



Tätigkeitsbericht

**zur 08. Sitzung in der XVII. Amtsperiode des Fernsehrates
am 13. März 2026 in Mainz**

Sehr geehrte Damen und Herren,

ARD und ZDF setzen den Reformstaatsvertrag um und arbeiten in Zukunft noch enger zusammen. Das betrifft alle sieben verbleibenden Digital- und Partnerkanäle phoenix, neo, info – nun jeweils mit dem Zusatz „von ARD und ZDF“ – sowie ARTE, 3sat, funk und KiKA. Beide Medienhäuser denken konsequent digital und wollen die linearen Reichweiten der aktuellen Übergangszeit bestmöglich nutzen, um starke Angebotsmarken für die Zukunft zu schaffen. Auch im Hinblick auf die Sichtbarkeit und Distribution im Digitalen.

Dass die Bündelung unserer Kräfte bei Beibehaltung redaktioneller Profile und ohne Einschränkung des gewünschten publizistischen Wettbewerbs kein leichtes Unterfangen war, ist nachvollziehbar: Die linearen Kanäle ARD alpha, tagesschau24 und ONE werden zum Jahresende 2026 abgeschaltet, das ZDF begrenzt seine Federführung auf 3sat, info und neo. Ich bin dankbar um die konstruktive und zukunftsorientierte Atmosphäre unter den Partnern, die diese Umsetzung ermöglicht hat. So haben wir uns an den Interessen der Zielgruppen orientiert und diejenigen Angebote ausgewählt, zu denen wir als starke Partner gemeinsam das bestmögliche Programm zusammenstellen können.

Nun geht es an die Ausgestaltung, über die ich Sie selbstverständlich auf dem Laufenden halten werde. In den kommenden Monaten werden gemeinsame Arbeitsgruppen von ARD und ZDF die weitere Konkretisierung der zentralen Rahmenbedingungen entwickeln. Dafür müssen unter anderem die Programmplanungen, Abstimmungsprozesse, Workflows bis hin zum Probetrieb vor dem eigentlichen Start der neuen gemeinsamen Kanäle am 1. Januar 2027 erarbeitet werden.

Stichwort „bestmögliches Programm“: Den Blick auf Qualitätsnachweise zu unserem Programm im Schlusskapitel des Tätigkeitsberichts lohnt sich diesmal besonders: Drei ZDF/ARTE-Koproduktionen sind insgesamt 12 Mal für den Oscar nominiert. Das gab es in diesem Umfang noch nie, auch wenn ARTE spätestens mit dem Doppelerfolg im vergangenen Jahr hohe Erwartungen schürte. Die Verleihung findet am 15. März 2026 in Los Angeles statt; ich hoffe, die Aussichten helfen Ihnen bei der Entscheidung, ob Sie zu dieser Preisverleihung aufbleiben möchten.

■ Inhalt

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld	3
1.1 Medienpolitik	3
1.2 Medienbranche	6
1.3 Medientechnologie	9
1.4 ZDF-Finanzsituation	10
2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme	11
2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	11
2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.2.1 Hauptprogramm und Streaming-Portal	16
2.2.2 Programme der Digital- und Partnerprogramme	22
2.3 Auszeichnungen/ Preise	25

■ Berichtszeitraum: 13.12.2025 – 13.03.2026

1. Entwicklungen im Unternehmens-/Wettbewerbsumfeld

1.1 Medienpolitik

Mit dem Reformstaatsvertrag wurde ein sogenannter Medienrat eingerichtet, bestehend aus sechs Sachverständigen. Er hat die Aufgabe, die Erfüllung des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in seiner Gesamtheit zu evaluieren. Der Medienrat fungiert komplementär zur Tätigkeit der Aufsichtsgremien in den Anstalten. Alle zwei Jahre erstellt der Medienrat zu diesem Zweck den sog. Auftragsbericht nach staatsvertraglich vorgegebenen Kriterien. Eine Verpflichtung zur Umsetzung der Vorschläge bzw. Maßnahmen aus dem Bericht besteht nicht. Mitglieder des Medienrats sind Nathalie Wappler und Peter Müller (beide gewählt von der ARD-GVK), Prof. Dr. Annika Sehl (gewählt vom ZDF-Fernsehrat), Prof. Dr. Jeanette Hofmann (gewählt vom DRadio-Hörfunkrat), Prof. Dr. Anne Bartsch und Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle (berufen von den Regierungschefs der Länder). Der Medienrat wird zukünftig in Weimar angesiedelt sein.

| **Einrichtung eines Medienrats**

Zum 01.01.2026 haben ZDF und ARD mit der Filmförderanstalt des Bundes (FFA) für das Jahr 2026 ein neues Film-/Fernsehabonnement abgeschlossen und damit erneut ihre Unterstützung des Kinofilms und die Partnerschaft mit der FFA bekräftigt. Mit dem Abkommen verpflichtet sich das ZDF, die FFA und den Kinofilm über die im Filmförderungsgesetz (FFG) vorgesehene gesetzliche Filmabgabe (2025: 1,966 Mio. €) hinaus, mit zusätzlichen freiwilligen Leistungen zu unterstützen. Insgesamt belaufen sich die jährlichen Leistungen des ZDF danach auf 7,8 Mio. € brutto.

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



Im Rahmen der Konsultation zur Überarbeitung der Beihilfemitteilung der Europäischen Kommission zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde breit über die künftigen Rahmenbedingungen für den öffentlich-rechtlichen Auftrag diskutiert. Zentrale Themen waren die fortdauernde Relevanz öffentlich-rechtlicher Medien für Demokratie und Meinungsvielfalt, die Anpassung des Beihilferahmens an die digitale Mediennutzung sowie die Rechtssicherheit bei neuen Angeboten und Plattformaktivitäten.

| **EU-Kommission zu Beihilfavorschriften für den ÖRR (Rundfunkmitteilung)**

Das ZDF hat in seiner Antwort folgende Aspekte betont: Die Rundfunkmitteilung bleibt grundsätzlich relevant, muss jedoch an die Realitäten der Plattformökonomie angepasst werden: Marktverzerrungen entstehen vor allem durch dominante globale Plattformen, nicht durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk,

dessen gesellschaftliche und demokratische Bedeutung als Gegengewicht nachweislich zunimmt und der daher auf allen Plattformen präsent sein muss. Daraus folgt die Notwendigkeit eines breiten und flexiblen Auftrags, vereinfachte Verfahren, Kohärenz mit dem EU-Recht (insbesondere Europäisches Medienfreiheitsgesetz EMFA) sowie eine strategische Weiterentwicklung der Beihilferegeln, die auch EU-Subventionen für private Anbieter und neue Kooperationsmodelle berücksichtigt.

Viele Beiträge betonten die Notwendigkeit, den bestehenden Beihilferahmen zu modernisieren, ohne den öffentlich-rechtlichen Auftrag zu beschneiden oder die redaktionelle und finanzielle Unabhängigkeit zu gefährden. Auf der anderen Seite argumentierten insbesondere die Presseverlage, dass gebührenfinanzierte digitale Textangebote zur wirtschaftlichen Schwächung privater Presseangebote beitragen. Sie sprechen von Marktverdrängung, insbesondere im Online-Nachrichtenmarkt und befürworten eine starke Einschränkung der Textangebote der öffentlich-rechtlichen Medien.

Die Kommission wird bis Ende 2026 eine Auswertung der Konsultation veröffentlichen und ggfs. eine Revision vorschlagen.

Am 08.03.2026, also kurz nach Redaktionsschluss dieses Berichts, findet in der Schweiz die Volksabstimmung über die Volksinitiative „200 Franken sind genug!“ statt. Abgestimmt wird über die Frage, ob die Radio und Fernsehgebühr für Haushalte von heute 335 Franken auf 200 Franken reduziert und alle Unternehmen vollständig von der Abgabe befreit werden.

Die Regierung hat angesichts dieses Vorhabens einen aus ihrer Sicht maßvolleren Gegenvorschlag beschlossen, der die SRG zum Haushalten bewegen soll, aber keine existentiellen Einschnitte nach sich führt: Die Haushaltsabgabe soll schrittweise bis 2029 auf 300 Franken sinken, so dass ab 2027 nur noch rund 20 % der mehrwertsteuerpflichtigen Unternehmen abgabepflichtig sind. Damit sollen Privathaushalte und Wirtschaft zwar ebenfalls entlastet, zugleich aber sichergestellt werden, dass die SRG ihren öffentlich-rechtlichen Auftrag in allen Sprachregionen weiterhin erfüllen kann. Allein dieser Beschluss wird für die SRG bis 2029 zu Einbußen von 120 Mio. Franken führen. Dazu kommen 90 Mio. Franken Mindereinnahmen im kommerziellen Bereich und eine teuerungsbefindete Erhöhung der Betriebskosten um mehr als 60 Mio. Franken. Insgesamt muss die SRG bis 2029 nach aktueller Kalkulation also 270 Mio. Franken einsparen. Das entspricht rd.

| **Volksentscheid SRG
am 08.03.2026**



| **SRG-Sparprogramm
„Enavant“ mit Abbau
von 900 Stellen bis
2029**

17 % Prozent ihres Budgets von 2024. Die SRG reagiert bereits jetzt mit einem umfassenden Transformationsplan, der u. a. den Abbau von 900 Vollzeitäquivalenten bis 2029 vorsieht. Noch schwerwiegender wären die Konsequenzen, wenn die wesentlich drastischere Volksinitiative angenommen wird. Eine vergangene Volksinitiative zur vollständigen Abschaffung der Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Schweiz, die sog. „No-Billag“-Initiative, war hingegen 2018 mit 71,6 % zu 28,4 % der Stimmen deutlich als zu radikal abgelehnt worden. Die aktuelle Entscheidungsvorlage stellt im Vergleich dazu mit ihrer scheinbar weniger drastischen Forderung nach Kostensenkung einen Kompromiss dar und hat daher von vorneherein nicht dasselbe Mobilisierungspotential hinsichtlich ihrer Ablehnung.

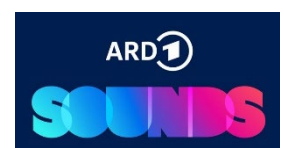
Erst kurz vor der aktuellen Volksabstimmung, nämlich am 04.03.2026, hat das Schweizer Parlament in beiden Kammern das Vorhaben des Schweizer Bundesrats abgelehnt, das publizistische Auslandsangebot der SRG zu streichen. Dabei ging es um eine Einsparung von jährlich 19 Mio. Franken. SRF/3sat wird jeweils hälftig über das Auslandsmandat und durch die SRG finanziert.

Auf Grundlage des aktuell gültigen Telemedienkonzepts des ZDF vom 18.05.2010 sowie auf dessen erste Änderung vom 10.07.2020 produziert das ZDF derzeit sieben aktuell laufende, programmbegleitende Podcasts, die sich an den Inhalten und Köpfen der jeweiligen Formate bzw. Marken orientieren. Zwei davon belegten 2025 in den ma-Podcast-Jahrescharts über alle Podcast-Genres hinweg Platzierungen unter den Top 15, noch vor den Angeboten der ARD oder von DRadio. Sie erreichen so auch ein ZDF-fernes Publikum.

Da das ZDF keine eigenständige Audioplattform betreibt, ist es bei der Distribution eigener Podcasts auf Drittplattformen angewiesen – derzeit u. a. Amazon Music, Apple-Podcasts, Deezer, Spotify und YouTube-Music. Um das Versprechen „... überall dort, wo es Podcasts gibt“ erfüllen zu können, werden die ZDF-Podcasts seit Januar 2026 auch über die Plattformen RTL+, die crossmediale Entertainment-Plattform von RTL Deutschland, sowie zukünftig auch über ARD Sounds, die Nachfolge-Plattform der ARD-Audiothek, veröffentlicht. Diese entwickelt sich zunehmend zu einem gemeinsamen öffentlich-rechtlichen Audioangebot, das bereits Inhalte von ARD, funk, KiKA, DRadio und phoenix bündelt. Damit bedient das ZDF Vorgaben des Medienstaatsvertrags zur Zusammenarbeit mit privaten Rundfunkanbietern bzw. zur

| Schweizer Parlament verzichtet auf Kürzung bei SRG-Auslandsmandat

| Distribution der ZDF-Podcasts nun auch über RTL+ und ARD Sounds



Vernetzung bzw. Stärkung der gegenseitigen Auffindbarkeit öffentlich-rechtlicher Inhalte, und leistet einen Beitrag zur Sicherung der Medienvielfalt.

Die Zulässigkeit des Podcasts-Angebots des ZDF wurde erst vor kurzem durch die bis zum Jahreswechsel für die Rechtsaufsicht zuständige Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg bestätigt. Diese wies eine Beschwerde der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) vollumfänglich zurück, wonach es für die Produktion und Verbreitung reiner Audioformate durch das ZDF an der erforderlichen Rechtsgrundlage fehle; dadurch werde auch gegen europäisches Beihilferecht verstoßen. Die Rechtsaufsicht stellte klar, dass Podcasts als nicht-lineare, rundfunkähnliche Telemedien zulässig und vom Auftrag des ZDF gedeckt sind. Angesichts veränderter Mediennutzungsgewohnheiten sei es im Übrigen erforderlich, dass das ZDF verschiedene Zielgruppen über unterschiedliche Plattformen erreiche, einschließlich Drittplattformen, auf denen Podcasts regelmäßig genutzt würden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk werde seinen Auftrag insofern nur erfüllen können, wenn er sich neuer Verbreitungsmethoden bedienen dürfe.

1.2 Medienbranche

Die anhaltend rückläufigen Umsätze im linearen Werbemarkt und der stetig wachsende Wettbewerbsdruck durch die US-Streamingdienste führen zu weiteren tiefgreifenden Anpassungen bei RTL Deutschland. Das Unternehmen hat im Januar 2026 vor dem Hintergrund seiner wirtschaftlichen Probleme ein umfangreiches Restrukturierungsprogramm angekündigt, das unter anderem einen Abbau von rd. 600 Stellen vorsieht und insbesondere den Informationsbereich RTL News betrifft. Hier werden etwa 230 Arbeitsplätze entfallen, was knapp 40 % des gesamten Personalabbaus entspricht. Mehrere Boulevard- und Magazinformate, darunter „Gala“ (RTL), „Prominent“ (VOX) und verschiedene Kurzformate, werden eingestellt oder zusammengeführt. Die Inhalte des sogenannten „VIP-Segments“ werden künftig unter einer zentralen Markenführung gebündelt.

Begleitend richtet RTL seine Organisation weiter auf digitale Ausspielwege aus. Im Mittelpunkt steht die Stärkung von RTL+ als Plattform für digitale Inhalte. Die verbleibenden journalistischen Kapazitäten werden in zentralen, plattformübergreifenden Newsrooms gebündelt, um Produktionsprozesse zu

| **Strukturwandel bei privaten TV-Konzernen aufgrund von schwachem Werbemarkt und internationalem Wettbewerbsdruck**



vereinheitlichen. Ab Frühjahr 2026 planen RTL und n-tv ein gemeinsames Morgenmagazin im linearen TV, das Effizienzgewinne ermöglichen soll. Inhaltlich fokussiert RTL sein lineares Programmbudget verstärkt auf reichweitenstarke und ereignisorientierte Formate in der Primetime.

Die Maßnahmen verdeutlichen den weltweit anhaltenden Marktdruck: der zwar noch immer sehr profitable lineare TV-Werbemarkt ist kontinuierlich rückläufig, während die digitalen Werbeumsätze vor allem bei den BigTech-Konzernen landen und die notwendigen Investitionen in Technologie und Inhalte Medienunternehmen weltweit zwingen, sich zu immer größeren Einheiten zusammenzuschließen.

Auch bei ProSiebenSat.1 spiegeln die aktuellen Geschäftszahlen die schwierige Lage wider. Auf Basis vorläufiger Zahlen für das Geschäftsjahr 2025 meldet der Konzern einen operativen Gewinn (adjusted EBITDA) von rd. 405 Mio. €. Das entspricht einem Rückgang um 28 % gegenüber dem Vorjahr und liegt unterhalb des zuvor bereits gesenkten Gewinnziels. Der weiterhin schwache Werbemarkt belastete besonders das vierte Quartal, traditionell das Wichtigste für TV-Werbeerlöse. Der Konzernumsatz sinkt auf rd. 3,7 Mrd. € (Vorjahr: 3,9 Mrd. €) und damit an das untere Ende der eigenen Erwartungen. Trotz leichter Verbesserungen weist der Konzern weiterhin eine hohe Verschuldung auf. Im vergangenen Jahr hatte die Berlusconi-Familie ProSiebenSat.1 übernommen. Die neue Konzernstrategie ist noch nicht umfassend kommuniziert worden. Laut Aussagen des neuen CEOs wird die Streamingplattform Joyn aber nicht mehr im Zentrum der Konzernstrategie stehen. Joyn wird zukünftig in der Priorität hinter den linearen Sendern des Konzerns eingeordnet sein.



Der parallel zur nationalen Entwicklung laufende globale Konsolidierungstrend zeigt sich aktuell deutlich am Beispiel des intensiv geführten Übernahmewettbewerbs um Warner Bros. Discovery (WBD), in dessen Rahmen mit Netflix und Paramount Skydance zwei große Medienkonzerne konkurrierende Angebote vorgelegt haben. Der Übernahmewettbewerb setzt selbst Branchenführer Netflix trotz stabiler Marge von knapp 30 % und stark wachsendem Werbeumsatz am Aktienmarkt unter Druck. Hintergrund sind vor allem Befürchtungen, die Finanzierung der geplanten Übernahme durch eine hohe Fremdkapitalbelastung und den Stopp des Aktienrückkaufprogramms könnte das Unternehmen überfordern.

**Übernahmekampf
um Warner Bros. Dis-
covery zeigt den
internationalen
Konsolidierungstrend**



Netflix hatte sich im Dezember 2025 zunächst mit Warner auf eine Übernahme des Streaming- und Produktionsgeschäfts inkl. des Senders HBO zu einem Preis von 83 Mrd. \$ geeinigt. Paramount Skydance bot mit rd. 108 Mrd. \$ für das gesamte Unternehmen inkl. des Nachrichtensenders CNN zwar deutlich mehr, wurde von der WBD-Führung jedoch mehrfach zurückgewiesen, etwa wegen Zweifeln an der Finanzierungsstabilität. Erst, als Netflix sein ursprüngliches Gebot zurückzog, erhielt der Konkurrent, der neben den genannten Sendern nun namhafte Assets wie das Harry-Potter-Franchise mit eigenen Marken („Star Trek“; „Yellowstone“) bündeln kann.



Der Übernahmekonflikt hat auch eine politische Dimension. Präsident Trump äußerte zunächst Vorbehalte gegenüber einer möglichen Netflix-Übernahme, wollte sich dann jedoch aus dem Verfahren heraushalten. Der Ausgang des Bieterkampfes dürfte die Branchenstruktur und auch die Rahmenbedingungen für Qualitätsjournalismus wesentlich beeinflussen.

Die "Washington Post" hat aus Kostengründen Anfang Februar 2026 rd. 300 Journalistinnen und Journalisten entlassen und wird mehrere Ressorts verkleinern oder ganz aufgeben, u. a. die Bereiche Auslands-, Sport- und Literaturberichterstattung. Amazon-Eigentümer Jeff Bezos hatte die Zeitung 2013 für 250 Mio. \$ von der Verlegerfamilie Graham erworben. Beim Kauf der "Washington Post" hatte er angekündigt, sich nicht in redaktionelle Entscheidungen einzumischen. Das hatte sich spätestens im Präsidentenwahlkampf 2024 geändert, als er der Zeitung untersagte, die zuvor übliche Wahlempfehlung auszusprechen, die zugunsten von Kamala Harris vorgesehen war. Ebenso stoppte er eine politische Karikatur, in der die Nähe von Medien- und Tech-Eigentümern zu Trump satirisch dargestellt wurde. Die Eingriffe in die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigten das publizistische Renommee der Zeitung und führten zu erheblichen Abonnementverlusten. Dies gilt wiederum als eine der Ursachen für die finanziellen Schwierigkeiten der Zeitung, die nun zum Stellenabbau führten.

| **Massiver Stellenabbau bei der "Washington Post"**

The Washington Post

Mit der Ernennung von Josh D'Amaro zum neuen CEO von Disney findet die langjährige Suche nach einem dauerhaften Nachfolger für Bob Iger einen Abschluss. D'Amaro war zuletzt Vorsitzender von Disney Experiences und damit verantwortlich für Freizeitparks, Resorts, Kreuzfahrten sowie Lizenzgeschäfte. Er folgt auf Iger, der nach einer problematisch verlaufenen Übergabe an Bob Chapek

| **Personelle Neuaufstellung an der Spitze von Disney**



aus dem Ruhestand zurückgekehrt war, um den Konzern zu stabilisieren.

D'Amaro übernimmt das Unternehmen in einer Phase, in der das Experiences-Segment zum klaren Wachstumstreiber geworden ist. Im 1. Quartal 2026 erwirtschaftete es 38,5% des Konzernumsatzes. Beim operativen Gewinn sind es rd. 72%, im Geschäftsjahr 2025 waren es noch 57%. Unter D'Amaros Verantwortung hat sich dieses Segment zuletzt dynamisch entwickelt und dürfte künftig eine noch wichtigere Rolle für die wirtschaftliche Stabilität des Gesamtkonzerns spielen. Im Vergleich dazu liegt der Umsatzanteil des linearen TV-Geschäfts bei knapp unter 10%, ist aber weiterhin hochprofitabel mit einer operativen Marge von 31,5%. Allerdings macht das TV-Geschäft nur noch 17% des gesamten operativen Ergebnisses aus. Im Geschäftsjahr 2024 waren es noch 22%.

1.3 Medientechnologie

Bereits den zweiten Winter in Folge setzt das ZDF konsequent das Produktionskonzept "Centralized Production" im Wintersport um. Dabei befinden sich zentrale Produktionsfunktionen nicht mehr überwiegend am Veranstaltungsort, sondern in der Zentrale in Mainz. Seinen Ursprung hatte diese Produktionsform bei den Sportgroßereignissen seit 2017, wurde in den vergangenen Jahren stetig weiterentwickelt und hat nun die Reife, auch bei vielen Produktionen zuverlässig eingesetzt zu werden. Dadurch wird die Vor-Ort-Präsenz erheblich reduziert, wodurch Kosten sinken und der CO₂-Footprint verkleinert wird. "Centralized Production" ist damit ein wichtiger Bestandteil der ZDF-Nachhaltigkeitsstrategie. Auf dem ZDF-Campus im Mainz kommt dabei sowohl stationäre als auch mobile Technik zum Einsatz, die die Basis für teilweise zehnstündige Sendetage bildet.

Parallel zu den Wintersport-Regelproduktionen erfolgten die produktionellen Vorbereitungen für die Olympischen Winterspiele 2026. Das National Broadcast Center (NBC) auf dem Mainzer Lerchenberg bildet erneut die gemeinsame zentrale Basis für die Berichterstattung von ZDF und ARD. Dort befindet sich neben zentralen Funktionen wie Regien, Schaltraum, Postproduktion und Kommentatorenplätzen auch das von ZDF und ARD gemeinsam genutzte Präsentationsstudio.

Das ZDF sendete rd. 100 Stunden Live-Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen und bot zudem bis zu sieben parallele

"Centralized Production" im Wintersport



Livestreams mit weiteren rd. 700 Stunden über sportstudio.de und über das ZDF-Streaming-Portal.

1.4 ZDF-Finanzsituation

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) hat am 20.02.2026 ihren 25. Bericht an den Vorsitzenden der Rundfunkkommission der Länder übergeben und auf [ihrer Homepage](#) veröffentlicht. Obwohl es sich nach dem üblichen Turnus beim 25. KEF-Bericht um einen Zwischenbericht handelt, hat die Kommission unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Entwicklungen seit dem 24. Bericht eine neue, reduzierte Beitragsempfehlung zur Beitragshöhe abgegeben. Die KEF empfiehlt eine Beitragserhöhung auf 18,64 € zum 01.01.2027. Für den ZDF-Anteil bedeutete dies eine Anhebung um 0,11 € auf 4,80 €. Die Empfehlung basiert insbesondere auf der Annahme einer weiteren Stabilisierung der Beitragserträge.

| **25. KEF-Bericht
veröffentlicht**

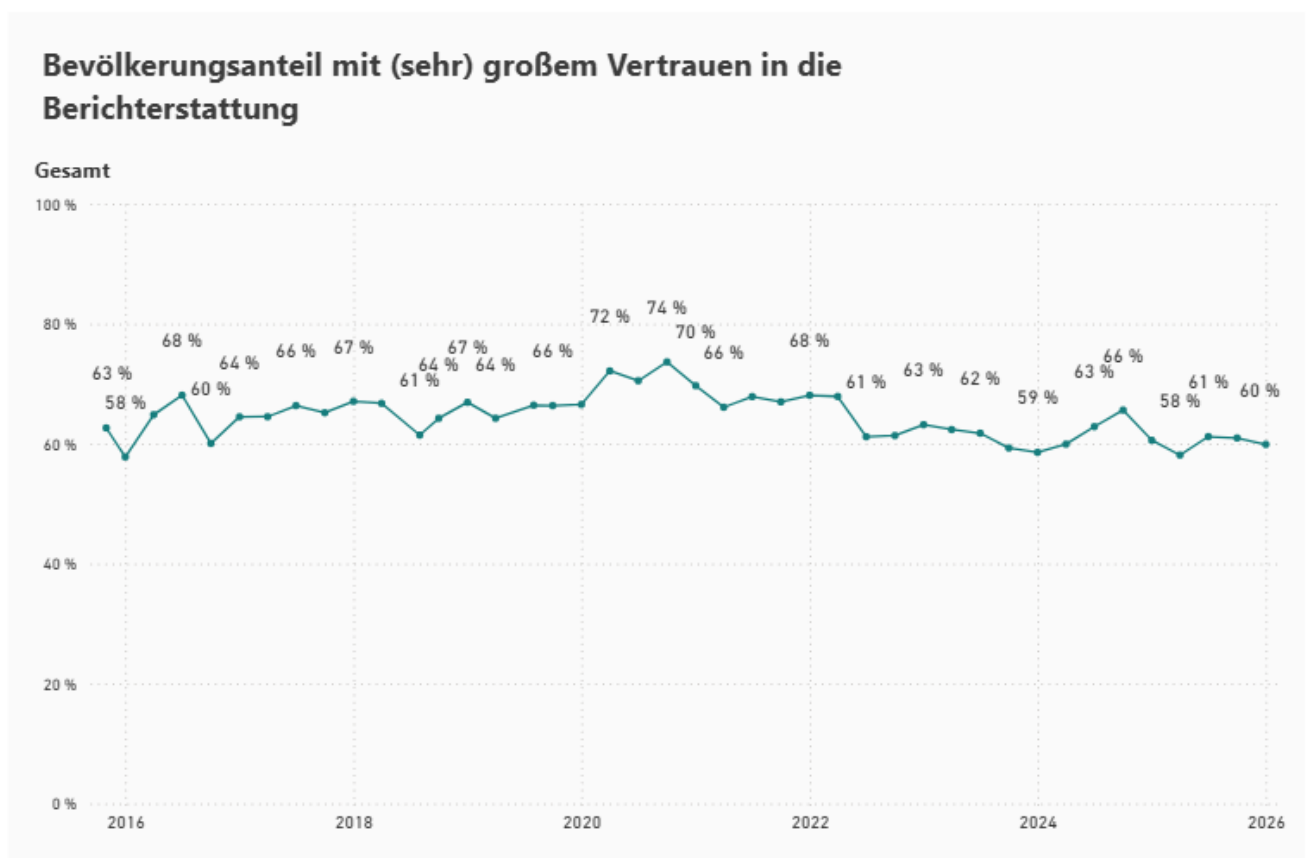
Die festgestellten Aufwendungen liegen im 25. Bericht per Saldo über der letzten Anerkennung. Hier wirken insbesondere die realisierten Preissteigerungen der zurückliegenden Jahren nach, die über den Erwartungen der Kommission lagen.

2. Entwicklung und Akzeptanz der ZDF-Programme

2.1 Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Im aktuellen „Politbarometer“ aus dem Januar 2026 hat die Forschungsgruppe Wahlen (FGW) zum 42. Mal im Vierteljahresrhythmus nach der Glaubwürdigkeit der Berichterstattung von ARD und ZDF gefragt. Dabei äußerten 60 % der Befragten sehr großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Dieser Wert weicht seit Mitte des vergangenen Jahres kaum ab.

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



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 1.245 Wahlberechtigte ab 16 Jahren. Repräsentative Befragung in der KW 3/2026. 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.

2.2 ZDF-Programmfamilie im Wettbewerb



November 2025

ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung

Kontakt:

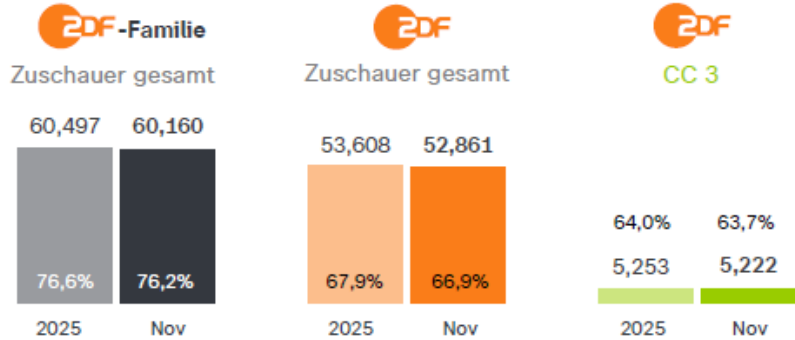
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

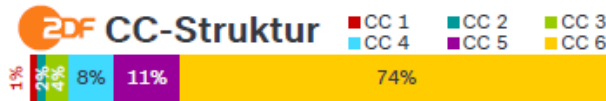
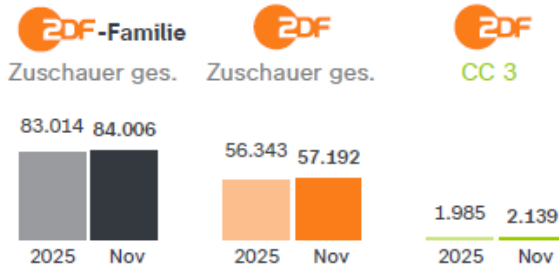
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolume in Mio. Min.

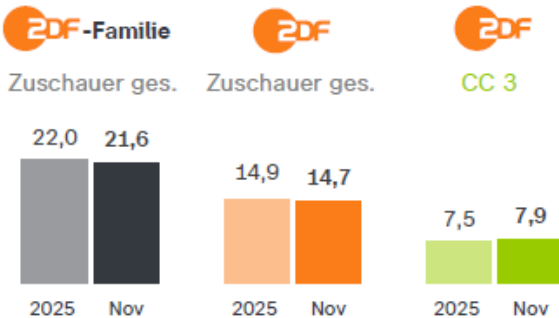


Vergleichssender

Sender	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	57.912	2.139	2
ARD	49.000	1.857	4
RTL	27.133	2.279	1
VOX	17.276	1.865	3
SAT.1	17.558	1.718	6
Pro7	9.948	1.840	5

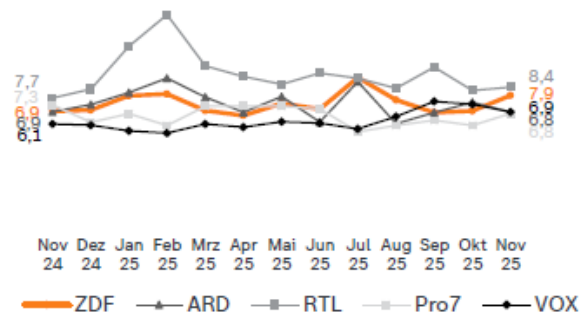


Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf

CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

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

Infobox

- Im November steigert sich das ZDF in CC 3 deutlich gegenüber dem Vorjahresmonat und belegt Platz zwei im Senderranking. Es ist der höchste CC 3-November-Marktanteil seit dem FB WM November 2022.
- In CC 3 liegen *sportstudio live: FB WM_Quali*, *Deutschland vs. Slowakei* und *das heute journal* in der Halbzeitpause im November nach Sehbeteiligung an der Spitze der TOP-20-Sendungen. Die *heute-show* rangiert mit vier Ausgaben auf den Plätzen 11, 12 13 und 15 vor *Aktenzeichen XY* auf Platz 16.
- Insgesamt und auch in CC 3 sinkt die ZDF-Nettoreichweite gegenüber November 2024. Es werden 67% bzw. 64% der potenziellen Zuschauer*innen mindestens einmal im November mit dem ZDF erreicht. Das ist ein Rückgang um -5 bzw. -4 Prozentpunkte.

Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE; Marktstandard Bewegtbild



Dezember 2025

ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung

Kontakt:

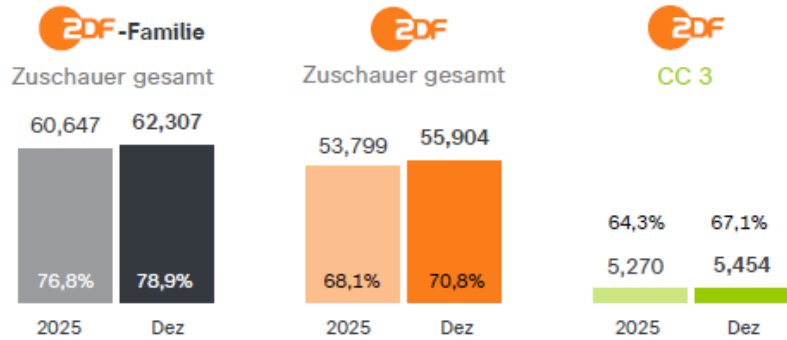
Telefon: +49 6131 70-15483

E-Mail:

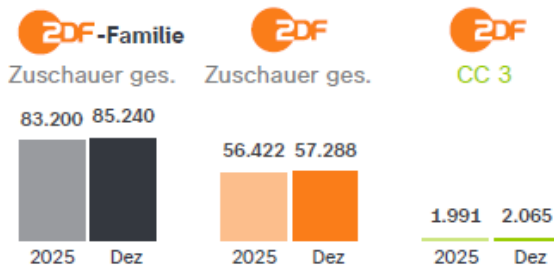
Medienforschung_Analyse_Beratung@zdf.de



Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



Monats-Sehvolumen in Mio. Min.

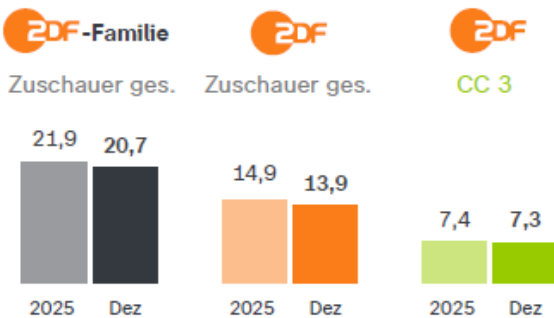


Vergleichssender

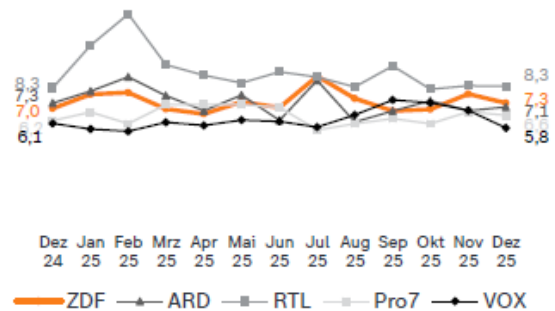
Sender	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	57.288	2.065	2
ARD	52.539	2.000	3
RTL	30.156	2.358	1
VOX	16.670	1.631	6
SAT.1	18.083	1.977	4
Pro7	11.874	1.855	5



Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Sender	2025 (%)	Δ	Sender	2025 (%)	Δ
ZDF	13,9	(-0,8)	RTL	8,3	(-0,1)
ARD	12,8	(+0,2)	ZDF	7,3	(-0,6)
RTL	7,3	(+0,3)	VOX	7,1	(+0,3)
SAT.1	4,4	(-0,1)	ARD	7,0	(+0,7)
VOX	4,1	(-0,3)	Pro7	6,6	(-0,2)
Pro7	2,9	(+0,3)	SAT.1	5,8	(-1,1)
NDR	2,8	(-0,1)	RTL ZWEI	4,6	(-0,7)
ZDFneo	2,7	(-0,2)	Kabel 1	4,2	(+0,1)
Kabel 1	2,6	(-0,1)	Sky D ges	3,1	(-0,6)
WDR	2,5	(+0,1)	ZDFneo	2,5	(+2,0)

Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; Marktstandard Bewegtbild

Infobox

- Im Dezember verliert das ZDF in **CC 3** deutlich gegenüber dem Vorjahresmonat, belegt aber weiter Platz zwei im Senderranking. Auch beim Gesamtmarktanteil zeigen sich Verluste.
- In **CC 3** liegen *sportstudio live: FB DFB-Pokal Union Berlin vs. Bayern München* und das *heute journal* in der Halbzeitpause im Dezember nach Sehbeteiligung an der Spitze der Top 20-Sendungen. Die *heute-show* rangiert mit drei Ausgaben auf den Plätzen 3 bis 5 vor *Willkommen 2026* und der danach gesendeten *heute Xpress*.
- Insgesamt und auch in **CC 3** sinkt die ZDF-Nettoreichweite gegenüber Dezember 2024. Es werden 71 % bzw. 67 % der potenziellen Zuschauer*innen mindestens einmal im Dezember mit dem ZDF erreicht. Das ist ein Rückgang um jeweils -4 Prozentpunkte.

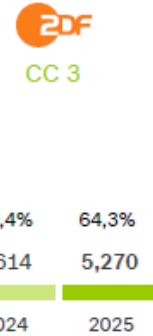
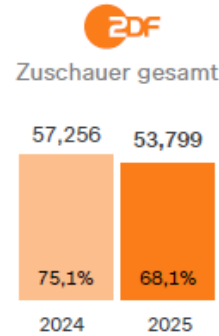
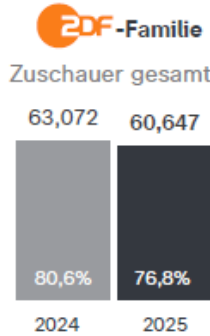


Jahr 2025

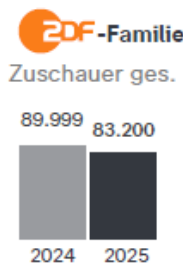
ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung

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

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %

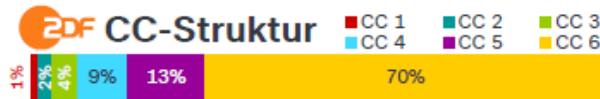


Monats-Sehvolume in Mio. Min.

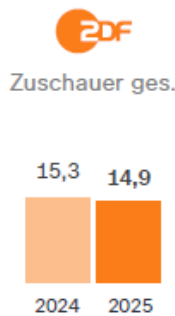
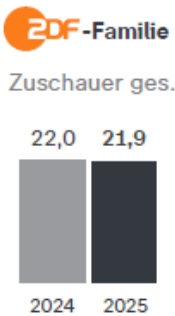


Vergleichssender

	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	56.422	1.991	2
ARD	48.065	1.991	2
RTL	29.327	2.516	1
SAT.1	17.336	1.809	4
VOX	16.111	1.676	6
Pro7	10.293	1.746	5

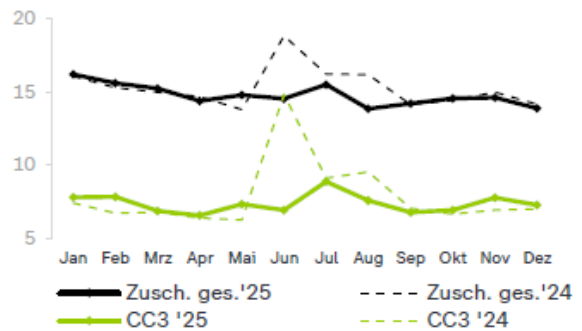


Marktanteil in %



Marktanteil im Monatsverlauf

Zuschauer gesamt & CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

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

Quelle: AGF-Videoforschung; AGF SCOPE; bis '23 Marktstandard TV, ab '24 Bewegtbild

Infobox

- 2025 werden in Deutschland pro Monat im Schnitt 89,8% (70,886 Mio.) der Bevölkerung mit TV erreicht. Damit sinkt die prozentuale TV-Monatsreichweite gegenüber 2024 um 2%. Die Verluste der ZDF-Familie liegen bei 5% und sind damit überdurchschnittlich hoch. Das gleiche Verlust-Verhältnis zeigt sich auch in CC 3.
- Die ZDF-Senderfamilie liegt 2025 nach Marktanteil auf Platz zwei im Senderfamilienranking. Die Verluste des Hauptprogramms werden durch Gewinne bei ZDFneo, phoenix, 3sat und Arte fast ausgeglichen.
- Das Hauptprogramm verliert 2025 unter anderem durch den Wegfall der Sport-Events an TV-Nutzung. Vor allem im Sommer sind die Monatsmarktanteile deutlich schwächer als 2024. In CC 3 teilt sich das ZDF 2025 Platz 2 im Senderranking mit der ARD.

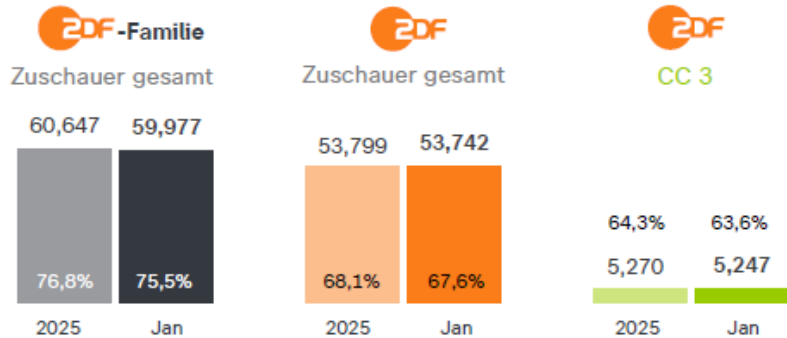


Januar 2026

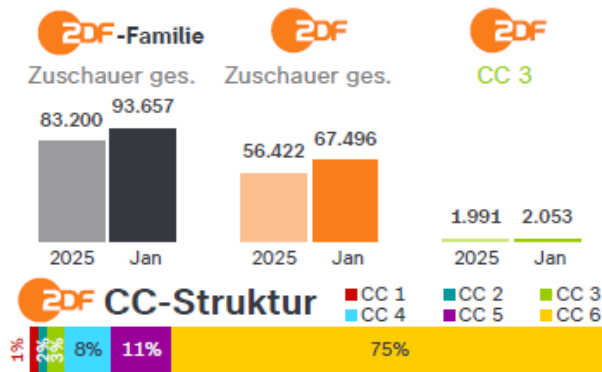
ZDF AUDIENCE
Medienforschung & Beratung

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

Monats-Netto-Reichweite in Mio. und %



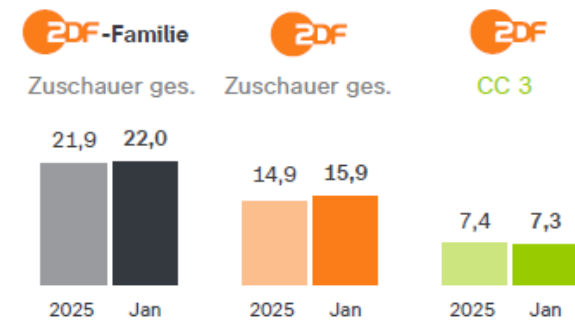
Monats-Sehvolumen in Mio. Min.



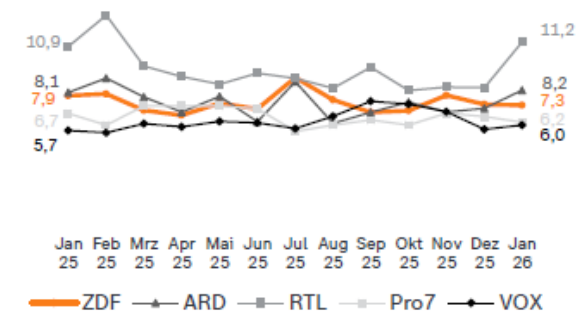
Vergleichssender

Sender	Zuschauer gesamt	CC 3	Platz
ZDF	67.496	2.053	3
ARD	58.650	2.315	2
RTL	36.578	3.158	1
VOX	17.077	1.706	5
SAT.1	16.681	1.642	6
Pro7	11.127	1.756	4

Marktanteil in %



Vergleichssender im Monatsverlauf CC 3 | MA in %



Top 10 Sender MA in %

Sender	2025 (%)	Jan (%)	Änderung
ZDF	15,9	15,9	(+1,2)
ARD	13,8	13,8	(+1,2)
RTL	8,6	8,6	(+1,6)
VOX	4,0	4,0	(-0,4)
SAT.1	3,9	3,9	(-0,6)
NDR	2,8	2,8	(-0,1)
Pro7	2,6	2,6	(±0,0)
ZDFneo	2,5	2,5	(-0,4)
Kabel 1	2,4	2,4	(-0,3)
RTLup	2,4	2,4	(+0,1)
RTL	11,2	11,2	(+2,9)
ARD	8,2	8,2	(+1,1)
ZDF	7,3	7,3	(±0,0)
Pro7	6,2	6,2	(-0,4)
VOX	6,0	6,0	(+0,2)
SAT.1	5,8	5,8	(-1,2)
RTL ZWEI	4,8	4,8	(+0,2)
Kabel 1	4,5	4,5	(+0,3)
Sky D ges	3,7	3,7	(+0,6)
RTLup	2,5	2,5	(+0,8)

Infobox

- Das ZDF startet insgesamt als Marktführer ins neue Jahr. In CC 3 rangiert es auf dem dritten Platz.
- Die Monatsnetto Reichweite, das Monatssehvolumen und der Marktanteil des ZDF-Hauptprogramms liegen im Januar unter den Werten des Vorjahresmonats – insgesamt und in CC 3.
- Interessant ist allerdings die vor allem dank CC 5 und CC 6 stabile Verweildauer bei Zuschauenden gesamt – 103 Minuten pro Tag (+1 Min.).
- Die zuschauer*innenstärkste ZDF-Sendung in CC 3 ist im Januar *sportstudio live: Handball-EM Deutschland vs. Spanien*, die in der Hitliste über alle Sender auf Platz 12 rangiert – hinter zwei Handballspielen bei der ARD (Platz 1 und 4) und einer Reihe von *Dschungelcamp*- Ausgaben.

Quelle TV: AGF Videoforschung; AGF SCOPE ; Marktstandard Bewegtbild

2.2.1 Hauptprogramm und Streaming-Portal

Im Winter haben mehrere auffällige fiktionale Event-Angebote von Wettbewerbern mit geschichtlichem Einschlag von sich reden gemacht – darunter die originelle, aber historisch nicht akkurate und kaum nachgefragte Biopic-Produktion „Mozart/Mozart“ und die norddeutsche Western-Serie „Schwarzes Gold“ über den Ölboom in der Lüneburger Heide um 1900, beide in der ARD. Die non-lineare Distributionsstrategie des Serienfinales von „Schwarzes Gold“ ging dabei auf: Die beiden letzten Folgen, die nicht im TV gesendet wurden und nur in der ARD-Mediathek abgerufen werden konnten, hatten die höchste Sehbeteiligung und die höchste Verweildauer. Am Tag nach der Ausstrahlung der ersten vier Folgen erreichten sie das mit Abstand höchste Sehvolumen unter allen Folgen.

Amazon Prime setzte zum Jahreswechsel einen Akzent mit einer Art „Prequel“ zu dem Sketch „Dinner von One“ von 1963, und schloss damit an eine öffentlich-rechtliche Programmierungstradition an. Die mit großen Namen besetzte deutsche Produktion „Miss Sophie“ konnte so von sich reden machen.

Auch RTL programmierte für öffentlich-rechtlich geprägtes Publikum und setzte damit seine Strategie fort, ältere Zuschauer anzusprechen, in dem es die österreichischen „Sissi“-Historienfilme aus den 1950er Jahren zeigte. Die ursprünglich zum gleichen Zweck eingeführten Nachrichten um 22:25 Uhr wurden dagegen zugunsten des Audience Flows und für eine bessere Vermarktung des Spätabends wieder aufgegeben.

Der HR setzte abermals eine Programmaktion mit Publikum um, um den Meinungs Austausch zu fördern: Das Dialogprojekt „Eine Stunde reden“ schloss an die Erfahrung mit dem Film „Was bewegt euch, Hessen?“ 2024 an und unterstrich die Fähigkeit von Medien, den Meinungs Austausch zu fördern und Meinungsvielfalt abzubilden.

„Home is where the Mic is“, ein ebenfalls vom HR produzierter Dreiteiler über die Frankfurter Comedyszene und Stand-Up-Comedy aus migrantischer Perspektive, steht in der Tradition der Doku-Serien zu Jugend- und Popkultur des Senders, wie etwa zur Geschichte des deutschen Hiphop oder zur elektronischen Musik.

HBO Max versuchte seinen Launch auf dem deutschen Markt mit der Vermarktung als Olympia-Plattform zu verbinden. Trotz Star-Aufgebot und Aufwand vor Ort bleibt aus Publikumperspektive

| Aktuelle
Marktbeobachtungen
linear/non-linear
Winter



die Differenzierung des Angebots über die HBO-Discovery-Sender, darunter Eurosport, diffus.

Vor der Sky-Übernahme baute RTL die Content-Partnerschaft mit einem kleinen Bundesliga-Rechtepaket aus. Der Sender strahlte im Januar und Februar zwei Bundesliga-Partien im Free-TV aus und versuchte sich damit auf dem begehrten Fußball-Markt zu positionieren.

Seine Kompetenz im Informationsbereich unterstrich das ZDF im Dezember mit gleich zwei Sonderanstrengungen rund um die Ukraine-Gespräche in Berlin. Der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj stellte sich in einem knapp 40-minütigen Interview exklusiv den Fragen von Markus Lanz. Im Mittelpunkt standen mögliche Zugeständnisse der Ukraine, die unterschiedlichen internationalen Friedenspläne sowie die Bedingungen für einen tragfähigen und gerechten Kompromiss für sein Land. Mehr als 300.000 Abrufe rund um die Veröffentlichung unterstrichen das große Interesse. Die deutsche Perspektive lieferte die Sendung „Was nun, Herr Merz?“. Darin ging es insbesondere um neue Sicherheitsgarantien für Kiew und den Einsatz des eingefrorenen russischen Staatsvermögens zur Unterstützung der Ukraine.



Die aktuelle Berichterstattung war direkt zu Jahresbeginn stark gefordert: Den US-Angriff auf Venezuela und die Verhaftung von Präsident Maduro haben zwei „ZDFheute live“-Sendungen sowie ein „ZDFspezial“ ausführlich beleuchtet. Auch in den Regelformaten und non-linear via „ZDFheute“ bzw. den „ZDFheute“-Social-Media-Kanälen wurden die Zuschauerinnen und Zuschauer durchgehend detailliert informiert.

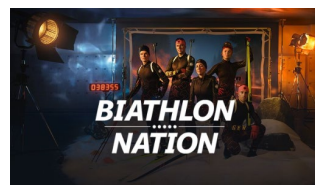
Kurz darauf gab es mit den zunehmenden Protesten in Iran Anlass für erneute Sondersendungen. Diese waren wegen der unübersichtlichen Lage und der schwierigen Bedingungen besonders herausfordernd: Die Kommunikation nach draußen war kaum möglich, die Informationsbeschaffung im Iran äußerst schwierig, die Drehmöglichkeiten zumindest eingeschränkt. Korrespondentin Phoebe Gaa war eine der wenigen westlichen Berichterstatte(r)innen vor Ort und so konnte das ZDF die Menschen dennoch auf allen Auspielwegen gut informieren. Neben der Berichterstattung in den aktuellen Sendungen gab es bei „ZDFheute live“ Mitte Januar viermal ausführlichere Einordnungen und Hintergründe; der „heute journal-Podcast“ am 15.01.2026 bot seltene Einblicke zur Lage im Land und zu den Schwierigkeiten der Berichterstattung.

Innenpolitisch steht das Frühjahr 2026 im Zeichen der Landtagswahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Die aktuellen Sendungen und Magazine berichten seit Jahresanfang regelmäßig über Wahlkampf, Spitzenkandidaten und Themen, gebündelt zu finden als Themenschwerpunkte bei „ZDFheute“. Anfang März sind zwei längere Dokumentationen der jeweiligen Landesstudios geplant, die nah an den Menschen von den Herausforderungen in den beiden Bundesländern erzählen. In der heißen Wahlkampfphase und insbesondere an den Wahlabenden können sich die Zuschauer auf eine gewohnt umfangreiche Begleitung mit Zahlen, Analysen und Gesprächen verlassen.

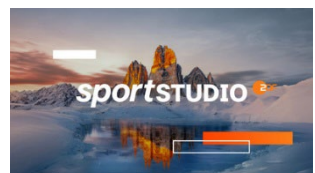
Wichtiges Feld war in den vergangenen Monaten die Sport-Berichterstattung (s. auch FR 18/25). Das ZDF hat in der Wintersport-Saison 2025/2026 umfassend live von den Weltcup-Wettkämpfen berichtet – im bewährten Wechsel mit der ARD. An insgesamt 39 Sendetagen hat das ZDF bis März 2026 rund 190 Stunden Wintersport übertragen, hinzu kommen zahlreiche Livestreams. Über die Social-Media-Kanäle konnten die Wettbewerbe verfolgt, kommentiert und diskutiert werden. News und Ergebnisse gab es im Sportressort des „ZDFheute“-Portals, im Streaming-Portal standen außerdem Highlight-Videos, ausgewählte Interviews und einzelne Wettbewerbe in voller Länge zum Abruf bereit.



Flankiert wurde das Wintersport-Programm von hintergründigen Dokumentationen und Porträts – darunter die fünfteilige Doku-Serie „Biathlon Nation. Ein Team. Eine Mission.“ Sie begleitete die Sportlerinnen und Sportler durch ein dramatisches Jahr und zeigte Tränen, Druck und emotionale Momente aus dem Innenleben des Teams. Auch erzählte sie vom knallharten Konkurrenzkampf und dem Ringen um die Rückkehr in die Weltspitze.



Der Höhepunkt der Wintersport-Saison waren bzw. sind dann die Olympischen Spiele in Mailand und Cortina d'Ampezzo im Februar bzw. die Paralympics bis Mitte März an gleicher Stelle. Das ZDF hat die olympischen Wettbewerbe in rd. 100 Stunden im TV und in 700 Stunden ZDF-Livestreams übertragen.



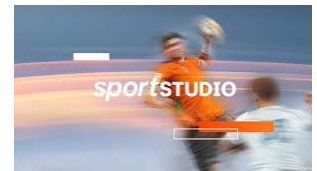
Das Herzstück des Online-Angebots bildeten die bis zu sieben parallelen Livestreams an jedem Olympia-Tag. Zum ersten Mal kam im Streaming-Portal der Multistream-Player zum Einsatz, der für eine strukturierte und funktionale Nutzer-Führung mit dem Feature Bild im Bild sorgte. Der Wechsel zwischen den Livestreams sollte

dadurch erleichtert und das Angebot insgesamt übersichtlicher gestaltet werden.

Neben dem Live-Sport garantierte ein umfangreiches Video-Angebot non-linear den olympischen Rundumblick. Für die schnellen Infos zwischendurch gab es plattformgerechte Inhalte auf den Social-Media-Kanälen bei Instagram, TikTok und YouTube. Der WhatsApp-Newsletter informierte über anstehende Übertragungen und lieferte die wichtigsten News.

Auch über die Winter-Paralympics wird ausführlich berichtet. Linear waren die ersten fünf Tage im ZDF zu erleben. Rund 130 Stunden Paralympics bieten sportstudio.de und das Streaming-Portal insgesamt – darunter alle Wettkampf-Entscheidungen mit deutschen Athletinnen und Athleten.

Die für das deutsche Team erfolgreiche Handball-EM im Januar unterstreicht die Bedeutung von Sport-Events fürs Programm. Das ZDF zeigte im Wechsel mit der ARD die Spiele mit deutscher Beteiligung live im TV, viele weitere EM-Spiele gab es im Livestream. Das Angebot wurde sowohl linear als auch non-linear sehr gut angenommen: So war die TV-Nutzung noch höher als bei der bereits sehr erfolgreichen EM 2024, und der Marktanteil insbesondere bei Jüngeren gegenüber dem Senderschnitt deutlich überdurchschnittlich. Das EM-Finale der deutschen Mannschaft gegen Dänemark im ZDF erreichte 13,034 Millionen Zuschauer (50,5 % MA). Das ist der beste Wert bei einer Handball-EM-Spielübertragung im TV.



Die 22 Event-Livestreams erzielten insgesamt 8,92 Mio. Views – deutlich mehr als bei vergangenen Events. Das Endspiel war auch im Streaming mit 1,98 Mio. Views am besten abgerufen. Im „sportstudio“-Kanal auf YouTube erzielten die Videos zur Handball-EM insgesamt drei Mio. Views.

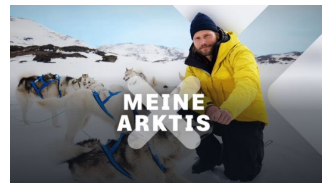
In den zurückliegenden Monaten hat das ZDF erneut eine Vielzahl aufwändiger Dokumentationen und Reportagen gesendet. In der zweiteiligen „auslandsjournal“-Doku „The Chinese Dream – 24h junges China“ trafen die ZDF-Korrespondentinnen Elisabeth Schmidt und Miriam Steimer junge Chinesinnen und Chinesen, die sie in ihre Wohnungen schauen ließen und ihre Geschichten erzählten – mutig und unangepasst. So entstand ein differenziertes Bild über eine Generation, die mit den Traditionen bricht, über ihre Träume, Hoffnungen und Ziele.



Ein weiteres Auslandskorrespondenten-Format ist die Reportage-Reihe „Megacitys – wenn es Nacht wird in ...“. Darin tauchen ZDF-Korrespondentinnen und Korrespondenten in Millionenstädte ein – vom pulsierenden Nachtleben bis zu Straßengangs. Der Fokus auf die Nacht ermöglicht unerwartete Einblicke und ungewöhnliche Erzählansätze. In der neuesten Folge ging es um Toronto, Schmelztiegel verschiedenster Kulturen und Kanadas größte Stadt, die scheinbar das Versprechen einer funktionierenden Multikulti-Metropole einlösen kann.



Um außergewöhnliche Lebensbedingungen inmitten grandioser Landschaften ging es in der zweiteiligen „Terra X“-Dokumentation „Sebastian Ströbel – Meine Arktis.“ Klirrende Kälte, unendliche Weite, majestätische Gletscher – die Arktis steht für pures Abenteuer. Auch der Darsteller der ZDF-Serie „Die Bergretter“ ist davon magisch angezogen. Der Film zeigte, wie die Menschen es schaffen, dort zu (über-)leben, und vor welchen Herausforderungen sie stehen.



2024 begleitete das Social-Factual „Magic Moves“ Kinder mit halbseitiger Körperlähmung, die an einem medizinisch begleiteten Camp des Zauberkünstlerduos Ehrlich Brothers teilnahmen. Durch spielerische Zauberei trainierten sie Hirnareale, verbesserten ihre motorischen Fähigkeiten und stärkten ihr Selbstbewusstsein. Ein Jahr später besucht die „37°“-Reportage „Mut durch Magie – Zaubern als Therapie“ vier Familien erneut, um zu sehen, ob das Erlernte im Alltag nachwirkt. Entstanden ist eine berührende Reportage, die zeigt, wie selbstbewusst die Kinder heute durchs Leben gehen.



Rund um Weihnachten und den Jahreswechsel sorgten fiktionale Produktionen für die passende Stimmung. Die neue Staffel „Ku'damm 77“ führte die Saga um die Familie Schöllack und ihre Tanzschule fort: Drei Generationen unter einem Dach, familiäre Konflikte, alte Geheimnisse und neue Lebensentwürfe prägten den Ton. Zwischen Discofieber, gesellschaftlichem Wandel und politischer Spannung entwickelte die Reihe erneut starke Frauenfiguren und eine dichte emotionale Dramaturgie. Die begleitende Doku ordnete das Jahr 1977 historisch ein und vertiefte zentrale Themen der Serie – von RAF-Terror und Stasi-Druck bis zu Fragen von Gleichberechtigung, Rassismus und Generationenkonflikten. Reale Zeitzeugen und parallele Schicksale machten deutlich, wie nah Fiktion und Geschichte beieinanderliegen.



Der festliche Ensemblefilm „Weihnachten im Olymp“ mit hochkarätiger Besetzung erzählte von Heiligabend im fiktiven Luxus-Kaufhaus Olymp: Direktorin Lale begegnet unerwartet ihrer Jugendliebe, während Figuren unterschiedlichster Hintergründe – vom Security-Mitarbeiter bis zur alleinerziehenden Mutter – aufeinandertreffen. Entstanden ist eine warmherzige Erzählung über Nostalgie, Liebe und zweite Chancen.



Die Comedyshow „Welke & Pastewka – Wiedersehen macht Freude!“ nahm das Publikum mit auf eine humorvolle Zeitreise durch über 60 Jahre TV-Geschichte. Oliver Welke und Bastian Pastewka präsentierten sich gegenseitig kuriose Archivschätze, kommentierten Unterhaltungsklassiker pointiert und begrüßten hochkarätige Studiogäste. Ein Format, das Fernsehnostalgie, Witz und Wiederentdeckungen verbindet und damit gut ins Jahreswechselprogramm passt.



Lutz van der Horst und Fabian Köster präsentierten rund um den Jahreswechsel vier neue Ausgaben von „heute-show spezial“. So konnten die Fans der regulären Sendung auch in der Winterpause auf ihre Kosten kommen. In „Das war 2025“ blickten die beiden Comedians auf ihre prägnantesten politischen Einsätze zurück, zum Jahresauftakt 2026 wagten sie in „Was wir auch 2026 nicht lösen werden“ einen Blick in die Zukunft. Ergänzend dazu interviewte Fabian Köster in „Next Stop Köster“ gewohnt bissig einen prominenten Fahrgast im Aufzug, diesmal Vizekanzler Lars Klingbeil über dessen politischen Werdegang, das Sondervermögen der Bundesregierung und den Klimaschutz, und versorgte den Minister mit pointierten Finanztipps.



Mit dem „Silvesterkonzert aus der Semperoper Dresden“ und dem „Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker“ stellte das ZDF seine musikkulturelle Kompetenz unter Beweis. Hier zeigte sich erneut, dass große Klassik einem breiten Publikum sowohl im linearen ZDF als auch im ZDF-Streamingportal zugänglich gemacht werden kann, und gleichzeitig auch Kritiker erfreut.



Die große Silvestershow „Willkommen 2026“ kam erstmals live aus der Hamburger HafenCity – mit Andrea Kiewel und Johannes B. Kerner auf einer schwimmenden Bühne sowie zahlreichen nationalen und internationalen Musik-Acts. Ein atmosphärisches Großevent mit starkem musikalischem Line-up und hohem Publikumsappeal.

2.2.2 Programme der Digital- und Partnerprogramme

Zum Holocaust-Gedenktag am 27. Januar gestaltete ZDFinfo einen langen Dokutag – mit der Auftragsproduktion „Verbotene Liebe – Queere Überlebende der NS-Diktatur“ in der Primetime. Für den Film begaben sich Jannik Schümann, Julia Monro und Kerstin Thost auf Spurensuche und stießen auf drei außergewöhnliche Lebensgeschichten; Biografien, die von Verfolgung und Erniedrigung, aber auch von Mut, Widerstand und unbändigem Überlebenswillen gezeichnet sind. Auch ARTE sowie 3sat setzten anlässlich des Gedenktags einen Akzent und sendeten umfangreiche non-fiktionale und fiktionale Programme zum Thema.



Die ZDFinfo-Auftragsproduktion „Die gefährlichsten Firmen der Welt“ thematisiert in zwei Folgen den Einfluss, den globale Digitalkonzerne nicht nur auf unseren Alltag, sondern auch auf die politische Stabilität und globale Wirtschaft ausüben. Die Filme zeigen, wie aus idealistischen Visionen in der Hippie-Ära ein milliardenschweres Geschäftsmodell mit Überwachung, Datenhandel und Manipulation geworden ist – und warum viele Menschen heute kaum noch ohne diese Konzerne leben können. Sie zeigt, wie Daten, Algorithmen und Plattformen die Gesellschaft verändern – und wie schwer sie noch zu kontrollieren sind.

Der 3sat-Film „Das Kentler-Experiment – staatlich finanzierter Kindesmissbrauch“ beleuchtete die Hintergründe eines fatalen Behördenversagens. Über drei Jahrzehnte schickten Berliner Jugendämter ab Ende der 1960er Jahre schwer erziehbare Minderjährige zu pädophilen Straftätern – unter Aufsicht des renommierten Sexualwissenschaftlers Helmut Kentler. Wie konnte das geschehen? Die Dokumentation erzählte die bewegende Geschichte eines Opfers, das bis heute mit den Folgen zu kämpfen hat, und befragte Weggefährten und Fachleute, die das Kentler-Experiment aufarbeiten.



Die sechsteilige True-Crime-Serie „Take the Money and Run“ von ZDFneo beruht auf wahren Begebenheiten und zeigte Aufstieg und Fall einer der größten Finanzbetrügerinnen aller Zeiten: Dr. Ruja Ignatova. Die Deutsche, deren bulgarische Staatsbürgerschaft aberkannt wurde, verschwand 2017 mit Milliarden aus der vorgeblichen Kryptowährung OneCoin. FBI, BKA und Interpol jagen sie bis heute.



An eine jüngere Zielgruppe richtet sich die neue Comedy-Gameshow „Neo Social Club“ mit Laura Larsson, eine deutsche Adaption der US-Show „After Midnight“. In jeder der acht Folgen lädt Host Laura Larsson drei Personen aus Comedy, Medien und Internetkultur ein und präsentiert Publikum und Gästen skurrile Fundstücke aus den Untiefen des Internets. Der Job der Gäste: Mit lustigen Antworten auf Lauras Fragen antworten und damit Punkte sammeln.



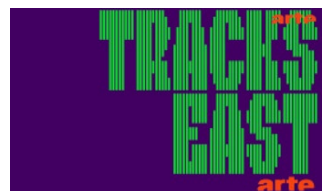
In Zusammenarbeit mit der Hauptredaktion Kultur entstand fürs Kinderprogramm „Rudi Rabissimo“, ein Format, das musikalische Bildung, humorvolle Erzählweise und prominente Klassik-Expertise miteinander verbindet. Rabe Rudi entdeckt darin aus der Sicht eines Fünfjährigen gemeinsam mit international renommierten Klassik-Stars wie Anne-Sophie Mutter und Sarah Willis die Welt der Musik. Gemeinsam mit ihnen lernt er Instrumente kennen, hört Geschichten aus ihrer musikalischen Kindheit und erlebt spielerisch, wie Musik entsteht.



Mit „Magic Pranks – Ausgetrickst mit den Ehrlich Brothers“ erweitern KiKA und ZDF die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Zauberkünstlern Andreas und Chris Ehrlich, die sich bereits in früheren Produktionen durch ihr gutes Gespür für Kinder ausgezeichnet haben. In dem vierteiligen Format haben Kinder die Gelegenheit, Personen aus ihrem Umfeld mit Unterstützung der Magier hereinzulegen, entweder direkt mit ihnen oder gemeinsam mit Prank-Partnerin Jeannie Wagner.



Mit Dokumentationen, Reportagen und Magazinbeiträgen, u. a. in „Tracks East“, begleitet ARTE die Entwicklungen im Iran. „Iran – Wut aufs Regime“ beleuchtet die Hintergründe der seit 2009 immer wieder aufbegehrenden iranischen Demokratiebewegungen, und gibt Menschen eine Stimme, die mit Protesten ihr Leben riskierten.



Der Dokumentarfilm „Nilas Traum im Garten Eden“ folgt Leyla und ihrer Tochter Nila, die laut iranischem Gesetz als uneheliches Kind nicht existiert. Ein bewegendes Kapitel iranischer Geschichte zeigt auch die Kulturdokumentation „Googoosh – Made of Fire“, die das Leben der iranischen Pop-Ikone Googoosh porträtiert.



Auf arte.tv ist zudem die fortlaufend aktualisierte Kollektion „Iran - Schwerste Unruhen seit Jahren“ verfügbar. Ergänzt wird das dokumentarische Angebot mit einer Kollektion iranischer Spielfilme. Filmemacherinnen und Filmemacher wie Mohammad

Rasoulof, Shirin Neshat, Ali Abbasi und Jafar Panahi zeigen mit „Holy Spider“, „Leere Netze“, „Women without men“ und „There is no evil“ verschiedene Perspektiven auf die Geschichte und Situation im Land.

2.3 Auszeichnungen/ Preise

■ Academy Awards (Oscars) – Nominierungen

Sendung / Beitrag:

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Sentimental Value“

Nominiert in: Bester Film + Internationaler Film + Regie + Buch + Hauptdarstellerin + 2x Nebendarstellerin + Nebendarsteller + Schnitt

ZDF/ARTE, ARTE France, ARTE G.E.I.E.

Holger Stern, Olivier Père, Claudia Tronnier

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Sirât“

Nominiert in: Bester Internationaler Film + Sound

ZDF/ARTE

Holger Stern

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„Ein Nobody gegen Putin“

Nominiert in: Bester Dokumentarfilm

ZDF/ARTE

Susanne Mertens

■ Bayerischer Filmpreis

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„In die Sonne schauen“

Beste Kamera + Beste Regie

Fernsehfilm/Serie I – Das Kleine Fernsehspiel

Burkhard Althoff, Melvina Kotios

■ Europäischer Filmpreis

Sendung / Beitrag:

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Sentimental Value“

Bester Film + Regie + Schauspielerin + Schauspieler + Drehbuch + Komponist

ZDF/ARTE, ARTE France, ARTE G.E.I.E.

Holger Stern, Olivier Père, Claudia Tronnier

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortlicher Redakteur:

„Sirât“

Beste Kamera + Schnitt + Production Design + Sound Design + Casting Director

ZDF/ARTE

Holger Stern

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„In die Sonne schauen“

Bestes Kostüm

Fernsehfilm/Serie I – Das Kleine Fernsehspiel

Burkhard Althoff, Melvina Kotios

■ **Golden Globes**

Sendung / Beitrag:

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Sentimental Value“

Bester Nebendarsteller

ZDF/ARTE, ARTE France, ARTE G.E.I.E.

Holger Stern, Olivier Père, Claudia Tronnier

■ **Televisionale**

Sendung / Beitrag:

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„No Dogs Allowed“

Fernsehfilmpreis der DADK

Fernsehfilm / Serie I – Das Kleine Fernsehspiel

Melvina Kotios

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Rosenthal“

VFF FernsehfilmMusikPreis

Fernsehfilm/Serie I

Esther Hechenberger, Frank Zervos

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„Sterben für Beginner“

3sat-Publikumspreis

Fernsehfilm/Serie I

Solveig Cornelisen

Sendung / Beitrag:

Kategorien:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

ZDFneo: Chabos

Sonderpreis Serie + MDM Debütpreis

Fernsehfilm/Serie II

Kristl Philippi

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteurin:

„Uncivilized“

Serienpreis der Studierenden

Fernsehfilm/Serie I – Das Kleine Fernsehspiel

Melvina Kotios

Sendung / Beitrag:

Kategorie:

Zuständige Redaktion:

Verantwortliche Redakteure:

„Im Labyrinth der Lügen“

Kinderserienpreis

Kinder und Jugend

Jörg von den Steinen, Ina Werner



Dr. Norbert Himmler

Intendant