

Unterrichtung

durch die Deutsche Welle

Aufgabenplanung der Deutschen Welle 2006 bis 2009 – Globale Präsenz, regionale Relevanz und technische Innovationen

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Zusammenfassung	3
Einleitung	7
1 Das neue Deutsche-Welle-Gesetz (DWG): Ziele und Aufgaben ...	8
2 Die Angebote der Deutschen Welle (DW)	9
3 Die Zielgruppen der Deutschen Welle (DW)	11
4 Verbreitungswege und technische Entwicklungsperspektiven: Komplementäre Nutzung der DW-Medien	14
5 Strategische Ausrichtung und Schwerpunkte der Planung 2006 bis 2009	16
5.1 Dialog mit dem Islam: Beitrag zur Konfliktprävention und Friedens- sicherung	16
5.2 Präsenz in Asien stärken	17
5.3 Europäische Zusammenarbeit fördern: Neue Sprachen, neue Dienste	18
5.4 Vor Ort: Präsenz erhalten und ausbauen	18
5.5 Im Zentrum: Metropolenradio	19
5.6 DRM-Strategie: Technische und programmliche Perspektiven	19
5.7 Marketing und Vertrieb: Gezielte Kommunikation mit den Zielgruppen	20
5.8 IT-Strategie: Modern und innovativ	20

	Seite
6 Finanz- und Investitionsplanung	21
7 Evaluation	25
8 Kooperation mit Dritten	27
8.1 Internationale Rundfunkanstalten	27
8.2 Landesrundfunkanstalten und ZDF	27
8.3 Institutionen der Auswärtigen Kulturpolitik und der internationalen Entwicklungszusammenarbeit	28
9 Personalwesen	29

Zusammenfassung

Novelle des Deutsche-Welle-Gesetzes

Die vorliegende Aufgabenplanung 2006 bis 2009 ist die erste, die nach den Bestimmungen der Novelle des Deutsche-Welle-Gesetzes erstellt wurde. Ein Kernelement der Gesetzesnovelle ist das Beteiligungsverfahren. Dieses bestimmt, dass die Deutsche Welle die von ihr erstellte Aufgabenplanung der Bundesregierung und dem Bundestag zuleitet und sie im Internet veröffentlicht, damit die Verfassungsorgane und die interessierte Öffentlichkeit dazu Stellung nehmen können. Die schon bisher erforderliche Aufgabenplanung wird nun insofern inhaltlich präzisiert und ausgeweitet als dass die Deutsche Welle in eigener Verantwortung und rundfunkrechtlicher Unabhängigkeit gemäß Artikel 5 des Grundgesetzes für einen Zeitraum von vier Jahren ihre Programmziele und Schwerpunktvorhaben festlegt, und zwar aufgeschlüsselt nach Zielgebieten, Zielgruppen, Verbreitungswegen und Angebotsformen. Am Ende der Planungsperiode muss nun eine umfassende Evaluation vorgelegt werden.

DW-Angebote

Die drei Medien der Deutschen Welle sind bezüglich der Ziele und Zielgruppen zueinander komplementär; die Unternehmensstrategie beruht auf einem ausgesuchten Mix der Medien. Außerdem muss wegen unterschiedlicher technischer und regulatorischer Zugangsvoraussetzungen immer eine Mischung verschiedener Verbreitungswege gewählt werden.

Im Hörfunk leitet die Deutsche Welle für die Jahre ab 2006 einen Paradigmenwechsel ein: Ein „integrierter mehrsprachiger Auftritt“ auf einer Frequenz – ob analog (zeitlich nacheinander bzw. im Wechsel) oder digital (möglichst zeitlich parallel) – gehört zur Strategie im Hörfunk.

DW-TV plant, bis 2008 bzw. 2009 chinesische und russische Programmfenster zu eröffnen, um der steigenden Bedeutung dieser Regionen gerecht zu werden. Außerdem wird das arabische Programm erweitert und bereits 2005 auf Live-Moderation umgestellt.

Mit ihrem Online-Angebot ist die Deutsche Welle in einer guten Position, die Chancen der sich rasant verändernden Medienlandschaft zu nutzen. Dabei geht es der Deutschen Welle um das Erreichen bestimmter Nutzergruppen, unabhängig vom Empfanggerät (TV, Radio, PC, PDA, Telefon). Im Planungszeitraum werden Farsi und Koreanisch als Schwerpunktsprachen neu aufgenommen sowie das Mobilangebot ausgebaut.

Die DW-AKADEMIE wird zu einem Zentrum internationaler Medienausbildung ausgebaut.

GERMAN TV soll als best-of-Programm von DW, ARD- Landesrundfunkanstalten und ZDF weitergeführt werden.

Zielgruppen

Die Zielgruppen der Deutschen Welle werden in der Aufgabenplanung umfassend definiert. Sie werden aus den strategischen Zielen des gesetzlichen Auftrages abgeleitet:

- Meinungsmacher, Entscheidungsträger, Eliten
- Potenzielle und zukünftige Meinungsmacher

- Bevölkerungen ohne freien Medienzugang/restriktive Medienmärkte
- Bevölkerungen in Krisengebieten
- Deutsche im Ausland und deutschsprachige Bevölkerung/Deutschlernende

Die Zielgruppen werden im Planungszeitraum nach den Zielregionen der Deutschen Welle weiter differenziert.

Verbreitung und technische Entwicklung

Die Deutsche Welle hat die Distributionswege genau auf ihre Zielgruppen und die Mediensituation in den Zielmärkten abgestimmt. Daher setzt sie sowohl auf traditionelle als auch auf moderne Distributionswege.

Für DW-RADIO bleibt die analoge Kurzwelle (KW) ein wichtiger Verbreitungsweg, da sie insbesondere in unterentwickelten sowie restriktiven Medienmärkten und in Medienmärkten in Schwellengebieten eine Versorgung der Zielgruppen ermöglicht. Zu einer Renaissance der Kurzwelle wird es durch die Digitalisierung der Kurz-, Mittel- und Langwellenübertragung (Digital Radio Mondiale/DRM) kommen. Die Programme von DW-TV werden primär über Satelliten verbreitet. Zum einen für den Direktempfang (direct-to-home, DTH), zum anderen für die Versorgung von Rebroadcastern, Kabelnetzbetreibern und Hotels. Für DW-WORLD.DE nutzt die Deutsche Welle alle modernen Distributionswege, die das World Wide Web (WWW) sowie andere Übertragungsprotokolle und digitalen Formate ermöglichen.

Die technologische Entwicklung von Hörfunk, Fernsehen und Online bzw. Telemedien wird bis 2009 durch eine zunehmende Digitalisierung und Konvergenz charakterisiert werden. Aus Sicht des Nutzers bedeutet dies, dass Medieninhalte mobil abgerufen und on-demand genutzt werden. Daraus ergeben sich neue Verbreitungsmöglichkeiten für die Deutsche Welle, besonders in Hinblick auf die mobile Nutzung. Mit der Realisierung einer modernen und zeitgemäßen Distribution und der Entwicklung innovativer Medieninhalte befindet sich die Deutsche Welle an der Spitze der technischen Entwicklung.

Strategische Ausrichtung und Schwerpunkte der Planung

Die DW legt für den Zeitraum 2006 bis 2009 folgende strategische Schwerpunkte ihrer Arbeit fest:

- Dialog mit dem Islam: Beitrag zur Konfliktprävention und Friedenssicherung
- Präsenz in Asien stärken
- Europäische Zusammenarbeit fördern: Neue Sprachen, neue Dienste
- Vor Ort: Präsenz erhalten und ausbauen
- Im Zentrum: Metropolenradio
- DRM-Strategie: Technische Perspektiven
- Marketing und Vertrieb: Gezielte Kommunikation mit den Zielgruppen
- IT-Strategie: Modern und innovativ

Finanzplanung

Für die laufenden Ausgaben ergibt sich folgender Finanzbedarf (in T Euro):

	2006	2007	2008	2009
Bisherige Planung BKM	273.005	269.237	271.121	297.262
Anforderung DW	288.415	288.133	296.135	301.077
Mehrbedarf DW	15.410	18.896	25.014	3.815

Außerdem ist über die Fortführung von GERMAN TV zu entscheiden. Im Falle der Fortführung fällt folgender Finanzbedarf an (in T Euro):

	2006	2007	2008	2009
Finanzbedarf GERMAN TV	3.651	2.211	969	939

Zusätzlich muss ein Ausgleich für Vorfinanzierungen in Höhe von 1,9 Mio. Euro finanziert werden.

Evaluation

Die Kriterien für die Bewertung der in der Aufgabenplanung angegebenen Verbreitungswege und Angebotsformen sind so angelegt, dass sie bei der Evaluation der Aufgabenplanung den Erfordernissen des Gesetzes gerecht werden und die Planungen überprüfbar machen. Es steht der DW frei, die Kriterien und Methoden der Bewertung selbst zu wählen, wobei sie eine nachvollziehbare Begründung für die Wahl der Verfahren darlegt. Die Ergebnisse der Evaluation werden in einem dem Bundestag, der Bundesregierung und dem Bundesrechnungshof vorzulegenden Bericht zusammengefasst. Die DW hat für den Fall, dass einzelne Aufgaben durch sie nicht wie geplant erfüllt werden, Lösungsansätze („failure standards“) festgelegt. Der Evaluationsbericht für den Planungszeitraum 2006 bis 2009 wird so vorgelegt, dass er gleichzeitig als Abschlußbericht und als Planungsinstrument für die nachfolgende Planungsperiode 2010 bis 2013 dient.

Kooperationen mit Dritten

Die Kooperationen der DW mit internationalen Sendern, den Landesrundfunkanstalten, dem ZDF sowie den Organisationen der Auswärtigen Kulturpolitik und der internationalen Entwicklungszusammenarbeit wird im Planungszeitraum intensiviert und ausgebaut. Mit RFI werden seit 2003 konkrete Gespräche für die gemeinsame Nutzung von UKW-Frequenzen in Osteuropa, der GUS-Region, Zentralasien und Afrika geführt. Darüber hinaus wird mit RFI die Zusammenarbeit hinsichtlich bestimmter Fremdsprachenprogramme angestrebt. 2005 wird die Wiederaufnahme der Gespräche mit der BBC für eine Zusammenarbeit ein Schwerpunkt der Bemühungen sein. DW-RADIO wird seine regelmäßigen Kooperationen mit Radio Nederland Wereldomroep und mit Radio Canada International weiter fortsetzen. Die Deutsche Welle hat seit Ende 2003 Gespräche mit den bedeutendsten Mittlerorganisationen und Einrichtungen der Entwicklungszusammenarbeit aufgenommen. In mehreren Fällen waren formelle Kooperationsvereinbarungen das konkrete Ergebnis. Diese werden bis 2009 ausgeführt, weitere Vereinbarungen werden geschlossen.

Personalwesen

Die personalpolitischen und -wirtschaftlichen Schwerpunkte für die Planungsjahre 2006 bis 2009 bewegen sich weiterhin im Spannungsfeld zwischen einer konsequenten Reduzierung des Personalkostenanteils am Gesamtbudget auf der einen Seite und der Erhaltung und Erhöhung von Qualität, Leistung und Effizienz auf der anderen Seite. Für 2006 wird eine Planstellenzahl von 1 220 angestrebt, die bis Ende 2009 auf 1 160 Planstellen reduziert werden soll. Insgesamt bedeutet das einen Personalabbau seit 1994 um 977 Stellen, d. h. 45 Prozent des damaligen Bestandes.

Die Neuregelungen zur Arbeitszeit sollen eine Flexibilisierung der Arbeitszeit für alle Bereiche der Deutschen Welle ermöglichen. Die Flexibilisierung soll sowohl eine stärkere Ausrichtung des zeitlichen Einsatzes der Beschäftigten an die Anforderungen des Programms und der Produktion beinhalten, als auch den unterschiedlichen Bedürfnissen der Beschäftigten nach planbarer Arbeitszeit Rechnung tragen.

Zum Zwecke der Unterstützung der Programmprofilierung wird die bedarfsgerechte systematische Personalentwicklung weiter ausgebaut. Führungskräfte, Redakteure/innen, Techniker/innen sowie alle weiteren Berufsgruppen werden mit zielgerichteten Qualifizierungsmaßnahmen auf die ständig steigenden Aufgaben vorbereitet.

Als weiteres wichtiges Ziel für das Human-Ressource-Management wird die Reform der bestehenden Tarifwerke unter dem Blickwinkel der kontinuierlichen Förderung von Leistung und Flexibilität sowie zur Personalkosteneinsparung angestrebt. Gemeinsam mit den Tarifpartnern werden bis 2006 zu den beiden Themenkomplexen „Neugestaltung des Vergütungssystems der Deutschen Welle“ und „Flexibilisierung der Arbeitszeit“ Tarifvereinbarungen erarbeitet.

Einleitung

Die Deutsche Welle ist der Auslandsrundfunk Deutschlands. In journalistischer Unabhängigkeit erfüllt sie ihren gesetzlichen Programmauftrag.

Die Deutsche Welle produziert Fernseh-, Hörfunk- und Internet-Angebote in Deutsch und weiteren Sprachen für Menschen im Ausland. Mit DW-TV, DW-RADIO, DW-WORLD.DE sowie der DW-AKADEMIE und GERMAN TV ist sie die mediale Visitenkarte Deutschlands in der Welt. Sie fördert den Dialog der Kulturen und setzt sich ein für Völkerverständigung und Toleranz. Mit ihren Medien vermittelt die Deutsche Welle die Werte freiheitlicher Demokratie und tritt für die Menschenrechte ein – mit unabhängiger, umfassender, wahrheitsgetreuer und pluralistischer Berichterstattung. Für Menschen in vielen Ländern und Regionen ist sie das Medium, um ungefilterte Nachrichten und Informationen – auch über das Geschehen im eigenen Land – zu empfangen. Indem die Deutsche Welle aufzeigt, wie in der demokratischen, pluralistisch verfassten Gesellschaft Deutschlands politischer Konsens täglich aufs Neue erarbeitet werden muss, leistet sie einen spezifischen Beitrag zum Verständnis demokratischer Prozesse.

Sie ist Kulturträger und vermittelt Kultur aus Deutschland und Europa. Die Verbreitung und Förderung der deutschen Sprache sind hierbei eine unverzichtbare Aufgabe, da mit dem Interesse an der Sprache in der Regel ein ausgeprägtes Interesse an der deutschen Kultur und den politisch-gesellschaftlichen Verhältnissen in Deutschland einhergeht. Mit der DW-AKADEMIE und zahlreichen weiteren Aktivitäten gibt die Deutsche Welle ihr Know-how an Partner weltweit weiter.

In einigen Weltregionen hat der deutsche Auslandsrundfunk ein Alleinstellungsmerkmal, da andere deutschsprachige Medien – abgesehen vom Internet – nicht oder nicht aktuell zugänglich sind. Medien in den Zielgebieten zeichnen sich überdies oft durch ein deutliches Defizit in der außenpolitischen, insbesondere aber Deutschland- und Europa-politischen Berichterstattung aus. Die Deutsche Welle ist damit der entscheidende Faktor in der medialen Außenrepräsentanz Deutschlands. Durch seine in über 50 Jahren erworbene Glaubwürdigkeit fördert der deutsche Auslandsrundfunk das Ansehen Deutschlands weltweit.

Die Novelle des DW-Gesetzes hat neue Grundlagen geschaffen, indem sie einen veränderten Rahmen bereitstellt, innerhalb dessen die Deutsche Welle ihre Strategien und Angebote ausrichten kann. Im Mittelpunkt steht hierbei die Orientierung an den Zielgruppen, Zielregionen, Schwerpunktvorhaben und den Übertragungswegen.

Die Aufgabenplanung der Deutschen Welle für die Jahre 2006 bis 2009 ist die erste, die nach den Bestimmungen des novellierten Gesetzes erstellt wurde. Sie ist einerseits Grundlage und Planungsinstrument für die Arbeit der Deutschen Welle und andererseits – als eine wesentliche Errungenschaft des neuen Gesetzes – Mittel der Kommunikation mit den Verfassungsorganen und der Öffentlichkeit. Dadurch erhöhen sich Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Arbeit der Deutschen Welle als ein modernes Medienunternehmen aus der Mitte Europas.

Erik Bettermann

Intendant

1 Das neue Deutsche-Welle-Gesetz (DWG): Ziele und Aufgaben

Die Aufgabenplanung der Deutschen Welle für den vierjährigen Planungszeitraum der Jahre 2006 bis 2009 wird nach den Erfordernissen des novellierten Deutsche-Welle-Gesetzes (DWG) auf eine neue Grundlage gestellt. Die Planung orientiert sich gemäß § 4a Abs. 2 DWG an der Definition von Schwerpunktvorhaben, die nach Zielgebieten, Zielgruppen, Verbreitungswegen und Angebotsformen aufgeschlüsselt werden.

Ziele

In seiner neuen Fassung bestimmt das DWG als Kernaufgabe des deutschen Auslandsrundfunks, in seinen Medien politische, wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen in Deutschland sowie Meinungen und Meinungsströme für ein weltweites Publikum umfassend darzustellen.

Die Darstellung Deutschlands kann in vielen Bereichen nicht mehr ohne den europäischen Kontext verstanden werden. Daher wird in den Zielen des § 4 DWG jetzt Europa besonders betont. Neu ist auch, dass im Programmauftrag bzw. den Zielen ausdrücklich die schon praktizierte Berichterstattung über das Geschehen in den Zielgebieten in den Auftrag einbezogen wird. Es sollen nämlich nicht mehr nur deutsche, sondern auch „andere Sichtweisen zu wesentlichen Themen vermittelt“ werden und zwar „sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten“. Mit ihren Medien vermittelt die Deutsche Welle die Werte freiheitlicher Demokratie und tritt für die Menschenrechte ein.

Ausdrücklich formuliert der Programmauftrag das Ziel, „das Verständnis und den Austausch zwischen den Kulturen und Völkern zu fördern“. Diese Zielsetzung entsprach schon dem bisherigen Selbstverständnis der Deutsche Welle, doch wird sie durch die Kodifikation besonders herausgestellt und gestärkt. Dasselbe gilt für die Vorgabe, die deutsche Sprache zu fördern: Dies geschieht per se durch die deutschsprachigen Angebote bei DW-TV, DW-RADIO, DW-WORLD.DE und GERMAN TV sowie medien-spezifische Sprachkurse.

Aufgabenplanung

Der Programmauftrag einer Rundfunkanstalt ist notwendigerweise weit und offen formuliert; die Konkretisierung der Aufgaben erfolgt durch die Rundfunkanstalt im Rahmen ihrer Programmautonomie. Die Deutsche Welle kann mit ihren begrenzten finanziellen Mitteln nicht die ganze Welt mit allen Medien gleich intensiv bedienen, so dass Schwerpunktsetzungen erforderlich sind. Dieses auch bisher schon praktizierte Verfahren wird nun im Wege einer Selbstregulierung näher bestimmt (§ 4a Abs. 2 DWG) – allerdings muss jetzt auch die Finanzierung der in diesem Verfahren konkretisierten Aufgaben sichergestellt sein. Die Aufgabenplanung wird hierfür im Vergleich zu früher inhaltlich präzisiert und ausgeweitet. Danach hat die

Deutsche Welle in eigener Verantwortung für einen Zeitraum von vier Jahren eine Aufgabenplanung zu erstellen und jährlich fortzuschreiben. Die Deutsche Welle legt in der Aufgabenplanung ihre Programmziele und Schwerpunktvorhaben fest. Dabei muss begründet werden, warum die vorgeschlagenen Verbreitungswege und Angebotsformen für die jeweiligen Zielgebiete und Zielgruppen vorgesehen werden. Grundlage für die Aufgabenplanung sind die im laufenden Haushaltsverfahren des Bundes beschlossenen finanziellen Rahmendaten.

Beteiligungsverfahren

Das Beteiligungsverfahren ist ein Kernstück der Gesetzesnovelle. Die Deutsche Welle leitet die von ihr erstellte Aufgabenplanung der Bundesregierung und dem Deutschen Bundestag zu und veröffentlicht sie, damit diese und die interessierte Öffentlichkeit dazu Stellung nehmen können. Das Gesetz legt dafür Fristen fest. Sodann beschließt die Deutsche Welle die Schlussfassung ihrer Aufgabenplanung, wobei sie begründet, inwieweit sie Stellungnahmen nicht gefolgt ist. Die Beschlussfassung und die Schwerpunktsetzung erfolgen in rundfunkrechtlicher Unabhängigkeit gemäß Artikel 5 des Grundgesetzes in eigener Verantwortung.

Evaluation

Nach Ablauf des vierjährigen Planungszeitraums der Aufgabenplanung erstellt die Deutsche Welle eine Bewertung ihrer Angebote und deren Wirkungen anhand vorher festgelegter Kriterien. Durch diese Neuerung im Gesetz soll geprüft werden, ob die in der Aufgabenplanung gesetzten Ziele erreicht wurden. Auch dieser Evaluierungsbericht wird veröffentlicht.

Zusammenfassung

Novelle des Deutsche-Welle-Gesetzes

Die vorliegende Aufgabenplanung 2006 bis 2009 ist die erste, die nach den Bestimmungen der Novelle des Deutsche-Welle-Gesetzes erstellt wurde. Ein Kernelement der Gesetzesnovelle ist das Beteiligungsverfahren. Dieses bestimmt, dass die Deutsche Welle die von ihr erstellte Aufgabenplanung der Bundesregierung und dem Bundestag zuleitet und sie im Internet veröffentlicht, damit die Verfassungsorgane und die interessierte Öffentlichkeit dazu Stellung nehmen können. Die schon bisher erforderliche Aufgabenplanung wird nun insofern inhaltlich präzisiert und ausgeweitet als dass die Deutsche Welle in eigener Verantwortung und rundfunkrechtlicher Unabhängigkeit gemäß Artikel 5 des Grundgesetzes für einen Zeitraum von vier Jahren ihre Programmziele und Schwerpunktvorhaben festlegt, und zwar aufgeschlüsselt nach Zielgebieten, Zielgruppen, Verbreitungswegen und Angebotsformen. Am Ende der Planungsperiode muss nun eine umfassende Evaluation vorgelegt werden.

2 Die Angebote der Deutschen Welle

Die drei Medien der Deutschen Welle sind bezüglich der Ziele und Zielgruppen und im Programm zueinander komplementär; die Unternehmensstrategie beruht auf einem ausgesuchten Mix der Medien. Außerdem muss wegen unterschiedlicher technischer und regulativer Zugangsvoraussetzungen immer eine Mischung verschiedener Verbreitungswege gewählt werden.

DW-RADIO

Hörfunk bleibt in weiten Teilen der Welt das verbreitetste und wirksamste Informationsmedium. Die Programme von DW-RADIO in Deutsch und derzeit 27 Fremdsprachen sind insoweit ein unverzichtbarer und zukunftsreicher Bestandteil des Gesamtangebots der DW.

Verbreitet werden die Programme über Kurzwelle, Satellit und weitere Übertragungstechniken. Eine Besonderheit ist die Übernahme von Programmen oder Programmteilen durch ausländische Rundfunkanstalten (Rebroadcasting), die das DW-Angebot über eigene Frequenzen wiederausstrahlen.

Das Deutsche und das Englische Programm von DW-RADIO sind die einzigen global präsenten Hörfunkprogramme der DW. Für Regionen übergreifende Zielgebiete senden das Arabische Programm (von Marokko bis Oman) und Russische Programm (von Weißrussland bis zu den Kurilen). Die übrigen Fremdsprachenprogramme von DW-RADIO richten sich an Menschen in geografisch klar umrissenen Grenzen: einzelnen Staaten (z. B. Ukrainisch/Ukraine; Mazedonisch/Mazedonien) oder in einem Sprachraum (z. B. Hausa/West- und Zentralafrika; Kisuheli/Ost- und Zentralafrika).

Das Deutsche und das Englische Programm von DW-RADIO sind als globale Programme rund um die Uhr zu empfangen; zu den Haupthörzeiten über Kurzwelle und weltweit über Satellit oder Internet zu empfangen.

Im Hörfunk leitet die Deutsche Welle ab 2006 einen Paradigmenwechsel ein: Ein „integrierter mehrsprachiger Auftritt“ auf einer Frequenz – ob analog (zeitlich nacheinander bzw. im Wechsel) oder digital (möglichst zeitlich parallel) – gehört zur Strategie im Hörfunk. Damit wird in Afrika und Asien begonnen. Dies bedeutet die Konzentration von Sendestrecken und damit eine stärkere Profilierung des Hörfunks der Deutschen Welle. Eine Basisversorgung in Deutsch und Englisch muss stets gewährleistet sein. In Europa und in ausgewählten Zielregionen setzt die Deutsche Welle zusätzlich auf das Metropolenradio (UKW, nicht nur in den Hauptstädten) und Rebroadcasting-Partner. In Asien konzentriert sich die Deutsche Welle auf die Schwerpunktländer China, Indien, Indonesien und Iran und wird bis 2009 ihre Präsenz in Südost- und Nordostasien verstärken. Das Arabische und das Russische Programm sowie Programmfenster für Zentralasien, den Kaukasus, Weißrussland und Nordamerika werden auf- bzw. ausgebaut.

DW-TV

Das Auslandsfernsehen DW-TV verbreitet ein Nachrichten-, Informations- und Kulturprogramm in Deutsch und Englisch rund um die Uhr. Alle Sendungen werden als integrierter zweisprachiger Auftritt global abgestrahlt. Sie sind überall auf der Welt gleichzeitig und in gleicher Form zu empfangen.

Neben den Kernsprachen Deutsch und Englisch gibt es Programmfenster in Arabisch und Spanisch. Beide Fenster werden zielgerichtet in die betreffenden Regionen gesendet.

Das Fernsehen der Deutschen Welle sendet Nachrichten sowie Informationen aus Politik, Wirtschaft und Kultur aus deutscher und europäischer Sicht. Es wendet sich insbesondere an Meinungsführer, Entscheidungsträger und potenzielle Multiplikatoren. Diese Zielgruppe ergibt sich per se aus der Nutzung des Mediums Fernsehen im transnationalen Kontext; sie ist nur mit einem fremdsprachigen Angebot zu erreichen.

Teile des Fernsehprogramms werden auf Bosnisch und Serbisch produziert. Für Afghanistan sendet DW-TV Weltnachrichten in Dari und Paschtu zur Unterstützung des Aufbaus der Zivilgesellschaft. Dieses Sonderprojekt ist zeitlich befristet und gehört nicht zu den Kernaufgaben der Deutschen Welle.

DW-TV wird über eine Vielzahl von Satelliten ausschließlich digital verbreitet. Dabei muss zwischen direkten von der DW angemieteten Transpondern und Transpondern/Satelliten von Rebroadcastern oder digitalen Plattformen (Bouquets) unterschieden werden. Darüber hinaus wird das Programm in nationale Kabelnetze eingespeist sowie von nationalen TV-Stationen terrestrisch verbreitet.

Bei den bisherigen Produktionsmöglichkeiten des Auslandsfernsehens können nicht alle wesentlichen Regionen der Welt zur Primetime mit aktuellen Nachrichten versorgt werden. Die Deutsche Welle will im Planungszeitraum die Produktion dahingehend optimieren, dass in allen Empfangsgebieten eine aktuelle Versorgung mit Informationen gewährleistet ist.

DW-TV will im Planungszeitraum 2006 bis 2009 das auf Grund von Haushaltskürzungen seit 2004 reduzierte spanische Programm von bisher einer Stunde, die zeitlich versetzt wiederholt wird, auf ein Programmfenster von dann insgesamt vier Stunden ausweiten. Dieser Ausbau der Regionalisierung stärkt die Akzeptanz in den Märkten. Er soll auch beim arabischen Programmfenster im Planungszeitraum verstärkt werden. Außerdem ist geplant ein russisches Programmfenster zu eröffnen, um der steigenden Bedeutung dieser Regionen gerecht zu werden. Zum Olympiajahr 2008 plant das Auslandsfernsehen darüber hinaus den Einstieg in den chinesischen Markt.

DW-WORLD.DE

In nur zehn Jahren hat sich das Internet zu einem globalen Massenmedium neben Radio und TV entwickelt. Die

Deutsche Welle bietet ihre Online-Angebote in insgesamt 30 Sprachen an.

DW-WORLD.DE ist ein eigenständiges journalistisches Angebot. Dies ermöglicht es, die Inhalte dem Medium Internet gerecht zu präsentieren und die notwendigen inhaltlichen Schwerpunkte, abgestimmt auf die jeweiligen Zielgruppen, zu setzen. Es dient darüber hinaus als eine Plattform für Programminformationen und Programmmarketing sowie für den Vertrieb von DW-TV und DW-RADIO. Hörer und Zuschauer finden im Netz auch Informationen zu ihren Sendungen und können sie via Internet empfangen.

Mit ihrem Online-Angebot ist die Deutsche Welle in einer guten Position, die Chancen der sich rasant verändernden Medienlandschaft zu nutzen. Dabei geht es der Deutschen Welle um das Erreichen bestimmter Nutzergruppen, unabhängig vom Empfangsgerät (TV, Radio, PC, PDA, Telefon). Die Deutsche Welle orientiert sich bei der Weiterentwicklung ihrer Internetaktivitäten an folgenden Leitgedanken:

Das Internet ist zunehmend für Meinungsführer und Multiplikatoren ein wichtiges Medium – vor allem, da es „on demand“ eine zielgerichtete Nutzung ermöglicht.

Der Regionalisierungstrend im Internet setzt sich stetig fort und wird durch die vielsprachigen Online-Angebote der Deutschen Welle gezielt begleitet.

Internetinhalte werden zukünftig nicht nur am PC, sondern zunehmend auch über mobile Endgeräte (z. B. PDA, Mobiltelefone) oder via TV-Bildschirm (z. B.: Teletext, MHP) genutzt. Das Internet ist für die DW ein besonders effizientes Medium – auch um kurzfristig und weltweit flexibel auf Ereignisse zu reagieren.

Aktuell gibt es sieben Schwerpunktsprachen: Englisch, Chinesisch, Spanisch, Portugiesisch für Brasilien, Russisch, Arabisch und Deutsch. In diesen Sprachen wird täglich ein aktuelles Angebot zusammengestellt. Um im Internet den Dialog mit der islamisch-arabischen Welt zu intensivieren wird das arabische Angebot ausgebaut und für den iranischen Internetmarkt im Jahr 2006 Farsi als achte Schwerpunktsprache gestartet. Im Jahr 2007 folgt Koreanisch als neunte Schwerpunktsprache, um die Präsenz der Deutschen Welle in Asien zu stärken.

Über diese Sprachen hinaus hat DW-WORLD.DE 23 so genannte „Basissprachen“ – von Albanisch bis Urdu. Diese werden dezentral mit Hilfe des Content Management Systems (CMS) von den entsprechenden Redaktionen bei DW-RADIO gepflegt. Dabei handelt es sich in der Regel um ein begleitendes Angebot auf Basis von Hörfunkmanuskripten.

DW-AKADEMIE

Die DW-AKADEMIE stützt sich auf drei Säulen: die Fortbildungszentren für Hörfunk und Fernsehen, die

Journalistische Ausbildung und das Interkulturelle Medientraining.

Die DW-Fortbildungszentren setzen mit ihren Trainingsangeboten im Planungszeitraum klare Prioritäten. Die Trainings zielen auf eine Professionalisierung von Fachkräften in Hörfunk, Fernsehen und Online (Journalisten, Techniker, Manager) und indirekt auf die Stärkung von elektronischen Medien als Instrumente der unabhängigen politischen Meinungs- und Willensbildung sowie der Unterstützung demokratischer Veränderungsprozesse.

Die Deutsche Welle bildet über ihren Bedarf hinaus aus. Die fundierte Ausbildung durch das Redaktionsvolontariat und andere Angebote der journalistischen Qualifizierung bleiben die Voraussetzung für die Professionalität und hohe Qualität der Programmangebote und sind ein wichtiger gesellschaftlicher Beitrag. Die Deutsche Welle erweitert ihr Ausbildungsangebot im Fremdsprachenbereich konsequent: Jeder Ausbildungsjahrgang bildet einen Beitrag zur Qualifizierung in den Sendern der Herkunftsländer und zur Deckung des Bedarfs an Redakteuren in den Fremdsprachenprogrammen der Deutschen Welle.

Für das Interkulturelle Medientraining entwickelt die DW-AKADEMIE neue Methoden zur Verbreiterung und Intensivierung von Qualifikation im Bereich Medien und Öffentlichkeitsarbeit. Das Interkulturelle Medientraining richtet sich an alle, die in für sie fremden kulturellen Umgebungen mit Medien umgehen, an Medienmacher und an solche, auf die sich das Interesse der Medien richtet. Das Know-how der Deutschen Welle wird den Unternehmen und Institutionen angeboten, die ihre Fach- und Führungskräfte auf Aufgaben im Ausland vorbereiten.

GERMAN TV

GERMAN TV wird als rein deutschsprachiges, öffentlich-rechtliches Best of-Vollprogramm von Deutscher Welle, ARD-Landesrundfunkanstalten und ZDF mit angemessenen Anteilen an Information, Bildung, und Unterhaltung betrieben. Grundlage stellt ein kostenpflichtiges Abonnentenfernsehen dar. Die Programmverantwortung trägt die Deutsche Welle.

Es wird eine weltweite Verbreitung des Programms angestrebt, wobei die in den USA begonnene Ausstrahlung sukzessive auf Kanada, Lateinamerika, sowie zu einem späteren Zeitpunkt auf Teile des südlichen Pazifikraums, des südlich der Sahara liegenden Afrikas, Asiens und der GUS-Staaten ausgedehnt werden soll.

Mit Stand Mitte Februar 2005 verzeichnete GERMAN TV 16 000 Abonnenten. Die jüngste Entwicklung lässt eine perspektivische Abonnentenentwicklung von 20 000 Abonnenten bis Mitte 2005 und vorbehaltlich der geplanten weiteren Verbreitung rund 73 000 bis Ende 2008 erwarten. Daraus ergibt sich für die Jahre 2006 und 2007 ein weiterer Finanzbedarf an Bundeszuschüssen von

3,651 Mio. bzw. 2,211 Mio. Euro. In den Jahren 2008 und 2009 würde ein Bundeszuschuss von 0,97 Mio. bzw. 0,94 Mio. Euro ausreichen. Ferner muss ein Ausgleich für Vorfinanzierungen in Höhe von 1,9 Mio. Euro bis 2008 finanziert werden.

Die primären Motive zum Abonnement von GERMAN TV sind der Wunsch nach aktuellen Informationen und Unterhaltung aus Deutschland. Nachrichten und deutsche Spielfilme interessieren besonders. Drei Viertel schauen täglich/fast täglich, über die Hälfte sehen mehr als zwei Stunden am Tag das Programm. 75 Prozent sind mit dem Programm sehr zufrieden bzw. zufrieden. 95 Prozent der bestehenden Kunden würden GERMAN TV ihren Freunden weiterempfehlen. Regelmäßig bestätigen Zuschauer und gesellschaftspolitische Multiplikatoren die intendierte und völkerverbindende Brückenfunktion von GERMAN TV, das den Menschen vor Ort durch sein Programm die Teilnahme an gesellschaftspolitischen Prozessen in Deutschland ermöglicht.

Zusammenfassung

DW-Angebote

Die drei Medien der Deutschen Welle sind bezüglich der Ziele und Zielgruppen zueinander komplementär; die Unternehmensstrategie beruht auf einem ausgesuchten Mix der Medien. Außerdem muss wegen unterschiedlicher technischer und regulativer Zugangsvoraussetzungen immer eine Mischung verschiedener Verbreitungswege gewählt werden.

Im Hörfunk leitet die Deutsche Welle für die Jahre ab 2006 einen Paradigmenwechsel ein: Ein „integrierter mehrsprachiger Auftritt“ auf einer Frequenz – ob analog (zeitlich nacheinander bzw. im Wechsel) oder digital (möglichst zeitlich parallel) – gehört zur Strategie im Hörfunk.

DW-TV plant, bis 2009 chinesische und russische Programmfenster zu eröffnen, um der steigenden Bedeutung dieser Regionen gerecht zu werden. Außerdem wird das arabische Programm erweitert und bereits 2005 auf Live-Moderation umgestellt.

Mit ihrem Online-Angebot ist die Deutsche Welle in einer guten Position, die Chancen der sich rasant verändernden Medienlandschaft zu nutzen. Dabei geht es der Deutschen Welle um das Erreichen bestimmter Nutzergruppen, unabhängig vom Empfangsgerät (TV, Radio, PC, PDA, Telefon). Im Planungszeitraum werden Farsi und Koreanisch als Schwerpunktsprachen neu aufgenommen sowie das Mobilangebot ausgebaut.

Die DW-AKADEMIE wird zu einem Zentrum internationaler Medienausbildung ausgebaut.

GERMAN TV soll als best-of-Programm von DW-ARD und ZDF weitergeführt werden.

3 Die Zielgruppen der Deutschen Welle

Das Zielgruppenkonzept der Deutschen Welle leitet sich aus ihrem gesetzlichen Auftrag ab. Die Deutsche Welle

- produziert Rundfunk- und Telemedienangebote für das Ausland in Deutsch sowie anderen Sprachen;
- um Deutschland als europäisch gewachsene Kultur- und freiheitlich-demokratischen Rechtsstaat verständlich zu machen;
- sie bietet dabei sowohl deutschen als auch anderen Sichtweisen in Europa und in anderen Kontinenten ein Forum;
- um das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern;
- und dies unter besonderer Berücksichtigung der Förderung der deutschen Sprache.

Die Deutsche Welle ist in vielen Gebieten der Welt ein wichtiges Medium zur Verbreitung ungefilterter und unzensurierter Informationen „aus der Region über die Region“ und erfüllt damit besonders in Krisengebieten eine unverzichtbare Rolle als „Stimme der Freiheit“.

Aus den strategischen Zielen lassen sich die Zielgruppen ableiten. Die Ableitung aus dem gesetzlichen Auftrag orientiert sich dabei an funktionalen Gesichtspunkten. Es sind zunächst die an Deutschland und Europa interessierten derzeitigen und zukünftigen Meinungsmacher und Entscheidungsträger (die zum Teil auch Deutsch sprechen oder verstehen), die an einer differenzierten Berichterstattung und Informationsgewinnung interessiert sind. Dazu kommen die Menschen, die an einem allgemeinen Austausch mit anderen zum Zwecke der Informationsgewinnung orientiert sind, auch weil sie in unfreien Medienmärkten oder Krisengebieten leben. Schließlich sind die im Ausland dauernd oder vorübergehend lebenden Deutschen und die Deutschlernenden in aller Welt die natürliche Zielgruppe der Deutschen Welle. Diese Zielgruppen werden für die Zielregionen der Deutschen Welle weiter differenziert, um die Angebote der Deutschen Welle und deren Verbreitung möglichst genau auf deren spezifische Interessen und Bedürfnisse auszurichten.

Dabei werden sowohl der (technische) Entwicklungsstand der Bevölkerung (orientiert am „Human Development Index“ des UNDP) als auch der medienrechtliche und -politische Status Quo der jeweiligen Medienmärkte (orientiert an den Indizes von „Reporter ohne Grenzen“ und „Freedom House“) berücksichtigt. Überdies werden Erkenntnisse aus der Markt- und Medienforschung der Deutschen Welle sowie das Know-how aus den Zielgebieten einbezogen.

Die fünf DW-Zielgruppen: Meinungsmacher/Entscheidungsträger/Eliten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft, potenzielle Meinungsmacher und Entscheidungsträger, Menschen in restriktiven Medienmärkten und in Krisenregionen sowie Deutsche, Deutschlernende und Deutschsprachige werden je nach Entwicklungsstand des jeweiligen Medienmarktes mit einem unterschiedlichen Medienmix erreicht:

	Unterentwickelte Medienmärkte	Medienmärkte in Schwellenländern	Medienmärkte in entwickelten Ländern
Meinungsmacher, Entscheidungsträger, Eliten	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Englisch, Regionalsprachen – Radio: KW, DRM, Nutzung des Radios im Internet, Englisch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Englisch, Regionalsprachen – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Englisch, Deutsch, Regionalsprachen, Direktempfang über digitales Bouquet, Empfang über Kabelnetze – Radio: Metropolenradio UKW, KW, DRM-Option, Englisch, Deutsch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, Breitband, mobile Dienste, Multimediaangebote, Englisch, Regionalsprachen – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Direktempfang über digitales Bouquet (Englisch, Deutsch, Regionalsprachen), Empfang über Kabelnetze, TV über Internet – Radio: DRM, Englisch, Deutsch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, Breitband, mobile Dienste, Multimediaangebote, Englisch, Regionalsprachen – Akademie: Interkulturelles Medientraining
Potenzielle und zukünftige Meinungsmacher	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Rebroadcasting über terrestrische Sender, Englisch – Radio: KW, DRM-Option, Englisch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Englisch, Regionalsprachen, Spezialangebote – Akademie: Fremdsprachenvolontariate, Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Empfang über Kabelnetze, TV über Internet – Radio: Metropolenradio UKW, KW, DRM-Option, Englisch, Deutsch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Englisch, Regionalsprachen, Spezialangebote – Akademie: Fremdsprachenvolontariate, Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Empfang über Kabelnetze, TV über Internet – Radio: Metropolenradio, DRM, Englisch, Deutsch, Regionalsprachen, Nutzung des Radios im Internet – Online: WWW, Newsletter, RSS, Breitband, Englisch, Regionalsprachen, mobile Dienste, Multimediaangebote
Bevölkerungen ohne freien Medienzugang/restruktive Medienmärkte	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Gezieltes Rebroadcasting in Landessprache (nur unpolitische Formate) – Radio: KW, Englisch, Regionalsprachen – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Gezieltes Rebroadcasting in Landessprache (nur unpolitische Formate) – Radio: KW, Englisch, Regionalsprachen – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Englisch, Regionalsprachen – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – Keine Zielgruppe

	Unterentwickelte Medienmärkte	Medienmärkte in Schwellenländern	Medienmärkte in entwickelten Ländern
Bevölkerungen in Krisengebieten	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Zukunftsoption bzw. keine Zielgruppe – Radio: KW, Englisch, Regional-sprachen – Online: Zukunftsoption – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Zukunftsoption bzw. keine Zielgruppe – Radio: KW, Englisch, Regional-sprachen – Online: Zukunftsoption – Akademie: Fort- und Weiterbildung 	<ul style="list-style-type: none"> – Keine Zielgruppe
Deutsche im Ausland und deutschsprachige Bevölkerung/Deutschlernende	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Deutsches Angebot – Radio: KW, DRM, Deutsch, Sprachkurse – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Deutsch, Spezialangebote, Sprachkurse 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Deutsches Angebot, Empfang über Kabelnetze – Radio: Metropolenradio UKW, DRM, KW, Deutsch, Sprachkurse – Online: WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Deutsch, Multimediaangebote, Spezialangebote, Sprachkurse 	<ul style="list-style-type: none"> – TV: Sat-Direktempfang, Deutsches Angebot, German TV, Empfang über digitales Bouquet, Empfang über Kabelnetze, TV über Internet – Radio: Metropolenradio UKW, DRM, Deutsch, Sprachkurse – Online: Breitband, WWW, Newsletter, RSS, mobile Dienste, Deutsch, Multimediaangebote, Spezialangebote, Sprachkurse

Die global geschätzten Hörer- und Zuschauerzahlen (anerkannte Schätzmethode auf Basis von empirischen Daten aus 63 Ländern unterschiedlicher Weltregionen) sowie die Nutzerzahlen von DW-WORLD.DE (Stand: Januar 2005) dokumentieren die Akzeptanz und damit den Erfolg von DW-RADIO, DW-TV und DW-WORLD.DE bei den verschiedenen Zielgruppen:

- DW-TV und DW-RADIO erreichen Woche für Woche 93 Millionen Hörer- und Zuschauerkontakte weltweit. Davon sind zwei Drittel Radio- und ein Drittel Fernsehnutzer.
- Für DW-TV werden gut 28 Millionen Zuschauer wöchentlich geschätzt.
- DW-RADIO hat schätzungsweise 65 Millionen wöchentliche Hörer.
- Innerhalb von DW-RADIO werden die 27 Fremdsprachenprogramme am häufigsten eingeschaltet: Ihre Hörschaft beträgt etwa 39 Millionen Menschen weltweit; davon erreicht das Englische Programm mit 17,4 Millionen wöchentlichen Hörern knapp die Hälfte des Fremdsprachenangebotes.
- Das Deutsche Programm wird von 8,5 Millionen Hörern wöchentlich genutzt.

- Die Zugriffszahlen auf die Online-Angebote der DW sind in drei Jahren um 1 000 Prozent gestiegen. Seit dem Start von DW-WORLD im November 2001 haben sich die Page Impressions bis November 2004 verzehnfacht.

Zusammenfassung

<p>Zielgruppen</p> <p>Die Zielgruppen der Deutschen Welle werden in der Aufgabenplanung umfassend definiert. Sie werden aus den strategischen Zielen des gesetzlichen Auftrages abgeleitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Meinungsmacher, Entscheidungsträger, Eliten – Potenzielle und zukünftige Meinungsmacher – Bevölkerungen ohne freien Medienzugang/restruktive Medienmärkte – Bevölkerungen in Krisengebieten – Deutsche im Ausland und deutschsprachige Bevölkerung/Deutschlernende <p>Die Zielgruppen werden im Planungszeitraum nach den Zielregionen der Deutschen Welle weiter differenziert.</p>

4 Verbreitungswege und technische Entwicklungsperspektiven: Komplementäre Nutzung der Deutsche Welle-Medien

Verbreitung

Die Deutsche Welle hat die Distributionswege genau auf ihre Zielgruppen und die Mediensituation in den Zielmärkten abgestimmt. Daher setzt sie sowohl auf traditionelle als auch auf moderne Distributionswege. Medienangebote und Verbreitungswege werden in den Regionen je nach Marktlage komplementär eingesetzt. Ziel ist es, dass die Zielgruppen die Medieninhalte möglichst ohne größeren technischen Aufwand bzw. zur besten Sendezeit konsumieren können. Dabei ist der Bewegungsspielraum jedoch durch die damit verbundenen Kosten eingeschränkt.

Für DW-RADIO bleibt die analoge Kurzwelle (KW) ein wichtiger Verbreitungsweg, da sie insbesondere in unterentwickelten sowie restriktiven Medienmärkten und in Medienmärkten in Schwellengebieten eine unzensurierte Versorgung der Zielgruppen ermöglicht. Im Vergleich zu einem Inlandssender bzw. einer Landesrundfunkanstalt muss die Deutsche Welle zur Verbreitung ihrer Radioprogramme einen ungleich höheren Aufwand betreiben. Die Gründe dafür liegen nicht nur im nahezu globalen Versorgungsgebiet, sondern auch in sehr unterschiedlichen technischen Entwicklungszuständen und regulativen Besonderheiten in den einzelnen Zielgebieten. Zudem ist die Versorgung nicht über Jahre hinweg beständig garantiert. So müssen beim Auslandsrundfunk beispielsweise die Kurzwellenfrequenzen zweimal jährlich mit allen KW-Anbietern in der Welt koordiniert werden. Die Folge sind häufige Änderungen von Frequenzen und Ausstrahlungszeiten.

Zu einer Renaissance der Kurzwelle wird es durch die Digitalisierung der Kurz-, Mittel- und Langwellenübertragung kommen, die von dem internationalen Konsortium Digital Radio Mondiale (DRM) entwickelt wurde. Die Deutsche Welle stellt seit Gründung 1998 ununterbrochen den Vorsitz des DRM-Konsortiums mit derzeit 86 Mitgliedern aus 27 Ländern (Stand: Februar 2005) und ist an der weltweiten DRM-Entwicklung und -Einführung maßgeblich beteiligt. Die Audioqualität ist der von UKW ähnlich, alle störenden Empfangsprobleme machen sich nicht mehr bemerkbar. Damit kommen diese Ausstrahlungen in den Status eines lokalen Anbieters, der Hörer wird nicht mehr zwischen UKW und Kurzwelle unterscheiden. Während der Internationalen Funkausstellung (IFA) 2005 wird die Deutsche Welle zusammen mit anderen Rundfunkanstalten im Rahmen eines Modellprojekts ein digitales Programm ausstrahlen. Entscheidend für den Erfolg und die Marktdurchdringung von DRM wird der Preis der Endgeräte sein, die ab Oktober 2005 für unter 200 Euro auf den Markt kommen werden. Anfang 2005 sendeten bereits 64 Rundfunkanstalten nahezu 400 Stunden täglich in DRM, die Deutsche Welle steht dabei an der Spitze. Entsprechend der weiteren DRM-Entwicklung in der Welt wird die Deutsche Welle schrittweise ihre Programme in digitaler Qualität anbieten. Sollte die DRM-Marktdurchdringung sehr schnell erfolgen, könnte die analoge KW-Ausstrahlung in gewissen Gebieten reduziert oder ganz eingestellt werden. Ergänzend wird die

DW eine alternative Verbreitungsstrategie für diejenigen Märkte entwickeln, in denen sich DRM nicht oder nicht im notwendigen Umfang durchsetzt.

Neben der analogen und der digitalen Kurzwelle setzt die Deutsche Welle bei der Verbreitung ihrer Hörfunkprogramme – soweit finanzierbar und soweit Frequenzen verfügbar sind – auf die Mittelwelle (MW) oder Ultrakurzwelle (UKW). Entweder indem Sender angemietet werden, wie z. B. beim Metropolenradio oder durch so genanntes Rebroadcasting, die kostenlose Wiederausstrahlung von Programmen oder Programmteilen durch Partnerstationen in den Zielgebieten. Der Vorteil liegt auf der Hand: Die Zielgruppen können die Programme von DW-RADIO auf dem in ihrer Region üblichen Weg konsumieren.

Als nachteilig für die Deutsche Welle erweist sich, dass sie sich mit der UKW- und MW-Ausstrahlung in die Abhängigkeit von nationalen Lizenzbehörden, Regierungen oder von Rebroadcastern begibt. Im Krisenfall oder bei Missfällen können die DW-Programme abgeschaltet werden. Um ihre Präsenz bei den Zielgruppen sicher zu stellen, ist es für die Deutsche Welle daher erforderlich, ihre Medienangebote und ihre Distributionswege auf den jeweiligen Medienmarkt abgestimmt und komplementär einzusetzen.

Neben den Ausstrahlungen via KW, DRM, MW und UKW sind die Programme von DW-RADIO über Satellit (primär zur Versorgung der Rebroadcaster) und über das Online-Angebot DW-WORLD.DE als Live- und on-demand-Stream verfügbar.

Die Programme von DW-TV werden primär über Satelliten verbreitet. Zum einen für den Direktempfang (direct-to-home, DTH) mit kleinen Satellitenschüsseln, zum anderen für die Versorgung von Rebroadcastern, Kabelbetreibern und Hotels. Die Wiederausstrahlung durch Rebroadcaster erfolgt terrestrisch oder via Kabel bzw. Breitband. Die Verbreitung der Fernsehprogramme des deutschen Auslandsfernsehens ist aus den o. g. Gründen ebenfalls deutlich aufwändiger als bei Inlandssendern oder Landesrundfunkanstalten. Die Deutsche Welle verfolgt die Strategie, dass die Zielgruppen von DW-TV das Fernsehprogramm direkt mit möglichst kleinen, handelsüblichen Satellitenschüsseln empfangen können. Dieser Verbreitungsweg macht DW-TV unabhängig von Rebroadcastern und Kabelanbietern, ist allerdings kostenintensiv und unterliegt häufigen Veränderungen wegen begrenzter Satellitenstandzeiten und technologischer Entwicklungen. Wie DW-RADIO wird auch DW-TV live und on-demand über das Online-Angebot von DW-WORLD.DE gestreamt.

Für DW-WORLD.DE nutzt die Deutsche Welle alle modernen Distributionskanäle. Neben dem World Wide Web (WWW) setzt die DW dabei insbesondere auch auf mobiltaugliche Übertragungsprotokolle sowie E-Mail und Syndication-Formate wie RSS. Die Zielgruppen können DW-WORLD.DE stationär ebenso nutzen, wie als mobiles Angebot. Die Streaming-Inhalte Audio und Video werden für schmal- und breitbandige Verbindungen angeboten, sowohl live als auch on-demand.

GERMAN TV wird in Amerika flächendeckend über Satelliten (PAS-9 für Satelliten- und Kabelnetzbetreiber in Nord- und Lateinamerika sowie AMC-1 für Nordamerika) zugespielt.

Entwicklungsperspektiven

Im Zeitraum bis 2009 wird die Konvergenz von Fernsehen, Hörfunk und Internet bzw. Telemedien weiter voranschreiten. Mit zunehmender Digitalisierung werden sich diese Dienste zunehmend ergänzen. Der eine Service wird die Zusatz- oder Hintergrund-Informationen für den anderen liefern. Zusammen werden sie ein Multimedia-Angebot darstellen, das über eine gemeinsame oder verschiedene Plattformen angeboten wird. Dabei kann es zu ersten Verschiebungen des klassischen Rundfunks kommen: Von einem Sender für Millionen Nutzer hin zu „Punkt-zu-Punkt“-Diensten wie im Internet und Kommunikationsnetzen. Aber auch umgekehrt werden Internet-Inhalte über Rundfunknetze angeboten und interaktiv nutzbar gemacht.

Aus Sicht des Nutzers bedeutet dies, dass Medieninhalte – egal ob als Text, Audio, Video, Foto, Grafik oder Animation – entsprechend den persönlichen Bedürfnissen des jeweiligen Nutzers auf Abruf (on-demand) genutzt werden und zunehmend unabhängig von Zeit und Ort mobil abgerufen werden können. Diese Möglichkeit wird vor allem und zuerst von den Meinungsmacher und Entscheidungsträgern genutzt werden. Diese Mediennutzung wird bestimmt sein von einer geografischen und sprachlichen Regionalisierung sowie von den laufenden technischen Verbesserungen der Netzverbindungen und der Endgeräte. Der Nutzer wird seine Entscheidung darüber, welches Medienangebot er abfragt, danach ausrichten, ob es für ihn relevant ist, einen deutlichen Nutzen bietet, nicht anderswo billiger erhältlich ist, bequem und einfach zu erhalten ist, einen sinnvollen Einsatz seiner verfügbaren Zeit erfordert und eine Anpassung an bestimmte Situationen zulässt, weil es konfektionierbar ist (z. B.: Nutzung zu Hause, am Arbeitsplatz, in der Freizeit etc.).

Mit der Digitalisierung und Konvergenz bieten sich für DW-TV, DW-RADIO und DW-WORLD.DE kostengünstige neue Verbreitungsmöglichkeiten, um die Zielgruppen zu erreichen.

Einige Beispiele: Werden Fernsehprogramme bisher primär stationär via Antenne, Kabel oder Satellit empfangen, wird die Nutzung von Fernsehprogrammen auf drahtgebundenen und drahtlosen Netzen durch die zunehmende Übertragungskapazität attraktiver. Daneben bieten digitale Standards wie DVB-T (stationär) und DVB-H (mobil) neue Nutzungsmöglichkeiten. Mit der terrestrischen digitalen Verbreitung DVB-T mit Reichweiten von 100 km pro Sender ließen sich beispielsweise Zielgruppen von DW-TV in Metropolen erreichen. DVB-H wird die Wiedergabe von TV-Programmen auf kleinen Displays mobiler Endgeräte oder Telefone ermöglichen.

Das Beispiel USA zeigt, welche neuen Möglichkeiten für die Radionutzung in Medienmärkten in entwickelten Gebieten entstehen können. Über digitale Satellitensysteme

wie „XM Satellite“ und „Sirius“ werden bereits heute Programminhalte in sehr guter Qualität direkt an Empfangsgeräte geschickt.

Im Bereich der Telemedien und der Online-Dienste wird die Deutsche Welle davon profitieren, dass insbesondere Meinungsführer und Multiplikatoren mobile Angebote in ihrer Muttersprache suchen werden. Mit dem Ausbau ihrer mobilen Dienste trägt die Deutsche Welle dieser Entwicklung Rechnung.

Die Konvergenz verschiedener Medien bietet vielfältige Möglichkeiten, die gerade für einen weltweit agierenden Sender wie die Deutsche Welle Vorteile bringen werden. Entsprechend muss die Verbreitungsstrategie im Zeitraum 2006 bis 2009 flexibel auf diese Entwicklungen angepasst werden. Dabei steht das Ziel im Mittelpunkt, die Inhalte auf dem jeweils optimalen Weg für die Zielgruppen erreichbar zu machen.

Mit der Realisierung einer modernen und zeitgemäßen Distribution und der Entwicklung innovativer Medieninhalte befindet sich die Deutsche Welle an der Spitze der technischen Entwicklung.

Zusammenfassung

Verbreitung und technische Entwicklung

Die Deutsche Welle hat die Distributionswege genau auf ihre Zielgruppen und die Mediensituation in den Zielmärkten abgestimmt. Daher setzt sie sowohl auf traditionelle als auch auf moderne Distributionswege.

Für DW-RADIO bleibt die analoge Kurzwelle (KW) ein wichtiger Verbreitungsweg, da sie insbesondere in unterentwickelten sowie restriktiven Medienmärkten und in Medienmärkten in Schwellengebieten eine Versorgung der Zielgruppen ermöglicht. Zu einer Renaissance der Kurzwelle wird es durch die Digitalisierung der Kurz-, Mittel- und Langwellenübertragung (Digital Radio Mondiale/DRM) kommen. Die Programme von DW-TV werden primär über Satelliten verbreitet. Zum einen für den Direktempfang (direct-to-home, DTH), zum anderen für die Versorgung von Rebroadcastern, Kabelbetreibern und Hotels. Für DW-WORLD.DE nutzt die Deutsche Welle alle modernen Distributionswege, die das World Wide Web (WWW) sowie andere Übertragungsprotokolle und digitalen Formate ermöglichen.

Die technologische Entwicklung von Hörfunk, Fernsehen und Online bzw. Telemedien wird bis 2009 durch eine zunehmende Digitalisierung und Konvergenz charakterisiert werden. Aus Sicht des Nutzers bedeutet dies, dass Medieninhalte mobil abgerufen und on-demand genutzt werden. Daraus ergeben sich neue Verbreitungsmöglichkeiten für die Deutsche Welle, besonders in Hinblick auf die mobile Nutzung. Mit der Realisierung einer modernen und zeitgemäßen Distribution und der Entwicklung innovativer Medieninhalte befindet sich die Deutsche Welle an der Spitze der technischen Entwicklung.

5 Strategische Ausrichtung und Schwerpunkte der Planung 2006 bis 2009

Die DW ist Kulturträger und vermittelt Kultur aus Deutschland und Europa. Sie trägt zur Vermittlung europäischer Werte sowie zum Erhalt und zur Förderung der kulturellen Vielfalt bei. Nach dem DW-Gesetz wird Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich-demokratischer Rechtsstaat dargestellt. Es gehört zum Selbstverständnis der DW, wesentliche Lebensbereiche in Deutschland im europäischen Kontext, auch unter dem Gesichtspunkt föderativer Strukturen, darzustellen. Dabei richtet sich der Fokus auf die Bereiche der Kultur, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Gemäß ihrer Leitlinie „aus der Region für die Region“ berichtet die DW in allen ihren Zielgebieten und nimmt dabei immer die Sichtweisen aus den Regionen auf, um die Themen umfassend zu behandeln und Zusammenhänge herzustellen. Die weltweite Förderung der deutschen Sprache ist eine Kernaufgabe der DW. Diesem Auftrag kommt die DW nach, indem sie in allen ihren Medien deutsche Sprachkurse in vielen Sprachen anbietet. Die Verbreitung der deutschen Programme der DW in allen Medien tun ihr übriges, um die deutsche Sprache zu verbreiten. So werden Deutsche und Deutschsprachige in allen Zielregionen der DW in deutscher Sprache erreicht. Die Medien der DW tragen damit dazu bei, die deutsche Sprache aktuell und gemäß ihrem gegenwärtigen Gebrauch in der Welt zu verbreiten.

5.1 Dialog mit dem Islam: Beitrag zur Konfliktprävention und Friedenssicherung

DW-TV

Im arabisch-islamischen Raum will DW-TV im Planungszeitraum seine Position weiter ausbauen. Das Fernsehen der Deutschen Welle sendet ein dreistündiges arabischsprachiges Programmfenster auf dem Satelliten Nilesat. Täglich können Zuschauer in über 20 Ländern, von Marokko bis zum Irak, die Sendungen von DW-TV mit arabischen Untertiteln empfangen. Täglich werden zwei arabischsprachige Ausgaben der Nachrichtensendung „Journal“ ausgestrahlt, die durch Sondermittel des Auswärtigen Amtes finanziert sind. DW-TV ist damit der erste europäische Sender, der Nachrichten mit arabischen Moderatoren in arabischer Sprache sendet. Das insgesamt dreistündige Informationsprogramm wird durch untertitelte Magazine und arabisch synchronisierte Dokumentationen ergänzt.

DW-TV will dieses arabische Programmfenster 2006 fortsetzen. Für 2007 bis 2009 wird angestrebt, das Programmfenster auf sechs Stunden auszuweiten, um die Hauptsendezeiten in der Zielregion abzudecken. Außerdem wird DW-TV die Kooperationen mit dem arabischen Sender Abu Dhabi TV und dem libanesischen Sender NBN fortsetzen und interkulturelle Programme durch Koproduktionen mit den arabischen Partnern verstärken. Das ist nur möglich, wenn die bisherige Projektfinanzierung durch das Auswärtige Amt mindestens für den Planungszeitraum 2006 bis 2009 verstetigt wird. Dies gilt

auch für die weitere Förderung des Dari/Paschtu-Programmes im Fernsehen in Höhe von 1,2 Mio. Euro für 2006.

Die Deutsche Welle wird den Ausbau mit einer entsprechenden Evaluation des Programms durch eine qualitative und quantitative Zuschauerbefragung im arabischsprachigen Raum im Jahr 2006 begleiten.

DW-RADIO

Der Hörfunk regionalisiert sein Programm für den Maghreb, den Mittelmeerraum und die Golfregion; die DW bemüht sich um UKW- und MW-Sender im arabischen Raum. Dieser Ausbau ist eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Fortführung des Dialogs mit dem Islam unter veränderten Rahmenbedingungen. Für die Ausstrahlung und Ausweitung einzelner Programmelemente über UKW (Dari, Paschtu) und MW (Ausweitung von Farsi, Senderbeschaffung) werden die Sendeformate optimiert. Gemeinsam mit RFI wird eine UKW-Ausstrahlung in Bagdad angestrebt. Für den Dialog mit dem Islam ist ebenso wichtig, die Programme in Hausa (100 Millionen Sprecher in Westafrika) und Indonesisch auszuweiten.

Grundsätzlich wächst das Interesse an internationalen Koproduktionen bei Rundfunksendern der Region.

DW-WORLD.DE

Im arabischen Sprachraum sind die Hauptnutzer moderner Kommunikationstechnologie (z. B. Internet, mobile Endgeräte) Eliten, Führungsschichten und Personen, die in Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Politik tätig sind, die sich insbesondere für Themen aus Deutschland und Europa interessieren. Gerade diese Menschen gilt es, als Multiplikatoren zu erreichen. Sie haben ein ausgeprägtes Interesse an Interaktion. Darin liegt eine große Chance für die arabischen Online-Angebote der DW. Um den Dialog mit dem Islam zu intensivieren wird DW-WORLD.DE/arabic ausgebaut.

Der iranische Internetmarkt zeichnet sich ebenfalls durch besonders aktive Nutzer mit einer sehr großen Bereitschaft zur Interaktion aus. Im Jahr 2006 startet die Deutsche Welle Farsi als achte Schwerpunktsprache.

DW-AKADEMIE

Für die DW-AKADEMIE wird der Dialog mit dem Islam auch in den Jahren bis 2009 im Mittelpunkt der Planungen stehen. Sie wird gezielt Teilnehmer dieser Länder zu Kursen in Bonn und Berlin einladen. Daneben kooperiert die Akademie mit dem Trainingszentrum der arabischen Liga in Damaskus; eine Zusammenarbeit, die beibehalten werden soll. Irakische Journalisten werden zur Zeit noch in Amman und in Deutschland ausgebildet, könnten bei Stabilisierung der Lage im Irak jedoch auch vor Ort trainiert werden. Auch in der derzeitigen Krisenregion Sudan ist die Akademie vor Ort, trotz der angespannten innenpolitischen Lage und der massiven Menschenrechtsverletzungen.

5.2 Präsenz in Asien stärken

DW-TV

Das Fernsehen der Deutschen Welle plant, zum Jahr 2008 – anlässlich der Olympischen Spiele in Peking – ein halbstündiges chinesischsprachiges Programmformat im chinesischen Fernsehen zu platzieren. Hierbei sollen die bestehenden Kontakte zu staatlichen Sendern wie CCTV 2006 und 2007 vertieft werden. Die Herausforderung dieses für DW-TV wichtigen Marktes ist die derzeitige staatliche Kontrolle der Medien in China, die bisher eine freie Verbreitung chinesischsprachiger Formate von DW-TV nicht zulässt. Das chinesische 30-Minuten-Format soll in Berlin mit Material von DW-TV produziert und von einem chinesischen Moderator präsentiert werden. Außerdem werden regionale Partner in China gesucht, um Koproduktionen realisieren zu können.

DW-RADIO

In der Region Südost- und Nordostasien ist die DW neben Englisch nur mit einer Regionalsprache – Indonesisch – vertreten. Die wirtschaftliche und politische Bedeutung der gesamten Region für Deutschland und Europa macht eine stärkere Präsenz der DW-Angebote sinnvoll. Korea und Vietnam sind Schlüsselländer in Asien. DW-RADIO kann den wirtschaftlichen Transformationsprozess begleiten. Innerhalb der EU ist Deutschland größter Handelspartner Vietnams.

Im Sinne einer Bündelung der Ressourcen plant die Deutsche Welle neue Auftritte in Vietnam und den Aufbau eines russischsprachigen Fensters für Zentralasien. Das Deutsche Programm von DW-RADIO zeigt auch künftig eine starke Präsenz in der Region, da die im weltweiten Vergleich größte Wachstumsregion für die deutsche Wirtschaft weiterhin eine herausragende Rolle spielen wird. Obwohl die lingua franca in diesem Teil der Welt Englisch ist, gibt es in verschiedenen Teilen Asiens ein großes Interesse an der deutschen Sprache: allein in Vietnam sprechen 70 000 Menschen Deutsch, in Indonesien ist Deutsch Fremdsprache in den Schulen. In der gesamten Region gibt es ca. 372 000 Deutschlernende und ca. 20 000 Deutsche, die sich dort länger aufhalten.

Das Englische Programm von DW-RADIO erreicht Multiplikatoren und künftige Entscheider in der gesamten Region. Um Entscheidungsträger und die junge Bildungselite besser zu erreichen, können konfektionierte Programmteile von DW-RADIO/Englisch verstärkt für das Rebroadcasting angeboten werden, vor allem mit Blick auf Universitätssender. Auf dieser Basis kann die Programmpräsenz bis 2009 erfolgreich ausgebaut werden.

Die Empfangsqualität in China wird in Hinblick auf die DRM-Ausstrahlung verbessert. Dazu sind Investitionen in die Station Trincomalee auf Sri Lanka notwendig. Außerdem werden regionale Partner in China gesucht, um Koproduktionen realisieren zu können.

DW-WORLD.DE

Derzeit bietet DW-WORLD.DE chinesischsprachigen Nutzern ein umfangreiches Schwerpunktsprachen-Angebot über wirtschaftliche, politische, kulturelle und serviceorientierte Themen. Als exklusiver Partner der Deutschen Fußballliga (DFL) bietet die DW unter www.german-football.cn täglich aktuelle Berichte aus der Bundesliga sowie Live-Berichte von den Spieltagen in Audio und Text. Flankiert wird dies von der chinesischsprachigen Version des campus-germany.de Portals. DW-WORLD.DE wird sein Angebot auf Chinesisch ausweiten. Von großer strategischer Bedeutung sind dabei die chinesischsprachigen Mobilangebote der DW.

Südkorea und Japan gehören zur Weltspitze was die Internetnutzung, die Breitbandversorgung und Nutzung mobiler Dienste angeht. Daher wird die Deutsche Welle zum einen Kooperationen mit japanischen Portalen und Anbietern mobiler Dienste suchen, die Interesse an japanischsprachigen Inhalten von campus-germany.de haben. Zum anderen wird Koreanisch als neue Schwerpunktsprache im Jahr 2007 gestartet.

In Südasien nimmt Indien generell eine Sonderrolle ein: Als zweitgrößte Nation der Welt mit zum Teil sehr gut ausgebildeten Arbeitskräften ist Indien auf einem ähnlichen Weg wie China was Wirtschaftswachstum, steigende Lebensstandards, Qualifikationen etc. angeht. Aus diesem Grund bietet DW-WORLD.DE das Portal www.southasia.de an, um unter einem Dach in einer Sprache (Englisch) einen zentralen Anlaufpunkt für alle zu bieten, die sich für die Region und bilaterale Beziehungen zu Deutschland interessieren. Um der Bedeutung Indiens Rechnung zu tragen, plant die Deutsche Welle die Verstärkung von Hindi als Schwerpunktsprache.

Für Südostasien ist neben der Schwerpunktsprache Englisch die Basissprache Indonesisch die einzige regionale DW-Sprache im Internet. Besonders in der Zielgruppe der Multiplikatoren ist in der Region Englisch weit verbreitet. Insofern bietet es sich an ein spezielles englischsprachiges Angebot für Südostasien zu erstellen, das einen einheitlichen Anlaufpunkt mit regionalen Schwerpunkten anbietet.

DW-AKADEMIE

Einer der wichtigsten Partner in Malaysia ist das Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD). Auch mit der Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) will die Akademie weiter zusammenarbeiten, vor allem auf dem technischen Sektor. Die DW wird Gastgeber der nächsten EU-Asien-Konferenz von AIBD 2007 in Bonn sein. Zunehmend wichtiger werden die Medienmärkte in Vietnam, Kambodscha und Laos, wo die Akademie verstärkt präsent ist. Ein künftiges wichtiges Tätigkeitsfeld wäre Myanmar. Auf der koreanischen Halbinsel kommt Nordkorea für die Angebote der Akademie in Frage; erste Kontakte hatten bisher keine Konsequenzen. Ähnlich wie im Falle Myanmar wird die DW-AKADEMIE jedoch weiterhin versuchen, vor Ort tätig zu werden.

5.3 Europäische Zusammenarbeit fördern: Neue Sprachen, neue Dienste

Die Unterstützung der europäischen Integration ist eine Schwerpunktaufgabe der DW. Insbesondere nach dem EU-Beitritt der neuen Mitglieder in Ost- und Mitteleuropa wird die DW mit ihren Programmen dazu beitragen, den Austausch zwischen den europäischen Gesellschaften zu fördern sowie Informationen und Nachrichten aus Europa über Europa zu verbreiten. Dazu wird die Kooperation mit anderen europäischen Auslandssendern vertieft, insbesondere wird der Programmaustausch mit RFI und BBC ausgebaut.

DW-TV

Themen zu den Beitrittskandidaten, zur europäischen Politik und zu den wirtschaftlichen und kulturellen Errungenschaften der EU werden schwerpunktmäßig im Programm behandelt. DW-TV will außerdem die durch Sondermittel des Instituts für Auslandsbeziehungen (ifa) geförderte bosnisch-serbische Ausgabe der Magazinsendung „Europa Aktuell“ 2006 fortsetzen und die Zusammenarbeit mit dem ifa im Hinblick auf Südosteuropa vertiefen. Weitere Sprachfassungen für Staaten der erweiterten EU sind geplant, aber von einer Zusatzfinanzierung abhängig. Die Koproduktion der Sendung „Zwischen Rhein und Oder“ mit TV Polonia wird fortgesetzt. Das Magazin erreicht über Satellit ca. 7,3 Mio. Haushalte.

Ab 2008 ist ein neues russisches Programmfenster von vier bis sechs Stunden täglich nur für die GUS-Staaten geplant. Das Programmfenster soll sich analog dem arabischen und spanischen Fenster aus stündlichen „Journal“-Ausgaben, Magazinsendungen und untertitelten Dokumentationen zusammensetzen. Russisch muss als Sendesprache bei DW-TV jedoch zuerst eingeführt werden, was von der entsprechenden Finanzierung abhängt. Das spanische Programm wird weiter synchronisiert angeboten und auf eine weitere Stunde ausgeweitet.

DW-RADIO

Das Deutsche und Englische Programm von DW-RADIO versorgen Europa in den zwei meistgesprochenen Sprachen Europas. Darüber hinaus gewinnt Deutsch als Fremdsprache in vielen ost- und südosteuropäischen Ländern – auch in den Beitrittsländern – zunehmend an Bedeutung. Beide Programme erreichen mit kompakten Informationsformaten, die auch für die punktuelle Wiederausstrahlung und den mobilen Abruf geeignet sind, in allen Mitglieds- und Beitrittsländern Multiplikatoren, die an Europa, der europäischen Einigung und der deutschen Nachrichtenperspektive interessiert sind.

Für DRM werden im Planungszeitraum spezielle Programmangebote entwickelt. Mit Sendungen, die verschiedene nationale Sichtweisen zu aktuellen Themen beleuchten, kann – vor allem in der Zusammenarbeit mit anderen europäischen Auslandssendern – ein Forum geschaffen werden, das Europa in seiner ganzen Vielfalt darstellt und

gleichzeitig die kulturellen Gemeinsamkeiten deutlich macht.

Das Rumänische und das Bulgarische Programm bauen ihre Präsenz über die Metropolenradios in Bukarest und Sofia aus. Das Polnische und das Kroatische Programm planen den Aufbau von Metropolenradios in Warschau und Zagreb an.

DW-WORLD.DE

DW-WORLD.DE berichtet aus Europa für Europa in zahlreichen europäischen Sprachen, vor allem in den Schwerpunktsprachen Deutsch, Englisch, Spanisch und Russisch. DW-WORLD stellt dabei ein vielfältiges Angebot für Europäer bereit (dw-world.de; campus-germany.de, kalenderblatt.de, inspired-minds.de, no-solo-goethe.com, germanizer.com). Die Berichterstattung über den europäischen Einigungsprozess bildet einen inhaltlichen Schwerpunkt in allen Schwerpunktsprachen. Hauptzielgruppen in Europa sind Multiplikatoren, jüngere Menschen (18 bis 35 Jahre) mit hohem Bildungsstand („Multiplikatoren von morgen“) und Nutzer, die sich für Europa und Deutschland interessieren.

Mit seinen Online-Angeboten konkurriert DW-WORLD.DE mit regionalen, nationalen und auch internationalen Angeboten um die Gunst der über 250 Millionen europäischen Onlinenutzer (Stand: 2003). DW-WORLD.DE baut seine Kooperationen mit europäischen Partnern aus und wird zunehmend für personalisierte, auf Nutzerbedürfnisse zugeschnittene Dienste, die je nach Situation und Umfeld abrufbar sind, verfügbar. Durch die Präsenz im Mobilmarkt und in breitbandigen Netzen steigt die Akzeptanz sowohl bei der primären Zielgruppe der Meinungsführer als auch bei einem breiteren Bevölkerungsquerschnitt in Europa.

DW-AKADEMIE

Anknüpfend an die jahrzehntelange Erfahrung der DW-Fortbildungszentren beteiligt sich die DW-AKADEMIE weiterhin an internationalen Ausschreibungen der Europäischen Union im Rahmen der Programme EuropeAid, des EU-India Economic Cross Cultural Programme und der European Initiative for Democracy and Human Rights Ukraine.

Die Kooperationen mit neuen Partnerorganisationen in Deutschland und Europa werden ausgebaut. International wettbewerbsfähige Konsortien werden zusätzliche Finanzquellen für weitere Aufgaben erschließen.

5.4 Vor Ort: Präsenz erhalten und ausbauen

Die Regionalisierung ist ein wichtiges Element der DW-Unternehmensstrategie. Dies bedeutet, dass die Deutsche Welle ihre Angebote auf die Zielgruppen und Zielregionen genauer zuschneidet: sei es durch die Einrichtung neuer Regionalsprachen, sei es durch Anpassungen in den globalen Sprachen, sei es durch optimierte Distribution.

DW-TV

DW-TV will im Planungszeitraum 2006 bis 2009 das auf Grund von Haushaltskürzungen seit 2004 reduzierte spanische Programm von bisher einer Stunde, die zeitlich versetzt wiederholt wird, auf ein Programmfenster von dann insgesamt vier Stunden ausweiten. Das bisherige Programmformat, bestehend aus Live-Moderation, Synchronisation und Untertitelung wird beibehalten. Dieser Ausbau der Regionalisierung stärkt die Akzeptanz in den Märkten.

DW-RADIO

Im Radio wird bis 2009 die Regionalisierung des Englischen und Deutschen Programms fortgeführt bzw. ausgebaut. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf Asien (Indien und Pakistan) für das Englische Programm und dem Nahen Osten für die Einführung von Programmfenstern in beiden Programmen sowie auf einem eigenen Fenster in Nordamerika für das Deutsche Programm. Gegebenenfalls werden in der Russischen Föderation UKW-Frequenzen gemeinsam mit europäischen Partnern betrieben. Dazu kommen Programmfenster für den Kaukasus und Weißrussland und Moldawien.

DW-WORLD.DE

Triebfeder des weiteren Wachstums wird vor allem die Entwicklung in wichtigen Regionalsprachen sein, da die Nutzer Online-Angebote in ihrer Muttersprache bevorzugen. Der prozentuale Anteil von Englisch sprechenden Internetnutzern geht stetig zurück und liegt derzeit bei rund 35 Prozent aller Internet-Nutzer weltweit. Im Jahr 2000 war es noch die Hälfte aller Web-Surfer.

So wird es bis 2009 voraussichtlich mehr chinesischsprachige als englischsprachige Internetnutzer geben. Hinzu kommt ein sich beschleunigender Anstieg der Internetnutzung in den Regionen Lateinamerika, dem indischen Subkontinent, aber auch dem Nahen Osten und Osteuropa.

Ein wesentliches Ziel der DW ist es, die Regionalisierungstrends im Internet weiterhin zu nutzen. Dabei konzentriert sich die DW vor dem Hintergrund der unternehmensweiten regionalen Schwerpunktsetzung bis 2009 auf folgende Bereiche: Ausbau der Online-Redaktionen in den Sprachen Arabisch, Chinesisch, Russisch und Spanisch, Optimierung und Ausbau des globalen Sprachangebotes Englisch, um regionale Themen (Schwerpunkte: Asien und Nordamerika) aktuell berücksichtigen zu können, Aufbau von Online-Redaktionen in den Sprachen Farsi, Koreanisch und Hindi.

5.5 Im Zentrum: Metropolenradio

Der Begriff „Metropolenradio“ bezeichnet eine seit 2004 verfolgte Strategie der Ausstrahlung von Hörfunkprogrammen der Deutschen Welle in einer Hauptstadt oder größeren Stadt ausgewählter Zielgebiete. Dazu wird – überall wo es sich anbietet – ein UKW-Sender angemie-

tet, wenn möglich über 24 Stunden am Tag. Über ihn wird eine Mischung aus dem Programm in der Landessprache, dem Deutschen und dem Englischen Programm mit Musikeinblendungen ausgestrahlt.

Für den Zeitraum bis 2009 wird diese Sendestrategie der Deutschen Welle weiter ausgebaut. Beispielsweise wird in Pristina und Tirana bereits in mehreren Sprachen gesendet, bis 2009 sollen Skopje, Belgrad, Sarajewo und Podgorica – evtl. in Zusammenarbeit mit RFI – über UKW-Sender mit DW-Programmen versorgt werden. Außerdem werden Metropolenradios in Athen und Istanbul angestrebt. Rumänisch und Bulgarisch werden bereits in Sofia und Bukarest gesendet, Polnisch und Kroatisch sollen in Warschau und Zagreb dazu kommen. Auch außerhalb Europas wird diese Strategie verfolgt.

5.6 DRM-Strategie: Technische Perspektiven

Kurzwelle in UKW-Qualität

Zu einer Renaissance der Kurzwelle wird es durch die Digitalisierung der Kurz-, Mittel- und Langwellenübertragung kommen, die von dem weltweiten Konsortium Digital Radio Mondiale (DRM) entwickelt wurde und an der die DW ganz maßgeblich beteiligt ist. Die Audioqualität ist der von UKW ähnlich, so dass sich störende Empfangsprobleme nicht mehr bemerkbar machen. Damit kommen diese Ausstrahlungen in den Status eines lokalen Anbieters, der Hörer muss nicht mehr zwischen UKW und Kurzwelle unterscheiden. Zur Internationalen Funkausstellung 2005 (IFA) werden Geräte für den Massenmarkt vorgestellt.

Mit der digitalen Ausstrahlung können auch Daten übertragen werden, die den Kurzwellenrundfunk multimedial nutzbar werden lassen und z. B. interaktive Anwendungen mit den Online-Angeboten der DW ermöglichen. Damit wird DRM im Zeitalter der Konvergenz verschiedener Medien in einem Gerät besonders attraktiv. Voraussetzung ist, dass die Industrie Geräte auf den Markt bringt, die universell nutzbar sein werden. Dieser Trend zeichnet sich ab, und bis 2009 wird es in gewissen Märkten (Industrieländer) Empfangsgeräte zu Preisen geben, die nicht nur für „early adopters“ attraktiv sind, wenn die Programmanbieter dieses unterstützen.

Das Zentrum der Markteinführung wird in Deutschland, Frankreich und den Benelux-Staaten liegen. Für Deutschland wird danach die Fußball-WM 2006 die Möglichkeit bieten, den Mehrwert von DRM auch weltweit zu bewerben, insbesondere hinsichtlich der Zusatzdaten, über die stets aktuelle Ergebnisse angeboten werden können. Schließlich wird die Entwicklung in China eine entscheidende Rolle spielen. Sollte sich der chinesische Rundfunk dafür entscheiden, zu den Olympischen Spielen 2008 den DRM-Standard zur nationalen und internationalen Rundfunkversorgung einzusetzen, dürfte bereits im Vorfeld durch die Massenfertigung von DRM-Empfangsgeräten die internationale Marktdurchdringung erfolgen. Auch Mexiko und Brasilien testen das DRM-System und wollen noch 2005 eine Entscheidung zur Markteinführung

herbeiführen. Bis 2009 werden also wesentliche Entwicklungsschritte für DRM entweder bereits erfolgt oder deutlicher einschätzbar sein.

Die Umsetzung der DRM-Strategie erfordert die Umrüstung und Digitalisierung der Relaisstationen in Trincomalee und Kigali:

Relaisstation Trincomalee

Die Deutsche Welle strahlt über die vier Sender ihrer Relaisstation in Trincomalee im Nordosten Sri Lankas 2005 täglich 52 Stunden Programme aus, davon 14 Stunden Deutsch und 38 Stunden in Fremdsprachen. Vier Stunden des Englischen Programms werden im DRM-Standard ausgestrahlt.

Eine Reduzierung des Energieverbrauchs und damit der Betriebskosten kann die DW hier nur durch Erweiterung der DRM-Kapazitäten der Station ermöglichen.

Relaisstation Kigali

Die Deutsche Welle betreibt in Kigali, Ruanda, vier Kurzwellensender im Analogbetrieb. Die tägliche Sendezeit beträgt derzeit 78,5 Stunden. Die Energieknappheit im Lande macht eine effizientere Nutzung der Station erforderlich. Die Digitalisierung der Station Kigali und damit die Reduktion des Strombedarfs durch die Deutsche Welle führen zur Entspannung der energiewirtschaftlichen Situation in Ruanda.

5.7 Marketing und Vertrieb: Gezielte Kommunikation mit den Zielgruppen

Die Deutsche Welle genießt weltweit hohes Ansehen. Sie wird mit Glaubwürdigkeit, Objektivität und Engagement für freiheitliche Medien verbunden. Mit Redakteurinnen und Redakteuren aus 60 Nationen verfügt die DW über ein einzigartiges internationales Potenzial und Netzwerk. Durch die Fortbildungsangebote unter dem Dach der DW-AKADEMIE leistet die Deutsche Welle einen Beitrag zur Entwicklung der Medien besonders in Entwicklungs- bzw. Transformationsländern. Damit ist sie mehr als eine Rundfunkanstalt: als internationales Kompetenzzentrum leistet sie auch in Deutschland einen qualifizierten Beitrag zum Dialog der Kulturen. Dieses Profil wird die DW weltweit stärken und im Sinne einer Marke weiter ausbauen.

Als operative Vermarktungsziele stehen bis 2009 im Vordergrund:

- Vermittlung der Informationskompetenz der Deutschen Welle
- Ausbau des Bereichs Kundenservice und Aufbau eines Customer Relationship Management (CRM)
- Unterstützung des DRM-Launchs ab Sommer/Herbst 2005

Neue Kooperationsformen bis 2009 etablieren: Qualitatives Rebroadcasting

Rebroadcasting wird eine wichtige Form der Verbreitung der DW-Programme bleiben, um die Präsenz der DW in vielen lokalen und nationalen Radio- und Fernsehprogrammen sicherzustellen. Die DW weist 2005 u. a. durch ihre mehr als 5 000 Rebroadcastingpartner eine gute technische Reichweite in fast allen Teilen der Welt aus. Sie stellt sicher, dass bei den Rundfunkanstalten, die sie als wichtige Partner in einer bestimmten Region identifiziert, die von der DW übernommenen Programmteile auch deutlich als solche vermittelt werden, damit das Profil der DW von Hörern, Zuschauern, Nutzern klar erkannt wird. Dies erreicht die DW durch qualitatives Rebroadcasting.

5.8 IT-Strategie: Modern und innovativ

Die Deutsche Welle setzt in weiten Bereichen moderne informationstechnische (IT) Systeme in den Redaktionen, den verschiedenen Produktionsbereichen und Vertriebswegen sowie im betriebswirtschaftlichen Sektor ein. Um diesen hohen Standard auch mittelfristig zu erhalten, ist eine entsprechende Finanzausstattung erforderlich.

Newsroom- und Produktionssysteme

Bedingt durch die schnelle technologische Weiterentwicklung bedeutet dies, bei eingeführten Verfahren und Systemen das erreichte Niveau zu halten und den Ausbau in den anderen Bereichen voranzutreiben.

Ein Schwerpunkt dabei wird in naher Zukunft die Mehrfachverwertung von Content-Elementen für unterschiedliche Medien sein, mit dem Ziel, alle Bereiche (Fernsehen, Online und Hörfunk) im redaktionellen Schaffensprozess stärker zu vernetzen und den Redakteuren verbesserte und leicht zugängliche Informationsquellen am Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen. Ferner soll dort wo es Sinn macht, der Austausch der Arbeitsergebnisse untereinander ermöglicht werden.

Als zentrales Projekt werden aus diesem Grunde alle Redaktionen mit einem oder mehreren verkoppelten neuen Newsroomsystemen ausgestattet. Hier sind enge Verzahnungen zu den jeweiligen digitalen Produktions- und Sendesystemen zu schaffen. Diese Systeme ihrerseits werden in den nächsten Jahren abgelöst sein, da die im Hörfunk (Digitalisierung) und Online (Content Management System) eingesetzten Softwaregenerationen in den nächsten Jahren aus der Herstellerwartung gehen.

Da mittlerweile der flächendeckende Einsatz entsprechender Systeme zu vertretbaren Kosten möglich geworden ist, soll die Produktion im Fernsehen weitestgehend auf digitale Verfahren umgestellt werden, wobei deren Komplexität und die Vielfältigkeit der Anforderungen besonders zu berücksichtigen sind.

Das Zusammenwachsen der verschiedenen Produktionsteile, deren Zusammenführung und redaktionelle Weiter-

entwicklung durch zielgruppenorientierte Online-Dienste treten künftig stärker in den Vordergrund.

IT-Sicherheit

Von Seiten der Infrastrukturen wird es mehr denn je in den nächsten Jahren Aufgabe sein, den Bedrohungen einer immer stärker vernetzten Welt (Computerkriminalität z. B. durch Computerviren, Hackerangriffe) durch eine weitere Stärkung des IT-Sicherheitsmanagements mit den entsprechenden unterstützenden Lösungen entgegen zu treten. Dennoch soll Mitarbeitern die (auch räumlich) flexible Nutzung von Computern ermöglicht werden. Hierfür sind in den Rechenzentrums- und Netzwerkinfrastrukturen die entsprechenden Dienste aufzubauen.

Die betriebswirtschaftlichen Systeme sind weiter auszubauen, um durch computergestützte Vorgangsbearbeitungen sowohl die Bearbeitungsgeschwindigkeit als auch die Transparenz zu erhöhen.

Zusammenfassung

Strategische Ausrichtung und Schwerpunkte der Planung

Die DW legt für den Zeitraum 2006 bis 2009 folgende strategische Schwerpunkte ihrer Arbeit fest:

- Dialog mit dem Islam: Beitrag zur Konfliktprävention und Friedenssicherung
- Präsenz in Asien stärken
- Europäische Zusammenarbeit fördern: Neue Sprachen, neue Dienste
- Vor Ort: Präsenz erhalten und ausbauen
- Im Zentrum: Metropolenradio
- DRM-Strategie: Technische Perspektiven
- Marketing und Vertrieb: Gezielte Kommunikation mit den Zielgruppen
- IT-Strategie: Modern und innovativ

6 Finanz- und Investitionsplanung

Die Finanzanforderungen der DW sind wie folgt gegliedert:

A – Basisbedarf

Im Basisbedarf sind die zur Aufrechterhaltung des bestehenden Programmangebotes der Deutschen Welle notwendigen Ausgaben enthalten.

B – Bedarf für Maßnahmen und Planungen

Unter dem Bedarf für Maßnahmen und Planungen sind die aus der Aufgabenplanung abgeleiteten Projekte zur

Fortentwicklung der programmlichen und technischen Angebote der Deutschen Welle zusammengefasst.

C – Projektförderung

Die Projektförderung beinhaltet die zweckbezogenen Zuwendungen verschiedener Mittelgeber (BMZ, Auswärtiges Amt, Europäische Union) zur Unterstützung der Aufgaben der Deutschen Welle.

D – German TV

Der gemeinsam mit ARD und ZDF betriebene Pay TV-Kanal wurde mit einer Anschubfinanzierung des Bundes in 2002 gegründet.

A – Basisbedarf

Im Basisbedarf sind die zur Aufrechterhaltung des bestehenden Programmangebots der Deutschen Welle notwendigen Ausgaben enthalten. Da die im Rahmen der Aufgabenplanung erstellte Mittelfristige Finanzplanung auch als haushaltsbegründende Unterlage gegenüber dem Bund anzusehen ist, wurde die in § 48 Abs. 5 DWG vorgesehene Gliederung übernommen. Diese sieht ausschließlich eine Aufteilung in Personalkosten, sächliche Verwaltungsausgaben und Investitionen vor.

Die Ansätze des Basisbedarfs sind, auf Basis des Jahres 2005, in denen bereits ein Rationalisierungsvolumen von 30 bis 40 Mio. Euro enthalten ist, unter Berücksichtigung der von der KEF ermittelten rundfunkspezifischen Steigerungsraten für die Deutsche Welle entsprechend fortgeschrieben worden. Dort, wo bestehende Verträge zu berücksichtigen waren, sind die zugrunde liegenden Vertragsvereinbarungen in die Mittelfristige Finanzplanung übernommen worden.

Bei den Personalausgaben für festangestellte Mitarbeiter ist eine Steigerung nicht vorgesehen, da die tarifvertraglichen Steigerungen (Tariferhöhungen, Stufensteigerungen) durch den Personalabbau kompensiert werden. Die Aufwendungen für Altersversorgung sind rückläufig, wobei die von der Deutschen Welle in Auftrag gegebenen Prognoserechnungen berücksichtigt sind. Für die Honorarkosten wurde eine Steigerungsrate von 1,5 Prozent angesetzt.

Bei den sächlichen Verwaltungsausgaben wurden die Betriebskosten mit 1,5 Prozent, die Programmkosten mit 1,5 Prozent und die Ausstrahlungskosten mit 1,5 Prozent jährlich gesteigert. Die bestehenden Ausstrahlungskonzepte für die Folgejahre sind aufwandsmindernd berücksichtigt. Rationalisierungsreserven werden in allen Bereichen konsequent genutzt. Die sächlichen Verwaltungsausgaben sind damit insgesamt deutlich rückläufig (2006 bis 2009 Senkung um 15,9 Prozent).

Als Investitionsausgaben sind die in der Mittelfristigen Finanzplanung vorgesehenen Mittelzuwendungen für die Deutsche Welle in gleicher Höhe enthalten.

Der Bedarf gliedert sich wie folgt:

	2006	2007	2008	2009
A – Basisbedarf	Soll	Soll	Soll	Soll
	T€	T€	T€	T€
1.1 Personal				
Arbeitsentgelte und Sozialaufwendungen	91.478	91.765	92.035	92.285
Aufwendungen für Altersversorgung	39.143	38.432	38.115	37.478
Honoraretat	29.342	29.782	30.228	30.682
Sozialleistungen Honorare	7.042	7.148	7.255	7.364
	167.005	167.127	167.633	167.809
1.2 Sächliche Verwaltungsausgaben				
Summe Betriebskosten	35.184	35.515	35.839	36.070
Summe Programmkosten	23.773	24.130	24.492	24.859
Summe Ausstrahlungskosten	43.758	35.725	36.261	36.805
	102.715	95.370	96.592	97.735
1.3 Investitionen	11.599	7.831	9.715	9.715
Summe Ausgaben Basisbedarf	281.319	270.328	273.940	275.259
Eigene Mittel des Zuwendungsempfängers	– 6.647	– 4.592	– 4.638	– 4.685
Summe Basisbedarf (Ausgaben abzüglich eigener Einnahmen)	274.672	265.735	269.302	270.574

B – Bedarf für Maßnahmen und Planungen

Im Bedarf für Maßnahmen und Planungen sind in der Mittelfristigen Finanzplanung aus der Aufgabenplanung abgeleitete Projekte, die sich im Wesentlichen im Rahmen des neuen DW-Gesetzes durch die Fortentwicklung und Regionalisierung der Programme, den Online-Ausbau und die Anpassung an den technischen Fortschritt – insbesondere im Ausstrahlungsbereich – ergeben, zusammengefasst.

Diese beinhalten im Wesentlichen:

- Aufbau neuer TV-Programme in russischer, chinesischer sowie arabischer Sprache

- Ausbau des Internetangebotes der Deutschen Welle durch die Ausweitung des Leistungsangebotes auf weitere Sprachen und mobile Dienste
- Ausbau des Hörfunkprogrammes durch DRM- und Metropolenradioprogramme und neue Programmfenster in Osteuropa, sowie verstärkter Ausbau der Hörfunkangebote für den arabischen Raum und Asien
- Verstärkte Sonderberichterstattung von Großereignissen wie der Fußball-WM

Im Einzelnen handelt es sich um (siehe Tabelle auf der folgenden Seite):

B – Bedarf für Maßnahmen und Planungen		2006	2007	2008	2009
		Soll	Soll	Soll	Soll
		T€	T€	T€	T€
1	DRM-Senderumrüstung	2.200	6.350	7.466	1.384
2	Metropolenfrequenzen + Versorgung Arabischer Raum	750	975	1.268	2.535
	Summe Bedarf für Maßnahmen und Planungen Technische Entwicklung	2.950	7.325	8.734	3.919
3	Honorare DRM- und Metropolenradioprogramme	550	558	567	1.075
4	Programmfenster Osteuropa	0	465	471	477
5	Programmfenster Südostasien	195	396	402	408
6	Programmausbau Arabisch, Farsi, Dari, Paschtu	390	792	804	816
7	Regionalisierung Englisch Programm	160	162	165	167
	Summe Bedarf für Maßnahmen und Planungen DW-RADIO	1.295	2.373	2.408	2.943
8	DW-TV Primetime-Aktualisierung	0	4.300	4.365	4.430
9	Reduzierung Wdh.-Anteil bei DW-TV/ARD-Kooperation	500	1.500	1.500	4.525
10	Programmfenster in Chinesisch/Russisch (inkl. Zuspield- u. Ausstrahlungskosten)	0	0	500	6.833
11	TV-Rechtenacherwerb Fußball-Bundesliga pro Saison	0	1.000	1.100	1.200
12	Synchronisierung Spanisches Programm	1.000	1.000	1.000	1.000
13	Arabisches TV-Programm	2.100	2.265	2.436	2.612
14	Fußball-WM in Deutschland + „Die Welt zu Gast bei Freunden“	3.250	0	0	0
15	Olympische Sommerspiele in Peking	0	0	1.000	0
16	Fußball-EM in der Schweiz	0	0	1.000	0
17	Olympische Winterspiele in Turin	200	0	0	0
18	Leichtathletik-WM in Berlin	0	0	0	200
	Summe Bedarf für Maßnahmen und Planungen DW-TV	7.050	10.065	12.901	20.800

B – Bedarf für Maßnahmen und Planungen	2006	2007	2008	2009
	Soll	Soll	Soll	Soll
	T€	T€	T€	T€
19 Mobiles Internet	400	795	795	795
20 Stärkung der bestehenden Schwerpunktsprachen Online (Arabisch, Chinesisch, Russisch)	397	397	397	397
21 Neue Online-Schwerpunkt- sprache Farsi	295	295	295	295
22 Neue Online-Schwerpunkt- sprache Koreanisch	0	295	295	295
23 Optimierung und Erweiterung Sprachkursangebot Online	706	57	57	57
24 Optimierung des globalen Sprachangebotes Online/ Englisch	150	245	302	302
Summe Bedarf für Maßnah- men und Planungen DW-WORLD	1.948	2.084	2.141	2.141
26 Internationales Medienforum	500	550	650	700
Summe Bedarf für Maßnahmen und Planungen	13.743	22.398	26.833	30.503

C – Projektförderung

Außerhalb des über den Haushalt des BKM finanzierten Bundeszuschusses nach § 45 DWG sind bisher Projektförderungen erfolgt, die aber teilweise in der

Schwerpunktplanung verstetigt werden müssen (z. B. Arabisches Fenster). Die Programmausstrahlung in Paschtu/Dari ist entsprechend der Planung für 2006 nochmals eingeplant, ab 2007 jedoch nicht mehr vorgesehen.

	2006	2007	2008	2009
	Soll	Soll	Soll	Soll
	T€	T€	T€	T€
Projektförderung				
DW Akademie (BMZ, AA)	6.520	6.520	6.520	6.520
Transkription (Projektförderung AA)	3.190	3.190	3.190	3.190
Sonstige Projektförderung (Paschtu, Dari, Stabilitätspakt)	1.674	283	283	283
Projektförderung gesamt	11.384	9.993	9.993	9.993

D – GERMAN TV

Der Haushalt der BKM sieht für GERMAN TV nach 2005 keine Ansätze mehr vor. Wird der Sender fortgeführt, ergibt sich folgender aus der Mittelfristigen Finanzplanung für GERMAN TV abgeleiteter Finanzbedarf:

	2006	2007	2008	2009
	Soll	Soll	Soll	Soll
	T€	T€	T€	T€
Bisherige Finanzplanung BKM	0	0	0	0
Eigene Erträge	2.127	3.197	4.576	4.606
Einnahmen Auslandskanal	2.127	3.197	4.576	4.606
Aufwendungen GTV	5.778	5.408	5.545	5.545
Differenz (Mehrbedarf)	3.651	2.211	969	939

Dabei wird von folgender Abonnenntenentwicklung im Jahresmittel ausgegangen:

	2006	2007	2008	2009
Jahresmittel	40.540	54.388	66.750	66.750

Zusätzlich muss ein Ausgleich für Vorfinanzierungen in Höhe von 1,9 Mio. Euro finanziert werden. Über die Fortführung wird anhand der Evaluation der Abonnenntenzahlen nach dem ersten Quartal 2005 zu entscheiden sein.

Zusammenfassung**Finanzplanung**

Für die laufenden Ausgaben ergibt sich folgender Finanzbedarf (in T Euro):

	2006	2007	2008	2009
Bisherige Planung BKM	273.005	269.237	271.121	297.262
Anforderung DW	288.415	288.133	296.135	301.077
Mehrbedarf DW	15.410	18.896	25.014	3.815

Außerdem ist über die Fortführung von GERMAN TV zu entscheiden. Im Falle der Fortführung fällt folgender Finanzbedarf an (in T Euro):

	2006	2007	2008	2009
Finanzbedarf GERMAN TV	3.651	2.211	969	939

Zusätzlich muss ein Ausgleich für Vorfinanzierungen in Höhe von 1,9 Mio. Euro finanziert werden.

7 Evaluation

Das DW-Gesetz trägt dem Sender die fortlaufende Bewertung seiner Angebote und deren Wirkung auf (§ 4c Abs. 1) auf. Die Kriterien dieser Bewertung sollen bereits in der Aufgabenplanung aufgeführt werden (§ 4a Abs. 4). Der Erfolg der Deutschen Welle lässt sich nicht allein in Zahlen messen. Beleg dafür ist die unterstützende Rolle

der Deutschen Welle bei gesellschaftlichen Veränderungen in verschiedenen Ländern (aktuell z. B. in der Ukraine).

Bewertungskriterien als Teil der Aufgabenplanung

Die Kriterien für die Bewertung der in der Aufgabenplanung angegebenen Verbreitungswege und Angebotsformen

werden so angelegt, dass sie bei der Evaluation der Aufgabenplanung überprüfbar sind (Begründung zu § 4a DW-Gesetz). Gleichzeitig steht es der DW aber frei, die Kriterien und Methoden der Bewertung selbst zu wählen (Begründung zu § 4c Abs. 2), wobei sie jedoch eine nachvollziehbare Begründung für die Wahl der Verfahren darzulegen hat. Als Beispiele für Bewertungsmethoden nennt das DW-Gesetz die Erreichung eines bestimmten Nutzer-Anteils für ein bestimmtes DW-Angebot, Expertengespräche mit in- und ausländischen Teilnehmern und die Beteiligung externer Dritter. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Deutsche Welle zum Teil auch eine politische Funktion wahrnimmt – z. B. mit dem Programmfenster in Dari und Paschtu von DW-TV – deren Erfolg nicht quantifizierbar ist.

Bewertung der Aufgabenerfüllung durch die DW

Bei der Evaluation wird zunächst dargelegt, welche geplanten Vorhaben die DW umgesetzt hat. Im zweiten Schritt wird die Umsetzung bewertet.

Zu den im Planungszeitraum umgesetzten, strategischen Programmvorhaben wird die DW die Resonanz messen und/oder bewerten, also Instrumente der quantitativen und der qualitativen Markt- und Medienforschung einsetzen. Klassisches Instrument der quantitativen Messung von Resonanz ist das Instrument der Marktforschungsstudie. Bei einem internationalen Rundfunkunternehmen ist diese Methode jedoch nur eingeschränkt aussagefähig: Die Teilnahme an standardisiert-elektronischen Messungen (vergleichbar den inländischen GfK-Erhebungen) ist in einigen Ländern entweder nicht möglich oder nur begrenzt aussagekräftig. Einfacher ist die Erfassung der Internet-Nutzung durch die Auswertung von Logfiles.

Die DW wird daher fünf Ansätze der quantitativen Resonanzmessung verfolgen:

- Eigene, repräsentative Studien in Ländern, in denen sie besondere Anstrengungen vorgenommen hat, um ihr Programmangebot auszubauen und in denen sie darüber hinaus einen Marketing-Schwerpunkt für eine Verbesserung der Bekanntheit gesetzt hat.
- Marktforschungsstudien, die sich gezielt an die Hauptzielgruppe der DW richten, etwa nach dem Vorbild von DW-Studien in den USA und Russland, die gezielt in wichtigen Städten und unter Multiplikatoren stattfanden.
- Ankauf von Studien zu den internationalen Medien oder Beteiligung an Studien anderer Unternehmen.
- Nutzung von vorhandenen Daten (nationale Reichweitenmessungen).
- Zählung der „Page Impressions“ von DW-WORLD.DE.

Klassisches Instrument zur qualitativen Bewertung von Resonanz auf Programmvorhaben sind qualitative Studien der Medienforschung. Hierbei geht es darum, Programme inhaltlich zu bewerten, etwa über Hörer-, Zuschauer- und Nutzerbefragungen oder sog. Tiefen-

interviews mit Vertretern der Zielgruppe. Um allerdings auch berücksichtigen zu können, was die Nicht-Nutzer der DW im Programm vermissen – und was sie ggf. zur Nutzung der DW bewegen würde – sind darüber hinaus Markt-Einschätzungen zu internationalem Rundfunk allgemein sowie zu den potentiellen DW-Nutzern im besonderen anzustellen. Dieses Instrument wird die DW jedoch weniger zum Zweck der Evaluation als im Vorfeld von Programm-Vorhaben einsetzen.

Über quantitative und qualitative Marktforschungsinstrumente hinaus wird die DW für den Nachweis des Erreichens ihrer Zielgruppe(n) bei ihren Schwerpunktvorhaben das eigene Instrument standardisieren. Es wird sowohl qualitative als auch quantitative Elemente enthalten.

Ergebnisse der Evaluation und „failure standards“

Die Ergebnisse der Evaluation werden in einem dem Deutschen Bundestag, der Bundesregierung und dem Bundesrechnungshof vorzulegenden Bericht zusammengefasst und veröffentlicht (§ 4c DWG). Die DW hat für den Fall, dass einzelne Aufgaben durch sie nicht wie geplant erfüllt werden, Gründe und Lösungsansätze (sog. failure standards) darzulegen. Werden bestimmte Planziele nicht erreicht, so legt die DW detailliert offen, wie es dazu gekommen ist und stellt ihre daraus zu ziehenden Konsequenzen dar. Diese können zum einen darin bestehen, dass die strategische Ausrichtung im Planungszeitraum bis 2009 oder im nachfolgenden Planungszeitraum zu ändern ist, zum anderen darin, dass Kriterien der Planung für die Zukunft anders gewichtet oder gewählt werden müssen.

Der Evaluationsbericht für den Planungszeitraum 2006 bis 2009 wird so vorgelegt, dass er gleichzeitig als Abschlussbericht und als Planungsinstrument für die nachfolgende Planungsperiode 2010 bis 2013 dient.

Zusammenfassung

Evaluation

Die Kriterien für die Bewertung der in der Aufgabenplanung angegebenen Verbreitungswege und Angebotsformen sind so angelegt, dass sie bei der Evaluation der Aufgabenplanung den Erfordernissen des Gesetzes gerecht werden und die Planungen überprüfbar machen. Es steht der DW frei, die Kriterien und Methoden der Bewertung selbst zu wählen, wobei sie eine nachvollziehbare Begründung für die Wahl der Verfahren darlegt. Die Ergebnisse der Evaluation werden in einem dem Bundestag, der Bundesregierung und dem Bundesrechnungshof vorzulegenden Bericht zusammengefasst. Die DW hat für den Fall, dass einzelne Aufgaben durch sie nicht wie geplant erfüllt werden, Lösungsansätze (sog. failure standards) festgelegt. Der Evaluationsbericht für den Planungszeitraum 2006 bis 2009 wird so vorgelegt, dass er gleichzeitig als Abschlussbericht und als Planungsinstrument für die nachfolgende Planungsperiode 2010 bis 2013 dient.

8 Kooperation mit Dritten

8.1 Internationale Rundfunkanstalten

Durch zahlreiche Mitgliedschaften in nationalen und internationalen Organisationen ist die DW weltweit vernetzt. Daraus ergeben sich bisher u. a. folgende Kooperationen:

Radio France Internationale (RFI)

Mit RFI werden Gespräche für die gemeinsame Nutzung von UKW-Frequenzen in Osteuropa, der GUS-Region, Zentralasien und Afrika geführt. Darüber hinaus wird mit RFI die Zusammenarbeit hinsichtlich bestimmter Fremdsprachenprogramme angestrebt. Ziel ist es, sich gegenseitig dort zu unterstützen, wo einer der Partner Verstärkung braucht. Darüber hinaus unterstützt RFI die Deutsche Welle bei dem Aufbau eines eigenen UKW-Sender-Netztes im Irak, was an anderen Standorten fortgesetzt werden soll. Im Programmbereich ist die Kooperation unter der Bezeichnung Radio.E hervorzuheben: Eine Initiative für Gemeinschaftssendungen in deutscher, englischer und französischer Sprache, die mit dem Ziel erweitert werden soll, mit vielen europäischen Partnern (etwa zehn bis 15 je nach Sprache) ein DRM-Format zu entwickeln.

British Broadcasting Corporation (BBC)

Mit der BBC gab es nach Beendigung der Zusammenarbeit bei Radio.E durch die BBC verschiedene Versuche der Zusammenarbeit durch das Englische Programm von DW-RADIO, die allerdings von Seiten der BBC nicht aufgegriffen wurden. 2005 wird die Wiederaufnahme der Gespräche für eine Zusammenarbeit ein Schwerpunkt der Bemühungen sein. DW-WORLD.DE arbeitet mit der BBC seit 2004 zusammen, indem Online-Redakteure ausgetauscht werden und DW-WORLD.DE bei einzelnen Themen oder Aktionen die BBC von einbezieht.

Weitere internationale Kooperationen

DW-RADIO/Englisch wird seine regelmäßige Kooperation mit Radio Nederland Wereldomroep und mit Radio Canada International weiter fortsetzen.

DW-TV und EuroNews kooperieren und tauschen Programme und Programmplanungen kostenfrei aus.

Darüber hinaus tauschen sich DW-WORLD.DE und DW-TV mit dem Schweizer Internationalen Rundfunk aus und wird für den Planungszeitraum die Möglichkeiten der Zusammenarbeit weiter nutzen und vertiefen.

8.2 Landesrundfunkanstalten und ZDF

Landesrundfunkanstalten/ARD

Die Deutsche Welle ist seit 1962 Vollmitglied der ARD und nimmt auf allen Ebenen an den Sitzungen teil.

DW-RADIO

DW-RADIO partizipiert am ARD-Programmaustausch. Die Übernahmen sind nicht immer alle geeignet und müssen darauf hin überprüft werden, ob sie in Form und In-

halt den besonderen Aufgaben und Zielen des Auslandsrundfunks gerecht werden.

Übernahmen sind grundsätzlich kostenfrei, zumal wenn Beiträge und Sendungen von ARD-Festangestellten stammen, bzw. von den Landesrundfunkanstalten oder Deutschlandfunk selbst in Eigeninitiative in den Programmaustausch eingespeist werden. Der Hörfunk ist allerdings anteilmäßig mit 6,3 Prozent an den Leitungs- und Korrespondentenkosten der ARD beteiligt. Werden Sendungen oder Beiträge von freien Mitarbeitern der ARD produziert, fallen in der Regel – unterschiedlich nach ARD-Anstalt und Tarifregelung – Übernahmehonore an. Beiträge aus dem ARD-Korrespondentennetz werden auch von der Zentralredaktion der Deutschen Welle bearbeitet und zur Adaption an die DW-Fremdsprachenprogramme ausgeliefert.

DW-TV

DW-TV übernimmt und bearbeitet Beiträge der ARD für sein weltweites Programm. Grundsätzlich muss DW-TV für alle Ankäufe von Landesrundfunkanstalten mit den jeweiligen Verwertungsgesellschaften (GUD, Telepool etc.) verhandeln bzw. Verträge abschließen. Ein direkter, kostenfreier Programmaustausch wird von der ARD bisher abgelehnt. Hervorzuheben ist, dass für die aktuelle Berichterstattung insofern eine Pauschalierung erreicht werden konnte, als dass die DW berechtigt ist, für den Pauschalpreis von 75 000 Euro (Material von ARD-aktuell) bzw. 400 000 Euro (EBU-Material) beliebig viel Material zu übernehmen. Eine vergleichbare Regelung für die Programme der Landesrundfunkanstalten konnte allerdings nicht erreicht werden. In Die Kosten belaufen sich auf folgende Beträge:

Ausschnittmaterial (pro Minute inkl. MwSt.)

Programme > 15 Minuten

(Dokumentationen) 130 Euro/Minute

Programme < 5 Minuten

(Kurzbeiträge, Klammerteile) 613 Euro/Minute

Pauschale Kosten (jährlich)

Beiträge von ARD-aktuell (Tagesschau, Tagesthemen) 75 000 Euro

Übernahmen von EBU-Material 400 000 Euro

DW-TV will spätestens ab 2006 noch enger mit dem öffentlich-rechtlichen Inlandsrundfunk kooperieren. Dazu sollen bereits 2005 entsprechende Vereinbarungen über eine engere Verzahnung sowie kostengünstigere Programmabgaben unter Berücksichtigung der urheberrechtlichen Problematik mit den Inlandsrundfunkanstalten geschlossen werden. Durch die Übernahme und Bearbeitung von Inlands-Formaten soll das Programm optimiert werden, um Programmwiederholungen zu reduzieren.

Außerdem betreibt die Deutsche Welle zusammen mit ARD und ZDF den deutschen Pay-TV-Kanal GERMAN TV.

DW-WORLD.DE

DW-WORLD.DE arbeitet mit den Online-Angeboten der ARD seit 2001 intensiv zusammen. DW-WORLD.DE nimmt aktiv an den regelmäßigen Sitzungen der Redaktionskonferenz Online sowie dem Lenkungsausschuss Online der ARD teil. Auf redaktioneller Seite ist DW-WORLD.DE neben der Teilnahme an der 14-tägigen Planungsschleife der ARD-Landesrundfunkanstalten und Gemeinschaftseinrichtungen auch auf CvD- und Planungstreffen der ARD vertreten.

Beispielhaft für die enge Zusammenarbeit ist etwa die Beteiligung von DW-WORLD.DE an der ersten gemeinsamen Online-Wahlredaktion der ARD in Berlin anlässlich der Bundestagswahl 2002 sowie die Zusammenarbeit bei gemeinsamen ARD-Online-Specials zur EU-Erweiterung und Europawahl. Zudem findet täglich auf redaktioneller Ebene ein Austausch der gegenseitigen Themenplanungen zwischen DW-WORLD.DE und der ARD statt. Die gute Zusammenarbeit mit der ARD spiegelt sich auch in einem regelmäßigen redaktionellen Mitarbeiter-austausch zwischen DW-WORLD.DE und tagesschau.de bzw. ARD.de wider.

Zweites Deutsches Fernsehen**DW-TV**

Mit dem ZDF gilt grundsätzlich die gleiche Regelung wie mit den Landesrundfunkanstalten, d. h. die DW bezahlt für Übernahmestoffe einen Minutenpreis von 613 Euro pro Minute. In Verhandlungen ist es jedoch gelungen, für ein Kontingent von 2 100 Minuten pro Jahr (ab 2005) bei Übernahmen von ganzen Sendungen und Ausschnittsmaterial einen günstigen Minutenpreis von 139,29 Euro zu erzielen.

ab 2005**Volumen p. a./Minutenpreis**

1 200 Min/150 Euro (Ausschnittsmaterial)
900 Min/125 Euro (Vollprogramm)
Durchschnittspreis/Min.: **139,29 Euro**

DW-WORLD.DE

Neben der ARD kooperiert DW-WORLD.DE seit 2004 auch themenbezogen mit der Online-Abteilung des ZDF. So haben beide Partner zur US-Präsidentenwahl mit großer Resonanz ein gemeinsames redaktionelles Online-Tagebuch („Weblog“) produziert.

8.3 Institutionen der Auswärtigen Kulturpolitik und der internationalen Entwicklungszusammenarbeit

Die Deutsche Welle hat in den vergangenen Jahren die Gespräche mit den bedeutendsten Mittlerorganisationen und weiteren Einrichtungen der Kulturvermittlung verstärkt. In mehreren Fällen waren formelle Kooperationsvereinbarungen das konkrete Ergebnis, in anderen wurde der Wille zur Zusammenarbeit in Form eines Ergebnisprotokolls der Gespräche dokumentiert.

Im Wesentlichen wurde hierbei eine Kooperation in folgenden Bereichen vereinbart:

- Deutsch-Sprachkurse
- Online-Bereich
- Verschränkung der Planungen und der weltweiten Kontakte
- Unterstützung bei Evaluierungsmaßnahmen der DW
- Ausrichtung gemeinsamer Veranstaltungen
- Kontinuierlicher Austausch von Informationen und Publikationen
- DW-AKADEMIE (Journalistische Aus- und Fortbildung)

Eine derartige Kooperation wurde mit folgenden Institutionen ausgehandelt:

- Goethe Institut
- Alexander von Humboldt Stiftung
- Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD)
- Deutscher Entwicklungsdienst (DED)
- Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH (InWEnt)
- Deutsche Welthungerhilfe (DWHH)
- Bundeszentrale für Politische Bildung
- Politische Stiftungen
- Haus der Geschichte

Mit einigen Organisationen und Institutionen wurden die Kooperationen im Rahmen des Kuratoriums der DW-AKADEMIE verstetigt.

Zusammenfassung**Kooperationen mit Dritten**

Die Kooperationen der DW mit internationalen Sendern, den Landesrundfunkanstalten, dem ZDF sowie den Organisationen der Auswärtigen Kulturpolitik und der internationalen Entwicklungszusammenarbeit wird im Planungszeitraum intensiviert und ausgebaut. Mit RFI werden Gespräche für die gemeinsame Nutzung von UKW-Frequenzen in Osteuropa, der GUS-Region, Zentralasien und Afrika geführt. Darüber hinaus wird mit RFI die Zusammenarbeit hinsichtlich bestimmter Fremdsprachenprogramme angestrebt. 2005 wird die Wiederaufnahme der Gespräche mit der BBC für eine Zusammenarbeit ein Schwerpunkt der Bemühungen sein. Die Deutsche Welle hat in den vergangenen Jahren Gespräche mit den bedeutendsten Mittlerorganisationen und Einrichtungen der Entwicklungszusammenarbeit aufgenommen. In mehreren Fällen waren formelle Kooperationsvereinbarungen das konkrete Ergebnis. Diese werden bis 2009 ausgeführt, weitere Vereinbarungen werden geschlossen.

9 Personalwesen

Die personalpolitischen und -wirtschaftlichen Schwerpunkte für die Planungsjahre 2006 bis 2009 bewegen sich weiterhin im Spannungsfeld zwischen einer konsequenten Reduzierung des Personalkostenanteils am Gesamtbudget auf der einen Seite und der Erhaltung und Erhöhung von Qualität, Leistung und Effizienz auf der anderen Seite.

Die Personalkostenreduzierung soll vor allem durch die sozialverträgliche Einsparung von Planstellen bewirkt werden. Für 2006 wird eine Planstellenzahl von 1 220 angestrebt, die bis Ende 2009 auf 1 160 zu bewirtschaftende Planstellen reduziert werden soll. Insgesamt bedeutet das einen Personalabbau seit 1994 um 977 Stellen, d. h. 45 Prozent des damaligen Bestandes.

Als weiteres wichtiges Ziel für das Human-Ressource-Management wird die Reform der bestehenden Tarifwerke unter dem Blickwinkel der kontinuierlichen Förderung von Leistung und Flexibilität sowie zur Personalkosteneinsparung angestrebt. Gemeinsam mit den Tarifpartnern werden bis 2006 zu den beiden Themenkomplexen „Neugestaltung des Vergütungssystems der Deutschen Welle“ und „Flexibilisierung der Arbeitszeit“ Tarifvereinbarungen erarbeitet.

Es besteht mit den Gewerkschaften dahingehend Einigkeit, dass ein neues Vergütungssystem variabel sein soll und einen höheren Grad der Leistungsorientierung aufweist. Die Leistung des Einzelnen oder eines Teams muss stärker als bisher honoriert werden. Leistung muss – neben der steigenden Berufserfahrung – ein Baustein innerhalb einer modernen Vergütungsstruktur sein. Die Deutsche Welle strebt deshalb an, dass das neue Vergütungssystem stärker als bisher seinen Fokus auf die Anerkennung individueller Leistung und Verantwortung einerseits und Wirtschaftlichkeitsüberlegungen andererseits richten soll.

Die Neuregelungen zur Arbeitszeit sollen eine Flexibilisierung der Arbeitszeit für alle Bereiche der Deutschen Welle ermöglichen. Die Flexibilisierung soll sowohl eine stärkere Ausrichtung des zeitlichen Einsatzes der Beschäftigten an die Anforderungen des Programms und der Produktion beinhalten, als auch den unterschiedlichen Bedürfnissen der Beschäftigten nach planbarer Arbeitszeit Rechnung tragen.

Zum Zwecke der Unterstützung der Programmprofilierung wird die bedarfsgerechte systematische Personalentwicklung weiter ausgebaut. Führungskräfte, Redakteure/innen, Techniker/innen sowie alle weiteren Berufsgruppen werden mit zielgerichteten Qualifizierungsmaßnahmen auf die ständig steigenden Aufgaben vorbereitet. Insbesondere besteht eine Zielsetzung darin, die Kompetenzen der Mitarbeiter/innen in den Fremdsprachenprogrammen weiter zu entwickeln und qualifizierten Nachwuchs aufzubauen. Die Fremdsprachenredaktionen im Hörfunk werden personell in die Lage versetzt, die globalen Programme in Deutsch und Englisch in allen drei Me-

dien – Hörfunk, Fernsehen und Internet – mit Berichten zu beliefern.

Durch die weitere Etablierung des Zielvereinbarungssystems kann darüber hinaus gewährleistet werden, die Ziele der Deutschen Welle für die Direktionen und Abteilungen zu operationalisieren, die Zielerreichung zu optimieren und zu einer vertrauensvollen Kommunikations- und Führungskultur beizutragen.

Darüber hinaus wird die Deutsche Welle ihr Ausbildungsengagement im medienpezifischen, kaufmännischen und technischen Bereich fortsetzen und wo möglich steigern. Um zukünftig – insbesondere für Spezialistenfunktionen in den Bereichen Einkauf, Personal und Controlling – geeignete Nachwuchskräfte zu gewinnen, bietet die Deutsche Welle in Kooperation mit diversen Fachhochschulen duale Ausbildungsgänge an, die zu einem Berufsabschluss und zusätzlich einem akademischen Grad führen.

Zusammenfassung

Personalwesen

Die personalpolitischen und -wirtschaftlichen Schwerpunkte für die Planungsjahre 2006 bis 2009 bewegen sich weiterhin im Spannungsfeld zwischen einer konsequenten Reduzierung des Personalkostenanteils am Gesamtbudget auf der einen Seite und der Erhaltung und Erhöhung von Qualität, Leistung und Effizienz auf der anderen Seite. Für 2006 wird eine Planstellenzahl von 1 220 angestrebt, die bis Ende 2009 auf 1 160 Planstellen reduziert werden soll. Insgesamt bedeutet das einen Personalabbau seit 1994 um 977 Stellen, d. h. 45 Prozent des damaligen Bestandes.

Die Neuregelungen zur Arbeitszeit sollen eine Flexibilisierung der Arbeitszeit für alle Bereiche der Deutschen Welle ermöglichen. Die Flexibilisierung soll sowohl eine stärkere Ausrichtung des zeitlichen Einsatzes der Beschäftigten an den Anforderungen des Programms und der Produktion beinhalten, als auch den unterschiedlichen Bedürfnissen der Beschäftigten nach planbarer Arbeitszeit Rechnung tragen.

Zum Zwecke der Unterstützung der Programmprofilierung wird die bedarfsgerechte systematische Personalentwicklung weiter ausgebaut. Führungskräfte, Redakteure/innen, Techniker/innen sowie alle weiteren Berufsgruppen werden mit zielgerichteten Qualifizierungsmaßnahmen auf die ständig steigenden Aufgaben vorbereitet.

Als weiteres wichtiges Ziel für das Human-Ressource-Management wird die Reform der bestehenden Tarifwerke unter dem Blickwinkel der kontinuierlichen Förderung von Leistung und Flexibilität sowie zur Personalkosteneinsparung angestrebt. Gemeinsam mit den Tarifpartnern werden bis 2006 zu den beiden Themenkomplexen „Neugestaltung des Vergütungssystems der Deutschen Welle“ und „Flexibilisierung der Arbeitszeit“ Tarifvereinbarungen erarbeitet.

