

8. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 13. März 2026

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von 3sat

- 3sat konnte das Jahr 2025 mit einem Marktanteil von 1,5 % abschließen, dem besten Wert seit Bestehen des Senders. Die Zielgruppe im Fokus des Senders ist die Content Community 4 (Schwerpunkt 45 – 59 Jahre, aktive Mitte), bei der ein Jahresmarktanteil von 1,8 % erzielt wird. Das ist auch in der Fokusgruppe der beste Jahresmarktanteil. Das Durchschnittsalter der 3sat-Zuschauer im TV liegt bei 65 Jahren.
- Die **3sat-Mediathek** als zentraler Zugang zu hochwertigen Kultur-, Wissenschafts- und Unterhaltungsprogrammen konnte 2025 leichte Zuwächse verzeichnen. Sie integriert österreichische und schweizerische Sichtweisen in das öffentlich-rechtliche Streamingangebot und erweitert damit dessen Horizont.
- 3sat bietet den Zuschauenden **vielfältige Unterhaltung** an: Klassik, Rock- und Pop-Konzerte sowie Darstellende Künste. Kabarett und Satire sind wichtige Programmfarben, um jüngeres Publikum auf allen Ausspielwegen zu erreichen. Die Programme werden geprägt durch starke Köpfe (Sarah Bosetti, Urban Priol, Till Reiners).
- **Wissenschaft und Kultur** bilden den Markenkern von 3sat. Die Flaggschiffe „nano“ und „Kulturzeit“ sind die identitätsstiftenden Leitformate des Senders und komplettieren das tagesaktuelle Nachrichtenangebot. „nano“ hat einen Formatprozess gestartet, um die längerfristige Nutzung der Magazin-Inhalte in der 3sat-Mediathek und auf einem eigenen „3sat NANO“-Kanal auf YouTube zu verbessern.
- **Dokumentarische Formate** spielen eine zentrale Rolle in der programmlichen Ausrichtung von 3sat. Der Fokus liegt dabei auf Dokumentationen, die über reine Vermittlung hinausgehen und Orientierung, Kontextualisierung und emotionale Zugänge bieten.