

Tätigkeitsbericht

**zur 05. Sitzung in der XVII. Amtsperiode des Fernsehrates
am 18. Juli 2025 in Mainz**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn Sie in diesen Tagen die Gruppenspiele der mitfavorisierten deutschen Frauen und ihrer Konkurrentinnen bei der Fußball-EM in der Schweiz verfolgen, können Sie sich beim ZDF auf ein bestens vorbereitetes und fachkundiges Team verlassen. Das liegt daran, dass das ZDF von Anfang an in die sportliche Begleitung der DFB-Elf bei großen Turnieren und auch dazwischen investierte, zu einem Zeitpunkt, als andere noch so taten, als sei „Frauenfußball“ eine gänzlich neue Sportart. Unser Engagement bei den Übertragungen der Nations League und von Bundesliga-Spielen sorgt inzwischen bei einem breiten Publikum für große Bekanntheit der besten Spielerinnen Europas, denen Sie nun in allen 31 EM-Begegnungen bis zum Finale live in ARD und ZDF begegnen können. Übrigens auch bei joyn, dem Streamingportal von ProSiebenSat.1 – ein weiteres Zeichen, wie begehrt der Fußball der Frauen inzwischen ist. Für uns ist ohnehin längst klar, dass sportliche Ereignisse wie diese nicht von einer Anstalt allein zu stemmen sind. Dies umso mehr, als mit der parallel stattfindenden FIFA Klub-WM ein Wettbewerb mit doppelt so vielen Spielen entstanden ist, deren Live-Übertragung durch mehrere private Anbieter zum Mega-RechteDeal wurde.

Welchen Einfluss die beschriebene Professionalisierung darauf haben wird, dass Hassreden gegen Kommentatorinnen und Kommentatoren endlich verschwinden, werden wir genau beobachten und Ihnen berichten. Dabei kommen erste Produkte unseres internationalen Projekts „Public Spaces Incubator“, die Sie in einer Fortbildung Anfang Mai ausprobiert haben, zur Unterstützung des Community Managements zum Einsatz.

Und es gibt diesen Sommer einen weiteren Wiedererkennungswert in unserem Angebot: Die meisten von Ihnen kennen einen Teil unseres „Grüne Hölle“ genannten Nachrichtenstudios, in dem u. a. „heute“- und „heute journal“-Sendungen produziert werden, noch als Baustelle von Ihrem Rundgang im vergangenen Sommer. Nun ist die Produktionsfläche, die die beiden Nachrichten-Flaggschiffe abgegeben haben, für den Ad-Hoc-Einsatz im Netz bzw. auf Social Media bereit. Wie Sie auf S. 7 lesen können, sind wir online dadurch schneller sowie sendesicherer und können bei entsprechender Ereignislage auch das lineare Publikum sofort live bedienen – dabei sparen wir wertvolle Ressourcen.

■ Inhalt

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld	3
1.1 Medienpolitik	3
1.2 Medienbranche	5
1.3 Medientechnologie	7
1.4 ZDF-Finanzsituation	8
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme	9
2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	9
2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	15
2.3 Auszeichnungen/ Preise	21

■ Berichtszeitraum: 29.03.2025 – 18.07.2025

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsfeld

1.1 Medienpolitik

Am 04.06.2024 hat die Rundfunkkommission der Länder konkrete Reformvorschläge zum Medienstaatsvertrag (MStV) beschlossen. Mit dem sog. „Digitale Medien-Staatsvertrag (DMStV)“ haben die Länder Maßnahmen erarbeitet, welche die kommunikativen Grundlagen der freiheitlich-demokratischen Gesellschaft in Deutschland nachhaltig absichern sollen. Es handelt sich um den ersten Teil des Gesetzesvorhabens.

| **Digitale Medien-Staatsvertrag (DMStV)**

Gegenstand der Reform sind die erforderlichen Anpassungen des Medienstaatsvertrags (MStV), die sich aus dem Europäischen Medienfreiheitsgesetz (EMFA), der Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung sowie aus der nationalen Zuständigkeit der Landesmedienanstalten als Aufsichtsbehörden für bestimmte Verpflichtungen gemäß der Verordnung über Künstliche Intelligenz ergeben. Mit den vorgelegten Regelungsvorschlägen verfolgen die Länder das Ziel, die Vorgaben des Unionsrechts sowie die fortschreitenden technischen Entwicklungen in der nationalen Medienordnung systemgerecht zu implementieren und regulatorisch abzubilden.

Die Rundfunkkommission der Länder hat den Entwurf im Rahmen eines formellen Anhörungsverfahrens zur öffentlichen Konsultation gestellt. Bis zum 31.07.2025 besteht die Möglichkeit, zu den Reformvorschlägen Stellung zu nehmen.

Die Frist der Länder zur Stellungnahme in dem Verfahren der Verfassungsbeschwerde ist Ende April 2025 abgelaufen. Neben den Ländern wurde u.a. auch die KEF zur Stellungnahme aufgefordert. Die Stellungnahmen der Länder und der KEF wurden dem ZDF vom Bundesverfassungsgericht übermittelt. Uns ist Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben worden. Wann mit einer Entscheidung des Gerichts gerechnet werden kann, bleibt abzuwarten. Die Entscheidung zur ZDF-Verfassungsbeschwerde wird auf der Homepage des Bundesverfassungsgerichts als für dieses Jahr geplant aufgeführt.

| **Stand Verfassungsbeschwerde zum Rundfunkbeitrag**

Wie im [vorangegangenen Tätigkeitsbericht](#) ausgeführt, nutzt die Europäische Union mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) zwei zentrale Gesetze, um einen sicheren und fairen digitalen Raum zu schaffen.

Dazu hat die EU-Kommission unter dem inhaltebezogenen DSA Verfahren gegen verschiedene sehr große Online-Plattformen eingeleitet. Pornografie-Plattformen wie Pornhub und Stripchat etwa stehen wegen fehlender bzw. nicht wirksamer Altersverifikation in der Kritik. TikTok wird vorgeworfen, bei Werbung nicht ausreichend transparent zu sein, was mögliche ausländische Einflussnahme auf Wahlkämpfe begünstigen könnte.

Der DMA zielt darauf ab, die Marktmacht großer Plattformen zu begrenzen. In diesem Zusammenhang wurden Apple (500 Mio. €) und Meta (200 Mio. €) bereits mit Bußgeldern belegt. Apple soll den Zugang zu alternativen App-Stores behindert haben, während Meta mit seinem „Pay-or-Consent“-Modell gegen Datenschutzprinzipien verstößen haben soll.

Diese Maßnahmen zeigen, dass die EU beginnt, die digitalen Grundrechte der Verbraucher zu schützen und faire Wettbewerbsbedingungen im Online-Markt durchzusetzen.

Die der BBC zur Verfügung stehenden Mittel haben sich in den vergangenen 15 Jahren effektiv um rd. eine Mrd. £ im Jahresdurchschnitt verringert. Angesichts dessen wurden bereits Maßnahmen zur Effizienzsteigerung getroffen, darunter u. a. der Abbau von 2.000 Stellen in den zurückliegenden fünf Jahren. Diese Vorgehensweise ist der BBC zufolge auf Dauer nicht tragbar. Trotz des starken Wachstums des kommerziellen Bereichs stehe man vor einer beispiellosen Herausforderung bei der Finanzierung von Programmen, da weltweit die Zahl der Koproduktionen in der gesamten Branche rückläufig ist.

Im Juni haben sich die beiden Aufsichtsgremien des ORF neu konstituiert. Die Zusammensetzung von Stiftungsrat und Publikumsrat war im März gesetzlich neu geregelt worden, nachdem der Verfassungsgerichtshof 2023 eine übermäßige Dominanz der Bundesregierung beanstandet hatte. Trotz etwas stärkerer Berücksichtigung fachlicher Qualifikationen und einer leichten Aufwertung der zivilgesellschaftlichen Vertretung bleibt die Aufsicht über den ORF deutlich von den politischen Parteien geprägt.

Die größte Herausforderung für den ORF besteht im Sparpaket von 220 Mio. € bis Ende 2029, unmittelbare Folge des von der Regierung für diesen Zeitraum beschlossenen Einfrierens der seit 2024 geltenden Haushaltsabgabe.



| **Einnahmeverluste bei der BBC und Ausrichtung vor neuer Royal Charter**

| **Neuaufstellung ORF-Gremien und Sparpaket der Sendergruppe**



Die SRG SSR rechnet damit, bis 2029 rund 270 Mio. Schweizer Franken einsparen zu müssen, was einer Reduktion des Budgets von etwa 17 % entspricht. Dem soll der aktuelle, großangelegte Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess „Enavant SRG“ gerecht werden.

| **SRG baut Programm ab**

SRG SSR

Infolge einer Vereinbarung mit dem Verband Schweizer Medien (VSM) konzentriert sich die SRG u.a. im digitalen Bereich (Online-Angebot) künftig auf ihr „Kerngeschäft“ Radio und Fernsehen: Textbeiträge werden auf 2.400 Zeichen begrenzt. Nachrichten- und Sportbeiträge werden mit passenden Audio- oder Video-Inhalten verknüpft, interaktive Formate bleiben Ausnahmen. Verzichtet wird auch auf textbasierte Liveticker bei exklusiv übertragenen Sportereignissen. Der VSM ist die Branchenorganisation der privaten Schweizer Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Digital.

Der VSM seinerseits positioniert sich gegen die sogenannte Halbierungsinitiative „200 Franken sind genug“, welche die Voraussetzungen einer Volksabstimmung – voraussichtlich 2026 – erfüllt, durch deren Ausgang die Gebührenfinanzierung der SRG drastisch reduziert werden könnte. Der VSM bekennt sich darüber hinaus ausdrücklich zum Grundsatz dieser Gebührenfinanzierung.

1.2 Medienbranche

Die schwache Entwicklung auf dem deutschen Werbemarkt hat sich weiter fortgesetzt. Der lineare TV-Werbemarkt hat sich dabei noch schlechter als der Gesamtmarkt entwickelt. Der Verband der Privatsender Vaunet geht in seiner Prognose für 2025 davon aus, dass der lineare TV-Werbemarkt weder wachsen noch zurückgehen wird. In den vergangenen fünf Jahren ist er um rund -20 % geschrumpft. Im Bereich Online-Bewegtbildwerbung geht Vaunet für 2025 von einem Wachstum von 15 % aus. Sollte sich die Prognose bestätigen, dann würde lineare TV-Werbung 2025 rd. zwei Drittel und Online-Videowerbung etwa ein Drittel des Bewegtbildwerbemarktes ausmachen.

| **Weiterhin schwache Entwicklung des TV-Werbemarkts**

Netflix verzeichnete im ersten Quartal 2025 Zuwächse sowohl beim Umsatz (+13 %) als auch beim operativen Ergebnis (+27 %). Die operative Marge verbesserte sich auf 31,7 % und liegt damit deutlich über den Margen von RTL und ProSiebenSat.1. Das Werbegeschäft spielt eine zunehmend wichtigere Rolle für Netflix: Der Konzern erwartet, dass die werbefinanzierten Abonnement-

| **Netflix erwartet Verdoppelung seiner Werbeeinnahmen**

NETFLIX

Tarife die Umsätze künftig am stärksten treiben werden. Für 2025 wird eine ungefähr Verdoppelung der Werbeeinnahmen erwartet.

Auch der Disney-Konzern konnte im ersten Quartal sowohl seinen Umsatz (+7 %) als auch das operative Geschäftsergebnis (+370 %) verbessern. Verantwortlich für den deutlichen Gewinnanstieg war in erster Linie das Geschäftsfeld Entertainment, in dem das TV- und Streaminggeschäft gebündelt ist. Innerhalb dieses Geschäftsfeld hat sich vor allem das Streaming-Geschäft deutlich verbessert. Hier hat Disney den Break-Even nachhaltig geschafft. Der Gewinn konnte im Vergleich zum Vorjahresquartal um mehr als das sechsfache auf 336 Mio. \$ gesteigert werden. Ursächlich waren u. a. die Steigerung der Zahl an Abonnements bei Hulu und Disney+, die Verbesserung der Marge pro Abonnement durch Preiserhöhungen sowie steigende Werbeeinnahmen.

Während Disney noch immer am margenstarken linearen TV-Geschäft festhält, verfolgt der US-Medienkonzern Warner Bros. Discovery (WBD) neuerdings die Strategie der organisatorischen Entflechtung seines schrumpfenden TV-Geschäfts von den Wachstumsbereichen Streaming und Produktion. Der Konzern, der erst vor drei Jahren durch eine Fusion entstanden war, wird sich in die zwei Teile „Global Linear Networks“ und „Streaming & Studios“ aufspalten. Die Strategie der Abspaltung des linearen TV-Geschäfts hat vor kurzem auch der Comcast-Konzern gewählt, der sein lineares Kabelsendergeschäft abgespalten hat. Marktbeobachter spekulieren, dass die Abspaltungen des schrumpfenden linearen TV-Geschäfts genutzt werden könnten, um durch die Verkaufserlöse das Wachstum der Streaming-Sparten zu finanzieren.

Eine im Juli 2024 veröffentlichte Studie der Public Interest News Foundation (PINF), in der über 1.400 britische Nutzer simulierte Google-Suchumgebungen mit und ohne journalistische Inhalte nutzten, zeigt: Zwei Drittel der Nutzer bevorzugen Suchergebnisse mit professionellen Inhalten etablierter Medienmarken und wären bereit, für eine solche Version der Suchmaschine deutlich mehr zu zahlen. Die Studie belegt damit den erheblichen wirtschaftlichen Wert, den journalistische Inhalte für Google darstellen. Trotz dieses Nutzens fließen nur geringe Anteile der Werbeerlöse, die Google durch die Integration journalistischer Inhalte generiert, an die Verlage und andere Medienunternehmen zurück. Die Verlage fordern daher eine faire Beteiligung an den Werbeeinnahmen, die durch ihre Inhalte entstehen, sowie eine klare gesetzliche Regelung, um die wirtschaftliche Ausbeutung journalistischer

| Disney
veröffentlicht erneut
deutlich verbesserte
Geschäftszahlen



| Warner Bros.
Discovery spaltet
sich auf in die
Geschäftsfelder
Streaming &
Produktion sowie
lineares Fernsehen



| Studie zeigt: Google
profitiert von
professionellem
Journalismus



Leistungen durch Plattformen wie Google zu unterbinden. Die Forderung nach einer fairen Beteiligung an den Einnahmen ist indes nicht neu. In Ländern wie Australien und Kanada gibt es bereits Gesetze, die Google und andere Tech-Giganten verpflichten, für journalistische Inhalte zu zahlen.

1.3 Medientechnologie

Ab Juli 2025 sendet das Online-Nachrichtenformat „ZDFheute live“ in einem modernisierten Sendungsdesign aus einem neuen Studio. Dafür wurde ein Teil der bisherigen Studiofläche von „heute“ und „heute journal“ umgewidmet und um eine eigene, kompakte Regie ergänzt.

Dank der direkten Anbindung an die fernsehtechnische Infrastruktur der bestehenden ZDF-Nachrichtenstudios für das lineare Fernsehen wird die Sendesicherheit des Online-Formats deutlich erhöht. Gleichzeitig entsteht mehr Flexibilität in der Verbreitung: In Breaking-News-Situationen kann das ZDF schnell online informieren und die Sendung bei Bedarf nahtlos im Fernsehprogramm übernehmen. Dadurch wachsen lineare und Online-Nachrichtenformate weiter zusammen und stärken das Nachrichtenangebot.

Durch den Einsatz moderner Automationssysteme in der Regie sowie Kamerarobotern im Studio kann der Personalaufwand reduziert werden – ein wichtiger Schritt, um den wachsenden Bedarf an Online-Formaten mit den vorhandenen Personalressourcen decken zu können.

Das neue Studio „N+“ umfasst 150 Quadratmeter Studiofläche sowie rund 30 Quadratmeter für die Kompaktregie. Vier Kameraroboter sind fest installiert und beweglich, ein weiterer Kameraroboter ermöglicht mittels eines speziellen Stavus Kamerafahrten im Studio. Für Interviews, Beiträge und visuelle Hintergründe stehen eine große LED-Wand (7,8 m x 3 m) und eine LED-Wand im Hochkantformat zur Verfügung.

Perspektivisch sollen auch „heute Xpress“- sowie kürzere „ZDF spezial“-Ausgaben im neuen Studio produziert werden.

„ZDFheute live“ in
modernem Design
aus neuem Studio



1.4 ZDF-Finanzsituation

In der Ertrags- und Aufwandsrechnung zeigt sich ein Betriebsergebnis von -10,7 Mio. € (Soll: -34,6 Mio. €). Es ist damit um knapp 24,0 Mio. € besser als das geplante Betriebsergebnis. In der Finanzrechnung, in der das Betriebsergebnis integriert ist, ergibt sich ein Gesamtergebnis von -65,7 Mio. € (Soll: -123,1 Mio. €), das um 57,4 Mio. € besser als das Soll ist.

| **Haushaltsvollzug**
2024

In Höhe des negativen Gesamtergebnisses von -65,7 Mio. € erfolgt eine Entnahme aus der Rücklage Gesamtergebnis. Damit ist der Haushalt aus eigenen Mitteln ausgeglichen. Die Rücklage Gesamtergebnis beträgt Ende 2024 rd. 350,2 Mio. € (31.12.2023: 415,9 Mio. €). Der von der KEF erwartete Überschuss am Ende der Beitragsperiode 2021 – 2024 kann damit erreicht werden.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Forvis Mazars GmbH & Co. KG hat die Prüfung der Jahresrechnung 2024 beendet. Beanstandungen haben sich nicht ergeben.

Maßgeblich für die positive Abweichung des Gesamtergebnisses gegenüber Haushaltsplan sind folgende Positionen:

Gesamtergebnisverbessernd gegenüber dem Soll wirken insbesondere die um 22,9 Mio. € höheren Erträge aus Rundfunkbeitrag, die um 6,9 Mio. € höheren Verwertungserlöse (insb. Verwertung 1. Staffel „KRANK“ durch ZDF Studios), geringere Aufwendungen bei der Programmverteilung (-12,9 Mio. €), den Geschäftsaufwendungen (-30,3 Mio. €, insb. Energiekosten, Gebäudeunterhalt) und den Sachinvestitionen (-8,1 Mio. €, insb. Gebäudeinvestitionen).

Das Gesamtergebnis belastet haben gegenüber dem Soll vor allem die höheren Anderen Aufwendungen (+5,6 Mio. €, insbes. höherer Steueraufwand) sowie niedrigere Einnahmen infolge der zeitlich verzögerten und damit im Geschäftsjahr geringeren Kreditaufnahme für das Neubauprojekt in der Sendezentrale Mainz (-12,1 Mio. €). Der Versorgungsstock wurde aufgrund des versicherungsmathematischen Gutachtens im Umfang von 5,6 Mio. € weniger als geplant vermindert. Dies hat ebenso zu geringeren Einnahmen im Finanzplan geführt.

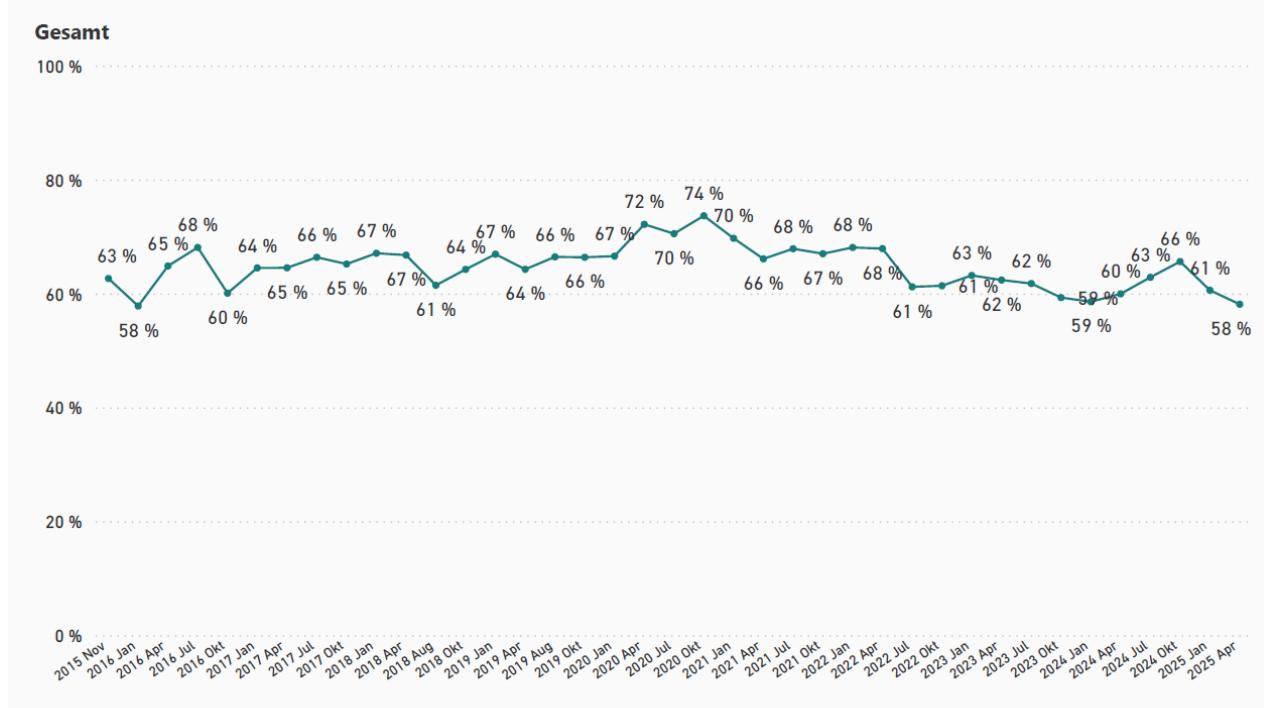
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Bei der aktuellen April-Politbarometer-Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF äußerten 58% der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Dies ist ein weiterer Rückgang gegenüber den Ergebnissen der Befragung im Januar 2025 (61%). Besonders signifikant sind die Verluste in der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen, in der zuletzt noch Zuwächse zu verzeichnen waren. Ein gegenüber Januar 2025 gewachsenes Vertrauen in die Glaubwürdigkeit weisen nun nur noch die Alterskohorten ab 60 Jahren auf.

| **Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung öffentlich-rechtlicher TV-Sender**

Bevölkerungsanteil mit (sehr) großem Vertrauen in die Berichterstattung



Fragestellung: "Wenn es um die Berichterstattung in öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern wie ARD und ZDF geht, ist dort Ihr Vertrauen, dass dort wahrheitsgemäß berichtet wird, sehr groß, groß, nicht so groß oder haben Sie gar kein Vertrauen?"

Methode: Die Grundgesamtheit bilden 1.322 Wahlberechtigte ab 16 Jahren. Repräsentative Befragung in der KW 15/2025. Telefonisch über Festnetz und Mobilfunknetz. Online-Befragung per Einladung über eine zufällig generierte SMS.

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

Nach einer vom WDR in Auftrag gegebenen Studie zur Glaubwürdigkeit der Medien halten 61 % der Deutschen die Informationen durch Medien in der Bundesrepublik für glaubwürdig – das ist eine Steigerung um fünf Prozentpunkte

| **Infratest dimap-Studie des WDR zur Glaubwürdigkeit der Medien 2025**

gegenüber der vergleichbaren Erhebung im Jahr 2023. Besonders gut schneiden dabei öffentlich-rechtliche Angebote und Tageszeitungen ab – auch bei den 18- bis 34-Jährigen.

Für unverzichtbar halten den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in dieser Untersuchung 67 % der Befragten (plus 3 Prozentpunkte). Insgesamt bewerten 83 % die Qualität des Informationsangebots als gut oder sehr gut. Die Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks über aktuelle Krisen und rund um die Bundestagswahl halten jeweils gut zwei Drittel für gut oder sehr gut.

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Institution schenken mehr als die Hälfte der Deutschen Vertrauen (55 %, +2 Prozentpunkte). Allerdings zeigt sich in Ost und West ein differenzierteres Bild: In Westdeutschland geben 58 % der Befragten an, in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk großes oder sehr großes Vertrauen zu haben. In Ostdeutschland sagen nur 41 %, dass sie den Öffentlich-Rechtlichen vertrauen. 54 % tun das nach eigenen Angaben nicht.



März 2025

ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung

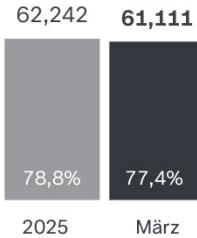
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

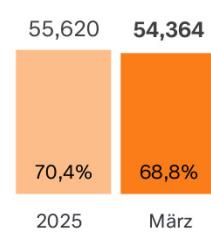
Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Zuschauer gesamt



Zuschauer gesamt



CC 3

66,8% 65,2%

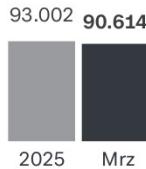
5,427 5,281

2025 März

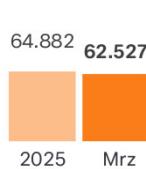
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



Zuschauer ges. 2025 Mrz



Zuschauer ges. 2025 Mrz



CC 3

2.324 2.118

2025 Mrz

CC-Struktur

1% 2% 9% 11% 74%

CC 1 CC 2 CC 3 CC 4 CC 5 CC 6

Vergleichssender

Zuschauer gesamt CC 3

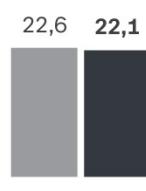
Platz



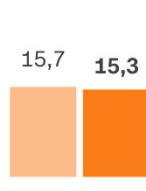
Marktanteil in %



Zuschauer ges. 2025 Mrz



Zuschauer ges. 2025 Mrz

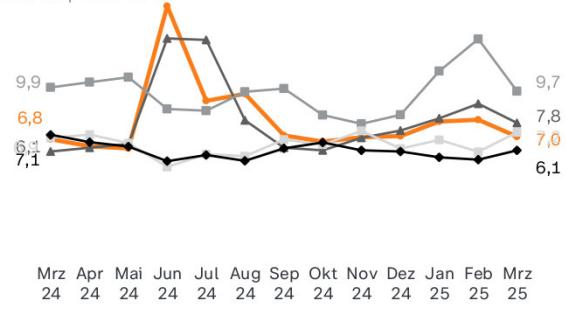


CC 3



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges. CC 3

ZDF	15,3	(-0,4)	RTL	9,7	(-3,1)
ARD	13,3	(-0,4)	ARD	7,8	(-1,1)
RTL	8,3	(-0,6)	SAT.1	7,3	(+1,6)
SAT.1	4,4	(+0,3)	Pro7	7,2	(+1,2)
VOX	4,3	(+0,1)	ZDF	7,0	(-1,0)
Pro7	2,9	(+0,2)	VOX	6,1	(+0,5)
ZDFneo	2,9	(±0,0)	Kabel 1	4,8	(-0,1)
Kabel 1	2,7	(±0,0)	RTL ZWEI	3,6	(+0,2)
NDR FS	2,6	(-0,1)	Sky	2,8	(+0,1)
SAT.1	2,3	(+0,2)	RTLUp	2,5	(+0,2)

Infobox

- Das ZDF hält im März insgesamt die Marktführerschaft, in CC 3 fällt das ZDF im Vergleich zum Februar um 1 PP auf Platz 5. Im Vergleich zum Vorjahresmonat schneidet das ZDF sowohl bei 3+ als auch bei CC 3 etwas besser ab.
- Mit 7,368 Mio. Zuschauer*innen ist *Ein starkes Team – Fast perfekte Morde* die zuschauerstärkste ZDF-Sendung (Platz 13 im TV-Gesamt-Ranking), gefolgt von weiteren Krimis. Das Gesamtranking wird angeführt von der Übertragung des Fußball Nations League Spiels bei RTL (DEU – ITA, Rückspiel) am 23.03. (9,652 Mio.). Darüber hinaus dominieren der *Tatort* und die *Tagesschau* die Hitliste.
- In CC 3 landet ebenfalls das o.g. Fußballspiel auf Platz 1, gefolgt von der Übertragung des Hinspiels in der ARD am 20.03.. Erfolgreichste ZDF-Sendung ist die *heute-show* vom 14.03. (0,570 Mio.; Platz 10).



April 2025

ZDF AUDIENCE

Medienforschung & Beratung

Kontakt:

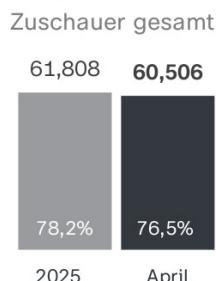
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

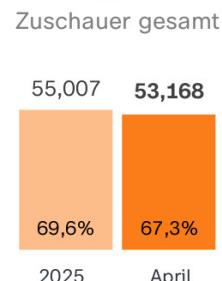
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %

ZDF-Familie



ZDF

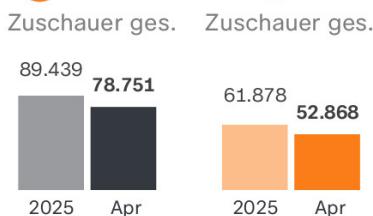


CC 3

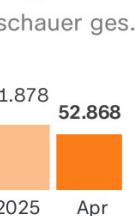


Monats-Sehvolumen in Mio. Min.

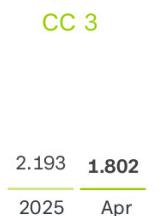
ZDF-Familie



ZDF



CC 3



CC-Struktur

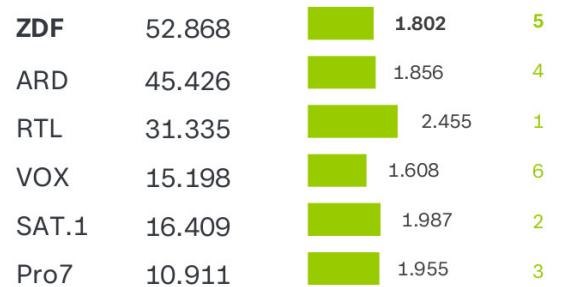


Vergleichssender

Zuschauer gesamt

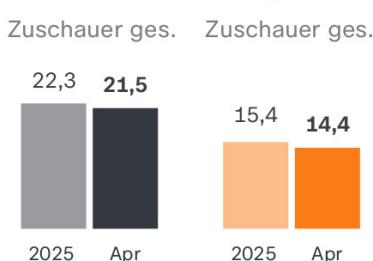
CC 3

Platz

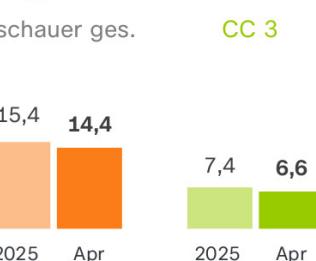


Marktanteil in %

ZDF-Familie



ZDF

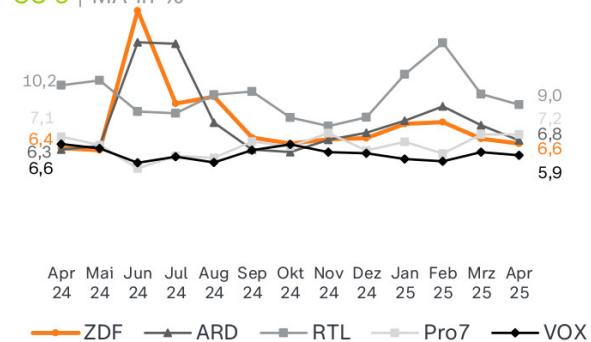


CC 3



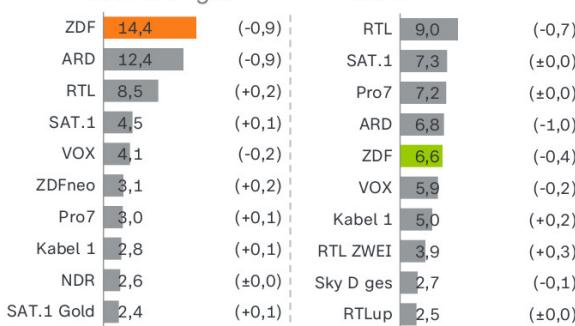
Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Zuschauer ges.



Infobox

- Das ZDF bleibt im Ostermonat April Marktführer, schneidet aber schwächer ab als im April 2024 (-0,3 PP). In CC 3 ist das ZDF Fünfter und gewinnt gegenüber dem Vorjahresmonat hinzu (+0,2 PP).
- Im aufgelaufenen Jahr erreicht das ZDF pro Monat im Schnitt 70% aller potenziellen Zuschauer*innen. In CC 3 sind es durchschnittlich 66%.
- Mit 6,567 Mio. Zuschauer*innen ist *Erzgebirgskrimi – Die letzte Note* die zuschauer*innenstärkste ZDF-Sendung (Platz 8 im TV-Gesamt-Ranking). Das Gesamtranking wird angeführt von drei Tatort-Ausgaben. An der Spitze liegt der Münster-Tatort: *Fiderallala* mit 12,508 Mio. Zuschauer*innen.
- In der TV-Gesamt-Hitliste liegt bei CC 3 ebenfalls der Tatort: *Fiderallala* (0,761 Mio.) auf Platz 1, gefolgt von zwei heute-show-Ausgaben (0,555 bzw. 0,514 Mio.).

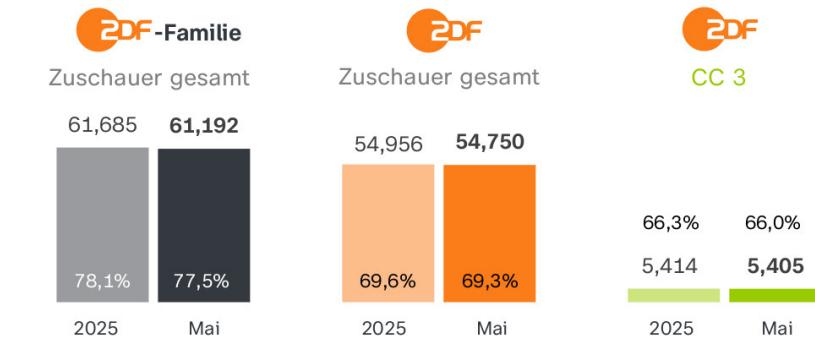
Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; Marktstandard Bewegtbild;



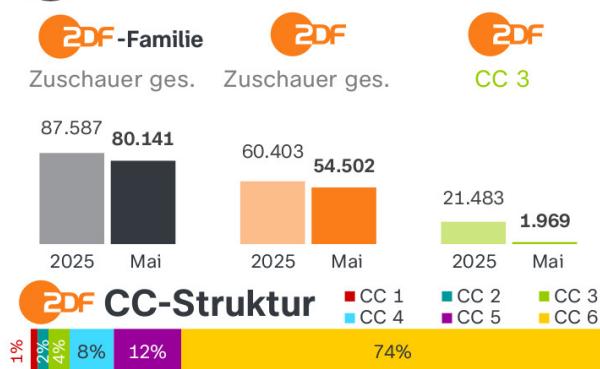
Mai 2025

ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



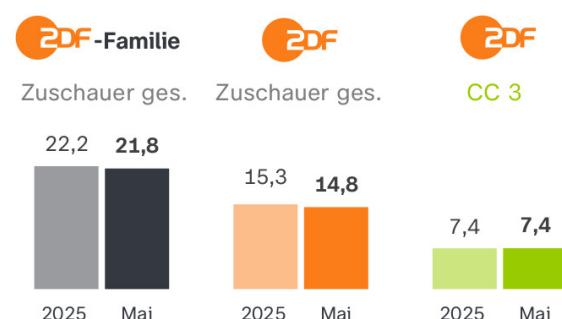
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



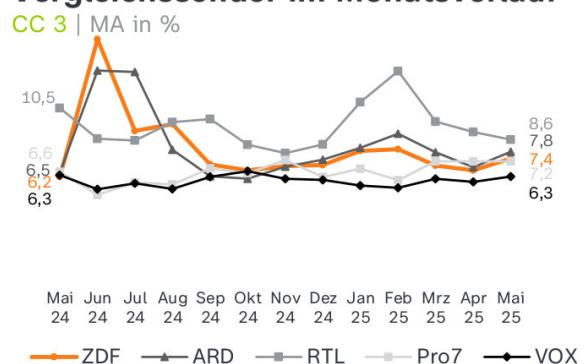
Vergleichssender



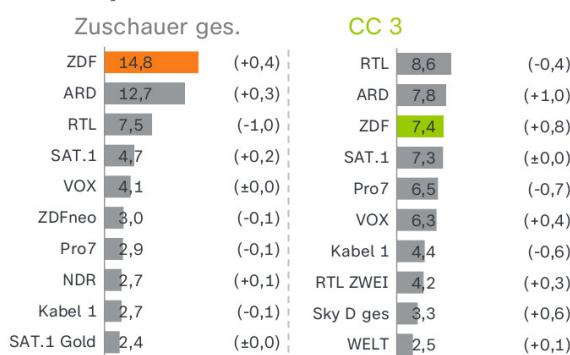
Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf



Top 10 Sender MA in %



Infobox

- Das ZDF erzielt den höchsten Mai-Marktanteil seit 1994. In CC 3 liegt das Hauptprogramm über den Mai-Marktanteilen der letzten Jahre und ist im Senderranking Dritter hinter RTL und ARD.
- In CC 3 punktet das ZDF im Mai vor allem mit den Finalübertragungen des DFB Pokals (0,752 Mio. / 39,3% MA) und der Champions League (0,658 Mio. / 39,2% MA) sowie der *heute-show*. Das DFB Pokal-Finale erzielt in der TV Gesamt-Hitliste die zweitstärkste Sehbeteiligung hinter dem ESC bei der ARD (0,983 Mio. / 50,9% MA).
- Bei Zuschauer*innen ab 3 Jahren ist der ZDF-Krimi *Nord Nord Mord – Sievers und der tiefe Schlaf* (8,956 Mio. / 36,9% MA) die sehbeteiligungsstärkste Sendung im Mai. Es folgen die ARD-Übertragung des ESC (8,868 Mio. / 43,9% MA) und der *Polizeiruf 110: Widerfahrnis* (8,346 Mio. / 30,7% MA).

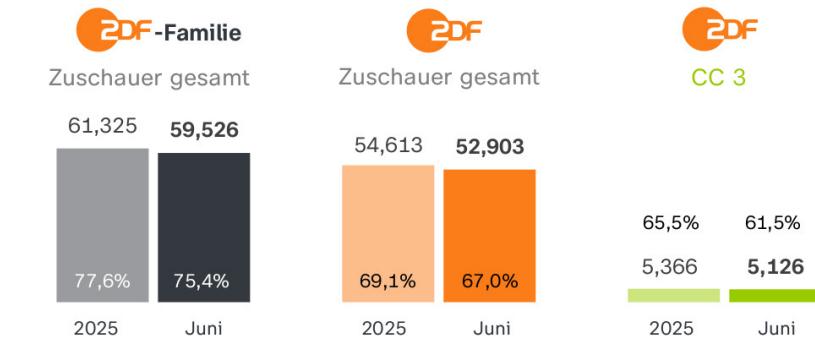
Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; Marktstandard Bewegtbild;



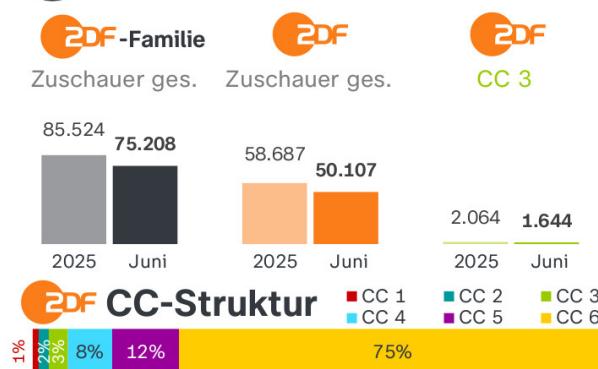
Juni 2025

ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung
Kontakt:
Telefon: +49 6131 70-15483
E-Mail:
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



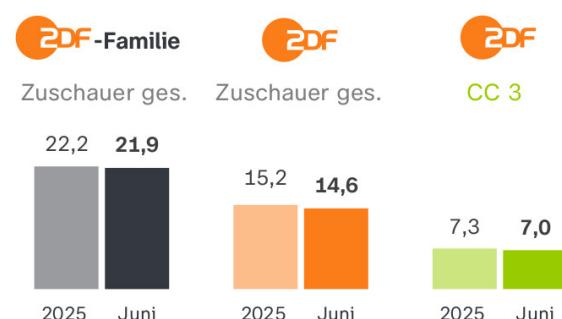
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



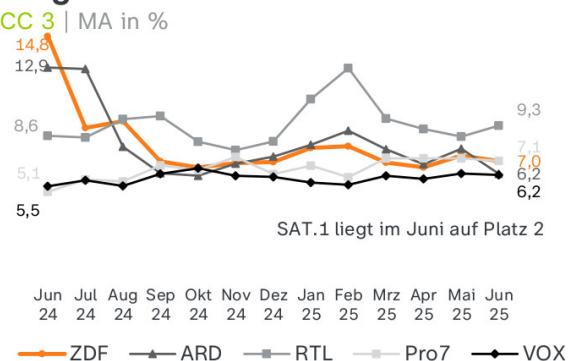
Vergleichssender



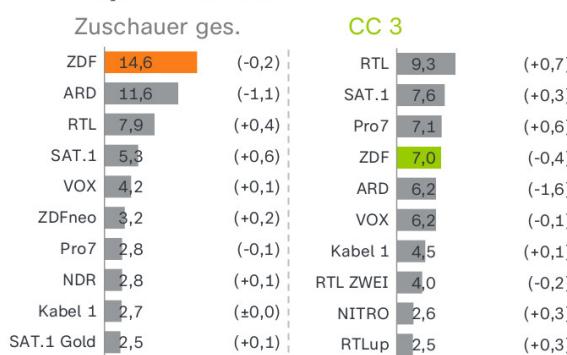
Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf



Top 10 Sender MA in %



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

Infobox

- Das ZDF erzielt insgesamt einen höheren Juni-Marktanteil als 2022 und 2023, liegt aber klar unter dem Wert des Fußball EM-Junis 2024. In CC 3 muss das Hauptprogramm dagegen seinen schwächsten Juni-Marktanteil seit dem Update der Content Communities (2022) hinnehmen.
- In CC 3 ist die ZDF-Übertragung des UEFA NL Spiels Deutschland vs. Portugal (0,970 Mio. / 49,7% MA) zwar die sehbeteiligungsstärkste TV-Sendung im Juni, aber neben einer *heute-show*-Ausgabe auch die einzige ZDF-Sendung in den TOP 10 über alle Sender hinweg. Hier dominiert Fußball, neben dem ZDF bei RTL und SAT.1.
- Auch bei Zuschauer*innen ab 3 Jahren liegt das genannte Fußballspiel (10,260 Mio. / 43,8% MA) im Juni an der Spitze der Hitliste der zuschauer*innenstärksten Sendungen.

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb

Amazon Prime geht im Berichtszeitraum mit einer Auswanderer-Doku-Soap weiter in Richtung Unterhaltungs-Mainstream. Auch eine neue Spielshow zeugt von diesem Trend des Streamers zu klassischen TV-Formaten: Die Adaption des im Original belgischen Escape-Room-Formats „The Way Out“ versammelt deutsche Comedians und Social-Media-Bekanntheiten zum spielerischen Rätsellösen in vier Teilen.

Eine Art Antwort auf diesen Vorstoß gibt ProSieben mit „Ein sehr gutes Quiz (mit hoher Gewinnsumme)“. Das 25-Fragen-Quiz wird live von unterschiedlichen Orten präsentiert und setzt als zusätzliche produktionelle Herausforderung auf Interaktion mit dem Publikum. In eine ähnliche Richtung, wenngleich mit höherem Anteil an zu leistender Entwicklungsarbeit geht „Hol dir deine Show!“ vom MDR.

Seinem Auftrag als verlässlicher Informationsvermittler wird das ZDF auch mit Blick auf die globale Nachrichtenlage gerecht. Als Donald Trump mit seiner Zollpolitik die Welt in Atem hielt, ordnete das „ZDF spezial: Trumps Angriff auf den Welthandel“ am 03.04.2025 die Ereignisse für die Zuschauerinnen und Zuschauer verständlich ein und zeigte die weltweiten Auswirkungen von Trumps Politik auf. Die investigative Dokumentation „Putins Helfer“ versorgte das Publikum mit wichtigen Hintergrundinformationen. Sie geht der Frage nach, ob US-Präsident Trump und seine engen Berater Kontakte zum autokratischen Russland pflegen, und ob beide Regierungen gemeinsam unlautere Ziele verfolgen. ZDF-Korrespondent Johannes Hano stieß auf bislang unbekannte und brisante Zusammenhänge zwischen den einstigen Gegnern USA und Russland.

Im April/Mai 2025 hatte das ZDF mit dem Tod des Papstes und dem darauffolgenden Konklave zur Wahl eines Nachfolgers ein weiteres nachrichtliches Großereignis zu stemmen. Linear und non-linear wurde sehr schnell reagiert, um für die Zuschauerinnen und Zuschauer den aktuellen Stand umfassend abzubilden. Es gab zahlreiche Sondersendungen und viele hintergründige Erklär- und Dokumentationsformate – bis hin zu einem 24/7-Livestream mit Blick auf den Schornstein der Sixtinischen Kapelle, der 1,4 Mio. Views erreicht hat.

| **Aktuelle
Marktbeobachtungen**



| **Information**



Besonders hohen Zuspruch hatten die „ZDFspezial“-Sendungen zur Papstwahl am 07. und 08.05.2025. Dabei schnitt das rund 90-minütige „ZDFspezial“ am 08.05.2025 um 18:08 Uhr auch deutlich überdurchschnittlich bei Jüngeren ab. Insgesamt hatten mehr als 29 Mio. Personen mindestens einmal linear oder non-linear Kontakt mit den ZDF-Sondersendungen rund um die Papst-Berichterstattung.



Das Frühjahr 2025 war auch von innenpolitischen aktuellen Ereignissen geprägt, die das ZDF intensiv begleitet hat. Bei der Kanzlerwahl (06.05.2025) und dem überraschend erforderlichen zweiten Wahlgang haben die Kollegen auf allen Ausspielwegen schnell reagiert und die Situation gut abgebildet. Am Abend der Wahl stellte sich Friedrich Merz im Interview den Fragen von Chefredakteurin Bettina Schausten. Einen vielbeachteten Höhepunkt in der Berichterstattung bildete am 15.05.2025 eine „maybrit illner“-Sendung mit dem neuen Bundeskanzler Friedrich Merz als exklusivem Guest.

Kurz vor der Kanzlerwahl Anfang Mai publizierte das ZDF die fürs Streaming-Portal konzipierte fünfteilige Doku-Reihe „[Inside CDU](#)“. Sie führt tief hinein ins Innenleben der Union, zeigt Höhen und Tiefen in einem außergewöhnlichen Wahlkampf, wirft einen Blick hinter die Kulissen des Polit-Betriebs – von Strategie-Meetings im Adenauer-Haus bis zum Straßenwahlkampf – und gewährt dem Publikum exklusive Einblicke in demokratische Prozesse rund um die Partei auf dem Weg zur Macht. Die Doku-Reihe war programmanplanerisch gut platziert und auch im Streaming-Portal mit mehr als 1,2 Mio. Views innerhalb der ersten 30 Tage sehr erfolgreich.



Die Übertragungen des DFB-Pokalfinales, des Champions-League-Finales und der UEFA Nations League unterstreichen die Bedeutung sportlicher Highlights fürs Programm – insbesondere bei den Jüngeren. Das ZDF erreichte in der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre lineare Marktanteile von mehr als 40 %, der Livestream zum Champions-League-Finale war – obwohl ohne deutsche Beteiligung – mit fast zwei Mio. Views der zweiterfolgreichste Event-Livestream im aufgelaufenen Jahr. Erfolgreicher war nur das Nations League Halbfinale Deutschland – Portugal mit mehr als 2,5 Mio. Views. Die dazu passend programmierten Fußball-Dokumentationen „Trophy Men: Die Erfindung der Champions League“ und „Hummels – La Finale. Mit Tommi Schmitt“ ergänzten das Programmpaket hintergründig.

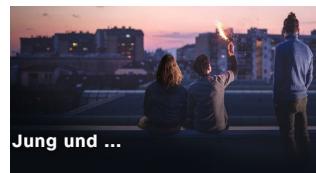


Auch bei Geschichtsthemen geht das ZDF neue Wege: „Terra X History“ veröffentlicht mit „Deepfake Diaries“ ein Format, das mittels KI-Technologie bedeutende Persönlichkeiten der Geschichte in die Gegenwart holt. Schauspieler wurden u. a. in Oskar Schindler, Rudi Dutschke oder Otto von Bismarck verwandelt. Die historischen Protagonisten erzählen auf diese Weise ihre eigene Geschichte – basierend auf historischen Quellen und Dokumenten wie Tagebüchern und Briefen. Dokumentarische Parts liefern den historischen Kontext. Dazu wurden namhafte wissenschaftliche Fachberater herangezogen, und es wurde Wert auf absolute Transparenz gelegt: Verwandlung und Rückverwandlung der Schauspieler waren in den Videos zu sehen, daneben wurde an mehreren Stellen mittels Einblendungen auf den Einsatz von KI hingewiesen.



Für die „Deepfakes“ wurden die Gesichter der Schauspieler mithilfe von Swap und Face Tracking sowie Retusche bearbeitet. Existierte rechtlich freigegebenes Audiomaterial, wurde dieses restauriert und mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz analysiert und in Form detaillierter Stimmprofile nachgebildet. Durch Speech-to-Speech-Synthese konnte die Stimme der Schauspieler anschließend in die charakteristische Klangfarbe überführt werden. Die Stimmprofile wurden später aus Datenschutzgründen wieder gelöscht.

Die im April gestartete neue „ZDF.reportage“-Reihe „[Jung und ...](#)“ beschäftigt sich mit der Lebenswelt junger Menschen, mit ihrer Suche nach Identität, ihren Zukunftsplänen und ihren Problemen. Die ersten Folgen behandeln dabei u. a. die Themen Obdachlosigkeit und Kriminalität. In „Jung und Chef“ geht es um Familienbetriebe und die Herausforderungen bei der Übergabe der Firmenverantwortung an die Kinder-Generation – ein Thema, das viele mittelständische Unternehmen in Deutschland betrifft.



Mehr als 34 Mio. Haustiere gibt es in Deutschland, viele davon sind zu wahren Familienmitgliedern geworden. Aber wie ist es um das Verhältnis zwischen Menschen und ihren Haustieren bestellt? Und was passiert, wenn das Leben des lieb gewonnenen Tiers seinem Ende entgegengeht? „Terra X: Harald Lesch... und Hund, Katze, Mensch“ befasst sich aus wissenschaftlicher und historischer Perspektive mit dem Verhältnis von Menschen zu ihren Haustieren, und fragt auch, ob ihre Haltung angesichts von Qualzucht nicht Tierquälerei ist. Die ZDF-Reportagereihe „37°“ begleitet in „[Wenn Haustiere alt werden – Moppis letzter Sommer](#)“ Menschen, die sich



mit dem bevorstehenden Tod ihrer Haustiere auseinandersetzen müssen.

Der ZDF-Film „[Rosenthal](#)“ und die dazugehörige Dokumentation zeichnen ein vielschichtiges Porträt des Entertainers Hans Rosenthal, der in der NS-Zeit verfolgt und später mit „Dalli Dalli“ zur TV-Ikone wurde. Der Film fokussiert auf die Spannung zwischen Unterhaltung und historischer Verantwortung am 9. November 1978, dem 40. Jahrestag der Reichspogromnacht, und beleuchtet Rosenthals innere Zerrissenheit, auf Sendung gehen zu müssen. Die begleitende Doku ergänzt den Spielfilm um biografische Fakten und Zeitzeugenberichte.

| Fiction



Die wöchentlich programmierte Drama-Serie „[Crystal Wall](#)“ ist eine an das literarische Genre New Adult angelehnte romantisch-dramatische Produktion über die getrennten sozialen Sphären der Hauptfiguren. Die 24 Folgen zielen auf die Aktivierung und Bindung einer jungen Zielgruppe an das Streaming-Portal. „Crystal Wall“ hat sich als Beispiel für ein datenbasiert entwickeltes und in der Zielgruppe verankertes Format etabliert. Die Plattform-Performance bestätigt dieses Potenzial: Mit mittlerweile über 10 Mio. Gesamtabrufen und einem Durchschnitt von 541.000 Views pro Folge innerhalb der ersten 30 Tage (für die ersten 10 Folgen) zeigt die Serie eine starke Nutzung. Selbst ohne Folge 1, die u. a. von „Next Video“-Verlinkungen profitiert hat, liegt der Schnitt bei überdurchschnittlichen 406.000 Abrufen pro Folge nach 30 Tagen. Bei Verweildauer und kombinierter Nutzung der beiden wöchentlich veröffentlichten Folgen gibt es deutliche Hinweise auf eine starke inhaltliche Bindung.



Auf die Ansprache ZDF-ferner Zielgruppen setzt die dialektgefärbte Provinz-Sitcom „[Tschappel](#)“. Die achtteilige Serie erzählt auf humorvolle Weise von der Selbstfindung des Teenagers Carlo, der zwar das Abi, aber null Plan vom Leben hat und dessen Leben zwischen Eltern, erster Liebe und jeder Menge Chaos eine eigene Wendung nimmt. Die Serie über das Erwachsenwerden im ländlichen Raum überzeugt durch authentische Dialoge, einen liebevollen Blick auf Lebensrealitäten und einen gelungenen Humor, der ohne Klischees auskommt.

| Kultur und
Unterhaltung

Für den Sendeplatz am Mittwoch um 19:25 Uhr werden im ZDF-Hauptprogramm verschiedene Factual-Formate ausprobiert, die möglichst vielfältige Lebenswelten und Protagonistinnen und Protagonisten begleiten. Eine dieser Neuentwicklungen ist die Reihe „[Die Immo-Helden](#)“, in der Neulinge den Schritt ins

Ungewisse wagen: Sie kaufen mit ihrem eigenen Geld eine Immobilie und sanieren sie, um diese anschließend zu verkaufen – wenn möglich mit Gewinn. Dabei werden die Kandidatinnen und Kandidaten unterstützt von zwei Immobilien-Experten. Mit ihrem Know-how helfen sie, Stärken und Schwächen der Immobilie zu erkennen, Wertsteigerungen zu planen und Verkaufsstrategien zu optimieren.



In der Sommerpause der „heute-show“ präsentieren Lutz van der Horst und Fabian Köster vier neue Ausgaben der „heute-show spezial“. So kommen die Fans der regulären Sendung weiterhin auf ihre Kosten und der Sendeplatz wird konsistent bedient. Die beiden Satiriker nehmen unter anderem die marode Infrastruktur Deutschlands, den Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung und die Tabakindustrie unter die Lupe. Flankiert wird das satirische Sommerprogramm von einer weiteren Extra-Sendung mit Martina Hill. Im „heute SHOWNAL – Larissa ihr Sommer!“ gibt sie als Netzreporterin Larissa skurrile Tipps für den Sommer und stärkt damit ebenfalls die Präsenz des „heute-show“-Teams.



Mit der Neuentwicklung „Terra X – Wettlauf um die Welt“ hat das ZDF ein Reise-Challenge-Format für jüngere Zielgruppen entwickelt. Es bot inhaltlich einen vielversprechenden Ansatz mit großartigen Bildern aus Südamerika und gelungenem Casting, konnte beim Publikum jedoch nicht die erhoffte Wirkung entfalten, weder linear noch non-linear. Da die Ausstrahlung der ersten Folgen am Mittwoch um 20:15 Uhr die Erwartungen nicht erfüllt hat, wurde kurzfristig umprogrammiert und die weiteren Teile bei ZDFneo ausgestrahlt. Die Erfahrungen aus dem Projekt fließen in künftige Neuentwicklungen ein.



Die Geschäftsleitung des ZDF hat eine Schemaänderung am Wochenende beschlossen, die die Abläufe insbesondere am Sonntag im Hinblick auf Zuschauerflüsse und Sehbedürfnisse optimiert. Im Anschluss an den „ZDF-Fernsehgarten“ ab 14:00 Uhr werden drei (statt bisher zwei) 45-Minuten-Slots entstehen, die entspannte Informationsvermittlung aus dem Factual- bzw. Info-Bereich anbieten. Der dritte 45-Minuten-Sendeplatz entsteht aus der Zusammenlegung der bisher 30 Minuten langen Formate „plan b“ und „planet e“. Im direkten Vorlauf zu den Hauptnachrichten wird die Ansprache des Gesamtpublikums durch die Einführung eines Freitagskrimi-Wiederholungsslots gestärkt.

| Strategische Überlegungen

„Terra Xplore“ wechselt auf den 45-Minuten-Sendeplatz um 17:15 Uhr. Dieser wird in Zukunft in einer ebenfalls auf entspannte und ungestörte Informationsaufnahme abzielenden Mischung aus Dokumentationen v. a. rund um den Live-Sport, ZDFinfo-Dokus und „Terra Xplore“ in neuer Formatierung bespielt. Die „ZDFreportage“ übernimmt den bisherigen Sendeplatz von „plan b“ am Samstag und schließt hier passgenauer an den „Länderspiegel“ an. Die Veränderungen werden schrittweise ab September/Oktober umgesetzt.



Seitens der ARD gibt es Überlegungen, die „Tagesschau“ um 20:00 Uhr auf 30 Minuten zu verlängern, was ein klarer Bruch mit Sehgewohnheiten wäre, denn die traditionelle Primetime beginnt in Deutschland um 20:15 Uhr. Details über Umfang und Rhythmus einer solchen Verlängerung sind noch unklar, erste Testsendungen sollen aber schon aufgezeichnet worden sein. Das ZDF hat in diesem Zusammenhang bereits Überlegungen angestellt, um ggf. zeitnah reagieren zu können. Es sollte sein Nachrichtenangebot angesichts der aktuellen medienpolitischen Diskussionen noch stärker in den Fokus rücken: Mit einer gut 20-minütigen heute-Sendung um 19:00 Uhr, die zur Einordnung komplexer Themen regelmäßig von „ZDFheute live“ und „ZDF spezial“ ergänzt wird, bietet es bereits jetzt am frühen Abend ein umfassendes Nachrichtenangebot, das von „ZDFheute“ non-linear ergänzt wird.



NDR und BR haben mit „Klar – Was Deutschland bewegt“ ein neues Format entwickelt, das Themen „aus der Mitte der Gesellschaft aufgreifen und einordnen“ soll. Die Pilotfolge beschäftigte sich mit Missständen in der Asylpolitik, und hat nach ihrer Veröffentlichung für breite mediale Diskussionen gesorgt. Der Vorwurf: Emotionalisierung stehe im Vordergrund, Kontextualisierung und Gegenstimmen fehlten. Das Format zeigt exemplarisch, wie herausfordernd es für öffentlich-rechtliche Sender ist, gesellschaftliche Spannungen und Stimmungen aufzugreifen, ohne selbst zur Zuspitzung beizutragen.

2.3 Auszeichnungen/ Preise

■ Monte-Carlo TV Festival

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„An einem Tag im September“

Best Film + Best Actress

Fernsehfilm/Serie I & ZDF/ARTE

Matthias Pfeifer, Julius Windhorst

■ Deutscher Kamerapreis

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„37°: Gefährlicher Einsatz – Journalist*innen berichten aus der Ukraine“

Information und Kultur

Geschichte und Wissenschaft

Ulrike Schenk

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurinnen:

„Love Sucks: Licht und Schatten“

Fiktion Screen

Fernsehfilm/Serie I

Petra Tilger, Nadja Grünewald-Kalkofen, Christiane Meyer zur Capellen

■ Goldener Spatz

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„PUR+: Ich brauch' dein Blut“

Non-Fiktion – Serie + Bester Moderator

Kinder und Jugend

Silke Penno

■ CIVIS Medienpreis

Sendung / Beitrag:

„Uncivilized: Von 9/11 bis zum Ukrainekrieg. Episode 1: Hanau“

Kategorie:

Fiktion

Zuständige Redaktion:

Das kleine Fernsehspiel

Verantwortliche Redakteurin:

Melvina Kotios

■ Internationale Filmfestspiele in Cannes

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„Die jüngste Tochter“

Beste Schauspielerin + Queer Palm

Zuständige Redaktion:

ZDF/ARTE

Verantwortliche Redakteure:

Holger Stern; Olivier Père (ARTE France),
Barbara Häbe (ARTE G.E.I.E.)

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„In die Sonne schauen“

Preis der Jury

Zuständige Redaktion:

Das kleine Fernsehspiel

Verantwortliche Redakteure:

Burkhard Althoff, Melvina Kotios

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„Sentimental Value“

Großer Preis der Jury

Zuständige Redaktion:

ZDF/ARTE

Verantwortliche Redakteure:

Holger Stern; Olivier Père (ARTE France),
Claudia Tronnier (ARTE G.E.I.E.)

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„Sirât“

Preis der Jury + Cannes Soundtrack Award + Prix des
Cinémas Art et Essai: Special Mention + Palm Dog
Award: Grand Jury Prize

Zuständige Redaktion:

ZDF/ARTE

Verantwortlicher Redakteur:

Holger Stern

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„Un Poeta“

Un Certain Regard: Preis der Jury

Zuständige Redaktion:

Das kleine Fernsehspiel & ZDF/ARTE

Verantwortliche Redakteure:

Burkhard Althoff (Dkf), Catherine Colas (ZDF/ARTE)

Shanghai TV Festival

Sendung / Beitrag:

„Das Attentat – Geheimoperation Belgrad“

Kategorie:

Best Foreign TV Series

Zuständige Redaktion:

ZDF/ARTE

Verantwortliche Redakteure:

Julius Windhorst

■ New York Festivals

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Putins Krieger – Russische Überläufer packen aus“

Gold – Documentary – Current Affairs

PB Info, Gesellschaft und Leben

Caroline Reiher, Ron Boese, Martina Schindelka

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Beethovens Neun – Ode an die Menschlichkeit“

Gold – Documentary - Music

ZDF/ARTE

Dieter Schneider

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Aufwachsen im Westjordanland – Gefangen im Zorn“

Gold – Documentary – Social Justice

ZDF/ARTE

Frederic Ulferts

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Krieg der Agenten – Der geheime Kampf gegen die Taliban“

Silver – Documentary – Investigative Journalism

frontal

Christian Rohde, Stefan Mayer

„PUSH“

Silver – Entertainment - Drama

Fernsehfilm/Serie I

Diana Kraus, Eva Katharina Klöcker,
Christiane Meyer zur Capellen

„Sie sagt. Er sagt.“

Silver – Entertainment - Drama

Fernsehfilm/Serie I

Franz Zervos, Stefanie von Heydwolff

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„The Wish List – Christmas 2023“

Gold – Promotion/Open & ID – Social Justice
Promotion

HA Kommunikation

Astrid Kämmerer, Stavros Amoutzias, Alex Schulte,
Irena Pavor

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

„Sportstudio Design Relaunch „Orange Heat“Silver – Promotion/Open & ID – Sports Program Open
& Titles

Zuständige Redaktion:

HA Kommunikation

Verantwortliche Redakteure:

Stavros Amoutzias, Simone Rödig



Dr. Norbert Himmeler

Intendant