

9. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 19. Juni 2026

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung Personalisierung und Empfehlungssysteme

Mit dem Launch des ZDF-Streaming-Portals im März 2025 ist Personalisierung zu einem zentralen Bestandteil der Ausspielung geworden. Ziel ist es, Nutzenden schneller passende Inhalte anzubieten, die Orientierung im Gesamtangebot zu verbessern und die Nutzung zu vertiefen. Die Weiterentwicklung der personalisierten Startseite wurde zunächst zugunsten des erfolgreichen Relaunches zurückgestellt, wird nun aber schrittweise ausgebaut.

Die bisherigen Auswertungen zeigen eine deutliche Wirkung personalisierter Angebote: Nutzende gelangen schneller zu für sie relevanten Inhalten. Gleichzeitig erhöht sich die Vielfalt der genutzten Inhalte: Über personalisierte Empfehlungen werden deutlich mehr unterschiedliche Inhalte angezeigt als über die ausschließlich redaktionell kuratierte Startseite.

Grundlage dieser Entwicklungen ist eine stabil funktionierende Zuordnung von Nutzenden zu Interessengruppen auf Basis ihres Nutzungsverhaltens. Der Anteil nicht zuordenbarer Nutzender konnte deutlich reduziert werden. Personalisierung greift dabei an zentralen Stellen des Portals, u. a. auf der Startseite, in Kategorienseiten, auf Sendungsseiten sowie in der Suche.

Neben der individuellen Empfehlung wird auch die plattformübergreifende Nutzung gestärkt. So ermöglicht etwa der „Green Button“ im linearen Fernsehen den direkten Einstieg in die nächste Folge im Streaming-Angebot. Auch Partnerinhalte, insbesondere aus der ARD, werden über automatisierte Empfehlungen sichtbar eingebunden und erreichen relevante Nutzungsanteile.

Das ZDF versteht Personalisierung dabei als Ergänzung redaktioneller Programmgestaltung. Redaktionelle Kuratierung bleibt erhalten und wird gezielt mit algorithmischen Empfehlungen kombiniert. Ziel ist ein ausgewogenes Verhältnis von individueller Relevanz und inhaltlicher Breite, das den öffentlich-rechtlichen Auftrag wahrt.

Im Austausch mit nationalen und internationalen Partnern entwickelt das ZDF seine Verfahren kontinuierlich weiter. Für 2026 steht insbesondere der weitere Ausbau der personalisierten Ausspielung im Fokus.