



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

**Reinhard Hartstein**

**Die Optimierung  
der Angebote der Deutschen Welle  
als strategische Aufgabe**

**Arbeitspapiere  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln**

**Heft 228**

**Köln, im Mai 2007**

**Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 228: 978-3-938933-31-2

Schutzgebühr 4,50 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 Email 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

D-50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

**Reinhard Hartstein**

**Die Optimierung  
der Angebote der Deutschen Welle  
als strategische Aufgabe\***

1. Vorgaben des Deutsche-Welle-Gesetzes zum Programmauftrag .....	3
2. Der Programmauftrag der Deutschen-Welle .....	6
3. Die Deutsche-Welle als Wertvermittlungs- und Kulturträger.....	7
4. Das Leitbild der Deutschen-Welle .....	9
5. Die Angebote der Deutschen-Welle .....	10
6. Strategische Herausforderungen für die Deutsche-Welle .....	12
7. Finanzbedarf und Finanzausstattung der Deutschen-Welle .....	14
8. Zusammenfassung .....	15

---

\* Geringfügig überarbeitete Fassung einer Rede, die der Autor, stellvertretender Intendant und Verwaltungsdirektor der Deutschen Welle, auf der Veranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt" am 14. November 2006 im Gremien-saal der Deutschen Welle in Bonn vorgetragen hat. Der Beitrag wird in Kürze, zusammen mit den anderen dort gehaltenen Vorträgen und den dazu geführten Diskussionen, als Tagungsband im Buchhandel erscheinen.

## Verzeichnis der Abbildungen

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>Seite</u>
1	Auszug aus dem Deutsche-Welle-Gesetz.....	4
2	Die Deutsche Welle als Wertvermittlungs- und Kulturträger.....	8
3	Das Leitbild der Deutschen Welle .....	9
4	Die Angebote der Deutschen Welle.....	11
5	Die Hörfunkangebote der Deutschen Welle.....	11
6	Die Fernsehangebote der Deutschen Welle .....	12
7	Strategische Herausforderungen im Globalisierungszeitalter, I .....	13
8	Strategische Herausforderungen im Globalisierungszeitalter, II .....	13

**Reinhard Hartstein**

**Die Optimierung  
der Angebote der Deutschen Welle  
als strategische Aufgabe**

**1. Vorgaben des Deutsche-Welle-Gesetzes zum Programmauftrag**

Sehr geehrte Damen und Herren, ich freue mich, dass ich vor einem so hochkarätigen Publikum die Strategie der Deutschen Welle bei der Optimierung ihrer Angebote vorstellen darf.

Ausgangspunkt der Strategie der Deutschen Welle ist das Deutsche-Welle-Gesetz. Nach § 4 Deutsche-Welle-Gesetz (DWG) sollen die Angebote der Deutschen Welle Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat verständlich machen. Die Deutsche Welle soll demnach nicht nur Meinungsvielfalt herstellen, sie soll nicht nur Hörfunk- und Fernsehprogramme in staatsunabhängiger und objektiver Weise herstellen und senden, sie soll vielmehr einen ganz spezifischen Auftrag erfüllen. Wenn die Deutsche Welle nämlich Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat verständlich machen soll, ist hierin bereits eine Wertorientierung enthalten. Denn Deutschland als Kulturnation ist werteorientiert. Unser Grundgesetz beschreibt die Menschen- und Bürgerrechte und die Sozialausrichtung unseres Staates als Kernbestand unseres Werteverständnisses. Zu diesem Werteverständnis gehören unser Freiheitsverständnis und das Verständnis eines demokratischen Rechtsstaates, das in die Programme der Deutschen Welle einfließen soll.

In § 4 DWG heißt es weiter, die Angebote der Deutschen Welle sollen deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen, vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft, sowohl in Europa wie auch anderen Kontinenten ein Forum geben mit dem Ziel, das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern. Dieser Satz enthält verschiedene wichtige Ansätze. Es sollen nicht nur deutsche Sichtweisen dargestellt werden, sondern auch andere. Über diese Formulierung wurde im Gesetzgebungsverfahren lange diskutiert. Die Frage ist, was die deutsche Sichtweise ist, ob es eine „deutsche Sichtweise“ überhaupt gibt. Dabei kann man regelmäßig unterstellen, dass es zu fast allen Fragen in Deutschland nahezu alle Sichtweisen gibt. Wenn man aber eine Frage oder ein politisches Problem aus Deutschland darstellt, geschieht dies aus einem bestimmten Blickwinkel. Es ist der Blick aus dem Verständnis dieses Landes und natürlich aus dem Werteverständnis, das unserem Grundgesetz zugrunde liegt. Die „deutsche Sichtweise“ ist häufig oder sogar regelmäßig eine plurale Sichtweise, die sich auch durch Ausgewogenheit auszeichnet und von dem freiheitlichen Verständnis des Grundgesetzes geprägt ist.



Abbildung 1:  
Auszug aus dem Deutsche-Welle-Gesetz

**§ 4 Ziele**

„Die Angebote der Deutschen Welle sollen Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat verständlich machen. Sie sollen deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten ein Forum geben mit dem Ziel, das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern. Die Deutsche Welle fördert dabei insbesondere die deutsche Sprache.“

**§ 4a Abs. 3 Aufgabenplanung**

„Die Deutsche Welle stellt in ihrer Aufgabenplanung dar, wie sie zur Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden, insbesondere im Rahmen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und der Förderung der auswärtigen Beziehungen beiträgt.“

Wenn nach § 4 DWG auch „andere Sichtweisen“ – nicht nur deutsche – dargestellt werden sollen, so bedeutet dies, dass die Deutsche Welle auch die Sichtweisen mit in die Programme aufnehmen soll, die für die Thematik eine Rolle spielen, nicht nur europäische.

Die Deutsche Welle soll ferner zu wesentlichen Themen, vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa als auch in anderen Kontinenten ein Forum geben. In dem Stichwort Forum ist der Gedanke enthalten, dass es einen Austausch geben soll. Hier ist der interkulturelle Dialog angelegt, der für die Tätigkeit der Deutschen Welle so wichtig ist, weil er das Ziel verfolgt, das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern.

Weiterhin hat die Deutsche Welle die deutsche Sprache zu fördern, auch dieser Auftrag ist in der letzten Novelle zum Deutsche-Welle-Gesetz verstärkt worden.

Im Gesetzgebungsverfahren ist darüber hinaus eine Ergänzung in § 4 a, Abs. 3 eingefügt worden. Die Deutsche Welle stellt in ihrer Aufgabenplanung dar, wie sie zur Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden, insbesondere im Rahmen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und der Förderung der auswärtigen Beziehungen beiträgt. Dies bedeutet, dass die Deutsche Welle auch einen Ausbildungsauftrag hat, also nicht nur den Auftrag, Hörfunk, Fernsehen und Internet als Programme zu präsentieren.

§ 4 a steht unter der Überschrift Aufgabenplanung. Die Deutsche Welle muss nach dieser Novelle eine vierjährige Aufgabenplanung vorlegen, die Grundlage der Finanzierung ist.

Ausgangspunkt dieser Bestimmung ist, dass die Deutsche Welle eine andere Aufgabenstellung als die Landesrundfunkanstalten hat. Bei den Landesrundfunkanstalten ist die Aufgabenstellung zum einen durch die Aufgabe der Grundversorgung definiert, die nach der Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts der Tätigkeit zugrunde liegt und zum anderen jeweils durch das Landesrundfunkgesetz, das zum Beispiel die Versorgung des Landes Nordrhein-Westfalen für den WDR festlegt. Auch beim WDR gibt es eine Aufgabenplanung, die Details der Programme des WDR darlegen soll. Diese „Aufgabenplanung“ ist

aber mehr ein internes Instrument. Die Finanzierung des WDR hängt nicht von der Aufgabenplanung ab, sondern diese wird im Zusammenhang mit der grundsätzlichen Aufgabe des Inlandsrundfunks auf der Basis der Berichte der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) und dem darauf aufgebauten Finanzierungsverfahren festgelegt. Die KEF erstellt im zweijährigen Turnus die Berichte und auf dieser Basis müssen dann die Länder alle vier Jahre die Finanzierung neu festlegen.

Bei der Deutschen Welle ist dieses Verfahren so nicht möglich. Zum einen ist im Gesetz die unabhängige Kommission zur Festlegung des Finanzbedarfs der Deutschen Welle nicht vorgesehen. Dies begegnet zwar verfassungsrechtlichen Bedenken.<sup>1</sup> Zutreffend ist jedoch der Ansatz in § 4 a DWG, dass die Finanzierung der Deutschen Welle sich an den Aufgaben ausrichten muss. Die Deutsche Welle kann auch ihre Aufgaben nicht ausschließlich „selbst erfinden“, weil die zwangsläufige Finanzfolge einer eigenständigen Aufgabenfestsetzung mit dem Budgetrecht der Parlamente in Widerspruch stünde. Aus diesem Grund sieht das DWG für Aufgabenplanung und darauf aufbauende Finanzierung einen iterativen Prozess vor. Zunächst hat die Deutsche Welle ihre Aufgabenplanung selbst zu entwerfen und in ihre Selbstverwaltungsgremien einzubringen. Diese Aufgabenplanung ist dann der Bundesregierung und dem Bundestag zur Stellungnahme vorzulegen. Im Rahmen dieser Stellungnahmen können Bundesregierung und Bundestag zwar keine Vorgaben im Sinne einer Weisung zur Aufgabenplanung setzen, weil dadurch die Unabhängigkeit der Rundfunkanstalt beeinträchtigt werden könnte. Sie können sich jedoch in ihren Stellungnahmen detailliert mit beabsichtigten Aufgaben auseinandersetzen, Anregungen geben und Vorhaben kritisch bewerten. Mit dieser Stellungnahme hat sich dann der Rundfunkrat auseinanderzusetzen, er kann nicht die Einwände einfach beiseiteschieben, sondern er hat sie in seine Beratungen einzubeziehen. Planungsgrundlage sind dabei die finanziellen Rahmendaten der Bundesregierung (§ 4 a Abs. 1, Satz 3 DWG), also die mittelfristige Finanzplanung der Bundesregierung, die zwar nach der Gesetzesformulierung („Planungsgrundlage“) keine bindende, zwingende Vorgabe sind, sehr wohl aber einen Orientierungsrahmen darstellen. Die Höhe des Bundeszuschusses wird dann gemäß § 4 b, Abs. 6 DWG durch das Haushaltsgesetz des Bundes jährlich festgelegt. Für die Strategie der Deutschen Welle ist diese Interaktion, der iterative Prozess bei der Erstellung der Aufgabenplanung und der auf dieser Basis zustande kommende Finanzierungsrahmen von großer Bedeutung. Denn letztlich kann sich die Deutsche Welle bei der Festlegung ihrer Strategie nur in dem auf diese Weise zustande gekommenen Finanzierungsrahmen bewegen.

---

<sup>1</sup> Vgl. z. B. Hartstein „Die Finanzierungsgarantie des Bundes für die Deutsche Welle“, S. 115 ff.; Dörr „Die verfassungsrechtliche Stellung der Deutschen Welle“, S. 62 ff.



## 2. Der Programmauftrag der Deutschen-Welle

Die Deutsche Welle definiert sich als staatsunabhängige Rundfunkanstalt, die das Grundrecht der Rundfunkfreiheit nach Artikel 5 GG hat.<sup>2</sup> Diese Positionierung der Deutschen Welle ist heute unumstritten, sie war auch Gegenstand des Gesetzgebungsverfahrens. Sowohl das Deutsche-Welle-Gesetz wie auch die amtliche Begründung gehen in Übereinstimmung mit der Meinungsbildung von Bundesregierung und Bundestag von dieser Staatsunabhängigkeit aus und beschreiben die Deutsche Welle als Rechtsträger im Sinne des Artikels 5 GG.

Für die weitere Betrachtung von Strategie und Aufgabenstellung der Deutschen Welle ist es jedoch von großer Bedeutung zu analysieren, auf welcher Basis und aus welchen Gründen diese rundfunkrechtliche Stellung besteht. In der bisherigen herrschenden Meinung wurde die rundfunkrechtliche Stellung der Deutschen Welle im Wesentlichen in einer Parallele zu der Dogmatik für die Rundfunkfreiheit der Landesrundfunkanstalten begründet.<sup>3</sup> Bethge hat das Ergebnis einmal auf den einfachen Satz gebracht, die Rundfunkfreiheit der Deutschen Welle bestehe, weil sie eine Rundfunkanstalt sei.<sup>4</sup> Die Rundfunkfreiheit der Landesrundfunkanstalten wird im Wesentlichen mit ihrer dienenden Funktion für die innerdeutsche Meinungsbildung begründet, also mit der Wirkung des Rundfunks im Hinblick auf die Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit im Inland.

Dieser Gesichtspunkt ist bei der Deutschen Welle allenfalls ein Nebenaspekt, weil die Deutsche Welle im Inland zwar mit ihren Programmen empfangbar ist, ihre Aufgabenstellung sich aber auf das Ausland bezieht. Sie erreicht im gewissen Umfang auch Wähler im Ausland. Da ihre eigentliche Aufgabenstellung sich aber auf einen anderen Personenkreis, nämlich Ausländer bzw. dauerhaft im Ausland lebende Deutschsprechende bezieht, ist die Wirkung der Programme auf die innerdeutsche Meinungsbildung allenfalls ein Reflex ihrer eigentlichen Aufgabenpositionierung. Daraus alleine die rundfunkrechtliche Stellung der Deutschen Welle herzuleiten, erscheint schwierig.

Eine Vielfaltsgewährleistung international, also eine Art „internationale Grundversorgung“ ist ebenfalls nicht die Aufgabe der Deutschen Welle. Die Deutsche Welle sichert sicherlich, dass freie Informationen in der Welt vorhanden sind. Aber da es kein Weltgrundgesetz gibt, das etwa zum Ausdruck bringen würde, dass demjenigen die Rundfunkfreiheit zusteht, dessen Tätigkeit der Meinungsvielfalt in der Welt dient, kann aus diesem Gesichtspunkt alleine die Rundfunkfreiheit der Deutschen Welle nicht hergeleitet werden. Wichtig ist vielmehr, die Aufgabenstellung der Deutschen Welle tiefer zu analysieren.

---

<sup>2</sup> Vgl. hierzu zuletzt z. B. Stern/Franz „Rundfunkfreiheit versus parlamentarische Budgethoheit“; Dörr/Schiedermaier 2 „Die Deutsche Welle“

<sup>3</sup> Vgl. z. B. Dörr „Die verfassungsrechtliche Stellung der Deutschen Welle“; Hartstein, „Die Finanzierungsgarantie des Bundes für die Deutsche Welle“; vgl. ferner die Diskussionsbeiträge in „Stellung & Finanzierung des Deutschen Auslandsrundfunks“ – DW-Symposium März 2000 Dokumentation.

<sup>4</sup> Bethge „Budgetrecht kontra Rundfunkfreiheit“, in: Stellung & Finanzierung des deutschen Auslandsrundfunks Dokumentation zum DW-Symposium März 2000

### 3. Die Deutsche-Welle als Wertvermittlungs- und Kulturträger

Entscheidend ist die Aufgabe der Deutschen Welle als Wertvermittlungsträger. Aufgrund ihrer Aufgabenstellung als Auslandsrundfunkanstalt und ihrer gesetzlichen Beauftragung hat die Deutsche Welle die Werte des Grundgesetzes zu vermitteln, die auch der im Entwurf vorgelegten, schließlich aber nicht zustande gekommenen europäischen Verfassungsordnung entsprechen. Diese Werte sind vor allem im ersten Abschnitt des Grundgesetzes definiert. Es sind die Werte der Würde des Menschen, die Freiheitsrechte, die Gleichberechtigung von Mann und Frau, die Unverletzlichkeit der Person, das Eigentumsgrundrecht usw., die soziale Ausrichtung unserer Werteordnung, vor allem und entscheidend aber auch die Meinungsfreiheit als „konstitutives Grundrecht“ einer demokratischen und freiheitlich orientierten Ordnung.

Die Werte, auf deren Basis die Deutsche Welle sendet und diese vermittelt, müssen deshalb hier so betont werden, weil sie international keineswegs selbstverständlich sind. In vielen anderen Ländern der Welt gelten andere Werte oder gelten diese Werte nicht in gleicher Weise. So gelten beispielsweise im islamischen Raum andere Wertvorstellungen, z. B. hinsichtlich der Gleichberechtigung von Mann und Frau. Kinderarbeit ist nicht in allen Teilen der Welt geächtet und das Prinzip „Auge um Auge, Zahn und Zahn“, das unserer Werteordnung klar widerspricht, ist in vielen Ländern der Welt Grundlage privaten und staatlichen Handelns. Diese Liste könnte in mancher Weise fortgesetzt werden. Entscheidend ist zu erkennen, dass es von großer Bedeutung für Deutschland und Europa ist, die Werteordnung des Grundgesetzes offensiv zu vertreten, weil Deutschland aufgrund seiner Außenorientierung daran ein vitales Interesse hat. Das Grundgesetz schreibt nämlich eine Verfassungsordnung vor, die Wert auf internationale Verbindungen legt und deutlich macht, dass Deutschland sich europäisch und international einordnen will – vergleiche Artikel 22, 23, 24 und 26 Grundgesetz.

Diese europäische und internationale Einordnung ist die zwangsläufige Folge der geopolitischen Lage Deutschlands, aber auch der historischen Entwicklung. Deutschland muss, wenn es in Frieden und Freiheit leben will, auf seine europäische Einordnung ebenso achten wie auf seine internationale Anerkennung.<sup>5</sup> In diesem Zusammenhang sind für Deutschland sicher die europäische Politik, die internationale Diplomatie, eine weltweit ausgerichtete Wirtschaftspolitik und die Mitgliedschaft in internationalen Vereinigungen von Bedeutung. Ebenso wichtig ist aber die Beteiligung Deutschlands an der internationalen Meinungsbildung sowie die Vermittlung des Ansehens Deutschlands. Als zentrale Aufgabe und Bestandteil gehört dazu die Vermittlung Deutschlands als wertorientiertes Land und insgesamt die Vermittlung der deutschen und europäischen Werte, weil auf dieser Basis eine solide Grundlage für internationales Ansehen gelegt werden kann.

---

<sup>5</sup> Vgl. dazu im Einzelnen Dörr/Schiedermaier, Die Deutsche Welle, Seite 26 ff.



Abbildung 2:  
Die Deutsche Welle als Wertvermittlungs- und Kulturträger

### **Wertvermittlungsträger - Kulturträger**

Vermittlung der Werte des Grundgesetzes und einer europäischen Verfassungsordnung

Träger der auswärtigen Kulturpolitik

Außenorientierung Deutschlands

Rundfunkfreiheit als zentrale Basis

**Meinungsfreiheit als Wert**

**Frage der Glaubwürdigkeit**

**Kein „Regierungssender“**

**Kontrolle durch gesellschaftliche Vielfalt**

**Freie und glaubwürdige Information für die Welt aus deutscher Sicht**

Der deutsche Auslandsrundfunk leistet in diesem Zusammenhang viel. Er erreicht in aller Welt die Meinungsbildner und er prägt die Positionierung Deutschlands als friedensorientiertes Land, vor allem in Krisen- und Konfliktsituationen. Er ist, wenn es um die Wertefrage geht, der zentrale Wertvermittlungsträger nach außen, weil Werte traditionell auch und gerade über die Medien vermittelt werden. Natürlich sind die Medien nicht die einzigen Wertvermittlungsträger. Schulen, Vereinigungen, Religionsgemeinschaften, familiäre Zusammenhänge sind hier ebenso zu nennen. Doch in nahezu allen Ländern der Welt ist die vierte Säule der Wertvermittlung der Bereich der Medien.

Die Werteordnung des Grundgesetzes, die von der Deutschen Welle zu vermitteln ist, ist zwar in staatlichen Normen niedergeschrieben, letztlich handelt es sich jedoch nicht um die Werte des Staates selbst, sondern um Werte der Gesellschaft. Besonders deutlich wird dieser Gedanke an all den Freiheitsrechten, die als Menschen- und Bürgerrechte an den Staat gerichtet sind und Freiheitsrechte des Einzelnen darstellen. Man kann daher von staatsunabhängigen Werten der Gesellschaft sprechen, Rechten, die historisch in den letzten Jahrhunderten dem Staat abgetrotzt wurden. Ein Rundfunk, der diese Werte vermitteln und tragen soll, der selbst als Wertvermittlungsträger fungiert, muss daher auch einer gesellschaftlichen und nicht einer staatlichen Kontrolle unterliegen. Deshalb sind die Rundfunkanstalten auch durch ihre Rundfunkgremien einer gesellschaftlichen Kontrolle unterworfen, bei der die staatliche Beteiligung die Minderheit darstellen muss. Die Deutsche Welle als Wertvermittlungsträger kann deshalb auch kein Regierungssender sein. Wer glaubwürdig etwa freiheitliche Rechte, insbesondere die Meinungsfreiheit und die Meinungsvielfalt vertreten will, kann nicht als Staatssender organisiert sein, er muss vielmehr die Gesellschaft Deutschlands repräsentieren. Die Deutsche Welle wäre wirkungslos, wenn sie als Staatssender auftreten würde, ihr Auftritt wäre häufig unglaubwürdig. Die Glaubwürdigkeit der Deutschen Welle ist jedoch die Basis, auf der sie Anhänger gewinnt. Die Meinungsfreiheit ist ein Wert für sich und die Frage der Glaubwürdigkeit der Deutschen Welle hängt daran, wie frei und

glaubwürdig Informationen aus deutscher Sicht vermittelt werden. Sie unterscheidet sich in diesem Punkt wesentlich von anderen Auslandssendern, die als Regierungssender organisiert sind und in Umfragen häufig nicht als in gleicher Weise glaubwürdig anerkannt werden wie die Deutsche Welle.

#### 4. Das Leitbild der Deutschen-Welle

Die Deutsche Welle hat diese Grundsätze in ihrem Leitbild niedergeschrieben. Dieses Leitbild wurde in einem lang andauernden Prozess unter großer Beteiligung der Mitarbeiter des Hauses erarbeitet. Dieses Leitbild ist für die innere Ordnung wichtig, aber auch um Dritten, Außenstehenden deutlich zu machen, wofür die Deutsche Welle steht und was ihre Programmatik ist. Die Strategie der Deutschen Welle ist daher auf der Basis dieses Leitbildes ausgerichtet (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3:  
Das Leitbild der Deutschen Welle

- Wir produzieren Fernseh-, Hörfunk- und Internet-Angebote in Deutsch und vielen weiteren Sprachen für Menschen im Ausland.
- Wir vermitteln deutsche und andere Sichtweisen.
- Wir fördern den Dialog der Kulturen und setzen uns für Völkerverständigung und Toleranz ein.
- Wir vermitteln die Werte freiheitlicher Demokratie und setzen uns für die Menschenrechte ein.
- Wir berichten unabhängig, umfassend, wahrheitsgetreu und pluralistisch.
- Wir liefern umfassende und unzensurierte Informationen für Länder ohne Medienfreiheit, insbesondere Krisen- und Kriegsregionen.
- Wir sind Kulturträger und vermitteln Kultur aus Deutschland und Europa.
- Wir geben unser Know-how an Partner weltweit weiter.
- Wir fördern durch unsere Glaubwürdigkeit das Ansehen Deutschlands weltweit.

Der erste Satz des Leitbilds lautet, dass die Deutsche Welle Fernseh-, Hörfunk- und Internetangebote in Deutsch und in vielen anderen Sprachen für die Menschen im Ausland produziert. Entscheidend ist, dass die Deutsche Welle für das Ausland und nicht für das Inland produziert. Deutschland ist für die Deutsche Welle kein Zielmarkt. Aus diesen Gründen hat die Deutsche Welle in vielen Fällen Angebote von Kabelprovidern abgelehnt, Deutsche-Welle-Programme im Inland zu vertreiben.

Die Deutsche Welle fördert den Dialog der Kulturen, entsprechend dem Auftrag des Gesetzes. Ihre Mitarbeiter setzen sich für Völkerverständigung und Toleranz ein. Unter Dialog der Kulturen verstehen manche, dass man dem einen oder anderen die Kultur erklärt, die dieser dann übernehmen soll. Dies ist jedoch nicht das Kulturverständnis der Deutschen Welle. Unser Kulturverständnis besteht darin, zunächst die Kultur des anderen zu verstehen und sich im Dialog der Kulturen mit der Kultur des anderen auseinanderzusetzen und in einen Dialog einzutreten. Unser Ziel ist es, für unsere Kultur Verständnis zu erwecken.



Daher setzen wir uns auch für Toleranz ein. Wir vermitteln die Werte freiheitlicher Demokratie und setzen uns für die Menschenrechte ein. Wir berichten umfassend, unabhängig, wahrheitsgetreu und pluralistisch. Wir bieten umfassende und unzensurierte Informationen für Länder ohne Medienfreiheit, insbesondere auch in Kriegs- und Krisenregionen. Es handelt sich also um sehr unterschiedliche, heterogene Zielgebiete.

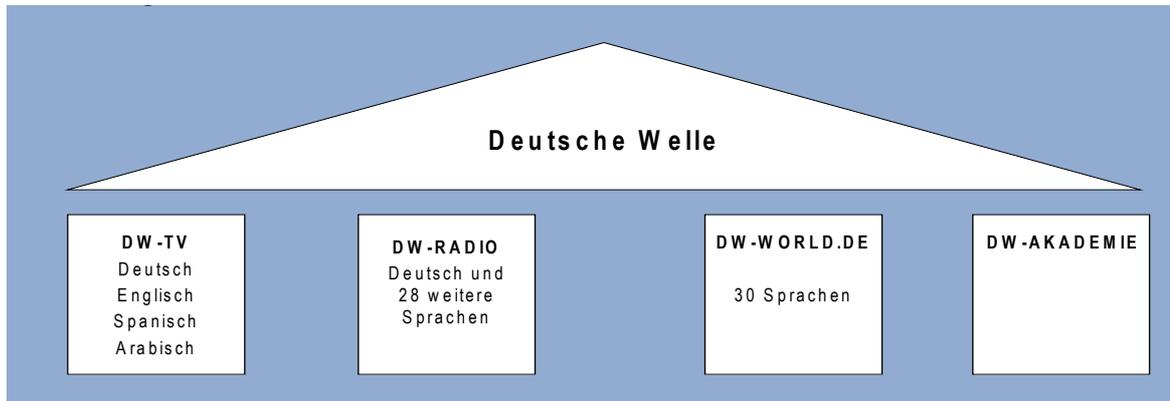
Aber auch die Zielgruppen der Deutschen Welle sind sehr unterschiedlich. In der innerdeutschen Diskussion wird häufig nur der deutschsprachige Sektor betrachtet, etwa wenn über die Zukunft des Auslandsfernsehens und über das Gemeinschaftsprogramm von ARD, ZDF und der Deutschen Welle „German TV“ diskutiert wurde. An dieser Diskussion ist richtig, dass die Deutsche Welle insbesondere auch die deutsche Sprache zu vermitteln hat und dass Deutsche und Deutschsprechende im Ausland für die Deutsche Welle wichtige Zielgruppen sind. Für die Deutsche Welle ist es auch eine wichtige Aufgabe, die deutsche Positionierung gerade auch in dem für Deutschland wichtigen Nordamerika deutlich zu machen. Aber die zentrale Aufgabenstellung ist eine andere. Der ganz überwiegende Teil der Nutzer der Programme der Deutschen Welle wird in Fremdsprachen erreicht, einem der 30 Sprachdienste, in denen die Deutsche Welle sendet, vor allem auch in Englisch. Über 90 Prozent der Nutzer der Programme der Deutschen Welle werden auf diese Weise erreicht. Die Zielgebiete, häufig Kriegs- oder Krisengebiete, Gebiete ohne Medienfreiheit, liegen in Afrika und Asien, Schwerpunktregionen sind der islamische Raum, Asien und die an Europa angrenzenden Gebiete bis hin zum Kaukasus.

Bei der Verbreitung der Programme setzen wir auf Partnerschaft, und wir geben unser Know-how weltweit weiter. Die Deutsche Welle kooperiert weltweit mit Partner-Sendern, die die Programme übernehmen und wieder ausstrahlen. Die Deutsche Welle schottet sich also nicht im Konkurrenzkampf ab, sie will vielmehr in Partnerschaft mit anderen Sendern zu einer besseren Weltordnung und zur Förderung des Ansehens Deutschlands beitragen.

## 5. Die Angebote der Deutschen-Welle

Die Deutsche Welle baut auf vier Säulen auf, nämlich Fernsehen, Radio, DW-World (Internet) und der DW-Akademie (Abbildung 4). Im Fernsehen senden wir ein 24-stündiges Informations- und Kulturprogramm in Deutsch/Englisch und ein 2-stündiges spanisches Programm. Dieses Programm soll im Jahr 2007 durch die Übernahme von Sendungen von ARD und ZDF wesentlich verbessert werden. Die Deutsche Welle verfügt weiterhin künftig über ein tägliches 8-stündiges arabisches Programm. Dabei ist in der Kooperation mit ARD und ZDF besonders schwierig und wichtig, dass möglichst viele Sendungen produziert werden, die nicht nur in Deutsch, sondern auch in Englisch, Arabisch und Spanisch gesendet werden können. Natürlich ist es kaum möglich, Talkshows oder etwa die Sendung „Harald Schmidt“ in Englisch weiterzugeben. Andere Sendungen, vor allem aus dem Bereich der Dritten Programme eignen sich dazu besser.

Abbildung 4:  
Die Angebote der Deutschen Welle



Der Hörfunk ist vor allem in Krisengebieten oder in Gebieten ohne Informationsfreiheit von besonders großer Bedeutung, auch wenn die grenzüberschreitend zu empfangende Kurzwelle technisch in entwickelten und deregulierten Märkten kaum mehr genutzt wird. In weniger entwickelten Märkten ist sie auch weiterhin wichtig. In vielen Ländern gehört die Deutsche Welle mit ihren Fremdsprachenprogrammen zu den meist gehörten Sendern (Abbildung 5). Zunehmend werden die Hörfunksendungen aber auch internetbasiert verbreitet.

Abbildung 5:  
Die Hörfunkangebote der Deutschen Welle

• Albanisch	• Französisch	• Polnisch
• Amharisch	• Griechisch	• Portugiesisch
• Arabisch	• Hausa	• Rumänisch
• Belarus	• Hindi	• Russisch
• Bengali	• Indonesisch	• Serbisch
• Bosnisch	• Kisuaheli	• Türkisch
• Bulgarisch	• Kroatisch	• Ukrainisch
• Chinesisch	• Mazedonisch	• Urdu
• Dari	• Paschtu	• Deutsch (weltweit)
• Englisch	• Persisch (Farsi)	

Im Fernsehen wird ein 24-stündiges Informationsprogramm in Deutsch und Englisch verbreitet, zudem ein 2-stündiges Programm in Spanisch und ein 8-stündiges Programm in Arabisch. Hinzu kommen Transkriptionen und Sprachadaptionen (Abbildung 6).



Abbildung 6:  
Die Fernsehangebote der Deutschen Welle

- 24 Std. Informationsprogramm Deutsch/Englisch
- 2 Std. Spanisch
- 8 Std. Arabisch
- Transkription
- Sprachadaptionen durch Rebroadcaster
  - Türkisch

Im Internet werden die Angebote der Deutschen Welle in ebenfalls in rund 30 Sprachen aufbereitet. Wir nutzen das Internet für alle moderne Verbreitungsformen, also on-demand-services, live-streaming, mp3-download und podcasting. Das Internet transportiert Texte und Audio- und Videobeiträge. Als Schwerpunktsprache wird in Zukunft Farsi für den Iran neu hinzukommen, weil auf diese Weise die sehr junge Bevölkerung besonders gut erreicht werden kann.

In der DW-Akademie schult die Deutsche Welle über 1500 Medienschaffende pro Jahr. Wir bilden Journalisten aus aller Welt aus, für den eigenen Bedarf, aber auch weit darüber hinaus. Gerade der Ausbildungssektor ist geeignet, weltweite Verbindungen zu schaffen und zu verstärken, die wichtig sind für ein weltweites Netzwerk.

## 6. Strategische Herausforderungen für die Deutsche-Welle

Wenn auf dieser Basis die strategischen Herausforderungen für die Deutsche Welle analysiert werden, gibt es verschiedene wichtige Entwicklungen. Da ist zunächst die Globalisierung von Konflikten. Regionale Konflikte werden sehr schnell internationale Probleme. Ziel der Deutschen Welle ist es, zur Konfliktprävention beizutragen, weil Konflikte häufig Rückwirkungen auf Deutschland – wirtschaftspolitisch oder außenpolitisch – haben.

Dass Konfliktthemen zunehmend weltweit präsent sind, ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Es kommt gar nicht darauf an, ob es statistisch eine Zunahme von Konflikten gibt. Entscheidend ist, dass durch die Globalisierung der Medienpräsenz Konfliktthemen mehr als früher weltweit diskutiert werden. Dieser Aspekt führt zu einer Herausforderung für die Deutsche Welle, die ihre Programmatik in der internationalen Diskussion über diese Themen durchsetzen muss.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die kulturelle Globalisierung. Wir stellen fest, dass kulturelle Eigenheiten durch die Globalisierung eher nivelliert werden. Dies führt zu Gegenbewegungen und dazu, dass sich Kulturen in die Ecke gedrängt fühlen und zu wehren beginnen. Darin kann man auch eine der Ursachen sehen für die zunehmende Militanz, die etwa aus dem arabischen Raum oder dem Islam sichtbar wird. Die Deutsche Welle will hier im Rahmen ihres kulturellen Dialogs und ihrer kulturellen Aufgabe im Sinne des gegenseitigen Verständnisses der Kulturen entgegenwirken und den kulturellen Ursachen von Konflikten entgegenwirken.

Abbildung 7:  
Strategische Herausforderungen im Globalisierungszeitalter, I

- **G l o b a l i s i e r u n g v o n K o n f l i k t e n**
  - **R e g i o n a l e K o n f l i k t e a l s i n t e r n a t i o n a l e P r o b l e m e**
  - **Z u n a h m e v o n K o n f l i k t e n ?**
  - **W e l t w e i t e M e d i e n p r ä s e n z f ü r K o n f l i k t t h e m e n**
  - **A t o m m ä c h t e N o r d k o r e a u n d I r a n ?**
- **K u l t u r e l l e G l o b a l i s i e r u n g**
  - **N i v e l l i e r u n g v o n k u l t u r e l l e n E i g e n h e i t e n**
  - **K u l t u r e l l e A u s e i n a n d e r s e t z u n g e n**
  - **I s l a m a l s z e n t r a l e w e l t p o l i t i s c h e T h e m a t i k**
- **W i r t s c h a f t l i c h e G l o b a l i s i e r u n g**
  - **W e l t w e i t e r W e t t b e w e r b**
  - **M e d i e n p r ä s e n z a l s W e t t b e w e r b s f a k t o r**

Die wirtschaftliche Globalisierung ist ein weiterer wichtiger Aspekt für die Deutsche Welle. Der Wettbewerb ist weltweit und die Medienpräsenz ist ein Wettbewerbsfaktor. Es ist die Aufgabe der Deutschen Welle, zur „Marke Deutschland“ beizutragen. Wir gehen davon aus, dass wir selbstverständlich eine Image Rendite erbringen, die Deutschland nützt. Eine große Herausforderung stellt die technische Diskrepanz zwischen entwickelten und unterentwickelten Ländern dar. Diese Diskrepanz führt dazu, dass die Deutsche Welle alle Verbreitungsmedien nutzen muss. Die Digitalisierung bringt eine rasend schnelle Änderung der Technik mit sich. Regionale Informationen werden weltweit verfügbar, es entsteht der Eindruck einer weltweiten Informationsflut. In diesem „Informationsmeer“ wird die Deutsche Welle ein Orientierungspunkt sein, ein Sender, der durch Glaubwürdigkeit, Qualität und Aufgabenorientierung sich von anderen Angeboten abhebt.

Abbildung 8:  
Strategische Herausforderungen im Globalisierungszeitalter, II

- Technische Diskrepanz zwischen entwickelten und unterentwickelten Ländern
- Informations- und Medienflut in entwickelten Ländern
  - **Notwendigkeit von „Leuchtturmeffekten“**
- Beschränkung der Informations- und Meinungsfreiheit in vielen Ländern
- Umweltpolitische Herausforderungen und Rolle der Medien
  - **Erderwärmung**
  - **Ozonloch**
  - **Energieversorgung**
- Gesundheitspolitische Herausforderungen und Rolle der Medien
  - **Hunger**
  - **Aids**



## 7. Finanzbedarf und Finanzausstattung der Deutschen-Welle

Wer all diese Aufgaben erfolgreich wahrnehmen soll, muss auch wirtschaftlich dazu in die Lage versetzt sein. Die gegenwärtige Finanzausstattung der DW reicht dafür nicht. Zwischen 1998 und 2007 wurde der DW-Etat um 15,4 Prozent von 321 Millionen Euro auf 269 Millionen Euro abgesenkt, während im gleichen Zeitraum (Entwicklung bis zum Jahr 2005) der Bundesetat um 11,2 Prozent und die Länderhaushalte um 5,9 Prozent stiegen. Der Anstieg des Budgets von ARD und ZDF betrug von 1998 bis 2005 übrigens 10,5 Prozent. Der BBC-Worldservice verfügt für Hörfunk und Internet über einen nahezu dreimal so hohen Etat wie die Deutsche Welle für die gleichen Aufgaben. Die amerikanische Broadcasting Board of Governors (BBG) gibt alleine für das arabische Fernsehen nahezu zehnmal soviel aus wie die Deutsche Welle, nämlich 49 Millionen Euro, während die DW für ihr arabisches Fernsehen 4,3 Millionen aufwendet. Weltweit werden die Auslandssender ausgebaut. Frankreich hat einen neuen englisch- und arabischsprachigen Fernsehsender unter dem Namen France 24 gegründet. Die gewachsene Bedeutung Deutschlands in der Welt legt nahe, dass auch Deutschland dem Auslandsrundfunk größere Bedeutung beimisst und die wirtschaftliche Ausstattung den Anforderungen anpasst. Die Deutsche Welle ist hier in Verhandlungen mit der Bundesregierung, der Kulturstatsminister hat Unterstützung zugesagt. Wir werden sehen, ob diese Bemühungen für den Haushalt 2008 Früchte tragen, und ob die Kooperationsinitiative zum Ausbau des Deutschen Auslandsfernsehens zwischen ARD, ZDF und Deutscher Welle eine tragfähige Finanzierung erhält.

## 8. Zusammenfassung

1. Die Deutsche Welle ist nach ihrer gesetzlichen Aufgabenstellung und Verfasstheit Wertvermittlungsträger. Sie vermittelt die Werte des Grundgesetzes und Europas weltweit.
2. Als Vermittler gesellschaftlicher Werte unterliegt sie gesellschaftlicher Kontrolle. Dies bedingt Staatsunabhängigkeit und damit Rundfunkfreiheit, welche die Basis der Glaubwürdigkeit der Deutschen Welle ist.
3. Das Leitbild der Deutschen Welle verdeutlicht die Programmatik des Senders. Kultureller Dialog, weltweite Partnerschaft und der Einsatz in Kriegs- und Krisengebiete sind wichtige Aspekte.
4. Die Deutsche Welle baut ihr Fernsehprogramm in Kooperation mit ARD und ZDF aus, erweitert insbesondere das Programm für den arabischen Raum. Das Internet und die DW-Akademie als viertes Standbein sind weitere Ausbaubereiche. Regional sind der islamische Raum, Asien und die an Europa angrenzenden Gebiete bis zum Kaukasus Schwerpunktregionen.
5. Die Globalisierung von Konflikten, die weltweite Medienpräsenz von Konfliktthemen und die kulturelle und wirtschaftliche Globalisierung stellen wichtige Herausforderungen für die Deutsche Welle dar. Die Deutsche Welle wirkt den kulturellen Ursachen von Konflikten entgegen und trägt im weltweiten wirtschaftlichen Wettbewerb wesentlich zur "Marke Deutschland" bei.
6. Aufgrund der technischen Diskrepanz zwischen entwickelten und unterentwickelten Ländern ist für die Deutsche Welle eine Multi-Media-Strategie mit Nutzung aller Verbreitungstechniken zur optimalen Erreichung der Zielgruppen erforderlich.
7. Die Finanzausstattung der Deutschen Welle ist nach der Absenkung des Etats um 15,4 % nicht aufgabengerecht.



ISSN 0945-8999  
ISBN 978-3-938933-31-2