

Stellungnahme

Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di)

zum Drei-Stufen-Test des ZDF

(Änderungskonzept der Telemedienangebote des Zweiten Deutschen Fernsehens)

Berlin, den 8. Mai 2026

Wie ARD, ZDF und Deutschlandradio online agieren können, verändert der seit dem Winter 2025 geltende Medienstaatsvertrag. Er stellt teils neue und spezifiziert bestehende Anforderungen an die Telemedien der Öffentlich-Rechtlichen – also an ihre eigenen Online-Angebote und jene, die sie auf Drittplattformen ausspielen. Aus diesem Grund hat das ZDF Änderungskonzepte für die Telemedienangebote des ZDF, 3sat und phoenix formuliert, über deren Genehmigung der Fernsehrat berät.

Im Zuge des Konsultationsverfahrens zum Änderungskonzept der Telemedienangebote des Zweiten Deutschen Fernsehens ergreift die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) die Möglichkeit zur Stellungnahme. ver.di vertritt mit mehr als 30.000 Mitgliedern in der Fachgruppe Medien, Journalismus und Film die Beschäftigten in Rundfunk, Verlagen und Produktionswirtschaft. Mit etwa 1,8 Millionen Gewerkschaftsmitgliedern aus allen gesellschaftlichen Bereichen hat ver.di einen weiten Blick von Nutzer*innen auf die Medienlandschaft.

Anforderungen des Medienstaatsvertrags an öffentlich-rechtliche Online-Angebote

Gemäß § 30 (1) Medienstaatsvertrag (MStV) sind die öffentlich-rechtlichen Medien aufgefordert, Telemedien auf eigenen (gemeinsamen) Online-Plattformen sowie auf Drittplattformen anzubieten. Anschließend finden sich die Konkretisierungen hinsichtlich der Form der Angebote. Zwar schreibt § 30 (3) den Anbietern „die zeitgemäße Gestaltung der Telemedienangebote“ vor, doch findet diese Gestaltungsfreiheit eine Grenze, wenn Texte als zeitgemäße Ausdrucksform eingesetzt werden sollen. Inhalte in Textform werden grundsätzlich untersagt, außer es handelt sich um einen der in § 30 (7) MStV aufgeführten Fälle.

Erlaubte Nutzungsszenarien werden hier zwar aufgelistet. Dennoch ist zu befürchten, dass die öffentlich-rechtlichen Anbieter seit Geltung des 7. Medienänderungsstaatsvertrags grundsätzlich zurückhaltender beim Einsatz von Texten agieren, selbst wenn diese Textform im Grunde zulässig wäre, um Konflikten vorzubeugen. Seit den Relaunches der öffentlich-rechtlichen Nachrichten-Apps in Folge der sogenannten „Presseähnlichkeits“-Vorschrift werden die Apps weniger genutzt. Dies verdeutlicht einen Bedarf in der Gesellschaft, eher mehr als weniger vertrauenswürdigen Journalismus auch in Textform

online verfügbar zu machen. Angesichts der tatsächlichen Verschiebung der Mediennutzung hin zu immer mehr online-Inhalten ist die (ergänzende) Verfügbarkeit von Inhalten in Textform notwendige Bedingung allein schon zur besseren Auffindbarkeit der Angebote und damit Voraussetzung, um die nötige Relevanzschwelle zu erreichen und breite Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Systems insgesamt zu fördern.

Anforderungen des Bundesverfassungsgerichts an öffentlich-rechtliche Online-Aktivitäten

Die Möglichkeiten des ZDF, im Digitalen die publizistischen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen, werden mit dem Verbot von Onlinetexten aus dem Medienstaatsvertrag eingeschränkt. Dabei ist es nicht primär der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der die Geschäftsmodelle der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage bedroht, zu deren vermeintlichem Schutz die Vorschrift in den Staatsvertrag aufgenommen wurde. Vielmehr sind es in der aktuellen digitalen Medienordnung die marktdominierenden Tech-Plattformen, auf die sich das Anzeigengeschäft in einem Ausmaß verlagert hat, das die Finanzierungsmodelle der Presseverlage in neuer Dynamik erodieren lässt.

Die digitalen Kommunikationsräume, in die sich die gesellschaftliche Auseinandersetzung zunehmend verlagert, sind geprägt durch nach Verwertungsinteressen strukturierten Plattformlogiken, auf denen Polarisierendes und einseitige Darstellungen mit überproportionaler Reichweite belohnt werden, um die Nutzenden auf den Plattformen zu halten und den Wert der Werbung in die Höhe zu treiben. Der demokratisch gebotenen Vielfalt der Medien steht dies entgegen.

Hinzu kommen Inhalte nicht-publizistischer Akteur*innen, KI-generierter Content und Desinformation von malevolenten in- und ausländischen Akteur*innen. Die zunehmende Unübersichtlichkeit der Informationslage und ihrer Absender*innen stellt die Glaubwürdigkeit von Medieninhalten generell in Frage. So wird die Marktlogik der zentralen Infrastrukturen, auf denen sich immer größere Teile gesellschaftlicher Kommunikation abspielen, zur ernststen Belastung für das demokratische Gemeinwohl.

Noch dazu wird bspw. in den Besitzern z.B. der Tech-Plattformen X, Amazon und Open AI, die zu den reichsten Menschen der Welt gehören und in enger Verbindung zum US-Präsidenten stehen und mit ihren Tech-Angeboten auch ideologische Zwecke verfolgen, eine problematische Verquickung von ökonomischer, medialer und politischer Macht sichtbar. Die Vulnerabilität unserer Kommunikationsräume als demokratische Säule ist unverkennbar. Gesetzgeberische Maßnahmen, um drohende Einflussnahmen auf die öffentliche Meinungsbildung einzuhegen, wie etwa das Digitale Dienste-Gesetz, Digitale Märkte-Gesetz oder KI-Verordnung, greifen nicht konsequent genug.

In seinem Beschluss vom Juli 2021¹ stellte das Bundesverfassungsgericht angesichts solcher Entwicklungen klar, dass es dezidiert die Aufgabe der Öffentlich-Rechtlichen ist, im digitalen Raum „ein vielfaltsicherndes und Orientierungshilfe bietendes Gegengewicht“ zu den dominierenden privatwirtschaftlichen Plattformen aufzubauen. Durch die Beitragsfinanzierung

¹ [Bundesverfassungsgericht - Entscheidung finden - Beschluss vom 20. Juli 2021](#)

sei der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Lage, seine Programmentscheidungen ungeachtet wirtschaftlicher Erwägungen auszurichten, welche „massenattraktive Programme“ und eine „Verstärkung gleichgerichteter Meinungen“ beförderten. Der Appell an die Öffentlich-Rechtlichen, sich zu einem solchen professionellen und verantwortungsvoll journalistischen Gegengewicht zu Plattformen mit zweifelhaften Inhalten zu entwickeln, muss als Mandat verstanden werden, auch im Digitalen die Angebote qualitativ auszuweiten – sowohl auf eigenen Portalen als auch auf Plattformen Dritter, wenn dort ein relevanter Teil gesellschaftlicher Kommunikation stattfindet.

Dass von den Öffentlich-Rechtlichen also gängige Plattformen bespielt, plattformspezifische Formate produziert und insgesamt erheblicher Aufwand betrieben werden muss, um im Digitalen überhaupt eine kritische Relevanzschwelle zu überschreiten, ergibt sich aus dem Auftrag aus Karlsruhe.

Eigenständige digitale Publikationsformen und nutzer*innenzentrierte Distributionsmaßnahmen ausbauen

Die Anforderung ergibt sich aus den beschriebenen Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts, des § 30 Medienstaatsvertrag sowie aus der Medienforschung, derzufolge inzwischen 43 Prozent der Informationssuche (IU-Medienkompetenz-Studie 2025²) und 65 Prozent der Mediennutzung digital stattfinden (ARD/ZDF Medienstudie 2025³). Weniger als die Hälfte der unter 30-Jährigen sieht noch wöchentlich fern. YouTube, Social Media und Streamingdienste werden in dieser Altersgruppe, die die Gesellschaft zunehmend prägen wird und die die Öffentlich-Rechtlichen qua Auftrag erreichen müssen, weit häufiger genutzt. 70 Prozent der Generation Z informiert sich sogar hauptsächlich über Social Media (IU-Studie). Die gesamte Gruppe der unter 50-Jährigen nutzt Bewegtbild überwiegend non-linear.

Daraus leitet sich die Notwendigkeit eines zeitgemäßen, ansprechenden Online-Angebots ab, welches den Nutzungsgewohnheiten digital geprägter Menschen entspricht, um gerade junge Nutzungsgruppen zu erreichen und für sich zu gewinnen, die keine gewohnheitsmäßigen Überschneidungspunkte mit den Angeboten von ARD, ZDF und DLR haben. Entscheidend ist, dass die Nutzeroberflächen den Gewohnheiten der Menschen entsprechen, die Inhalte relevant und die Algorithmen, sofern es sich um eigene Portale handelt, gemeinwohlorientiert statt auf Maximierung der Nutzungszeit ausgerichtet sind. Dass die Online-Angebote hiesiger Sender in der Gesamtbevölkerung inzwischen höhere Nutzungszeiten als die einzelnen internationalen Streamer verzeichnen (ARD/ZDF-Medienstudie), verdeutlicht, dass sie sich mit ihrer Angebotsentwicklung auf dem richtigen Weg befinden – wenn sie auch die unter 30-Jährigen noch von sich überzeugen müssen, von denen die internationalen Streaming-Plattformen stärker genutzt werden.

Das ZDF Streaming-Portal, das Nachrichtenportal zdfheute.de, ZDF goes Schule, ZDF-Profile auf Drittplattformen sowie die Telemedienangebote für Kooperationsprogramme gemeinsam mit

² [IU-Studie-Medienkompetenz-2025-09-04-DE.pdf](#)

³ [ARD/ZDF Medienstudie 2025 Basispräsentation](#)

anderen öffentlich-rechtlichen Anbietern sind daher zu stärken und gemäß der Dynamik sich wandelnder gesellschaftlicher Bedarfe fortlaufend weiterzuentwickeln, bspw. in Form des geplanten „Streaming OS“, um die Kommunikationsbedürfnisse einer sich weiter digitalisierenden Gesellschaft zu erfüllen.

Selbstverständlich sind die öffentlich-rechtlichen Medienhäuser gefragt, sich neue Technologien im Sinne der Barrierefreiheit und Innovation zunutze zu machen. Doch ist bei der Anwendung generativer Künstlicher Intelligenz sorgfältiges Abwägen geboten, um journalistische Qualität und Glaubwürdigkeit nicht aufs Spiel zu setzen. Wenn das ZDF plant, mittels generativer KI „neue (Sekundär-)Inhalte zu erzeugen“, muss sichergestellt werden, dass redaktionelle Sorgfaltspflichten weiterhin konsequent gewahrt werden, statt die Glaubwürdigkeit der Marke und letztlich die Zahlungsbereitschaft für den Rundfunkbeitrag nicht in Frage zu stellen. Jegliche KI-Bearbeitung von Inhalten ist nur unter Beteiligung und nach informierter Zustimmung der Macher*innen zulässig. Auch trägt das ZDF eine Verantwortung zur Ausbildung journalistischen Nachwuchses. Aufgaben wie das Konfektionieren von Beiträgen, mit denen journalistisches Handwerk erlernt und geübt wird, können nur dann an KI-Tools ausgelagert werden, wenn das Einüben handwerklicher Qualität in den Redaktionen durch komplementäre Methoden nachhaltig gewährleistet ist. Wegen der vielfältigen Fehlerpotenziale sollten die Sender gemeinsam mit den jeweiligen Interessenvertretungen (Gewerkschaften) verbindliche Leitlinien erarbeiten, unter welchen Bedingungen generative KI in den Sendern sinnvoll und ohne Risiken für journalistische Qualität eingesetzt werden kann.

Ausbau der zeit- und kulturgeschichtlichen Archive; Bildungsangebote und Medienkompetenz für alle fördern

Der Funktionsauftrag für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk umfasst neben seiner Rolle für die Meinungs- und Willensbildung, Unterhaltung und Information eine kulturelle Verantwortung. Die kulturgeschichtlichen sowie zeitgeschichtlichen Archive des ZDF auszubauen und mit modernen Mitteln in zeitgemäßer Form aufzubereiten und zugänglich zu machen, ist ein wichtiger Beitrag zum historischen Bewusstsein. In einem solchen Angebot liegt ein erhebliches Potenzial, in einem umkämpften Informationsumfeld gesicherte Fakten und Hintergründe dauerhaft zur Verfügung zu stellen.

§ 30 (3) MStV weist die Öffentlich-Rechtlichen an, mit Telemedienangeboten die Medienkompetenz aller Generationen zu fördern. Das ZDF plant zu diesem Zweck, insbesondere das Angebot „ZDF goes Schule“ zu einem eigenen Portal auszubauen. Hier werden nicht nur zahlreiche Bildungsinhalte gebündelt, sondern auch in Kooperation mit Bildungsinstitutionen und einem Sounding Board aus Lehrkräften neue exklusive Bildungsinhalte entwickelt und zur Verfügung gestellt.

In der zunehmend unübersichtlichen Informationslandschaft im digitalen Raum ist es zentral, dass auch die Öffentlich-Rechtlichen ihre Möglichkeiten nutzen, Menschen dazu zu befähigen, Medieninhalten souverän und kritisch zu begegnen. Hierbei Schulen in den Fokus zu nehmen, ist naheliegend und von zentraler Bedeutung, um auch den Mediennutzenden von morgen frühzeitig

Informations- und Nachrichtenkompetenz zu vermitteln. Der Bedarf hieran besteht aber auch in gesellschaftlichen Gruppen, die sich außerhalb von Bildungssystemen befinden. Mehr Menschen zu den Bildungsinhalten und Medienkompetenzangeboten des ZDF zu leiten und sie hierfür zu begeistern, sollte ebenso ein Ziel des Senders sein und strategisch verfolgt werden.

Mit Nutzenden interagieren und auf Drittplattformen präsent sein

§ 26a (2) MStV gibt ARD, ZDF und DLR vor, Maßnahmen zu treffen, um einen kontinuierlichen und zielgruppengerechten Dialog mit der Gesellschaft über Qualität, Leistung und Fortentwicklung des Angebots zu führen. Dass öffentlich-rechtliche Medieninhalte viele Nutzer*innen zum Diskutieren anregen, ist zweifellos der Fall und entspricht dem verfassungsgemäßen Auftrag der Öffentlich-Rechtlichen, in die Gesellschaft hineinzuwirken. Viele Jahre lang spielten sich die Auseinandersetzungen etwa zu Talkshows, zum Tatort, zu Dokumentationen oder dem ESC auf Drittplattformen ab (und werteten sie damit auf) – weil es in den öffentlich-rechtlichen Mediatheken keine Interaktionsfunktionen gab. Inzwischen werden bei immer mehr öffentlich-rechtlichen Telemedien Kommentarspalten oder Feedbackfunktionen eingeführt und rege genutzt. Dass sich der Diskurs über öffentlich-rechtliche Inhalte auf deren Plattformen verschiebt, könnte ein wichtiger Meilenstein hin zu einer gemeinwohlorientierten Online-Plattform sein und ist daher in der vom ZDF vorgeschlagenen Form bzw. mit dem vom ZDF bereits begangenen Weg („ZDF Spaces“) zu unterstützen.

Um die gesamte Gesellschaft einzubeziehen, sollten Dialogangebote grundsätzlich möglichst niedrigschwellig sein. Hochkomplexe oder rein digitale Formate sollten vor dem Einsatz immer daraufhin geprüft werden, ob die Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen gewährleistet ist oder ob es Partizipationshürden gibt, die reduziert oder durch komplementäre analoge Formate ergänzt werden können.

Der Dialog mit und die Beteiligung von den Nutzenden ist in einer digital geprägten Medienordnung unerlässlich, stellt die Medienhäuser aber bzgl. Quantität und Qualität vor Herausforderungen. Um hier das für die Drittplattformen typische Entgleisen der Auseinandersetzungen zu verhindern, ist menschliche Moderation erforderlich, selbst wenn technische Filter zur Unterstützung eingesetzt werden. Die Arbeit in Publikumsredaktionen und im Community Management muss auch personell dargestellt und psychosozial unterstützt werden.

Beim Bespielen von Drittplattformen bleibt nicht zuletzt die Erkennbarkeit als öffentlich-rechtliches Angebot sowohl für die Glaubwürdigkeit des Inhalts als auch für die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Systems und des Rundfunkbeitrags in der Gesellschaft entscheidend.

Verweildauern den Lebenswirklichkeiten der Zielgruppe anpassen

§ 30c (4) MStV formuliert in Bezug auf die Jugendangebote den Anspruch, die Verweildauer der Inhalte der Lebenswirklichkeit und den Interessen junger Menschen anzupassen, um „die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der jeweils zur Zielgruppe gehörenden

Generation [zu] erfüllen“. Da die zeitlich selbstbestimmte Nutzung von Medieninhalten als gesellschaftlicher Trend fortschreitet und sich nicht auf die Zielgruppe der „Jugendangebote“ beschränkt, ist es folgerichtig, öffentlich-rechtliche Inhalte in den Portalen länger verfügbar zu machen. Dies entspricht auch der Erwartungshaltung der Beitragszahler*innen, mit deren Beiträge die Eigen- und Auftragsproduktionen finanziert wurden.

Insofern ist es aus Sicht der Nutzenden eindeutig zu begrüßen und vom Programmauftrag gedeckt, dass das ZDF die maximale Verweildauer bspw. für eigen- und auftragsproduzierte Filme und Serien von einem auf zwei Jahre, für Dokumentationen und Non-Fiktionale Inhalte von zwei auf zehn Jahre, von Debütfilmen von zwei auf fünf Jahre oder von Kinderangeboten von fünf auf zehn Jahre erhöhen möchte.

Notwendig wird jedoch sein, für längere Verweildauern auch die Nutzungsrechte zu erwerben. Für Filme, Debütfilme, Dokumentarfilme, Serien und Kinderangebote kann die Verweildauer im Online-Angebot nur verlängert werden, wenn sich dies in der Vergütung der Urheber*innen und des an der Produktion beteiligten künstlerischen Personals niederschlägt.

Partnerschaften mit Wissenschaft, Kultur, Bildung und privaten Rundfunkveranstaltern vertiefen

Eine strategische Vernetzung zwischen öffentlich-rechtlichen und Angeboten externer Partner schreibt § 30 (1) MStV vor. Indem das ZDF im publizistisch-inhaltlichen Bereich Kooperationen mit privatwirtschaftlichen Anbietern und Bildungs- und Kultureinrichtungen eingeht, vermag sich die Reichweite der ZDF-Angebote zu erhöhen, können Wissenstransfer und neue Vermittlungskonzepte entstehen und insgesamt die Verankerung des öffentlich-rechtlichen Systems in der Gesellschaft sich verfestigen. Sofern die publizistische Unabhängigkeit gewahrt bleibt, Inhalte im Einvernehmen und unter Wahrung aller Nutzungsrechte veröffentlicht werden, sind Kooperationen mit Institutionen wünschenswert.

Ansprechperson:

Bettina Hesse, Referentin für Medienpolitik

bettina.hesse[at]verdi.de