



**Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

Fritz Pleitgen

Kooperation  
zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD,  
dem ZDF und der Deutschen Welle

Arbeitspapiere  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln

Heft 218

Köln, im November 2006

**Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 218: 3-938933-19-4

Schutzgebühr 5,- EUR

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen  
und abgerufen werden unter der Adresse  
<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per E-Mail an:  
[rundfunk-institut@uni-koeln.de](mailto:rundfunk-institut@uni-koeln.de)  
oder an die u. g. Postanschrift



**Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

Hohenstaufenring 57a

50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

Fritz Pleitgen

Kooperation  
zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD,  
dem ZDF und der Deutschen Welle\*

1. Der Auslandsrundfunk – harter Wettbewerb um internationale Publika .....	3
2. Der Vorschlag zum Aufbau eines leistungsfähigen deutschen Auslandsfernsehens von 1998.....	4
3. Das Kooperationsmodell einer senderübergreifend besetzten Arbeitsgruppe von 1999.....	5
4. Die Aufnahme des Sendebetriebs von German TV 2002.....	6
5. Zu kurzer Atem: Die Einstellung des Sendebetriebs von German TV Ende 2005.....	8
6. Neuer Anlauf? Kooperation unter dem Dach der Deutschen Welle.....	8
7. Kein großer Wurf – aber ausbaufähig.....	11

---

\* Überarbeitete Fassung einer Rede, die der Autor, Intendant des Westdeutschen Rundfunks und Präsident der Europäischen Rundfunkunion, auf der Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie “Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt” am 14. November 2006 im Gremiensaal der Deutschen Welle in Bonn vorgetragen hat. Der Beitrag wird in Kürze, zusammen mit den anderen dort gehaltenen Vorträgen und den dazu geführten Diskussionen, in der Reihe “Schriften zur Rundfunkökonomie” im Vistas Verlag Berlin erscheinen.



Fritz Pleitgen

Kooperation  
zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD,  
dem ZDF und der Deutschen Welle

**1. Der Auslandsrundfunk – harter Wettbewerb um internationale Publika**

Es ist heute schon viel über die rechtlichen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen eines öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks gesprochen worden. Lassen Sie mich als gelerntem Programmierer nun den Blick auf die Inhalte richten.

Wie soll und wie kann ein deutsches Auslandsfernsehen aussehen? Dieses Thema beschäftigt mich schon seit vielen Jahren. Als ich selbst noch als Auslandskorrespondent „draußen“ war, da hörten die deutschen Expatriats die Radiosendungen der Deutschen Welle. Das Funkjournal, ob in Moskau oder Washington – welcher Deutsche im Ausland kennt diese Sendung nicht?!

Längst hat sich das Auslandsfernsehen seinen eigenen Anteil am weltweiten Publikum erobert. Viele internationale Anbieter tummeln sich seit Jahren schon auf diesem Markt: die Amerikaner, die Briten, die Franzosen (TV 5), Italiener (RAI), Portugiesen, Spanier und Polen. Immer wenn ich im Ausland bin, habe ich den prominenten Vergleich: CNN und BBC World Service – es gibt heutzutage kein Hotelzimmer mehr, wo Sie diese beiden Sender nicht auf dem Schirm haben. Hinzu kommt seit mittlerweile zehn Jahren Al-Dschasira, der arabische Nachrichtenkanal. In diesen Tagen geht die englischsprachige Version auf Sendung.

Deutsche Welle Fernsehen dagegen ist bei weitem nicht so weit verbreitet. Es sendet seit 1992. Ich weiß zu schätzen, was die Kolleginnen und Kollegen leisten. Aber Deutsche Welle Fernsehen hatte nie die Möglichkeiten wie andere internationale Anbieter; finanziell, organisatorisch und programmlich. Als Konsument habe ich das Programm-Schema als zu statisch und inhaltlich zu wenig attraktiv empfunden. Auch die Mehrsprachigkeit ist ein Problem. Das führt dazu, dass alle paar Stunden die Zuschauerschaft nahezu komplett ausgewechselt wird. Ein homogener Audience-Flow ist damit natürlich nicht möglich. Dass die Macherinnen und Macher mehr erreichen möchten, ist selbstredend. Dass hier auch mehr erwünscht ist, das zeigen die Reaktionen im In- und Ausland, von Zuschauern, von Politikern, von Goethe-Instituten, etc.

Im Jahr 16 nach der Wiedervereinigung ist es an der Zeit, dass Deutschland im Medium Fernsehen eine internationale Außenrepräsentanz erhält, die in die Zeit passt. Diese Aufgabe sollte der öffentlich-rechtliche Rundfunk leisten. ARD und ZDF haben in ihren Kanälen eine Menge erstklassiger Sendungen – informierend, bildend, unterhaltend –, die zu einem Programm zusammengefasst eine überzeugende Visitenkarte unseres Landes in aller Welt abgeben. Ich nenne



nur „Tagesschau“, „heute journal“, „Monitor“, „Panorama“, „Report“, „frontal 21“, „Aspekte“, „Titel, Thesen Temperamente“, „Sportschau“, Dokumentationen, Reportagen, Fernsehfilme, Krimis, „Wetten dass“ und „Die Sendung mit der Maus“.

Mit einem solchen Programm wäre das deutsche Fernsehen gleich weltweit in der Spitzengruppe, wenn nicht die Nr. 1, was Qualität angeht. Aber ARD und ZDF wollen kein Konkurrenzangebot in die Welt setzen. Im Gegenteil: wir wollen die verfassungsrechtliche Auslandszuständigkeit der Deutschen Welle nicht in Frage stellen, sondern ihre bestehenden Vertriebsstrukturen und ihr internationales Know-how nutzen.

## **2. Der Vorschlag zum Aufbau eines leistungsfähigen deutschen Auslandsfernsehens von 1998**

Ziel ist ein deutsches Auslandsfernsehen, das sich in punkto Aktualität, Vielfalt und Niveau mit der BBC messen kann. In diesem Sinne habe ich die Diskussion um ein deutsches Auslandsfernsehen 1998 angestoßen. Bei der Vielfalt der internationalen Programme ist die Konkurrenzfähigkeit nur durch ein kompaktes erstklassiges Angebot zu gewährleisten. Content is King, in Zukunft mehr denn je. Natürlich müssen wir dabei die Möglichkeiten der Trimedialität nutzen. Dabei gilt: starke Marken sorgen für nachhaltige Akzeptanz. Und das deutsche Auslandsfernsehen muss auf allen Wegen erreichbar sein.

Meine Idee war, ein gemeinsames deutschsprachiges Programm zu schaffen, zusammengesetzt aus Beiträgen der ARD, des ZDF und der Deutschen Welle. Dieses sollte zusätzlich zum etablierten Fernsehprogrammangebot der DW verbreitet werden.

Der inhaltliche Ansatz und die in Aussicht genommenen Zielgruppen unterschieden sich dabei: So sendet die Deutsche Welle entsprechend ihrem gesetzlichen Programmauftrag mit dem Ziel, dem Publikum im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland zu vermitteln. Es geht um die deutschen Positionen zu wichtigen Fragen der Zeit; diese werden dargestellt und erläutert. Hieran orientiert sich richtigerweise bis heute das Programm von dw-tv.

Der neue Kanal dagegen sollte sich vor allem an deutschsprachige Multiplikatoren, an Meinungsbildner und Eliten wenden, aber natürlich auch an deutschsprachige Einwanderer und Ausländer mit Deutschkenntnissen. Ein bisschen für die Verbreitung und Achtung der deutschen Sprache wollte ich auch tun.

Dabei war von vornherein klar, dass ein deutschsprachiges Programm es nicht einfach haben würde, ein großes internationales Publikum zu erreichen. Deutsch ist keine Weltsprache wie Englisch oder Spanisch. Die Zielgruppen sind sowohl soziologisch wie geografisch sehr heterogen. Aber es gibt, als Folge früherer Auswandererwellen aus Deutschland, in Nord- und Südamerika einen erheblichen deutschstämmigen Bevölkerungsanteil. Allein in den USA haben ca. 52 Millionen Menschen deutsche Wurzeln.

Doch – das wissen wir auch – deutsche Einwanderer passen sich sehr schnell und weitgehend an. Das unterscheidet sie von vielen anderen Volksgruppen. Deutsch ist bei diesen Menschen vielfach bereits nach wenigen Jahren nicht mehr ihre Umgangssprache; schon in der nächsten Generation verblasen die Deutschkenntnisse der Jüngeren.

Für deutschstämmige Bevölkerungsgruppen gibt es also keine Phänomene à la „China Town“ oder „Little Italy“. Ein „Little German Town“ in amerikanischen Großstädten ist unbekannt. Dennoch wissen wir aufgrund entsprechender Studien, dass es in Nordamerika ca. 800.000 bis eine Million Haushalte gibt, in denen Deutsch gesprochen bzw. Deutsch verstanden wird. Davon sind rund 300.000 Haushalte Personengruppen zuzuordnen, die in Deutschland geboren wurden, aber langfristig in den USA bzw. Kanada leben bzw. sogar die jeweilige Staatsangehörigkeit erworben haben.

Zudem gibt es eine erhebliche Anzahl muttersprachlicher Deutscher, die aus beruflichen oder familiären Gründen befristet in den Staaten Nord- und Lateinamerikas wohnen, ohne ihren in Deutschland gelegenen Lebensmittelpunkt gänzlich aufgeben zu wollen. Schätzungen für die USA belaufen sich auf ca. 40.000 bis 50.000 berufstätige Deutsche, die vorübergehend im Land leben.

Hinzu kommen die so genannten Snowbirds. Dieser Begriff meint zumeist ältere Menschen, die die Wintermonate in den warmen Regionen der USA, vor allem in Florida, verleben. Schätzungen gehen hier von ca. 180.000 bis 250.000 Deutschen aus. Zusätzlich gibt es an großen Armeestandorten wie z. B. in El Paso oder Fort Lauderdale auch jeweils eine deutschsprachige Zielgruppe.

Je nach Zählart kommt man so auf ein potentiell Publikum von rund drei Millionen oder mehr allein für die USA. Dieser deutschsprachigen sowie an Deutschland interessierten Zielgruppe sollte ein vielfältiges, öffentlich-rechtlichen Standards entsprechendes Vollprogramm geboten werden. Dieses Programm sollte informationsorientiert sein, daneben aber auch fiktionale und unterhaltende Elemente beinhalten.

### **3. Das Kooperationsmodell einer senderübergreifend besetzten Arbeitsgruppe von 1999**

In einer senderübergreifend besetzten Arbeitsgruppe hatten wir ziemlich rasch ein erstes Kooperationsmodell entwickelt, das wir noch im Jahre 1999 auch mit der Politik diskutiert haben. Wegen der rundfunkrechtlichen Ausgangslage, wonach der Auslandsrundfunk in die Kompetenz des Bundes und damit der Deutschen Welle fällt, haben wir von Anfang an sowohl die Bundesländer als auch die Bundesregierung mit in unsere Überlegungen einbezogen. Im Rahmen einer Bund-Länder-Arbeitsgruppe unter Beteiligung der Rundfunkanstalten kristallisierte sich ein Kooperationsmodell heraus. Es ermöglichte unter Wahrung der rechtlichen und finanziellen Zuständigkeiten im Innenverhältnis eine Gleichwertigkeit der beteiligten Partner. Diese Gespräche zogen sich bis Ende des Jahres 2001 hin.



Dann standen wir vor der nächsten Hürde. Denn wie so oft ist es deutlich einfacher, die politische Unterstützung für eine gute Idee zu bekommen als die dafür erforderlichen Mittel locker zu machen. Erschwerend kam in diesem Fall dazu, dass aus rundfunkrechtlichen Gründen eine Gebührenfinanzierung eines öffentlich-rechtlichen Auslandsfernsehens nicht möglich ist. Also war der Bund gefragt, zusätzlich erforderliche Mittel bereit zu stellen. Das gestaltete sich in Zeiten allgemeiner Haushaltsknappheit als schwierig. Kein Wunder, auch der Gesamthaushalt der Deutschen Welle wurde ja deutlich reduziert.

Die Lage war alles andere als einfach. Aber zum Glück hatten wir mit Erik Bettermann, dem damals frisch gewählten Intendanten der Deutschen Welle, einen Partner an der Seite, der sich nie entmutigen ließ und unbeirrt gemeinsam mit Dieter Stolte, später Markus Schächter, vom ZDF und mir von der ARD das Ziel verfolgte, Deutschland so attraktiv wie möglich im Ausland darzustellen. So gelang es uns, dass wir uns sowohl auf der Ebene der Rundfunkanstalten wie auch im Dialog mit der Politik auf ein tragfähiges Modell einigten. Die Bundesregierung stellte eine Anschubfinanzierung von insgesamt 40 Millionen Mark für die Haushaltsjahre 2002 bis 2005 zur Verfügung. Diese Mittel waren gestaffelt in jährliche Zuweisungen zu je 10 Millionen Mark, d.h. nach heutiger Währung 5,113 Millionen Euro.

Von diesen überschaubaren Beträgen musste das erforderliche Personal bezahlt werden; ebenso die Verbreitungskosten, darunter die Anmietung eines Satellitentransponders; ebenfalls der Marketingetat, die Kosten des Nacherwerbs der Weltrechte sowie die pauschalierten Verwaltungsaufwendungen von ARD und ZDF. Insgesamt also eine Riesenleistung für einen relativ geringen Betrag. Die Programme selbst wurden von ARD und ZDF im Prinzip kostenlos zur Verfügung gestellt, nur die Zusatzkosten wurden berechnet, d. h. von Anfang an wollten und sollten ARD und ZDF keinerlei Geld mit diesem Projekt verdienen.

Grundlage dieser Finanzierungszusage war ein Businessplan für den neuen Kanal, der den Namen „German TV“ erhielt. Dieser Plan war auf sieben Jahre angelegt und sah den Break-Even-Point bei 70.000 Abonnenten. Danach, so die Planung, sollte sich der Kanal durch eigene Erträge, insbesondere Abonentenerlöse selbst tragen.

#### **4. Die Aufnahme des Sendebetriebs von German TV 2002**

German TV startete offiziell am 8. April 2002. Ausgestrahlt wurde das Programm in einem ersten Schritt in den USA und in Kanada, und zwar über digitale Satellitenplattformen sowie über zumeist regional organisierte Kabelnetze. Das Geschäftsmodell, das sich hieraus ergab, gehört sicher nicht zu den Idealvorstellungen eines öffentlich-rechtlichen Veranstalters: es handelte sich um Pay TV. Allerdings können in den USA und Kanada nur auf diese Weise Zuschauer und Zuschauerinnen erreicht werden. Ein freier direct-to-home-Empfang wie in Deutschland ist dort gänzlich unüblich. Außerdem waren die Erträge aus den Abonnementgebühren von vornherein Bestandteil und Bedingung der Finanzierungszusage des Bundes.

Programmlich hatte der Kanal einiges zu bieten:

- 24 Stunden Programm, aufgeteilt in je drei achtstündige Schleifen
- ARD und ZDF lieferten jeweils 40 Prozent des Programms, 20 Prozent kamen von der Deutschen Welle
- Das Programmspektrum war breit. Eine Auswahl: Tagesschau, heute journal, DW-Journal, Report, Panorama, Monitor, Frontal 21, Tatort, Christiansen, ARD-Sportschau, Sendung mit der Maus, Löwenzahn, etc.

Von allen Seiten wurde dieses Programm gelobt; deutsche Botschaften und Goethe-Institute wiesen auf seine hervorragende Multiplikatorenfunktion hin; die Zuschauer reagierten nahezu einhellig positiv. Allerdings hatte das Projekt gerade in der Anfangsphase mit erheblichen Schwierigkeiten zu kämpfen:

- Es fehlte fast völlig an Vertriebsstrukturen vor Ort, mit deren Hilfe aktiv der Abschluss von Einspeiseverträgen bei Kabelunternehmen und Satellitenbetreibern vorangetrieben werden konnte.
- Der personell sehr kleine Mitarbeiterstab von German TV, einschließlich des Programmgeschäftsführers, arbeitete in Berlin. Zeitweise wurde der Studioleiter der Deutschen Welle in Washington von seinen Hauptaufgaben beurlaubt, um Kontakte zu knüpfen und Vertragsverhandlungen anzustoßen. Darüber hinaus wurde befristet eine Agentur zur Unterstützung beauftragt.
- Der Marketingetat war angesichts des schmalen Gesamtbudgets des Kanals naturgemäß sehr gering. Dementsprechend schwierig war es, die Bekanntheit des Angebots beim potentiellen Publikum voranzutreiben und die Entscheidungsträger bei den Netzbetreibern für German TV zu gewinnen.
- Es war nicht so, dass alle Welt in Nordamerika auf ein deutschsprachiges Angebot gewartet hätte. Die Netzbetreiber, die in den USA und in Kanada regional organisiert sind, mussten in mühevoller „Basisarbeit“ überzeugt werden, dass mit einem solchen Programm auch Zuschauer erreicht und dementsprechend Geld verdient werden konnte.
- Mit GlobeCast wurde zunächst auf eine vergleichsweise schwach am Markt eingeführte Satellitenplattform gesetzt. Dies lag jedoch auch an den zunächst prohibitiven Vertragsbedingungen der Marktführer Dishnetwork und direct-tv. Die Betreiber dieser Plattformen wollten seinerzeit Einfluss auf unsere Programmgestaltung nehmen, was für uns nicht akzeptabel war.

All diese Punkte zusammen hatten zur Folge, dass sich die Abonnentenzahl später und langsamer als erhofft entwickelte. Die Wende kam, sukzessive, erst 2004:

- Juli 2004 Erteilung der Sendelizenz für Kanada. Die Verhandlungen mit der kanadischen Lizenzierungsbehörde hatten sich u. a. deshalb hingezogen, weil die Zulassung nur zu bestimmten Terminen und in sorgfältig geschnürten „Paketen“ erfolgt war.
- Ab Oktober 2004 wurde German TV in das größte Kabelnetz der USA eingespeist (Time Warner Cable New York).
- Ab November 2004 begann die Ausstrahlung von German TV auf der digitalen Plattform von Dishnetwork/EchoStar (zweitgrößte Satellitenplattform der USA).



## **5. Zu kurzer Atem:**

### **Die Einstellung des Sendebetriebs von German TV Ende 2005**

Die Sache kam zusehends in Schwung. Jeder Kundige weiß, dass das Publikum in einem so umkämpften Markt wie die USA nur mit Ausdauer aufzubauen ist. Aber wenn erst einmal eine kritische Masse erreicht ist, dann kommt der Schneeball richtig ins Rollen. Aber in der Politik und auch bei dem einen oder anderen unserer Partner wuchsen die Ungeduld und Sorge, dass das anvisierte „Sieben-Jahresziel“ nicht erreicht werden könnte. Einige der Beteiligten verließ viel zu früh der Mut. In der Folge konnte auch im Bundestag keine positive Stimmung für eine Verlängerung der ursprünglich auf sieben Jahre angelegten Anschubfinanzierung mehr erzeugt werden. Schon vor Ablauf des dritten Sendjahres wurden die Weichen für einen vorzeitigen Abbruch des Projektes gestellt. Ende 2005 wurde German TV, vorzeitig, der Stecker heraus gezogen.

Ich habe diese Entscheidung sehr bedauert und hätte den Entscheidungsträgern mehr Geduld und Zuversicht gewünscht. Die Entscheidung war ein schwerer Fehler. Ich sage das in aller Deutlichkeit, weil die gleiche Geisteshaltung heute noch vorherrschend zu sein scheint.

Das programmliche Konzept halte ich nach wie vor für richtig, sicher, gewaltige Zuschauermassen sind damit nicht zu erreichen, aber doch so viele Haushalte, dass das Unternehmen sehr bald selbst tragend geworden wäre. Um das zu erreichen, muss auch mit dem entsprechenden Einsatz gespielt werden. Das würde ich verantwortungsvollen Umgang mit dem Geld und mit dem Ansehen unseres Landes nennen. Die Multiplikatorenwirkung und der damit verbundene positive Effekt für das Renommee unserer vereinten Republik sind für den Demokratie- und Wirtschaftsstandort Deutschland von nicht zu unterschätzender Bedeutung, die sich auch in Euro und Cent auszahlt.

Seit Februar 2005 ist unsere kommerzielle Konkurrenz ProSiebenSat1 in den USA und seit Juni 2006 in Kanada am Start. Damit ergibt sich die merkwürdige Situation, dass das einzige rein deutschsprachige Auslandsfernsehprogramm derzeit von einem Privatsender ausgestrahlt wird. Als Verantwortlicher wie auch als Zuschauer wünsche ich mir da mehr Klasse, zumindest als Alternative.

## **6. Neuer Anlauf?**

### **Kooperation unter dem Dach der Deutschen Welle**

Um die dargestellten positiven Ansätze der Zusammenarbeit der öffentlich-rechtlichen Systeme nicht gänzlich aufzugeben, habe ich meinen Kollegen in der ARD geraten, den Wunsch des Kultur- und Medienausschusses des Bundestages zu prüfen und gemeinsam mit der Deutschen Welle und dem ZDF über ein Nachfolgekonzept nachzudenken, obwohl der Enthusiasmus nach dem Votum des Bundestages einen starken Dämpfer erlitten hatte. Erneut wurde von den Intendanten unter meiner Federführung eine Arbeitsgruppe einberufen, um die Rahmenbedingungen für eine neue Lösung festzulegen. Die Verhandlungen dieser Runde sind vor wenigen Wochen erfolgreich abgeschlossen worden. Auch hier hat der Optimismus von Erik Bettermann viel bewirkt. Heraus

gekommen ist ein neues Modell, das eine Kooperation unter dem Dach der Deutschen Welle, und zwar DW-TV, vorsieht.

Hier die wesentlichen Eckpunkte dieser Zusammenarbeit, die in einer Verwaltungsvereinbarung zwischen den ARD-Landesrundfunkanstalten, der Deutschen Welle und dem ZDF festgelegt werden: Diese Verwaltungsvereinbarung soll Ende November von den Intendanten unterschrieben werden

- Anders als bei German TV wird durch die Kooperation kein eigenständiges, neues Auslandsfernsehprogramm etabliert. Vielmehr geht es um eine Anreicherung des bisherigen DW-TV-Programms mit Programmbestandteilen der Landesrundfunkanstalten und des ZDF.
- Vorgesehen sind zunächst von der ARD die Sendungen „Sabine Christianen“, „Beckmann“, „Menschen bei Maischberger“, „Harald Schmidt“, „Presseclub“, „Bericht aus Berlin“ sowie verschiedene Dokumentationen, u. a. die Reihe „Bilderbuch Deutschland“. Das ZDF steuert z.B. „Mona Lisa“ bei, den „Länderspiegel“, „Kerner“, „Berlin Mitte“, „Berlin Direkt“ sowie ebenfalls Dokumentationen.
- Die bisher schon bestehende Mehrsprachigkeit des Programms bleibt erhalten. Hauptsächliche Programmsprachen sind damit Deutsch und Englisch. Für Lateinamerika zusätzlich Spanisch und punktuell für den mittleren Osten Arabisch.
- Die Programmlieferungen von ARD und ZDF werden im Regelfall in deutscher Sprache ausgestrahlt. Fremdsprachige Bearbeitungen sind jedoch möglich.
- Der Nachteil des regelmäßigen Wechsels der Zuschauerschaft bleibt also erhalten.
- Der Vorteil: Anders als bei German TV verfügt DW-TV bereits seit längerem über eine weltweite Verbreitung. Es muss also kein zusätzliches weltweites Übertragungsnetz etabliert und finanziert werden. Marketing und Vertrieb werden mit Bordmitteln der Deutschen Welle geleistet.
- Außerdem ist das Angebot überwiegend frei empfangbar, d. h. der Empfänger muss nicht extra zahlen.
- Allerdings werden wir in den USA und Kanada weiterhin auch mit Pay TV-Verbreitung zu tun haben. Dies ist schon deshalb unvermeidlich, weil DW-TV zwischenzeitlich die Nachfolgeposition von German TV auf wichtigen Verbreitungswegen eingenommen hat, z. B. auf der Dish-Network-Plattform in den USA.
- Wegen der weltweiten Ausstrahlung und der Problematik des Rechtenacherwerbs ist das Portfolio der von ARD und ZDF bereitgestellten Programme zunächst deutlich geringer als bei German TV. Für viele Bestandteile der einzelnen Sendungen (z. B. eingeschnittenes Fremdmaterial, Agenturmaterial, Bilder, Musik) verfügen ARD und ZDF nur über die Rechte für die Ausstrahlung im Inland. Der Nacherwerb der Weltrechte ist bisweilen überproportional



teuer, teilweise auch gar nicht möglich, weil der Rechteinhaber z.B. eigene weltweite Verwertungsinteressen hat bzw. das Material schon anderweitig lizenziert ist.

- Auch aus rein programmlichen Gründen ergeben sich bei einer weltweiten Free-TV-Ausstrahlung Sachzwänge, die das Programmangebot limitieren können. Dies betrifft zum einen die fiktionalen Programme (Krimis, Fernsehfilme). Insoweit ist zu berücksichtigen, dass das Rezeptionsverhalten, die Moralvorstellungen und die Erwartungshaltung der Fernsehzuschauer in aller Welt sehr divergieren können. Inhalte, die hierzulande als völlig selbstverständlich und unproblematisch gelten, können in anderen Regionen der Welt, z.B. in muslimischen Ländern, hochproblematisch sein. Deshalb haben wir entschieden, auf dieses Genre zunächst gänzlich zu verzichten.
- Gleiches gilt für „klassische“ Unterhaltungsprogramme (z. B. Shows), für die ähnliche Erwägungen gelten und deren Ausstrahlung überdies zumeist auch erhebliche Rechtsprobleme mit sich bringen würde.
- Schwierig ist auch die Kategorie der politischen Magazine. Hier haben wir lange diskutiert, welche Risiken für eine zeitnahe und aktuelle Ausstrahlung bestehen. Wir haben im Ergebnis entschieden, diese Formate nicht zu senden, da die Haftungsrisiken z. B. bei investigativen Beiträgen mit internationalen Bezügen unüberschaubar wären.
- Noch offen ist die Frage, ob wir die Nachrichtensendungen, wie etwa die Tagesschau oder das heute journal, in das Programmschema einbringen können. Auch hier gibt es erhebliche urheberrechtliche, aber auch finanzielle Hürden. Die erforderlichen Gespräche sind noch nicht abgeschlossen. Ich würde mir jedoch aus Gründen der Reputation des Programms und zur weltweiten Platzierung öffentlich-rechtlicher Programmmarken sehr wünschen, dass die Ausstrahlung dieser Sendungen möglich sein wird. Ein deutsches Auslandsfernsehen ohne Tagesschau und heute journal, die Top-TV-Markenzeichen unserer Republik, verliert viel von seiner möglichen Attraktion und Durchschlagskraft. Meine ursprüngliche Idee ginge damit nicht in Erfüllung.
- In finanzieller Hinsicht bleibt es bei dem Grundsatz, dass für die Kooperation keine Gebührenmittel verwendet werden dürfen.
- Im Gegenzug haben sich ARD und ZDF verpflichtet, an der Kooperation kein Geld zu verdienen. Ein Verwertungsgeschäft findet also nicht statt.
- Die Deutsche Welle ist lediglich verpflichtet, bei den zuliefernden Anstalten die tatsächlichen Kosten für die Bereitstellung der Programme zu übernehmen. Hierzu gehört insbesondere die Information über die Rechtesituation der Programme; ebenso die technische Bereitstellung der Sendungen.
- Darüber hinaus ist die Deutsche Welle verpflichtet, selbst für den in vielen Fällen erforderlichen Nacherwerb der Weltrechte für die Programme zu sorgen. Dies umfasst auch die finanzielle Seite. Näheres regelt eine Lizenzvereinbarung, die die Deutsche Welle mit allen Kooperationspartnern schließt.

- In organisatorischer Hinsicht ist klar, dass das Programm unter der Gesamtverantwortung des Intendanten der Deutschen Welle ausgestrahlt wird. Dennoch wird, so haben wir vereinbart, über grundsätzliche strategische programmliche Fragen ein offener Austausch geführt, mit dem Ziel einvernehmlicher Beschlussfassungen. Hierzu wird es ein Gremium mit dem vorläufigen Namen „Programmkoordination“ geben, in dem die Vertreter der drei beteiligten Systeme mitwirken.
- Darüber hinaus ist vorgesehen, je ein Gremienmitglied des ZDF-Fernsehrats sowie eines Rundfunkrats der beteiligten ARD-Landesrundfunkanstalten mit beratender Stimme in den Programmausschuss der Deutschen Welle zu entsenden. Hierdurch erhoffen wir uns eine stärkere Einbindung unserer Gremien.

### **7. Kein großer Wurf – aber ausbaufähig**

So weit, so gut. Aber insgesamt gibt es viele Einschränkungen, und die Materie ist komplex. Deshalb werden wir zunächst nicht mit dem großen Wurf antreten. Das Modell hat jedoch den Charme, dass es ausbau- und erweiterungsfähig ist. Darauf setze ich für die Zukunft. Das entspricht im Übrigen auch dem erklärten Willen aller Beteiligten.

Wichtig ist mir persönlich dabei, dass die Zusammenarbeit einen programmlichen Mehrwert erbringt. Dies ist nicht nur für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gut, sondern auch für unser Land, für das das Auslandsfernsehen ja eine Visitenkarte sein soll.

Deshalb habe ich auch wenig Verständnis für die rigide Haltung des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages, wie sie erst jüngst wieder gegenüber den Belangen des Auslandsrundfunks zum Ausdruck gekommen ist. Dringend für das Auslandsfernsehen benötigte Mittel (in geringer einstelliger Millionenhöhe) wurden nicht bewilligt. Im Gegenteil: der Gesamthaushalt der Deutschen Welle soll erneut beschnitten werden. Das letzte Wort scheint hier noch nicht gesprochen. Hoffe ich jedenfalls! Die Deutsche Welle hat mehr Achtung und eine bessere Behandlung verdient.

Bei allem Verständnis für die Haushaltslage des Bundes: So ausgestattet ist ein Programm, mit dem wir uns international sehen lassen können, nicht zu machen. Die Weltrechte für Qualitätssendungen sind nicht zum Nulltarif zu haben. Die Rechteinhaber und Mitwirkenden haben nun einmal vertragliche und tarifliche Ansprüche auf eine angemessene Vergütung ihrer Leistungen. Hierbei sind die Anzahl der Ausstrahlungen ebenso zu berücksichtigen wie das Verbreitungsgebiet. Zum Vergleich: Die BBC gibt für ihre kommerziellen internationalen Fernsehaktivitäten, die in ihrer Tochter BBC Worldwide organisiert sind, allein 165,4 Millionen britische Pfund aus (2006).

Es wäre ein Irrtum anzunehmen, ARD und ZDF könnten ohne jegliche Kostenerstattung ihre Programme zur Verfügung stellen. Zumindest die Beteiligungsansprüche der Rechteinhaber und Mitwirkenden, aber auch die teilweise erheblichen Aufwände, die das Zurverfügungstellen der Programme verursachen, müs-



sen den zuliefernden Anstalten erstattet werden. Ansonsten würden die Landesrundfunkanstalten und das ZDF doch mittelbar Gebührengelder für Auslandsfernsehen einsetzen, und dies ist verfassungsrechtlich nicht zulässig.

Ich kann also nur an die Politik appellieren, das Bekenntnis zum Auslandsfernsehen und zur medialen Außendarstellung unseres Landes nicht zu einem bloßen Lippenbekenntnis werden zu lassen.

Sollte der Bundestag bei seiner schroffen Haltung bleiben, weiß ich nicht, ob es verantwortungsbewusst ist, ein hoffnungslos unterfinanziertes Programm überhaupt zu starten, das unser Land gegen die starke internationale Konkurrenz nicht gut aussehen lässt, trotz all unserer Bemühungen und Potentiale. Mein Kollege Markus Schächter und ich sind da sehr skeptisch. Das letzte Wort ist für uns noch nicht gesprochen, ob wir am Ende mitmachen sollten.

Die weltweite Darstellung der Leistungen unseres Landes in Wirtschaft, Politik und Kultur bedarf einer angemessenen Vermittlung. Dies geht nur mit einer finanziellen Ausstattung, die ein ebenso attraktives wie niveauvolles Programm ermöglicht. Die Investition wird sich lohnen und sie ist auch zu leisten. Deutschland ist schließlich Exportweltmeister und kein Schwellenland.



ISSN 0945-8999  
ISBN 3-938933-19-4