

13. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 30. Juni 2023

Zusammenfassung der Vorlagen

Personalisierung und Empfehlungssysteme; hier: Sachstand

Das ZDF baut Personalisierung und Automatisierung in der ZDFmediathek weiter konsequent aus. Zusätzlich schafft es eine transparente, öffentlich verfügbare Informations-Grundlage, die für alle Stakeholder als Basis der gemeinsamen Weiterentwicklung dienen kann. Das ZDF vernetzt sich weiter und macht im Streaming-Netzwerk mit der ARD seine Technologien über die ARD-Mediathek für einen weiteren Kreis an Usern nutzbar. Im Einzelnen:

ZDFmediathek Startseite

- Die Zahl der registrierten Nutzer legt im Jahresvergleich um eine Million auf jetzt 4,3 Millionen zu.
- Der Anteil am Sehvolumen, der über automatisierte Empfehlungen generiert wird, steigt auf allen Ausspielwegen, am stärksten im so wichtigen HbbTV.
- Der Algorithmus für „Das könnte Dich interessieren“ wird verbessert: Die Verringerung des Bias (Verzerrung) führt zu mehr Diversität und Sehvolumen.
- Die sogenannte Bühne (das erste Element der Startseite) wird erfolgreich teilpersonalisiert.

ZDFinfo

- Die Bereich-Startseite ZDFinfo ist komplett automatisiert.
- Über den Green Button werden in einem Pilotprojekt Empfehlungen aus dem linearen Programm in die Mediathek automatisiert erzeugt.

Transparenz

- Das ZDF etabliert Public Value-Metriken für Empfehlungen innerhalb des ZDF, den Gremien und der Öffentlichkeit, die die öffentlich-rechtliche Qualität in Algorithmen messbar machen.
- Mit algorithmen.zdf.de schafft das ZDF als erster europäischer Broadcaster ein umfangreiches öffentliches Transparenz-Angebot.