lassen sich so Schwachstellen sowie Auffälligkeiten im Energieverbrauch erkennen und Einsparpotentiale sowie Energiesparmaßnahmen ableiten. In Energieberichten lassen sich die Auswirkungen der Verbesserungen verfolgen und Verbrauchswerte witterungs- und saisonbereinigt gegenüberstellen. Ebenso bietet das System die Möglichkeit zeitraum- und verbrauchsbezogen entsprechende CO2-Belastungen zu errechnen, um so eine Klimabilanz zu erstellen. Aus durchgeführten Energieaudits ergeben sich immer wieder neue Einschätzungen zu Einsparpotentialen und deren Wirtschaftlichkeit.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Ökostrom

Das ZDF bezog im Berichtszeitraum bzw. für die Jahre 2022 bis 2024 100 Prozent Ökostrom am Standort Mainz und für alle Inlandstudios. Hierdurch werden am Standort in Mainz (Sendezentrum 1) jährlich ca. 5.000 t CO2 eingespart. Der Strom stammt aus vom TÜV-Süd-zertifizierten Anlagen für erneuerbare Energien und wird zu 100 Prozent aus Wasserkraft in Skandinavien erzeugt. Das ZDF bestätigt durch diesen Stromlieferungsvertrag sein Ziel, die CO2-Emissionen spürbar zu reduzieren. Zudem erzeugt das ZDF mit Hilfe einer Photovoltaik-Anlage Solarstrom und verringert somit seine CO2-Emmissionen weiter.

LED-Lichttechnik

Glühlichtscheinwerfer werden im Rahmen von Reinvestitionen sukzessive durch moderne LED-Technik ersetzt. Dies reduziert sowohl den Stromverbrauch als auch die Emissionen beim Transport zum Produktionsort, weil z. B. keine schweren Vorschaltgeräte mehr benötigt werden. Auch produzieren die neuen Scheinwerfer deutlich weniger Wärme, wodurch Studios weniger gekühlt werden müssen. Zudem sind die LED-Scheinwerfer universeller einsetzbar als die herkömmlichen Glühlichtscheinwerfer. Dadurch werden insgesamt weniger Scheinwerfer benötigt, die dann wiederum besser ausgelastet werden können. Weitere Vorteile der LED-Scheinwerfer sind u. a. eine höhere Lebensdauer sowie zusätzliche Energieersparnisse bei LED-Videoflächen.

Nachhaltige Mobilität

Dienstreisen haben einen erheblichen Anteil an den indirekten Treibhausgas-Emissionen des ZDF. Ziel ist es daher neben Gründen der Sparsamkeit auch aus Umweltgesichtspunkten, Dienstreisen zu reduzieren. Das Ziel der Emissionsreduktion wird auch durch Eigenproduktionen des ZDF, die nach den ökologischen Standards der ZDF-Nachhaltigkeitsinitiative „Green Production“ durchgeführt werden, unterstützt: Diese Standards sehen beispielsweise einen Verzicht auf innerdeutsche Flugreisen und die grundsätzliche Nutzung der Bahn bei Reisezeiten unter fünf Stunden vor. Außerdem werden Unterkünfte am Produktionsort so ausgewählt, dass der Verkehrsaufwand so gering wie möglich ausfällt und Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrrädern oder zu Fuß möglich sind. Bei der Wahl der Unterkunft werden zudem im reisekostenrechtlich zulässigen Rahmen zertifizierte Einrichtungen berücksichtigt.

Das ZDF setzt sich neben dem Themenfeld „Dienstreisen“ auch für eine nachhaltige Mitarbeitermobilität ein. Nach einem Beschluss der Geschäftsleitung im Sommer 2022 wurde die ivm GmbH – eine Gesellschaft der öffentlichen Hand für das integrierte Verkehrs- und Mobilitätsmanagement in der Region Frankfurt Rhein/Main – mit der Durchführung einer Mobilitätsanalyse für das ZDF beauftragt. Ziel war die Erarbeitung von Lösungen zur dauerhaften Sicherung der Mobilität und für ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten. Die Analysen und die Beratung waren für das ZDF kostenfrei. Beteiligt waren die AG Mobilität (ZDF), die Stadt Mainz und die Mainzer Verkehrsgesellschaft „Mainzer Mobilität“. Grundlage für die Beratung des ZDF waren Analysen in Form eines Standortsteckbriefs, einer Wohnstandortanalyse sowie einer Beschäftigtenbefragung, die

© Zweites Deutsches Fernsehen

im Herbst 2022 umgesetzt wurde. Das Ziel war es, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des ZDF für ihre Wege zu und von ihrem Arbeitsplatz Möglichkeiten ressourcenschonender Mobilität anzubieten und die Arbeitgeberattraktivität des ZDF zu steigern. Die Berücksichtigung der Effekte auf den CO2-Fußabdruck des ZDF war kein expliziter Analysebestandteil, entsprechende Indikatoren werden aber in einem weiteren Schritt – Stichwort Klimabilanz – noch validiert und ausgewertet.

Diversity und Chancengerechtigkeit

Der Anspruch des ZDF ist es, für alle Menschen in Deutschland ein publizistisches Angebot zu machen. Das ZDF hat als nationaler Sender einen Integrationsauftrag – dies beinhaltet sowohl die Abbildung der kulturellen Vielfalt als auch das Beitragen zu einer Kultur des Verstehens in einer pluralistischen Gesellschaft (§ 5 ZDF-Staatsvertrag). Das ZDF verfolgt im Bereich Diversität und Chancengerechtigkeit deshalb das Ziel, einen wertschätzenden, bewussten und respektvollen Umgang mit Individualität und Verschiedenheit zu finden, die reale Vielfalt in der Gesellschaft sichtbar zu machen, dabei aber gleichzeitig auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Ansatzpunkte für Diversity liegen für das ZDF sowohl im Unternehmen als auch im Programm. Ziel ist ein wertschätzender und respektvoller Umgang mit Verschiedenheit und Individualität. Die vielfältigen Merkmale, Erfahrungen und Leistungen von Menschen werden als Potentiale begriffen. Es gilt, Diskriminierungen abzubauen und Chancengleichheit zu fördern. Um dies im Unternehmen sicherzustellen und neue Impulse beispielsweise mit Blick auf den demographischen Wandel zu setzen, hat das ZDF 2024 die Funktion einer oder eines Diversitybeauftragten eingerichtet.

Barrierefreie Programmangebote

Für das ZDF gehören barrierefreie Angebote seit vielen Jahren zum Selbstverständnis. Das ZDF betrachtet es als seine Aufgabe, den Kanon seines Programms aus Information, Kultur, Wissenschaft und Unterhaltung so aufzubereiten, dass Barrieren gar nicht erst empfunden werden. Das Angebot umfasst derzeit Untertitelung (UT), Audiodeskription (AD), Deutsche Gebärdensprache (DGS) und leicht verständliche Sprache (LS).

Engagement für die Gesellschaft und in der Branche

Nachhaltig zu handeln, heißt auch, sozial und gesellschaftlich verantwortungsbewusst zu handeln. Deshalb engagiert sich das ZDF über sein Programm hinaus in vielen Bereichen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Beispielhaft genannt seien hier die „Aktion Mensch“, die „Sterne des Sports“, der „Deutsche Gründerpreis“, der ARD/ZDF Förderpreis „Frauen und Medientechnologie“ und „Schau hin!“, der Medienratgeber für Eltern, die enge Partnerschaft mit der „Deutschen Stiftung Denkmalschutz“ sowie die Medienpartnerschaft mit der „Stiftung Preußischer Kulturbesitz“ und die Mitgliedschaft im „Deutschen Kulturrat“. In den Bereichen Filmförderung und Talentförderung agiert das ZDF als ein wichtiger Partner der deutschen Filmwirtschaft und des Filmnachwuchses – und dies weit über den unmittelbaren Nutzen für das eigene Programm hinaus. Das

© Zweites Deutsches Fernsehen

ZDF unterstützt zudem jedes Jahr eine Vielzahl von karitativen Organisationen mit Spendenaufrufen im Programm, auch z. B. durch regelmäßige Charity-Sendungen.

6. Compliance, Gremienaufsicht und Transparenz

Das ZDF ist sich bewusst, dass es als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt in einer besonderen Verantwortung gegenüber der Allgemeinheit steht. Unabhängigkeit, Integrität und Glaubwürdigkeit gehören daher zu den zentralen Werten des ZDF.

Seit dem 01. Januar 2024 wurde im Medienstaatsvertrag ein einheitlicher Rechtsrahmen für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für Compliance, Gremienaufsicht und Transparenz geschaffen. Das ZDF trägt diesen Vorgaben umfassend Rechnung und überprüft seine bereits langjährig ergriffenen Maßnahmen stetig.

Insbesondere hat das ZDF ein wirksames Compliance Management System eingerichtet, das regelmäßig nach aktuellen Stand fortgeschrieben wird.

Zum 01. März 2024 hat das ZDF zudem einen in Ausübung seiner Tätigkeit unabhängigen Compliance-Beauftragten eingesetzt, der allen Mitarbeitenden als zentraler Ansprechpartner zu Compliance-Themen zur Verfügung steht und Maßnahmen zur Korruptionsprävention wie etwa Schulungen initiieren und durchführen wird. Der Compliance-Beauftragte wird auch die Leitung des seit 2022 eingerichteten Compliance Boards übernehmen, das sich direktionsübergreifend mit der Steuerung von Compliance-Themen befasst.

Das ZDF verfügt über ein umfassendes Regelwerk, das die ordnungsgemäße Aufgabenerfüllung durch alle Mitarbeitenden sicherstellt. Insoweit ist zunächst die Dienstvereinbarung Leitordnung zu nennen, die alle Mitarbeitenden an die Programmgrundsätze des ZDF bindet. Als zentrale Verhaltensvorschrift wurde darüber hinaus ein Mitarbeiterkodex geschaffen, der die wesentlichen Regelungen des ZDF zur Vermeidung von Interessenskonflikten und Korruption (z. B. zum ordnungsgemäßen Umgang mit Zuwendungen, Dienstreisen oder Nebentätigkeiten) transparent zusammenfasst.

Das ZDF hat mit dem unabhängigen Vertrauensanwalt eine externe Ombudsperson für die Entgegennahme von vertraulichen und anonymen

© Zweites Deutsches Fernsehen

Hinweisen bestellt. Beim externen Vertrauensanwalt ist auch die „interne Meldestelle“ des ZDF nach dem Hinweisgeberschutzgesetz eingerichtet.

Seit dem 01. Januar 2024 gelten für alle Rundfunkanstalten einheitliche gesetzliche Vorgaben bezüglich der Gremienaufsicht. Das ZDF erfüllt die betreffenden Vorgaben aus dem Medienstaatsvertrag und dem ZDF-Staatsvertrag.

Fernseh- und Verwaltungsrat sind professionelle und transparente Kontrollorgane des ZDF. Das fachlich nur den Weisungen der Gremienvorsitzenden unterstehende Gremienbüro des ZDF ist mit 12 Stellen angemessen ausgestattet. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen unter anderem über juristisches, betriebswirtschaftliches und journalistisches Fachwissen. Die in den Fernseh- und Verwaltungsrat entsandten Gremienmitglieder bringen z. B. als Vorsitzende oder Geschäftsführende ihrer jeweiligen Organisation sowohl Sachverstand als auch Erfahrung mit interner Kontrolle in die Arbeit der ZDF-Gremien mit ein. Darüber hinaus verfügen die Gremien über ein eigenes unabhängiges Budget für Gutachterinnen und Gutachter sowie Beratung und können so bei Bedarf externe Sachverständige zu ihren Sitzungen hinzuziehen oder mit der Begutachtung bestimmter Themenkomplexe beauftragen.

Der Intendant informiert Fernseh- und Verwaltungsrat regelmäßig, umfassend und schriftlich über Fragen des Programms, der Strategie und der Finanzen. An den Verwaltungsrat, der die Tätigkeit des Intendanten vor allem in Haushaltsfragen überwacht, gehen beispielsweise pro Jahr zwischen 80 und 100 Vorlagen – etwa zu Investitionen, Beschaffungsvorhaben oder anderen Fragen grundsätzlicher Bedeutung. Vertragliche Verpflichtungen, die eine Grenze von 250.000 Euro überschreiten, bedürfen der Zustimmung des Verwaltungsrates Dies gilt auch für die Verträge des Intendanten sowie der Direktorinnen und Direktoren und der außertariflichen Angestellten, die nicht ausschließlich mit künstlerischen Aufgaben betraut sind. Der Verwaltungsrat bestimmt auch die mit der Prüfung von Jahresabschluss und Konzernlagebericht zu beauftragende Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und lädt die Präsidentin oder den Präsidenten des Rechnungshofs Rheinland-Pfalz ein – die oder der sodann im Finanzausschuss des Verwaltungsrats das Ergebnis ihrer oder seiner Prüfung erläutert und dem dann die Stellungnahme der Intendantin oder des Intendanten gegenübergestellt wird. Die Überwachung und Beratung der Intendantin oder des Intendanten in Programmfragen obliegt dem Fernsehrat, dessen Zusammensetzung im ZDF-Staatsvertrag geregelt ist. Dieser vertritt die Interessen der Allgemeinheit gegenüber dem ZDF und besteht aus 60 Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen sowie der Bundesländer und des Bundes. Der Fernsehrat stellt Programmrichtlinien auf, beschäftigt sich intensiv mit den einzelnen Programmbeiträgen oder -fragen, genehmigt aber z. B. auch die vom Verwaltungsrat beschlossenen Haushaltspläne und Jahresabschlüsse und wählt die Intendantin oder den Intendanten. Der Fernsehrat tagt öffentlich – in der Regel auch verbunden mit einem Live-Stream-Angebot – und die wesentlichen Ergebnisse seiner Sitzungen werden im Internet veröffentlicht. Darüber hinaus informiert der Fernsehrat in einem Newsletter vor und nach der Plenumssitzung über seine Arbeit.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Das ZDF kommt auch den im Medienstaatsvertrag und im ZDF-Staatsvertrag enthaltenen Transparenzvorschriften umfassend nach: Bereits seit vielen Jahren stehen auf den Unternehmensseiten des ZDF umfassende Informationen zur Organisationsstruktur, zur Zusammensetzung der Gremien und eingesetzten Ausschüsse sowie den Rechtsgrundlagen des ZDF öffentlich zur Verfügung. Ebenso werden die Bezüge der Geschäftsleitungsmitglieder publiziert. Auch die in Verträgen mit außer- oder übertariflichen Angestellten vereinbarten Vergütungen sind (im Rahmen der Veröffentlichung der wesentlichen Beratungsergebnisse der Sitzungen des Verwaltungsrats) auf den Unternehmensseiten abrufbar.

7. Kooperationen von ARD, ZDF und Deutschlandradio

7.1. Überblick über Kooperationen

Das ZDF arbeitet bereits seit vielen Jahrzehnten, in Einzelfällen zurückreichend bis in die 1960er-Jahre, an vielen Stellen gut und vertrauensvoll mit der ARD und auch mit dem Deutschlandradio zusammen. Kooperationen und gemeinsame Maßnahmen erfolgen über alle Aufgabenbereiche des ZDF hinweg. Mit allen Formen der Zusammenarbeit wird angestrebt, die Effizienz zu verbessern und/oder die Qualität der Leistung zu steigern. Dazu gehören auch die in dem von der Rundfunkkommission der Länder im Jahr 2017 erbetenen Bericht „Auftrag und Strukturoptimierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter“ beschriebenen Maßnahmen, mit denen sich das ZDF verpflichtet hatte, bis zum Ende der Beitragsperiode 2025 bis 2028 insgesamt rund 286 Millionen Euro einzusparen.

Die Zusammenarbeit zwischen den Anstalten ist dabei grundsätzlich dynamisch. Neben den langjährig bewährten Kooperationen gibt es immer wieder auch Anpassungsbedarf. Dies war zuletzt beim gemeinsamen „Mittagsmagazin“ der Fall, das bis zur umgesetzten Kündigung der Kooperation durch den rbb im ZDF-Hauptstadtstudio Berlin produziert wurde. Grenzen der Kooperation werden durch das Kartellrecht gesetzt. Wenngleich der Medienstaatsvertrag Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausdrücklich vorsieht, wurde im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen bisher keine Bereichsausnahme für derartige Zusammenarbeiten normiert.

Nachfolgend werden ausgewählte, derzeit bestehende Kooperationen aus den Bereichen „Programm/Herstellung“, „Infrastruktur/Verwaltung/Service“ sowie „Technik/Produktion“ aufgezeigt.

Zusammenarbeit und Kooperation in Programm und Herstellung

Ein aktuell – auch in der öffentlichen Wahrnehmung – stark in den Fokus gerücktes Beispiel ist das gemeinsame Streaming-Netzwerk von ZDF und ARD. Ziel ist es, für Nutzende einen großen öffentlich-rechtlichen Content-Kosmos und damit ein wirksames Gegengewicht zu amerikanischen Playern zu schaffen. Beide Partner verstehen es als ein entwicklungsoffenes Projekt, auch mit europäischer Perspektive. Aktuell wird das Netzwerk zusätzlich bereits mit Inhalten von ARTE, phoenix, 3sat sowie funk erweitert. Zeitnah sind auch Inhalte von ORF und SRG vorgesehen. Im

© Zweites Deutsches Fernsehen

Mittelpunkt stehen ein optimaler Service für die Nutzenden (Auffindbarkeit und Abrufbarkeit aller Inhalte, unabhängig davon, wo sich die Nutzenden gerade aufhalten) sowie eine enge technologische Zusammenarbeit: von einem offenen Know-how-Transfer bis zum Austausch ganzer technischer Bestandteile und dem Aufbau einer gemeinsamen technologischen Plattform.

Eine schon lange gepflegte und in den vergangenen Jahren weiter ausgebaute Form der Zusammenarbeit zwischen ZDF und ARD ist die enge Kooperation bei Großereignissen – vor allem bei Sport-Großereignissen. Vor allem die Sport-Großereignisse wie Olympische Spiele und Fußball WMs/EMs, aber auch zahlreiche kleinere Sport-Übertragungen (Handball-EMs/WMs, Leichtathletik DMs/EMs/WMs, Ski-Alpin WMs, Nordische Ski-WMs, Biathlon-WMs, Finals) werden als ARD/ZDF-Gemeinschaftsproduktion mit wechselnder Federführung durchgeführt. Das spart Ressourcen in der Planungsphase. In dieser wird die Planungsarbeit (Ausschreibungen, Buchungen beim Host-Broadcaster, Hotelakquise etc.) jeweils für beide Systeme in Abstimmung vom Federführer geleistet. Bei der Durchführung wird das Personal von Produktion, Kamera und Technik und zum Teil auch in redaktionellen Bereichen (Regie, MAZ-Redakteure) gemeinsam genutzt. Eine besondere Rolle fällt hierbei dem National Broadcast Center (NBC) zu, in dem eine für das Großereignis aufgebaute Infrastruktur und die benötigten Mitarbeitenden von allen beteiligten Sendern gemeinsam geplant und genutzt werden. Im NBC werden bei Olympischen Spielen auch die Livestream-Angebote für die Mediatheken von ARD und ZDF synergetisch produziert. Die gemeinsame Sportrechte-Agentur von ARD und ZDF kauft zentral die Übertragungsrechte von Sportveranstaltungen für ARD und ZDF ein und vergibt Sublizenzrechte. Bei der Übertragung von öffentlichen Ereignissen jenseits des Sports (z. B. Gipfel, Staatsbesuche, größere Feierlichkeiten), Wahlen oder Parteitagen findet eine Zusammenarbeit teilweise auch mit privaten Sendern statt, um sie mit einem vertretbaren technischen und personellen Aufwand wirtschaftlich produzieren zu können. Im Rahmen des Kulturangebotes findet eine enge Kooperation bei Messeauftritten, Preisverleihungen und Festivals statt. Auch hierbei werden Ressourcen gemeinsam genutzt und Federführungen abgewechselt. Eine besonders enge Form der programmlichen Kooperation besteht im Bereich der tagesaktuellen Magazinsendungen (Morgenmagazin und Mittagsmagazin), die im wöchentlichen Wechsel von der ARD und dem ZDF gesendet werden. Nicht zuletzt sind die bereits weiter oben beschriebenen gemeinsam betriebenen Partnerkanäle ARTE, phoenix, 3sat, KiKA sowie funk zu nennen.

Zusammenarbeit und Kooperation bei Technik/Produktion

Im Bereich Technik und Produktion gibt es neben den bereits aufgezeigten Beispielen aus dem Bereich der Programmherstellung Zusammenarbeit und Kooperationen auch auf anderen Feldern. Hierzu gehört insbesondere der IT-Bereich. Die Beispiele reichen hier vom Betrieb einer Datensicherungsinfrastruktur für das ZDF durch das Informationsverarbeitungszentrum der ARD über die gemeinsame Bereitstellung von Inhouse-Cloud-Diensten bis zur gemeinsamen Nutzung von Audiofingerprint-Diensten zur automatisierten Musiktitelerkennung und Generierung von Meldungen an die Verwertungs-

© Zweites Deutsches Fernsehen

gesellschaften (GEMA; GVL). Im technisch-produktionellen Bereich gibt es neben der bereits skizzierten, umfangreichen Zusammenarbeit bei Großereignissen auch spezifische Kooperationen im Regelbetrieb. Ein Beispiel hierfür ist die Sendeabwicklung des 3sat-Programms sowie die Codierung von Partnerprogrammen (ARTE, phoenix, 3sat, KiKA) und der drei Programme des Deutschlandradios, die innerhalb der ZDF-DVB-Programmbouquets liegen, die vollständig für alle Partner durch das ZDF erfolgt. Neben fachspezifischen Arbeitskreisen zum Austausch und zur Weiterentwicklung von Know-How findet eine institutionalisierte Form der gemeinsamen technischen Entwicklung und Zusammenarbeit im Rahmen der ARGE Rundfunk-Betriebstechnik (RBT) statt, einer Arbeitsgemeinschaft von zehn Rundfunkanstalten (inkl. ZDF und Deutschlandradio) zur Durchführung von betriebstechnischen Aufgaben auf dem Gebiet der Fernseh-, Hörfunk- und Sendertechnik.

Zusammenarbeit und Kooperation bei Infrastruktur, Verwaltung und Service

Naheliegend und schon lange praktiziert ist auch die Zusammenarbeit und Kooperation zwischen dem ZDF, den ARD-Anstalten und dem Deutschlandradio in den Bereichen Verwaltung, Infrastrukturen und Services. Ein wirtschaftlich bedeutendes Kooperationsfeld aus dem Katalog der Strukturoptimierungsmaßnahmen ist die Zusammenarbeit von ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle im Einkauf. Nach dem „Lead Buyer“-Prinzip werden sämtliche Beschaffungsgegenstände einer Lead Buyer-Kategorie zugeordnet, für die eine einzelne Rundfunkanstalt dann die Zuständigkeit erhält. Der Lead Buyer beschafft bzw. führt ein europaweites Vergabeverfahren für alle Beteiligten durch. Das ZDF beteiligt sich an den Ausschreibungen der Lead Buyer von ARD, Deutschlandradio und DW und schreibt auch selbst als Lead Buyer für andere aus. Hierdurch kann einerseits Aufwand in den einzelnen Rundfunkanstalten gesenkt werden, andererseits können Preisvorteile durch Bündelungseffekte erzielt werden. Im Bereich der Aus- und Fortbildung von Mitarbeitenden arbeiten ZDF, ARD und Deutschlandradio institutionalisiert im Rahmen der von ihnen gemeinsam getragenen ARD.ZDF medienakademie zusammen. Diese bietet für alle Partner ein breites Portfolio zu den Themenblöcken „Programm und Gestaltung“ für die journalistische Aus- und Fortbildung, „Produktion und Technik“ für Mediensysteme, IT und Infrastruktur sowie ein „Überfachliches Angebot“ an. Ein weiterer „Shared Service“ im klassischen Sinne ist der gemeinsame Rundfunkdatenschutzbeauftragte. Dieser überwacht als unabhängige, eigenständige Datenschutzaufsicht die Verarbeitung personenbezogener Daten und die Einhaltung der Betroffenenrechte im ZDF, Deutschlandradio und sieben ARD-Landesrundfunkanstalten sowie ihren Beteiligungsunternehmen. Im Bereich der gemeinsamen Nutzung von Immobilien und Gebäudeinfrastrukturen bzw. -services kooperiert das ZDF mit verschiedenen Landesrundfunkanstalten. So hat das ZDF für eigene Landesstudios Flächen von der ARD angemietet und vermietet seinerseits in anderen Ländern auch Flächen an das Deutschlandradio. Die Baden-Badener Pensionskasse erbringt für die ARD-Landesrundfunkanstalten und das Deutschlandradio ebenso wie für das ZDF

© Zweites Deutsches Fernsehen

Leistungen beim Thema Altersversorgung. Der gemeinsam von ARD, ZDF und Deutschlandradio getragene Beitragsservice übernimmt für diese die komplette Abwicklung des Rundfunkbeitragseinzugs sowie aller vor- und nachgelagerten Prozesse. Im nachfolgenden Kapitel sind zu drei ausgewählten institutionalisierten Kooperationen weitere Fakten dargestellt.

© Zweites Deutsches Fernsehen

BEITRAGSSERVICE

7.2. Ausgewählte Kooperationen von ARD, ZDF und Deutschlandradio

7.2.1. ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice

Federführende Anstalt: ARD, ZDF und Deutschlandradio (Sitzanstalt: WDR)
Sitz: Köln
Leitung: Michael Krüßel

rundfunkbeitrag.de

Der Beitragsservice ist eine Gemeinschaftseinrichtung von ARD, ZDF und Deutschlandradio mit dem Auftrag, den Rundfunkbeitrag einzuziehen. Er schafft mit seiner Arbeit die wichtigste finanzielle Grundlage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Um diese Aufgabe bewältigen zu können, betreibt er ein eigenes Rechenzentrum in Köln. Hier verwaltet er unter Beachtung der höchsten Datenschutzkriterien die Daten der angemeldeten Beitragszahlenden, für deren Wohnungen oder Betriebsstätten ein Beitragskonto angelegt wird. Die Zahl der geführten Beitragskonten lag Ende 2022 bei 45,96 Millionen. Mit rund 932 Mitarbeiterkapazitäten sorgte der Beitragsservice in Köln dafür, dass der Einzug der Rundfunkbeiträge möglichst flächendeckend und damit fair für alle umgesetzt wird. Die eingegangenen Rundfunkbeiträge werden entsprechend den staatsvertraglichen Regeln an die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und Deutschlandradio weitergeleitet. Im Jahr 2022 wurden insgesamt rund 8,57 Milliarden Euro auf die Rundfunkanstalten verteilt. Der Anteil des Aufwands an den Gesamterträgen betrug 2,08 Prozent.

Herausfordernde Zeiten

Nach der Corona-Pandemie hat der Krieg in der Ukraine und der daraufhin einsetzende Zuzug Kriegsgeflüchteter den Zentralen Beitragsservice – ebenso wie die wirtschaftlichen Auswirkungen von Krieg und Zeitenwende – vor einige Herausforderungen gestellt. Um zu verhindern, dass Geflüchtete vom Beitragsservice im Rahmen seiner etablierten und automatisierten Prozesse zur Klärung der Beitragspflicht angeschrieben werden, hat er die Anschriften von Flüchtlingsunterkünften gesperrt. Zudem wurde das fremdsprachige Angebot auf der Internetseite des Beitragsservice um die ukrainische Sprache erweitert.

Welche Folgen der Ukraine-Krieg und seine Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft perspektivisch für Beitragseinzug und Beitragserträge haben werden, lässt sich aufgrund der vielfältigen Einflussfaktoren und Unwägbarkeiten noch nicht bewerten. Zwar stiegen die Beitragserträge im Jahr 2022 infolge der Beitragsanpassung im August 2021 um 1,73 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an, doch auch die Kosten erhöhten sich im Zuge von Inflation sowie Preis- und Tarifsteigerungen nach einem Rückgang im Vorjahr.

Den Beitragsservice zukunftssicher machen

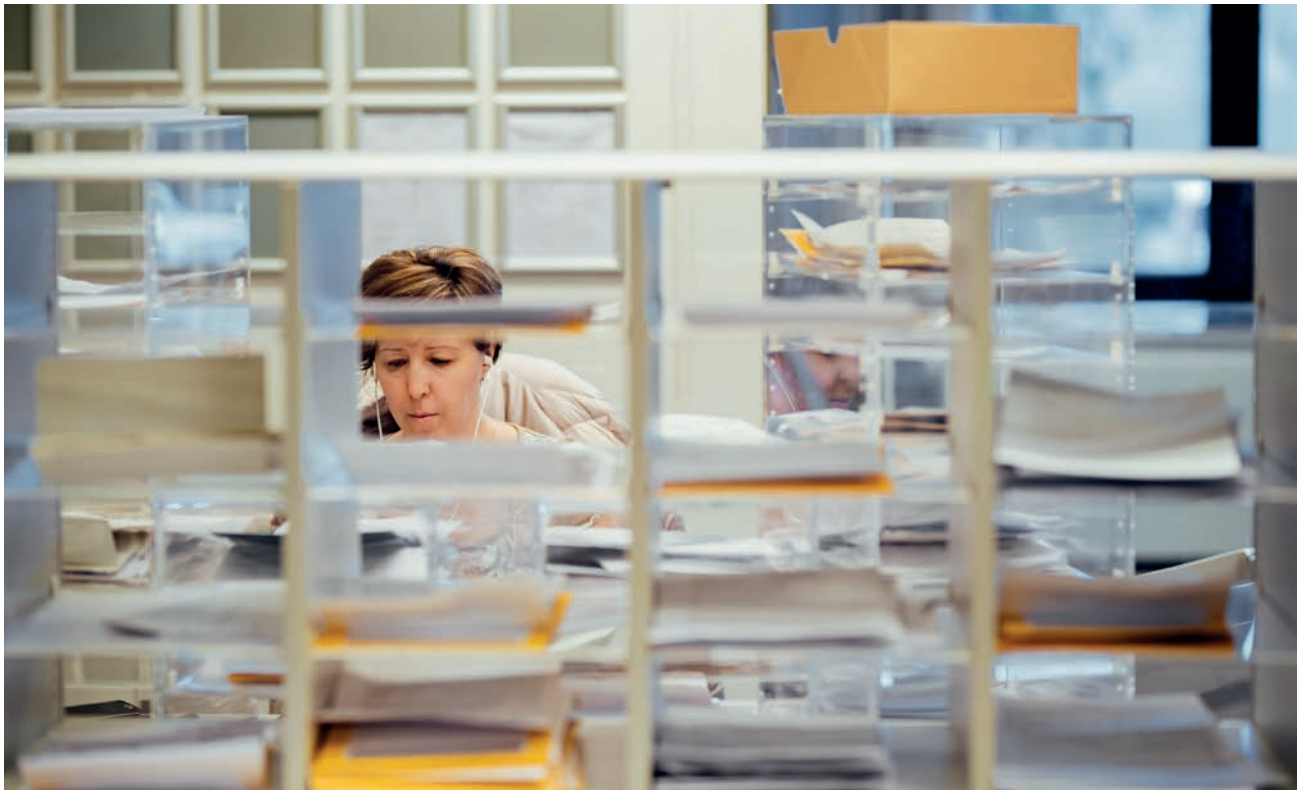
Die dazu notwendigen Maßnahmen hat der Beitragsservice im Zuge eines im Jahr 2020 gestarteten umfassenden Strategieprozesses vorangetrieben. Übergeordnetes Ziel ist es, den Beitragsservice in wirtschaftlicher, technischer, personeller und kultureller Hinsicht zukunftsfest zu machen. In Sachen Automatisierung und Digitalisierung hat der Beitragsservice

© Zweites Deutsches Fernsehen

das elektronische Behördenpostfach zur rein elektronischen Kommunikation mit Gerichten und Gerichtsvollzugsstellen eingeführt. Ein Pilotprojekt des Beitragsservice ermöglicht zudem ausgewählten Beitragszahlenden, die Korrespondenz zum eigenen Beitragskonto nicht mehr analog per Brief, sondern in Form eines Abruflinks direkt ins eigene E-Mail-Postfach zu empfangen. Nach erfolgreichem Abschluss des Pilotprojekts ist geplant, den digitalen Dokumentenservice nach und nach weiteren Beitragszahlenden anzubieten.

Beitragsgerechtigkeit erhalten

Im November 2022 startete der nunmehr dritte bundesweite Meldedatenabgleich mit der Übermittlung ausgewählter Daten zu allen volljährigen Bürgerinnen und Bürgern durch die Einwohnermeldeämter. Der Meldedatenabgleich dient dazu, eine mögliche Erosion bei den angemeldeten Wohnungen zu verhindern. Nach einem Abgleich der Meldedaten mit den eigenen Bestandsdaten ist der Beitragsservice in der Lage, wichtige Informationen zu aktualisieren und herauszufinden, für welche Wohnungen kein Rundfunkbeitrag (mehr) gezahlt wird. Potenzielle Beitragszahlende schreibt der Beitragsservice an, um den Sachverhalt zu klären.



© Zweites Deutsches Fernsehen

7.2.2. SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH

Federführende Anstalt: WDR/ZDF
Sitz: München
Leitung: Marc Freyberger | Daniel von Busse

sporta.de

Die 1995 gegründete SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH (SportA) ist eine gemeinsame Tochtergesellschaft der ARD-Landesrundfunkanstalten (50 Prozent) und des ZDF (50 Prozent).

Die Gesellschaft erwirbt in erster Linie mediale Übertragungsrechte an zahlreichen nationalen und internationalen Sportveranstaltungen zur Verwertung in ARD, ZDF und den Dritten Programmen und liefert damit ihren Gesellschaftern attraktive Programminhalte im Sport-Bereich. Darüber hinaus berät die SportA ARD und ZDF auch bei Rechteerwerben außerhalb der SportA (z. B. über die EBU) und wird aktiv in die Einkaufsverhandlungen einbezogen.

Ferner ist die SportA von ihren Gesellschaftern beauftragt, nicht genutzte Rechte an Sportereignissen und -veranstaltungen an Dritte zur Nutzung anzubieten (Sublizenzierung).

Eine wesentlich über die Beschaffungs- und Sublizenzierungsfunktion für ARD und ZDF hinausgehende unternehmerische Tätigkeit der SportA ist nicht vorgesehen.

Die Zahlen

Bei durchschnittlich 19 Beschäftigten erzielte die SportA in 2022 einen Jahresumsatz in Höhe von rund 138,4 Millionen Euro. Das Geschäft entwickelte sich unter den gegebenen rechtlichen und branchenspezifischen Bedingungen erwartungsgemäß. Die Kosten der SportA werden – soweit sie nicht durch eigene Erträge wie Sublizensierungsprovisionen gedeckt sind – über ein Kostenumlageverfahren durch die Gesellschafter erstattet. Diese Erstattung betrug in 2022 rund 0,3 Millionen Euro und entsprach damit nur 0,2 Prozent des Umsatzvolumens.

Ziel: Wichtige Sportereignisse dürfen nicht nur über Pay-TV/-Plattformen angeboten werden

Der Wettbewerbsdruck ist für die traditionellen Nachfrager nach Sportübertragungsrechten aus dem Pay- und Free-Bereich, insbesondere auch aufgrund der vorhandenen Investitionsbereitschaft der OTT-Plattformen, weiterhin unverändert hoch. Dies gilt vor allem in Bezug auf die langfristige Sicherung von Premiumrechten.

Die SportA GmbH wird – trotz begrenzter finanzieller Mittel – auch weiterhin versuchen, der Tendenz entgegenzuwirken, dass wichtige TV-Sportereignisse live nur noch über Pay- und/oder digitale OTT-Plattformen konsumierbar sind. Sie will sich auch weiterhin als wichtiger Teilnehmer im Sportrechtemarkt positionieren und – vorrangig für ihre Gesellschafter – langfristig Übertragungsrechte an nationalen und internationalen Sportveranstaltungen unterschiedlichster Sportarten sichern, sowie von ARD und ZDF nicht genutzte Rechte national und international aktiv am Markt anbieten.

© Zweites Deutsches Fernsehen

ARD.ZDF medien akademie

7.2.3. ARD.ZDF medienakademie

Federführende Anstalt: BR
Sitz: Nürnberg
Leitung: Dr. Stefan Hanke

ard-zdf-medienakademie.de

/ARDZDFmedienakademie

/ARDZDF_Akademie

Die ARD.ZDF medienakademie ist die zentrale Aus- und Fortbildungseinrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Sie versteht sich als proaktive Anbieterin von Fortbildung und Wissen. Dabei greift sie relevante Trends und zukünftige Themen der digitalen Medienwelt auf und setzt sie in konkreten Angeboten um. Ferner entwickelt sie bedarfs- und passgenaue Weiterbildungsangebote.

Breites Portfolio, digital und in Präsenz

Zu den Aufgaben der Akademie zählen Konzeption, Entwicklung und Durchführung aller Qualifizierungsmaßnahmen wie Seminare in Präsenz und digital, Workshops und Symposien. Der inhaltliche Schwerpunkt des Angebots liegt auf fachlichen programm- und redaktionsbezogenen sowie technikorientierten Seminaren. Hinzu kommen Seminare zur Entwicklung von persönlichen und Führungskompetenzen, digitalen Arbeitsprozessen und New Work. Im Rahmen von Veränderungsprojekten bietet die Medienakademie komplexe, workfloworientierte Fortbildungsmaßnahmen an.

Mehr als 1500 digitale Kurse im CAMPUS

Beim E-Learning ermöglicht die ARD.ZDF Medienakademie Webinare, Web Based Trainings, Videotutorials und Podcasts – unterstützt vom eigenen Lernmanagementsystem „CAMPUS“. Derzeit sind mehr als 1.500 Kurse auf CAMPUS installiert und über 47.000 Userinnen und User mit zusammen über 578.000 Anmeldungen registriert. „CAMPUS“ wird als Shared Service für alle Rundfunkanstalten betrieben. Durch den zentralen Service entstehen Synergien und Kostenvorteile, zum Beispiel beim Einkauf von Lerninhalten und beim Betrieb der Plattform.

Ferner führt die Akademie einen Teil des Berufsschulunterrichts für die Ausbildung zu neuen Medienberufen wie „Mediengestalter/-in Bild und Ton“ durch. Das Leistungsangebot steht dem Markt generell offen, richtet sich also auch an Beschäftigte anderer Unternehmen.

Die Einrichtung verfügt über Trainingszentren in Nürnberg (Hauptsitz) und Hannover. Im Jahr 2022 wurden trotz coronabedingter Einschränkungen zum Jahresanfang 3.355 Fortbildungsseminare mit rund 21.590 Teilnehmenden durchgeführt.

Finanzierung über Seminarerträge

Die Medienakademie finanziert sich fast ausschließlich über Seminarerträge. Mit im Jahresdurchschnitt 55 Angestellten und über 400 freien Trainerinnen und Trainern konnte sie im Geschäftsjahr 2022 Umsatzerlöse von rund

© Zweites Deutsches Fernsehen

13,95 Millionen Euro und sonstige Erträge von rund 1,97 Millionen Euro erwirtschaften. Dem stehen Aufwendungen von rund 15,55 Millionen Euro gegenüber. Unter Einbeziehung des Finanzergebnisses ergibt sich im Jahr 2022 ein Jahresüberschuss in Höhe von 0,37 Millionen Euro.

© Zweites Deutsches Fernsehen

© Zweites Deutsches Fernsehen

8. Ausgewählte ZDF-Beteiligungen

8.1. ZDF Studios GmbH (vormals ZDF Enterprises GmbH)

Sitz: Mainz
Leitung: Karoline Meichsner-Sertl | Dr. Markus Schäfer

zdf-studios.com
/zdfstudios
/zdfstudios
/zdfstudios
/zdfstudios
/zdfstudios

Die ZDF Studios GmbH ist mit der Beschaffung, aber auch Herstellung und Vermittlung von Produktionen bzw. Übertragungsrechten für das ZDF sowie der Verwertung von Produktionen und Übertragungsrechten betraut.

Das Unternehmen agiert im eigenen Namen, indem es sich beispielsweise an ZDF-Produktionen beteiligt und damit die Ausstrahlungsrechte im Ausland erwirbt oder indem es Rechte des ZDF erwirbt und im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verwertet. Das operative Geschäft ist organisatorisch auf die Genres „Drama“, „Unscripted“ und „Junior“ aufgeteilt. Tochtergesellschaften sind auch im Online- und Musikrechtebereich tätig.

Zudem ist die GmbH an Unternehmen beteiligt, die u. a. Kino- und Fernsehfilme, Fernseserien, Kinderprogramme, Dokumentationen und Reportagen sowie Talksendungen und Showproduktionen herstellen. Das ZDF sichert sich dadurch die Unabhängigkeit in der Programmbeschaffung, neben dem Bereich der Eigenproduktionen sowie der Beauftragung von kleinen und mittelständischen Produktionsgesellschaften am Markt.

Über eine Beteiligungsgesellschaft ist ZDF Studios außerdem für das Besucher- und Veranstaltungsmanagement, das Merchandising im Zusammenhang mit Sendungen des ZDF, den privaten Mitschnittservice sowie die Bearbeitung von Zuschaueranfragen verantwortlich.

8.2. ZDF Werbefernsehen GmbH

Sitz: Mainz
Leitung: Hans-Joachim Strauch

zdf-werbefernsehen.de

/zdf-werbefernsehen-gmbh

Die ZDF Werbefernsehen GmbH wickelt im eigenen Namen, aber auf Rechnung des ZDF, das Geschäft mit den Werbe- und Sponsoringkunden ab, seit Anfang 2016 mit einer eigenen Vertriebsorganisation. Für die akquirierten Werbe- und Sponsoringerträge erhält sie eine Provision.

© Zweites Deutsches Fernsehen

8.3. Bavaria Studios Holding GmbH (vormals Bavaria Studios & Production Services GmbH)

Sitz: Grünwald
Leitung: Friedhelm Bixschlag

bavaria-studios.de /bavariastudios

/bavariastudios /bavariastudios

Die als Gemeinschaftsunternehmen mit der Bavaria Film GmbH und der LfA Förderbank Bayern geführte Bavaria Studios Holding GmbH (BSH) ist mit ihren Tochtergesellschaften einer der größten TV- und Film-Produktionsdienstleister Deutschlands. Die BSH nimmt, nach einer zuvor erfolgten Neuordnung der Unternehmensgruppe, Holdingfunktionen wahr und bietet Personaldienstleistungen für ihre Tochterunternehmen an.

Die Unternehmensgruppe der BSH umfasst Tochterunternehmen, deren Geschäftstätigkeit u. a. den Betrieb, die Vermietung, Verwaltung, Wartung und Erneuerung von Fernsehstudios einschließlich ihrer Nebenbetriebe und Postproduktions-Komplexe umfasst. Zudem sind die Unternehmen in den Geschäftsfeldern Studioproduktion, Postproduktion, Rental und Dekorationsbau tätig. Das ZDF nutzt die Dienstleistungen der Gesellschaft u. a. für die Produktion der Serien „Der Alte“ und „Die Rosenheim-Cops“ sowie die Sendungen „Aktenzeichen XY“, „1, 2 oder 3“ sowie Showreihen.

© Zweites Deutsches Fernsehen

Impressum

© Zweites Deutsches Fernsehem, Juni 2024
Verantwortlich: Alexander Stock
Haupabteilung Kommunikation
Layout und Gestaltung: ZDF Marke und Design

Bildnachweis

S1; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Tufan Turan. S2; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Thomas Pirot. S4 & S74; ZBS1; ©Beitragsservice/Daniela Schönewald.S11; ZBS2; ©Beitragsservice/Daniela Schönewald.S16; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Thomas Pirot. S17; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Thomas Pirot.S20; ZDFheute live - allgemein Logo; ©ZDF/ ZDF Marke und Design.S25; Lerchenberg, Außenaufnahmen ab 2016 - Corporate Reportage, ZDF Innenaufnahmen Studios 2023 - ab 2016; ©ZDF/ Thomas Pirot. S27; „sportstudio live winter 2023/2024“ - Moderation im Studio: Katja Streso; ©ZDF/ Ralph Orlowski.S28; planet e.: Die UN-Klimakonferenz - Zwischen Euphorie und Enttäuschung; ©ZDF/ picture alliance / ASSOCIATED PRESS | Nariman El-Mofty. S31; Terra X - Was die Welt am Laufen hält: Kommunikation - Miit Harald Lesch; ©ZDF/ Hans Jakobi. S32; MAITHINK X - Die Show – Populismus; ©ZDF/ Ben Knabe. S37; Wetten, dass..? - Sendung vom 19.11.2022; ©ZDF/Sascha Baumann. S41; Der Palast - Teil 1; ©ZDF/ JULIA TERJUNG. S44; Doppelhaushälfte - Frida - 2. Staffel; ©ZDF/ Jieun Yi. S47; ARTECapitalB_1080x108002; ©ZDF/ kesselskramer. S49; ZDFzoom - Ampel im Ausnahmezustand - Regieren in der Zeitenwende; ©ZDF/ Lars Seefeldt. S51; Till Reiners‘ Happy Hour; ©ZDF/ Hannes Thun. S53; 86652-0-4 ZDF, SFR, Thomas Andenmatten A17 04 2023, Kaminer Inside Wie isst die Schweiz; ©ZDF/3sat. S54; Kikaninchen; ©ZDF/KiKA/Studio.TV.Film GmbH. S57; Fakecheck_Actionshot1_16_9; ©funk von ARD und ZDF. S58; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Thomas Pirot. S63; ZDF - Corporate Pressebilder - ZDF Zentrale Lerchenberg - Mainz; ©ZDF/ Torsten Silz. S69; ZDF Netzwerke; ©ZDF/ ZDF Marke und Design. S76; ZBS; ©Beitragsservice/Daniela Schönewald. S79; ardzdfmedienakademie-03; ©ARD.ZDF medienakademie. S80; Logo des ZDF; ©ZDF/ Sebastian Gollnow.

© Zweites Deutsches Fernsehen