

## 12. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 10. März 2023

### Zusammenfassung der Vorlagen

#### Stand und Entwicklung von 3sat

- 3sat konnte das Jahr 2022 mit einem **Marktanteil von 1,3 %** abschließen. Das Durchschnittsalter im TV beträgt 64 Jahre. Die Zielgruppe im Fokus des Senders ist die CC 4 (Schwerpunkt 45-59 Jahre, Aktive) mit einem Jahresmarktanteil von 1,5 %.
- Die **3sat-Mediathek** hat ein durchschnittliches Nutzeralter von 49 Jahren und erreicht 120.000 Visits täglich. Sie bietet den avisierten Zielgruppen einen zentralen Zugang zu hochwertigen Kultur-, Wissenschafts- und Unterhaltungsprogrammen innerhalb des Programmangebots der öffentlich-rechtlichen Sender und zeichnet sich durch eine heterogene Nutzung quer durch alle Nutzergruppen aus.
- **Wissenschaft und Kultur** bilden den Markenkern von 3sat. Die Flaggschiffe „nano“ und „Kulturzeit“ senden werktäglich Aktuelles aus diesen Bereichen und komplettieren so das tagesaktuelle Nachrichtenangebot. Der multiperspektivische Blick auf Kernfragen der Gesellschaft soll weiter ausgebaut werden.
- **Kabarett und Satire** sind wichtige Programmfarben. Die Eigenmarke „Happy Hour“ wurde mit neuer Moderation fortgesetzt. Das „3satFestival“ ist als wichtiges Event der Kabarettszene etabliert und präsentiert den Zuschauerinnen und Zuschauern jährlich eine Top-Auswahl an Solo-Programmen. Beide Marken sind im zurückliegenden Jahr diverser geworden.
- Der **Dokumentarfilm** ist ein wichtiges Anliegen des Senders. Die mit vielen Preisen ausgezeichnete Reihe „Ab 18!“ feierte 2022 ihr zehntes Jubiläum. In der 3sat-Mediathek gab es mit dem „Dokfilmherbst“ einen eigenen Schwerpunkt.
- 3sat unterstützt die **Kulturszene** vor allem in den Sparten Theater, Dokumentarfilm und Kurzfilm. Der Sender vergibt unter anderem den 3sat-Preis beim Berliner Theatertreffen, den Publikumspreis beim DOK.fest München sowie Nachwuchspreise bei den Duisburger Filmwochen, DOK Leipzig oder den Kurzfilmtagen Oberhausen.