

Pro Deutsche Welle – Eine Initiative von DW-Mitarbeitern

Gegen die Zerschlagung eines erfolgreichen Programms.

Mitarbeiter der Deutschen Welle sind besorgt über die Pläne zur Umstrukturierung des Auslandssenders. Ende August schlossen sich mehr als 100 von ihnen zu der Initiative „Pro Deutsche Welle“ zusammen. Sie verfassten das vorliegende Positionspapier.

„Je mehr Menschen in der Welt mit der deutschen Sprache in Berührung kommen, desto größer wird das Verständnis für unser Land sein.“

Kulturstaatsminister Bernd Neumann, am 30. Juni 2006 im Deutschen Bundestag

A. Vorbemerkung

Die Deutsche Welle steht vor dem größten Umbruch ihrer Geschichte.

Gerade erst, im Jahr 2007 bei DW-TV, ist eine umfangreiche, aufwändige und teure Programmreform mit großem Engagement aller Beteiligten sehr erfolgreich umgesetzt worden. Jetzt hat die Intendanz für 2009 abermals eine komplette Neuausrichtung angekündigt, die beim Radio sogar schon begonnen hat.

Die bisher beschriebenen geplanten Veränderungen sollen einschneidend sein:

- die Aufgabe der deutschen Sprache als Hauptsprache des Programms zugunsten einer künftig überwiegenden Verbreitung der Deutschen Welle auf Englisch;
- der radikale Austausch des Zielpublikums der Deutschen Welle – weg von deutschsprachigen Nutzern im Ausland, hin zu einem überwiegend englischsprachigen Publikum;
- die Konzentration auf das Internet als zentralem Vertriebsweg aller DW-Programme zu Lasten von Massendistributionswegen wie Kurzwelle (Radio) oder Kabel (TV).

Die bisher bekannt gewordenen Pläne der Intendanz bedeuten eine radikale Veränderung nicht nur des Programms, sondern auch des Programmauftrags der Deutschen Welle.

In großer Sorge um die Zukunft der Deutschen Welle als weiterhin und weithin hörbare deutsche Stimme für Freiheit, Demokratie und Menschenrechte in der Welt haben sich über 100 DW-Mitarbeiter aus allen Bereichen und Redaktionen zur Initiative „Pro Deutsche Welle“ zusammen gefunden.

Mit dem festen Vorsatz, für die Deutsche Welle, ihren Programmauftrag, ihre Qualität und ihr Publikum zu kämpfen, hat die Initiative dieses Positionspapier zur Zukunft der Deutschen Welle verfasst.

Die Initiative hofft, dass Mitarbeiter und Publikum auf die in Gremien und Politik für die Deutsche Welle Verantwortlichen als Verbündete auf diesem Weg zählen können.

B. Fünf Wahrheiten zur Zukunft der Deutschen Welle

1. Zur Sprache

„Die Angebote der Deutschen Welle werden in deutscher Sprache sowie auch in anderen Sprachen verbreitet.“ (Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts Deutsche Welle/Deutsche-Welle-Gesetz – DWG vom 16.12.1997/§ 3 Abs. 2)

Der gesetzliche Auftrag ist eindeutig, das Selbstverständnis entsprechend: Die Deutsche Welle ist ein Sender, der Ereignisse im In- und Ausland aus deutscher Perspektive schildert, der europäische und deutsche Kultur vermittelt, der die deutsche Sprache fördert. Die primäre Sendesprache ist Deutsch. Eine andere Sprachausrichtung würde eines neuen gesetzlichen Programmauftrags bedürfen.

Unsere Kultur, damit einhergehende Sichtweisen, Werte und Handlungen: Sie lassen sich umfassend nur durch den ursprünglichsten Bestandteil dieser Kultur, der deutschen Sprache, vermitteln.

Englisch statt Deutsch?

Während das Auslandsfernsehen überall sonst in Europa die Pflege und Vermittlung der eigenen Sprache als Aufgabe beibehält, hat die Intendanz der Deutschen Welle nun offenbar beschlossen, unseren Sender dem englischen Sprachraum zuzurechnen. Während die Politik darum ringt, der deutschen Sprache in den Institutionen der Europäischen Union mehr Geltung zu verschaffen, soll der Sender, der das Bild der Deutschen im Ausland prägt, das Signal aussenden, dass die eigene Sprache zweitrangig ist.

Bis jetzt ist die Deutsche Welle der einzige Sender, der weltweit in deutscher Sprache sendet. Das ist bisher überragendes Alleinstellungsmerkmal und damit ihr wichtigster Wettbewerbsvorteil.

Nach den Plänen unserer Intendanz hätten Zuschauer in aller Welt in Zukunft nur zu sehr begrenzten Zeiten die Möglichkeit, ein deutschsprachiges Programm zu empfangen. Die Intendanz will die Deutsche Welle in einen primär englischsprachigen Sender verwandeln.

Die Konkurrenten hier heißen u.a. BBC World und CNN International: Sender, die mit finanziellen Mitteln und einem Korrespondentennetz ausgestattet sind, die für die Deutsche Welle mit ihrem derzeitigen Etat vollkommen außer Reichweite sind. Konkurrenzfähigkeit wäre hier nur mit einer dramatischen Aufstockung des Haushalts zu erreichen.

Die Sache ist ganz einfach: Wer englisch spricht und sich über die Welt informieren will, schaltet in der Regel eher BBC oder CNN ein. Und das wird auch in Zukunft so sein.

Vorbild „Russia Today“?

Intendant Bettermann hat bezüglich seiner Pläne unter anderem den Auslandssender France 24 als Vorbild genannt, was doch ein wenig überrascht: Denn bei France 24 wird gerne DW-TV als Vorbild genannt. Und der französische Sender schlägt jetzt den Weg ein, den die Deutsche Welle verlassen will: Die eigene Sprache soll gestärkt werden.

Ein anderes von Herrn Bettermann genanntes Vorbild ist der russische Auslandssender Russia Today. Dieser Sender hat sich gerade bei der englischsprachigen „Informationselite“ bislang allerdings nicht als primäre Informationsquelle durchgesetzt, fällt dafür aber durch mangelnde journalistische Distanz zur eigenen Regierung auf.

Abschied vom Publikum?

Die Intendanz beruft sich auf empirische Grundlagen für die angestrebte Neuausrichtung der Deutschen Welle. Solche Daten wurden bisher nicht vorgelegt. Sie besagen angeblich, dass es kaum Bedarf an einem deutschsprachigen Programm im Ausland gebe. Wir haben bislang nicht den geringsten Beleg für diese Behauptung gesehen.

Dafür haben wir allerdings über die Jahre zahllose Rückmeldungen bekommen: von Politikern, Botschaftern und Mitarbeitern deutscher Konsulate, von Universitäten, Goethe-Instituten und Auslandsschulen, von Unternehmern, Geschäftsleuten, Künstlern, Kollegen, Studenten, Privatleuten in und aus aller Welt. Ihr gemeinsamer Tenor lautet: Es ist gut und wichtig, ein deutschsprachiges Programm zu haben.

2. Zur Zielgruppe

Die Deutsche Welle definiert ihre Zielgruppe offiziell bislang wie folgt:

- ausländische Multiplikatoren: derzeitige und zukünftige Meinungsmacher, Entscheidungsträger und Eliten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft, die an differenzierten Informationen über Deutschland und Europa interessiert sind;
- Menschen in unfreien Medienmärkten oder Krisengebieten:
d.h. über Multiplikatoren hinaus auch die breite Öffentlichkeit;
- Deutschlernende in aller Welt;
- dauerhaft oder vorübergehend im Ausland lebende Deutsche.

In dieser Form hat diese Zielgruppendefinition offenbar ausgedient: Durch eine Veränderung der Präferenz von der deutschen zur englischen Sprache im Programm werden Deutschlernende und Deutsche im Ausland vernachlässigt. Damit verliert die Deutsche Welle nicht nur treue Zuschauer, sondern auch wichtige Botschafter und ihre Identität.

Die DW-Leitung ist nur noch auf der Suche nach mehr Zuschauern. Die will sie mittels einer Ausweitung von englischsprachigen Sendungen gewinnen, weil weltweit mehr Menschen Englisch sprechen. Die falsche Strategie: Schon jetzt sendet z.B. DW-TV zwölf Stunden täglich auf Englisch. Ob mehr Englisch mehr englischsprachiges Publikum bindet, ist höchst fraglich. In jedem Fall geht so aber deutschsprachiges Publikum verloren.

Die globalisierte Welt fordert etwas Anderes, nämlich eine lange vernachlässigte Gruppe stärker in den Blick zu nehmen: die Deutschen, die weltweit agieren. Die Zahl der Geschäfts- und Fernreisenden steigt seit Jahren – deutsche Architekten bauen in Shanghai und Dubai, deutsche Unternehmen investieren in Russland, Brasilien und Indien, deutsche Manager verbringen Jahre ihres Lebens im Ausland; deutsche Studenten sind weltweit eingeschrieben. Sie alle bilden eine wachsende, hochgradig vernetzte und informationsinteressierte Zielgruppe.

Die Anstrengungen, die Deutsche Welle in dieser Zielgruppe als unverzichtbaren Nachrichtensender zu positionieren, sind in den vergangenen Jahren vernachlässigt worden. Die Zahl derer, die nicht wissen, dass es diesen Sender überhaupt gibt, ist immer noch erschreckend hoch. Die Deutsche Welle sollte endlich härter dafür arbeiten, dass diese Gruppe die Deutsche Welle einschaltet – statt Millionen potentiell interessierter wie interessanter Zuschauer abzuschreiben.

Im Übrigen dürfte es den deutschen Bürgern nur schwer zu vermitteln sein, dass der Sender, den sie mit ihren Steuern finanzieren, sie als Zielgruppe explizit nicht haben will.

3. Zur Distribution

Die geplante Einschränkung des deutschsprachigen Programms bei DW-TV ist Teil einer Strategie, die beim Hörfunk der Deutschen Welle bereits weit fortgeschritten ist. Sowohl das Programmangebot als auch die Kurzwellenausstrahlung wurden in den letzten Jahren stark reduziert. In Teilen der Welt ist das

deutsche Programm von DW-Radio bereits nicht mehr empfangbar, in anderen nur mit starken Abstrichen.

Radio China statt Deutsche Welle?

Selbst in Europa ist das deutsche Programm von Radio China inzwischen wesentlich besser empfangbar als das der Deutschen Welle. Mit der Umstellung auf die Winterzeit im Herbst soll die aktuelle Berichterstattung von DW-Radio nochmals drastisch zurückgefahren werden. Zudem soll die Kurzwellenausstrahlung des Deutschen Programms im nächsten Jahr weiter stark reduziert werden.

Ein großer Teil dieser Einsparungen soll dem Online-Angebot der Deutschen Welle zugute kommen. Allerdings sind bekanntlich von jedem Online-Anschluss der Welt aus auch alle anderen deutschen Internet-Angebote abrufbar. Wer dagegen keinen Internet-Zugang hat, ist für Informationen aus Deutschland in deutscher Sprache auf Radio und Fernsehen der Deutschen Welle angewiesen – und wird von ihr zunehmend im Stich gelassen.

Internet-Portal statt Medienhaus?

Die Strategie der Deutschen Welle, Audio-Angebote und im nächsten Schritt auch Video-Angebote zunehmend über Internet statt über Radio- und Fernseh-Ausstrahlung zu verbreiten, verkennt, dass eigenständige journalistische Internet-Portale weltweit kaum Chancen haben. Den Markt machen etablierte Medien wie CNN, BBC oder Spiegel weitgehend unter sich aus. Ohne beziehungsweise mit kaum mehr auffindbaren Fernseh- und Radio-Angeboten wird die Deutsche Welle im Cyberspace verschwinden.

Abschied vom Kampf gegen die Zensur?

Die zunehmende Konzentration auf das Online-Angebot ist aber auch in Hinblick auf zensierte Medien-Märkte (deren Zahl in jüngster Zeit wieder zunimmt) problematisch. Der Chef des Deutschen Programms von Radio Vatikan, Pater von Gemmingen, hat kurz vor den Olympischen Spielen in Peking gesagt: „Das Internet kann man abschalten, Radiowellen nicht.“

Viele Mitarbeiter der Deutschen Welle, die aus dem ehemaligen Ostblock stammen, wissen, dass eine vollständige Störung westlicher Sender trotz größtem Aufwand nie gelungen ist.

4. Zur Publikumsorientierung

Die Deutsche Welle versteht sich bisher als Informationssender.

Ihr Gesicht wird durch mindestens zweistündliche Nachrichten geprägt. Jetzt will die Deutsche Welle, jedenfalls im Fernsbereich, offenbar aus Kostengründen von diesem Konzept Abstand nehmen – und schränkt damit ihre Wettbewerbsfähigkeit selbst weiter ein.

Denn während BBC World, Russia Today oder France 24 ausgewiesene Newskanäle sind, sieht

das geplante englischsprachige Programm teilweise nur noch alle vier Stunden Nachrichten vor. Damit würde die klare, hart erarbeitete und erfolgreiche Programmstruktur aus eindeutig nicht-journalistischen und nicht-inhaltlichen Motiven aufgegeben.

Diese ist bislang so einfach wie einprägsam: eine Stunde Deutsch, eine Stunde Englisch – Nachrichten zur vollen Stunde, Dokumentationen und Magazine zur halben – mehrstündige Sendefenster in anderen Sprachen auf festen Sendeplätzen. Damit werden alle Zielgruppen gleichermaßen gut erreicht.

Während CNN International oder France 24 für verschiedene Sprachen verschiedene Kanäle und Frequenzen haben, verfügt DW-TV nur über einen Kanal. Dafür ist der stündliche Sprachwechsel das zuschauerfreundlichste, einfachste und verlässlichste Sendeschema.

Wer diese erfolgreich etablierte Struktur aufbricht, irritiert und vertreibt den Zuschauer.

5. Zum inneren Zustand

Die Pläne der Intendanz werden nicht nur die beschriebenen gravierenden Folgen für das Publikum, das Programm und den Programmauftrag der Deutschen Welle haben.

Das Vorgehen der Führung hat schon jetzt dramatische Konsequenzen für den inneren Zustand des Hauses:

Die aufwändige und kostenintensive Programmreform von 2007 litt von Anfang an unter erheblichen Mängeln in der internen Kommunikation. Pünktlich, plangemäß und erfolgreich konnte diese Reform überhaupt nur wegen des enormen Engagements der Mitarbeiter abgeschlossen werden.

Sämtliche Fehler werden nun nicht nur wiederholt, sondern vertieft:

- Eine bei Publikum und Mitarbeitern gerade neu etablierte Struktur wird sofort wieder verworfen;
- anstelle einer eben erst von Publikum und Mitarbeitern verinnerlichten Philosophie wird eine in der Absicht höchst intransparente und in den Konsequenzen höchst zweifelhafte neue Idee gesetzt;
- die Geschäftsleitung schafft Fakten; eine Einbindung der Mitarbeiter bei der Konzeption der Neuausrichtung – bei so gravierenden Schritten selbst in kommerzorientierten privaten Medienhäusern absolut Standard – findet nicht statt.

Die Intendanz hat dadurch ohne Not ein umfangreiches Demotivierungsprogramm für den ganzen Sender aufgelegt.

Die Deutsche Welle hat leistungsbereite und engagierte Mitarbeiter, die sich weit überdurchschnittlich mit dem Haus und seinem Programmauftrag identifizieren.

Es ist der Deutschen Welle zu wünschen, dass dieses Kapital nicht leichtfertig verspielt wird.