



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

Mainz, 25.02.2026

- **Änderungskonzept der Telemedienangebote
des Zweiten Deutschen Fernsehens**

■ Inhalt

Präambel	3
A. Änderungen der Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix 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 ZDF-Telemedienangebote (einschl. 3sat und phoenix)	18
IV. Fazit	19
C. Telemedienangebote des ZDF: Stand und Entwicklungen	22
I. Aktuelle Struktur der ZDF-Telemedienangebote	22
II. Stand und Entwicklung der ZDF-Telemedienangebote	26
D. Wesentliche Änderungen der ZDF-Telemedienangebote (Telemedienänderungskonzept)	35
I. Eigenständige digitale Publikationsformen und nutzerzentrierte Distributionsmaßnahmen	36
II. Zeit- und kulturgeschichtliche Archive sowie Bildungsangebote, insbesondere zur Förderung von Medienkompetenz	41
III. Interaktion mit Nutzenden sowie Präsenz auf Drittplattformen	43
IV. Verweildauerkonzept	46
V. Partnerschaften im Rahmen von „Streaming OS“ mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie privatwirtschaftlichen Medienunternehmen	50
VI. Finanzieller Aufwand für die wesentlichen Änderungen der ZDF-Telemedienangebote	52

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 des ZDF vom 18.05.2010 in seiner Änderungsfassung vom 10.07.2020 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 Kapitel C werden Stand und Entwicklung der bisherigen ZDF-

Telemedienangebote dargestellt. Die aus Sicht des ZDF wesentlichen Änderungen werden zur besseren Übersichtlichkeit in Kapitel D schwerpunktmäßig zusammengefasst.

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die jeweils jährliche Fernsehratsvorlage „Stand und Entwicklung der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix“ künftig weiterhin integraler Bestandteil der laufenden Berichterstattung bleibt.

A. Änderungen der Rechtsgrundlagen der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix

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 zielen, 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.

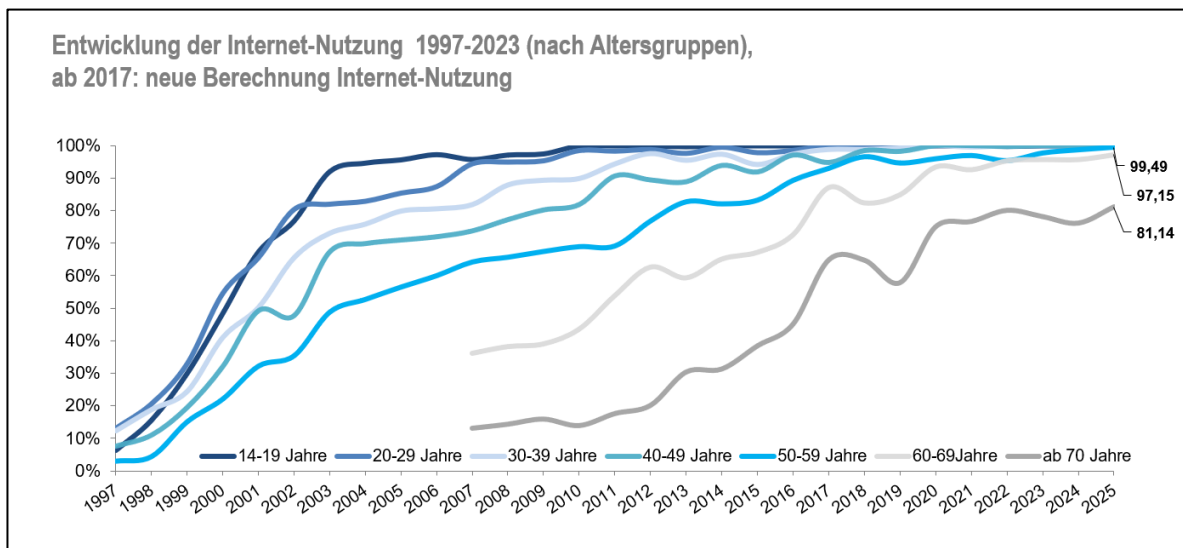
Zur Bewertung und Steuerung entsprechender Maßnahmen schlägt die Studie schließlich den sogenannten Digital-Public-Value-Kompass (DPV-Kompass) vor. Dieser erweitert den bestehenden Qualitätskompass des ZDF um Kennwerte, die insbesondere die Messung von Netzwerk- und Spillover-Effekten erlauben. Ziel 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.

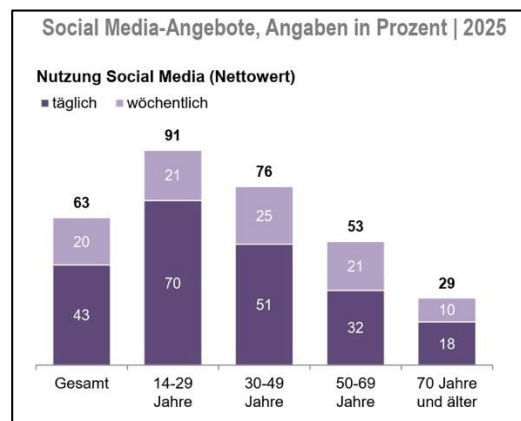
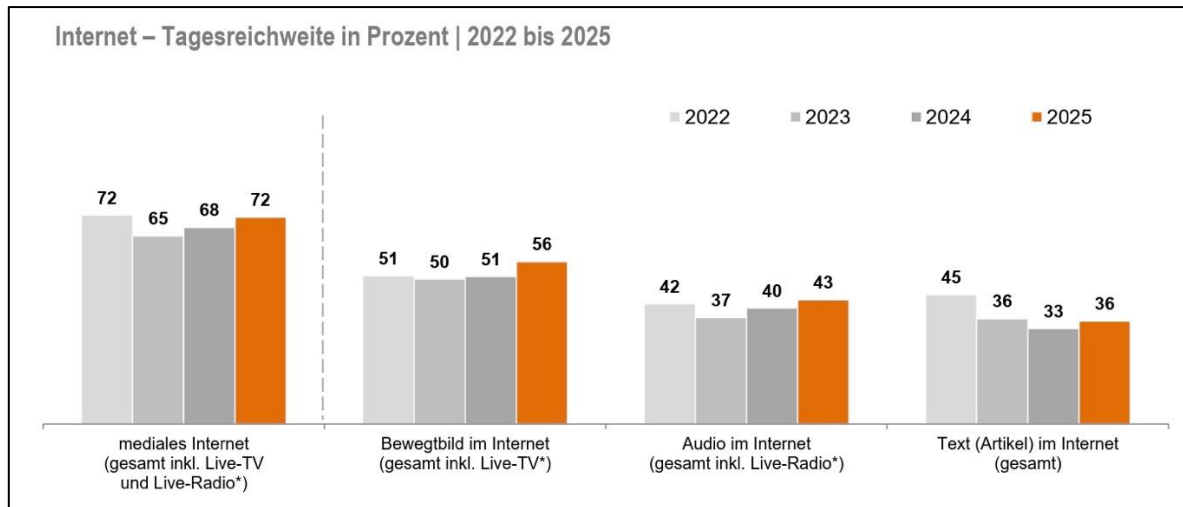
Vor dem Hintergrund dieser Studienergebnisse und der aktuellen Entwicklung des Mediennutzungsverhaltens erscheint eine Weiterentwicklung der Telemedienangebote des ZDF im Sinne eines „Digital Public Value“ geboten, damit das ZDF auch künftig mit seinen Telemedienangeboten den gesellschaftlichen Bedürfnissen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

II. Mediennutzungsverhalten und publizistische Wettbewerbststruktur

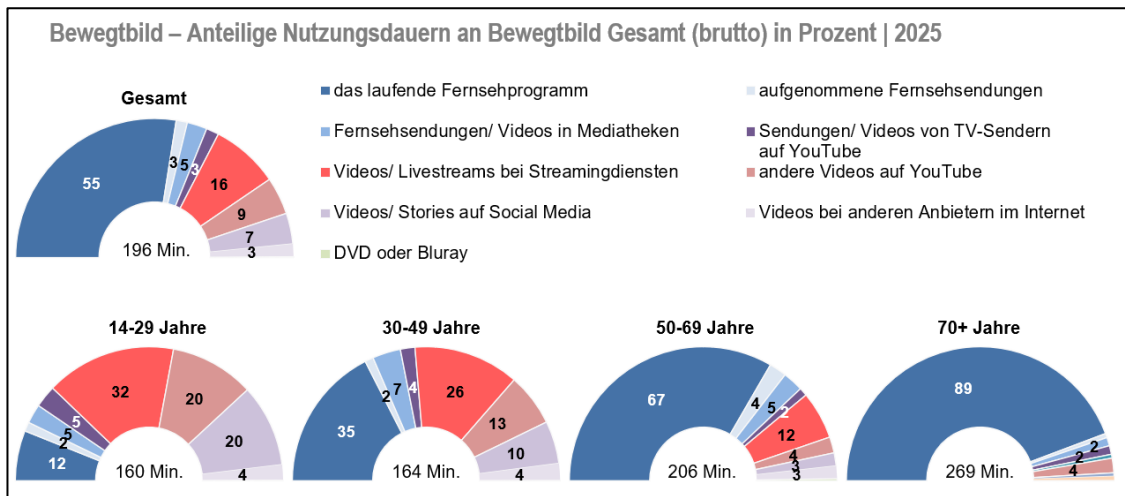
Medienwissenschaftliche Erkenntnisse dokumentieren einen **tiefgreifenden Wandel in der Mediennutzung der deutschen Bevölkerung** in den letzten Jahren. So zeigt die ARD/ZDF Medienstudie, dass die regelmäßige Internetnutzung bis 2025 auf nahezu die gesamte Bevölkerung ausgedehnt ist. Selbst die Gruppe 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.



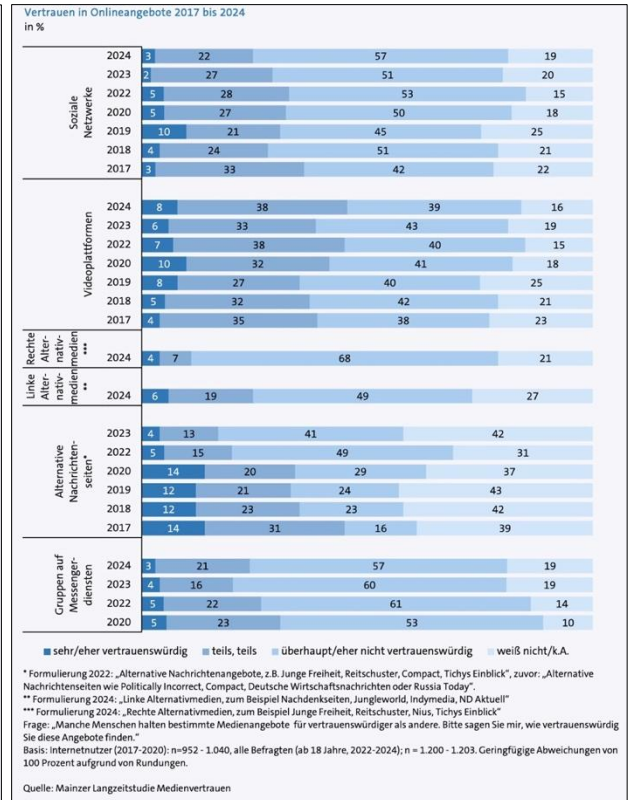
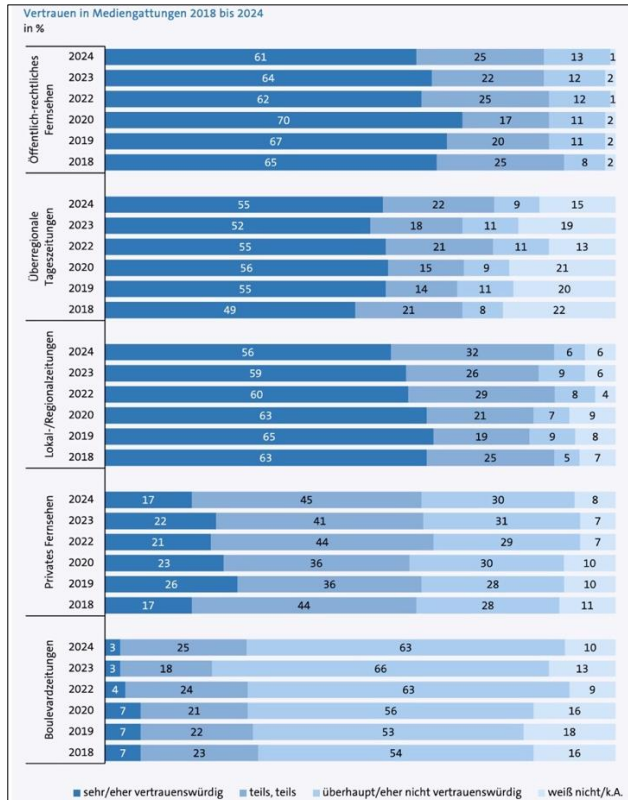
Die Bewegtbildnutzung ist zwischen 2020 und 2024 rückläufig. Während der Konsum linearer Angebote wie Fernsehen und Radio rückläufig ist, hat die **Nutzung digitaler, non-linearer Angebote in vielen Bevölkerungsgruppen deutlich an Bedeutung gewonnen**. Die privatwirtschaftlichen Streaming-Anbieter aus 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 unglaublichste 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

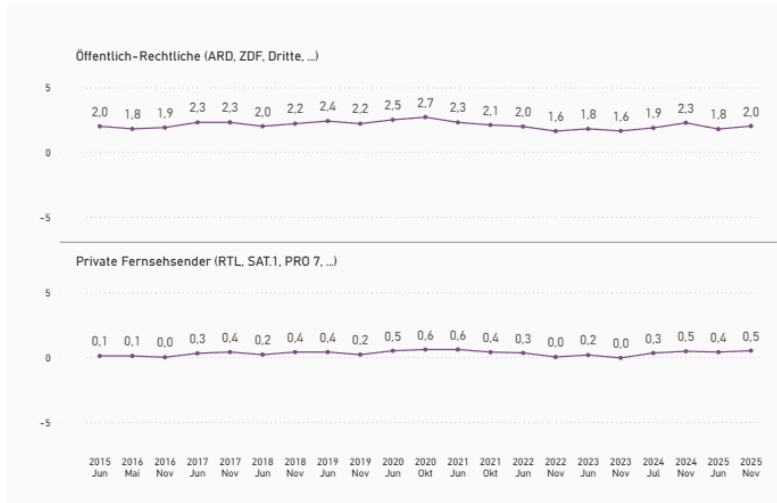


Abbildung: Durchschnitt.

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.

ZDF | Audience / Medienforschung und Beratung

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

Skala: Überhaupt nicht glaubwürdig -5 | 5 sehr glaubwürdig

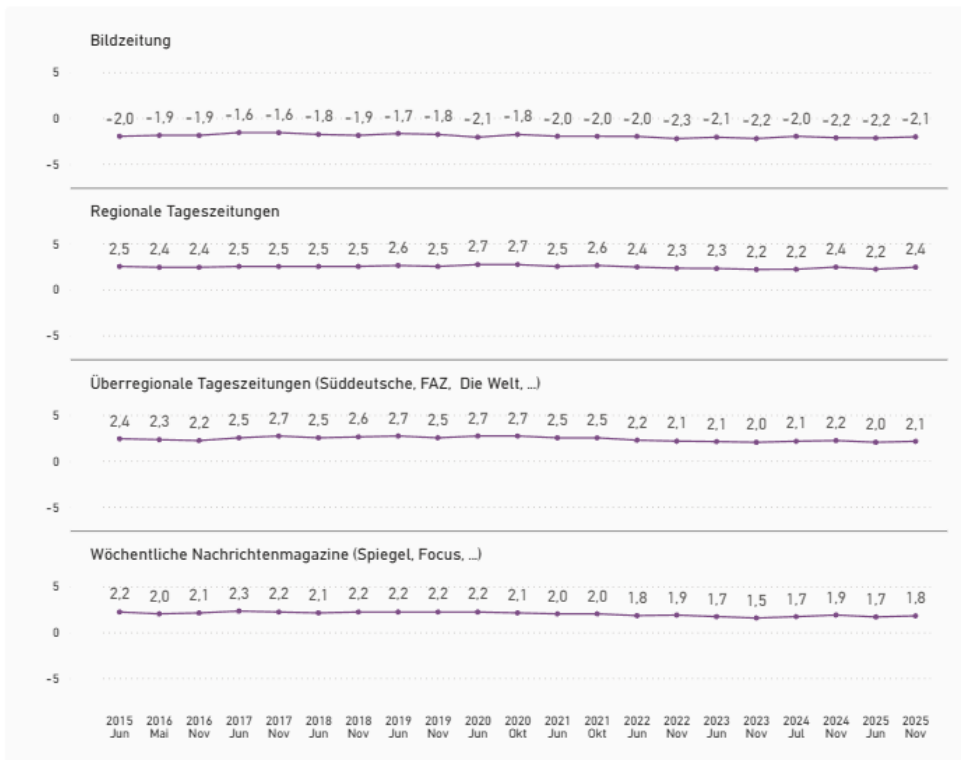


Abbildung: Durchschnitt.

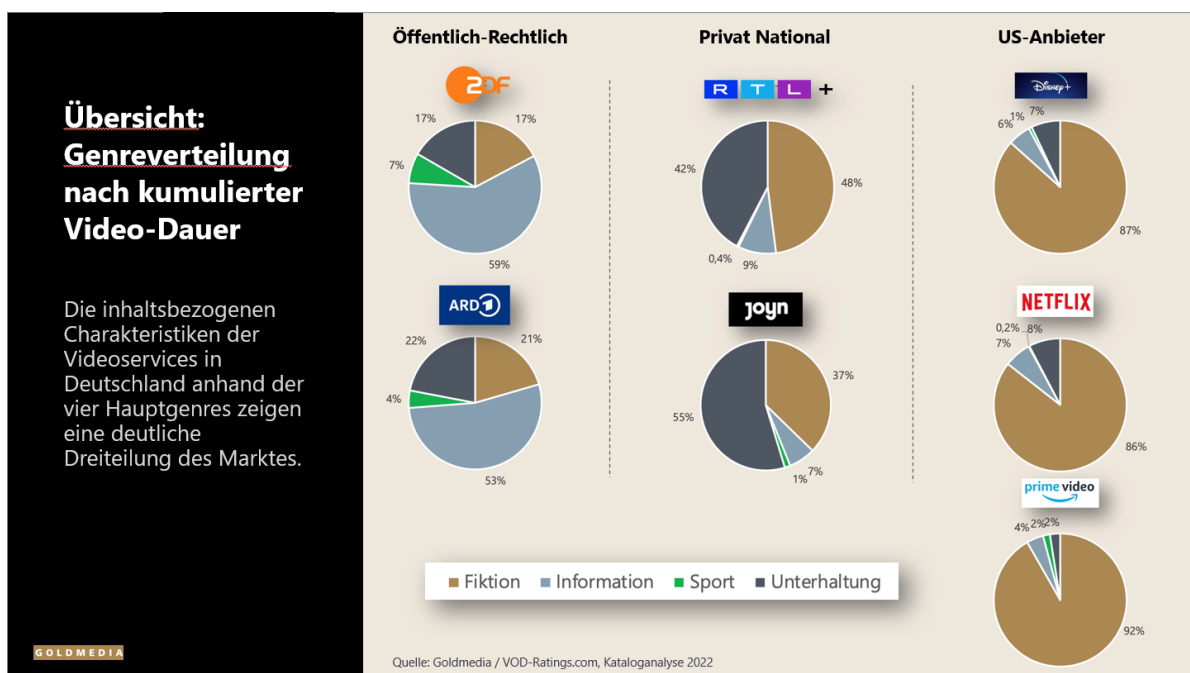
Fragestellung "Wie bewerten sie die Glaubwürdigkeit der Bildzeitung/wöchentlichen Nachrichtenmagazine wie Spiegel und Focus/regionalen Tageszeitungen/überregionalen Tageszeitungen wie Süddeutsche, FAZ und Die Welt?" (nicht glaubwürdig -5 4 3 2 1 0 1 2 3 4 5 sehr glaubwürdig).

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.

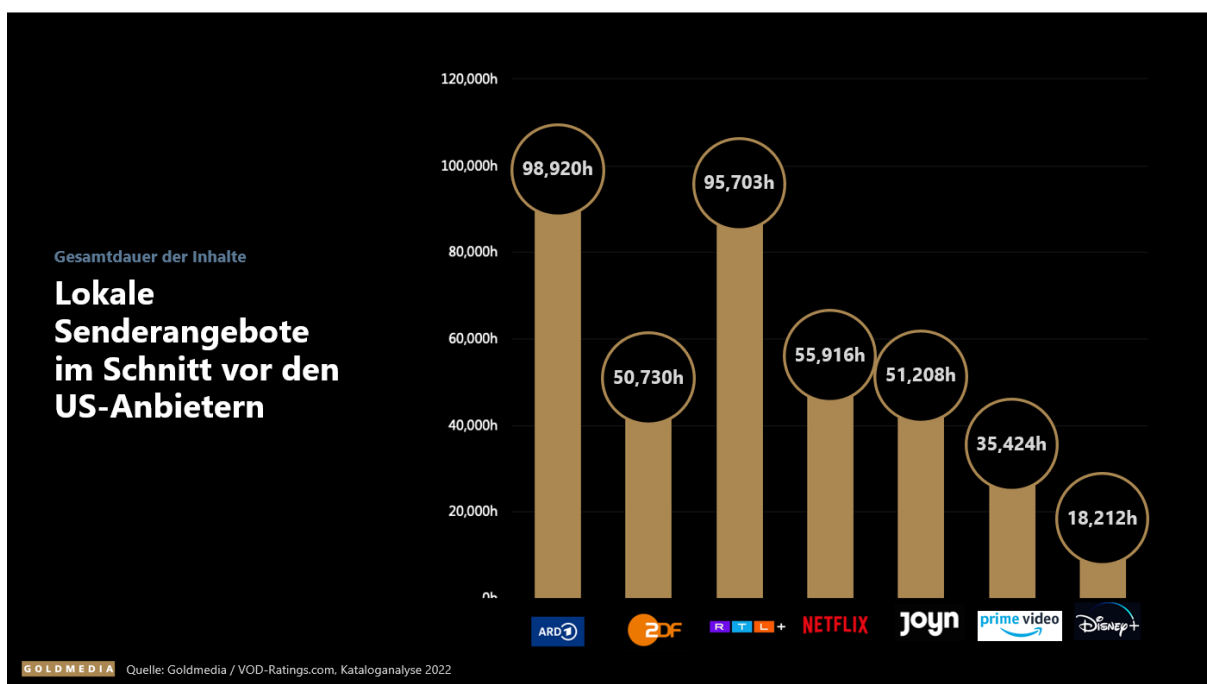
* Werte mit weniger als 80 Befragten werden hellgrau ausgewiesen. Die Interpretation der Werte wird nicht empfohlen.

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 Inhaltsbibliothek 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 ZDF-Telemedienangebote (einschl. 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 Algorithmen 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 der Telemedienangebote von ZDF, 3sat und phoenix umfassen insbesondere:

- den Ausbau von eigenständigen digitalen Publikationsformen und nutzerzentrierten Distributionsmaßnahmen (Kapitel D I.);
- den Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive sowie von Bildungsangeboten, insbesondere zur Förderung von Medienkompetenz (Kapitel D II. /F I.);
- den Ausbau von Möglichkeiten zur Interaktion mit Nutzenden sowie zur Präsenz auf Drittplattformen (Kapitel D III.);
- die zeitgemäße Anpassung der Verweildauern in den ZDF-Telemedienangeboten

- an die derzeitigen Nutzungsbedürfnisse und -gewohnheiten (Kapitel D IV./F II.);
- die Intensivierung von Partnerschaften im Rahmen von „Streaming OS“, mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie kommerziellen Rundfunkveranstaltern (Kapitel D V.).

C. Telemedienangebote des ZDF: Stand und Entwicklungen

I. Aktuelle Struktur der ZDF-Telemedienangebote

Aktuell stellt sich die Struktur der Onlineangebote des ZDF wie folgt dar:

1. **ZDF Streaming-Portal** / zdf.de
2. **ZDFheute Nachrichtenportal** / zdfheute.de
3. **ZDF-Kindernachrichtenportal logo!** / logo.de
4. **ZDF-Unternehmenspräsenz** / unternehmen.zdf.de
5. **ZDF goes Schule** / schule.zdf.de

Zur Sicherstellung einer möglichst breiten Nutzbarkeit und Auffindbarkeit werden alle genannten Telemedienangebote des ZDF plattformübergreifend bereitgestellt. Sie stehen nicht nur als Webangebote zur Verfügung, sondern werden teilweise zusätzlich in nativen Applikationen für Smartphones, Tablets und SmartTVs, sowie über HbbTV-fähige Smart-TV-Oberflächen sowie auf weiteren relevanten Endgeräten angeboten. Dadurch wird gewährleistet, dass die Inhalte unabhängig vom Nutzungskontext, vom Gerätetyp und von der individuellen technischen Umgebung jederzeit erreichbar sind und den Anforderungen an zeitgemäße Mediennutzung entsprechen.

Neben den fünf zentralen Telemedienangeboten existieren weitere markenbezogene Einstiegsseiten wie **sportstudio.de**, **terraX.de**, **zdfneo.de**, **zdfinfo.de** und weitere zielgruppenorientierte URLs. Diese dienen jedoch ausschließlich der Markenführung sowie einem besonders einfachen, intuitiven Zugang für Nutzerinnen und Nutzer. Es handelt sich hierbei **nicht um eigenständige Telemedienangebote im Sinne des § 30 MStV**, da sämtliche dieser Zugänge unmittelbar und ohne eigene redaktionelle Struktur in das Webangebot des ZDF-Streaming-Portals weiterleiten. Sie bündeln keine eigenständigen Inhalte, sondern erleichtern den Wiedererkennungswert der Marken und ermöglichen einen direkten Einstieg in die entsprechenden Inhalte innerhalb des zentralen Portals.

| Notwendigkeit der eigenständigen Portale

Das ZDF hat bereits 2016 die Angebote zdf.de und ZDFmediathek zu einem gemeinsamen videobasierten Angebot weiterentwickelt. Das Angebot stellt jetzt die zentrale Plattform des ZDF dar und wurde 2025 einem umfassenden Relaunch unterzogen. Seitdem ist auch

der Name ZDFmediathek entfallen und ein neues, modernes, eigenständiges Streaming-Portal eingeführt. Eine der markantesten Veränderungen gegenüber der alten ZDFmediathek ist die konsequente Abkehr vom linearen TV-Programm als strukturprägendes Element. Dadurch ist ein Portal entstanden, das sich konsequent und in großen Teilen automatisiert an den aktuellen Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer von Streaming-Angeboten orientiert.

Ein eigenständiges Streaming-Portals ist nach § 30 Abs. 1a MStV erforderlich, weil nur durch ein dezidiert videobasiertes, algorithmisch unterstütztes Portal die zentralen Zielgruppen zunehmend non-linearer Mediennutzung erreicht werden können. Die inhaltliche Breite, Tiefe und Dynamik des ZDF-Bewegtbildangebots verlangen eine eigenständige Architektur, die auf Personalisierung, automatisierte Kuratierung und Ausspielung großer Mengen audiovisueller Inhalte ausgelegt ist. Diese technischen und redaktionellen Anforderungen unterscheiden sich grundlegend von denen eines Nachrichten- oder Unternehmensportals und machen eine eigene Struktur zwingend notwendig. Das Portal gewährleistet zugleich Auffindbarkeit, Barrierefreiheit, konsistente Nutzerführung und die technische Einbettung in das gemeinsame Plattformsystem gemäß § 30f MStV. Es stellt damit eine eigenständige Distributionsebene dar, die zur Erfüllung des Funktionsauftrags – insbesondere der Grundversorgung im digitalen Raum – notwendig ist.

Die ZDFheute-Plattform ist unter der eigenständigen URL „ZDFheute.de“ zu finden. Die eigene Domain und die neue Strukturierung fördern die Sichtbarkeit und ermöglichen den Nutzenden einen leichteren und übersichtlichen Zugang zu den umfangreichen Informationsinhalten des ZDF / den ZDFheute-Angeboten.

Ein eigenständiges Nachrichtenportal ist gemäß § 30 Abs. 1a MStV geboten, weil die journalistischen Anforderungen an Aktualität, Einordnung, Nachrichtenlage und Nutzerführung substantiell abweichende technische und redaktionelle Logiken erfordern als das primär videobasierte Streaming-Portal. Die ZDFheute-Angebote unterliegen zeitkritischen Produktionsprozessen, benötigen spezifische Darstellungsformen für Breaking News, Live-Berichterstattung und faktenbasierte Orientierung und erfüllen damit eine publizistische Funktion, die in eigenen Strukturen gebündelt werden muss. Die eigenständige Domain steigert zudem die Auffindbarkeit im Nachrichtenmarkt und stellt sicher, dass die Vorgaben zur Vermeidung von Presseähnlichkeit (§ 30 Abs. 7 MStV) klar umgesetzt und transparent operationalisiert werden können. Ebenso begründen die

Zielgruppenadressierung, die mobile Nutzungssituation und der veränderte Nachrichtengebrauch eine separate Portalstruktur.

„logo!“ ist das eigenständige Kindernachrichtenangebot des ZDF und erfüllt einen spezifischen, gesetzlich verankerten Informations- und Bildungsauftrag für die Zielgruppe der 8- bis 12-Jährigen. Die kindgerechte Aufbereitung komplexer Nachrichtenlagen, die besondere redaktionelle Verantwortung im Hinblick auf Verständlichkeit, Einordnung und altersangemessene Darstellung sowie die Nutzung spezifischer didaktischer Gestaltungsmittel erfordern eine eigene Telemedienpräsenz. Die eigenständige Portalstruktur, die die technische Grundlage des ZDFheute-Nachrichtenportals effizient nutzt, gewährleistet eine klare Trennung von Angeboten für Erwachsene, eine geschützte und übersichtliche Nutzerführung, die Berücksichtigung medienpädagogischer Standards sowie die Umsetzung barrierefreier und nutzungsgerechter Darstellungsformen. Damit ist „logo!“ ein eigenständiges Telemedienangebot im Sinne des § 30 MStV, das zur Erreichung seiner Zielgruppe und zur Erfüllung des Informations- und Bildungsauftrags zwingend erforderlich ist.

Die ZDF-Unternehmenspräsenz stellt ein notwendiges eigenständiges Portal im Sinne des § 30 Abs. 1a MStV dar, da sie weder inhaltlich noch funktional mit den publizistischen Telemedienangeboten verbunden werden kann. Sie dient der gesetzlich geforderten Transparenz über Organisation, Aufgaben, Strukturen, wirtschaftliche Grundlagen und Gremienarbeit (§ 31a, 31b MStV) und hat damit einen eigenständigen, nicht-journalistischen Zweck. Die Nutzerführung orientiert sich an Informationspflichten, nicht an inhaltlicher Kuratierung. Die Trennung gewährleistet, dass Corporate-Informationen nicht mit journalistisch-redaktionellen Inhalten vermischt werden. Zudem ermöglicht sie die klare Umsetzung von Barrierefreiheits-, Dokumentations- und Archivierungspflichten, die im Unternehmenskontext gesondert adressiert werden müssen.

ZDFsport und **ZDFtivi**, die vormals eigenständige Angebote waren, werden nunmehr nach Maßgaben des technologischen Fortschritts als Bestandteile des Streaming-Portals und von ZDFheute weiterentwickelt. Im Gegenzug kommt das neue **Bildungsangebot „ZDF goes Schule“** (schule.zdf.de) hinzu.

Die Einrichtung eines eigenständigen Bildungsportals ist gemäß § 30 Abs. 1a MStV

erforderlich, da das Angebot in Zielsetzung, didaktischer Aufbereitung, Nutzerführung und technischer Ausgestaltung grundlegend von den übrigen Telemedienportalen des ZDF abweicht. „ZDF goes Schule“ dient der spezifischen Umsetzung der gesetzlichen Bildungsaufträge nach § 26 MStV und richtet sich primär an Schülerinnen und Schüler, Lehrkräfte sowie Bildungseinrichtungen. Die Bereitstellung kuratierter Bildungsinhalte, die Orientierung an Lehrplanbezügen, die Entwicklung adressatengerechter didaktischer Materialien sowie die Einbindung interaktiver und medienpädagogischer Komponenten erfordern eine eigene Plattformarchitektur, die auf pädagogische Nutzungsszenarien ausgerichtet ist und nicht sinnvoll innerhalb des Streaming-Portals oder des Nachrichtenportals abgebildet werden kann.

Zugleich erfüllt schule.zdf.de eine besondere Aufgabe bei der Förderung von Medienkompetenz, Demokratiebildung und digitaler Teilhabe junger Zielgruppen, wie sie im MStV ausdrücklich verankert sind. Die klare Trennung von journalistischen Inhalten des Streaming-Portals und den pädagogisch-didaktischen Angeboten des Bildungsportals gewährleistet sowohl die Einhaltung der Vorgaben zur Vermeidung von Presseähnlichkeit (§ 30 Abs. 7 MStV) als auch eine zielgruppengerechte, barrierearme Strukturierung. Durch die eigenständige Plattform können zudem Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, Verbänden und Partnerinstitutionen umgesetzt sowie die besonderen Anforderungen an Lizenzierung, rechtssichere Nutzung im Unterricht und didaktische Aufbereitung erfüllt werden.

Im nächsten Schritt soll 2026 im Rahmen von „Streaming OS“ die technologische Zusammenarbeit von ARD, ZDF und Deutschlandradio intensiviert werden. Sie erweitert die derzeitige Kooperation des sogenannten **ARD/ZDF-Streaming-Netzwerks** für den Austausch der Inhalte-Kataloge auf sämtliche Inhalte (inkl. derer für kooperierte Angebote) 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.

Da das ZDF über keine eigene Audioplattform verfügt, werden Audioinhalte des ZDF, insbesondere Podcasts, künftig auch bei u.a. **ARD Sounds** und über **ZDFheute** sowie auf weiteren kooperierten, öffentlich-rechtlichen Ausspielwegen bzw. auf Drittplattformen bereitgestellt.

II. Stand und Entwicklung der ZDF-Telemedienangebote

| Derzeitiger Entwicklungsstand der Telemedienangebote

Mit der **grundlegenden Modernisierung der bisherigen ZDFmediathek zum ZDF-Streaming-Portal** wurden 2025 die Weichen für die digitale Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gestellt: Das ZDF-Streaming-Portal orientiert sich als Streaming-Plattform konsequent an den Bedürfnissen der Nutzenden und den potenziell erreichbaren Nicht-Nutzenden. Im Zentrum steht dabei die **optimale Bereitstellung hochwertiger Videoinhalte**. Basis hierfür ist ein empirisch validiertes Metadatenkonzept, das eine weitgehende Automation und Personalisierung ermöglicht. Diese Entwicklung steigert nicht nur die Attraktivität und Übersichtlichkeit des Angebots, sondern ermöglicht auch einen effizienten Einsatz redaktioneller Ressourcen. Damit trägt das ZDF-Streaming-Portal wesentlich zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags bei, indem die hochwertigen Inhalte die verschiedenen Bevölkerungsgruppen noch gezielter erreichen. Das ZDF-Streaming-Portal hat den Anspruch, digitale Heimat für alle zu sein, in der ältere Nutzende sich wohlfühlen und jüngere sowie neue Nutzendengruppen Zugang finden. Zur Erhöhung der Auffindbarkeit der Bildungsinhalte wurde mit dem Projekt „ZDF goes Schule“ deren Präsenz im Streaming-Portal ausgebaut.

Im Mittelpunkt der neuen Plattformstruktur stehen die einzelnen Nutzenden und die Zugänglichkeit der ihren individuellen Interessen entsprechenden Inhalte. Etwa 80 Prozent aller Seiten, die Nutzerinnen und Nutzer seit dem Relaunch im Angebot finden, setzen sich auf Grundlage von **Automatisierung und Algorithmen** zusammen. Der automatisierte Ansatz ermöglicht es, jeder Person individuell passende Inhalte vorzuschlagen – stets im Einklang mit dem öffentlich-rechtlichen Bildungs- und

Informationsauftrag. Denn anders als bei kommerziellen Streaming-Diensten steht bei ZDF-Empfehlungen nicht die maximale Bindungszeit im Vordergrund. Stattdessen orientieren sich die Vorschläge auch an definierten und öffentlich einsehbaren **Public-Value-Kriterien**: Bildungsrelevante Inhalte werden gezielt gefördert, Pluralität in der Meinungsbildung gewährleistet und kulturelle Vielfalt unterstützt. Hier profitiert das ZDF von seiner gewachsenen Kompetenz im Umgang mit automatisierten Empfehlungen. Die Möglichkeiten des Streaming-Netzwerks wird es auf dieser Grundlage künftig offensiver nutzen und Partnerinhalte breiter sichtbar machen. Unter algorithmen.zdf.de wird ausführlich und transparent erklärt, wie die selbst entwickelten Algorithmen funktionieren, welche Daten verwendet werden und wie sie dabei helfen, den öffentlich-rechtlichen Auftrag umzusetzen.

Bei der Konzeption des Streaming-Portals fand das Thema **Barrierefreiheit** starke Beachtung. So können Nutzerinnen und Nutzer, die auf Untertitel, Gebärdensprache oder Audiodeskription angewiesen sind, erstmals technisch gleichberechtigt nach ihren persönlichen Interessen durch das Angebot stöbern. Die automatisierte und personalisierte Aufbereitung umfasst dabei nicht nur die ZDF-Inhalte, sondern auch die barrierefreien Angebote weiterer öffentlich-rechtlicher Sender, die über Streaming OS ins ZDF-Streaming-Portal kommen.

Um neue Nutzende zu erreichen, ist dabei wesentlich mehr Anstrengung nötig als bisher. **Wachsende Ansprüche an Nutzerführung und Komfort in der Bedienung** erhöhen die Komplexität der Produktentwicklung. Die Zahl der technischen Umgebungen, in denen das Streaming-Portal verfügbar gemacht wird, ist angestiegen. Die folgenden Entwicklungen zielen darauf ab, den Erfolg des ZDF-Streaming-Portals sowie des ZDFheute Nachrichtenportals in der digitalen Medienwelt nicht nur zu halten, sondern – trotz absehbar verschärfter Marktbedingungen – künftig auszubauen. Dabei gilt grundsätzlich, dass sich die Inhalte der Telemedienangebote des ZDF auch zukünftig aller zeitgemäßen Formen der audiovisuellen Darreichung bedienen. Die Darreichung beinhaltet auch internettypische Gestaltungsmittel. Diese reichen von automatisiert kuratierten, linear anmutenden Video-Playlisten über audiovisuelle oder interaktive Module bis hin zu programmbegleitenden Podcasts sowie zur Anreicherung der audiovisuellen Inhalte mit Audiodeskription, Untertiteln oder Gebärdensprache-Fassungen.

Auch **Digitale Games** verzeichnen deutliche Zuwächse. Damit geht eine veränderte Mediennutzung im digitalen Raum einher. Das ZDF wird diesem Wandel und der steigenden Nachfrage nach Games sowie in angrenzenden Umfeldern an geeigneten Stellen Rechnung tragen. Unter Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und der Beschränkungen der Negativliste sollen entsprechende öffentlich-rechtliche Inhalte des ZDF sowohl in eigenen interaktiven Formaten als auch innerhalb von Angeboten Dritter bereitgestellt werden.

ZDFheute wurde seit 2020 neben dem ZDF-Streaming-Portal anhand der Bedürfnisse der Nutzenden an ein **modernes Online-Nachrichtenportal** weiterentwickelt. Zentral ist der hohe mobile Nutzungsanteil und die dadurch determinierenden Rahmenbedingungen für die Produktentwicklung. Native Apps und die mobil optimierte Website sind zentrale Darstellungsformen. Hinzu kommt die Präsenz von ZDFheute auf „Big Screens“ (z.B. Fernsehgeräte), die ausgebaut wurde. Durch die Anforderungen des neuen Medienstaatsvertrags wurde der Schwerpunkt noch stärker auf Bewegtbildinhalte gelegt und die Textanteile zurückgefahren. Zu den Produktentwicklungsmaßnahmen zählen u.a. ein besserer Zugang zu Live-Sendungen und Live-Events, weitere Features zur einfachen Nutzung von Video/Audio, die optische Hervorhebung von Beiträgen mit Video sowie die Optimierung der Auffindbarkeit von Videos in Suchmaschinen. ZDFheute wird KI-basierte Produkte und Funktionen erproben, um seine Relevanz im digitalen Nachrichtenmarkt langfristig zu sichern. Dabei ist vorgesehen, dass Darstellungsformen, deren Abnahme sich auf Konzept und Rahmenbedingungen beschränkt, transparent gekennzeichnet werden. ZDFheute ist außerdem nun die technologische Basis für die **ZDF-Kindernachrichten „logo!“** und von ihren sendungsbegleitenden Inhalten.

Im Zuge der Gesamtstrategie „Ein ZDF für Alle“ wurden auch **Social-Media-Drittplattformen** genutzt, um Zielgruppen zu erreichen, die ZDF-eigene Plattformen zu wenig nutzen. Die Entwicklungen in diesem Bereich werden auch in Verbindung mit Partnern (z.B. funk, ARD, EBU) stetig beobachtet und im Sinne eines kontinuierlichen Controllings analysiert. Nach dem Rückzug von der Plattform X und der Einstellung einzelner Angebote auf Facebook und Instagram (z. B. ZDFinfo, ZDFroyal, WISO u.a.) hat das ZDF seine Informations- und Nachrichtenangebote weiter ausgebaut, insbesondere mit journalistischen Talenten. Personenmarken gewinnen an Einfluss und junge Zielgruppen konsumieren Nachrichten insbesondere auf TikTok. Persönlichkeiten sind hier ein relevanter Faktor. So ist die Marke ZDFheute auf TikTok mit einem vierköpfigen-

Host-Ensemble vertreten. Die Kindernachrichten „logo!“ bzw. „unlogo!“ (News-Comedy) haben ihre Aktivitäten auf WhatsApp sowie Instagram und YouTube ausgebaut. Im Bereich Podcast vertieft das „heute journal“ ein Thema der Woche in ca. 30-minütigen Folgen. Die Plattform Twitch hat das ZDF mit sogenannten Reaction-Streams und jungen Talenten zur Bundestagswahl erfolgreich getestet. Weiterhin sind u. a. YouTube, Instagram und TikTok mit kreativen Maßnahmen zentrale Kontaktpunkte für die Zielgruppe. Außerdem hat das ZDF Microblogging-Dienste wie Mastodon (3sat, ZDF) und Bluesky („ZDF Magazin Royale“) getestet und evaluiert. Beim Social Media-Auftritt von 3sat liegt ein Fokus auf Instagram, das mit einem Kulturschwerpunkt bespielt wird. phoenix verfolgt mit einem großen Anteil an Liveberichterstattung die Strategie, dass Ereignisse quer über alle Ausspielwege abgebildet werden sollen – möglichst dann, wenn sie passieren. Da für die lineare Fernsehausstrahlung parallel stattfindende Ereignisse oft priorisiert und sukzessive gezeigt werden müssen, nutzt phoenix weitere digitale Ausspielwege (Livestreams, HbbTV, App, Social Media), um alle Ereignisse je nach Verfügbarkeit auf einem oder mehreren dieser Kanäle live abzubilden. Hierfür unterhält phoenix aktuell eigene Kanäle auf Twitter, Instagram, Facebook, YouTube und Spotify.

Das ZDF will den demokratischen Dialog fördern und interaktive Räume für aktive Nutzerbeteiligung schaffen. Gemeinsam mit öffentlich-rechtlichen Partnern entwickelte das ZDF im internationalen Forschungsprojekt **„Public Spaces Incubator“** innovative und partizipative Lösungen, um Websites, Apps und andere digitale Angebote der Sender besser für den öffentlichen Dialog nutzbar zu machen. In den zurückliegenden Monaten wurden über 100 Prototypen entwickelt und getestet. Der Fokus lag dabei auf den Erwartungen und Bedürfnissen der Nutzenden im Hinblick auf neue digitale Gesprächsräume. Ziel ist die Förderung offener und vielfältiger Online-Gespräche, durch die das ZDF eine Schlüsselrolle dabei übernehmen möchte, konstruktive öffentliche Debatten anzuregen. Mit dabei sind u. a. RTBF (Belgien), SRG (Schweiz) und demnächst NOA (Niederlande); außerhalb Europas sind CBC Radio Canada und ABC Australien beteiligt. In diesem Telemedienänderungskonzept wird die Grundlage zur breiten Implementierung entsprechender Features in die Telemedienangebote des ZDF gelegt. Ableitungen aus den im Rahmen des Public Spaces Incubator entwickelten Prototypen werden auch für das Community Management auf Drittplattformen genutzt. Neue Gesprächsformen, die sich daraus ergeben, können zusätzliche Moderationsprozesse und Ressourcen notwendig machen.

Ein weiteres Ergebnis der intensiven Bemühungen des ZDF, den **Publikumsdialog** zu intensivieren, ist die Online-Community ZDFmitreden. Über die Einladung zu kurzweiligen Fragebögen bekommen mehr als 70.000 Personen jede Woche die Gelegenheit, an kleinen und großen Entscheidungen im ZDF mitzuwirken und somit einen Einblick in Arbeitsweisen und Entscheidungsprozesse der Produktionen erlangen. Die Auswirkungen der Befragungsergebnisse im ZDF werden monatlich per Newsletter in die Community sowie kontinuierlich auf der dazugehörigen [Ergebnisseite](#) an die Öffentlichkeit kommuniziert. In weit über 100 Befragungen wurden bisher zahlreiche Entscheidungen im ZDF unterstützt. Dies wird weiter ausgebaut.

| **Finanzieller Aufwand für die bestehenden Telemedienangebote des ZDF**

Die im Folgenden dargestellten Telemedienkosten umfassen alle Aufwendungen, die den Onlineangeboten (inkl. Videotext) des ZDF zugeordnet werden können. 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 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; inkl. 3sat und phoenix)

in T €	Streaming-Portal	ZDF-Text	barrierefreie Medien	ZDF-Text inkl. barrierefreier Medien
Istwerte				
2021	106.059	2.508	8.642	11.150
2022	121.139	2.844	10.431	13.275
2023	142.337	2.758	10.343	13.101
2024	165.265	2.566	9.886	12.452
Planwerte				
2025	193.824	2.615	10.902	13.517
2026	206.898	2.656	11.158	13.814
2027	219.352	2.716	11.422	14.138
2028	238.967	2.779	11.693	14.472

Ergänzende Erläuterungen zur Kostenübersicht: Das Telemedienangebot umfasst vor allem die Abrufangebote in den Portalen des ZDF sowie programmbegleitende Informationen auf Webseiten und in Apps. Neben der Verwertung linearer Inhalte werden auch Inhalte primär für die nicht-lineare Verbreitung erstellt. Dies erfolgt insbesondere für das ZDF-Streaming-Portal und als Online-Only-Angebote zum Beispiel zur Veröffentlichung auf Drittplattformen (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Podcasts etc.). Die Kosten hierfür sind erfasst. Das Angebot des Videotexts ist per Definition ein Telemedienangebot und wird daher miterfasst. Der Bereich Barrierefreiheit mit Untertitelung, Audiodeskription, Gebärdensprache sowie Angebote in einfacher und leichter Sprache ist ebenfalls bei den Telemedienkosten erfasst. Livestreams ergänzen das Online-Angebot, zählen aber – obwohl online verbreitet – gemäß MStV genau wie IPTV definitorisch nicht zu den Telemedien, sondern gelten als Rundfunk. Sie sind daher in den aufgeführten Kosten nicht enthalten. Bei dem im Oktober 2016 von ARD und ZDF gestarteten Angebot funk handelt es sich gemäß MStV um ein eigenständiges Angebot, welches nicht unter den Begriff der Telemedien fällt und deswegen in der Kostendarstellung nicht enthalten ist. Dem ZDF werden die Online-Angebote von 3sat und Phoenix zugerechnet und entsprechend erfasst. Die Kosten des Telemedienangebots des KiKA werden bei der ARD berücksichtigt.

Übersicht: Zusätzliche technische Investitionen in die Produktentwicklung (in Mio. €)

Investitionsfeld	ZDF-Projekte	2025-2028
Content-Management System (CMS)	Erneuerung der Online-Redaktions-Systeme	7,8
Personalisierung und Automatisierung	Entwicklung Empfehlungssystem (ZDF-Federführung im „Streaming OS“ für ARD, ZDF und DRadio)	5,2
Produktentwicklung der Portale	Weiterentwicklung ZDF-Streaming-Portal (inkl. der Mandate 3sat Mediathek und ZDFtivi)	18,9
	Weiterentwicklung ZDF heute Nachrichtenportal	in Summe Streaming-Portal enthalten
Metadaten	Entwicklung gemeinsamer Metadaten-Infrastruktur und -standardisierung (ZDF-Federführung im „Streaming OS“ für ARD, ZDF und DRadio)	5,2
Summe zusätzliche Investitionen		37,1

Ergänzende Erläuterungen zur Kostenübersicht: Im Rahmen des Projekts „ARD/ZDF-Streaming-Netzwerk“ wurden Inhalte wechselseitig verfügbar gemacht. Hierauf aufbauend wurde „Streaming OS“ etabliert, ein Projekt mit dem Ziel, zentrale technische Komponenten künftig arbeitsteilig zu entwickeln und für den Betrieb der Plattformen eine gemeinsame Tochtergesellschaft zu schaffen. Mit dem neuen Medienstaatsvertrag gibt der Gesetzgeber für die Zusammenarbeit nun eine feste Struktur in Form einer rechtlich selbstständigen Tochtergesellschaft für Betrieb und Weiterentwicklung des technischen Plattformsystems von ZDF, ARD und DRadio vor. ZDF-seitig wurden zu erwartende Auswirkungen auf entsprechende Aufwendungen/Ausgaben bereits berücksichtigt. Sie sind in der Kostenübersicht enthalten. Abschließende Abschätzungen der mittel- und langfristigen Auswirkungen auf die Aufwendungen für Betrieb und Weiterentwicklung des gemeinsamen technischen Plattformsystems sind jedoch noch nicht quantifizierbar und setzen umfangreiche Abstimmungsprozesse mit ARD und Deutschlandradio voraus.

Übersicht: Lineare und Nicht-lineare Verbreitungskosten (in Mio. €)

	2021-2024	2025-2028	Differenz	Differenz in %
Lineare Programmverbreitung (Terrestrische Verbreitung, Satellitenverbreitung, Kabelverbreitung, Livestreaming)	228,0	210,3	-17,6	-7,7
Nicht-lineare Programmverbreitung (Streaming-Portal)	52,9	52,5	-0,4	-0,8

Ergänzende Erläuterungen zur Kostenübersicht: Die angemeldeten Kosten der Programmverbreitung für die Beitragsperiode 2025 bis 2028 weisen im Vergleich zur Feststellung des 24. Berichts der KEF von 331,3 Mio. € eine Reduzierung von 31,4 Mio. € bzw. 9,5 Prozent auf. Die Kosten für die terrestrische Verbreitung der Fernsehprogramme soll um 12,2 Prozent sinken. Dies ist u. a. auf die Beendigung der Verbreitung an vier Senderstandorten Anfang des Jahres 2025 zurückzuführen. Die Kosten der Satellitenverbreitung sollen gegenüber der Feststellung des 24. Berichts um 0,7 Prozent sinken. Das ZDF hat die Ausstrahlung von Programmen in der Qualitätsstufe SD über Satellit Ende 2025 beendet. Für das Jahr 2025 sind letztmalig Kosten für die Übertragung in SD-Qualität eingeplant. Die Kosten für die Verbreitung über IP-Netze sollen im Vergleich zu den im 24. Bericht anerkannten Kosten für 2025 bis 2028 um 1,6 Prozent sinken. Dies ist u. a. begründet in verbesserten Vertragskonditionen. Aufgrund der weiter ansteigenden Datenvolumen sowie der sich deutlich abflachenden Preisdegression der Anbieter ist künftig wieder mit steigenden Kosten zu rechnen. Das ZDF geht davon aus, dass der durchschnittliche künftige Kostenzuwachs jährlich ca. 9 Prozent betragen wird. Die Nutzung diverser IP-Verbreitungsformen ist in der Vergangenheit sehr stark angestiegen. Auch wenn anders als noch in der ersten Dekade des neuen Jahrtausends keine jährliche Vervielfachung der Nutzung beobachtet werden kann, so ist doch bisher kein Sättigungseffekt erkennbar. Im Zeitraum 2019 bis 2024 hat sich das Traffic-Volumen verdreifacht (+298 Prozent). Aus programmlicher Sicht ist diese stetig steigende Attraktivität der ZDF-Streamingangebote angestrebt und erfreulich, andererseits stellt diese das ZDF aber aufgrund des damit verbundenen steigenden Finanzbedarfs vor die wachsende Herausforderung, dämpfend auf die Kostenentwicklung einzuwirken. Für die Zukunft ist damit zu rechnen, dass sich die

exzessiv gestiegenen Zuwachsraten, wenn überhaupt, nur sehr langsam abflachen werden. Dies hängt auch damit zusammen, dass weitere Nutzende die Vorteile non-linearer Nutzungsmöglichkeiten für sich erkannt haben. Ein zusätzlich maßgebender Faktor, der einen Anstieg der IP-Verbreitungskosten erwarten lässt, resultiert aus der Abschaffung des sogenannten Nebenkostenprivilegs. Bislang konnten Vermieter zentral beschaffte Kabelanschlüsse über die Nebenkosten umlegen. Nunmehr müssen sich die Kabelnetzbetreiber bemühen, individuelle Verträge mit den Mietern abzuschließen. Erste Signale aus dem Bereich der Kabelnetzbetreiber bestätigen, dass ein erheblicher Teil der „Kabelkunden“ nicht bereit sein wird, mit den Netzbetreibern Individualverträge abzuschließen.

D. Wesentliche Änderungen der ZDF-Telemedienangebote (Telemedienänderungskonzept)

Das ZDF ist rechtlich angehalten, unter den jeweils vorherrschenden technologischen und gesellschaftlichen Bedingungen in Unabhängigkeit sowie mit hohem Qualitätsanspruch die seinem Funktionsauftrag gemäßen Angebotsformen zu finden und diese weiterzuentwickeln (siehe Dörr/Holznagel/Picot, Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zeiten der Cloud, 2016, 42 ff.). Ergänzend soll das ZDF gemäß der vom ZDF-Verwaltungsrat in Auftrag gegebenen Potenzialanalyse zum Digitalen Public Value den neuen Herausforderungen der medialen Öffentlichkeit im Netz aktiv begegnen. In Zeiten global agierender Plattformen, die den öffentlichen Diskurs durch intransparente Algorithmen sowie mit ungefiltertem Populismus und ungeprüften Inhalten beherrschen, soll das ZDF Räume für freie und unabhängige Meinungsbildung der Nutzerinnen und Nutzer schaffen und so zu gesellschaftlicher Verständigung und Zusammenhalt beitragen. Das ZDF kann als Enabler auftreten und den Aufbau einer öffentlichen Infrastruktur unterstützen. In diesem Sinne und auf Grundlage der neuen Rahmenbedingungen des Medienstaatsvertrags sollen die Telemedienangebote des ZDF daher als eigenständige Angebote fortentwickelt werden, um den deutlich veränderten Nutzungsgewohnheiten (siehe Kapitel B II.) Rechnung zu tragen.

Die zu diesem Zweck geplante Anpassungen des ZDF-Telemedienkonzepts, die nachfolgend skizziert werden, umfassen insbesondere:

- den Ausbau von eigenständigen digitalen Publikationsformen und nutzerzentrierter Distributionsmaßnahmen (Kapitel D I.);
- den Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive sowie von Bildungsangeboten, insbesondere zur Förderung von Medienkompetenz (Kapitel D II.);
- den Ausbau von Möglichkeiten zur Interaktion mit Nutzenden sowie zur Präsenz auf Drittplattformen (Kapitel D III.);
- die zeitgemäße Anpassung der Verweildauern in den ZDF-Telemedienangeboten an die derzeitigen Nutzungsbedürfnisse und -gewohnheiten (Kapitel D IV.);
- die Intensivierung von Partnerschaften im Rahmen von „Streaming OS“, mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie kommerziellen Rundfunkveranstaltern (Kapitel D V.).

I. Eigenständige digitale Publikationsformen und nutzerzentrierte Distributionsmaßnahmen

Das ZDF stärkt seine Telemedienangebote, die im Rahmen von „**Streaming OS**“ in den öffentlich-rechtlichen Inhaltekosmos eingebettet sind, durch ein Projektprogramm in fünf Dimensionen: **Inhalt, Produkt, Planung, Partner** und **Promotion**.

Übergreifend steht der **konsequente Einsatz von neuen Technologien** im Fokus. Einen Schwerpunkt stellt generative Künstliche Intelligenz dar, die einen signifikanten technologischen Fortschritt für Medienhäuser wie das ZDF bedeuten wird. Ihre Relevanz manifestiert sich insbesondere in der Fähigkeit unter Beachtung der KI-Grundsätze des ZDF autonom neue (Sekundär-)Inhalte zu erzeugen und komplexe Prozesse zu automatisieren. Beispiele hierfür sind die Entwicklung eines spezialisierten Modells zur Transformation von Nachrichtentexten in einfache Sprache, wodurch die Barrierefreiheit gesteigert wird. Darüber hinaus kann ein Agentic Framework zur effizienten Unterstützung der Programmplanung eingesetzt werden, indem es Vorschläge generiert und Optimierungspotenziale identifiziert. Diese Anwendungen ermöglichen eine nachhaltige Steigerung der Produktionseffizienz und tragen zur zielgruppengerechten Erfüllung des öffentlichen Auftrags bei.

| Streaming OS – Die gemeinsame Plattformstrategie

Das ZDF arbeitet in dem Projekt „**Streaming OS**“ eng mit der ARD zusammen an der noch stärkeren inhaltlichen Vernetzung und technologischen, gemeinsamen Entwicklung. Die gemeinsame Plattformstrategie von ARD und ZDF betrifft dabei alle entscheidenden Aspekte der digitalen Wertschöpfung. Das ZDF und die ARD treiben Innovationen in diesem grenzüberschreitenden, anschlussfähigen Netzwerk voran und erreichen dadurch einen höheren Grad der gesellschaftlichen Bedürfniserfüllung, höhere ökonomische Effizienz und durch vereinfachte Auffindbarkeit eine höhere Qualität des öffentlich-rechtlichen Angebots im Digitalen. Durch den Aufbau als Netzwerk und den modularen Entwicklungsansatz ist das Projekt mittelfristig auch anschlussfähig für europäische Partner. Das Kürzel „OS“ in Streaming OS steht sowohl für „Operating System“ als auch für „Open Source“. Operating System zielt auf die Technologie, die durch Kooperation und effiziente Entwicklung entsteht. Der gewählte Open-Source-Ansatz ermöglicht Offenheit gegenüber Dritten. Andere Marktteilnehmer und gesellschaftliche Institutionen können mittelfristig an den öffentlich finanzierten, qualitativ hochwertigen

und vertrauenswürdigen Entwicklungen teilhaben. Vor diesem Hintergrund wird das neue ZDF-Streaming-Portal zu einem attraktiven Zugang zu einem deutlich gewachsenen Inhalte-Kosmos. Das hier vorgelegte Telemedienänderungskonzept definiert hierfür die notwendigen Entwicklungsstufen, die auch im neuen Medienstaatsvertrag grundlegend verankert wurden.

| Inhalt

Im Inhaltebereich wird das Inhalteportfolio des ZDF noch konsequenter auf die Bedürfnisse der Distribution über das ZDF-Streaming-Portal ausgerichtet.

Neben den Informations-, Kultur-, Unterhaltungs- und Bildungsangeboten berücksichtigt das ZDF im Rahmen seines gesetzlichen Auftrags nach § 26 Abs. 5 MStV auch den Sport in angemessener Breite. Die Telemedienangebote integrieren dabei sowohl zuschauerstarke Sportarten als auch gesellschaftlich relevante Ereignisse mit geringerer kommerzieller Sichtbarkeit und stellt deren barrierearme und kuratierte Auffindbarkeit sicher. Diese Ausrichtung entspricht dem öffentlich-rechtlichen Profil und trägt zu einem vielfältigen, ausgewogenen und gemeinwohlorientierten Gesamtangebot bei.

Auch nicht-europäische Werke angekaufter Spielfilme und angekaufter Folgen von Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen oder Ko-Produktionen sind, tragen 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 der Telemedienangebote 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.

| Vermeidung von Presseähnlichkeit

Bei der Weiterentwicklung des Inhalteportfolios für das ZDFheute-Nachrichtenportal ergreift das ZDF zur Umsetzung der im Medienstaatsvertrag verankerten Anforderungen zur Vermeidung von Presseähnlichkeit eine Kombination aus inhaltlichen, gestalterischen und organisatorischen Maßnahmen. Zentrale redaktionelle Leitlinie bleibt die audiovisuelle Prägung des Telemedienangebots, indem Bewegtbild- und/oder Audioinhalte regelmäßig im Vordergrund stehen und textbasierte Inhalte grundsätzlich der Einordnung, Kontextualisierung oder Nutzungsunterstützung audio-/audiovisueller Inhalte dienen. Ergänzt werden diese durch programmbegleitende interaktive Elemente (z.B. Quizformate, Gewinnspiele) oder spielerische Elemente der Wissensvermittlung. Umfang, Gestaltung und Aktualisierung von Texten werden so ausgestaltet, dass sie keine eigenständige presseähnliche Berichterstattung ersetzen, sondern ergänzend wirken. Darüber hinaus werden klare redaktionelle Standards und interne Prüfprozesse etabliert, um bei neuen Formaten, Darstellungsformen und Ausspielwegen frühzeitig die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben sicherzustellen. Durch eine transparente Kennzeichnung, eine an Bewegtbild orientierte Nutzerführung sowie die fortlaufende Schulung redaktioneller und technischer Teams trägt das ZDF dazu bei, den öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrag zu erfüllen, ohne in funktionelle Konkurrenz zur Presse zu treten.

| Produkte

Im Kern der Weiterentwicklung der Telemedienangebote stehen die Produkte ZDF-Streaming-Portal, das durch „Streaming OS“ mit dem gesamten öffentlich-rechtlichen Kosmos vernetzt wird inkl. neuer Kommunikationsfeatures, sowie das Nachrichtenportal

ZDFheute. Ergänzt wird dies durch den Ausbau von „ZDF goes Schule“ zu einem eigenständigen Telemedienangebot.

Das ZDF Streaming-Portal wird konsequent weiterentwickelt, um die Präsentation und dem Umfang von **Live-Content** zu stärken, diese bestmöglich mit On-Demand-Angeboten und interaktiven Formaten zu verzahnen und so gesellschaftliche Relevanz, Auffindbarkeit und Teilhabe zu stärken. Neue Präsentationsformen wie Easy Channels ermöglichen einen niederschweligen Zugang zu verlässlichen Informationen, kulturellen oder unterhaltenden Angeboten und demokratierelevanten Inhalten – auch in Nutzungssituationen jenseits des klassischen linearen Fernsehens. Durch eine verbesserte Zugänglichkeit, kontextuelle Verknüpfungen und interaktive Elemente entsteht ein zeitgemäßes, plattformgerechtes Angebot, das Meinungsvielfalt fördert, Orientierung bietet und den öffentlich-rechtlichen Beitrag zur digitalen Öffentlichkeit sichtbar und wirksam weiterentwickelt.

Die Schwerpunkte der Produktentwicklung umfassen derzeit u.a.:

- die bessere Zugänglichmachung der Live-Inhalte der ZDF-Programmfamilie, beispielsweise werden Eventprogramme und Ereignisberichterstattung für die bestehenden Nutzungsoberflächen weiterentwickelt und mit speziellen Funktionalitäten ausgestattet;
- die Verbesserung des Distributionserfolgs durch Stärkung der Nutzerorientierung und Auffindbarkeit im Einklang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag („Audience Flow im Digitalen“);
- die Steigerung der Auffindbarkeit von Bildungsinhalten sowie Angeboten der Medienkompetenz im Projekt „ZDF goes Schule“ unter schule.zdf.de (vgl. Kapitel D II.);
- die Steigerung von Kommunikation und Teilhabe der Nutzenden, die durch die Integration des Projekts Public Spaces Incubator als „ZDFspaces“ in die ZDF Telemedienangebote ermöglicht wird (vgl. Kapitel D III.);
- eine vereinfachte Nutzung des öffentlich-rechtlichen Kosmos durch die Vereinheitlichung von Login- und Registrierfunktion gemeinsam mit der ARD im Rahmen von „Streaming-OS“;
- den Ausbau der Barrierefreiheit der ZDF-Telemedienangebote, u.a. durch die Einführung automatisierter – auch mehrsprachiger – Untertitel sowie Angebote in

einfacher Sprache;

- die Konsolidierung der Backendsysteme und der Gesamtarchitektur der ZDF-Telemedienangebote; die Metadatenanreicherung wird in die bestehenden Systeme integriert und sukzessive automatisiert.

| Planung

Für die Planung der Inholdedistribution im digitalen Raum sind Automatisierung und Algorithmik wesentliche Werkzeuge. Ein integraler Bestandteil des Streaming-Portals ist das eigens konzipierte Personalisierungs- und Automatisierungssystem. Dieses System nutzt hausintern entwickelte Algorithmen, um den Nutzern eine hochrelevante und individuell zugeschnittene Content-Erfahrung auf der Plattform zu ermöglichen. Die Algorithmen arbeiten nicht nur mit nutzungs- und ähnlichkeitsbasierten Logiken, sondern berücksichtigen dezidiert auch öffentlich-rechtliche Metriken. Dadurch wird die Leistungsfähigkeit der Plattform sichergestellt, den Programmauftrag hinsichtlich Vielfalt und gesellschaftlicher Relevanz neben dem reinen Konsumverhalten zu erfüllen. Dies weiterzuentwickeln und auszubauen ist ein zentraler Schwerpunkt der kommenden Jahre.

| Partner

Für die erfolgreiche Distribution des ZDF-Streaming-Portals sind Partnerschaften mit Dritten von zentraler Bedeutung, da digitale Mediennutzung heute in hohem Maße über vorinstallierte, integrierte oder kontextabhängige Zugänge erfolgt. Kooperationen mit der Geräteindustrie, etwa bei Smart-TVs, Set-Top-Boxen oder Sprachassistentensystemen, sichern Sichtbarkeit, Auffindbarkeit und eine nutzerfreundliche Einbindung des Angebots im alltäglichen Mediengebrauch. Zugleich gewinnen neue Nutzungskontexte wie Automotive-Plattformen, Lifestyle-Produkte oder Zugänge im öffentlichen Raum – etwa in Bildungseinrichtungen, Bibliotheken oder Verkehrsmitteln – an Relevanz für die Nutzung (vgl. auch Kapitel D V.). Solche Partnerschaften ermöglichen es dem ZDF, sein Streamingangebot niedrigschwellig, barrierearm und situationsgerecht bereitzustellen und damit unterschiedliche Nutzungssituationen und Zielgruppen zu erreichen, ohne die redaktionelle Verantwortung oder die Eigenständigkeit des Angebots aufzugeben. Dies soll in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden.

Die konsequente Ausrichtung auf die priorisierten Zielgruppen des ZDF, die derzeit zu

wenig in Kontakt mit öffentlich-rechtlichen Inhalten kommen, steht im Zentrum der **Promotion**-Aktivitäten des ZDF für das Streaming-Portal und das ZDFheute-Nachrichtenportal. Die systematische Ansprache von Nicht-Nutzenden ist das zentrale Mittel, um zusätzliche Reichweiten aufzubauen und Nutzungspotenziale in ZDF-fernen Zielgruppen zu erschließen. Diese werden quantitativ und mit Hilfe neuer Methoden, Werkzeuge und Technologien ausgedehnt und noch stärker mit den Aktivitäten des ZDF auf Drittplattformen (vgl. Kapitel E III.) verzahnt. Partnerschaften spielen an dieser Stelle auch eine größere Rolle als bislang (vgl. Kapitel E V.).

II. Zeit- und kulturgeschichtliche Archive sowie Bildungsangebote, insbesondere zur Förderung von Medienkompetenz

Das ZDF plant für die Telemedienangebote den Ausbau seiner zeit- und kulturgeschichtlichen Archive, 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.

Dies ist eng mit dem Auftrag des ZDF verknüpft: 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 das ZDF seine Archive ausweitet, leistet es einen Beitrag zur demokratischen und historischen Bildung. Es ermöglicht 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.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Ausbau des Projekts „ZDF goes Schule“ zur Förderung von Bildung junger Zielgruppen und Stärkung der Medienkompetenz in der Gesellschaft. „ZDF goes Schule“ bündelt seit 2025 in einer Testphase im ZDF Streaming-Portal, erreichbar über schule.zdf.de, die vielfältigen Bildungsinhalte übersichtlich nach Unterrichtsfächern und Lehrplanthemen – darunter Angebote aus der gesamten ZDF-Markenwelt, wie „logo!“ oder „Terra X“. Viele Inhalte werden durch direkt nutzbares Unterrichtsmaterial ergänzt, zusätzlich steht ein breites Creative-Commons-Angebot mit frei verwendbaren Erklärclips zur Verfügung. Ein zentraler Bestandteil der Initiative ist das ZDF-Partnerschulprogramm, das Schulen in ganz Deutschland in einen direkten Austausch mit dem ZDF bringt. Für das Pilotschuljahr 2025/26 haben sich fast 500 Schulen beworben, über 50 aus allen Bundesländern und Schulformen wurden von einer Jury ausgewählt. Diese Partnerschulen erhalten unter anderem Schulbesuche von Programmmachenden, regelmäßige Newsletter, Zugang zu kuratierten Bildungsinhalten, Backstage-Einblicke sowie die Möglichkeit, Lehrkräfte in ein Sounding Board zu entsenden, das den kontinuierlichen Dialog zwischen ZDF und Schulen sicherstellt. So stärkt die Initiative gezielt die Medienkompetenz junger Menschen, unterstützt die Demokratiebildung, gibt Perspektiven junger Menschen mehr Raum im öffentlichen Diskurs und ermöglicht es Schulen, aktiv Feedback und Ideen in die Weiterentwicklung der Bildungsinitiative einzubringen. Ein zentraler Bestandteil von "ZDF goes Schule" sind darüber hinaus Kooperationen mit Bildungsinstitutionen wie das Medieninstitut der Länder (FWU), Lehrerverbände oder gemeinwohlorientierte Organisationen wie „Journalismus macht Schule“. Dieses Projekt soll nach der Erprobungsphase systematisch zu einem eigenständigen Telemedienangebot ausgebaut werden. Hierzu zählen insbesondere der Ausbau des kuratierten Angebots, die Entwicklung und Herstellung exklusiver Inhalte für „ZDF goes Schule“, eine Erhöhung der frei nutzbaren Lizenzierung (Creative Commons) dieser Inhalte, der Einsatz neuer Gestaltungsmittel

wie beispielsweise KI für Entwicklung, Herstellung und Distribution der Inhalte sowie eine Intensivierung des Kooperationsnetzwerks u.a. mit eigenen spezifischen Angeboten, systematischer gegenseitiger Steigerung der Auffindbarkeit und Zugänglichkeit entsprechender Angebote und begleitender On-/Off-Air Aktivitäten.

In der Gesamtschau verstärkt der Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive in den Telemedienangeboten des ZDF sowie die Weiterentwicklung des Projekts „ZDF goes Schule“ zu einem eigenständigen Telemedienangebot das Selbstverständnis des ZDF als gemeinwohlorientierte Institution, die nicht nur dem aktuellen Zeitgeschehen Rechnung trägt, sondern auch die Bewahrung historischer Erinnerung und kultureller Identität verstärkt in den Blick nimmt sowie einen noch größeren Beitrag zur Bildung junger Zielgruppen leistet – und damit ihrem gesetzlichen Auftrag in zentralen Bereichen wie Bildung, Medienkompetenz, Kultur und demokratischer Teilhabe umfassend erfüllt.

III. Interaktion mit Nutzenden sowie Präsenz auf Drittplattformen

Die Notwendigkeit, die Interaktion mit Nutzenden auszubauen, folgt dem veränderten Nutzungsverhalten breiter Bevölkerungsschichten. Die Interaktion mit den Anbietern von Inhalten ist auf vielen Plattformen Normalität im Alltag; und auch von großen Medienhäusern wird erwartet, dass sie sich dem Dialog öffnen und für Nutzende zugänglicher werden. Der neue Medienstaatsvertrag trägt dem Rechnung.

Gemäß § 26 Abs. 3 MStV bietet das ZDF zur Erfüllung seines Auftrags in seinen Telemedienangeboten den Nutzerinnen und Nutzern Möglichkeiten zielgruppengerechter interaktiver Kommunikation und Partizipation. Um einen von Respekt geprägten Dialog zu ermöglichen, sollen hier sichere Debattenräume, frei von Diskriminierung, Hass und Hetze geschaffen werden. In der Kommunikation mit den Nutzerinnen und Nutzern zeigt sich das ZDF dialogbereit, offen für Feedback und serviceorientiert. Für interaktive Kommunikation (z. B. im Fall des Einsatzes von Kommentarfunktionen, Foren, Chats) erlässt das ZDF einen Verhaltenskodex (Netiquette) und setzt diesen durch geeignete Maßnahmen durch. Rechtswidrige oder beleidigende Kommentare erfordern eine unverzügliche und konsequente Reaktion.

Das ZDF bietet seinen Nutzenden bereits derzeit vielfältige Gelegenheiten, mit den Redaktionen und untereinander in Dialog zu treten. Diese reichen von ZDFmitreden bis

zu interaktiven (Live-)Podcasts. Ausgehend von den veröffentlichten redaktionellen Inhalten können Nutzende zudem auf den ZDF-Plattformen und auf Drittplattformen ins Gespräch kommen.

Auf den eigenen Plattformen bilden die Werkzeuge, die aus dem Projekt des Public Spaces Incubator und seinen Nachfolgeprojekten hervorgehen, die Basis für Gespräche, die sich an den Zielen eines zivilen Miteinanders und eines konstruktiven Dialogs orientieren. Unterstützt von KI-basierten Moderationswerkzeugen werden so Dialogräume ermöglicht, die über den redaktionellen Einzelbeitrag hinausgehen und dabei Themen miteinander vernetzen, die inhaltlich zueinander in Bezug stehen. Diese Vernetzung soll nach und nach auch mit Partnern außerhalb des ZDF ermöglicht werden, beispielsweise mit den Plattformen der ARD, die ebenfalls am bisherigen Pilotprojekt des Public Spaces Incubator beteiligt ist. Dabei sind auch Partnerschaften mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie kommerziellen Rundfunkveranstaltern möglich (vgl. Kapitel E V.). In den kommenden Jahren plant das ZDF den Ausbau der eigenen digitalen Kommunikationsräume im Sinne der Potenzialanalyse als „ZDFspaces“. Der Ausbau als eigenständiger Bestandteil des Telemedienkonzepts erfolgt dabei schrittweise und hat experimentellen Charakter, unter besonderem Einsatz moderner Technologien.

Eine verstärkte Präsenz des ZDF auf Videoplattformen wie YouTube, Audioplattformen wie Spotify, Fotoplattformen wie Pinterest, Kommunikationsdiensten wie WhatsApp, wachsenden Social-Media-Netzwerken wie Instagram oder Snapchat, neu entstehende Plattformen sowie auf entsprechenden neu entstehenden, dezentralen Plattformen wie Mastodon oder PeerTube ist vor allem eine sachgerechte Antwort auf veränderte Nutzungs- und Kommunikationsrealitäten. Öffentliche Meinungsbildung, insbesondere bei jüngeren und bislang schwer erreichbaren Zielgruppen, findet heute in hohem Maße auf solchen Plattformen statt. Um relevante gesellschaftliche Inhalte weiterhin wirksam zu vermitteln, ist es erforderlich, öffentlich-rechtliche Angebote dort sichtbar zu machen, wo sich Öffentlichkeit faktisch ebenfalls konstituiert, ohne die eigenen Plattformen zu ersetzen oder zu schwächen.

Inhaltlich eröffnet die Präsenz auf Drittplattformen dem ZDF die Möglichkeit, Formate stärker zielgruppen- und plattformspezifisch weiterzuentwickeln. Kurze, erklärende Video- und/oder Audioformate (einschließlich Podcasts), journalistische Einordnungen,

hochwertige Unterhaltungsformen, seriell erzählte Wissensangebote oder niedrigschwellige Einstiege in komplexe Themen können auf diesen Plattformen neue Zugänge zum Inhaltekosmos des ZDF schaffen. Dabei können Inhalte – abhängig von Zielgruppe, Nutzungssituation und Plattformlogik – auch primär oder im Ausnahmefall ausschließlich auf Drittplattformen veröffentlicht werden. Diese Angebote wirken als Brücke zu vertiefenden Inhalten auf eigenen Plattformen und fördern die Wiedererkennbarkeit öffentlich-rechtlicher Qualitätsstandards in einem von Schnelllebigkeit geprägten Umfeld.

Zudem bieten sie als (zeitliche) Drittverwertung neue Möglichkeiten den Lebenszyklus der ZDF-Inhalte zu verlängern, wenn durch eine Auswertung über eigene lineare und non-lineare Ausspielwege kein relevantes Nutzungsvolumen mehr erzielt werden kann.

Zugleich erlaubt eine breitere Plattformstrategie, gesellschaftlich relevante Themen aus unterschiedlichen Perspektiven und in variierenden Darstellungsformen zu bearbeiten. Dialogische Formate, kommentierte Live-Ereignisse, kuratierte Debattenimpulse oder community-basierte Erklärangebote sollen noch mehr dazu beitragen, Orientierung zu bieten und konstruktive Diskurse zu fördern, ohne sich an polarisierenden oder rein aufmerksamkeitsgetriebenen Mechanismen zu orientieren. Gerade auf Plattformen mit interaktiven Elementen will das ZDF seine Rolle als verlässlicher Einordner und Vermittler stärken.

Die Einbeziehung neuer und förderter Plattformen – wie derzeit Mastodon oder PeerTube – eröffnet darüber hinaus weitere Experimentierfelder für alternative Kommunikationsformen. Hier können transparente, weniger algorithmisch gesteuerte Austauschformate erprobt werden, die an Gemeinwohl, Offenheit und Diskursqualität ausgerichtet sind. Solche Aktivitäten tragen dazu bei, Abhängigkeiten von einzelnen Plattformanbietern zu vermeiden und langfristig resilientere Strukturen öffentlicher digitaler Kommunikation zu unterstützen.

Insgesamt ermöglicht der Ausbau des Projekts ZDFspaces und eine stärkere Präsenz auf Drittplattformen die Inhalte des ZDF vielfältiger, zugänglicher und anschlussfähiger zu gestalten. Beides stärkt Reichweite und Relevanz, ohne den Kern des öffentlich-rechtlichen Selbstverständnisses aufzugeben, stärkt die Rolle als Enabler für öffentliche

Kommunikation und schafft Spielräume für innovative Formate, neue Erzählweisen und eine zeitgemäße Weiterentwicklung des Angebots im digitalen Raum.

IV. 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 des ZDF bedeutet. Insbesondere durch die fortschreitende Transformation der Medienlandschaft und die durch den novellierten Medienstaatsvertrag vorgesehene **Reduktion linearer Ausspielwege 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 des ZDF in wesentlichen Teilen beeinträchtigen und noch dazu dem berechtigten Interesse der Nutzerinnen und Nutzer am Zugang zu bereits finanzierten Inhalten widersprechen. Der Inhalte-Pool des ZDF Streaming-Portals, kooperierter Angebote sowie von ZDFheute wird künstlich verknappt, 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.

Das ZDF Streaming-Portal ist auf Grundlage des 22. RÄStV ein eigenständiger Ausspielweg und gewinnt weiter an programmstrategischem Gewicht. Es unterliegt eigenen Planungslogiken und Nutzungszyklen, die sich stärker an individuellen Abrufbedarfen orientieren. Die restriktive Befristung der Verweildauern verhindert jedoch die konsequente Etablierung solcher digitaler Angebotslogiken und erschwert die Entwicklung von Programmmarken in der non linearen Nutzung. Längere Verweildauern sind daher erforderlich, um ein konsistentes, verlässliches und thematisch kohärentes Angebot sicherzustellen, das der Erwartungshaltung der Nutzenden entspricht und die Funktionsfähigkeit eines modernen Streaming-Portals gewährleistet.

Hinzu kommt, dass die internationale Medienordnung zunehmend durch Streaming Anbieter geprägt wird, deren Inhalte und Programmmarken – überwiegend US amerikanischer Herkunft – vollumfänglich und mit wachsendem Umfang publiziert werden (siehe Abschnitt B). Die Vergleichbarkeit der Angebotsumfänge prägt maßgeblich die Wahrnehmung publizistischer Leistungsfähigkeit. Die regulativ erzwungene, künstliche Verknappung öffentlich rechtlicher Inhalte steht deshalb nicht nur wie beschrieben im Widerspruch zum berechtigten Nutzerinteresse, sondern führt auch zu einem strukturellen Wettbewerbsnachteil für das ZDF, obwohl entsprechende Nutzungsrechte regelmäßig, langfristig oder dauerhaft vorliegen.

Zudem zeigt sich, dass insbesondere jüngere Nutzergruppen Inhalte episodен- und staffelübergreifend, zeitflexibel und im Rahmen längerfristiger Nutzungslinien konsumieren. Kurz befristete Verfügbarkeiten unterbrechen diese Nutzungsmuster und verhindern, dass zahlreiche Inhalte eine nachhaltige publizistische Wirkung entfalten können. Die Erwartung an Vollständigkeit, Kontinuität und Auffindbarkeit, die gerade in der digitalen Nutzungspraxis zentral ist, lässt sich mit engen Verweildauern nicht erfüllen.

Schließlich dient eine Ausweitung der Verweildauern auch der Wahrung des 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 des ZDF selbst gesetzten Befristungen der Verweildauern – angebotsabhängig differenziert – durch dieses Telemedienänderungskonzept für alle ZDF-Inhalte in sämtlichen Telemedienangeboten (inkl. derer für kooperierte Programme) 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 das ZDF ist, die künftig regelmäßig ausschließlich oder vor einer linearen Ausstrahlung im Streaming-Portal erfolgt.

Zugleich gilt aber außerdem, dass sämtliche aufgeführte Verweildauern lediglich Höchstverweildauern sind, die tatsächliche Verweildauer im Einzelfall also von verschiedenen Umständen (Rechtsituation, 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. Sämtliche Inhalte im **Kinderangebot** aller Genres können bis zu zehn Jahre in den Telemedienangeboten bereitgehalten werden.
4. **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.
5. **Film- und fernsehhistorische Produktionen**, deren Erstpublikation mindestens 20 Jahre zurückliegt können bis zu fünf Jahre eingestellt werden.
6. Produktionen aller Genrebereiche, 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.
7. **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.
8. **Alle anderen audiovisuellen Inhalte** (z.B. Unterhaltungsshow, Quizsendungen) bleiben für die Dauer von bis zu zwei Jahren nach Publikation im Angebot.
9. **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.
10. **Sendungen von Sportgroßereignissen** sowie **Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga** werden entsprechend der jeweils geltenden gesetzlichen Regelungen (derzeit § 30 Abs. 2 Nr. 4 MStV) in die Telemedienangebote eingestellt, derzeit bis zu sieben Tage nach Ende des jeweiligen Ereignisses.

Basisinformationen über das ZDF als Unternehmen und sein Angebot (Programme, Organisation, Empfang, Rechtsgrundlagen etc.), politische Basisinformationen bei

ZDFheute und „logo!“ sowie Informationen zur Einordnung wiederkehrender Ereignisse können – in Form von Video-, Audio- und Textinhalten – dauerhaft eingestellt werden. Die Regelungen des MStV zur Vermeidung von Presseähnlichkeit gelten dabei einschränkend.

Vorhandene Inhalte können aufgrund eines besonderen publizistischen Anlasses oder nach einer vorherigen Depublikationsphase von mindestens sechs Monaten in das ZDF-Streaming-Portal bzw. in die Telemedienangebote der Kooperationsprogramme nach Maßgabe dieser Regelungen 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 die Telemedienangebote des ZDF bzw. in kooperierter Angebote 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 – in einem Fernsehprogramm des ZDF oder in einem gemeinschaftlich angebotenen Fernsehprogramm unter der Beteiligung des ZDF auf dessen Veranlassung hin wiederholt werden.

V. Partnerschaften im Rahmen von „Streaming OS“ mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie privatwirtschaftlichen Medienunternehmen

Im Rahmen der Weiterentwicklung seines digitalen Angebots strebt das ZDF im Zusammenhang mit dem Projekt „Streaming OS“ Kooperationen und Partnerschaften mit Einrichtungen aus Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie mit privatwirtschaftlichen Medienunternehmen an. Diese Partnerschaften dienen der effizienten Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags im digitalen Raum und sind darauf ausgerichtet,

technische Innovation im Bereich der Zugänglichkeit der Inhalte, die Qualität des Nutzungserlebnisses und den gesellschaftlichen Mehrwert des ZDF miteinander zu verbinden. Sie erfolgen stets unter Wahrung der verfassungsrechtlich garantierten Staatsferne, der redaktionellen Unabhängigkeit sowie der publizistischen Verantwortung des ZDF.

Die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen, kulturellen und bildungsbezogenen Institutionen verfolgt insbesondere das Ziel, öffentlich-rechtliche Inhalte besser zugänglich zu machen, neue Formen der Wissensvermittlung zu erproben und den Transfer von Forschung, kulturellem Erbe und Bildung in die digitale Öffentlichkeit zu fördern. Solche Kooperationen unterstützen die Bildungs-, Kultur- und Informationsfunktion des ZDF und tragen zur Stärkung gesellschaftlicher Teilhabe und Meinungsvielfalt bei. Sie erfolgen nicht-kommerziell oder auf Grundlage klar definierter vertraglicher Regelungen, die eine Einflussnahme auf Programmgestaltung oder redaktionelle Entscheidungen ausschließen.

Partnerschaften mit privatwirtschaftlichen Medienunternehmen erstrecken sich vorrangig auf technische, infrastrukturelle, distributive oder organisatorische Aspekte, im Rahmen von „Streaming OS“ insbesondere auf die gemeinsame Entwicklung, den Betrieb oder die Weiterentwicklung offener, interoperabler und skalierbarer Plattformtechnologien. Ziel ist es, Synergien zu nutzen, Doppelstrukturen zu vermeiden und wirtschaftlich verantwortungsvoll mit Beitragsmitteln umzugehen. Eine publizistisch-inhaltliche Kooperation mit privatwirtschaftlichen Anbietern erfolgt nur insoweit, als diese den öffentlich-rechtlichen Auftrag ergänzt und das ZDF dabei unterstützt, die gesamte Bevölkerung in Deutschland mit öffentlich-rechtlichen Inhalten zu versorgen. Dabei ist die Einflussnahme auf Programmgestaltung oder redaktionelle Entscheidungen des ZDF auszuschließen. Inhaltliche oder gestalterische Anpassungen der ZDF-Inhalte durch Dritte sind mit der Ausnahme rein technischer Anpassungen unzulässig. Zudem ist die Absenderschaft des ZDF während des Nutzungsvorgangs durch die Nutzenden sicherzustellen und das ZDF über die publizistischen Leistungswerte seiner Inhalte (z.B. Nutzungszahlen, Zielgruppendurchdringung) durch den Kooperationspartner regelmäßig und möglichst automatisiert zu unterrichten. Das ZDF hat sicherzustellen, dass die Kooperation zu keiner Abhängigkeit von privatwirtschaftlichen Interessen auf Seiten des ZDF führt und die vom ZDF gewährten

Rahmenbedingungen allen vergleichbaren Marktteilnehmern offenstehen, die sich für eine Kooperation institutionell, inhaltlich-publizistisch und organisatorisch qualifizieren.

Ein Schwerpunkt künftiger Partnerschaften des ZDF liegt auch im Einsatz moderner Technologien zur Aufbereitung, Publikation und Vernetzung von Inhalten. Das ZDF nutzt die zum Zeitpunkt der Anbahnung entsprechender Partnerschaften zur Verfügung stehenden state-of-the-art Technologien, um die bestmögliche Zugänglichkeit zu seinen Inhalten und die Versorgung der gesamten Bevölkerung mit öffentlich-rechtlichen Programmangeboten zu unterstützen.

Der vom ZDF gewählte Open-Source-Ansatz fördert – insbesondere im Rahmen von „Streaming OS“ – Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Anschlussfähigkeit der eingesetzten Technologien und ermöglicht zugleich eine kontrollierte Öffnung gegenüber Dritten. Das ZDF stellt sicher, dass alle Kooperationen den medienrechtlichen Vorgaben, insbesondere den Regelungen des Medienstaatsvertrags entsprechen.

Insgesamt sollen Partnerschaften im Rahmen von „Streaming OS“, mit Einrichtungen der Wissenschaft, Kultur und Bildung sowie in Partnerschaften mit privatwirtschaftlichen Medienunternehmen, einen Beitrag zur nachhaltigen Fortentwicklung der öffentlich-rechtlichen Telemedienangebote leisten, die Durchdringung möglichst großer Teile der Bevölkerung sicherstellen und die Rolle des ZDF als gemeinwohlorientierter Enabler im digitalen Medienökosystem stärken.

VI. Finanzieller Aufwand für die wesentlichen Änderungen der ZDF-Telemedienangebote

Für die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebenen wesentlichen Änderungen der Telemedienangebote von ZDF sowie seiner Einbringung in kooperierte Angebote 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.

Für den Ausbau der zeit- und kulturgeschichtlichen Archive sind Abgeltungen für Drittberechtigte sowie einzelne Nacherwerbe von benötigten Nutzungsrechten erforderlich. Sie sind im Umfang von 0,5 Mio. € p.a. kalkuliert. Die Kosten für den Ausbau von „ZDF goes Schule“ entsprechen der Anmeldung zum 25. KEF-Bericht.

Die Verbreitung über Drittplattformen ist – anders als bei eigenen Portalen – ohne zusätzliche Kosten für das ZDF möglich. Aufgrund der Zweit- bzw. Drittverwertung der Inhalte entstehen grundsätzlich keine primären Programmaufwände. Derzeit ist lediglich von geringen operativen Kosten (kalkulierter Umfang: 0,25 Mio. € p.a.) sowie von einem geringen Nacherwerb benötigter Zusatzrechte auszugehen. Die Kosten für den Ausbau von „ZDFspaces“ entsprechen der Anmeldung zum 25. KEF-Bericht.

Die Kosten des Verweildauerkonzepts umfassen lediglich notwendige Abgeltungen gegenüber Drittberechtigten, da die grundsätzlichen Nutzungsrechte der Produktionen vorhanden sind und im Regelfall im Rahmen der Erstpublikation miterworben werden.

Die Partnerschaften im Rahmen von Streaming OS sind mit dem anzunehmenden Grundbeitrag des ZDF für den Aufbau der Firmeninfrastruktur berechnet. Bei einer Intensivierung der Kooperation mit gesellschaftlichen Institutionen und privatwirtschaftlichen Medienunternehmen wurden Anpassungskosten der eigenen technischen Infrastruktur in Höhe von 0,25 Mio. € p.a. angenommen.

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
Digitale Publikationsformen und Distributionsmaßnahmen	9,28
Zeit- und kulturgeschichtliche Archive sowie Ausbau „ZDFgoes Schule“	1,70
Interaktion mit Nutzenden, Verbreitung über Drittplattformen	2,25
Verweildauerkonzept	0,70
Partnerschaften bei Streaming OS, mit gesellschaftlichen Institutionen und privatwirtschaftlichen Medienunternehmen	1,15
Gesamt zusätzlicher finanzieller Aufwand	15,08

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