



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

Hans J. Kleinsteuber

**Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle.
Expeditionen eines Wissenschaftlers
in die medienpolitische Praxis**

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

Heft 229

Köln, im Juni 2007

Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 229: 978-3-938933-32-9

Schutzgebühr 9,50 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
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

Hans J. Kleinsteuber

Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle.

Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis*

1. Einleitung	3
1.1. Der Wissenschaftler im Rundfunkrat	4
1.2. Zu den Rahmenbedingungen	4
2. Transparenz und Rechenschaft	7
3. Erste Schritte 1999	9
3.1. Dialog der Kulturen.....	9
3.2. Der Siegeszug von Online.....	10
4. Ein neues Thema: Europa	13
5. DW und Technik	15
6. DW und German TV	19
7. Die Zukunft der DW liegt im Online-Bereich	21
8. Eine Welle aus Deutschland?	23
9. Leitbilder der Zukunft	25
9.1. Die BBC.....	25
9.2. Veränderte globale Anforderungen	25
9.3. Mit Telemedien an die Spitze?	26
10. Die Digitalisierung der Medien	29
10.1. Und wieder die BBC: Newsroom und der 360-Grad-Journalismus	29
10.2. Internet als universelle Plattform.....	30
10.3. Globale Konkurrenz und Alleinstellungsmerkmale.....	30
11. Fazit	33
Literatur	37

* Stark überarbeitete und erweiterte Fassung einer Rede, die der Autor, Professor für Politikwissenschaft an der Universität Hamburg und langjähriges Mitglied des Rundfunkrats 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 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, als Tagungsband im Buchhandel erscheinen.

Hans J. Kleinsteuber

**Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle.
Expeditionen eines Wissenschaftlers
in die medienpolitische Praxis**

1. Einleitung

Es folgt der Erfahrungsbericht eines Wissenschaftlers, der sieben Jahre im Rundfunkrat der *Deutschen Welle* (DW) verbrachte. 1999 war er von der Bundesregierung benannt worden, 2006 teilte ihm der Staatsminister für Kultur und Medien mit, dass er abberufen sei – vor dem Ende der Amtszeit. In jenen Jahren der Mitgliedschaft hatte ich interessante, für den Wissenschaftler oft ungewöhnliche Erfahrungen sammeln können, zumal ich 2002 zum Vorsitzenden des damals neu begründeten Online-Ausschusses benannt worden war. In jenen Jahren habe ich immer wieder in schriftlicher Form Stellung genommen, zu aktuellen Entwicklungen in der DW, zu zukünftigen Herausforderungen, aber auch zu grundlegenden Problemen des Auslandsrundfunks. Auf der Konferenz zur DW, die diesem Sammelband zugrunde liegt, war ich um ein Schlusswort gebeten worden. Zehn Tage zuvor hatte ich mein Mandat verloren, ein guter Anlass sicherlich, um Rückschau zu halten. Dazu liegt es nahe, sich noch einmal die Texte aus sieben Jahren vorzunehmen, die ich seinerzeit verfasst hatte, und mit ihnen ein Bild der DW und ihrer Leistungen, Herausforderungen und Probleme zu zeichnen.

Der Autor ist mit der Politikwissenschaft aufgewachsen und erweiterte schon früh sein Interesse in die Nachbardisziplin Kommunikationswissenschaft und Journalistik. Ich habe als in den 60er und 70er Jahren sozialisierter Sozialwissenschaftler meine Arbeit immer auch als politisch zu Verantwortende verstanden, mich gleichwohl niemals einer Organisation so angeschlossen, dass ich in ihr oder für sie Träger eines Mandats wurde. So gehöre ich auch keiner Partei an, habe aber über die Jahrzehnte etliche Organisationen im Bereich der Medienpolitik beraten, darunter Gewerkschaften und Journalistenorganisationen, Kirchen und Parteien. Mit der Partei Bündnis 90/Die Grünen entstand näherer Kontakt, als ich in den frühen 90ern in deren Medienkommission berufen wurde und mich in den Jahren 1996 bis 1998 als von ihr nominiertes Sachverständiger in der Enquetekommission des Deutschen Bundestags zur "Zukunft der Medien" wiederfand. Jahrelang hatte die Partei kritisiert, dass die etablierten Parteien Berufspolitiker in die Rundfunkgremien entsenden. Als die Partei 1998 in die Bundesregierung eintrat, stand ihr ein Mandat im 17-köpfigen Rundfunkrat der DW zu; mit meiner Benennung suchte sie zu demonstrieren, dass man parteiungebundene Experten über eigene Politik-Profis präferierte.



1.1. Der Wissenschaftler im Rundfunkrat

Wenn man einen Wissenschaftler in ein Aufsichtsgremium entsendet, dann läuft die beaufsichtigte Organisation immer Gefahr, als Objekt akademischer Neugier betrachtet und analysiert zu werden. Ganz sicher entging ich nicht dieser Versuchung. Auch wenn ich auf einem parteipolitischen "Ticket" entsandt war, habe ich mich als unabhängiger Mandatsträger verstanden, als Vertreter aller Bürger, die letztlich das Steuergeld aufbringen, ohne das die DW nicht zu existieren vermag. Im Übrigen hatte die mich vorschlagende Partei auch zu keiner Zeit ein Konzept entwickelt, das ich bei der DW hätte einbringen können. Gleichwohl informierte ich den jeweiligen Staatsminister für Kultur und Medien, der federführend für die DW verantwortlich ist, über mein Mandat. Eine Reaktion habe ich von keinem der vier während meiner Amtszeit verantwortlichen Minister erhalten. Im Ergebnis genoss ich die Ungebundenheit meiner Arbeit. Im Rundfunkrat saßen und sitzen übrigens weitere Wissenschaftler, die mir immer durch Sachkenntnis und parteipolitische Distanz auffielen; zwei der drei Ausschüsse werden von ihnen geleitet.

Der Wissenschaftler, den es in ein derartiges Gremium verschlagen hat, versucht zu begreifen, was eigentlich darin geschieht. Dem Neuling fallen einige rituelle Festlegungen auf. Bei den Sitzungen nehmen die Mandatsinhaber auf der einen Seite des Tischgevierts Platz, auf der anderen die Verantwortlichen, welche die Spitze des Senders repräsentieren. Deren Perspektiven sind natürlich ganz andere als die eines Wissenschaftlers: Sie führen die Tagesgeschäfte einer international agierenden Organisation, haben ihre Arbeit an spezifischen Vorgaben zu orientieren, etwa an denen deutscher auswärtiger Kulturpolitik, haben zugleich ein qualitätsvolles 24-Stunden-Programm in Radio, Fernsehen und Online zu sichern. Mein Eindruck war, dass die Spitzen des Hauses dabei sehr situativ vorgehen, getragen vor allem von großen Erfahrungen, täglichen Routinen und schnellen Reaktionen auf immer neue Herausforderungen. Für den Blick auf die großen Zusammenhänge fehlt dabei naturgemäß oft die Zeit – also genau das, was den Alltag des Wissenschaftlers prägt. Der entscheidende Unterschied zwischen Wissenschaftlern und Machern liegt wohl im Zeithorizont: Journalisten und Medienmanager müssen unter hohem Aktualitätsdruck produzieren (werden in der Eile einmal Bagdad und Belgrad verwechselt, so ´versendet´ sich das). Dagegen arbeiten Wissenschaftler viel langsamer, behäbiger; aber wenn sie etwas formuliert haben, lastet es jahrzehntelang auf Bibliotheksregalen (ihre Fehlleistungen eingeschlossen).

1.2. Zu den Rahmenbedingungen

Rundfunkräte werden angesichts ihrer Bedeutung für unser Mediensystem kaum wissenschaftlich untersucht. Geschah dies doch einmal, so kamen eher durchwachsene Urteile heraus. Aber es handelt sich sicherlich nicht um "Gremien von Dilettanten", wie sie einmal geschmäht wurden. Eher ist richtig, dass es sich bei den Rundfunkräten um eine Art Kontrolle durch Laien handelt, "als Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen stellen sie eine fachlich orientierte Laiengruppierung dar, nur ein Teil von ihnen arbeitet hauptberuflich im Medienbereich"

(BROSIUS/RÖSSLER/SCHULTE ZUR HAUSEN 2000, S. 438). Bei der DW kommt hinzu, dass ein vergleichsweise hoher Anteil von staatlichen Organen bestimmt wird; Bundesregierung, Bundestag und Bundesrat entsenden sieben von siebzehn Mitgliedern. In der Regel vertreten sie eine der beiden großen Parteien (nach meiner Abberufung vier von der CDU, drei von der SPD).

Eine rundfunkrechtliche Dissertation zum deutschen Auslandsrundfunk kommt zu dem Ergebnis, dass diese "Beteiligung des Staates" in Form seiner Vertreter problematisch ist. "In Anbetracht des ... Verständnisses vom Grundsatz der Staatsfreiheit als striktes Einmischungsverbot ist eine solche staatliche Beteiligung als verfassungswidrig abzulehnen" (PIEPER 2000, S. 155). Es gibt auch ganz pragmatische Gründe, den hohen Staatsanteil zu kritisieren. Eine statistische Auswertung würde wohl ergeben, dass Politiker häufiger den Sitzungen fernbleiben und weniger informiert erscheinen; was nicht verwundert, da sie meist von ihren hochrangigen Führungspositionen okkupiert sind und der Rundfunkrat keine hohe Priorität genießt. Verlässlich sind sie nur anwesend, wenn machtbesetzte Entscheidungen zu fällen sind, insbesondere der Intendant zu wählen ist. Die übrigen zehn Mitglieder kommen von gesellschaftlich relevanten Gruppen, den Kirchen, Arbeitgebern und -nehmern, Sport, Kultur etc. Diese 'Grauen' zeigen insgesamt mehr Kontinuität, mehr Engagement und sind deshalb für die Wächterfunktion des Rates von hervorgehobener Bedeutung.

Die Arbeit von Rundfunkräten findet regelhaft außerhalb größerer öffentlicher Aufmerksamkeit statt, es sei denn, dass eine Intendantenwahl ansteht oder außergewöhnliche Dinge wie etwa massive Haushaltskürzungen zu bewältigen sind. Selbst richtungsweisende Entscheidungen zur Finanzierung, Organisation oder zum Programm bleiben meist weitgehend unbeachtet. Diese Abgeschiedenheit wird dadurch noch unterstützt, dass der Rat nicht-öffentlich tagt. Selbst bei Mitarbeitern der DW fand ich so etwas wie einen heiligen Schauer, wenn sie sich ausmalten, dass wir – was so nie geschah – in einer Art entrückter Klausur über die Geschicke des Hauses und letztlich auch ihre Zukunft entscheiden. Dabei tagt der Rat nicht wirklich im Arkanum; etwa dreißig Personen halten sich während einer normalen Sitzung im Raum auf, Gespräche mit Externen über die Sitzungen sind nicht verboten, und mehrfach riefen mich erstaunlich gut informierte Journalisten an, weil sie bestimmte herausgesickerte Informationen verifizieren wollten.

Ganz ähnliche Erfahrungen hatte ich bereits mit einem anderen Gremium gemacht, in der (oben genannten) Enquete-Kommission, die paritätisch mit Parlamentariern und Sachverständigen besetzt ist, in der ich zuvor drei ein halb Jahre tätig gewesen war. Auch diese Kommission tagte "hinter verschlossenen Türen"; freilich waren regelhaft so viele Personen im Raum, dass die Mandatsträger deutlich in der Minderheit waren und echte Interna wegen dieser faktischen Semi-Öffentlichkeit ganz woanders, in einem wahrhaft internen Zirkel, besprochen wurden. Es handelte sich um das Obleutegremium, dem nur Parlamentarier angehörten und das an verborgenen Orten zentrale Entscheidungen vorwegnahm. Als ich diese informellen Strukturen zu durchschauen begann, die offensichtlich gegen Beschlüsse des Bundestags verstießen und uns Sachverständi-



ge weitgehend entmündigten, kritisierte ich sie – und musste als Reaktion mit Benachteiligungen rechnen. Auf meine Beschwerde hin wurde die Praxis später vom Ausschuss des Parlaments, der u. a. für Geschäftsordnung verantwortlich ist, überprüft und für inakzeptabel befunden. Zukünftige Enquetekommissionen wurden angewiesen, nicht weiter so zu verfahren (KLEINSTEUBER 2006). Dabei lernte ich, wie wichtig Transparenz der Gremienarbeit ist: Unter Bedingungen der Öffentlichkeit hätte meiner Ansicht eine derartige Entgleisung überhaupt nicht geschehen können.

In der Arbeit des Rundfunkrats habe ich niemals vergleichbare Abweichungen von den vorgegebenen Regeln erfahren. Gleichwohl veranlassen mich diese Erfahrungen, für die prinzipielle Öffentlichkeit derartiger Gremien zu plädieren. Schließlich tagen außerhalb Deutschlands Parlamentsausschüsse und vergleichbare Gremien regelhaft öffentlich und die Sitzungen der amerikanischen Regulierungskommission für alle Bereiche der Kommunikation FCC können sogar aktuell im Internet verfolgt werden. In Deutschland bleibt dies die Ausnahme, aber immerhin tagen die Rundfunkräte des Bayrischen Rundfunks (BR) und vom Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) öffentlich; von letzterem waren jahrelang Aufnahmen der Sitzung im Internet abrufbar. Öffentlichkeit ist ein altes Prinzip der Demokratie, und ich sehe keinen Grund, dies an den Türen von Gremien enden zu lassen, in denen parlamentsähnlich agiert wird. Und geheim bleibt so wieso wenig, wichtige Vorgänge sind nicht unter der Decke zu halten.

2. Transparenz und Rechenschaft

Wer Öffentlichkeit anmahnt, sollte sie auch selbst praktizieren. Ganz allgemein gesagt, leiden öffentliche Einrichtungen in unserem Land unter mangelnder Transparenz. So sieht es auch die zuständige NGO *transparency international*, der zufolge Deutschland 2006 selbst innerhalb EU-Europas mit Platz 11 nur im Mittelbereich rangiert (www.transparency.org). Ein einzelnes Ratsmitglied kann und darf mangelnde Transparenz nicht herstellen, aber es kann der Öffentlichkeit deutlich machen, dass dieses Gremium berechenbar arbeitet und seinen Verpflichtungen nachkommt. Von Anbeginn hatte ich mir vorgenommen, die Einsichten, die ich als Ratsmitglied gewann, in geeigneter Weise öffentlich darzustellen. Dabei ging es nicht darum, die bei einer derartigen Organisation erzeugte Eigen-PR unkritisiert weiter zu geben – das würde sowieso nur Misstrauen erzeugen. Und schon gar nicht darum, die vereinzelt aufflammende Generalkritik ohne substantielle Kenntnisse zu übernehmen. Vielmehr erscheint es sinnvoll, in eigenen Worten die differenzierten Erfahrungen und Gedanken weiterzugeben, die sich bei der Gremienarbeit ergeben. Dabei bemühe ich mich um Zwischentöne, denn das Haus erbringt insgesamt gute Leistungen. Die aber sollten beobachtet und eingeordnet werden: Im Sinne von Rechenschaftslegung vor dem Bürger, der letztlich die DW finanziell am Leben erhält.

Dafür gibt es ein schönes Vorbild. Das 2007 neugeschaffene Aufsichtsorgan der BBC in Großbritannien, der BBC Trust, stellt nicht das Gewicht der entscheidenden Institution der Ratsmitglieder in den Mittelpunkt, wie in Deutschland, sondern deren Qualität und Erfahrung. Zu den Voraussetzungen zählt neben Kenntnissen zu Rundfunk und Neuen Medien auch ein Bekenntnis zu den Zielen der BBC ("commitment to the objectives of the BBC"), aber beispielsweise auch die Fähigkeit, die Sichtweise der Gebührenzahler zu verstehen und zu repräsentieren ("understand and represent the views of licence fee payers"), dazu die Bereitschaft, sich bei öffentlichen Auftritten mit Zuschauer und Zuhörern auseinander zu setzen ("willingness to engage with viewers and listeners at public events"). Der Kontakt zu den Bürgern, die ihren Public Service letztlich finanzieren und die Rechenschaft gegenüber der Öffentlichkeit sind in dieses neuartige Modell fest eingebaut. Trust-Mitglieder treffen sich folgerichtig nicht viermal im Jahr wie der Rundfunkrat der DW, von ihnen wird deutlicher Einsatz im Hause und vor der Öffentlichkeit erwartet, etwa im Volumen zweier Arbeitstage pro Woche. (www.bbc.co.uk/bbctrust).

Transparenz und Rechenschaft sollten die zentralen Anliegen sein. Damit begann ich – wie unten beschrieben – bereits ganz zu Beginn der Tätigkeit. Ich schrieb im Herbst 1999 einen eher journalistisch verfassten Beitrag in dem Informationsdienst *epd medien*, getragen vom Evangelischen Pressedienst, für den ich seit vielen Jahren immer einmal wieder tätig bin. Innerhalb weniger Tage bekam ich darauf Reaktionen aus dem Hause DW und konnte dabei feststellen, dass dieser Dienst – ähnlich wie die katholische Schwesterpublikation *Funkkorrespondenz* – tatsächlich im Hause gelesen werden. Es lag nahe, dass ich darauf in unregelmäßigen Abständen in *epd medien* meine Sicht der Dinge niederschrieb (KLEINSTEUBER 2007b, 2005, 2003, 1999). Dies geschah im Bewusst-



sein, dass Beiträge aus dieser Quelle in den Spitzen des Hauses tatsächlich zur Kenntnis genommen werden, nicht zuletzt auch, weil sie (anders als wissenschaftliche Beiträge) in dem hausinternen Pressespiegel erscheinen. Noch 2007 konnte ich dies feststellen: Auf eine in einen Nebensatz verpackte Kritik in einem Interview der *Funkkorrespondenz* – es ging darum, dass Rundfunkratsmitglieder keinen Zugang zum Intranet der DW hatten – bekam ich sogleich Rückmeldungen aus dem Apparat. Und erhielt das für mich zu späte Versprechen, dies zu prüfen und einen Zugang zu ermöglichen. (Kleinsteuber 2007).

Im Verlaufe der sieben Jahre hatte ich auch eine ganze Reihe wissenschaftlicher Beiträge verfasst, die ich teilweise Interessenten im Hause in Kopie weiterleitete, die Resonanz darauf blieb aber verhalten. Anders gesagt, das Interesse war gering. Dagegen wurde in der mir vertrauten community von Akademikern registriert, dass ich mich in diesem Bereich auskenne und ich habe mehrfach den Auftrag übernommen, zu Themen des internationalen Rundfunks zu schreiben, z. B. in kommunikationswissenschaftlichen Einführungstexten oder Sammelwerken.

3. Erste Schritte 1999

Es beruhte eher auf einem Zufall, dass ich schon ganz zu Beginn meiner Amtszeit eine Art Generaleinschätzung einschließlich Ideen für Entwicklungsperspektiven der DW vorlegte. Damals, im Jahr 1999, gab es eine schwierige Ausgangslage. Die grüne Partei, die mich nominiert hatte, stand gerade unter skeptischer Beobachtung der DW. Die parteinahe Heinrich-Böll-Stiftung hatte kurz zuvor einen sehr kritischen Bericht zum Empfang des TV-Angebots in Asien vorgelegt, in dem sogar erörtert wurde, alle TV-Aktivitäten einzustellen (BECKER/SALAMANCA 1998). Er hatte verständlicherweise Unruhe in der Spitze und auch bei den Mitarbeitern des Hauses ausgelöst, und ich wollte deutlich machen, dass dies nicht meine Position war. Ich hätte auch nicht in die Verantwortung einer Organisation eintreten können, deren Arbeit ich prinzipiell in Frage stellte.

Also schrieb ich – ohne diese Studie zu erwähnen – einen Beitrag in *epd medien*, in dem ich konstruktiv auf die bisherige Arbeit der DW einging und einige Zukunftsperspektiven zu formulieren suchte. "DW: Vom Auslandssender zum Dialog der Kulturen" war der Titel. Neben einer allgemeinen Bestandsaufnahme ging es vor allem um diese beiden Komplexe:

- Ausbau des Online-Angebots,
- Dialog der Kulturen (KLEINSTEUBER 1999).

Dieser Beitrag sollte mein Entree sein, und das gelang auch. Mehrfach wurde ich darauf angesprochen – vielleicht auch, weil man wissen wollte, was der Neue mitbrachte – und insgesamt waren die Reaktionen im Hause positiv. Die beiden angesprochenen Themenfelder entwickelten sich in jenen Jahren zu Paradigmen, wenn es zu Neupositionierungen der DW-Arbeit ging. Es wäre weit übertrieben, dies auf meine Publikation zurückzuführen. Eher war es so, dass die Themen in der Luft lagen und hier schriftlich fixiert wurden. Vor allem artikulierte ich, was sich angesichts veränderter Rahmenbedingungen als neue Strategie anbot. Immerhin wurden diese Konzepte in der internen Arbeit und der Selbstdarstellung nach außen aufgenommen; bei der Novellierung des DW-Gesetzes 2004 wurden beide in ihre Aufgabenbestimmung eingefügt.

3.1. Dialog der Kulturen

Etwa 1999 wurde in der auswärtigen Kulturpolitik und im Bereich der 'Public Diplomacy' ein neues Paradigma wirksam, das eines Dialogs der Kulturen. Entstanden im Umfeld der Vereinten Nationen, hatte der damalige Bundespräsident Roman Herzog es als erster in Deutschland aufgegriffen, wobei ihm besonders der Austausch mit der arabischen Welt wichtig war. Es verstand sich vor allem als Antwort auf die Thesen vom ewigen Kampf der Kulturen, wie sie Samuel Huntington mit seinem "Clash of Cultures" behauptet hatte. Das Jahr 2001 stellte die UNESCO unter das Motto 'Dialog zwischen den Kulturen'; und 2002 wurde diese Forderung in den rot-grünen Koalitionsvertrag aufgenommen (KLEINSTEUBER 2002, 2002a). Es lag nahe, dass die DW sehr schnell das Prinzip adoptierte und in ihr Selbstverständnis als versöhnende und verbindende



de Einrichtung in einer auseinander driftenden Welt aufnahm. 2004 wurde es in das novellierte DW-Gesetz aufgenommen, wo es u. a. heißt, dass sie aufgerufen ist, "das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern" (§4, DW-Gesetz, vgl. www.dw-world.de).

Ich wurde verständlicherweise gefragt, wie ein so hehres Ziel in die Alltagsarbeit eines Senders wie der DW umsetzbar sei. In einzelnen Studien habe ich dies versucht darzustellen, wobei ich die transkulturelle Kompetenz des Senders hervorhob, die Tatsache, dass er als 'Mini-Uno' eine große Zahl Journalisten vereint, die kulturelle Hintergründe aus nahezu allen Weltwinkeln mitbringen und sich dadurch besonders gut für den dialogischen Brückenbau eignen. Ich stellte dies unter die Formel „Der Kommunikator als Mediator“ und meinte damit, dass der Kommunikator, also der Journalist, in seiner Arbeit zum Mittler zwischen Kulturen werden sollte (KLEINSTEUBER 2004a). Als Mediator kann er – besonders wenn er wie viele DW-Journalisten mehrere Kulturen kennt – in Kenntnis beider Seiten moderierend wirken. Aufgegriffen wurden die Ideen vor allem auch im Umfeld der Medienentwicklungshilfe, und hier vor allem im Hause InWent/International Institute for Journalism, eine Einrichtung, die, wie auch die Fortbildungszentren der DW, Journalisten aus benachteiligten Regionen der Welt professionelle Aus- und Weiterbildung ermöglicht (KLEINSTEUBER 2003).

3.2. Der Siegeszug von Online

Die DW hatte als erste öffentliche Rundfunkanstalt in Deutschland im Jahr 1994 ein Online-Portal eröffnet, 1996 begann live-streaming. Das geschah weitgehend ohne interne oder externe Aufmerksamkeit, sozusagen unterhalb des Radars der Führungsebene des Hauses und der Fachmedien, was durchaus ein Vorteil war, weil die Verantwortlichen ihre Aufbauarbeit relativ ungehindert leisten und zügig das Web-Angebot zu einem wichtigen Angebot ausbauen konnten. Die Entwicklung erfolgte dann geradezu explosiv. Ich suchte diese Thematik im Rundfunkrat zu forcieren, anfänglich mit geringer Resonanz und erheblicher Skepsis. Bis zu dem Zeitpunkt, da der Vorsitzende in einer Rundfunkratssitzung – vielleicht war er auch ein wenig genervt – vorschlug, neben den bestehenden Ausschüssen für Radio und Fernsehen einen dritten Online-Ausschuss zu etablieren. Dies geschah ad hoc und ich wurde zum Vorsitzenden des neu geschaffenen Gremiums bestimmt. Damit wurde auch auf der Führungsebene dem Sachverhalt Rechnung getragen – was inzwischen eine Selbstverständlichkeit darstellt –, dass der Online-Bereich (juristisch genannt „Telemedien“) zur gleichberechtigten dritten Säule wurde. Im DW-Gesetz von 2004 heißt es dazu: "Die DW bietet im Ausland Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) und Telemedien an" (§ 3 (1) DW-Gesetz).

Die Arbeit dieses Online-Ausschusses bestand weniger darin, der kleinen, aber wachsenden Online-Redaktion Hinweise auf Entwicklungsmöglichkeiten zu geben. Vielmehr ging es darum, der ungestümen Dynamik dieser faszinierenden Ansammlung von Internet-Pionieren mit niedrigem Durchschnittsalter und hemdsärmeligen Umgangsformen für ihre Pionierarbeit den Rücken frei zu halten. Über die Jahre bombardierten sie uns mit immer weiterführenden technischen



Innovationen, darunter Video-on-Demand, RSS-Tools, Podcasts, IPTV oder mobiler Empfang, und ebenso mit programmlichen Neuerungen wie Newsletter, Umfragen, Spielen und vor allem dem weltweit einzigartigen Blog-Wettbewerb BoB (Best of Blogs). Nahezu in jeder Sitzung des Online-Ausschusses wurden wir mit neuen Ideen, Projekten und Angeboten konfrontiert. Dabei traf die Tätigkeit der Online-Redaktion auf erhebliche Skepsis in den etablierten Redaktionen und wohl auch bei einigen Mitgliedern im Rundfunkrat. Hier galt es vor allem, Überzeugungsarbeit zu leisten (zu aktuellen Vorschlägen im Online-Bereich vgl. weiter unten).

4. Ein neues Thema: Europa

Mit dem Ende des Kalten Krieges waren viele internationale Sender in die Krise geraten, in der Schweiz und in Österreich wurden ihre Aktivitäten darauf deutlich reduziert. Es erwies sich als notwendig, neue Aktionsfelder für die DW mit veränderten geographischen und programmlichen Schwerpunkten zu finden. Hier bietet sich aus mehreren Gründen das Thema Europa an. So ist unverkennbar, dass es bis heute fast keine europäische Öffentlichkeit gibt, will sagen, dass die Kommunikation über europäische Vorgänge fast ausschließlich aus nationaler Perspektive erfolgt. Weder ist in deren Berichterstattung eine paneuropäische Sicht erkennbar, noch sind europapolitische Positionen anderer Mitgliedsstaaten der EU bei uns bekannt, und vice versa. Zwar gibt es seit 1989 die europäische Medienpolitik eines "Fernsehens ohne Grenzen", das nach Vorstellung der Europäischen Kommission einen gemeinsamen europäischen audiovisuellen Raum schaffen sollte. Bis heute gibt es aber nahezu keine TV-Anbieter, die sich an eine paneuropäische Zuschauerschaft wenden (Ausnahmen: *Euronews*, *Eurosport* mit jeweils mehreren Tonkanälen) und ebenso keine gesamteuropäisch verfügbaren Printmedien. Gleichzeitig bilden die traditionellen Druckerzeugnisse und die ins Kraut schießenden TV-Nachrichtensender mit nationalem oder globalem Fokus die weiterbestehenden Nationalstaaten ab. Eine gemeinsame Stimme Europas sowohl in der Weltmedienszene wie auch innerhalb Europas gibt es bis heute so gut wie nicht. Daher plädierte ich dafür, den Programmauftrag der DW an dieser Stelle zu erweitern (KLEINSTEUBER 2003a). Dieser Auftrag wurde in das novellierte DW-Gesetz von 2004 aufgenommen. Die DW soll "deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten ein Forum geben..." (§4, DW-Gesetz).

Dazu kamen pragmatische Gründe. Mit der Demokratisierungswelle nach Ende des Kalten Kriegs erwiesen sich auf westeuropäische Sprachräume spezialisierte Redaktionen als überflüssig. So wurde bei der DW aus Resten einer früheren Frankreich-Redaktion ein neues Europa-Ressort geschaffen, zu Beginn nur mit wenigen Stellen ausgestattet. Seit etlichen Jahren gab es auch schon bescheidene Kooperationen mit Partnerhäusern, insbesondere wurde mit *Radio E* ein gemeinsames Hörfunk-Magazin produziert. Auch wenn es bisher nur wenig wahrgenommen wurde, markierte es doch den Beginn paneuropäischer Kooperation. Erst in den letzten Jahren verdichtete sich die Zusammenarbeit mit dem Schwestersender *Radio France International* (RFI), und im Frühjahr 2007 wurde ein erster Vertrag unter der Ägide der inzwischen erstarkten Europa-Redaktion mit weiteren Sendern geschlossen. Ebenso wurden auf festem Sendeplatz Europa-Magazine (*Euromaxx*) ins TV-Programm genommen. Die Flexibilität des Internet ermöglichte es schon vor Jahren, im Online-Angebot "Europa" als separaten Eintrittspunkt hinzuzufügen, in dem die anwachsende europabezogene politische Berichterstattung gebündelt zugänglich ist.

Damit ist die mediale Begleitung des europäischen Einigungsprojekts zu einer zunehmend wichtigen Aufgabe der DW geworden. Dies ist nicht verwunderlich, denn das Haus bietet dafür einzigartige Voraussetzungen, darunter die Vielspra-



chigkeit (wesentliche europäische Sprachen wie englisch, französisch, spanisch und viele osteuropäische Sprachen werden bedient), die multikulturelle Erfahrung, europäische Kooperation mit anderen Sendehäusern und die Fähigkeit, die deutsche Sicht zu Europa mit europäischen und internationalen Perspektiven zu verbinden. Wer die desolate Lage der europäischen Öffentlichkeit verbessern und Besserung erreichen will, kommt an den Auslandssendern des Kontinents nicht vorbei (KLEINSTEUBER 2006).

5. DW und Technik

Auslandssender sind traditionell Organisationen, in denen Übertragungstechnik eine große Rolle spielt. Schließlich muss das Signal verlässlich um die Welt transportiert werden. Gerade die Deutschen setzten bereits vor dem Ersten Weltkrieg auf global drahtlose Kommunikation, um sich von britischen Überseekabeln unabhängig zu machen. Im Jahre 2006 feierte die Großfunkstelle Nauen außerhalb Berlins ihr hundertjähriges Jubiläum; sie war seit dem Kaiserreich auf Kurzwelle aktiv, überlebte die Nazis, die DDR und übernahm 1990 die Programmausstrahlung für die DW (www.funkstadt-nauen.de). 1960/61 war der deutsche Auslandsfunk im Konflikt zwischen Bund und Ländern neu organisiert worden. In einem medienpolitischen Kompromiss wurde festgelegt, dass die DW als Bundesanstalt die Weltversorgung über Kurzwelle übernimmt, während der *Deutschlandfunk* einen Auftrag für innerdeutsche Sendungen, d. h. in Richtung DDR und europaweit via Langwelle erhält. Die damals getroffene Grundsatzentscheidung wirkt heute in den Sendern des *Deutschlandradio* weiter. Das besondere daran ist, dass hier ein medienpolitischer Konflikt ausgerechnet anhand technischer Spezifika gelöst wurde, was so wohl nur im föderal fragmentierten Deutschland möglich ist (KLEINSTEUBER 2001, S. 138).

Ein technisch hochgerüsteter Sender wie die DW verfügt nicht nur über sendestarke Kurzwellensender in verschiedenen Teilen der Welt und arbeitet inzwischen in ausgewählten Staaten mit örtlicher UKW-Ausstrahlung, er setzt für die weltweite TV-Verbreitung auch eine Fülle global platzierter Satelliten ein. Für den schnell wachsenden Online-Bereich stehen leistungsstarke Computer zur Verfügung. In der technischen Direktion ist entsprechend erhebliches rundfunktechnisches Know-How verfügbar, insbesondere, was den Einsatz von Sendetechniken in globalen Räumen anbetrifft. Vor diesem Hintergrund ist interessant, dass der Sender in einem spezifischen Bereich die technologische Weltführerschaft übernahm. Es handelt sich um Kurz-, Mittel- und Langwelle, Bändern, bei denen bisher mit Amplitudenmodulation (AM) gearbeitet wurde. Sie sollen mit dem neuen Standard *Digital Radio Mondiale* (DRM) digitalisiert werden (www.drm.org). Hintergrund war, dass mit Digital Audio Broadcasting (DAB) ab 1999 bereits eine neue Norm für die Digitalisierung von UKW (Frequenzmodulation, FM) eingeführt wird. Sie kam allerdings in den Jahren, in denen sie bereits im Regelbetrieb steht, kaum voran, und viele halten sie für gescheitert. DAB war ein großzügig finanziertes europäisches und dabei stark deutsch eingefärbtes Technikprojekt, das vieles neu und besser machen wollte, bei dem aber auch massive Fehler gemacht worden waren. So bietet es neben verbesserter Übertragungstechnik wenig, erfordert aber ein eigenes Sendernetz, erzeugt hohe Kosten und zeigt wenig Interesse für die Belange der Radiohörer (KLEINSTEUBER 2004b).

Es war naheliegend, dass sich große internationale Sender, die mit der Kurzwelle arbeiten, zusammenschlossen, gemeinsam das DRM-Projekt vorantrieben und immer noch daran arbeiten. Sie gründeten zu diesem Zweck das internationale DRM-Konsortium, dessen Vorsitz seit der Gründung 1998 der frühere technische Direktor der DW Peter Senger innehat. In dem Konzept von DRM wird er-



kennbar, dass Verantwortliche die Defizite von DAB erkannt haben. So ermöglicht es die Übertragung des Signals innerhalb derselben Sendefrequenz und fordert keine gänzlich neue Sender-Infrastruktur wie DAB, sondern kommt mit Umbauten bestehender Sender aus. Anders als in einer DAB-Umgebung, in der vor allem "more of the same" bei hoher Übertragungsqualität angestrebt wurde, soll DRM kontinental empfangbare Programme in ordentlicher UKW-Stereo-Qualität ermöglichen. Das ist etwas ganz Neues, weil damit Radiostationen, die irgendwo in Europa senden, überall zu empfangen sind. Das Ergebnis bei einem Erfolg von DRM wäre, dass Radio seine ehemals europäische und grenzüberschreitende Dimension auf hohem Niveau zurückerhalten würde, die es in seiner Anfangsphase seit den 20er Jahren schon einmal hatte (als man überall *Radio Hilversum*, *Radio Monte Carlo* oder *Radio Moskau* empfangen konnte). Für einen Weltsender wie die DW liegt der Vorteil von DRM-Programmen auf der Hand: Der wechselhafte und oft schlechte Empfang via Kurzwelle, der z. B. Musikeinspielungen nicht sinnvoll macht, wäre Vergangenheit. Die Einführung von DRM hat sich allerdings mehrfach verzögert, Empfangsgeräte sind bisher kaum auf dem Markt, das Programmangebot ist begrenzt und der letzte Praxistest steht noch aus.

Ich habe mich über viele Jahre mit Aspekten des Radios beschäftigt und hatte bereits Mitte der 90er Jahre im Rahmen einer Technikfolgenabschätzung für den Deutschen Bundestag eine skeptische Prognose zu DAB abgegeben, die im wesentlichen die heutige Situation richtig vorhersagte. Daher weiß ich, wie kompliziert sich die Digitalisierung des Hörfunks darstellt, denn im Vergleich zum Fernsehen hat sich bisher kein Standard durchgesetzt. Planungen der DW aus den vergangenen Jahren beziehen bereits DRM als erfolgreiche Technik ein; der Übergang in die neue Sendetechnik soll z. B. Energiekosten sparen helfen. Bei einem entsprechenden Beschluss des Rundfunkrates erbat ich eine Protokollnotiz, dass ich diese optimistische Prognose DRM nicht teile.

Gleichwohl demonstriert der Vorgang, wie wichtig es ist, große öffentliche Akteure wie die DW verfügbar zu haben, in der Expertise für Technik und Programm in einem Haus vereint sind, ohne dass sie kommerzielle Interessen haben. Sie ermöglichen die Genese neuer Medientechniken auf hohem Erfahrungsniveau. Radiostationen in privater Hand verhalten sich technologiepolitisch fast immer sehr konservativ, weil sie neue Techniken für eine Bedrohung ihrer Marktstärke begreifen. Deshalb wird DAB nach wie vor von den meisten großen Privatsendern ignoriert. Hier können nur öffentliche Akteure, die weniger marktabhängig agieren, das Risiko der Erprobung neuer Techniken übernehmen.

Dies gilt ähnlich auch für den Online-Bereich. Die DW wurde nicht nur zum Schrittmacher mit ihrem Webportal, sie wurde auch zu einem begehrten Kooperationspartner für andere Organisationen der auswärtigen Kulturpolitik wie dem DAAD, dem Goethe-Institut und Informationszentren des Auswärtigen Amtes. Mit www.campus.de/www.study-in-germany.de entstand ein globaler Zugang zu deutschen Universitäten, mit www.qantara.de ein Dialog-Portal mit der arabischen Welt (in dem Elemente des oben beschriebenen Dialogs der Kulturen umgesetzt werden). Insgesamt kommt dabei der DW sehr zugute, dass sie bei ihren Investi-



tionen im Online-Bereich finanziell nicht gedeckelt wurde und auch andere als programmbegleitende Angebote entwickeln darf, was für ARD und ZDF nicht gilt. So vermag sie zu demonstrieren, was eine öffentliche Einrichtung an technischen und programmlichen Innovationen zu erbringen vermag, wenn sie (wie ähnlich die BBC) in ihren strategischen Entscheidungen frei ist und nicht durch künstliche Limits – wie sie etwa der Rundfunkstaatsvertrag darstellen – behindert wird.

6. DW und German TV

Die DW bot viele Jahre lang weltweit ein 24 h-Fernsehprogramm an, das in den Sprachen deutsch und englisch alternierte und dazu in der Hauptsendezeit für Lateinamerika zwei Stunden in spanischer Sprache umfasste. Das Angebot bestand aus Nachrichten und einem begleitenden Magazinprogramm, in dem nicht-fiktionale Formate in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur etc. zu Deutschland und Europa angeboten wurden. Damit hatte der Sender ein ganz eigenständiges Programmschema entwickelt, in dem viele typische TV-Formate nicht bedient werden konnten, etwa Unterhaltung, Talk und Quiz, Kinderprogramme etc. In der Konsequenz fehlt für Deutschland etwas, was mehrere Dutzend Länder von Italien bis Polen längst betreiben: ein muttersprachliches Vollprogramm, das aus den verfügbaren öffentlichen, nationalen Angeboten zusammengestellt wird. Ein derartiger Auslandssender, der sich vorrangig an Deutsche oder Deutschstämmige im Ausland wendet (ca. 15 Mio.), wurde immer wieder gefordert. 1999 hatte eine Arbeitsgruppe von ARD, ZDF und DW ein Konzept für einen Sender mit diesem Aufgabenprofil entwickelt und den Jahresbedarf auf ca. 30 Mio. € beziffert (diese Darstellung folgt KLEINSTEUBER 2007a).

Im Jahre 2001 war dann der Bundestag überraschend bereit, für die nächsten sechs Jahre insgesamt 30 Mio. € für den Aufbau eines derartigen Kanals bereit zu stellen. Auf der Grundlage einer Verwaltungsvereinbarung von ARD, ZDF und DW ging im Frühjahr 2002 der Kanal auf Sendung, allerdings mit entscheidenden Modifikationen. Er hieß nun *German TV*, sollte sich als Erstes auf den US-Markt konzentrieren und bot ein deutsches Vollprogramm als Pay-TV für 15 \$ im Monat an. Inhaltlich basierte das Angebot auf einem bunten Strauß von informierenden und unterhaltenden Programmen, die zu jeweils 40 % von ARD und ZDF beigesteuert wurden, die restlichen 20 % kamen von der DW, welche die Umsetzung des Vorhabens federführend verantwortete. Von Anbeginn wurde das Projekt von Problemen verfolgt: Die Identifizierung der deutschsprachigen Zielgruppe erwies sich als schwierig, führende TV-Satellitenplattformen verweigerten sich, Kabelnetze lehnten die Einspeisung ab. So geriet das Projekt in Rückstand gegenüber dem vorgelegten Businessplan; und ausgerechnet als die Anlaufprobleme bewältigt schienen, im Sommer 2005, reagierte der Bundestag unvermittelt mit dem Entzug weiterer Mittel. Das Projekt *German TV*, das inzwischen auf Kanada und Teile Lateinamerikas ausgeweitet worden war, musste ersatzlos beendet werden, obwohl es inzwischen etwa 20.000 Abonnenten gewonnen hatte. Der Exportweltmeister Deutschland erwies sich als unfähig, ein eigenes Auslandsprogramm nach internationalem Vorbild zu etablieren, den bereits gewonnenen Abonnenten musste das Ende verkündet werden.

Diesen deprimierenden Vorgang musste ich aus der Perspektive der DW verfolgen, Einflussmöglichkeiten hatte der Rundfunkrat nicht, dem lediglich berichtet wurde (KLEINSTEUBER 2005). In der retrospektiven Auswertung muss unterstrichen werden, dass die Fehler hier vor allem in der Politik gemacht wurden. Anders als ARD/ZDF und DW vorgeschlagen hatten, wurde das Projekt wegen der damals angespannten weltpolitischen Lage zuerst auf die USA konzentriert. Es war schließlich das Jahr des Anschlags vom 11. Sept. 2001 und den



beginnenden deutsch-amerikanischen Irritationen. Dabei wurden allerdings wichtige Grundlagen nicht beachtet: Die DW hatte immer schon in den USA nur ganz wenige Zuschauer, wie sich aus früheren Untersuchungen ergab, das deutsche Element in den USA wurde überschätzt, die enormen Zugangsbarrieren zum kommerzialisierten TV-Markt nicht vorhergesehen (die höher sind als in Europa), Pay-TV ist bei derartigen Auslandsprogrammen unüblich. Hier muss betont werden, dass die nahezu unerfüllbare Vorgabe, man müsse in den USA beginnen und die Finanzierung erfolge über Pay-TV (um den deutschen Gebührenzahler nicht zu belasten), nicht sachgerecht waren. Diese aus der Politik stammenden Forderungen konnten von der DW lediglich nachvollzogen werden. Sie beruhten auf Unkenntnis über den faktisch massiv vermacherten US-Markt und die Vorstellung, dass ein sorgsam abgeschottetes Pay-TV-Angebot die amerikanische Informationslage zu Deutschland verbessern werde, geht an allen Realitäten vorbei.

Die Rahmenbedingungen rund um das gescheiterte Projekt German TV hat auch der frühere WDR-Intendant Fritz Pleitgen heftig kritisiert (siehe z. B. PLEITGEN 2007). Wie er 2006 ankündigte, kehren ARD, ZDF und DW teilweise zu ihren Planungen von 1999 zurück und suchen aus eigener Kraft einen öffentlichen Auslandskanal zu realisieren (nachdem *ProSiebenSat1* dies inzwischen erfolgreich vormacht). Im Jahre 2007 hatte die DW erstmals die Möglichkeit, unter fairen Bedingungen auf bestimmte unterhaltende und fiktive Programmformate von ARD und ZDF zurückzugreifen. Gleichzeitig begann sie damit, ihr bisher weltweit einheitliches Programm auseinander zu schalten und verschiedene Weltregionen via Satellit mit entsprechend angepassten Angeboten zu versorgen. Dies ist 2007 in der Umstellung begriffen, Einzelheiten sind noch nicht alle geklärt. Die Finanzierung muss aus Bordmitteln der DW erfolgen und erweist sich mangels staatlichem Engagement als prekär. In der Gesamteinschätzung bleibt aber der Eindruck, dass Verantwortliche der Rundfunkanstalten einen realistischeren Blick auf die Möglichkeiten der weltweiten TV-Vermarktung unter schwierigen Rahmenbedingungen haben als Politiker in Berlin.

7. Die Zukunft der DW liegt im Online-Bereich

Die abschließenden Ausführungen beschäftigen sich mit den Perspektiven der DW, die ich vor allem im Online-Bereich sehe. Sie beruhen vor allem auf Ausführungen vor dem Rundfunkrat im November 2006. Damals stand meine Abberufung bereits fest, so nutzte ich diese Gelegenheit für eine rückblickende Rechenschaftslegung, aber auch für eine umfassende Rundumsicht in die Zukunft, die ich – wie oben begründet – wiederum in *epd medien* veröffentlichte (die Darstellung folgt diesem Text: KLEINSTEUBER 2007c).

Nach allgemeiner Lesart begannen die elektronischen Medien nach dem ersten Weltkrieg mit dem analogen Radio, nach dem zweiten großen Krieg folgte das Fernsehen – beide entwickelten sich kontinuierlich weiter, der Ton kam in Stereo, das Bild in Farbe, aus dem einen Kanal entwickelte sich ein veritables Vielkanalangebot. Wir stehen nun an der Schwelle zur dritten Generation – „Third Age Broadcasting“ nannte es der Generaldirektor der BBC Mark Thompson –, ausgelöst durch eine allgemeine Digitalisierung der Medien. In der Konsequenz kriecht in den Signaltransport die Logik von Netzen, an deren Endpunkten und Knotenstellen Computer arbeiten.

Die Auswirkungen sind weitreichend: Neben herkömmlichen Leistungen massenmedialer Verbreitung werden völlig neue Lösungen möglich, etwa die strategische Bedienung von Zielgruppen oder Individuen. Das Volumen der Kommunikationsströme ist vervielfachbar, neben dem konventionellen Empfang wird auch die Zusendung von Newslettern möglich, der gezielte Abruf, die Rückantwort und vieles andere mehr. Und dies alles tritt in vielen Variationen an: als Video on Demand auf dem Bildschirm, als Podcast auf dem MP3-Player, als Meldung auf dem Handy etc. Weiterhin sind interaktive Möglichkeiten im Angebot, die dem einzelnen Nutzer eine eigene Stimme geben. Der vermag problemlos auf Angebote zu reagieren, in Foren mitzudiskutieren, sich an Abstimmungen zu beteiligen – oder er wird selbst zum Anbieter: „user-generated-content“ im Web 2.0 ist derzeit das Schlagwort. In welchem Umfang der so technisch aufgerüstete Nutzer tatsächlich diese mannigfachen Angebote nutzt, ist eine ganz andere Frage. Vieles wird er weiterhin passiv wie die legendäre Couch Potato empfangen wollen, „zurückgelehnt“ im Ohrensessel, entspannt vor dem Fernseher. Anderes wird er aktiv aus dem Netz ziehen, „vorwärtsgebeugt“ am Schreibtisch.

Diese neuen Möglichkeiten gehen natürlich an einem internationalen Sender wie der DW nicht vorbei. Sie machen zwar die globale Verbreitung der eigenen Botschaft viel einfacher – aber genau dies gilt auch für die Konkurrenten. Nie war es so simpel, weltweit aufzutreten – für die DW ebenso wie für die FAZ, den *Spiegel* oder RTL. Und erst recht gilt dies für die internationalen Wettbewerber, von denen ganz vorn der BBC World Service zu nennen ist, aber auch die derzeit überall sprießenden Nachrichtenkanäle á la CNN, *Al Dschasira*, *Russia Today* oder Frankreichs neues Nachrichten-Baby *France 24*. Wo also steht die DW bei alledem und wohin sollte sie gehen?

8. Eine Welle aus Deutschland?

Die DW ist der Auslandsrundfunk Deutschlands. Das klingt so einfach und ist doch sehr kompliziert. 'Funk' und 'Wellen', das ist das Vokabular des analogen Zeitalters, welches auf Antennen und Abstrahlen basierte. Aber mit der Digitalisierung übernimmt die Logik der Netze die Kommunikation, Medien kommunizieren nun in Bits und Bytes. Und das ist weit mehr als nur eine technische Revolution.

Ist dies nicht ein guter Anlass, über dieses urdeutsche – international kaum verstandene – Wort der „Welle“ nachzudenken? Sicher, die Deutsche Welle gab es schon in den 20er Jahren als deutsches Radioangebot, und als Auslandssender wurde sie vor mehr als fünfzig Jahren gegründet – eine eingeführte Marke also. Aber damals sahen Deutschland und die Welt ganz anders aus. Wir sollten die Digitalisierung zum Anlass nehmen, die Sprache den veränderten Rahmenbedingungen anzupassen. Das Internet-Portal nennt sich längst www.dw-world.de, eine zukunftssichere Benennung des Angebots. Vielleicht sollte man es weiter reduzieren auf ein knackiges DWW und damit dem Haus ein eingängiges Etikett verpassen. Die internationalen Sender arbeiten meist mit einer vergleichbaren simplen Kennung – von BBC bis CNN –, wie sie in einer globalisierten Welt voller Anbieter erst ein wiedererkennbares 'Branding' ermöglicht.

Mit dem weltweiten Versorgungsraum entsteht ein weiteres Problem. Medienjuristen machen uns klar, dass die DW nur im „Ausland“ tätig sein darf, weil sie aus dem Bundeshaushalt finanziert wird und nicht aus Gebühren wie die 'Inlands'-Sender ARD und ZDF. Nun ist es mehr als ein Schönheitsfehler, dass diese sog. Inlandssender via Satellit längst in ganz Europa empfangbar sind, ja sogar in Nordafrika und Mittelasien – und via Internet-Streaming auch im Rest der Welt. Was lange Zeit wie eine plausible Arbeitsteilung erschien, ist angesichts neuer technischer Umwelten gänzlich unrealistisch geworden. Das global verfügbare Internet sorgt – das macht ja gerade seinen Charme aus – für Grenzenlosigkeit. Dieser technische Verlust eines 'Innen' und 'Außen' wird von inhaltlichen Entgrenzungen begleitet. In der Weltgesellschaft voller Mobilität und Migration verlieren alte Grenzziehungen an Bedeutung.

Faktisch verschwindet eine einstmals klar abgezielte Medien-Welt in immer mehr transkulturellen Überschreitungen. Nehmen wir die Best of Blog-Wettbewerbe (BoB), welche dw-world.de nun im dritten Jahr mit großem Erfolg durchführt. Die DW vergibt dabei auch einen Preis für den besten deutschen Blog. Das entspricht der Bedeutung der deutschen Sprache in der Welt, kollidiert aber wahrscheinlich mit der geltenden Gesetzeslage. Aber was ist heute noch 'deutsch' in einer kosmopoliten Welt? Der Preis 2006 für Best Weblog in deutsch ging an ein Internet-Tagebuch, geschrieben in Israel, das in deutscher Sprache über das Leben in einem Kibbuz berichtet – eine tolle Idee, die freilich mit Begriffen wie In- und Ausland nicht mehr einzufangen ist.

Der deutsche Begriff des 'Auslands' ist anachronistisch – und deswegen so in anderen Sprachen auch nicht (mehr) zu finden. „Outlandish“ bedeutet im Englischen so etwas wie hinterwäldlerisch. Und das ist die DW sicherlich nicht. Sprechen wir dagegen von der 'Welt', so schließen wir immer auch das eigene Land



ein, und für diese Welt arbeitet längst auch die DW. Sie steht mit ihren Redaktionen vor allem für kompetente internationale Berichterstattung. Ein kleines nicht-kommerzielles Lokalradio in Hamburg übernimmt am Wochenende die „Weltnachrichten“ der DW (auch das lassen wir unsere Medienjuristen besser nicht wissen), aber diese Nachrichten umfassen natürlich auch deutsche Themen, wenn immer sie aus globaler Perspektive bedeutsam sind. Schließlich ist Deutschland Teil der Welt.

Vor allem aus der Politik kommt die Vorstellung, dass die DW eine mediale Visitenkarte Deutschlands im Ausland sein müsse. Oft wird von ihrer Arbeit erwartet, dass sie Gutes über das Land verbreite und damit deutsche Außenpolitik medial flankiere. Sicherlich zählt auswärtige Kulturpolitik zu ihren Aufgaben. Aber mit allzu offensichtlicher Deutschland-PR muss sie vorsichtig sein. Sie kann schnell ihre eigene Glaubwürdigkeit untergraben.

Zur Fußball-WM 2006 ließ sie sich z. B. in Kampagnen von Regierung und Wirtschaft einbinden wie dieser: „Das Beste an Deutschland!“ Auf dem Rückentext der entsprechenden DVD heißt es: „Von A wie Adlon bis B wie Boris Becker, von N wie Nivea bis Z wie Zugspitze. 250 Gründe, Deutschland heute zu lieben.“ Die Kampagne voller Schleichwerbung und Prominentenhuberei wurde zu Recht wegen ihrer stereotypen Einfältigkeit und ziemlich plumper Produktpreisung kritisiert. Derartig oberflächliche Selbstdarstellung wird nicht einmal den von politischen Zweifeln und düsteren Stagnationsängsten befallenen Deutschen Aufheiterung bieten. Die FAZ kommentierte das Vorhaben trocken: „Wer sich ständig derart seiner Erstklassigkeit versichern muss, ist peinlich“ (22. Mai 2006).

Im Rahmen der Standortkampagne zur Fußball-WM 2006 „Deutschland: Land der Ideen“ wurden in Berlin Riesen-Plastiken errichtet, darunter ein Bücherstapel zur Erinnerung an die Erfindung des Buchdrucks in Deutschland (gegen 1450). Das erstaunte z. B. den Wall Street Journal, der beobachtete, dass sich das Land offensichtlich nur in seiner Geschichte darstelle. Ist dies so, weil man das Informationszeitalter verpasst hat? Die Kommunikationswissenschaftlerin Miriam Meckel, gleichfalls Mitglied des Rundfunkrats, kommentiert dazu: „Offenbar gibt es keine neuen Ideen, die sich zu präsentieren lohnten: die Welt zu Gast in ‚good old Germany‘“ (Capital, 14/2006). Wer die Arbeit der DW verfolgt, hat den Eindruck, dass derartige PR-Aktionen vor allem aus der Politik angestoßen werden. In der Welt lösen sie eher Kopfschütteln aus.

Der novellierte Programmauftrag der DW spricht u. a. von der deutschen „Kulturnation“. Stellen wir die Frage zurück, was das eigentlich ist. Im Kontext internationaler Berichterstattung gilt: Die Kernklientel der DW, Multiplikatoren in den Eliten draußen in der Welt, wird mit derartigen selbstverliebten Vorstellungen wenig anfangen können. Sie wird mit vollem Recht auch ihr eigenes Land für eine Kulturnation halten, sich wundern und alsbald abschalten, wenn sie das Gefühl hat, dass sie nicht gemeint ist, dass sich hier allein die Deutschen feiern.

9. Leitbilder der Zukunft

9.1. Die BBC

Wie hält es an diesem Punkt der BBC World Service, sicherlich Benchmark für alle internationalen Anbieter? In ihren Selbsterklärungen ist weder von britischen Interessen noch von kulturellen Highlights des Vereinigten Königreichs die Rede. Im Zentrum steht ein qualitativ hohes Niveau der Berichterstattung. So formuliert es Nigel Chapman, Deputy Director des BBC World Service: „Accuracy, fairness and impartiality are at the heart of all BBC’s journalism, irrespective of the language or the medium we use to reach the audience.“ Es geht um universelle Werte, wie Breite der Denkweisen, korrekter Umgang mit Fakten, Respekt vor Menschen und Kulturen, Unabhängigkeit von kommerziellen Interessen. Und im Mittelpunkt steht das Welt-Publikum, wenn der Auftrag heißt: „Providing our audience with dignified programming“ (www.bbc.co.uk/worldservice).

Im Ergebnis finden wir bei der BBC eine verlässlich qualitätsvolle Berichterstattung, die über Jahrzehnte reichlich Reputation für die Briten aufgebaut hat und allein deswegen weltweit nachgefragt wird. Sie wird erkennbar in gigantisch hohen Zugriffen auf das BBC World Service Portal: Im Jahre 2006 waren dies 500 Mio. oder etwa acht Mal die gesamte Bevölkerung Großbritanniens.

Dass diese Leistung ständig neu und überzeugend erbracht wird, diese Tatsache wirbt für das Land, welches dies möglich macht – aber doch ganz anders, als es sich PR-Leute vorstellen. Sicherlich fühlen sich die Journalisten der DW diesem Selbstverständnis eher verbunden. Wer das von den Mitarbeitern des Hauses erarbeitete Leitbild studiert, der wird Sätze finden wie diesen: „In journalistischer Unabhängigkeit erfüllt sie ihren gesetzlichen Programmauftrag.“ Es folgt eine Fülle redaktioneller Prinzipien – deutsche und andere Sichtweisen, Dialog, Völkerverständigung, Toleranz, Demokratie, Medienfreiheit, unzensurierte Informationen –, die in der Summe der BBC nahe kommen. Und zum Abschluss wird unterstrichen: „Wir fördern durch unsere Glaubwürdigkeit das Ansehen Deutschlands weltweit“ (www.dw-world/dw/article). Optimal wäre es, wenn man nach britischem Vorbild die PR-Interessen des Trägerlandes ganz heraushalten würde. Mit einer überzeugenden deutschen Leistung ist den Bürgern einer entstehenden Weltgesellschaft allemal besser gedient.

9.2. Veränderte globale Anforderungen

Die einzigartige Internationalität der DW ist Ergebnis ihres Entstehungsprozesses, der sich aus journalistischen Anforderungen und den sie erfüllenden Redakteuren ergab. Paragraphen haben damit wenig zu tun. Sie verfügt über Mitarbeiter aus sechzig Ländern und bietet Informationen in dreißig Sprachen. Sie ist damit die öffentliche Einrichtung mit dem höchsten Grad an Transkulturalität in der deutschsprachigen Welt, eine 'Mini-UNO' sozusagen. Hierin findet sie ihre eigentliche Stärke, darin unterscheidet sie sich von jedem anderen Medienhaus in Deutschland, sei es öffentlich oder privat aufgestellt.



Im Kern arbeiten im Gehäuse der DW vor allem Spezialisten im Umgang mit dem „Eigenen“ und dem „Fremden“. Das Eigene bezieht sich auf die vertraute Seite der Kommunikation, auf Kultur, Sprache, Religion, Demokratie, die wir deutsch nennen. Das Fremde, das sind die anderen Kulturen, die je nach Grundstimmung im eigenen Lande als Herausforderung und Bereicherung oder aber als befremdlich und bedrohlich empfunden werden. In einer sich globalisierenden Welt aber brauchen wir, braucht der Exportweltmeister Deutschland, mehr als je zuvor einen verständigen Zugang zu anderen Kulturen. Und den können uns am besten diejenigen Weltbürger bieten, die einerseits ihre eigene Heimat – unsere Fremde – kennen, sich aber auch im deutschen Leben auskennen. Genau die finden sich in großer Zahl in den Redaktionen der DW, Mitarbeiter, die mehr sind als nur Deutsche oder Ausländer, in denen sich unterschiedliche Kulturkreise zu einer kosmopoliten Weltsicht vereinen.

Damit ist die DW auch besser als jedes andere Medium „in der Mitte Europas“ aufgestellt, um dem mancherorts geschürten „Kampf zwischen den Kulturen“ ihre eigene dialogische Kompetenz entgegen zu stellen. Nur das Aufeinanderzugehen in der Kommunikation, nur der ständig erneuerte Dialog vermag hier Brücken zu schlagen. Der Begriff des Dialogs entstand mit der antiken Bühne der Griechen und beschrieb bereits dort ein spannungsvolles Zwiegespräch – oft auch zwischen Eigenem und Fremdem. Der erfolgreiche Dialog der Kulturen bedarf der fachkundigen Moderation. In manchen Medien werden Ängste geschürt und Feindbilder beschworen, in der globalen Kommunikation tummelt sich manch übles Gebräu. Umso wichtiger ist das Prinzip, Kommunikatoren werden zu Moderatoren. Sie werden Agenten des Brückenschlags. In der DW arbeiten Serben und Kroaten zusammen, Iraner und Amerikaner – die tägliche Redaktionsarbeit ist auch immer Einüben in gegenseitiges Verstehen. Und sie alle arbeiten daran, uns die fragmentierte Welt zu erklären.

In ihrer täglichen Arbeit betreiben Mitarbeiter der DW dialogischen Journalismus, erklären der Welt, was in Deutschland und Europa geschieht, aber eben auch den Deutschen, was draußen passiert. Eine Publikumsaktion der DW 2006 fragte danach, was man in der Welt von den Deutschen hält. 15.000 Zuschriften aus allen Winkeln der Erde hielten uns den Spiegel vor, entwarfen ein schillerndes Deutschlandbild zwischen Klassik und Sauerkraut, ernsthafte Geschichtsbewältigung und den Anfängen der Homöopathie (was wohl nur Indern auffallen konnte). Ach ja, das Internet ist zudem ein interaktives, also dialogisches Medium, das sich zur Umsetzung besonders eignet. Wichtig bleibt dabei, den Interessenten auf der anderen Seite zu sehen, der per Dialogangebot zu der Überzeugung kommt, dass als aktiver Partner Ernst genommen wird.

9.3. Mit Telemedien an die Spitze?

Die Rede von der digitalen Revolution ist in aller Munde. Die DW startete 1994 – und damit vergleichsweise sehr früh – ihr Internet-Portal, damals eher als Demonstration ihrer Zukunftsoffenheit und weniger basierend auf klarer Planung. Das geschah zudem eher spielerisch und inkremental, ohne strategisches Interesse aus der Spitze des Hauses. Das Häuflein Online-Verantwortlicher

des Senders nutzte die Chance und experimentierte umfassend mit den neuen Möglichkeiten. Sie erwiesen sich als echte Pioniere, die alsbald bahnbrechende Entwicklungen einleiteten. Allerlei Kooperationen – mit dem DAAD, mit Goethe-Instituten, mit Ministerien – bezeugen, dass ihre Kompetenz heute auch anderswo geschätzt wird. Dabei wurden sie von zwei Faktoren unterstützt: Das Internet ist – wie der Name unterstreicht – ein Weltnetz, bietet also Zugang zum traditionellen Beritt der DW. Und für die DW gab es niemals rundfunkrechtlich gesetzte Obergrenzen mit einem absurden Ausgabenlimit von 0,75 Prozent, wie sie die öffentlichen Inlandssender zu ertragen haben.

Seit der Novellierung des DW-Gesetzes von 2005 gelten die „Telemedien“ neben Radio und Fernsehen als gleichberechtigte dritte Säule des Angebots. Nun ist nicht ganz klar, was diese Telemedien ausmacht, handelt es sich doch um einen Kunstbegriff unserer Medienjuristen. Bei erster Annäherung scheint man darunter das zu verstehen, was aus der Online-Redaktion kommt und auf dem dw-world-Portal abrufbar ist. Aber hier beginnt das Problem. Wer dort „Service“ anklickt, erhält folgende Dienste: Newsletter, Feeds (Podcast u. ä.), Mobile Dienste, Feedback, DW-Radio, DW-TV, Merchandising. Offensichtlich bietet das Internet weit mehr, nämlich multimediale Qualitäten, es integriert alle bisherigen Medienleistungen in dem einen Portal. Man kann sogar T-Shirts dort bestellen.

Dort finden wir Nachrichtentexte und Newsletter, was an die Arbeit von Zeitungsredaktionen erinnert. Weiter werden die laufenden Radio- und des Fernsehprogramm als Streams angeboten, und wir treffen auf Audio- und Video-Sequenzen, die on demand abgerufen werden können, auf den eigenen PC, das Handy, den MP3-Player. Für den, der spezielles Interesse hat, werden Dossiers angeboten, thematische Zusammenstellungen, die eher an vertiefenden Magazinjournalismus erinnern. Sie sind oft mit Links zu externen Anbietern mit vertiefenden Informationen verbunden. Hier kann weiter gesponnen werden: Bei Weltkonflikten zu den Spezialportalen der Friedensforscher, bei Energiefragen zu fachkundigen Forschungsinstituten, bei Auslandsthemen zu Medienportalen deutschsprachiger Zeitungen, die es von Prag bis Santiago de Chile gibt. In der Summe gilt, dass digitale Medien alle Grenzen sprengen und ermöglichen, in den Revieren der bisher sauber getrennten Medien zu wildern.

Dann kommen die interaktiven Leistungen. Der Nutzer kann jederzeit selbst aktiv werden, die deutsche Sprache lernen, an Abstimmungen teilnehmen, sich an Spielen beteiligen und einfach Kritik loswerden. Und schließlich lässt sich bei all diesem 'Traffic' seitens der DW feststellen, wo die Anfragen herkommen und was besonders oft nachgefragt wird. Der Trend ist eindeutig: Das konsumierende Massenpublikum der alten Medien wird vom User abgelöst, der individuell das Angebot nutzt. Die nach festem Schema ablaufenden Programme der alten Medien weichen neuer Zeitsouveränität – auch dies ist besonders wichtig auf dem in viele Zeitzonen gegliederten Erdball.

Tatsächlich ist also das digitale Angebot nicht einfach eine ergänzende Säule des DW-Programms, wie der Begriff Telemedien suggeriert; vielmehr zeigt es alle Züge eines entstehenden Universalmediums, das zukünftig alle Medienangebote integriert, zumindest dann, wenn Breitbandnetze die Haushalte erobert



haben. Der Charme des Internets ist seine konvergente Qualität, seine Fähigkeit, alles auf einer Oberfläche anzubieten. Das Internet ist multimedial, es bietet Hyperlinks, es ist interaktiv – und wird damit zum zukunftssicheren Medium. Dazu trifft es sich gut, dass es mit jungen Zielgruppen korrespondiert, die bisher nur schwer vom internationalen Funk erreichbar waren. Das neue arabische Portal spezialisiert sich z. B. von Anbeginn auf junge Zielgruppen. Dynamische Internet-affine Notizen werden zukünftig die Geschicke der Welt lenken, und es ist für uns überlebenswichtig, den Gesprächsfaden mit der kommenden Generation nicht zu verlieren.

10. Die Digitalisierung der Medien

10.1. Und wieder die BBC: Newsroom und der 360-Grad-Journalismus

Es ist eine Binsenweisheit: Die Digitalisierung verändert die Medien. Das wird in jeder Redaktion sichtbar, wo die Arbeit nur noch an Terminals verrichtet wird – gleich, um welches Medium es sich handelt. Im Zeitungshaus Springer wurden aus diesem Grunde 2006 Print- und Online-Redaktionen zusammengelegt, in einen gemeinsamen Newsroom. In der digitalen Welt gibt es nur noch übergreifend tätige Nachrichtenproduzenten und diverse Ausspielkanäle. Bei Springer bedeutet dies, dass die Online-Portale kontinuierlich neue Nachrichten anbieten, die gedruckte Zeitung aber im 24 Stunden-Turnus abgeliefert wird; sie soll besonders ausführlich und übersichtlich die Nachrichtenlage präsentieren. Dabei gilt, „content is king“ und die Journalisten entscheiden in Kenntnis ihrer Kundenbedarfe, über welche Playout-Struktur eine Nachricht sinnvoll weitergeleitet wird. Natürlich zählt auch in Zukunft die Radiosendung zu diesen Übertragungskanälen – wo immer sie Hörer erreicht.

Auch die DW wird sich nicht dem Prozess entziehen können, dass Online die universelle Plattform entsteht, über die alle Nachrichten laufen. Der Journalist der Zukunft muss multimedial arbeiten, Texte und Bilder kombinieren, Audio und Video integrieren, eigene und externe Angebote verlinken können. Ebenso obliegt ihm die Entscheidung über die angemessenen Ausspielwege. Die Technik hilft ihm dabei, so dauert es inzwischen nur noch Sekunden, aus einer Radio-reportage einen Podcast zu machen.

Bei der BBC hat man inzwischen die Redaktionen neu geordnet, aus dem Bereich Radio wurde z. B. „Audio und Musik“. Dort wurde auch das Leitbild der zukünftigen Nachrichtenggebung ausgegeben: „360-degree multiplatform-content-creation“. Das seltsame Schlagwort soll betonen, dass jetzt sämtliche Inhalte für sämtliche Verbreitungswege konzipiert und produziert werden. Der Journalist wird quasi aufgefordert, rundum zu schauen, um keine einkommende Nachricht zu übersehen. Er bereitet sie auf und hat sie auf möglichst vielen Kanälen zum Interessenten zu bringen.

Sicherlich wird die DW nicht daran vorbeikommen, über eine Zusammenlegung ihrer Radio- und Online-Redaktionen nachzudenken – nach Sprachen sortiert, wie es Spezialität des Hauses ist. Schon jetzt stehen beide Bereiche unter demselben Programmdirektor. Die Einbeziehung des audiovisuellen Mediums Fernsehen erweist sich da als viel schwieriger, einerseits weil die Produktionsbedingungen aufwändiger, zum anderen weil Präsentation und Nutzung ganz anders gepolt sind. So besehen ist die derzeitige Trennung der Redaktionen zwischen Bonn und Berlin kein größeres Hindernis. Aber irgendwann wird auch hier die Frage nach neuen Organisationseinheiten zu stellen sein.



10.2. Internet als universelle Plattform

Der Computer entwickelt sich vom Eingabe- und Präsentationsgerät zunehmend zur universellen Recherche-Maschine. Früher bestand internationale Berichterstattung vor allem aus der Auswertung von Weltagenturmeldungen und Korrespondentenberichten. Nun gibt es ergänzende Möglichkeiten: Portale von Regierungen und Organisationen in den Berichtsgebieten, örtliche Agenturen, NGO's oder auch Dissidentenstimmen.

Dies gilt gerade für Regionen mit restriktiven Pressezugängen, wie China oder Zimbabwe, um die sich die DW besonders zu kümmern hat. Da trifft es sich gut, dass das Internet schwer zu zensieren ist. Wenn diese inhaltliche Überwachung (mehr oder minder erfolgreich) in manchen Regionen (wie China) versucht wird, unterstreicht dies, dass die Machthaber sehr wohl um die Barrieren brechende Kraft des Internets wissen.

Das Internet ist nicht nur ein Multimedien, das alle bisher getrennten Medienformen auf einer Plattform vereinigt, es wird im nächsten Schritt auch zum Hypermedium, das beliebig mit externen Anbietern verlinkt. Im digitalen Zeitalter gibt es deshalb keinen Grund mehr, dass jeder alles macht. Stattdessen sollte sich jeder darauf konzentrieren, was er am besten kann. Die DW ist bereits heute das Kompetenzzentrum für Nachrichten aus dem gesamten Weltgeschehen. Für innerdeutsche Informationen stehen andere Anbieter zur Verfügung, Kooperation und Austausch mit dem Portal von tagesschau.de funktionieren bereits gut.

Im europäischen Bereich sollte die Zusammenarbeit mit anderen internationalen Sendern ausgebaut werden; deutschsprachige Angebote von Partnersendern oder Auslandsdeutschen können das Angebot ergänzen. Und dem europäischen Einigungsprojekt muss auf die Sprünge geholfen werden. Das zentrale Defizit dabei, das Fehlen einer europäischen Öffentlichkeit, muss durch intensivierete Kooperation angegangen werden. Diese Zusammenarbeit jenseits nationaler Eitelkeiten muss zwei Stoßrichtungen haben: nach innen, damit Europäer sich besser verstehen, und nach außen, weil es bisher keine 'Voice of Europe' gibt. Mit einem gemeinsamen Europa-Portal könnte schon morgen der Einstieg erfolgen.

10.3. Globale Konkurrenz und Alleinstellungsmerkmale

Das Vordringen des Internet stellt die DW in völlig neue Konkurrenzen. Warum sollte ein Deutschland-interessierter Nutzer irgendwo in der Welt noch das Portal der DW ansteuern, wenn er seine Nachrichten ebenso schnell auch bei Spiegel Online oder der Süddeutschen abrufen kann? Macht die DW so weiter wie bisher, wird sie angesichts völlig neuer Konkurrenten alsbald in die Krise geraten. Umso wichtiger ist es, dass sich das Haus seiner besonderen Stärken bewusst wird und diese systematisch weiterentwickelt. Auch hier bietet das Internet einzigartige Möglichkeiten, weil es das alte Problem des Auslandsrundfunks überwindet, dass die Macher nur wenig über ihr disperses Weltpublikum wissen. Internet-Nutzer lassen sich dagegen differenziert in ihren Gewohnheiten verfolgen.

Wie zu erwarten, erweisen sich Angebote dann als besonders attraktiv, wenn die DW ihre volle Stärke ausspielen kann, ihre Mehrmedialität, verbunden mit globaler Kompetenz und Multilingualität. Hier liegt ihr Alleinstellungsmerkmal. Um die ideale Kombination dieser Faktoren zu demonstrieren, sei an den Best of Blog-Wettbewerb erinnert, der im November 2006 zum dritten Male abgeschlossen wurde. Dabei werden Blogs, also Internet-Tagebücher, zum einen in zehn Sprachen prämiert, zum anderen bestimmte Genres, darunter Best Podcast, Best Corporate oder Verteidigung der Medienfreiheit (in Kooperation mit Reporter ohne Grenzen) hervorgehoben. Der Hauptpreis ging an die amerikanische *Sunlight Foundation*, die sich bemüht, Licht in die finanziellen Transaktionen des US-Kongresses zu bringen. Insgesamt wurden über 5.500 Blogs aus der ganzen Welt nominiert, über 100.000 User beteiligten sich via Internet an der Auswahl der Preisträger.

Warum war „The BOBs“ ein Welterfolg? Weil die internationale Szene der Blogger einbezogen wurde – junge, aktive Internet-Fans aus buchstäblich allen Weltwinkeln. In der von der DW anvisierten Zielgruppe der Multiplikatoren zählen sie zu den schwer erreichbaren jungen Altersgruppen. Bei der Preisverleihung in Berlin sah man viele Jeans und Turnschuhe. Aber warum gerade die DW? Ganz einfach: kein anderes Haus in Deutschland – öffentlich oder privat – hätte dies leisten können. Wer verfolgt die neuen Internet-Trends in der Welt? Wer kann eine zehnköpfige Jury, deren Mitglieder zehn verschiedene Sprachen sprechen, miteinander verbinden? Wer vermag die Botschaft in die Welt hinauszugetragen und bleibt bei alledem glaubwürdig, weil keine eigenen wirtschaftlichen oder politischen Interessen erkennbar sind? Letztlich sind nur ganz wenige Organisationen in der Welt dazu fähig gewesen – und die DW war die erste, die diese bahnbrechende Idee hatte.

Natürlich ist es auch richtig, dass die DW sich nicht auf diesen Lorbeeren ausruhen darf. Sie hat hier eine einzigartige Position erworben, die es auszubauen gilt. Im Online-Ausschuss des Rundfunkrats spinnte man diesen Gedanken: Die DW wird zum Steuermann in der Sphäre der Blogger, entwickelt eine Art Blogopädie, einen kompetenten Führer durch die verworrene Wunderwelt der Blogs. Die DW könnte dafür bürgen, dass nur leistungsfähige, publizistisch ehrliche, verantwortungsbewusst geführte Blogs in ein kommentiertes Verzeichnis aufgenommen werden. Die DW könnte so etwas werden wie der „digitale Ortspfarrer im globalen Weltdorf“. Tatsächlich wird nur derjenige in digitalen Umwelten überleben, der phantasievoll an die Herausforderungen herangeht.

11. Fazit

1. Meiner Erfahrung nach hat sich das System der Kontrolle öffentlicher Rundfunkanbieter durch Rundfunkräte bewährt. Sie sichern zentrale Elemente einer offenen Medienordnung, darunter Pluralität, Vielgestaltigkeit, Autonomie und Freiräume für neue Entwicklungen. Dies gilt insbesondere im Vergleich zu anderen Staaten, in denen oft zentrale Aufsichtsgremien eng an die politischen Mehrheiten angelehnt sind, wie etwa in Frankreich oder – mit schlimmen Auswirkungen – in Italien, wo der größte Medienunternehmer des Landes als Ministerpräsident zeitweise auch noch Kontrolle über die öffentliche RAI erlangte.

2. Gleichwohl sollte das nach dem Zusammenbruch von 1945 weitgehend ohne öffentliche Debatte eingeführte und seitdem kaum veränderte System der Rundfunkräte mit Vertretern sozial relevanter Gruppen reformiert werden. Die wenigen empirischen Untersuchungen bescheinigen den 'Wächtern' in den Gremien, dass sie als Laien mitunter überfordert sind. In Großbritannien ist aus ähnlich gelagerten Gründen das System der Governors abgeschafft und mit dem neuen BBC Trust die Betonung auf Erfahrung und Qualität gesetzt worden. Dies geschah, wie in Großbritannien üblich, außerhalb parteipolitischer Konfrontation und mit Feingefühl für die Notwendigkeiten öffentlicher Akteure. So legt man Wert auf Verfahren, die Fachleute und Medienkenner in die Gremien bringt, die aber zugleich auch die BBC-Arbeit öffentlich darzustellen verstehen.

3. In meinen sieben Jahren habe ich mehrfach Bedrohungen des Hauses DW erlebt, die vor allem aus der Politik kamen und auch weiterhin zu befürchten sind. So wurden in meiner Amtszeit ohne Vorwarnung weit überproportionale Budgetkürzungen angeordnet, die zur unvermeidlichen Schließung von Redaktionen und massivem Abbau von Personal führten. Selbst wenn dies vom Apparat verkraftet wurde, beherrschten die resultierenden Unsicherheiten jahrelang nicht nur die Arbeit der Mitarbeiter, sondern auch die der Gremien, die auf die Volumina der Finanzierung keinen Einfluss haben. Auch das gescheiterte Projekt *German TV* entstand in der Politik, und zwar gegen anderslaufende Pläne, die innerhalb der öffentlichen Sender entwickelt worden waren. Als das mit kaum lösbaren Auflagen befrachtete Projekt erste Erfolge zeigte, wurde es vorzeitig von der Politik beendet. So betreibt man keine bedachte auswärtige Kulturpolitik und versenkt zugleich eine Menge Geld. Wie es aussieht, wird die DW nun aus eigener Kraft den Auf- und Umbau gestalten.

4. Dies korrespondiert mit der Rolle der Politiker in den Gremien der DW. Viele von ihnen geraten schon deshalb in eine schwierige Situation, da sie für Kürzungen verantwortlich gemacht werden, auf die sie kaum Einfluss zu nehmen vermögen. Schließlich wird die Finanzierung der DW nicht von Fachpolitikern getragen, sondern von der Regierung plus Bundestagsmehrheit insgesamt. Politiker fehlten zudem überdurchschnittlich oft bei Gremiensitzungen, kamen aber berechenbar vollzählig zusammen, wenn es um Entscheidungen von großer Bedeutung (Intendantenwahl) ging. Wir 'Grauen', die wir uns eher der Zivilgesellschaft und der Allgemeinheit verbunden fühlten, hatten immer einmal wieder



den Eindruck, dass wir mehr von dem verstehen, wofür die DW steht und wie sie im Alltag funktioniert. Daher sollte deren Position gestärkt werden.

5. Man sollte Wege finden, wie neben den Repräsentanten der "sozial relevanten Gruppen" auch Fachleute aus den unterschiedlichen Sparten der Medienbranchen und der Kommunikationswissenschaft Eingang in die Gremien finden. Die Rekrutierungsregeln des britischen BBC Trust gehen in diese Richtung. Natürlich kann hier eingewendet werden, dass dies ein egoistisches Argument ist, wenn ich fordere, dass weniger Politiknähe und mehr dokumentierter Sachverstand inklusive Verantwortung vor der Öffentlichkeit erforderlich sind. Aber es geht hier vor allem um die Zukunft der deutschen Rundfunkaufsicht.

6. Die DW hat in den letzten zehn Jahren enorme Veränderungen durchgemacht und dabei ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit bewiesen. Sie hat eine beachtliche Reduzierung des Mitarbeiterstamms verarbeitet und gleichzeitig den Online-Bereich aus dem Nichts zu einer gleichwertigen dritten Säule neben Radio und Fernsehen aufgebaut. Dies war nur möglich, weil das Haus über ein hohes Maß an Autonomie verfügt und dabei eigenständig Strategien entwickeln konnte, mit den Herausforderungen fertig zu werden. So kam der DW zugute, dass sie nicht mit Begrenzungen in der Entwicklung von Online-Angeboten zu kämpfen hatte, wie sie der Rundfunkstaatsvertrag von ARD/ZDF fordert. Nur deshalb konnte das Haus in diesem Bereich Pionierarbeit leisten. Zugleich wird deutlich, welches innovative Potential öffentliche Rundfunkanstalten entwickeln können – wenn man sie nur lässt. In diese Kategorie gehört auch, dass mit DRM aus der DW heraus die weltweite Standardisierung einer digitalisierten Übertragung im AM-Frequenzbereich betrieben wird.

7. Jeder international tätige Sender steht in seiner Programmarbeit zwischen zwei Polen. Einerseits soll er den staatlichen Ansprüchen genügen, eine Art medialer Visitenkarte in der Welt abzugeben, sich als Instrument der auswärtigen Kulturpolitik zu verstehen und vor allem für das ihn finanzierende Land zu werben. Diese Rolle verbindet sich mit Aufgaben einer 'Public Diplomacy' und eines 'Nation Branding', um die derzeit trendigen Begriffe zu nennen. Andererseits eignen sich Journalisten mit Qualitätsansprüchen nicht für schönfärbende PR, sie möchten ihrem professionellen Selbstverständnis nach internationale Berichterstattung auf hohem Niveau und in professioneller Unabhängigkeit leisten. Dieser Anspruch ist auch im Leitbild gespiegelt, wie es die Mitarbeiter der DW entwickelt haben. Das DW-Gesetz lässt beide Sichtweisen zu. Meine Einschätzung ist, dass die Eliten und Multiplikatoren, welche die DW in der Welt erreicht, für werbende Botschaften wenig Interesse aufbringen, weil sie sofort zu durchschauen sind. Eher sieht es so aus, dass sie vor allem das Bedürfnis nach Selbstbestätigung der inländischen Geldgeber bedienen sollen. Richtig ist es, der Politik der BBC zu folgen, die Qualität in den Mittelpunkt stellt und mit den weltweit glaubwürdigsten und nachgefragtesten Angeboten Renommee erzeugt – letztlich auch für Großbritannien.

8. Die Zukunftsperspektiven der DW sind in der für den Zeitraum 2007 bis 2010 entwickelten Arbeitsplanung richtig dargestellt. Es geht um Konzentration auf Kernkompetenzen, auf qualitativ hochwertige Weltberichterstattung, aber auch

um die Fokussierung auf wichtige Sprachen, Regionen und Konfliktherde. Die Betonung auf eine differenzierte, dialogisch angelegte Weltsicht ist der geeignete Weg. Der Auftrag, einen Beitrag zur Weiterentwicklung des europäischen Projekts zu leisten, muss intensiviert werden. Natürlich wird die DW ihre Vorreiterrolle im Bereich der Neuen Medien sichern und weiter ausbauen müssen. Vor allem sollte dem Haus aber auch seine enorme Anpassungsfähigkeit, die es in den Krisen der letzten Jahre immer wieder gezeigt hat, durch ein hohes Maß an Autonomie gesichert bleiben.

9. Im globalen Kontext agiert die DW inzwischen in einem Umfeld massiver TV-Konkurrenz einerseits durch kommerzielle Konkurrenten wie CNN, ergänzt um regionale Akteure wie in Deutschland ntv oder N24, dazu kommen staatliche und halbstaatliche Prestigeprojekte im globalen Maßstab wie *Russia Today*, *France 24* und das inzwischen weltweit und in englischer Sprache verbreitete *Al Dschasira*. Offensichtlich sind viele dieser Anbieter an globale Interessenlagen ihrer staatlichen oder privaten Finanziers angekoppelt, von denen sie sich nur begrenzt zu entfernen vermögen. Da erscheint es umso wichtiger, dass öffentliche Anbieter im Sinne eines globalen 'dualen Systems' hier Gegengewichte setzen, mit unabhängiger Berichterstattung Glaubwürdigkeit aufbauen und die Weltöffentlichkeit umfassend informieren. Die DW bringt dazu gute Voraussetzungen mit.

10. In der Summe gilt, dass die DW aus einem Auslandssender alter Schule in eine global orientierte Plattform für Nachrichten und Kulturaustausch weiterentwickelt werden muss, wobei die multimediale und interaktive Logik des Internets und der digitalen Kommunikation in ihrer ganzen Breite einzusetzen sind. In der Konkurrenz muss sie sich auf ihre Kernkompetenzen besinnen, nämlich professionell erstellte und qualitativ orientierte Angebote für die Welt – also einschließlich Deutschlands – zu liefern, die ihre einzigartige transkulturelle und kosmopolite Stellung widerspiegeln. Dabei sollte sie sich in der Public Service-Tradition Europas stehend begreifen und sich bewusst von staatlich oder kommerziell beherrschten Programmen absetzen. Um diesen wichtigen und zukunftssicheren Auftrag erfüllen zu können, bedarf sie gesicherter Finanzierung bei demonstrierter Staatsferne und einer erfahrenen, weltzugewandten Führungsmannschaft in den Spitzen des Hauses, einschließlich eines Rundfunkrats, der sich seiner Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit bewusst ist.

Literatur

- Becker, Jörg/Salamanca, Daniel (1998): Der unsichtbare Spätankömmling, Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin 1998
- Brosius, Hans-Bernd/Patrick Rössler/Claudia Schulte zur Hausen: Zur Qualität der Medienkontrolle: Ergebnisse einer Befragung deutscher Rundfunk- und Medienräte, in: Publizistik, Nr. 4/2000, S. 417 - 441
- Kleinsteuber, Hans J. (2007): Politik im Verborgenen. Rundfunkratssystem in der Krise, in: Funkkorrespondenz, Nr. 5, 02.02.2007, S. 3-7 (Interview); in Auszügen abgedruckt: tageszeitung, 07. 02. 2007
- Kleinsteuber, Hans J. (2007a): Deutsche Welle und German TV in den USA: Auswärtige Kulturpolitik auf einem schwierigen Markt, in: Raab, Josef/Wirrer, Jan (Hrsg.): Die deutsche Präsenz in den USA/The German Presence in the U.S.A., im Erscheinen
- Kleinsteuber, Hans J. (2007b): Ortspfarrer im digitalen Weltdorf, in: epd medien, Nr. 7, 27. 01. 2007, S. 4 - 9
- Kleinsteuber, Hans J. (2006): Die Enquetekommission des Deutschen Bundestags zu ´Zukunft der Medien´ 1996 - 1998. Ein Bericht aus Sachverständigen-Perspektive, erschienen in: Falk, Svenja et. al. (Hrsg.): Handbuch Politikberatung, Wiesbaden 2006, S. 400 - 413
- Kleinsteuber, Hans J. (2006a): Deutsche Welle & Co und ihr Beitrag zur Stärkung europäischer Öffentlichkeit“, erschienen in: Langenbacher, Wolfgang L./ Latzer, Michael (Hrsg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Wiesbaden 2006, S. 305 - 317
- Kleinsteuber, Hans J. (2005): Überlebenszeichen. Nach dem Aus: Gibt es eine Nachfolge für German TV? In: epd medien, Nr. 53, 06. 07. 2005, S. 5 - 8
- Kleinsteuber, Hans J. (2004): Editorial: Zehn Jahre DW-WORLD.DE, in: weltzeit – Das Magazin der Deutschen Welle, 08/2004, S. 2
- Kleinsteuber, Hans J. (2004a): Bausteine für einen dialogischen Journalismus. Zur Umsetzung des Prinzips 'Dialog der Kulturen', erschienen in: Klusmann, Jörgen (Hrsg.): Interkulturelle Kompetenz und Medienpraxis. Ein Handbuch, Frankfurt 2004, S. 41 - 68
- Kleinsteuber, Hans J. (2004b): Radio und Radiotechnik im digitalen Zeitalter, erschienen in: Segeberg, Harro (Hrsg.): Die Medien und ihre Technik, Marburg 2004, S. 371 - 397
- Kleinsteuber, Hans J. (2003): Bausteine für einen dialogischen Journalismus. Zur Umsetzung des Prinzips ´Dialog der Kulturen´, erschienen in: Behmer, Markus/Salau, F. Kayode/Wimmer, Jeffrey (Hrsg.): Nachrichten aus dem Weltdorf. 'Dritte Welt'-Berichterstattung in deutschen Medien, Feldafing 2003, S. 9 - 24 (InWent-Tagung, 24. - 26. 10. 2002)



- Kleinsteuber, Hans J. (2003a): Weltniveau: Deutsche Welle – ein neuer Programmauftrag, in: epd medien, 28. 06. 2003, S. 3 - 5
- Kleinsteuber, Hans J. (2002): Auslandsrundfunk in der Kommunikationspolitik – Zwischen nationaler Kommunikation und Dialog der Kulturen, erschienen in: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation, Konstanz 2002, S. 354 - 372
- Kleinsteuber, Hans J. (2002a): Globale Überwältigung oder Dialog der Kulturen?, erschienen in: Becker, Jörg/Funiok, Rüdiger/Kleinsteuber, Hans J./Kramer, Dieter: Globale Solidarität durch weltweite Kommunikation?, Reihe Globale Solidarität. Schritte zu einer neuen Weltkultur, Band 7, Stuttgart 2002, S. 111 - 154
- Kleinsteuber, Hans J. (2001): Neue Medien im Prozess der Globalisierung. Zum Verhältnis von Medientechnik und Politik am Beispiel des deutschen Auslandsrundfunks, erschienen in: Simonis, Georg et al. (Hrsg.): Politik und Technik. Analysen zum Verhältnis von technologischem, politischem und staatlichem Wandel am Anfang des 21. Jahrhunderts, PVS Sonderheft 31, Wiesbaden 2001, S. 132 - 145
- Kleinsteuber, Hans J. (2000): Höchste Zeit für Reformen. Die DW verfügt über einen multikulturellen Schatz, doch darf ihn nicht nutzen, erschienen in: Frankfurter Rundschau, 05. 10. 2000, S. 23
- Kleinsteuber, Hans J. (1999): Amphibisch – Deutsche Welle: Vom Auslandssender zum Dialog der Kulturen, in: epd medien, Nr. 78, 06. 10. 1999, S. 3 - 10
- Pieper, Frauke (2000): Der deutsche Auslandsrundfunk. Historische Entwicklung, verfassungsrechtliche Stellung, Funktionsbereich, Organisation und Finanzierung, Schriftenreihe des Instituts für Rundfunkrecht, Band 80, München 2000
- Pleitgen, Fritz (2007): Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 218, Köln 2006, http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/das_institut/spende_ap.php?filename=21806.pdf

ISSN 0945-8999

ISBN 978-3-938933-32-9