



**Zweites Deutsches Fernsehen
Anstalt des öffentlichen-Rechts
Der Intendant**

Mainz, 25.02.2026

- **Änderungskonzept der Telemedienangebote
von 3sat**

■ Inhalt

Präambel	3
A. Änderungen der Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote	5
I. Änderungen der gesetzlichen Beauftragungen der Telemedienangebote	5
II. Änderungen der Rechtsgrundlagen des Genehmigungsverfahrens für die Telemedienangebote	7
III. Befassung des ZDF Fernsehrates mit den Telemedienangeboten	8
B. Aktuelle gesellschaftliche Bedürfnisse und publizistische Qualität der Telemedienangebote	9
I. Gesellschaftliche Erwartungen	9
II. Mediennutzungsverhalten und publizistische Wettbewerbststruktur	11
III. Rezeption der Telemedienangebote (ZDF, 3sat und phoenix)	18
IV. Fazit	20
C. Telemedienangebote von 3sat: Stand und Entwicklung	22
I. Aktuelle Struktur der Telemedienangebote	22
II. Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von 3sat	23
D. Wesentliche Änderungen der Telemedienangebote von 3sat (Telemedienänderungskonzept)	26
I. Zeit- und kulturgeschichtliche Archive	27
II. Verweildauerkonzept	28
III. Finanzieller Aufwand für die wesentlichen Änderungen der 3sat-Telemedienangebote	32

Präambel

Der Gesetzgeber hat mit dem Medienstaatsvertrag (MStV) in der ab dem 01. Dezember 2025 geltenden Fassung die Beauftragungsnormen für die Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erneut fortentwickelt, präzisiert und in zentralen Bereichen – beispielsweise im Hinblick auf Plattformregulierung, Kooperationen, Barrierefreiheit, Transparenz, den Einsatz von Künstlicher Intelligenz sowie die Auffindbarkeit öffentlich-rechtlicher Inhalte – weiter modernisiert. Zugleich wurden mehrere Normen über die Rahmenbedingungen des publizistischen Wettbewerbs und die Zusammenarbeit zwischen öffentlich-rechtlichen Anbietern und privatwirtschaftlichen Medienanbietern konkretisiert.

Das bestehende Telemedienkonzept von 3sat vom 18.05.2010 in seiner Änderungsfassung vom 07.06.2021 ist vor diesem Hintergrund weiterzuentwickeln. Denn die durch den novellierten Medienstaatsvertrag zusätzlichen Aspekte des Auftrags und die eröffneten erweiterten Möglichkeiten des Auftrags sind für das ZDF teils nur dann wirksam, wenn diese im Telemedienkonzept verankert werden. Um den geänderten und erweiterten sowie teils enger gefassten gesetzlichen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen, soll das bestehende Telemedienkonzept daher gemäß § 118 MStV fortgeschrieben und angepasst werden.

Das vorliegende Änderungskonzept ersetzt das bestehende Telemedienkonzept nicht vollständig. Es ändert und ergänzt ausschließlich die Teile des bestehenden Konzepts, zu denen es eigenständige und abweichende Regelungen enthält. Im Übrigen wird vollumfänglich auf das Telemedienkonzept des ZDF vom 18.05.2010 sowie auf dessen erste Änderung vom 10.07.2020 Bezug genommen. Zur besseren Vergleichbarkeit folgt die Gliederung dieses zweiten Änderungskonzepts den Grundzügen der bestehenden Systematik.

Kapitel A behandelt die Änderungen der Rechtsgrundlagen sowie die Fortentwicklung des Telemedienauftrags unter den Vorgaben des Medienstaatsvertrags in der ab 01.12.2025 geltenden Fassung. Kapitel B befasst sich mit dem Erfüllungsgrad gesellschaftlicher Bedürfnisse und der publizistischen Qualität der ZDF-Telemedienangebote. In den Kapiteln C und E werden Stand und Entwicklung der

bisherigen ZDF-Telemedienangebote sowie die Telemedienangebote von 3sat und phoenix dargestellt. Die aus Sicht des ZDF wesentlichen Änderungen werden zur besseren Übersichtlichkeit in den Kapiteln D und F schwerpunktmäßig zusammengefasst.

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die jeweils jährliche Fernsehratsvorlage „Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix“ weiterhin integraler Bestandteil der laufenden Berichterstattung bleibt. Die Darstellung des Stands und der Entwicklungen der kooperierten Angebote (3sat und phoenix) werden aus Vereinfachungsgründen vor dem Hintergrund des gesetzlich beauftragten gemeinsamen Plattformsystems gemäß §§ 30, 30f MStV für den Bericht für das Jahr 2026 in diese Vorlage integriert.

A. Änderungen der Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote

I. Änderungen der gesetzlichen Beauftragungen der Telemedienangebote

Der Gesetzgeber erteilt auch im seit 01.12.2025 geltenden Medienstaatsvertrag einen abstrakt gehaltenen Auftrag zur Erstellung und Verbreitung von Telemedienangeboten. Umfang, Modalitäten und inhaltliche Schwerpunkte werden durch die Aufsichtsgremien konkretisiert und in einem gesetzlich vorgegebenen Verfahren festgeschrieben. Ein **Telemedienangebot** liegt nach § 2 Abs. 2 Nr. 29 MStV vor, wenn es nach Maßgabe eines nach § 30a Abs. 4 MStV durchgeführten Verfahrens („Drei-Stufen-Test“) angeboten wird und journalistisch-redaktionell veranlasst ist. Das Angebot kann Bild, Ton, Bewegtbild, Text und internetspezifische Gestaltungsmittel enthalten bzw. diese miteinander verbinden.

Die gesetzlichen Vorgaben zu Telemedienangeboten werden in § 30 MStV präzisiert, insbesondere hinsichtlich der Abgrenzung und Definition relevanter Begrifflichkeiten.

Ein zentraler Begriff, der hierbei weiter ausdifferenziert wird, ist der des „**Portals**“, dem künftig eine größere Bedeutung zukommt. Dabei wird eine stärkere Fokussierung auf die Vernetzung der Portale von öffentlich-rechtlichen Anstalten vorgenommen. Die sogenannte gemeinsame Plattformstrategie wird fortgeführt mit dem Ziel, einen „Public Open Space“ zu schaffen, der nicht nur die Interaktion und Zusammenarbeit innerhalb des öffentlich-rechtlichen Systems fördert, sondern auch die Vernetzung mit externen Partnern anstrebt:

- Als „Portal“ wird nun ein eigenständiger Ausspielweg verstanden, sei es in Form von Websites, Apps oder Streaming-Angeboten. Diese Portale dienen der kuratierten Bereitstellung von Inhalten, die dem Nutzer unmittelbar zugänglich gemacht werden. Subdomains können als eigenständige Portale gelten, sofern sie aus der Perspektive der Nutzerführung und -erfahrung als geschlossenes Angebot auftreten. Es wird betont, dass Zugänge zu denselben Inhalten, die nur aus technischen Gründen unterschiedlich dargestellt werden (etwa auf verschiedenen Betriebssystemen oder Geräten), nicht als eigenständige Portale gewertet werden.

- Die aktive Empfehlung relevanter Inhalte auf den jeweiligen Startseiten der Portale auf Basis journalistisch-redaktioneller Eignung wird eingeführt; der Gesetzgeber betont zudem die Einführung von Nutzerkonten, damit Nutzende sich ein individuelles Portfolio für ihren individuellen Inhaltekonsum zusammenstellen können.
- Die gegenseitige Auffindbarkeit mittels Verlinkung und verbesserte Suchfunktionen nach Inhalten innerhalb der öffentlich-rechtlichen Portale wird vorgeschrieben.
- Eine Öffnung zur Zusammenarbeit der Portale von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit denen von privatwirtschaftlichen Rundfunkveranstaltern (gemäß § 84 Abs. 3 S. 2 MStV) mittels Verlinkung („Kann-Regelung“, nach § 30d MstV) wird eingeführt.

In Bezug auf die Angebote außerhalb eigener Portale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden neue **Bestimmungen zu Drittplattformen** (z.B. Social-Media-Netzwerken) erlassen bzw. konkretisiert. Hierbei handelt es sich um Telemedienangebote, die nicht auf dem eigenen technischen Plattformsystem der Rundfunkanstalten beruhen, sondern auf der Technik von Drittanbietern. Sie werden neben den eigenen Portalen als wesentlich qualifiziert, um den gesetzlichen Auftrag zu erfüllen. Sie sind von der einzuführenden gemeinsamen Plattformstrategie der Anstalten umfasst.

Zudem verschärft der Gesetzgeber die Regelung, nach der öffentlich-rechtliche Telemedienangebote nicht in einer Weise gestaltet werden dürfen, sodass diese mit denen der klassischen Presse vergleichbar sind (**Verbot von Presseähnlichkeit**):

- Eigene Portale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton zu gestalten. Die Nutzung von Texten ist hier seit dem 01.12.2025 nur unter Berücksichtigung der neu eingeführten Positivliste (z.B. sog. sendungsbegleitende Texte, Angebotsübersichten, Schlagzeilen, Echtzeitberichterstattung, Faktenchecks etc.) zulässig.

- „Sendungsbegleitende Texte“ sind in der Regel zulässig, wenn sie auf eine aktuelle Sendung Bezug nehmen, die nicht länger als vier Wochen zurückliegt, und thematisch/inhaltlich unterstützen, begleiten und aktualisieren. Bei Ereignissen von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung sind sendungsbegleitende Texte auch zur Vorbereitung einer konkreten Sendung möglich. Ausnahmen bestehen des Weiteren u. a. in Breaking-News-Situationen bei dringlichen Informationsanforderungen oder bei herausgehobener Bedeutung oder Dringlichkeit einer Nachricht oder eines Themas, zu denen die Textnutzung etwa bei Schlagzeilen und Echtzeitberichterstattung auch ohne Sendungsbezug erlaubt bleibt.
- Die Einrichtung einer Schlichtungsstelle soll der Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten dienen. Sie soll auch ein Forum für den Austausch über die Anwendung der neuen Vorschriften bieten.

II. Änderungen der Rechtsgrundlagen des Genehmigungsverfahrens für die Telemedienangebote

Umfang, Modalitäten und inhaltliche Schwerpunkte der Telemedienangebote werden durch die Aufsichtsgremien geprüft und in einem gesetzlich vorgegebenen Verfahren nach § 30a Abs. 4 – 7 MStV festgeschrieben. Im Rahmen der Beurteilung des Telemedienänderungskonzepts besteht die Möglichkeit bei der Prüfung der Auswirkungen auf relevante Märkte die Verpflichtung gutachterliche Beratung einzuholen (§ 30a Abs. 5 MStV).

Der Gesetzgeber hat mit dem am 01.12.2025 in Kraft getretenen Medienstaatsvertrag Inhalt und Umfang der Erstellung von Telemedienkonzepten modifiziert. Auch weiterhin ist für die Änderungen des Telemedienangebots ein Drei-Stufen-Test erforderlich, wenn es sich um ein neu beauftragtes Telemedienkonzept oder um wesentliche Änderungen an diesem handelt. Die Telemedienkonzepte müssen gemäß § 30a MStV insbesondere Angaben zu Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauern sowie Ausführungen zur Verwendung internetspezifischer Gestaltungsmittel, dem Einsatz von Drittplattformen, der gemeinsamen Plattformstrategie der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie zu getroffenen Maßnahmen zur Erfüllung von § 30 Abs. 7 MStV (Vermeidung von

Presseähnlichkeit) enthalten. Zudem wurde festgelegt, dass für kooperierte Angebote mit der ARD (z.B. 3sat, phoenix, KiKA) die Gremienaufsicht künftig bei der federführenden Anstalt liegt, die dann auch die jeweiligen Telemedienkonzepte zu prüfen hat (§ 28a Abs. 5 MStV).

Grundlage zur Durchführung der Prüfung von Telemedienangeboten und Durchführung eines Drei-Stufen-Tests durch den Fernsehrat ist die „Richtlinie für die Genehmigung von Telemedienangeboten“ in ihrer Fassung vom 14. Juni 2019. Diese bedarf unter Berücksichtigung des § 30 Abs. 3 MStV zukünftig einer Anpassung dahingehend, dass die Kriterien, in welchen Fällen ein neues oder die wesentliche Änderung eines Telemedienangebots vorliegt, auch unter Einbeziehung der Ergebnisse der regelmäßigen Angebotsüberprüfungen (sog. Leistungsanalysen gem. § 26a Abs. 3 MStV) und des Auftragsberichts nach § 26b Abs. 3 MStV festzulegen sind. Der gem. § 26b Abs. 1 MStV neu einzusetzende unabhängige Medienrat erstattet alle zwei Jahre Bericht über seine Evaluierung der Verfahren nach § 26a MStV und der Erfüllung des Auftrags nach § 26 MStV.

III. Befassung des ZDF Fernsehrates mit den Telemedienangeboten

Der Fernsehrat hat am 25.06.2010 nach Durchführung des Drei-Stufen-Tests grundlegend festgestellt, dass die Telemedienangebote des ZDF sowie von 3sat und phoenix den Voraussetzungen entsprechen und vom Auftrag des ZDF umfasst sind. Die gleichgerichtete Feststellung zum Telemedienänderungskonzept erfolgte am 10.07.2020 mit der Vorlage FR 1/20. Der Fernsehrat hatte in seinem Beschluss vom 25.06.2010 zudem angekündigt, die Weiterentwicklung der ZDF-Telemedienangebote kontinuierlich zu begleiten und zu überprüfen. Entsprechende Berichte hat der Intendant unter dem Titel „Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix“ mit den Vorlagen FR 12/11, FR 18/12, FR 13/13, FR 14/14, FR 16/15, FR 12/16, FR 11/17, FR 10/18, FR 14/19, FR 06/21, FR 08/22, FR 09/23, FR 06/24 sowie FR 10/25 dem Fernsehrat vorgelegt. Für 3sat und phoenix wurden dem Fernsehrat in den Jahren 2019 und 2021 unter dem Titel „Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von 3sat und phoenix“ mit den Vorlagen FR 15/19, FR 7a/21 und FR 7b/21 zudem separate Berichte Fernsehrat vorgelegt.

B. Aktuelle gesellschaftliche Bedürfnisse und publizistische Qualität der Telemedienangebote

I. Gesellschaftliche Erwartungen

Die Grundlagen der Weiterentwicklung der Telemedienangebote des ZDF wurden 2016 durch das vom ZDF-Fernsehrat beauftragte Gutachten „**Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zeiten der Cloud**“ von Dieter Dörr, Bernd Holznagel und Arnold Picot und der darauf aufbauenden Diskussion sowie entsprechend eingeleiteter Entwicklungen des Angebots gelegt (vgl. FR 13/16, abrufbar unter <https://www.zdf.de/assets/161007-gutachten-doerr-holznagel-picot-100~original>).

Die Verfasser empfahlen damals, die Beauftragung der Onlineangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unabhängig von den linearen Angeboten auszugestalten und flexible Verweildauerregelungen einzuführen. Zudem sollte eine verstärkte Präsenz auf Drittplattformen sowie neue Möglichkeiten der Partizipation eingeführt werden. Diese Empfehlungen wurden auf Basis entsprechender gesetzlicher Regelungen zwischenzeitlich umgesetzt und die Telemedienangebote des ZDF in diesem Sinne weiterentwickelt.

Die zuletzt vom ZDF-Verwaltungsrat beauftragte Studie **Potenzialanalyse „Perspektiven für Digitalen Public Value im ZDF“** (vgl. FR-Sitzung vom 18.07.2025, Schrb. d. VR-Vors, Studie abrufbar unter: <https://www.zdf.de/assets/potenzialanalyse-digitaler-public-value-im-zdf-102~original?cb=1766620243176>) untersuchte wiederum, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk unter den Bedingungen digitaler, plattformdominierter Öffentlichkeiten seinen verfassungsrechtlichen Auftrag in Zukunft weiterentwickeln sollte. Ausgangspunkt ist die Diagnose, dass die gegenwärtige digitale Medienordnung von Marktversagen geprägt ist. Kommerzielle Aufmerksamkeitsplattformen begünstigen polarisierende, affektgetriebene Kommunikationsformen und unterminieren damit die Voraussetzungen einer faktenbasierten, demokratischen Meinungsbildung. Integrative und gemeinwohlorientierte Medienangebote verlieren in diesen Umgebungen an Sichtbarkeit und Wirkung.

Vor diesem Hintergrund entwickelt die Studie das Konzept einer dritten Gegengewichtsfunktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Während frühere

Gegengewichtsfunktionen auf den Ausgleich zu privatwirtschaftlichem Rundfunk sowie auf Orientierung in unübersichtlichen Online-Informationsräumen zielten, soll diese neue Gegengewichtsfunktion darauf abzielen, aktiv die Entstehung und dauerhafte Funktionsfähigkeit eines **gemeinwohlorientierten digitalen Kommunikationsnetzwerks** zu ermöglichen. Das ZDF soll damit nicht nur Inhalte bereitstellen, sondern als kooperativer und investitionsfähiger Akteur eine institutionelle Infrastruktur für demokratische Verständigung und publizistischen Wettbewerb mitentwickeln.

Zentraler Vorschlag der Studie ist der schrittweise Aufbau eines sogenannten „**Digital Open Public Space**“. Dabei handelt es sich um eine öffentlich-rechtliche, digitale Kommunikationsinfrastruktur, die als offene, interoperable und datensparsame Alternative zu marktmächtigen sozialen Netzwerken fungieren soll. Dieser digitale Raum soll Teilhabe fördern, konstruktive Diskurse ermöglichen und durch gemeinwohlorientierte Gestaltung von Algorithmen, klar definierte Diskursregeln sowie transparente Governance-Strukturen abgesichert werden. Der Aufbau soll stufenweise erfolgen – von ersten Interaktions- und Feedbackmöglichkeiten auf ZDF-Plattformen bis hin zu einer langfristig offenen, dezentralen Infrastruktur, die auch anderen gemeinwohlorientierten Akteuren zur Verfügung steht. Das vorliegende Telemedienänderungskonzept stellt hierfür eine wesentliche Grundlage dar.

Ein weiterer Schwerpunkt der Studie liegt auf dem **Prinzip der Offenheit als Standard**. Um die gesellschaftliche Wirkung öffentlich-rechtlicher Leistungen zu maximieren, empfiehlt die Analyse, Software, Inhalte und Daten des ZDF möglichst umfassend offen zugänglich zu machen. Dies umfasst sowohl Open-Source-Software und transparente Empfehlungsalgorithmen als auch die freie Lizenzierung geeigneter Inhalte, Metadaten, Rohmaterialien und perspektivisch auch von KI-bezogene Ressourcen. Voraussetzung hierfür sind der Abbau rechtlicher Hürden sowie der Aufbau technischer Schnittstellen und Metadaten, um eine breite Weiterverwendung und Vernetzung zu ermöglichen.

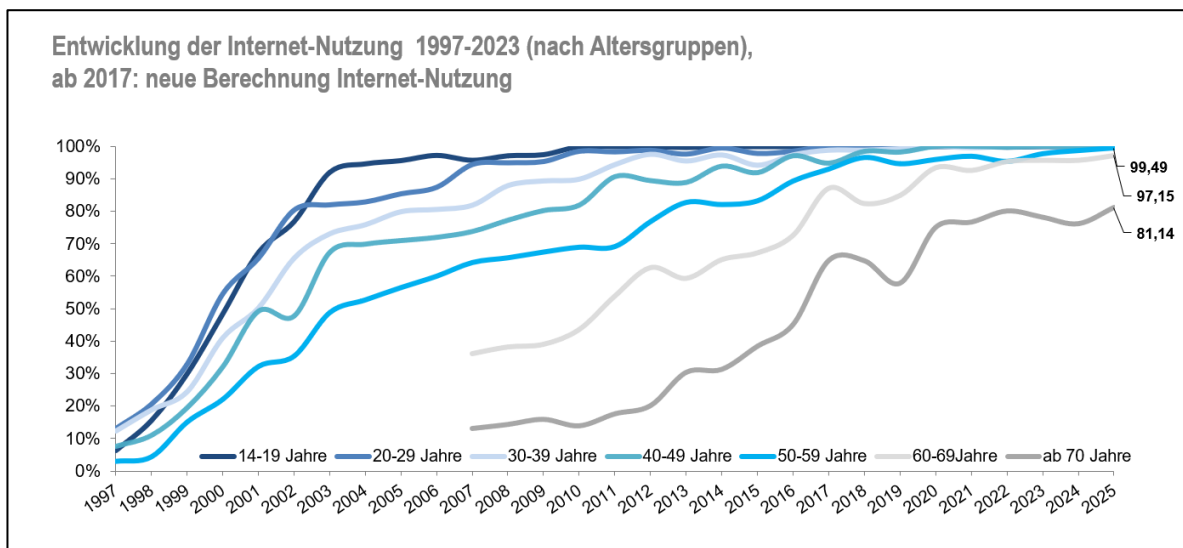
Zur Bewertung und Steuerung entsprechender Maßnahmen schlägt die Studie schließlich den sogenannten Digital-Public-Value-Kompass (DPV-Kompass) vor. Dieser erweitert den bestehenden Qualitätskompass des ZDF um Kennwerte, die insbesondere die Messung von Netzwerk- und Spillover-Effekten erlauben. Ziel ist es, Digital Public Value nicht nur über unmittelbare Nutzung oder Reichweite zu erfassen, sondern auch

über langfristige Effekte auf gesellschaftliche Diskurse, Teilhabe und die Stabilität der digitalen Öffentlichkeit. Insgesamt positioniert die Studie das ZDF als zentralen Akteur für die Entwicklung einer demokratisch funktionalen digitalen Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert.

Vor dem Hintergrund dieser Studienergebnisse und der aktuellen Entwicklung des Mediennutzungsverhaltens erscheint eine Weiterentwicklung der Telemedienangebote des ZDF im Sinne eines „Digital Public Value“ geboten, damit das ZDF auch künftig mit seinen Telemedienangeboten den gesellschaftlichen Bedürfnissen entsprechen und einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leisten kann.

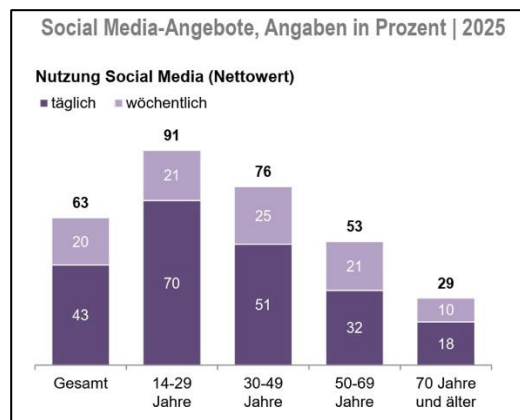
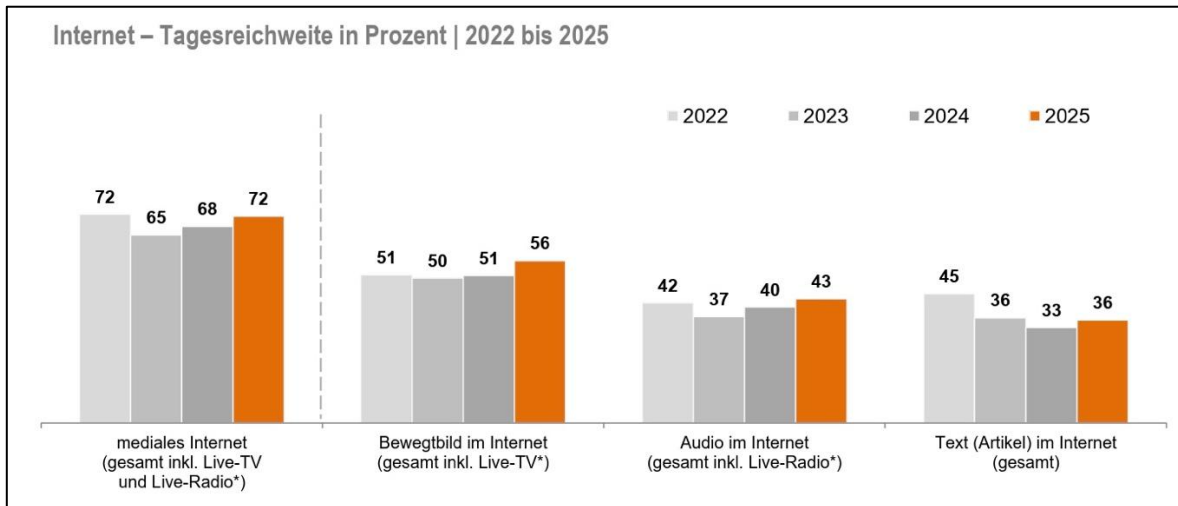
II. Mediennutzungsverhalten und publizistische Wettbewerbststruktur

Medienwissenschaftliche Erkenntnisse dokumentieren einen **tiefgreifenden Wandel in der Mediennutzung der deutschen Bevölkerung** in den letzten Jahren. So zeigt die ARD/ZDF Medienstudie, dass die regelmäßige Internetnutzung bis 2025 auf nahezu die gesamte Bevölkerung ausgedehnt ist. Selbst die Gruppe der über 70-Jährigen nutzt zu über 80 Prozent mindestens einzelne Internetdienste.

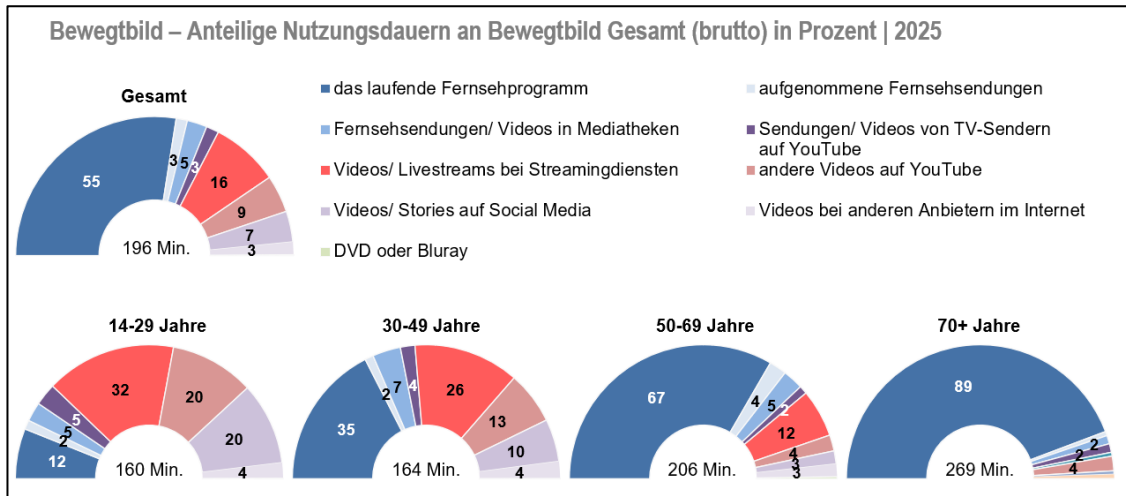


Der mediale Internetkonsum sowie die Nutzung von Kommunikationsdiensten wie Social-Media-Plattformen, stellen wesentliche Formen der Internetnutzung dar, die von großen Teilen der Bevölkerung täglich nachgefragt werden. Das ZDF bedient dieses Bedürfnis durch das ZDF-Streaming-Portal, die ZDFheute-Nachrichten, mit ZDF-Profilen

auf Drittplattformen sowie mit Telemedienangeboten für Kooperationsprogramme gemeinsam mit der ARD.



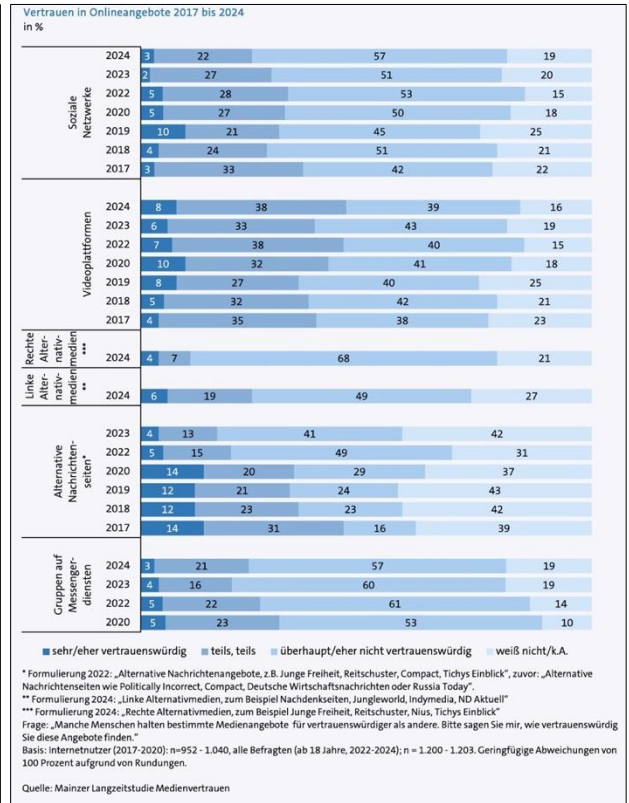
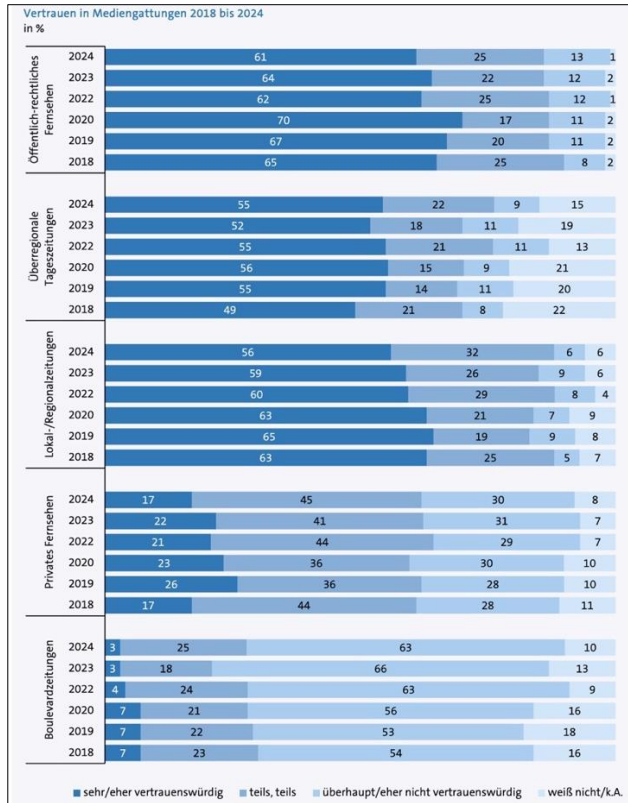
Die Bewegtbildnutzung ist zwischen 2020 und 2024 rückläufig. Während der Konsum linearer Angebote wie Fernsehen und Radio rückläufig ist, hat die **Nutzung digitaler, non-linearer Angebote in vielen Bevölkerungsgruppen deutlich an Bedeutung gewonnen**. Die privatwirtschaftlichen Streaming-Anbieter aus den USA (z. B. Google / YouTube) sowie Social-Media-Plattformen aus den USA und China (Instagram, TikTok) verzeichnen eine steigende Nutzungsdauer und im Fünfjahresverlauf auch höhere Zugewinne als die Sendermediatheken der traditionellen deutschen Medienhäuser, privat und öffentlich-rechtlich. Bei den Unter-50-Jährigen entfällt ein knappes Drittel der täglichen Sehdauer auf Drittplattformen (YouTube, Social Media). Ihnen kommt damit in der non-linearen Medienwelt immer noch eine größere Bedeutung zu als den nationalen Sendermediatheken.



Besonders deutlich zeigt sich dieser Wandel bei jüngeren und mittleren Altersgruppen: Streamingdienste, Mediatheken, Online-Videos und Podcasts gehören zunehmend zum Alltag, und insbesondere **Online-Bewegt看inhalte haben von der Abkehr von traditionellen Medienformaten profitiert**. Zugleich diversifiziert sich die Mediennutzung: Immer mehr Menschen nutzen mehrere Streaming- bzw. Online-Plattformen parallel, wodurch traditionelle Medien nicht mehr länger Gatekeeper darstellen, sondern Teil eines **vielgestaltigen, digital geprägten medialen Kosmos** geworden sind. Der Wandel ist damit nicht nur technologisch, sondern tief in den Alltag und das Medienverhalten der Menschen eingebettet – mit weitreichenden Folgen für Reichweite, Aufmerksamkeit sowie Öffentlichkeitswirkungen und damit für die Gesellschaft als Ganzes.

Die Erhebungen zur **Glaubwürdigkeit** im Rahmen der Langzeitstudie Medienvertrauen der Universität Mainz zeigen dabei, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk sowie traditionelle Printmedien trotz des Wandels der Mediennutzung in der Bevölkerung weiterhin eine deutlich höhere Glaubwürdigkeit genießen als viele digitale Angebote sowie Bewegtbildangebote privater Anbieter. Sie gelten in der Bevölkerung als verlässliche und seriöse Informationsquellen. Demgegenüber erfahren insbesondere private Fernsehsender, Boulevardmedien sowie viele Angebote im digitalen Raum, darunter Social-Media- und Internetportale von nicht-traditionellen Medienanbietern, deutlich geringeres Vertrauen. So entsteht ein differenziertes Medienvertrauens-Profil: Während etablierte und institutionalisierte Mediengattungen als tragende Säulen der öffentlichen Information gelten, sind digitale und kommerzielle Medienangebote mit einer ausgeprägten Skepsis belegt. Dieses differenzierte Vertrauen korrespondiert

zudem mit dem soziodemografischen Hintergrund und politischen Präferenzen der Befragten.



ZDF-eigene Erhebungen zur Glaubwürdigkeit von Nachrichten, die von der Forschungsgruppe Wahlen durchgeführt werden, zeichnen ein sehr ähnliches Bild: Während die öffentlich-rechtlichen TV-Anbieter seit vielen Jahren als ähnlich glaubwürdig wie die regionalen und überregionalen Tageszeitungen eingestuft werden, werden private TV-Anbieter deutlich schlechter bewertet. Als das mit Abstand ungläubwürdigste Nachrichtenangebot werden Boulevardmedien eingestuft.

**Wie wird die Glaubwürdigkeit der Nachrichten im ÖRR und den Privaten
Fernsehsendern im Zeitverlauf durchschnittlich bewertet?**

Skala: Überhaupt nicht glaubwürdig -5 | 5 sehr glaubwürdig

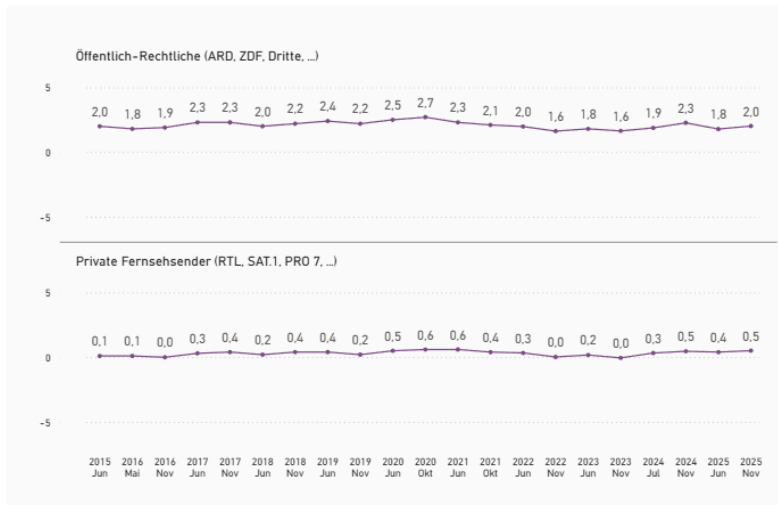


Abbildung: Durchschnitt.
Fragestellung "Wie bewerten sie die Glaubwürdigkeit der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender wie ARD, ZDF und Dritter Programme/privaten Fernsehsender wie RTL, Sat.1 und ProSieben?" (nicht glaubwürdig -5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 sehr glaubwürdig).
Methode: Die Grundgesamtheit bilden 1.029 Wahlberechtigte ab 16 Jahren. Repräsentative Befragung in der KW 47/2025. Telefonische Befragung per Festnetz und Mobilfunknetz. Online-Befragung per Einladung über eine zufällig generierte SMS.
* Werte mit weniger als 80 Befragten werden hellgrau ausgewiesen. Die Interpretation der Werte wird nicht empfohlen.

Wie wird die Glaubwürdigkeit der Nachrichten deutscher Printmedien im Zeitverlauf durchschnittlich bewertet?

Skala: Überhaupt nicht glaubwürdig -5 | 5 sehr glaubwürdig

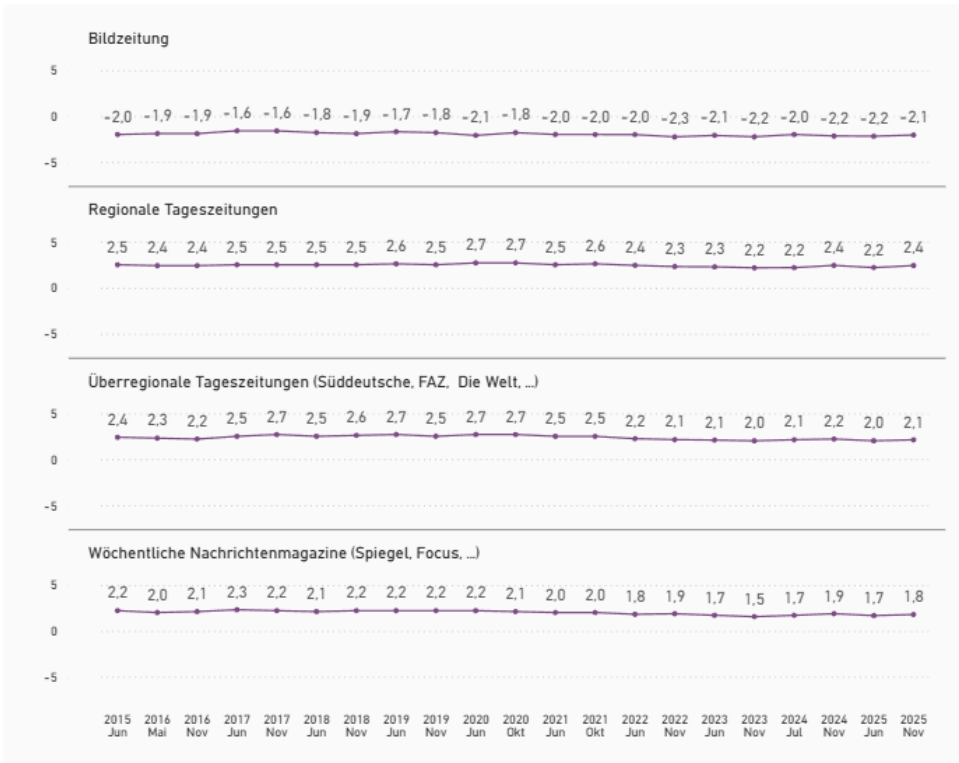
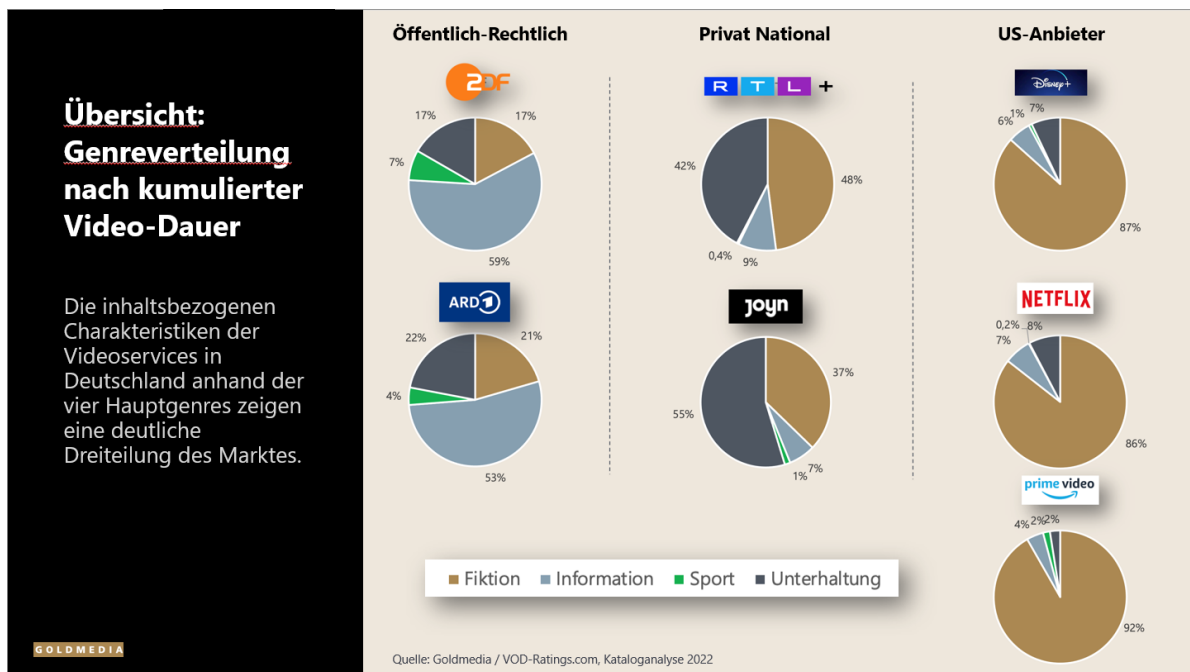


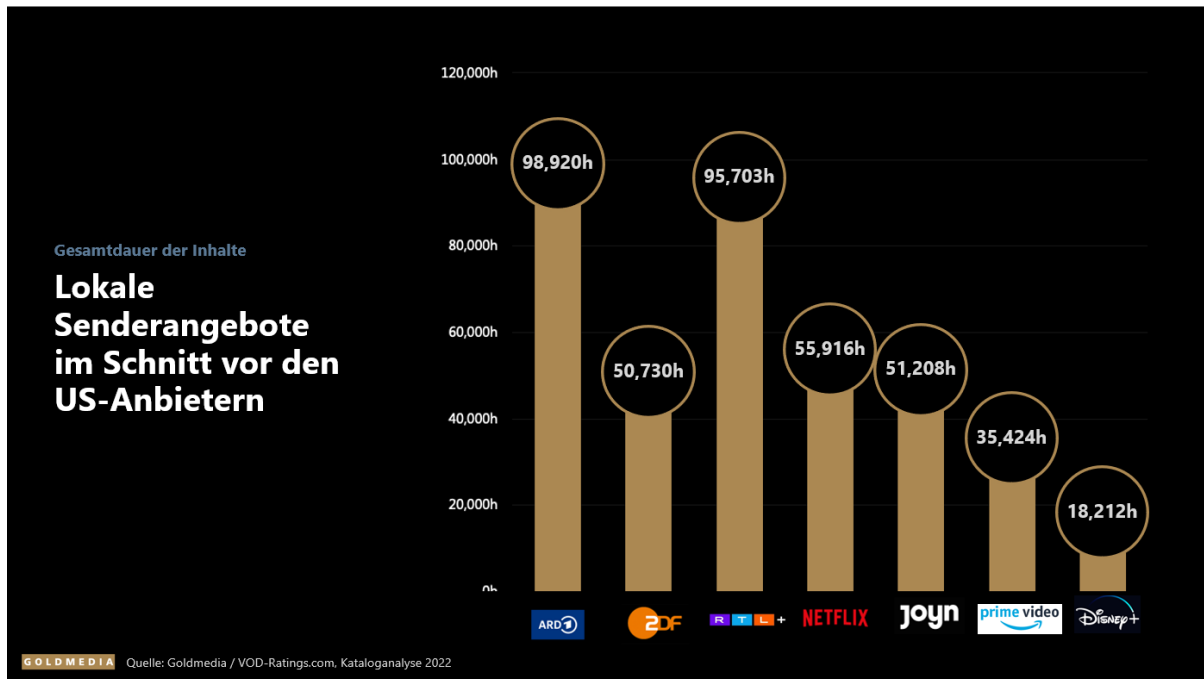
Abbildung: Durchschnitt.
Fragestellung "Wie bewerten sie die Glaubwürdigkeit der Bildzeitung/wöchentlichen Nachrichtenmagazine wie Spiegel und Focus/regionalen Tageszeitungen/überregionalen Tageszeitungen wie Süddeutsche, FAZ und Die Welt?" (nicht glaubwürdig -5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 sehr glaubwürdig).
Methode: Die Grundgesamtheit bilden 1.029 Wahlberechtigte ab 16 Jahren. Repräsentative Befragung in der KW 47/2025. Telefonische Befragung per Festnetz und Mobilfunknetz. Online-Befragung per Einladung über eine zufällig generierte SMS.
* Werte mit weniger als 80 Befragten werden hellgrau ausgewiesen. Die Interpretation der Werte wird nicht empfohlen.

Social-Media-Plattformen stehen zunehmend im Fokus gesellschaftspolitischer Kritik, da ihre strukturellen Funktionslogiken erhebliche **Auswirkungen auf öffentliche Kommunikation und demokratische Meinungsbildungsprozesse** entfalten. Insbesondere algorithmisch gesteuerte Aufmerksamkeitsökonomien begünstigen die Verbreitung emotionalisierter, polarisierender oder desinformierender Inhalte, während journalistisch geprüfte und kontextualisierte Beiträge an Sichtbarkeit verlieren. Hinzu treten Probleme der Fragmentierung öffentlicher Diskurse, der Bildung abgeschlossener Kommunikationsräume sowie asymmetrische Machtverhältnisse zwischen privatwirtschaftlichen Plattformbetreibern und der Gesellschaft, die sich einer hinreichenden demokratischen Kontrolle weitgehend entziehen. In der Gesamtschau ergibt sich daraus ein strukturelles Spannungsverhältnis zwischen kommerziellen Plattforminteressen und den Anforderungen an eine funktionierende demokratische Öffentlichkeit.

Internationale Streaminganbieter weisen zudem eine deutliche Fokussierung auf Inhalte auf, die nicht in Deutschland und Europa entwickelt und hergestellt werden. Die **Genrebandbreite** der Inhaltebibliothek ist zwischen den Anbietern deutlich unterschiedlich. Bei internationalen Streaminganbietern ist sie geringer und hat einen klaren Schwerpunkt auf (US-)Fiction, während das ZDF in seinen non-linearen Angeboten über eine deutlich größere Genrebandbreite – insbesondere im Bereich der Informationsinhalte – verfügt, wie eine Studie von Goldmedia zeigt.



Internationale Streaminganbieter setzen in Deutschland vor allem auf sog. Blockbuster-Content, also in der Anzahl wenige, massenattraktive Inhalte, die international hohe Nachfrage erzeugen. Das Angebot des ZDF setzt hingegen stark auf ein breites Angebot deutscher und europäischer Inhalte. Anders als die privaten deutschen Wettbewerber und die ARD, deren hohe Anzahl linearer Sender entsprechende programmbegleitende Onlinestellungen ermöglichen, verfügt das ZDF hierbei aufgrund der Verweildauerbegrenzung über einen Wettbewerbsnachteil, der Umfang und Bandbreite der Inhaltbibliothek des ZDF-Streaming-Portals reduziert.



Im Zuschauerservice des ZDF gehen regelmäßig kritische Rückmeldungen zur eingeschränkten Verfügbarkeit einzelner Programmbeiträge ein. Besonders im Bereich der Nutzung von Serien und Reihen wird vielfach Unverständnis darüber geäußert, dass Staffeln nicht vollständig oder nicht durchgehend abrufbar sind bzw. nach Ablauf bestimmter Fristen entfernt werden müssen.

Auch bei Dokumentationen sowie aktuellen Formaten zeigt sich eine wiederkehrende Irritation darüber, dass diese Inhalte nicht länger oder gar dauerhaft bereitstehen. In diesem Zusammenhang werden regelmäßig Vergleiche mit anderen Marktteilnehmern gezogen, Hervorgehoben wird hierbei insbesondere, dass lizenzierte ZDF-Beiträge bei Drittplattformen teils über längere Zeiträume verfügbar seien.

III. Rezeption der Telemedienangebote (ZDF, 3sat und phoenix)

Die ZDFmediathek verzeichnete im Jahr 2024 auf allen gemessenen Ausspielwegen durchschnittlich **213,85 Mio. Visits pro Monat**, was einem **Zuwachs von 13 Prozent** gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Angebot **3sat.de** erreichte im selben Zeitraum durchschnittlich **4,55 Mio. Visits pro Monat**. Im Jahr 2025 lag die durchschnittliche monatliche Nutzung des ZDF-Streaming-Portals bei **201,08 Mio. Visits**, was einem **Rückgang von 6 Prozent** im Vergleich zu 2024 entspricht. Für **3sat.de** wurde ein leichter Anstieg auf **4,67 Mio. Visits pro Monat** verzeichnet. Die Plattform **phoenix.de** erreichte

im Durchschnitt **0,57 Mio. Visits pro Monat**.

Das ZDF-Streaming-Portal landet im Marktvergleich der Streaminganbieter in der **Bewertung der Markenbenefits** bei allen rationalen Eigenschaften, wie z. B. informativ, aktuell oder verlässlich, auf Platz 1 oder 2. Bei den emotionalen Eigenschaften wie sympathisch, familientauglich oder vielseitig behauptet das Streamingangebot des ZDF gemäß ZDF-Imagetrend 2024 acht von zwölf TOP3-Plätze bei starker Unterhaltungskonkurrenz vor allem der internationalen kommerziellen Streaminganbieter und entsprechender Wettbewerbsnachteile (z.B. Begrenzung durch Verweildauern).

In Umfragen zum sog. **Love Value der Telemedienangebote** des ZDF („Wenn es das Angebot nicht mehr gäbe, würde mir echt was fehlen!“) erfährt das ZDF-Streaming-Portal seit einigen Jahren konstant breite Zustimmung bei ca. 65 Prozent der deutschen Bevölkerung, trotz wachsender Konkurrenz durch private Anbieter am Streamingmarkt. Das non-lineare Angebot des ZDF ist damit für eine große Mehrheit der Menschen in Deutschland eine stabile Größe im Relevant Set ihrer Bewegtbildnutzung.

Die deutliche Mehrheit der Bevölkerung erwartet, dass das ZDF einen aktiven Beitrag zur Bildung leistet und diese Erwartung als wichtigen Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags versteht. Dies zeigt eine Studie des Leibniz-Instituts für Medienforschung (Hans Bredow Institut) und Mindline Media. Bildung wird dabei nicht eng schulisch definiert, sondern umfassend als **Vermittlung von Wissen, Orientierung und Kompetenzen in politischen, gesellschaftlichen, historischen, kulturellen und medialen Zusammenhängen**. Ein großer Teil der Befragten nimmt das ZDF als bildungswirksam wahr. Insbesondere werden die allgemeine Zugänglichkeit der Inhalte, ein respektvoller und sachlicher Umgang mit Themen sowie der Beitrag zur historischen Erinnerung und zur demokratischen Meinungsbildung positiv hervorgehoben. Auch die Rolle des ZDF als verlässliche Informationsquelle, vor allem in Krisen- und Umbruchsituationen, wird von vielen Befragten als wichtiger Bildungsbeitrag verstanden. Insgesamt ist eine Mehrheit der Ansicht, dass das ZDF seinen Bildungsauftrag erfüllt, wobei diese Einschätzung bei regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern besonders ausgeprägt ist. Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung halten es für (sehr) wichtig, dass das ZDF einen Beitrag zur Bildung leistet. Zusätzliche Bildungsangebote des ZDF, beispielsweise um ZDF-Inhalte Schulen

zugänglich zu machen (vgl. <https://www.zdf.de/unternehmen/dein-zdf/zdf-goes-schule-124.html>), halten mindestens zwei Drittel für wichtig oder sehr wichtig. Allerdings sind die bisherigen Angebote deutlich weniger bekannt. Das vorliegende Telemedienänderungskonzept soll dazu beitragen, die Erwartungen an den Bildungsauftrag durch ein erweitertes Angebot besser zu erfüllen und die Auffindbarkeit der Angebote zu steigern.

IV. Fazit

Das Streaming-Portal des ZDF sowie die weiteren Telemedienangebote des ZDF (z.B. ZDFheute-Nachrichten, Telemedienangebote zu Kooperationsprogrammen mit der ARD wie 3sat.de und phoenix.de) sind als integraler Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Angebots darauf ausgerichtet, veränderte gesellschaftliche Kommunikations- und Rezeptionsbedürfnisse im digitalen Raum aufzugreifen und zu bedienen. Ziel ist die gesamte Bevölkerung mit öffentlich-rechtlichen Programminhalten zu erreichen. In rechtlicher Hinsicht stellt das Portal eine zeitgemäße Ausprägung des verfassungsrechtlich fundierten Funktionsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dar. Die Bereitstellung nicht-linearer Inhalte auf eigenen Portalen sowie auf Drittplattformen trägt dem Umstand Rechnung, dass Informations- und Meinungsbildungsprozesse zunehmend plattform- und zeitunabhängig erfolgen und sichert insofern die fortdauernde Erfüllung des Grundversorgungsauftrags auch unter den Bedingungen fortschreitender Medienkonvergenz. Zugleich ist das Angebot in die rundfunkrechtlichen Vorgaben zur Programmvielfalt, Ausgewogenheit und Staatsferne eingebettet und unterliegt spezifischen regulatorischen Bindungen, die eine publizistisch verantwortete Angebotsgestaltung gewährleisten.

Aus medienwissenschaftlicher Perspektive ist das Streaming-Portal als qualitativ profilierter Akteur im digitalen publizistischen Wettbewerb zu verorten. Es ergänzt kommerzielle Plattformangebote nicht primär durch Reichweiten- oder Marktlogiken, sondern durch inhaltliche Differenzierung, redaktionelle Einordnung, öffentlich-rechtliche Logiken für Automatisierung und Algorithmik sowie die Förderung vielfältiger Darstellungsformen und Themenzugänge. Dabei trägt das ZDF zur Sicherung publizistischer Vielfalt bei, indem es auch solche Inhalte bereitstellt, die aufgrund begrenzter wirtschaftlicher Verwertbarkeit im rein marktwirtschaftlich organisierten

Umfeld strukturell benachteiligt wären. Hierzu zählen beispielsweise die Bildungsangebote des ZDF. In diesem Sinne entfaltet das Streamingangebot eine wettbewerbliche Wirkung: Es wirkt als qualitätsbasierter Impuls zur Stabilisierung demokratischer Öffentlichkeit und zur Fortentwicklung publizistischer Standards im digitalen Raum.

Die Befunde zur Entwicklung des Mediennutzungsverhaltens und der publizistischen Wettbewerbsstruktur unterstreichen die Notwendigkeit, die Präsenz der ZDF-Angebote durch die Weiterentwicklung der eigenen Telemedienangebote wie auch auf Drittplattformen zu erhöhen, um vor allem jüngere Zielgruppen adäquat ansprechen zu können. Die inhaltlich-redaktionellen Anpassungen sowie die Weiterentwicklung der Portale sollen die publizistische Wirkung des ZDF weiter steigern. Die Charakteristika des öffentlich-rechtlichen Angebots, die Unabhängigkeit von kommerziellen und politischen Interessen sowie die Werbe- und Barrierefreiheit, tragen dabei weiterhin in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei.

Die geplanten Veränderungen des Telemedienangebots von 3sat umfasst insbesondere:

- den Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive sowie von Bildungsangeboten, insbesondere zur Förderung von Medienkompetenz (Kapitel D I.);
- die zeitgemäße Anpassung der Verweildauern in den ZDF-Telemedienangeboten an die derzeitigen Nutzungsbedürfnisse und -gewohnheiten (Kapitel D II.);

C. Telemedienangebote von 3sat: Stand und Entwicklung

I. Aktuelle Struktur der Telemedienangebote

Gemeinsam mit den ARD-Landesrundfunkanstalten stellt das ZDF weiterhin das Online-Angebot

3sat.de (Federführung Telemedienangebot ZDF)

bereit.

Inhalte von 3sat werden künftig weiterhin außerdem über das Projekt „Streaming OS“ über das ZDF Streaming-Portal verfügbar gemacht.

| Notwendigkeit des eigenständigen Portals

Die **3sat Mediathek** als eigenständiger Zugang zu Kultur- und Wissenschaftsinhalten nutzt künftig die vollständige technologische Basis des neuen ZDF-Streaming-Portals. 3sat soll so künftig den Rahmen des Streaming-Portals nutzen, um als Marke weiterhin endgeräte-übergreifend (Web, Smartphone, Tablet, Smart-TV etc.) präsent zu sein - ohne gesonderte technologische Eigenentwicklungen zu erfordern.

Das eigenständige Telemedienangebot von 3sat bleibt gemäß § 30 Abs. 1a MStV erforderlich, da das Angebot einen inhaltlich, strukturell und redaktionell eigenständigen, gesetzlich beauftragten Schwerpunkt verfolgt, der in dem Telemedienangebot sachgerecht abgebildet werden kann. 3sat erfüllt mit seinem klaren Kultur-, Wissenschafts- und Gesellschaftsprofil einen besonderen, grenzüberschreitenden öffentlich-rechtlichen Auftrag, der auf eine kuratierte Präsentation qualitativ hochwertiger Kultur- und Wissensinhalte angewiesen ist. Die redaktionelle Zusammenarbeit der vier Partneranstalten (ZDF, ARD, ORF, SRF) sowie die spezifische kulturfokussierte Nutzerführung erfordern ein eigenes Telemedienangebot, das diese programmliche Identität sicht-, auffind- und nutzbar macht und zugleich die kulturelle Vielfalt im deutschsprachigen Raum fördert.

Das Portal ist darüber hinaus in arbeitsteiliger Kooperation mit den Partneranstalten verankert (§ 30e, § 28a MStV). Diese Kooperationen erfordern eigene technische und redaktionelle Strukturen, um die zugesicherten gemeinsamen Inhalte,

Abstimmungsverfahren und Federführungen umzusetzen. Die Portal-Eigenständigkeit gewährleistet daher nicht nur die Erfüllung der jeweiligen inhaltlichen Schwerpunktaufträge, sondern auch die Einhaltung der staatsvertraglich festgelegten Kooperations- und Aufsichtszuständigkeiten. Damit stellt das Telemedienangebot von 3sat einen eigenständigen Auspielweg dar, das für die Erfüllung der beauftragten Kultur-, Wissenschafts-, Dokumentationsberichterstattungsaufträge weiterhin notwendig ist.

II. Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von 3sat

| 3sat

Mit dem klaren Fokus auf Kultur und Wissenschaft unterscheidet sich die **3sat-Mediathek** (3sat.de) von anderen Portalen, die auf ihren Startseiten eine große Genre-Bandbreite anbieten. Für eine offene, informierte und vielfältige Gesellschaft sind Kultur und Wissenschaft unverzichtbar, denn sie bieten Orientierung, bereichern aktuelle Debatten und fördern den Zusammenhalt in einer vielfältigen Gemeinschaft. Im Jahr 2025 konnte die 3sat-Mediathek Zugewinne in allen relevanten KPIs (Views, Visits, Sehvolumen Mio. Min.) verzeichnen, regelmäßige Nutzerinnen und Nutzer bestätigten in einer ZDF-Studie eine große Zufriedenheit mit dem 3sat-Angebot (Top 3). Grund dafür sind u.a. erfolgreiche 3sat-Formate wie „Till Reiners‘ Happy Hour“, die politische und gesellschaftliche Fragen auf pointierte, humorvolle Weise aufgreifen und damit auch jüngere Zielgruppen überdurchschnittlich gut ansprechen. Dokumentarfilme wie „Anne Frank – Tagebuch einer Jugendlichen“ und die Reihe „Der Anschlag“ über das Attentat auf den Weihnachtsmarkt am Berliner Breitscheidplatz erreichten als Video on demand ein zusätzliches großes Publikum aller Altersgruppen. Durch die Begleitung großer Events (Berlinale, Buchmessen, Dokumentarfilm-Festivals u.a.), die Ausdruck einer lebendigen Öffentlichkeit sind, macht die 3sat-Mediathek Kultur und Wissenschaft für alle sicht- und erlebbar. Zusätzlich zur Bündelung der Eigenproduktionen und Einbringungen der Partnersender in der 3sat-Mediathek ergänzen die Inhalte von 3sat, SRF und ORF das Angebot des ARD ZDF Streaming Netzwerks.

| Streaming OS – Die gemeinsame Plattformstrategie

Im nächsten Schritt soll 2026 im Rahmen von „Streaming OS“ die technologische Zusammenarbeit von ARD, ZDF und Deutschlandradio intensiviert werden. Dazu gehört

auch das kooperierte Programm von 3sat. Sie erweitert die derzeitige Kooperation des so genannten **ARD/ZDF-Streaming-Netzwerks** für den Austausch der Inhalte-Kataloge auf sämtlich Inhalte und erfüllt damit die Anforderungen des neuen Medienstaatsvertrages zur Modernisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das bedeutet: Zentrale Elemente werden für die Streaming-Portale von ARD und ZDF nur einmal entwickelt. Beispiele dafür sind das Empfehlungssystem des ZDF und das System für Nutzerprofil und Login der ARD. Der dabei gewählte Open-Source-Ansatz fördert offene Standards und macht Technologien für Partner zugänglich. Dadurch entsteht ein gemeinsames technologisches Ökosystem, das öffentlich finanzierte Technologien allgemein nutzbar macht. Die gemeinsame offene Entwicklung reduziert perspektivisch Doppelarbeit. Sie ermöglicht zudem Harmonisierung und Standardisierung, da alle Partner oder auch andere Institutionen über ein offen zugängliches Open-Source-Repository für alle neuen Projekte auf die Standard-Komponenten zugreifen können. Institutionell wird für Betrieb und Weiterentwicklung des gemeinsamen technischen Plattformsystems eine rechtlich selbstständige Tochtergesellschaft von ARD, ZDF und Deutschlandradio gegründet.

| **Social-Media-Angebote und Drittplattformen**

3sat hat im **Social Media**-Bereich sein Angebot deutlich weiterentwickelt: Der ehemalige Scobel-Kanal auf YouTube ist im Sommer 2025 als Wissenschaftskanal neu aufgestellt worden und zeigt seitdem gute Wachstumsraten. Künftig soll dieser Kanal einen zusätzlichen Weg in die 3satMediathek bieten - Stichwort Conversion. Der 2023 gestartete Microblogging-Dienst Mastodon macht der wachsenden Zahl von Menschen ein Angebot, die sich bewusst für alternative Social Media Plattformen entscheiden. Der 3sat-Mastodon-Kanal wächst stetig und kann mit hoher Interaktion und sehr guter Conversion (Mediatheksaufrufen) punkten. Ergänzend zu erwähnen: Auf Mastodon lässt sich der Public Value von 3sat besonders hervorheben.

| **Finanzieller Aufwand für die bestehenden Telemedienangebote von 3sat**

Die im Folgenden dargestellten Telemedienkosten umfassen alle Aufwendungen, die dem Onlineangebot (inkl. Videotext) von 3sat zugeordnet werden kann. Dabei handelt es sich um eine Erfassung der hier anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten. Unter anderem sind auch anteilige

Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt. Zum Teil müssen sachgerechte Schätzungen vorgenommen werden.

Die Kostendarstellungen sollen zwischen den öffentlich-rechtlichen Anstalten vergleichbar sein. Dazu haben hat die KEF gemeinsam mit der ARD, Deutschlandradio und dem ZDF eine Methodik („Leitfaden“) zur Datenerhebung erarbeitet.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Telemedienkosten von 2021 bis 2028. Darin enthalten sind die Ist-Kosten der Telemedienangebote in der abgeschlossenen Beitragsperiode sowie die geplanten Kosten der Telemedienangebote für die aktuell laufende Periode.

Übersicht: Telemedienkosten (25. KEF-Bericht; 3sat)

in T €	3sat- Streaming	3sat- Text	3sat
Istwerte			
2021	4.750	295	5.045
2022	4.233	336	4.569
2023	4.414	326	4.740
2024	4.425	318	4.743
Planwerte (vor MStV / Streaming OS)			
2025	4.655	330	4.985
2026	4.864	338	5.202
2027	4.926	346	5.272
2028	5.165	354	5.519

Die Kosten für die Programmverbreitung von 3sat sind anteilig in den Gesamtverbreitungskosten des ZDF enthalten (in Mio. €).

D. Wesentliche Änderungen der Telemedienangebote von 3sat (Telemedienänderungskonzept)

Wie beschrieben wird das Telemedienangebot von 3sat zukünftig im Rahmen von „**Streaming OS**“ in den öffentlich-rechtlichen Inhaltekosmos eingebettet und die Portale in Anlehnung an die Streaming-Portale von ARD und ZDF auf Basis des gemeinsamen technischen Plattformsystems weiterentwickelt und so in die gemeinsame Plattformstrategie integriert.

Inhaltlich tragen auch nicht-europäische Werke angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen oder Ko-Produktionen sind, in besonderem Maße zum öffentlich-rechtlichen Profil bei, wenn sie den gesetzlichen Auftrag zu Bildung und Kultur erfüllen (§ 2 Abs. 2 Nr. 26 und 27 MStV) und gesellschaftlich relevante Perspektiven eröffnen, die im deutschen und europäischen Produktionskontext nicht in gleicher Weise verfügbar sind. Sie erweitern das inhaltliche Spektrum des Telemedienangebots um internationale Perspektiven, fördern interkulturelles Verständnis und ermöglichen das Kennenlernen vielfältiger Lebenswelten, Milieus und kultureller Identitäten. Damit stärken sie die Funktionsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Ort pluraler gesellschaftlicher Auseinandersetzung und leisten einen Beitrag zu historischer, kultureller und sozialer Bildung, wie es § 26 MStV vorsieht.

Viele dieser Werke zeichnen sich durch herausragende filmische Qualität, innovative Erzählformen, authentische Darstellungen oder originäre kulturelle Kontexte aus und ermöglichen damit Einsichten, die das europäische Angebot ergänzen. Beispiele aus den redaktionellen Kriterien – etwa authentische Figuren, ungewöhnliche (Helden-) Geschichten, popkulturelle Referenzen oder fiktionale Auseinandersetzungen mit historischen oder zukünftigen Epochen – demonstrieren das Potenzial, junge Zielgruppen, diverse gesellschaftliche Gruppen oder bislang schwer erreichbare Publikumsteile einzubinden und aktuelle Diskurse anzuregen. Zugleich schließen solche Werke Lücken im inhaltlichen Portfolio und tragen zur Vielfalt sowie zur internationalen Perspektive des Gesamtkatalogs bei.

Zugleich kann mit einer ausspielwegübergreifenden Distribution das größtmögliche Nutzungsvolumen in der Gesamtgesellschaft und die höchstmögliche publizistische

Wirkung erzielt werden.

Darüber hinaus ergeben sich folgende wesentlichen Änderungen der Telemedienangebote:

I. Zeit- und kulturgeschichtliche Archive

Für das Telemedienangebot von 3sat ist der Ausbau ihrer zeit- und kulturgeschichtlichen Archive geplant, um in Zeiten der digitalen Medienkonvergenz und schnelllebigen Informationszyklen durch hintergründige und authentische Quellen Zeitgeschichte und Zeitgeschehen abzubilden und dauerhaft zu sichern. Sie ermöglichen es, gesellschaftliche Entwicklungen, kulturelle Umbrüche, wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt oder mediale Kommunikation zu Politik und Gesellschaft über Jahrzehnte hinweg nachzuvollziehen und kritisch zu reflektieren. Ein Ausbau und eine systematische Kontextualisierung von Inhalten unterschiedlicher Genres und Herkunftsarten auf Basis redaktioneller, themenspezifischer Konzepte sichern damit dauerhaft den Zugang zu kollektiven Erfahrungen und fördern Bildung, Medienkompetenz und historisches Bewusstsein. Diese Archive sollen unter Einsatz moderner Gestaltungsmittel sowie mit Hilfe des Einsatzes von KI entwickelt, aufbereitet und publiziert werden.

Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten sind verpflichtet, nicht nur aktuelle Informations-, Bildungs-, Beratungs-, Kultur- und Unterhaltungsangebote zu unterbreiten, sondern auch dem Erhalt und der dauerhaften Zugänglichkeit zu diesen zu dienen – insbesondere dann, wenn diese Inhalte als zeit- und kulturgeschichtlich relevant gelten. Der staatsvertragliche Rahmen lässt eine unbefristete Bereitstellung von Archivinhalten ausdrücklich für solche Archive zu, weil gerade sie langfristig zu einem kollektiven Gedächtnis beitragen. Voraussetzung hierfür sind der Abbau rechtlicher Hürden. Indem die Archive ausgeweitet werden, wird ein Beitrag zur demokratischen und historischen Bildung geleistet. Dadurch können Forschung, Wissenschaft und Öffentlichkeit gleichermaßen, auf originale audiovisuelle Quellen zurückzugreifen – was Transparenz, Nachvollziehbarkeit und gesellschaftliche Orientierung stärkt. Außerdem unterstützt der Ausbau der Archive die programmliche Vielfalt und Qualität über das aktuelle Geschehen hinaus: Dokumentationen, Filme, Zeitzeugnisse, Gesprächssendungen oder Nachrichtenbeiträge können im historischen Kontext erneut verfügbar gemacht und neu bewertet werden, was die Kontinuität des

Mediengedächtnisses sichert und zugleich einen qualitätsvollen Gegenentwurf zu rein kommerzialisierten, vergänglichen Onlineangeboten darstellt.

In der Gesamtschau verstärkt der Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive in den Telemedienangeboten von 3sat und phoenix das Selbstverständnis der öffentlich-rechtlichen Angebote als gemeinwohlorientierte Institutionen, die nicht nur dem aktuellen Zeitgeschehen Rechnung tragen, sondern auch die Bewahrung historischer Erinnerung und kultureller Identität verstärkt in den Blick nehmen sowie einen noch größeren Beitrag zur Bildung junger Zielgruppen leisten – und damit ihren gesetzlichen Auftrag in zentralen Bereichen wie Bildung, Medienkompetenz, Kultur und demokratischer Teilhabe umfassend erfüllen.

II. Verweildauerkonzept

Aus programmlich-redaktioneller Sicht ist – wie bereits im Telemedienkonzept von 2010 sowie im Telemedienänderungskonzept von 2020 ausgeführt – weiterhin festzustellen, dass die zeitliche Befristung der Verweildauern eine substantielle Beschränkung der publizistischen Gestaltungsfreiheit sowie der Zugangsmöglichkeiten der Nutzerinnen und Nutzer zu den Inhalten von 3sat und phoenix bedeutet. Insbesondere durch die fortschreitende Transformation der Medienlandschaft und die durch den novellierten Medienstaatsvertrag vorgesehene **Reduktion linearer Auspielwege und -flächen** gewinnt die non-lineare Nutzung nochmals erheblich an Bedeutung. Die Verfügbarkeit öffentlich-rechtlicher Inhalte konzentriert sich damit zunehmend auf digitale Distributionsformen, sodass die bislang geltenden Verweildauern den publizistischen Auftrag von 3sat in wesentlichen Teilen beeinträchtigt und noch dazu dem berechtigten Interesse der Nutzerinnen und Nutzer am Zugang zu bereits finanzierten Inhalten widerspricht. Der Inhalte-Pool des Telemedienangebots von 3sat wird künstlich verknappert, obwohl entsprechende Nutzungsrechte im Wesentlichen vorliegen. Das Erreichen der mit den Telemedienangeboten gemäß § 30 MStV verfolgten Ziele zur Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen, aller Generationen sowie Minderheiten und Menschen mit Behinderung an der Informationsgesellschaft, den Zugang zu einem Angebot der Orientierungshilfe sowie die Erlangung technischer und inhaltlicher Medienkompetenz wird beeinträchtigt.

Längere Verweildauern sind daher erforderlich, um ein konsistentes, verlässliches und thematisch kohärentes Angebot sicherzustellen, das der Erwartungshaltung der Nutzenden entspricht. Schließlich dient eine Ausweitung der Verweildauern auch der Wahrung des politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Gedächtnisses, der Stärkung zeit- und kulturhistorischer Kontexte sowie der Sicherung öffentlich rechtlicher Qualitätsstandards im digitalen Raum. Inhalte, die nach kurzer Frist depubliziert werden müssen, verlieren ihren gesellschaftlichen Wert, obwohl sie zur demokratischen Meinungsbildung, historischen Einordnung oder kulturellen Identitätsbildung beitragen könnten. Längere Verweildauern stellen sicher, dass diese Leistungen auch langfristig verfügbar bleiben und dass gesellschaftlich relevante Inhalte nicht aufgrund formaler Fristen aus dem öffentlichen Diskurs verschwinden.

Auch mit Blick auf europäische und nicht-europäische Werke im Sinne des § 30 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 MStV als eigenständige audiovisuelle Inhalte gem. § 30 Abs. 2 S. 1 Nr. 3 MStV ist die zeitlich weitergehende Abrufmöglichkeit über dreißig Tage hinaus redaktionell begründet, wenn die dauerhafte oder wiederkehrende Relevanz der Inhalte für gesellschaftliche, bildungsbezogene oder kulturelle Diskurse einen verlängerten Zugang erfordert. Dies betrifft insbesondere Werke, die aufgrund ihres thematischen Bezugs (z. B. politische Entwicklungen, historische Einordnungen, gesellschaftliche Transformationsprozesse oder langfristige Debatten) ein anhaltendes Orientierungs- und Informationsinteresse hervorrufen oder als Referenzpunkte für die öffentliche Meinungsbildung dienen. Ebenso notwendig ist eine längere Bereitstellung, wenn Inhalte als Bestandteil fortlaufender Themenschwerpunkte, kuratierter Dossiers oder zusammenhängender Serienformate (z. B. „Stacking to Boxset“) genutzt werden sollen, um Kohärenz und vollständige Nutzbarkeit sicherzustellen – eine Nutzungsperspektive, die im digitalen Raum entscheidend zur Erfüllung des Auftrags beiträgt.

Darüber hinaus können redaktionelle Erwägungen eine Verlängerung rechtfertigen, wenn Werke auf aktuelle gesellschaftliche Dynamiken reagieren, in Bildungskontexten eingesetzt werden oder zur Stärkung medialer und historischer Kompetenz beitragen sollen. Auch zielgruppenspezifische Nutzungsbedürfnisse – etwa episodischer Konsum, nonlineare Rezeption oder das Bedürfnis nach vollständigen Reihen und Staffeln – sprechen für eine weitergehende Abrufbarkeit, um Nutzungskontinuität und Verständlichkeit sicherzustellen. In allen Fällen bleibt eine einzelfallbezogene redaktionelle Prüfung gemäß § 30a Abs. 1 MStV erforderlich.

Auf Grundlage der vorgenannten Erwägungen und in Analogie zu den staatsvertraglichen Fortentwicklungen hält es das ZDF für geboten, die in den bestehenden Telemedienkonzepten von 3sat und phoenix selbst gesetzten Befristungen der Verweildauern – angebotsabhängig differenziert – durch dieses Telemedienänderungskonzept für alle Inhalte in sämtlichen Telemedienangeboten auf non-linearen Verbreitungswegen, vor dem Hintergrund geringerer linearer Nutzung zu überarbeiten und zu erweitern, um eine Annäherung an die Nutzungsbedürfnisse und -gewohnheiten zu ermöglichen.

Dabei gilt weiterhin, dass – sofern nicht anders geregelt – Beginn der Verweildauerfrist die jeweilige (Erst-) Publikation durch 3sat und phoenix ist, die künftig regelmäßig ausschließlich oder vor einer linearen Ausstrahlung in den jeweiligen Telemedienangeboten bzw. Streaming-Portal erfolgt.

Zugleich gilt aber außerdem, dass sämtliche aufgeführte Verweildauern lediglich Höchstverweildauern sind, die tatsächliche Verweildauer im Einzelfall also von verschiedenen Umständen (Rechtesituation, Beachtung der Persönlichkeitsrechte, besondere redaktionelle Erwägungen etc.) abhängig ist. Im Einzelnen:

1. **Nachrichten, aktuelle Informationen und Gesprächssendungen, Magazine, Dokumentationen und Reportagen** (inklusive solcher Formate, die unterhaltende Bestandteile aufweisen, wie Factual Entertainment) sowie Inhalte aus den Genres **politisches Kabarett, Comedy und Satire** können grundsätzlich bis zu zehn Jahre in den Telemedienangeboten bereitgehalten werden.
2. Inhalte aus den Bereichen **Wissenschaft, Technik, Theologie oder Ethik, Geschichte, politische Bildung, Umwelt, Arbeit und Soziales** sowie **Kulturinhalte**, die Kunst- und Kulturleistungen aller Art und Darbietungsformen darstellen, können bis zu zehn Jahre zum Abruf in den Telemedienangeboten bereitgehalten werden.
3. **Inhalte in Programmschwerpunkten** (z.B. inhaltliche Schwerpunkte, Angebote zu Jahrestagen, Angebote zu gesellschaftlichen Anlässen) werden grundsätzlich bis zu zehn Jahre in den Telemedienangeboten zur Verfügung gestellt.
4. **Film- und fernsehhistorische Produktionen**, deren Erstpublikation mindestens 20 Jahre zurückliegt können bis zu fünf Jahre eingestellt werden.
5. Produktionen aller Genrebereiche, insb. Dokumentarfilme, deren Zweck die

- Förderung des Film- Fernsehnachwuchses** darstellt (z.B. die ersten drei Produktionen von Regisseur/in, Realisator/in, Autor/in und/oder Protagonist/in bzw. Hauptdarsteller/in), sollen bis zu fünf Jahre zum Abruf bereitgehalten werden.
6. **Fiktionale Inhalte (Filme und Serien)** bleiben bis zu zwei Jahre nach Publikation im Angebot, wobei die Frist der vorgenannten Verweildauer im Falle von Serien für alle bislang publizierten Folgen der Serie erst mit der Publikation der letzten Folge einer neuen Staffel beginnt. Entsprechendes gilt für Reihen und Mehrteiler.
 7. **Alle anderen audiovisuellen Inhalte** (z.B. Musiksendungen, sonstige Ereignisberichterstattung) bleiben für die Dauer von bis zu zwei Jahren nach Publikation im Angebot.
 8. **Europäische und nicht-europäische Werke angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien**, die keine Auftrags- oder Ko-Produktionen sind, werden entsprechend der jeweils geltenden gesetzlichen Regelungen (derzeit § 30 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 3 MStV) in die Telemedienangebote eingestellt, derzeit bis zu 30 Tage im Umfeld einer linearen Publikation oder als eigenständige audiovisuelle Inhalte bis zu drei Monate nach Einzelfallprüfung.

Vorhandene Inhalte können aufgrund eines besonderen publizistischen Anlasses oder nach einer vorherigen Depublikationsphase von mindestens sechs Monaten in das Telemedienangebot von 3sat bzw. das ZDF-Streaming-Portal oder nach Maßgabe des Telemedienkonzepts in die ARDmediathek wieder eingestellt werden.

Außerdem ist es wie bisher möglich bei Erstpublikation einer neuen Serien-Staffel – entsprechend der aktuellen Nutzungsbedürfnisse und -gewohnheiten – vorangegangene Staffeln der Serie erneut in das Telemedienangebot von 3sat einzustellen.

Europäische und nicht-europäische Werke angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien können ähnlich gängiger Wiederholungszyklen in linearen Programmen als eigenständige audiovisuelle Inhalte entlang einer eigenständigen Programmplanung unter Berücksichtigung der gegebenen Lizenzrechte und nach Einzelfallprüfung ebenso wieder eingestellt werden.

Neben publizistischen Anlässen können darüber hinaus vorhandene Inhalte wieder eingestellt werden, soweit sie – unabhängig von der Konfektionierung – im Fernsehprogrammen von 3sat wiederholt werden.

III. Finanzieller Aufwand für die wesentlichen Änderungen der 3sat- Telemedienangebote

Für die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebenen wesentlichen Änderungen des Telemedienangebots von 3sat werden jährliche Kosten in nachfolgendem Umfang veranschlagt. Es handelt sich hierbei um Abschätzungen (Stand 01/2026). Das ZDF wird den Fernsehrat über die Entwicklung der tatsächlichen Telemedienkosten weiterhin jährlich unterrichten.

Grundlage der Kalkulation der benötigten Mittel für den Ausbau digitaler Publikationsformen und Distributionsmaßnahmen sind die Anmeldung zum 25. KEF-Bericht.

Die nachfolgende Kostendarstellung bezieht sich auf das Etatjahr 2027. Die Kosten würden in den Folgejahren, auf Basis der von der KEF ermittelten Steigerungsraten, fortgeschrieben.

<i>in Mio. €</i>	2027
Zeit- und kulturgeschichtliche Archive	0,11
Verweildauerkonzept	0,13
Gesamt zusätzlicher finanzieller Aufwand	0,24

Bei der KEF wurde für den Beitragszeitraum 2025 bis 2028 kein eigenständiges Projekt für die vorgenannten Änderungen des Telemedienangebots angemeldet. Daraus folgt, dass entsprechende Programmaufwände in der kommenden Beitragsperiode aus dem bestehenden Etat gegenfinanziert werden müssen. Andere Aufwände mit entsprechender marktlicher Auswirkung werden im Gegenzug reduziert.



Gez.

Dr. Norbert Himmler

Intendant