

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Bericht über den Stand der Entwicklung und Reformmaßnahmen bei der medialen Außenrepräsentanz

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Anlass und thematische Eingrenzung – Vorbemerkungen –	3
2 Ausgangslage	3
3 Leitlinien einer wirksamen Außenrepräsentanz im 21. Jahrhundert	4
4 Auswärtige Medienpolitik	5
5 Das Deutschland-Portal als Visitenkarte Deutschlands und die Internetauftritte der Bundesregierung	5
5.1 Das Deutschland-Portal	5
5.2 Die Internetauftritte der Bundesregierung	6
6 Die Rolle der Bundesministerien bei der medialen Außenrepräsentanz	6
6.1 Auswärtiges Amt (AA)	6
6.2 Bundesministerium des Innern (BMI)	7
6.3 Bundesministerium der Justiz (BMJ)	8
6.4 Bundesministerium der Finanzen (BMF)	9
6.5 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)	9
6.6 Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)	9
6.7 Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (BMA)	10
6.8 Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)	10
6.9 Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)	11
6.10 Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	11
6.11 Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVgW)	12
6.12 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)	12

	Seite
6.13 Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)	13
6.14 Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)	14
6.15 Beauftragter der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien (BKM)	15
7 Die Rolle der Deutschen Welle (DW)	16
7.1 Selbstverständnis der DW	16
7.2 Zielvorstellungen der Bundesregierung	18
8 Zusammenfassung	21

1 Anlass und thematische Eingrenzung – Vorbemerkungen –

1.1 Die Regierungskoalition hat sich eine Reform der medialen Außenrepräsentanz zum Ziel gesetzt.

Als mediale Außenrepräsentanz ist dabei die Gesamtheit aller sich auf Deutschland beziehenden Inhalte zu verstehen, die im Ausland über die Medien im weitesten Sinne, von klassischen Wissens- und Kulturträgern wie Büchern bis hin zu elektronischen Massen- und interaktiven Kommunikationsformen, verbreitet werden bzw. erreichbar sind.

Ziel und Gegenstand der Reform der medialen Außenrepräsentanz ist eine den aktuellen und weiter absehbaren technischen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Welt entsprechende Vermittlung eines differenzierten Bildes der Lebenswirklichkeit in Deutschland durch sämtliche relevanten Medien, unter Einbeziehung der in Abschnitt 3 dieses Berichts formulierten Leitlinien einer wirksamen Außenrepräsentanz im 21. Jahrhundert.

Die Außendarstellung unseres Landes in den Medien geschieht in vielfältiger Weise. Die Medien mit der weitaus größten Reichweite sind Fernsehen und Radio. Die Wirkung deutscher TV-Produktionen oder von Berichten ausländischer Korrespondenten in Deutschland kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Dabei gewinnt zunehmend das Internet an Bedeutung. Darüber hinaus werden Deutschlandbilder maßgeblich auch durch private Veranstalter und Organisationen, Institutionen in Wirtschaft, Forschung und Wissenschaft und nicht zuletzt durch Maßnahmen, Programme und Wirkmöglichkeiten kirchlicher, humanitärer und karitativer Träger geprägt. Wesentlichen Anteil an der medialen Vermittlung des Deutschlandbildes haben auch Maßnahmen der Länder, der Kreise und Gemeinden sowie ihrer kooperativen Zusammenschlüsse und Verbände sowie weltweit angebotene deutsche Produkte.

1.2 Die Bundesregierung hat die im Folgenden dargestellten Zielvorstellungen erarbeitet und berichtet über die umgesetzten und eingeleiteten Reformmaßnahmen. Dabei geht der Bericht von folgenden – notwendigen – thematischen Einschränkungen aus:

Die Bundesregierung hat bei der angestrebten Reform nur die Institutionen und Aktivitäten in den Blick genommen, die in den politischen Verantwortungsbereich des Bundes fallen. Demgemäß beschränkt sich dieser Bericht hierauf. Wegen der gesonderten Initiativen der Bundesregierung im Filmbereich und der besonderen Gegebenheiten bei den Printmedien umfasst der Bericht im Wesentlichen nur die elektronischen Medien.

Die Dynamik der Entwicklungen bei den neuen Kommunikationstechnologien in ihren Wechselbezügen zum allgemeinen Globalisierungsprozess bringt es zudem mit sich, dass die nachstehenden Darlegungen zum Verhältnis zwischen den elektronischen Medien und der Außendarstellung unseres Landes nur eine „Momentaufnahme“ sein können, und diese auch nur auf – allerdings wesentlichen – Teilgebieten. Sowohl die technologischen Entwicklungen, insbesondere das Internet, als auch die un-

terschiedliche Nutzbarkeit und tatsächliche Nutzung dieser Möglichkeiten in den verschiedenen Zivilisationen und Regionen der Welt machen eine auch nur annähernd längerfristig verlässliche Aussage unmöglich.

Dieser Bericht darf und kann daher lediglich als eine Stufe der Beschreibung des Entwicklungsstandes und des Weges in eine künftig noch wesentlich weitergehende und neu erfahrbare Intensivierung der medialen Kommunikation und Vernetzung in der Welt verstanden werden. Entscheidend ist, dass diese Entwicklungen zur Kenntnis genommen und zielgerichtet auch in den Dienst der Darstellung unseres Landes in der Welt gestellt werden.

Für die Bundesregierung ist vor allem die in den letzten Jahren eingeleitete Installation des Deutschland-Portals und die bereits begonnene Reform der Deutschen Welle (DW) Anlass, über diese wichtigen Reformbereiche hinausgehend den Blick insgesamt auf die für die Außendarstellung Deutschlands relevanten Entwicklungen vor allem im Internet zu richten.

1.3 Medien bzw. mediale Programme sind größtenteils bereits weit entwickelten Bereichen politischen Handelns zuzuordnen, insbesondere:

- der politischen Öffentlichkeitsarbeit Ausland (PÖA);
- der auswärtigen Kultur- und Medienpolitik mit einem weltweiten Netz von Auslandsvertretungen und Kulturmittlerinstitutionen;
- international ausgerichteten Medienaktivitäten der Fachressorts sowie anderer Verfassungsorgane (z. B. des Bundespräsidenten, des Parlamentes und der obersten Gerichte).

Dementsprechend wird sich eine Reform der medialen Außenrepräsentanz des Bundes in einem Netzwerk vollziehen und in einem stetigen Prozess weiter zu optimieren haben, in das bzw. den die beteiligten Ressorts und Institutionen ihre eigene Kompetenz einbringen und wodurch sie zugleich zu einer weiter intensivierten Zusammenarbeit finden.

2 Ausgangslage

Die wichtige Aufgabe, unser Land medial in der Welt wirksam darzustellen, entspringt unserem politischen und kulturellen Selbstverständnis, über Deutschland im Ausland differenziert, d. h. in seiner Vielfältigkeit und seinen pluralen Erscheinungsformen umfassend zu informieren. Auf diese Weise kann in der Welt das Vertrauenskapital in der Völkergemeinschaft erhalten und ausgebaut werden, dessen auch Deutschland in einer umfassenden Weise bedarf. Weitere ebenso wichtige Ziele sind die Verdeutlichung unserer Bereitschaft zur globalen Mitverantwortung und -gestaltung, die Standortwerbung in der globalen Konkurrenzsituation und nicht zuletzt als exportorientiertes Land die Vermarktung unserer Produkte.

Reformnotwendigkeiten folgen vor allem aus der fortschreitenden Globalisierung. Die Ereignisse des 11. Septembers 2001 und danach haben uns die Notwendigkeit vor Augen geführt, verstärkt die Werte einer globalen

Zivilgesellschaft wie z. B. Einhaltung menschenrechtlicher Standards und friedliche Streitbeilegung nach außen zu kommunizieren. Dies kann nur erfolgreich sein, wenn auf allen Seiten Bereitschaft zum Dialog besteht. Kommunikation und Dialog ermöglichen und erzwingen geradezu die Berücksichtigung aller neuen Medien, besonders des Internets.

Eine Bestandsaufnahme der „überkommenen“ Zielsetzungen und Aktivitäten bei der medialen Vermittlung des Deutschlandbildes im Ausland hat Reformbedarf ergeben:

- Angebote der beteiligten Organisationen und Institutionen stehen zum Teil noch isoliert nebeneinander; es fehlt oft an einer zielgerichteten Vernetzung der einzelnen Informationen und Angebote. Eine bessere Abstimmung im Sinne einer Bündelung der Kräfte erscheint, auch im Blick auf die immer knapperen Finanzmittel, notwendiger denn je.
- Andererseits sind auch jeweils ressort- und aufgabenspezifisch neue Ziel- und inhaltliche Konzepte sowie neue Umsetzungsstrategien im Blick auf die weltweiten politischen und technologischen Entwicklungen gefragt. Dezentrale Prozesse erweisen sich oft als wirksamer als Versuche einer Globalsteuerung.
- Neue Technologien, insbesondere das Internet, bieten zunehmend die Chance, anstelle der bisherigen vorwiegend als Einbahnstraße möglichen Kommunikation in einen vielfältigen und unmittelbaren Informations- und Meinungsaustausch einzutreten. Auf staatlicher (EU, Bund, Länder, Kommunen) und nicht staatlicher Seite wird davon bereits reger Gebrauch gemacht. Das Ziel, auf diese Art von „Input“ angemessen reagieren zu können, wird allerdings nicht ohne spezifischen Personaleinsatz auf diesen Gebieten verwirklicht werden können.

Bei der Betrachtung der Ausgangslage für Verbesserungspotenziale der medialen Außenrepräsentanz darf nicht außer Acht bleiben, dass auch in Zukunft der deutsche Auslandsrundfunk ein besonders wichtiger Träger der medialen Außenrepräsentanz Deutschlands ist. Die DW ist mit dieser wichtigen Aufgabe vom Gesetzgeber ausdrücklich betraut. Die Massenmedien Hörfunk und Fernsehen werden noch auf lange Sicht die größte Wirkung bei der Darstellung Deutschlands im Ausland haben; sie werden durch das Internet ergänzt. Für die Bundesregierung ist es daher von besonderer Bedeutung, den Auslandsrundfunksender DW im Konzept einer Reform der medialen Außenrepräsentanz seiner Bedeutung entsprechend einzuordnen.

3 Leitlinien einer wirksamen Außenrepräsentanz im 21. Jahrhundert

- Die Außenrepräsentanz Deutschlands ist werteorientiert. Wir wollen Demokratieentwicklung fördern, demokratische Strukturen stabilisieren und verankern, die Menschenrechte und die Zivilgesellschaft stärken. Dies muss bei der Darstellung unseres Landes im Ausland als besonders wichtiges Leitziel im Vordergrund stehen.

- Die mediale Außenrepräsentanz hat eine wichtige innenpolitische Dimension. Ausgangspunkt dessen, was im Ausland als Bild über Deutschland angeboten werden kann, ist die gesellschaftliche und kulturelle Realität Deutschlands. Es muss uns gelingen, das Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft im eigenen Land fruchtbar zu gestalten. Nur dann kann unser Ziel realisiert werden, attraktiv für kreativ tätige Menschen, Multiplikatoren, künftige Entscheidungsträger und Eliten des Auslands zu sein, sie dazu zu bewegen, ihre Kenntnisse, Erfahrungen und Ideen in den Dialog mit uns einzubringen und die deutsche Sprache zu lernen.
- Kernelement der sich mit großer Dynamik bildenden Weltinformationsgesellschaft ist die zunehmende Möglichkeit, politische, wirtschaftliche und kulturelle Prozesse transparent zu machen. Die Prosperität und Sicherheit der Staaten sowie die Lebensqualität ihrer Bürger basieren vor allem auf gegenseitigem Vertrauen und der freizügigen Bewegung von Menschen und Informationen. Diese Entwicklung stellt prinzipiell neue Anforderungen an die Informationspolitik von Regierungen.
- Es geht dabei nicht mehr vorwiegend um eine mehr punktuelle Unterrichtung über ausgewählte Themen und Ereignisse, sondern um eine umfassende und aktuelle mediale Repräsentanz des eigenen Landes, als Einladung zu Dialog, Kooperation und Austausch. Es existiert eine mediale Konkurrenzsituation, die heute durch die weltweite Zugriffsmöglichkeit auf Informationen per Internet gegeben ist. Angesichts der gewachsenen internationalen Verantwortung Deutschlands als wiedervereinigtes Land, als ein Motor des europäischen Einigungsprozesses, als zunehmend aktiver Bündnispartner der NATO wie auch im Rahmen der Vereinten Nationen, als einflussreicher Gesprächspartner in aller Welt, haben wir ein existenzielles Interesse an einer umfassenden und fundierten medialen Außendarstellung.
- Es gilt, das Interesse an und das Verständnis für Deutschland mit allen politischen, kulturellen, wirtschaftlichen, sozialen, wissenschaftlichen und touristischen Aspekten im Ausland zu fördern. Eine wirkungsvolle nutzerorientierte Vermittlung von Informationen über Deutschland setzt allerdings voraus, dass der konkrete Informationsbedarf der Adressaten im Ausland von Auslandsvertretungen, Mittlerorganisationen und Auslandshandelskammern kontinuierlich ermittelt und bei der Erarbeitung von Informationsangeboten über Deutschland vorrangig berücksichtigt wird. Da ein Interesse an dem nicht mehr durch den Ost-West-Gegensatz geprägten Deutschland nicht mehr so wie früher vorausgesetzt werden kann, dürfen wir in der medialen Außendarstellung nicht langweilig sein.
- Da Informationen über unser Land, unsere Politik, unsere Wirtschaft oder unsere Kultur, die sich zu einem umfassenden Deutschlandbild verdichten, oft zugleich Waren bzw. Dienstleistungen und Kulturgüter sind, bedarf es einer engen Zusammenarbeit zwischen

Kulturpolitik, Kulturindustrie und Wirtschaft. Kultur ist neben unserem verlässlichen Rechtssystem und dem sozialen Frieden eines der wesentlichen Merkmale Deutschlands.

- Hauptzielgruppe unserer medialen Außendarstellung sind Multiplikatoren in Medien, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Die besondere Aufmerksamkeit gilt dabei der nachwachsenden Generation.
- Den neuen dialogischen Möglichkeiten für einen in „Echtzeit“ stattfindenden weltumfassenden Meinungs- und Informationsaustausch zwischen Individuen, Gemeinschaften und Völkern kommt entscheidende strategische und auch inhaltliche Bedeutung zu, insbesondere für die kulturelle Verständigung auf dem Weg zur Ausprägung der Zivilgesellschaft sowie zur Konfliktvorbeugung und -bewältigung. Die Kommunikation mit Nichtregierungsorganisationen erfährt durch die Möglichkeit, Informationen auch Spezialisten zur Verfügung zu stellen, neue Chancen.

4 Auswärtige Medienpolitik

1. Hauptakteure der Auswärtigen Medienpolitik (AMP) sind der öffentlich-rechtliche Sender mit Auslandsauftrag Deutsche Welle (DW) sowie die kulturellen Mittlerorganisationen Goethe-Institut Inter Nationes (GI) und das Institut für Auslandsbeziehungen (IFA). In der aktuellen Programmgestaltung hat sich bewährt, dass diese Institutionen regierungsfern organisiert sind. Dieses Prinzip garantiert Vielfalt und Unabhängigkeit der Kulturarbeit im Ausland. Die Mittler setzen die Leitlinien der Auswärtigen Kulturpolitik der Bundesregierung differenziert nach ihren jeweiligen Aufgabenprofilen und Programmstrukturen um.

2. Eine besondere Rolle spielen die öffentlich-rechtlich organisierten Sender mit Auslandsauftrag Arte und 3sat. Allerdings eignen sich diese Programme wegen des begrenzten rundfunkrechtlichen Kompetenzbereichs der Länder, die dieses Programm tragen, und der Gebührenfinanzierung dieser Programme allenfalls in einigen europäischen Nachbarländern als Träger der medialen Außenrepräsentanz. Für eine darüber hinausgehende Verbreitung sind diese Programme weder gedacht noch geeignet; sie wäre auch rechtlich nicht zulässig. Daher kommt es für den Bund besonders darauf an, im Bereich des Auslandsrundfunks eine verstärkte Kooperation der Deutsche Welle mit den Landesrundfunkanstalten der ARD und dem ZDF zu fördern.

In diesem Sinne leistet das auf der Basis einer Übereinstimmung zwischen Bund und Ländern zustande gekommene deutschsprachige Auslandsfernsehprogramm GERMAN TV einen wichtigen neuen Beitrag, der nicht auf das gegenwärtige Verbreitungsgebiet USA beschränkt werden darf. Die Bundesregierung strebt an, dass dieses Programm bald weltweit verbreitet wird (vgl. hierzu Nummern 7.2.3 und 7.2.4).

3. Besonderes Gewicht wird beim Aufbau des vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung initiierten „Deutschland-Portals“ (unter www.deutschland.de) als des deutschen Portals der Portale im Internet auf die Ein-

beziehung der Internet-Portale „goethe.de“ des GI und „dw-world.de“ der DW gelegt (i. E. siehe 5.1). Dabei ist eine Ausrichtung dieser für Deutschland bedeutenden Websites auf die Kernkompetenzen der jeweiligen Mittler aus Gründen der Nutzbarkeit und Effizienz wichtig. Hinzuweisen ist auch auf die gemeinsame Internet-Plattform der Mittler „deutsche-kultur-international.de“ und den Multimediale Sprachkurs „Redaktion D“, durch den das Lernen der deutschen Sprache im Internet möglich werden soll.

Der Bundesregierung ist an einer verstärkten Kooperation aller Mittlerorganisationen besonders gelegen, um die bereitgestellten Finanzmittel möglichst effektiv einzusetzen und Synergieeffekte der Träger auswärtiger Kulturarbeit beim Einsatz des Internet zu nutzen.

5 Das Deutschland-Portal als Visitenkarte Deutschlands und die Internetauftritte der Bundesregierung

5.1 Das Deutschland-Portal

Einen Schwerpunkt der neuen medialen Ausrichtung Deutschlands bildet das Projekt Deutschland-Portal (www.deutschland.de): Als Metaportal wird diese neue Website das zentrale Eingangstor für an Deutschland Interessierte im In- und Ausland sein. Das Portal ist ein von der Bundesregierung initiiertes Gemeinschaftsprojekt, bei dessen Entwicklung die Verfassungsorgane des Bundes, die Länder sowie die kommunale Ebene und weitere auslandsrelevante Anbieter aus Staat, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Tourismus und Sport beteiligt sind.

Das neue Portal soll ab Herbst 2002 weltweit Internetnutzern und -nutzerinnen den Zugang zu Deutschland-Informationen aus den Bereichen Staat, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Tourismus und Sport eröffnen, und zwar auf den ersten drei Navigationsebenen in den fünf Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch. Als überschaubare und hochwertige Linkliste bündelt es bestehende Portale und Links zu deutschlandrelevanten Informationen im world-wide-web, strukturiert und präsentiert diese benutzerfreundlich.

Das Deutschland-Portal soll zur Visitenkarte Deutschlands im Internet entwickelt werden. Es ist damit ein wichtiger Bestandteil der medialen Außenrepräsentanz Deutschlands und trägt als neues Element maßgeblich zu ihrer Reform bei. Damit wird der globalen Dynamik entsprochen, die eine differenziertere und wirkungsvollere Außendarstellung Deutschlands in den Medien durch optimale Nutzung der neuen Medientechnologien und insbesondere des Internet erfordert.

Auch wenn das Deutschland-Portal seiner Konzeption nach und im Hinblick auf die Träger kein Instrument von Regierungskommunikation darstellt, so gelten wesentliche, für die Außenrepräsentanz bereits in der Vergangenheit maßgebliche Parameter in ähnlicher Weise für das neue Deutschland-Portal: Durch die Überschaubarkeit und die Vieltätigkeit seiner Angebote ist es geeignet, Deutschland dem Ausland gegenüber als rechtsstaatliches,

pluralistisches, föderales und freiheitliches Land zu vermitteln, das seiner historischen und politischen Verantwortung in der Völkergemeinschaft gerecht wird und sich durch wirtschaftlich erfolgreiches Handeln, wissenschaftliche Leistungen, reichhaltiges kulturelles Leben und auch als touristisch attraktives und sportlich bedeutendes Land auszeichnet.

5.2 Die Internetauftritte der Bundesregierung

Die Bundesregierung geht mit ihrem aktuellen Internetangebot einen neuen Weg politischer Information und Kommunikation und nutzt das Internet als ein zentrales Medium ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Das Konzept verfolgt die aktuelle Begleitung der Politik und Arbeit der Bundesregierung.

Das Bundespresseamt gestaltet und betreut inhaltlich

- die öffentlichen Internetauftritte des Bundeskanzlers und der Bundesregierung als dreisprachige Informationsplattformen (www.bundesregierung.de, www.bundeskanzler.de und www.buendnis.de);
- das auf die Bedürfnisse aktueller Medien zugeschnittene exklusives Informationsangebot des Chef vom Dienst (www.bundesregierung.de, geschlossener Benutzerkreis);
- die globale webbasierte Informationsplattform für die Auslandsvertretungen, das so genannte InfoNet (www.bundesregierung.de, geschlossener Benutzerkreis).

Das Internet ist per se ein internationales Medium. Die Internetseiten des Bundeskanzlers und der Bundesregierung sind zwar primär an Zielgruppen im Inland (Öffentlichkeit, Medien) gerichtet, sie repräsentieren jedoch zugleich die Bundesregierung gegenüber dem Ausland und richten sich mit der Medienwebsite ausdrücklich auch an die über 1000 ausländischen Korrespondenten/innen in Deutschland. Im übrigen publiziert die Bundesregierung ausgewählte Teile ihrer öffentlich zugänglichen Website in den Weltsprachen Englisch, Französisch und Spanisch.

Der neue Internetauftritt des Bundeskanzlers im Corporate Design der Bundesregierung besitzt zahlreiche Rubriken mit interaktiven Elementen, z. B. können Bürgerinnen und Bürger direkt per E-Mail mit dem Bundeskanzleramt in Dialog treten, einen Newsletter abonnieren, unter „Kanzler für Kids“ kindgerecht aufbereitete Seiten aufrufen oder den Kanzler auf Gipfeltreffen virtuell begleiten. Die neue Bundeskanzler-Website bietet umfassende Informationen über Arbeit, Organisation und Aufgaben des Bundeskanzleramts, darüber hinaus über politische Schwerpunkte wie Europa-, Wirtschafts-, Arbeitsmarkt- und Außenpolitik und schließlich über aktuelle Kampagnen wie „Internet für alle“ und „Familie Deutschland“. Die Neuentwicklung der Website www.bundeskanzler.de ist der vorläufige Abschluss des Relaunchprojekts „regierung online“ für die Websites der Bundesregierung, die vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung verantwortet werden.

Die Zugriffszahlen entwickeln sich weiterhin sehr dynamisch (Stand: April 2002):

- www.bundesregierung.de, 51 Millionen Hits, 16 Millionen Pageviews pro Monat
- www.bundeskanzler.de, 11 Millionen Hits, 1,5 Millionen Pageviews pro Monat
- xxx.bundesregierung.de, (geschlossene Benutzergruppe, rund 3 500 angemeldete Nutzer: nur Medien), 955 000 Hits, 500 000 Pageviews pro Monat
- InfoNet (geschlossene Benutzergruppe, zur Zeit rund 200 Auslandsvertretungen); ca. 300 000 Hits, 98 000 Pageviews

Das webbasierte InfoNet versetzt die Pressereferenten aller Botschaften und übrigen Auslandsvertretungen unabhängig von Ort und Ortszeit in die Lage, auf dieselben stets aktuellen, medienrelevanten regierungsinternen Informationen zugreifen zu können. Der synergetische Effekt einer zielgerichteten Regierungskommunikation ist gar nicht hoch genug einzuschätzen. Das InfoNet ist gemeinsam vom BPA und dem AA konzipiert worden. Redaktionell wird es ebenso von beiden Häusern gemeinsam geführt.

6 Die Rolle der Bundesministerien bei der medialen Außenrepräsentanz

Über das Internet wird auch der in erster Linie für das Binensystem Bundesrepublik bestimmte Informations- und Meinungsaustausch zugleich weltweit unmittelbar in vielfältiger Weise wirksam. In diesem Maße sind alle diese Informationen mit sich beschleunigender und verstärkender Tendenz auch Teil der Außenrepräsentanz Deutschlands in der Welt.

Die Bundesregierung trägt gerade auch dieser Entwicklung durch die Einrichtung des Deutschlandport als Rechnung. Durch seine Vernetzung mit vielfältigen Informationsangeboten, aber auch durch die speziellen Online-Programme im Bereich jedes einzelnen Bundesressorts wird der Informationsbestand aller Ressort- und Politikbereiche Teil des weltweiten Darstellungspotentials, das sich – zusammen mit anderen Informationsquellen – zu einem differenzierten Bild Deutschlands rundet. Dieses Potenzial gilt es zielgerichtet zu nutzen.

Die mit den neuen technischen Möglichkeiten und Entwicklungen gegebenen Chancen für eine besser fundierte Darstellung unseres Landes in der Welt nutzen die Ressorts wie folgt:

6.1 Auswärtiges Amt (AA)

Das AA und seine weltweit über 200 Auslandsvertretungen sind zuständig für die Pflege der Beziehungen zu auswärtigen Staaten sowie zu den zwischen- und überstaatlichen Organisationen (vgl. Artikel 32 GG und das Gesetz über den Auswärtigen Dienst). Der Auswärtige Dienst bündelt dabei zahlreiche, auch divergierende Interessen der außenpolitischen Akteure und führt diese zu einer geschlossenen deutschen Außen- und Sicherheitspolitik zusammen. Neben dieser Funktion als Politikgestalter versteht sich der Auswärtige Dienst als Dienstleister für Bürger und Bürgerinnen, die deutsche Wirtschaft, das

deutsche Kulturleben sowie für Parlamentarier und Regierungsvertreter aller Ebenen. Dritte wichtige Aufgabe ist die Beteiligung an Meinungsbildungsprozessen von denjenigen, die in Staat, Wirtschaft und Gesellschaft in unseren Partnerländern und zwischen- und überstaatlichen Organisationen Entscheidungen zu treffen und zu tragen haben.

Diese Aufgaben finden ihren Niederschlag in der medialen Außenrepräsentanz des Auswärtigen Dienstes. So informieren die Website des AA (www.auswaertiges-amt.de) sowie die Websites der deutschen Auslandsvertretungen umfassend und tagesaktuell über alle Aspekte der deutschen Außen- und Europapolitik. Daneben werden zahlreiche Informationen über unsere Partnerländer angeboten, aber auch über Deutschland selbst (Einreisebestimmungen, Hochschulstandort Deutschland, Jugend- und Schüleraustausch etc.). Neben der Information über eine kohärente Außen- und Europapolitik stehen über die Internetseiten auch zahlreiche Serviceangebote zur Verfügung: Sicherheits- und Reisehinweise (Wirtschaft, insbesondere Tourismusbranche, Reisende), Informationen im Bereich des Konsularwesens, Informationen zum Wirtschafts- und Hochschulstandort Deutschland, Newsletterservice speziell für Journalisten und Agenturen u. v. a. m.

Durch die breit gefächerten Informationen, die auch in englischer und französischer Sprache sowie über die Websites der Auslandsvertretungen in der jeweiligen Landessprache abrufbar sind, verfügt der Auswärtige Dienst mit seiner Internetpräsenz über ein effizientes und modernes Medium, Einfluss auf die diejenigen zu nehmen, die in den jeweiligen Partnerstaaten an der Meinungsbildung mitwirken. Das Auswärtige Amt wird sich weiter dafür einsetzen, dass seine Zentrale, die Auslandsvertretungen und die Mittler mit der modernsten Kommunikationstechnologie ausgestattet und deren „Websites“ und Internetpräsenz ständig verbessert werden. Den Auslandsvertretungen wurde im Januar 2001 ein so genannter „Webbaukasten“ zur Verfügung gestellt, der für ein einheitliches Erscheinungsbild der Internetseiten der Auslandsvertretungen sorgt. Mittlerweile verfügen fast 100 Auslandsvertretungen über eine eigene Website. Zum InfoNet, dem webbasierten Informationsdienst für die Auslandsvertretungen, siehe Seite 7 und 8.

Darüber hinaus wirkt das AA im Rahmen seines Auftrages auch durch so genannte Mittlerorganisationen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik (siehe oben). Es hat dabei generelle Leitvorstellungen für eine wirksame und zukunftsweisende mediale Außenrepräsentanz entwickelt, deren Ziele, Grundsätze, Inhalte und Strategien die Bundesregierung in der Konzeption 2000 für die Auswärtige Bildungs- und Kulturpolitik (AKBP) dargelegt hat:

Die Auswärtige Medienpolitik (AMP) verfolgt die Ziele der „Konzeption 2000“ zunehmend mithilfe der audiovisuellen und der „neuen“ Medien. Hauptaufgabe ist die Mithilfe beim Aufbau globaler Netzwerke und die Mitgestaltung von Deutschlandbildern im Ausland, die Interesse und Sympathie für unser Land bewirken und zu Dialog, Austausch und Zusammenarbeit einladen, darüber hinaus aber auch Konfliktprävention, Förderung von De-

mokratie und Pressefreiheit und die Vermittlung dieser Themen nach innen. Die Mittler sind aufgefordert, neue Konzepte für den Einsatz der digitalen Speichermedien, zur Förderung der Kompetenz im Umgang mit neuen Medien sowie für auf die deutsche Sprache und Kultur bezogene Orientierungshilfen in der Informationsflut des Internet zu entwickeln. Zu beachten ist auch die Tatsache, dass der Anteil der englischen Sprache im Internet zurückgeht, was der deutschen Sprache zusätzliche Chancen gibt.

AMP hat es sowohl mit Inhalten als auch mit deren Transport zu tun. Sie muss berücksichtigen, dass spezifische Restriktionen und Möglichkeiten der Medien Rückwirkungen auf die Inhalte haben. Ein wesentliches Ziel muss sein, die kommunikationstechnischen Möglichkeiten der neuen Medien, ohne sie zu überschätzen, zu neuen Arbeits- und Präsentationsformen zu nutzen. Grundsätzlich sollten alle Zielgruppen mit dem Medium und in der Sprache angesprochen werden, für die sie am empfänglichsten sind. Die gewünschten Inhalte müssen in der für sie bestgeeigneten Form transportiert werden.

Zu den vordringlichen operativen Zielen des AA in den nächsten Jahren gehören unter anderem:

- Koordinierung der Medienarbeit unserer kulturellen Mittler mit den anderen Akteuren der AMP in Bund und Ländern;
- Förderung der europäischen Zusammenarbeit und Wahrnehmung unserer AKBP-Interessen im Medienbereich der EU, des Europarates und der UNESCO;
- aktive Teilnahme an den bilateralen Medien-Konsultationen mit unseren Nachbarn (vor allem Frankreich, Schweiz und Polen);
- Mitwirkung bei der Reform der medialen Außenrepräsentanz unseres Landes;
- Mitwirkung bei der Neugestaltung des deutschen Auslandsrundfunks.

6.2 Bundesministerium des Innern (BMI)

Informationen über das BMI sind wegen der Vielfalt seiner Aufgaben, die von Ausländerpolitik, Asyl und Zuwanderung über Fragen der Kriminalitätsbekämpfung, des Terrorismus und Extremismus bis zu Themen wie öffentlicher Dienst und Sport reichen, auch für die Menschen im Ausland von großem Interesse. Dem trägt das BMI auch im Internet auf vielfältige Weise Rechnung. Zu nennen sind vor allem das Dienstleistungsportal des Bundes, der Internetauftritt des Ministeriums selbst und die Homepage Moderner Staat – Moderne Verwaltung.

- Das Dienstleistungsportal des Bundes (www.bund.de) bietet auf über 2 000 Seiten den zentralen Zugang zu den elektronischen Dienstleistungen von über 1 300 Institutionen und Behörden (davon ca. 250 Bundesbehörden). Eine leistungsstarke Suchmaschine, die alle Internetseiten des Bundes erfasst und indiziert hat, macht eine rasche und zielgerichtete Recherche

möglich. Das Portal ist wegen der Fülle der bereitgestellten Informationen besonders auch im Ausland eine wichtige Orientierungshilfe.

Zu den redaktionellen Inhalten gehört ein Überblick über die Verwaltungsstruktur der Bundesrepublik und die für das Internet aufbereitete Version der Publikation „Die Deutsche Demokratie“. Die Darstellungen vermitteln eine Einführung in das politische System Deutschlands.

Eine detaillierte Behördendatenbank mit Adressen, Telefon- und Faxnummern, E-Mail-Adressen und geographischen Lageplänen stellt das Bindeglied zu den Dienstleistungen der verschiedenen Organisationseinheiten des Bundes dar.

Neben deren Internetseiten sind die Angebote von bestimmten Modellbehörden zu finden, zum Beispiel die Stellenbörse des Arbeitsamtes.

Ausländische Studierende können Informationen zu Förderprogrammen abrufen und auf die Informationsangebote der deutschen Hochschulen zugreifen.

Unter dem Suchbegriff „Greencard“ bringt bund.de zahlreiche Verweise, die IT-Fachkräften aus Nicht-EU-Staaten den Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt erleichtern.

Darüber hinaus wird über den Fortschritt der Initiative BundOnline2005 berichtet, mit der sich die Bundesregierung verpflichtet hat, bis Ende 2005 alle internetfähigen Dienstleistungen der Bundesverwaltung auch online zur Verfügung zu stellen.

- Im Internetauftritt des BMI (www.bmi.bund.de) sind zahlreiche Informationen zur Arbeit des Ministeriums eingestellt. Die Nutzerinnen und Nutzer erhalten tagesaktuelle Informationen zur inneren Sicherheit, zur Ausländer- und Asylpolitik, zum öffentlichen Dienst und zur Frage der Informationsgesellschaft – um nur einige politische Schwerpunkte zu nennen. Über die Website des Ministeriums gelangt man auch zu den vielfältigen Angeboten der Behörden des Geschäftsbereichs. So informieren die Bundeszentrale für politische Bildung, das Bundesamt für Verfassungsschutz, das Bundeskriminalamt, der Bundesgrenzschutz, das Statistische Bundesamt und viele andere Behörden ebenfalls online über ihre Arbeit.

Das BMI bietet auch eine englische Version seiner Website. Wegen des Umfangs des deutschen Angebots werden insbesondere Mitteilungen mit internationalem Bezug ins Englische übersetzt. Darüber hinaus informiert das Ministerium über seine Aufgaben, die Organisation und die Geschichte des Hauses. Englische Publikationen können über den Online-Bestellservice angefordert oder als PDF-Datei heruntergeladen werden.

Ausländische Nutzerinnen und Nutzer, die Fragen zur deutschen Innenpolitik haben, können sich per E-Mail an das Ministerium wenden.

- Auf der Website www.staat-modern.de berichtet das BMI über das „Programm Moderner Staat – Moderne

Verwaltung“. Die Publikation „Bilanz 2002“ informiert über die erfolgreiche Umsetzung des Programms – die Verwaltung leistet mehr und kostet weniger: Betriebswirtschaftliche Steuerungsinstrumente und die moderne Informationstechnik werden in der Bundesverwaltung breit angewandt; über 90 Bundesbehörden wurden abgeschafft. Die Website www.staat-modern.de und die Broschüre „Bilanz 2002“ stehen in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung.

6.3 Bundesministerium der Justiz (BMJ)

Das BMJ stellt seit November 2001 in einem neuen Internetangebot unter der Adresse www.bmj.bund.de umfassende Informationen über das deutsche Rechtssystem und die Ziele der Rechtspolitik in Deutschland für eine weltweite Nutzung zur Verfügung. Im Zuge der Globalisierung und des weiteren Zusammenwachsens in der EU arbeiten Handelsfirmen, Rechtsanwälte, Wissenschaftler u. a. zunehmend grenzüberschreitend. Die Website des BMJ findet deshalb ein zunehmendes Interesse auch im Ausland.

Informationsschwerpunkte bilden die Themen Strafrecht, Opferschutz, Familienrecht, Mietrecht, Wirtschaft und Recht, Medizin und Recht, Internet und Recht, Urheberrecht und Patente, Modernisierung der Justiz, Internationale Zusammenarbeit, Rechtsfolgen der deutschen Einheit und Menschenrechte.

Neben aktuellen Informationen zu tagespolitischen Themen in der Form von Pressemitteilungen sind umfassende Informationen zu laufenden Gesetzgebungsvorhaben zu finden. Hierzu gehören ebenso Entwürfe von Gesetzen wie wissenschaftliche Gutachten und rechtsvergleichende Arbeiten zu rechtspolitischen Vorhaben.

Auch die Texte der wichtigsten geltenden Gesetze aus dem Zuständigkeitsbereich des BMJ findet man auf der Homepage. Fremdsprachige Gesetzestexte können wegen der damit verbundenen umfangreichen Übersetzungsarbeiten zunächst nur in sehr begrenztem Rahmen zur Verfügung gestellt werden. Dieses Angebot wird freilich ständig erweitert. So wird im I. Quartal 2002 die englische Fassung der geltenden Insolvenzordnung verfügbar sein.

Für ausländische Investoren sind die Arbeiten der vom BMJ eingesetzten Kodex-Kommission „Corporate Governance“, die Verhaltensregeln für die Führung und Kontrolle börsennotierter Unternehmen in Deutschland erarbeitet, von besonderem Interesse. Die Arbeiten der Kommission werden im Internet auf einer besonderen Homepage (www.corporate-governance-code.de) auch in englischer Sprache dokumentiert.

Über weitere Links kommt man von dem Angebot der BMJ zu Institutionen, die insbesondere auch für Nutzer aus dem Ausland interessant sind. So erreicht man

1. die Internationale Stiftung für rechtliche Zusammenarbeit in Bonn. Diese Stiftung ist von der Bundesregierung beauftragt, Hilfe und Unterstützung auf dem Gebiet der Reform des Rechtssystems, insbesondere in den Staaten

Mittel- und Osteuropas sowie in den neuen unabhängigen Staaten der ehemaligen Sowjetunion, zu leisten.

2. die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) in Genf. Der ausländische Nutzer findet hier Gesetzestexte der Mitgliedstaaten der WIPO zum Recht des geistigen Eigentums in Englisch, Französisch und Spanisch.

6.4 Bundesministerium der Finanzen (BMF)

Das neue Informationsportal www.bundesfinanzministerium.de, mit dem das BMF im Jahr 2001 online gegangen ist, bietet einen breiten und detaillierten Überblick über die Arbeit des BMF und entsprechend über die zentralen Felder der Finanz- und Wirtschaftspolitik der Bundesregierung. Angereichert mit Erklärstücken über die einzelnen Politikfelder – wie z. B. Finanz- und Wirtschaftspolitik, Steuern und Zölle, Europa und Internationale Beziehungen –, bietet das Portal über die tagesaktuelle Politik hinaus Einblicke in die Hintergründe der politischen Entscheidungen und somit in die finanz- und wirtschaftspolitische Verfasstheit der Bundesrepublik, Europas und der Weltwirtschaft.

Jeweils zielgruppengerecht werden die einzelnen Themenblöcke aufbereitet: von breit angelegten Hintergrund- und Erklärstücken für die Bürgerinnen und Bürger über spezifische Schreiben zu Spezialfeldern der Politik des Hauses für das Fachpublikum (z. B. Steuerberater) bis hin zu eigenen Bereichen für Pressevertreter, Kernthemen der Finanz- und Wirtschaftspolitik der Bundesregierung sowie ein aktueller Ticker mit den jüngsten Veröffentlichungen des Hauses werden auf der Startseite gefeared. Bewegte Bilder und damit die adäquate Nutzung des Mediums für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des BMF werden angeboten. Interaktive Serviceelemente, wie unter anderem Downloads, Stellenangebote, die Bezugsmöglichkeiten von Publikationen, ein E-Mail-Service und, vermittelt über den nachgeordneten Bereich Zoll, die Teilnahme an Auktionen, runden das Informations- und Serviceangebot von www.bundesfinanzministerium.de ab.

Das mehrsprachige Angebot wird, nach der nunmehr abgeschlossenen Einrichtung einer Textversion, sukzessive ausgebaut.

6.5 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Für die Außendarstellung Deutschlands als Wirtschafts- und Investitionsstandort wird neben den traditionellen Medien (Funk, Fernsehen und Printmedien) zunehmend das Internet genutzt. Träger dieser Darstellungsform sind neben den deutschen Wirtschaftseinrichtungen im In- und Ausland, den Kammern und Verbänden nicht zuletzt die im Ausland tätigen Unternehmen selbst, insbesondere auch kleine und mittelständische Unternehmen.

Das BMWi unterstützt diese Entwicklung mit seinem Internetportal (www.bmwi.de) und stellt umfassende, differenzierte, zeitnahe und praxisorientierte Wirtschaftsinformationen zur Verfügung. Dazu gehören u. a. Darstellungen mit

gesetzgeberischen, administrativen und koordinierenden Inhalten, z. B. in der Wettbewerbs-, Regional-, Mittelstands-, Energie-, Technologie und Außenwirtschaftspolitik.

Aktuelle Wirtschaftsinformationen, Förderprogramme und Ausschreibungen stehen ebenso im Vordergrund wie Informationen der Fachabteilungen sowie Berichte über wirtschaftliche Zusammenhänge im Inland und mit dem Ausland. Darunter sind auch solche enthalten, die gezielt über den Wirtschaftsstandort Deutschland und die Ergebnisse der Wirtschaftsforschungsinstitute berichten und den Strukturwandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft begleiten. Spezielle Links weisen auf nationale, europäische und internationale Ausschreibungen hin und geben ausländischen Wirtschafts-, Handels- und Investitionsinteressenten Hinweise auf Institutionen, die insbesondere zur Kontaktaufnahme mit den neuen Bundesländern angesprochen werden können.

Sachverständigenbeiräte und nachgeordnete Wirtschaftsbehörden des BMWi werden mit ihren Aufgabenbereichen vorgestellt und sind direkt über Links zu erreichen. Auf der Grundlage des Drei-Säulen-Konzepts der Außenwirtschaft (Bundesagentur für Außenwirtschaft, Wirtschaftsabteilungen der Botschaften und Auslandshandelskammern) und den Informationen zu den In- und Auslandsmessen können sich auch deutsche Unternehmen umfassend über die wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen auf den Auslandsmärkten informieren.

Zentrales Anliegen zur Darstellung der Aufgaben und Ziele der deutschen Wirtschaftspolitik im Internet ist es, umfassend auf die wirtschaftspolitischen Zielsetzungen hinzuweisen, wie

- hoher Beschäftigungsstand,
- dauerhafte Wachstums- und Wettbewerbschancen für den Standort Deutschland,
- soziale Sicherheit,
- Förderung von neuen Technologien und Innovationen zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft,
- Verbindung ökonomischer und ökologischer Ziele,
- Vertiefung der weltweiten Arbeitsteilung und eines freien Welthandels und Wegbereitung für die Informationsgesellschaft.

6.6 Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)

Wichtigstes Informationsinstrument des BMVEL ist das Internetangebot unter www.verbraucherministerium.de. Informationsschwerpunkte bilden Themen wie Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft, ländlicher Raum, Tierschutz, Veterinärwesen, Forstwirtschaft und Fischerei. Eine Reihe von Portalen, die über die Homepage zugänglich sind, leiten den Interessierten auch zu Vor-Ort-Angeboten

und zu einer Vielzahl von themennahen Institutionen weiter. Dadurch wird auch dem internationalen Internetnutzer über die Grenzen hinweg ein vielfältiges und differenziertes Bild zu den genannten Themen vermittelt. Daneben sind auch rechtliche Grundlagen, wie Gesetze und Verordnungen, abrufbar.

Mit seinen vielfältigen Maßnahmen zur Entwicklung der ländlichen Räume, unterstützt das Ministerium auch die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist das Eigenengagement der Menschen in den ländlichen Regionen selbst. Das Internetangebot informiert über Wettbewerbe, Förderbedingungen u. Ä. und vermittelt darüber hinaus einen breiten Eindruck über die gesellschaftlichen Entwicklungen und die Lebensbedingungen in den ländlichen Räumen.

Als direktes Angebot an internationale Nutzerinnen und Nutzer beinhaltet das Internetangebot eine Reihe wichtiger Informationen in englischer und französischer Sprache.

6.7 Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (BMA)

Die Darstellung der Leistungen des BMA über das Internet (www.bma-bund.de) dient neben der Information der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland der Information auch deren Interessenvertretungen außerhalb von Deutschland (Außeninformation).

Durch die Struktur der Arbeits- und Sozialgesetzgebung, die einen stark nationalen Charakter hat, sind die meisten Angebote des BMA in erster Linie auf die Binneninformation ausgerichtet. Da aber viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus anderen Ländern aufgrund der Globalisierung bzw. durch die Freizügigkeit im EU-Raum einen Arbeitsplatz in Deutschland gefunden haben, ist die Darstellung der oft komplizierten Rechtsmaterie auch in den jeweiligen ausländischen Sprachen notwendig. Aus diesem Grund stellt das BMA sein Internetangebot seit Mitte der 90er-Jahre auch in englischer, französischer und spanischer Sprache dar. Hinzugekommen sind im Jahre 2001 zwei weitere Sprachangebote, in türkisch und italienisch. Publikationen, die einen allgemeinen Überblick über die soziale Sicherung in Deutschland gewähren, sind in den in Betracht kommenden Fremdsprachen ebenfalls erhältlich.

Ziel ist es, den ausländischen Bürgerinnen und Bürgern in Deutschland über die eigene, vertraute Sprache die Rechte und Pflichten, die sie in Deutschland haben, zu verdeutlichen und gleichzeitig ein tieferes Verständnis für die gesellschaftlichen Prozesse zu wecken. Ziel ist es auch, den ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern die Möglichkeit zu geben, am politischen Willensbildungsprozess auf der Grundlage solider Informationen aktiv teilzunehmen.

Bedingt durch die Erweiterungen der EU und die fortschreitende Internationalisierung der Wirtschaft steht unser Arbeits- und Sozialrecht in einem ständigen Wandel, der sich den globalen Bedingungen zu stellen hat. Nicht nur, dass sich ausländische Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beispielsweise für einen Arbeitsplatz in Deutschland interessieren; auch das verstärkte Interesse

deutscher Arbeitnehmerinnen und Arbeitgeber, ins Ausland zu gehen, ist ein wesentlicher Grund dafür, die Leistungen unseres Sozialstaates im Internet darzustellen. Dies hat sich besonders bei der „Greencard“-Initiative der Bundesregierung gezeigt, als ausländische Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland nicht nur Arbeitsplätze suchten, sondern sich auch über die arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen informieren wollten. Es ist davon auszugehen, dass dieser Informationswunsch bei der Arbeitsplatzsuche in Zukunft eher steigen wird und so das Angebot über das Internet eine noch weitergehende Bedeutung erhält.

Mithilfe des Internet, aber auch über unterschiedliche Publikationen und Veranstaltungen unterstützt das BMA zusätzlich den Wunsch der Jugendlichen, in ihrer nachschulischen Phase neue Wege in Europa beispielsweise beruflich zu gehen. Aus diesem Grund hat das BMA während der deutschen EU-Präsidentschaft 1999 mit Hilfe des Europäischen Sozialfonds die Initiative „Eurogate“ ins Leben gerufen, die die Jugendlichen, entsprechend ihren Interessen, von der Au-pair-Stage bis zum Studium unterstützt. Mithilfe von Messen und kleinen Veranstaltungen, Publikationen und mit einem speziellen Internetauftritt zu diesem Thema können sich Jugendliche direkt informieren, welche Ansprechpartner und Fördermöglichkeiten ihnen hierzu zur Verfügung stehen.

Die Verflechtung mit den europäischen Nachbarländern über das Internet ist derzeit in der Aufbauphase; sie soll im Jahre 2002 abgeschlossen sein. Dies wird zur Folge haben, dass sich beispielsweise ein deutscher Jugendlicher in Europa nach einer entsprechenden Tätigkeit erkundigen, genauso aber auch ein ausländischer Jugendlicher in Deutschland etwa nach einer Praktikumsmöglichkeit Ausschau halten kann. Unterstützt wird diese Maßnahme durch die Bundesanstalt für Arbeit, die eine Praktikumsbörse und die entsprechende kostenlose Telefonhotline zur Verfügung stellt.

Ziel ist es, vor allem bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen, deutlich zu machen, dass der Ausbildungs- und Arbeitsmarkt nicht an nationalen Grenzen endet, sondern sich neue Möglichkeiten und Chancen im europäischen Raum anbieten. Ziel ist es ebenfalls, über diese Kontakte und Aufenthaltsmöglichkeiten die Jugendlichen erfahren zu lassen, dass sie in einem europäischen Konsens leben, um so ihre Nachbarn als Partner und Freunde mit einer eigenen Kultur zu erleben.

6.8 Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)

Das Bundesministerium der Verteidigung betreibt seit 1996 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Internet. Diese erfolgt bisher binnenorientiert und in deutscher Sprache. Inhalte sind im Wesentlichen Informationen über das BMVg, zum sicherheits- und verteidigungspolitischen Auftrag der Bundeswehr und deren Darstellung im Sinne regierungsamtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (BVG Urteil v. 2. März 1977).

Nutzungsauswertungen belegen ein ausgeprägtes Interesse aus dem – vor allem englischsprachigen – Ausland.

Zurzeit wird die Internetpräsenz des BMVg und der Bundeswehr umfassend neu gestaltet. Hierbei wird auch dem Informationsinteresse aus dem Ausland Rechnung getragen. Dies betrifft u. a. die Bereitstellung aller relevanten Informationen der Homepage www.bundeswehr.de in englischer und französischer Sprache.

6.9 Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Der Internetauftritt des BMFSFJ informiert unter www.bmfsfj.de über alle Politikbereiche des Hauses. Dies sind die Bereiche Familien, Frauen, Kinder und Jugendliche, Senioren, Zivildienst, Wohlfahrtspflege und freiwilliges Engagement.

Eingestellt und gepflegt werden: aktuelle Meldungen, ein Veranstaltungskalender, Pressemitteilungen und Pressetermine, Reden, Gesetze, Publikationen und Links zum jeweiligen Politikbereich. Jeder Politikbereich publiziert seine eigenen aktuellen Beiträge, Veranstaltungen, Themen Ratgeber, Forschungsvorhaben und Förderungsrichtlinien.

Die Startseite der Homepage hat eine Portalfunktion für Kampagnen des BMFSFJ. Hier wird verlinkt zu den Kampagnen „Mehr Spielraum für Väter“, „Mehr Respekt vor Kindern“ und „Mehr Zeit für Kinder“. Die Kampagne „Mehr Spielraum für Väter“ setzt das Aktionsprogramm der Bundesregierung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf mediengerecht um. Damit Kinder tatsächlich gewaltfrei aufwachsen, hat das BMFSFJ das neue Gesetz zur gewaltfreien Erziehung mit der bundesweiten Kampagne „Mehr Respekt vor Kindern“ bekannt gemacht. Die Kampagne „Mehr Zeit für Kinder“ will das Augenmerk der Bürgerinnen und Bürger auf die Belange der Kinder in unserer Gesellschaft lenken.

Schwerpunkte der internetgestützten Öffentlichkeitsarbeit sind:

- die Förderung von Familien und die Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Mütter und Väter (z. B. die Verbesserungen beim Erziehungsgeld durch die Reform des Bundeserziehungsgeldgesetzes),
- die Umsetzung von Programmen und Initiativen zur Gleichstellung von Frauen in Politik, Gesellschaft und Arbeitswelt (z. B. die Umsetzung des Programms Frau und Beruf, die Einführung des Gender-Mainstreaming-Konzeptes in die Handlungsroutine der Bundesministerien; der Begriff Gender Mainstreaming bezeichnet dabei den Prozess und die Vorgehensweise, die Geschlechterperspektive in die Gesamtpolitik aufzunehmen),
- die wirkungsvolle und nachhaltige Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen (z. B. durch den „Aktionsplan der Bundesregierung zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen“, der in enger Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern durchgeführt wird),
- die Förderung und der Schutz von Kindern und Jugendlichen (z. B. das Recht auf gewaltfreie Erziehung, die Reform des Kindschaftsrechts) und die Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs von Kindern

sowie des Kindersextourismus und der Kinderpornographie (z. B. durch Gesetzgebungsmaßnahmen, die Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit auch in bezug auf die Strafverfolgung und des Opferschutzes sowie zahlreiche präventive Maßnahmen),

- die Umsetzung des ressortübergreifenden jugendpolitischen Programms „Chancen im Wandel“, mit dem durch eine aktivierende Jugendpolitik die Stärken der Jugendlichen gefördert und die Jugendlichen zur aktiven Beteiligung an der Gestaltung unserer Gesellschaft aufgefordert werden,
- die Förderung eines selbstständigen Lebens von Seniorinnen und Senioren in der Gesellschaft und die Verbesserung der gesetzlichen Rahmenbedingungen (z. B. durch das Altenpflegegesetz und das Heimgesetz),
- die Sensibilisierung der Öffentlichkeit gegen Gewalt gegen Ältere (z. B. durch das Projekt „Gewalt gegen Ältere im persönlichen Nahraum“ und durch Unterstützung der „Aktion gegen Gewalt in der Pflege – AGP“)
- die Weiterentwicklung des Zivildienstes (z. B. ist ein Gesetz auf den Weg gebracht, anerkannten Kriegsdienstverweigerern ein Freiwilliges Soziales oder Ökologisches Jahr als Ersatz für den Zivildienst anzuerkennen),
- die Durchführung des „Internationalen Jahrs der Freiwilligen 2001“,
- der Ausbau der europäischen Zusammenarbeit auf den Feldern Familie, Senioren, Gleichstellung, Jugend und soziale Dienste.

6.10 Bundesministerium für Gesundheit (BMG)

Für den Geschäftsbereich des BMG vermitteln insbesondere die nachgeordneten Bundesoberbehörden im Internet ein breites Spektrum an Informationen für die Bürgerinnen und Bürger sowie für das Fachpublikum im In- und Ausland.

So bietet das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte mit der englischen Version seiner Homepage – www.bfarm.de – auch dem Fachpublikum im Ausland Informationen zur Arzneimittelzulassung (Zulassungsverfahren in der EU), zur Risikoüberwachung von Medizinprodukten sowie zur Überwachung des Betäubungsmittel- und Grundstoffverkehrs.

Auch das Robert-Koch-Institut informiert Fachöffentlichkeit und Bevölkerung in englischer Sprache. Als Beispiel bietet die Gesundheitsberichterstattung ein adäquates Bild vom Gesundheitszustand der Bevölkerung oder von Bevölkerungsgruppen, deren Gesundheitsverhalten, der Verbreitung von Risikofaktoren, der Inanspruchnahme von Leistungen, sowie der Kosten und Ressourcen des Gesundheitswesens. Merkblätter, Falldefinitionen und Konzepte für Maßnahmen bei Ausbrüchen von Infektionskrankheiten oder Empfehlungen der ständigen Impfkommission können (unter www.rki.de) abgerufen werden. Als

aktuelles Beispiel sei hier die Infohotline zum Erreger des Milzbrandes nach den Anschlägen in den USA genannt.

Aktuelle Informationen aus dem gesamten Gebiet der Biowissenschaften werden der fachlich interessierten Öffentlichkeit durch das Deutsche Institut für medizinische Information und Dokumentation einfach und schnell zugänglich gemacht; www.dimdi.de gibt es für ausländische User auch in einer englischen Version.

Als Fachoberbehörde für die Gesundheitsförderung entwickelt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung gemeinsam mit Kooperationspartnern Strategien zur gesundheitlichen Aufklärung und Prävention und setzt sie in Kampagnen und Projekte um. Neben dem Internetangebot www.bzga.de mit ausgewählten Beiträgen in englischer Version bieten Broschüren in türkischer, russischer, polnischer und kroatischer Sprache den ausländischen Bürgerinnen und Bürgern ein breites Spektrum zu den Themen Sexualaufklärung und Familienplanung.

Mit der vorgesehenen Neugestaltung der Homepage des Bundesministerium für Gesundheit ist unter www.bmgesundheit.de ein umfangreicheres Informationsangebot in englischer Sprache geplant.

6.11 Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW)

Die neuen Medien, wie vor allem das Internet, bieten neue Wege und Möglichkeiten zur Politikvermittlung. Dieser zunehmenden Bedeutung der Online-Information Rechnung tragend, erfolgte im Oktober 2001 ein Relaunch der Internetseiten des BMVBW unter der Internetadresse www.bmvbw.de. Das BMVBW verfügt somit über ein zeitgemäßes Online-Kommunikationsmedium, das die Voraussetzungen für eine moderne Vermittlung der fachpolitischen Schwerpunktthemen des Ministeriums bietet.

Eingebettet in ausführliche Informationen zu den einzelnen Aufgabenfeldern nationaler wie internationaler Verkehrs, Bau- und Wohnungspolitik wird ein besonderer Akzent auf die tagesaktuelle Berichterstattung gelegt, die unter anderem in Form der Veröffentlichung von Pressemitteilungen und Reden erfolgt. Außerdem werden in Artikeln Hintergrundinformationen geboten, ergänzt durch Downloads zum Thema und Links zu relevanten Informationsanbietern aus dem thematischen Umfeld des BMVBW.

Über die Dialogfunktion hinaus bietet das Online-Angebot aktuelle Publikationen, die online zu bestellen oder direkt herunterzuladen sind. Ein weiterer Bestandteil des Serviceangebotes ist das Baustelleninformationssystem des Bundes und der Länder, das aktuell über Baustellen auf bundesdeutschen Autobahnen informiert.

Für die internationale Nutzergemeinde bietet der Internetauftritt des BMVBW eine Vielzahl ausgewählter Dokumente in englischer Sprache an. Dieser Service wird ständig ausgebaut.

Verkehrs-, Bau- und Wohnungspolitik findet in starkem Maße in einem internationalen Rahmen statt. Ausdruck dessen ist zum einen eine enge Zusammenarbeit mit mul-

tinationalen Institutionen wie zum Beispiel der EU und den Vereinten Nationen sowie ferner die Einbindung der unterschiedlichen Fachpolitiken des Hauses in den internationalen Erfahrungsaustausch.

Dies gilt insbesondere für Fragen der Raumordnung sowie grenzüberschreitende Belange der Verkehrspolitik der Bundesregierung. Hierzu gehören sowohl konkrete investive und ordnungspolitische Vorhaben (z. B. Trans-europäische Netze, LKW- Maut) wie auch längerfristige, die nationalen Grenzen überschreitende Politikansätze zur Sicherung einer nachhaltigen Mobilität. Der Internetauftritt des BMVBW bietet hierfür eine umfassende Informationsplattform und darüber hinaus den Einstieg in ein Netzwerk der verschiedenen national und international mit den betreffenden Themen befassten Informationsanbieter. Dies gilt insbesondere auch für den Bereich der Baukultur und der Stadtentwicklung. Die vielfältigen Aktivitäten und Initiativen des Ministeriums für eine qualitativ hochwertig gebaute Umwelt, für eine stetige Verbesserung der Wohnsituation in Deutschland und für sichere und sozial funktionsfähige Städte werden mit dem Web-Angebot des BMVBW umfassend kommuniziert und sind für ausländische Nutzer über die Einbettung in den internationalen Kontext dieser Arbeitsfelder auch in das Informationsnetzwerk www.bmvbw.de einbezogen.

6.12 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Seit 1996 ist das BMU unter der Adresse www.bmu.de mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten. Die gezielte Öffnung des Internetangebotes im Hinblick auf ausländische Nutzer findet seit 1997 statt. Seitdem bietet das BMU fremdsprachige Internetseiten in englischer, französischer und spanischer Sprache an. Menschen aus über 80 Nationen greifen auf die Seiten des BMU zu.

Dieses Angebot wurde insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppe ausländischer Nutzer aus den Bereichen Administration, Politik, Wissenschaft und Forschung ständig aktualisiert und erweitert. Dabei wird das fremdsprachige Angebot nicht eins zu eins gemäß den deutschen Seiten umgesetzt, sondern entsprechend den Bedürfnissen ausländischer Zielgruppen aufbereitet.

Mitte 2000 fand ein Relaunch sowohl der deutschen als auch der fremdsprachigen Internetseiten des BMU statt.

Heute präsentiert das BMU sein fremdsprachiges Angebot auf etwa 200 Seiten. Ausgehend von der deutschen Homepage gelangt man über die Symbole der Landesflaggen auf die fremdsprachigen Seiten. Gleichzeitig wird auch im deutschsprachigen Angebot dem Nutzer das Vorhandensein einer fremdsprachigen Version signalisiert.

Seit September 2001 erscheint vierteljährlich in englischer Sprache ein Newsletter, der kostenlos online abonniert werden kann. Er informiert kurz und knapp über die neuen Inhalte auf allen fremdsprachigen Seiten.

Die fremdsprachigen Internetseiten bieten neben einem Überblick über Organisation und Aufgaben des BMU eine aktuelle Darstellung der deutschen Umweltpolitik. Da-

rüber hinaus wird der Umweltstandort Deutschland mit seinen innovativen Projekten in der Umweltgesetzgebung und Umwelttechnologie vorgestellt. Einen breit gefächerten aktuellen Überblick hierzu gibt das seit 1997 dreimal jährlich erscheinende englischsprachige Umweltmagazin „Common Ground“. Es erscheint zeitgleich mit der Printausgabe online und wird seit 2001 auch in spanischer Sprache im Internet veröffentlicht.

Über die fremdsprachigen Seiten können englische, französische und spanische Publikationen des BMU online bestellt werden. Informationen zum produktbezogenen Umweltschutz und zu umweltfreundlichen Technologien ergänzen das Angebot insbesondere durch die Vernetzung zu den nachgeordneten Behörden UBA, BfN, BfS. Weiterführende Links erschließen den Besuchern auch das Angebot der EU-Umweltministerien sowie das der Beitrittsländer und einiger internationaler Organisationen im Umweltbereich.

6.13 Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Deutschland gehört zu den führenden Wissenschaftsnationen und verfügt über ein Bildungs- und Forschungssystem mit einer beachtenswerten Tradition. Im Zeitalter der Globalisierung müssen Wissenschaft und Bildung mehr denn je international ausgerichtet sein, wenn sie ihre Leistungsfähigkeit aufrechterhalten und steigern wollen. Wissenschaft und Bildung sind Motor des Globalisierungsprozesses selbst und zugleich Wegbereiter zwischenstaatlicher und wirtschaftlicher Beziehungen. Wer diesen Prozess mitgestalten und daraus Nutzen ziehen will, muss sich aktiv daran beteiligen.

Der im Rahmen des Globalisierungsprozesses dynamisch wachsende weltumspannende Informations- und Wissenstransfer stellt die internationale Zusammenarbeit vor neue Herausforderungen. Nicht nur die Rahmenbedingungen ändern sich, auch die bildungs- und forschungspolitische Funktion der Zusammenarbeit selbst gewinnt dadurch einen neuen Charakter, dass internationale Kooperation eine immer größere unmittelbar wirkende Relevanz für die Stärkung des Bildungs-, Forschungs- und Innovationssystems in Deutschland gewinnt.

Dazu gehört auch, dass der weltweite Wettbewerb um begabte wissenschaftlich-technische Nachwuchskräfte weiter zunimmt. Bildung und die berufliche Aus- und Weiterbildung werden immer mehr zu einer europa- und weltweit ausgetauschten „Dienstleistung“. Deutschland muss die Chance nutzen, seinen Anteil am internationalen Bildungsmarkt zu sichern. Die Aus- und Weiterbildung von Ausländern ist für uns eine Investition in eine langfristige Partnerschaft. Die Vorteile für die Zukunft und das Ansehen Deutschlands und Europas, die wir durch intensiven Austausch und Kontakt mit den Wissensträgern dieser Welt gewinnen, sind offensichtlich und unschätzbar.

Es bleibt unabhängig davon ein bildungspolitisches Gebot ersten Ranges, die deutschen Begabungsreserven umfassend zu mobilisieren und auszuschöpfen, um den Fachkräftemangel im natur- und ingenieurwissenschaftlichen

Bereich, der schon heute gravierende Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklung des für Deutschland bedeutsamen technologischen und naturwissenschaftlichen „Know-how“ hat, zu beheben. In Forschung und Lehre wie in der Wirtschaft sind wir aber zunehmend auf ausländischen Nachwuchs und ausländische Fachkräfte angewiesen. Daraus ergibt sich eine Bereicherung für Wissenschaft, Wirtschaft und unsere Gesellschaft. Die Einwerbung ausländischer Kompetenz ist keine Einbahnstraße; auch die deutschen Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler wollen und sollen international mobil sein und in anderen Ländern studieren, arbeiten und Erfahrungen sammeln.

Wir müssen deshalb unsere Hochschulen, Laboratorien und Weiterbildungseinrichtungen zu Anziehungspunkten für den begabten Nachwuchs und starke Partner aus aller Welt machen; wir müssen mehr ausländische Investoren dazu bewegen, auf Forschung und Entwicklung in Deutschland zu setzen. Deshalb ist es nötig, offen zu informieren, für unsere Stärken aktiv zu werben und Deutschland als attraktiven Bildungs- und Forschungsstandort im Ausland darzustellen.

Dazu haben sich Repräsentanten aus Politik, Wirtschaft, Bildung und Forschung am 22. Juni 2001 zu einer konzertierten Aktion Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland unter dem Vorsitz der Bundesministerin für Bildung und Forschung zusammengefunden. Die Aktion will – neben inhaltlichen Anstrengungen zur Verbesserung der Angebote und Rahmenbedingungen in Deutschland – im Zusammenwirken aller Verantwortlichen und Akteure die Attraktivität unserer Hochschulen, Berufsbildungsträger und Forschungszentren weltweit besser zur Geltung bringen. Mit dem Slogan „Hi!Potentials! – International careers made in Germany“ werden Talente aus aller Welt eingeladen, im „Campus Germany“ die Grundlagen für eine erfolgreiche Berufslaufbahn zu erwerben. Mit einer weltweit wirksamen, aber auf Schwerpunktreionen konzentrierten Dachkampagne wird unter diesem Slogan für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland geworben.

Das Internetportal „campus-germany.de“ wurde von der DW in Kooperation mit dem Sekretariat der Konzertierten Aktion konzipiert. Die DW hat den Web-Auftritt in fünf Sprachen – Deutsch, Englisch, Chinesisch, Russisch, Spanisch – aufgebaut und aktualisiert auch die Sprachfassungen täglich. „Campus-Germany“ bietet Porträts aller Hochschulorte in Deutschland, praktische Servicetipps und Informationen über das Leben in unserem Lande (siehe auch 7.1.3)

Über den Bildungsbereich informiert der Deutsche Bildungsserver (www.bildungsserver.de), dem differenzierte Informationen über die deutsche Bildungslandschaft zu entnehmen sind.

Über Forschung in Deutschland informiert das BMBF-Forschungsportal, das im Herbst 2001 mit seiner 2nd edition ins Netz gegangen ist (www.forschungsportal.net) und nicht nur den unmittelbaren Zugang zu den über 800 staatlich finanzierten Forschungseinrichtungen in Deutschland

eröffnet, sondern über eine integrierte speziell für diesen Zweck entwickelte Suchmaschine eine gezielte Recherche zu allen im WWW zur Verfügung stehenden Fachthemen ermöglicht. Das BMBF-Forschungsportal wird Anfang 2002 mit dem vom Institut für Auslandsbeziehungen entwickelten Internetangebot (www.research-in-germany.de) zusammengeführt und ermöglicht dadurch eine noch umfassendere Information über Forschung in Deutschland und die Möglichkeiten für Forscherinnen und Forscher aus dem Ausland, in Deutschland tätig zu werden.

6.14 Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Die Entwicklungspolitik der Bundesregierung steht zu Beginn des 21. Jahrhunderts im internationalen Kontext der Überwindung des Ost-West-Konfliktes und der Angleichung der politischen und wirtschaftlichen Ordnungsvorstellungen in der Welt. Weltweit bleiben allerdings große Unterschiede in den menschlichen Lebensbedingungen und -chancen. Die internationale Gemeinschaft sieht sich weiterhin mit globalen Herausforderungen wie Hunger und Krankheit, Umweltzerstörung und Arbeitslosigkeit, Flucht und Krieg, Unterdrückung und Menschenrechtsverletzungen und jetzt verstärkt dem internationalen Terrorismus konfrontiert.

Das Zusammenwachsen der Welt, die Globalisierung fast aller Lebenszusammenhänge, hat die Problemwahrnehmung der Menschen auch bei uns dahin gehend erweitert, dass nachhaltige Entwicklung, Frieden und soziale Sicherheit eng mit der Lösung des globalen Armutsproblems verbunden sind. Sie sind nur im Rahmen einer internationalen Verantwortungsgemeinschaft und im Wege des Interessenausgleichs zwischen Nord und Süd, zwischen Arm und Reich, zu sichern.

Die hieraus erwachsene Aufgabe, die globale Entwicklung ökologisch und sozial zu gestalten, geht weit über die frühere Definition von Entwicklungszusammenarbeit als Untertützung von Einzelprojekten in Partnerländern hinaus. Die Bundesregierung hat eine Neuausrichtung der deutschen Entwicklungspolitik vorgenommen und versteht sie nun als einen Teil globaler Struktur- und Friedenspolitik. Ziel der Entwicklungspolitik ist, einen Beitrag zur globalen Zukunftssicherung und nachhaltigen Entwicklung zu leisten, und dazu wirtschaftliche, soziale, ökologische und politische Belange zusammenzuführen. Armutsbekämpfung stellt dabei eine überwältigende Aufgabe der deutschen Entwicklungspolitik dar.

Die wesentlichen Ursachen von Entwicklungshemmnissen und Fehlentwicklungen liegen in unzureichenden nationalen und internationalen Rahmenbedingungen und Strukturen. Um diese zu verändern, arbeitet die Entwicklungspolitik an der politischen Gestaltung der globalen Strukturen.

Um diese komplexen entwicklungspolitischen Zielsetzungen zu realisieren, setzt auch das BMZ auf den strategischen Einsatz der neuen Kommunikations- und Informationstechnologien mit ihren vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten.

Die entwicklungspolitische Öffentlichkeitsarbeit für das Ausland obliegt dem Bundespresseamt.

Neben den klassischen Instrumenten der entwicklungspolitischen Öffentlichkeitsarbeit wie

- Projektreisen,
- Drehreisen zu Projekten der Entwicklungszusammenarbeit,
- Printinformationen (u. a. bilaterale Broschüren, Auslandszeitschrift „Deutschland“),
- audiovisuellen Medien und dem
- Besucherprogramm der Bundesrepublik Deutschland (u. a. Journalistenreisen, Hospitanzen in Deutschland)

werden auch die neuen Medien, insbesondere das Internet, zunehmend in den Dienst entwicklungspolitischer Ziele gestellt. Das Internet ermöglicht direkte Informationen zwischen den Partnern der Entwicklungszusammenarbeit und fördert den Wissens- und Erfahrungsaustausch. Die Darstellung der deutschen Entwicklungspolitik im Ausland findet sich unter www.bundesregierung.de unter „Themen A – Z“, Stichwort: „Entwicklungspolitik“.

Im Rahmen der Fortentwicklung der Bundesregierungs-Homepage ist ein e-Magazin zur Entwicklungspolitik, d. h. ein Internetmagazin mit einem festen Veröffentlichungszyklus, vorgesehen. Diese Form digitaler Öffentlichkeitsarbeit ist wegen ihrer Zielgruppenorientierung und -genauigkeit ein wichtiges neues Kommunikationselement.

Entwicklungspolitik zielt jedoch auch nach innen, will auch Kenntnisstand und Bewusstseinslage in Deutschland beeinflussen. Durch entsprechende Informationsarbeit soll das Verständnis der Menschen in Deutschland sowie der Menschen, die im Rahmen entwicklungspolitischen Austauschs als Gäste nach Deutschland kommen, dafür geschärft werden, dass das Schicksal und die Zukunftschancen der Menschen in den verschiedenen Regionen der Erde untrennbar miteinander verbunden sind. Für diese Arbeit bedient sich das BMZ als Instrumente neben entwicklungspolitischer Bildungsarbeit, berufl. Fortbildung und Kooperation im Hochschul- und Wissenschaftsbereich insbesondere auch gezielter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Aufgabe ist dabei, über Zielsetzungen, Schwerpunkte und Leistungen der deutschen Entwicklungspolitik zu informieren. Die Zielgruppen reichen dabei von Medienvertretern über entwicklungspolitisch Aktive bis zur breiten Öffentlichkeit. Der Maßnahmenkatalog umfasst neben der Pressearbeit die Herausgabe von Printprodukten, Journalistenseminare, Hörfunkbeiträge, Veranstaltungen und öffentliche Kampagnen vor allem auch die Internetpräsenz. Durch neue Konzeptionen, neues Design und Konzentration auf wenige Instrumente wird der Öffentlichkeitsarbeit ein „neues Gesicht“ gegeben und das Leitbild einer deutschen Entwicklungspolitik als Teil globaler Struktur- und Friedenspolitik verdeutlicht.

Besonderes Gewicht in der Medienarbeit hat der Internetauftritt des BMZ (www.bmz.de) gewonnen. Mit einem modernen Webdesign, neuen Menüs und einem erweiterten Angebot hat sich die BMZ-Website mit zur wichtigsten Informationsquelle entwickelt. Für die Zukunft plant

das BMZ, vor allem den interaktiven Bereich seines Internetangebotes auszubauen.

6.15 Beauftragter der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien (BKM)

Deutschland wird im Ausland nicht nur als bedeutender Wirtschaftsstandort und Wirtschaftsfaktor, sondern ganz wesentlich auch als Land mit einem großen kulturellen Erbe und einer lebendigen kulturellen Gegenwart wahrgenommen. Das kulturelle Leben Deutschlands ist am Beginn des 21. Jahrhunderts geprägt durch eine intensive Pflege regionaler Kulturen, einen bewussten Umgang mit dem nationalen Kulturerbe, aber auch durch einen permanenten und komplexen Dialog und Austausch über die Grenzen hinweg, nicht nur innerhalb Europas, sondern weltweit. Zahlreiche Personen aus dem Ausland, die sich beruflich der Kunst, der Musik, der Schriftstellerei oder der Museumskunde widmen, kommen nach Deutschland, viele leben und arbeiten dauerhaft hier, nicht wenige werden deutsche Staatsbürger und Staatsbürgerinnen.

Dies gilt umgekehrt in ähnlicher Weise. Dieser „personale“ Kulturaustausch bleibt nicht ohne Wirkung für die kulturelle Identität unseres Landes.

Die Außendarstellung Deutschlands als Land der Kunst und der Kultur vollzieht sich in erster Linie über die „Produkte“ künstlerischer oder kultureller Tätigkeit selbst, daneben über die traditionellen Bild- und Printmedien, zunehmend aber auch über die neuen Medien. Standen bisher die Informationen über die Inhalte deutscher Kultur im Vordergrund, so bieten die neuen Medien jetzt die Möglichkeit umfassender, komplexer Vermittlung von „technischen“ Informationen, etwa über Strukturen, Organisationsformen, Zuständigkeiten, Anschriften, Namen und bieten damit unerlässliche Voraussetzungen für kulturellen Austausch weltweit und für den kulturellen Dialog.

Das ständige Wachstum derartiger Informationsangebote im Internet macht es jedoch immer schwerer, sich darin zurechtzufinden. Das vom BKM gestartete Kulturportal soll denjenigen, die es nutzen, die Suche nach Kulturinformationen in Deutschland erleichtern. Folgende Gründe haben die Bundesregierung dazu veranlasst, eine solche Plattform ins Netz zu stellen (Kulturportal-Deutschland.de):

- Es gab bisher kein Angebot, das die vielfältigen Informationen über die Kulturlandschaft in Deutschland übersichtlich und gebündelt behandelt.
- Die Bundesregierung baut – wie unter 5.1 dargestellt – ein umfassendes Deutschland-Portal www.deutschland.de auf, in dem der Kulturbereich einen wesentlichen Bestandteil bildet. Das „Kulturportal“ ist insoweit ein vorgezogener Teilschritt zur Realisierung dieses Informationsportals.
- Die einzelnen Länder haben in bisher noch qualitativ und quantitativ unterschiedlicher Dichte Länderportale ins Netz gestellt, die über das Kulturportal-Deutschland vernetzt zukünftig die gesamte kulturelle Vielfalt in Deutschland abbilden können.

- Die Kommission der EU hat eine Empfehlung zur Entwicklung von Leitlinien ausgesprochen, auf deren Basis alle Mitgliedstaaten eine Internetplattform für ihre kulturellen Aktivitäten anbieten und längerfristig miteinander verknüpfen sollen. Dieser Empfehlung folgt Deutschland mit dem Kulturportal.

Das so definierte Portal versteht sich vor allem als Plattform und Linksystem, das Informationsangebote des Bundes mit denjenigen der Länder, Regionen, Kommunen, Verbänden und privaten Anbietern verbindet. Der von der Bundesregierung selbst eingestellte Inhalt ist insoweit begrenzt. Mit dieser Gestaltung wird auch den weitreichenden Zuständigkeiten der Länder und Kommunen für Kunst und Kultur Rechnung getragen.

Ebenso wie das Deutschland-Portal stellt das Kulturportal sowohl seiner Konzeption nach als auch im Hinblick auf die Träger kein Instrument der Regierungskommunikation dar. Auch befindet sich der maßgebliche Adressatenkreis im Inland. Aufgrund des Umfangs und der Vielfältigkeit des Angebots ist das Portal aber auch hervorragend dazu geeignet, die Differenziertheit der deutschen Kulturlandschaft im Ausland darzustellen; es wird auch entsprechend genutzt. Eine enge Kooperation mit den Informationsangeboten der DW sowie GI trägt zur Abrundung der Gesamtpräsentation Deutschlands bei.

Bei der Darstellung des kulturellen Lebens Deutschlands sowie der deutschen Kultur- und Medienpolitik wird vom BKM die europäische Komponente verstärkt in den Vordergrund gerückt. Gerade die neuen Medien bieten vielfältige Möglichkeiten, den Dialog zwischen Deutschland und den anderen europäischen Staaten darzustellen. Der europäische Integrationsprozess gewinnt so an Transparenz, und eine gemeinsame europäische Öffentlichkeit kann hergestellt werden.

- Die deutsche Kultur- und Medienpolitik ist auch wesentlicher Bestandteil des am 18. März 2002 der Öffentlichkeit vorgestellten Europaportals – *portail européen de la culture* (www.europa.eu.int/comm/culture).
- Der auf europäischer Ebene geführte kultur- und medienpolitische Dialog wird durch Informationen über vereinbarte Schritte und Schwerpunkte dem interessierten Internetnutzer verdeutlichen, dass Europa mehr als eine wirtschaftliche Allianz darstellt.
- Das deutsche Engagement am europäischen Integrationsprozess lässt sich mit der Vorstellung von kultur- und medienpolitischen Programmen auf EU-Ebene wie den MEDIA-Programmen, dem Projekt „Kulturstadt Europa“ oder „Kultur 2000“ verdeutlichen.
- Neben der Intensivierung des kulturellen Austausches bedeuten und bewirken globale Netzwerkstrukturen auch integrative und vertrauensbildende Elemente. In enger Zusammenarbeit mit anderen Institutionen im In- und Ausland sollen Links zum digitalen Kulturportal Deutschland auf deren Websites eingerichtet werden.
- Der personale Kulturaustausch zwischen den Ländern kann als gegenseitige Bereicherung via Internet

eindrucksvoll präsentiert werden. Es bietet sich die Möglichkeit, die Bedeutung deutscher Kunst und somit der deutschen Kultur im Ausland darzustellen, indem transnationale Gemeinschaftsprojekte sowie das Leben und Wirken deutscher Künstler und Künstlerinnen im Ausland vorgestellt werden. Zugleich kann die Bereicherung bewusst gemacht werden, die europäische Kunst in Deutschland darstellt. Die im EG-Vertrag festgeschriebene Wahrung und Förderung der Vielfalt europäischer Kulturen und ihre Umsetzung kann vielfältig, ansprechend und neugierweckend vermittelt werden.

Die Internetverbreitung bietet die Chance, ein Medium für transnationale Kommunikation zwischen einer großen Zahl von Menschen zu werden, gleichzeitig aber auch die Führungs- und Bildungspersönlichkeiten in Medien, Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur anzusprechen. Dies ist durch ein attraktives, differenziertes Informationsangebot für unterschiedliche Interessen und thematische Schwerpunkte möglich.

Ein qualitativ hochwertiges Programm eignet sich dazu, aktuelle und künftige Führungsgruppen und Multiplikatoren im In- und Ausland zu erreichen. Inhaltlich anspruchsvolle Beiträge zu kultur- und medienpolitisch relevanten und aktuellen Themen von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen, Kunstschaffenden sowie Persönlichkeiten aus Kultur, Medien und Politik können das digitale Kulturportal Deutschlands zu einem wichtigen Informations- und Diskussionsforum machen. Aktionsprogramme der Vereinten Nationen, wie z. B. das „Jahr des Dialogs der Kulturen“, können von den neuen Medien genutzt werden, um ein internationales Forum zum Austausch über Werte, Vorstellungen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu etablieren.

Ausführliche und aktuelle Informationen über die Kultur- und Medienpolitik der Bundesregierung und den Aufgabenbereich des BKM sind im Internet abrufbar unter www.bundesregierung.de bzw. www.kulturstaatsminister.de, wobei letztere Adresse ein integrales Element der vorgenannten Homepage der Bundesregierung ist.

Für den Bereich der Filmförderung und Filmpolitik des Bundes steht unter www.filmfoerderung-bkm.de ebenfalls eine umfangreiche Internetpräsentation zur Verfügung. Sie enthält Links zu Ländern, Länderförderern und allen anderen wichtigen Institutionen des deutschen Filmwesens, sodass sie auch als ein Portal für den Bereich der gesamten Filmpolitik und Filmförderung in Deutschland fungiert. Dieses Angebot wird derzeit in die Internetplattform www.bundesregierung.de integriert.

Im Rahmen der umfassenden Reintegration der Websites der Bundesregierung in das Kommunikations- und Informationsportal www.bundesregierung.de arbeiten BKM und BPA der Bundesregierung derzeit gemeinsam an der vollständigen Abbildung der Behörde und aller ihrer Aufgaben im Internet.

7 Die Rolle der Deutschen Welle (DW)

Ein besonders wichtiges Element für die mediale Außenwahrnehmung unseres Landes ist die DW. Als einzige be-

stimmungsgemäß für das Ausland sendende deutsche Rundfunkanstalt hat die DW den gesetzlichen Auftrag, den Rundfunkteilnehmern im Ausland mit Radio- und Fernsehprogrammen in Deutsch und in Fremdsprachen ein umfassendes Bild des politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Lebens in Deutschland zu vermitteln und ihnen die deutschen Auffassungen zu wichtigen Fragen darzustellen und zu erläutern.

Die Rundfunkanstalt verbreitet z. B. ein 24-stündiges informationsorientiertes Fernsehprogramm DW-TV, stündlich wechselnd in Deutsch und Englisch, sowie für Lateinamerika zwei Stunden Spanisch. Hörfunkprogramme werden in Deutsch und in 29 Fremdsprachen ausgestrahlt. Die Internetangebote der Deutschen Welle sind unter www.dw-world.de in 31 Fremdsprachen abrufbar. Ergänzend stellt die Anstalt unter dem Programmtitel TransTel Fernsehtranskriptionssendungen für ausländische Rundfunkveranstalter, insbesondere in der Dritten Welt, bereit, die im Wesentlichen als Projektfördermaßnahmen des AA und des BPA finanziert werden.

Die DW erreicht mit ihren Angeboten per Satellit, Kurzwelle, Internet und durch Übernahme von Sendungen durch lokale Stationen in vielen Ländern (Rebroadcasting) einen – je nach Zielgebieten differenziert – vielfältig strukturierten Empfängerkreis, der sich nach Erhebungen der Deutschen Welle zu einem nicht unbeträchtlichen Anteil aus Entscheidungsträgern und Multiplikatoren zusammensetzt.

Nachrichten und Hintergrundinformationen sind die Basis der Programme. Allen, die die Programme nutzen, bietet die DW Informationen über Deutschland, Europa und das Weltgeschehen, darüber hinaus aber auch Berichte über Ereignisse in den Zielgebieten selbst.

7.1 Selbstverständnis der DW

Die DW konturiert derzeit auf der Basis einer umfassenden internen Reformdiskussion ihre Vorstellungen für ihre weitere Entwicklung und die Strategien zur Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrages. Vorbehaltlich des Ergebnisses dieses Restrukturierungsprozesses sieht die DW ihre Rolle und Funktion bei der künftigen medialen Außenrepräsentanz Deutschlands im Wesentlichen wie folgt:

Nach ihrem Selbstverständnis fördert die DW als „Stimme Deutschlands in der Welt“ durch unabhängigen Journalismus mit pluralistischer Programmgestaltung das Ansehen Deutschlands und flankiert die politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Interessen Deutschlands. In Ländern mit eingeschränkter oder fehlender Informationsfreiheit stellt sie freie und unzensurierte Information zur Verfügung. Sie begleitet medial die Aufgaben der deutschen Entwicklungszusammenarbeit und Außenpolitik. Als Kulturträger nimmt sie weltweit eine wichtige Funktion wahr, im Prozess der europäischen Einigung zwischen den westeuropäischen Staaten und jenen Mittel-, Ost- und Südosteuropas spielt sie eine Mittlerrolle. Sie transportiert in ihren Programmen jene Werte, die das freiheitliche demokratische Gemeinwesen Deutschland ausmachen. Sie verdeutlichen für die DW die Modernität und Toleranz des Zusammenlebens in der deutschen Gesell-

schaft, das auf individueller Selbstbestimmung und Meinungsfreiheit basiert. Indem aufgezeigt wird, wie auch in einer demokratischen, pluralistisch verfassten Gesellschaft politischer Konsens täglich aufs Neue erarbeitet werden muss, leiste sie einen spezifischen Beitrag zum Verständnis demokratischer Prozesse.

Förderung und Verbreitung der deutschen Sprache – eine der Säulen der Auswärtigen Bildungs- und Kulturpolitik – sind eine unverzichtbare Aufgabe auch der DW. Interesse an Deutsch als Fremdsprache bedinge und fördere zugleich eine grundsätzliche Aufgeschlossenheit auch für deutsche Kultur und die deutschen politisch-gesellschaftlichen Verhältnisse.

Nach dem DW-Gesetz wendet sich die DW an Rundfunkteilnehmer/innen im Ausland. Auch vorübergehend im Ausland lebende Deutsche unterliegen dem Programmauftrag der DW und sind wichtige Sympathieträger für den deutschen Auslandsrundfunk, stellen aber für die DW zurzeit keine prioritäre Zielgruppe dar.

Die Diversifizierung ihrer Produkte und Transmissionswege für unterschiedliche Zielgruppen und entsprechend den technologischen und medienpolitischen Verhältnissen in den Zielgebieten sieht die DW als eine ihrer besonderen Stärken an. Die Transportschiene und die inhaltliche Ausfüllung des Programmauftrags seien eine innere Einheit. Die kontinuierliche Überprüfung und Optimierung der entsprechenden Strategien seien Bedingung und Grundlage für die Nähe zum Publikum und damit für den Erfolg der Anstalt.

Im Einzelnen:

7.1.1 Da Hörfunk in vielen Teilen der Welt das am weitesten verbreitete, preiswerteste und wirksamste Informationsmedium bleibt, sind Programme von DW-RADIO in Deutsch und in Fremdsprachen insoweit ein unverzichtbarer und zukunftsreicher Bestandteil des Gesamtangebots der DW.

Die Hörfunkprogramme der DW nehmen nach ihrer Unternehmensstrategie in zahlreichen politisch instabilen Regionen der Erde eine besondere Aufgabe als Präventions- und Krisenradio wahr. Krisenradio für bestimmte Regionen biete eine Antwort auf die Defizite der lokalen, regionalen und nationalen Rundfunkstationen, da sie entweder keinen Zugang zu umfassender Information haben oder diese bewusst zurückhalten. Das Programm müsse auf Versöhnung und internen Dialog setzen, da es als Bindeglied zwischen allen an der Krise Beteiligten im Zielgebiet fungiere. Die Strategie des Krisenradios verspreche Erfolg nur dann, wenn mit Beginn einer krisenhaften Entwicklung ein bestehendes Programm rasch und flexibel erweitert werden kann. Dies setze ein Grundangebot an Hörfunkprogrammen und ein leistungsfähiges Sendernetz in jenen Regionen voraus, die als krisenträchtig angesehen werden müssen und aus deutschen Interessen mit Informationen versorgt werden sollen.

In einer Welt im Umbruch könne die DW jedoch nicht alle Krisenregionen in gleicher Intensität mit ihren Hörfunkprogrammen abdecken, insbesondere nicht mit Blick auf

ihre begrenzten finanziellen Ressourcen. Dies setze eine geopolitische Schwerpunktsetzung voraus. Gleichzeitig müsse gewährleistet werden, im Zuge veränderter Schwerpunktsetzungen auch neue, zusätzliche Fremdsprachenprogramme etablieren zu können. Dazu sei es notwendig, das vorhandene Fremdsprachenangebot und die jeweiligen Übertragungswege in einzelne Zielgebiete kontinuierlich auf ihre aktuelle Resonanz, Relevanz und Priorität hin zu überprüfen.

7.1.2 Orientiert an den außenpolitischen Interessen Deutschlands müsse die DW – wegen ihrer begrenzten Ressourcen, aber auch mit Blick auf ihr Profil – in die Lage versetzt werden, eine laufende Schwerpunktsetzung vornehmen zu können, um auf die politischen Gegebenheiten und Prozesse in diesen Zielgebieten journalistisch adäquat reagieren zu können. Dies komme in den hier aufzuwendenden finanziellen und personellen Mitteln zum Ausdruck, aber auch in Sendeumfang und -leistung. Über den Hörfunk hinaus müsse sich diese Schwerpunktsetzung auch in den Angeboten von DW-TV und DW-WORLD wiederfinden.

7.1.3 Von zentraler neuer Bedeutung für die DW sind das Internet und die fortschreitende Digitalisierung der Medien. Mit dem Start von DW-WORLD im Herbst 2001 hat die DW dieser Entwicklung Rechnung getragen und präsentiert sich mit einem inhaltlich und technisch in dieser Form weltweit einmaligen, redaktionell eigenständigen Angebot.

DW-WORLD ist als ein Angebot für Internetnutzer, Hörer und Zuschauer konzipiert. Es dient auch als eine Plattform für Programminformationen und Programmmarketing sowie für den Vertrieb von DW-TV und DW-RADIO. Hörer und Zuschauer finden im Netz Informationen zu den DW-Sendungen und können sie via Internet empfangen. Die DW ist wie kaum ein anderes internationales Medienunternehmen in der Lage, die Chancen der steigenden Bedeutung von regionalen Internetsprachen zu nutzen. In einem ersten Schritt konzentriert sich DW-WORLD auf eine Reihe von Sprachen neben Englisch und Deutsch, in denen das Marktpotenzial besonders hoch ist: zurzeit nach Schwerpunkten in den Sprachen Chinesisch, Russisch, Spanisch und Portugiesisch für Brasilien.

Parallel zum Aufbau des neuen Kernangebots DW-WORLD hat sich DW-Online zu einem maßgeblichen Anbieter von Serviceinformationen für alle an Deutschland Interessierten entwickelt. In Zusammenarbeit mit dem DAAD betreibt DW-Online das Informationsportal www.campus-germany.de. Im Rahmen der so genannten Konzertierte Aktion der Bundesregierung präsentiert DW-Online darin Informationen über den Studien-, Forschungs- und Bildungsstandort Deutschland. Auch hierbei kommt die in Deutschland einmalige Sprachkompetenz der DW zum Tragen: www.campus-germany.de informiert zurzeit in fünf Sprachen: Englisch, Russisch, Chinesisch, Spanisch und Deutsch.

7.1.4 Einen besonders wichtigen Reformschritt sieht die DW in dem soeben gestarteten gemeinsamen – mit Projektmitteln des BKM geförderten – deutschsprachigen

Auslandskanal GERMAN TV von ARD, ZDF und DW für deutschsprachige Zuschauer in aller Welt. Das Programm zeigt das Beste aus den Programmen von ARD, ZDF und DW und ist damit ein zentraler neuer Baustein für die mediale Außendarstellung Deutschlands. Über Nachrichten hinaus bietet GERMAN TV Unterhaltungssendungen, dazu politische Magazine und Dokumentationen aller drei Sender sowie Berichte von der Fußball-Bundesliga. GERMAN TV ist als weltweit frei empfangbares Programm konzipiert, wird allerdings zunächst in USA wegen der dort üblichen Verbreitungswege als Pay-TV angeboten und soll sukzessive auch in weiteren Weltregionen zu empfangen sein. In denjenigen Gebieten, in denen die Marktsituation eine Verbreitung als Pay-TV als nicht sachgerecht erscheinen lässt, ist die Finanzierbarkeit einer Free-TV-Ausstrahlung zu prüfen. Vgl. auch Nr. 7.2.3.

7.2 Zielvorstellungen der Bundesregierung

Im Blick auf das in der Koalitionsvereinbarung niedergelegte Gesamtziel der Reform der medialen Außenrepräsentanz geht die Bundesregierung für die Entwicklung der DW von folgenden Ausgangsüberlegungen aus:

7.2.1 Wie in den Abschnitten 1 und 2 ausgeführt, geht es dabei – um hier die wesentlichen Punkte dieser Leitlinien aufzugreifen – angesichts der alle Lebensbereiche umfassenden Globalisierung und der weltpolitischen Lage, wie sie mit den Terrorverbrechen vom 11. September 2001 in bestürzender Weise evident geworden sind, neben der Vermittlung einer diesem Prozess entsprechenden angemessenen Darstellung der Lebenswirklichkeit in Deutschland um die aktive Beteiligung unseres Gemeinwesens am internationalen Kommunikationsprozess und am Dialog der Völkergemeinschaft.

Unsere Außenrepräsentanz muss wertorientiert sein. Wir wollen Demokratieentwicklung in der Welt fördern, die Menschenrechte und die Zivilgesellschaft stärken. Dies muss bei der Darstellung unseres Landes im Ausland als besonders wichtiges Leitziel im Vordergrund stehen.

Die Aufgabe, Deutschland medial in der Welt wirksam darzustellen, entspringt seinem politischen und kulturellen Selbstverständnis, im Ausland über Deutschland differenziert, d. h. in seiner Vielfältigkeit und seinen pluralen Erscheinungsformen umfassend zu informieren. Nur auf diese Weise kann das Vertrauen der Völkergemeinschaft erhalten und ausgebaut werden, dessen unser Land in vielfältiger Weise bedarf, vor allem zur überzeugenden Darlegung unseres Teilhabewillens an der globalen Mitverantwortung, zur Akzeptanz im interkulturellen Dialog und zur Standortwerbung in der globalen Konkurrenzsituation.

Angesichts und mithilfe der dynamischen technologischen Entwicklungen der weltweiten Kommunikation wird es dabei nicht mehr so sehr um eine punktuelle Unterrichtung über ausgewählte Themen und Ereignisse gehen, sondern um eine umfassende und aktuelle mediale Präsenz des eigenen Landes, als Einladung zu Dialog, Kooperation und Austausch.

In der medialen Konkurrenzsituation, die durch die heute möglichen weltweiten Zugriffsmöglichkeiten auf Infor-

mationen gegeben ist, muss Deutschland seine Verantwortung hierfür ebenso wie seine Chancen wahrnehmen. In seiner neuen Rolle als wiedervereinigtes Land, als ein Motor des europäischen Einigungsprozesses, als wichtiger Bündnispartner der NATO wie auch im Rahmen der Vereinten Nationen, als einflussreicher Gesprächspartner in aller Welt hat die Bundesrepublik ein existenzielles Interesse an einem fundierten medialen Kommunikationsprozess.

Schwerpunkt muss dabei die Vermittlung eines differenzierten Bildes von Deutschland als eines rechtsstaatlichen und freiheitlichen Landes sein, als Beispiel erfolgreich gelebter und bewährter Demokratie, als eines Landes, das seiner historischen und aktuellen politischen Verantwortung in der Völkergemeinschaft gerecht wird und sich durch wirtschaftlich erfolgreiches Handeln, wissenschaftliche Leistungen, reichhaltiges kulturelles Leben auszeichnet und sich als attraktiver Wirtschaftsstandort und lohnendes touristisches Reiseziel empfiehlt.

In dieser Gesamtsituation, zu der noch die wachsende Mobilität der Bevölkerung hinzutritt, kann nach Auffassung der Bundesregierung das derzeitige Angebot der DW den Anforderungen an ein zeitgemäßes, auch künftig tragfähiges wirksames Auslandsprogramm entsprechend dem zuvor umrissenen Leitziel für den internationalen Kommunikationsprozess allenfalls rudimentär gerecht werden.

Das gilt vorrangig für das Fernsehangebot der DW. Aber auch die Hörfunkprogramme in ihrer Gesamtheit und zum Teil im Einzelnen erscheinen vor dem Hintergrund dieser generellen Leitlinien überprüfungsbedürftig.

Die Bundesregierung hält demgemäß eine alsbaldige grundlegende neue Strategie der DW für dringlich.

7.2.2 Nach ihrer Auffassung ist die klassische Strategie des Auslandsrundfunks – „einbahnige“ Information über deutsche Kultur, Wirtschaft und Politik – so nicht mehr aufgabengerecht. Vielmehr ergeben sich Notwendigkeit und Chance, die Angebote des Auslandsrundfunks künftig intensiver als bisher an den Bedürfnissen der Empfänger zu orientieren und die vielfältigen Möglichkeiten des Auslandsrundfunks verstärkt für internationalen Meinungs-, Gedanken-, insbesondere Kulturaustausch zu nutzen. Relevanz und Nachhaltigkeit der Programme sollten dabei durch eine enge Zusammenarbeit mit den Mittlern der Auswärtigen Bildungs- und Kulturpolitik weiter gestärkt werden.

Das Internet hat die Rahmenbedingungen für den deutschen Auslandsrundfunk grundlegend verändert. In § 3 Deutsche-Welle-Gesetz ist als Aufgabe der DW festgelegt, Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) für das Ausland zu veranstalten und die Rundfunksendungen sowohl in deutscher als auch in Fremdsprachen zu verbreiten. Bereits diese Aufgabenstellung mit ihrer Fokussierung auf das herkömmliche Rundfunkverständnis zeigt, dass eine Berücksichtigung der neuen Entwicklung der Kommunikationsmedien erforderlich ist. Zwar werden Hörfunk und Fernsehen auch in Zukunft ihren wichtigen Stellenwert behalten. Doch wird die Online-Kommunikation nicht nur als neuer Verbreitungsweg für Rundfunksendungen

herkömmlicher Art, sondern auch und vor allem als Transportweg für neue Formen einer Mischung von Massen- und Individualkommunikation hervorragende Bedeutung gewinnen.

Hierdurch besteht die Chance, gezielt individuellen Informations- und Kommunikationswünschen Rechnung zu tragen. Diese Chance – und Herausforderung zugleich – kann nicht mit lediglich programmbegleitenden Angeboten neben klassischen Rundfunkprogrammen wahrgenommen werden, sondern verlangt eine eigenständige mediale Antwort. Sie ist aber von der derzeitigen Aufgabenbeschreibung nicht erfasst und muss als wichtige Zukunftsaufgabe der DW besonders herausgestellt werden. Künftig können – und sollen – nicht mehr in erster Linie Informationen über deutsche Kultur, Wirtschaft und Politik im Wesentlichen lediglich transportiert werden. Vielmehr wird der interkulturelle Dialog hierüber in den Angeboten des Auslandsrundfunks eine wesentlich größere Bedeutung erhalten können.

Der Verbreitungsweg des Internet bringt es mit sich, dass die DW mit der Organisation dieses Dialogs auch im Inland als Mittler von Informationen für Ausländer und Deutsche wirksam wird.

7.2.3 Erster wichtiger Reformschritt für die DW ist – seit dem 1. März 2002 – der gemeinsame deutschsprachige Auslandskanal GERMAN TV von ARD, ZDF und DW für Zuschauer in aller Welt, s. auch 7.1.4.

Dieses auf Anregung von Bund und Ländern von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik ins Werk gesetzte Kooperationsmodell ist als weltweit frei empfangbares Programm konzipiert, wird allerdings zunächst in den USA wegen der dort üblichen Verbreitungswege als Pay-TV angeboten. Die DW hat die Letztverantwortung für den Auslandskanal. ARD und ZDF stellen jeweils 40 %, die Deutsche Welle 20 % des Programms bereit. Die Zulieferung von ARD und ZDF erfolgt unentgeltlich; die DW trägt mit Projektmitteln des BKM die Zusatzkosten für die Verbreitung des Programms in den USA, künftig weltweit.

Der Bund stellt Haushaltsmittel für die Anschubfinanzierung des Auslandskanals in den USA bereit, bis sich das Programm in den USA – nach voraussichtlich 5 Jahren – aus eigenen Einnahmen durch Abonnements selbst trägt. Überschüsse sollen der Finanzierung weiterer Verbreitungsstufen in anderen Ländern dienen. Damit ist nun ein qualitativ hochwertiges öffentlich-rechtliches Vollprogramm für an Deutschland Interessierte im Ausland und längerfristig oder dauernd im Ausland lebende Deutsche geschaffen worden.

Es zeigt das Beste aus den Programmen von ARD, ZDF und DW und ist damit ein neuer zentraler Baustein für die mediale Außendarstellung Deutschlands. Über Nachrichten hinaus bietet GERMAN TV Unterhaltungssendungen, dazu politische Magazine und Dokumentationen der beteiligten Sender sowie Berichte von der Fußball-Bundesliga.

Der neue Auslandskanal wird dazu beitragen, dass die DW auf diesem Sektor ihren gesetzlichen Programmauf-

trag wirkungsvoller und zielgruppengerechter erfüllen kann.

7.2.4 Das Projekt markiert den Einstieg in eine neue strategische Kooperation der DW mit ARD und ZDF. So ist nach Auffassung der Bundesregierung z. B. über die Intensivierung des Programmaustauschs mit ARD und ZDF nachzudenken, um z. B. hochwertige Produktionen der DW auch dem Publikum in Deutschland zu präsentieren. Auf diese Weise kann die Kompetenz, die die DW in der Auslandskommunikation hat, für die Information insbesondere der ausländischen Mitbürger und Mitbürgerinnen im Inland genutzt werden. Erreicht werden sollte weiterhin, dass ARD und ZDF geeignetes Programmmaterial im Gegenzug dem Auslandsrundfunk zur Verfügung stellen. Vernetzungen und Austausch müssen zum Alltag der Zusammenarbeit zwischen DW und den Landesrundfunkanstalten sowie dem ZDF werden. International können die großen öffentlich-rechtlichen Rundfunksysteme nur gewinnen, wenn sie zugunsten einer besseren medialen Außendarstellung Deutschlands intensiver kooperieren.

Wenn nun GERMAN TV die Zielgruppe der Deutschen im Ausland und der deutschsprechenden Ausländer mit einem 24-stündigen Programm in deutscher Sprache bedient, kann sich DW-TV auf seine eigene originäre Aufgabe und fachliche Kompetenz konzentrieren, ausländische Zuschauer über Deutschland und Europa sowie die deutschen Auffassungen zu wichtigen Fragen zu informieren. Das kann nur mit einem eigenständigen, auf diese Zuschauergruppe ausgerichteten Programm auch in Fremdsprachen gelingen. Das Reüssieren von GERMAN TV wird für DW-TV die Chance bieten, dieses Programm zielgruppengenauer zu optimieren.

Der inhaltlichen Profilierung von DW-TV als Sender im Herzen Europas kann zudem der Programmaustausch mit regionalen europäischen Sendern dienen. Auf diese Weise werden die unterschiedlichen Identitäten der Kulturen Europas weltweit transportiert.

7.2.5 Der Etat der beim BKM ressortierenden Bundesrundfunkanstalt finanziert sich im Wesentlichen aus Zuschüssen des Bundes. Im Jahr 2002 beträgt er rd. 284,4 Mio. Euro.

Substanzielle Haushaltszuwächse werden angesichts der auch weiter verfolgten strikten Haushaltskonsolidierungspolitik der Bundesregierung nicht möglich sein. Infolgedessen werden die nach Auffassung der Bundesregierung von der DW – unter voller Wahrung ihrer programmlichen und unternehmenspolitischen Autonomie – zu erbringenden strukturellen und programmlichen Reformmaßnahmen auf dem bisherigen Finanzrahmen basieren müssen.

Dieser finanzielle Rahmen zwingt zu einer Konzentration der Kräfte, zu kontinuierlicher Aufgabenkritik insbesondere bei der DW selbst, erfordert Reformfähigkeit und Flexibilität der Rundfunkanstalt, damit sie den künftigen Anforderungen gerecht werden kann.

7.2.6 Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen und den generellen Leitlinien (Nrn. 7.2.1 bis 7.2.5) sollte sich

die Gesamtreform der Rundfunkanstalt – über den wichtigen ersten Schritt GERMAN TV hinaus – an den nachstehend dargestellten konkreten Zielvorstellungen im Einzelnen ausrichten.

Dabei bezieht die Bundesregierung ausdrücklich ein, dass zurzeit bei der DW selbst eine intensive Reformdiskussion stattfindet, deren Ergebnisse – nach einstimmiger Verabschiedung durch die Anstaltsorgane am 18. März 2002 – in Kürze vorgelegt werden. Die Bundesregierung steht in einem kontinuierlichen Meinungs austausch mit den Organen der DW mit dem Ziel eines Abgleichs der Vorstellungen über die Ziele und Handlungsschritte. Unüberbrückbare Gegensätze bei den Eckpunkten einer Gesamtreform vermag sie derzeit insgesamt gegenüber dem zuvor umrissenen Selbstverständnis der DW nicht zu erkennen.

Die Bundesregierung verweist auf Ihre Antwort auf die Große Anfrage der Abgeordneten Bernd Neumann (Bremen), Dr. Norbert Lammert, Harmut Koschyk, Margarete Späte, Erika Steinbach, Dr. Joseph-Theodor Blank, Norbert Hauser (Bonn), Steffen Kampeter, Hans-Peter Repnik und der Fraktion der CDU/CSU „Zukunft des Deutschen Auslandsrundfunks“ vom 24. September 2001 (Bundestagsdrucksache 14/8208).

7.2.6.1 Nach Auffassung der Bundesregierung ist vorrangig eine Präzisierung des bislang zu allgemein gehaltenen DW-Auftrags sowie eine zielgruppen- und gebietsgerechtere Definition der DW-Angebote. Dieses Ziel muss ggf. eine Novellierung des DWG ermöglichen. Einzelheiten der Ziele und Schwerpunkte des deutschen Auslandsrundfunks werden in intensiver Diskussion der Bundesregierung mit der DW und mit dem Deutschen Bundestag zu erarbeiten sein.

Die Reform muss und wird eine zeitgemäße Antwort auf die Frage geben, welche Zielgruppen im Ausland mit welchem programmlichen Angebot auf welchen Verbreitungswegen am besten erreicht werden können. Im Vordergrund der Überlegungen steht – unter Berücksichtigung der finanziellen Rahmenbedingungen verbunden mit einer notwendigen Schwerpunktsetzung –, den Programmauftrag der DW zielgruppengerecht genauer zu differenzieren sowie die Angebote und Verbreitungswege, die zur Erfüllung des Programmauftrags erforderlich sind, generell zu regeln.

Entsprechend den oben 7.2.1 und 7.2.2 umrissenen generellen Leitvorstellungen muss der neugestaltete Auslandsrundfunk heute im Wesentlichen neben Informationen einen Gedankenaustausch bieten, durch den die Vielfalt unserer Gesellschaft sowie die Stellung, die Verantwortung und der Beitrag Deutschlands im globalen Entwicklungsprozess insbesondere im Dialog der Kulturen vermittelt wird.

Darüber hinaus kommt dem Auslandsrundfunk eine zunehmende Servicefunktion zu, um besondere Informationsinteressen verschiedener Zielgruppen vor allem auf gesellschaftspolitischem und wirtschaftlichem Gebiet schnell und punktgenau zu bedienen. Die technische Entwicklung der elektronischen Medien macht es möglich, gezielt solchen individuellen Informationswünschen

Rechnung zu tragen. Bei der Neudefinition des Programmauftrags für die DW soll der interkulturelle Dialog künftig eine wesentlich größere Bedeutung erhalten; interkultureller Dialog wird dabei als Austausch im Ausland und im Inland zu verstehen sein.

7.2.6.2 Hauptzielgruppe jeder medialen Außendarstellung sind zuvörderst Multiplikatoren in Medien, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei der kommenden Generation. Grundsätzlich sollten alle Zielgruppen mit dem Medium und in der Sprache angesprochen werden, für die sie am empfänglichsten sind. Die gewünschten Inhalte müssen in der für sie bestgeeigneten Form transportiert werden.

Zielgruppen des Auslandsrundfunks im Besonderen sind im Wesentlichen Deutschsprachige, die längerfristig oder dauernd vorrangig im außereuropäischen Ausland leben, Nicht-Deutschsprachige mit Interessen an Deutschland, Nicht-Deutschsprachige als Adressatengruppe mit Blick auf die Sicherung der Informationsfreiheit (Kompensationsradio) sowie Hörer/innen in Krisengebieten (so genanntes Krisen- und Präventionsradio).

Die Zielgruppe der längerfristig im Ausland lebenden Deutschen wird über den neuen deutschen TV-Auslandskanal von ARD, ZDF und DW erreicht werden, der, wie dargestellt, den ersten wesentlichen Schritt der Gesamtreform der DW bildet.

7.2.6.3 Angestrebt wird hierbei die alsbaldige Ausdehnung des neuen Auslandskanals auf ein weltweit frei empfangbares Angebot sowie eine Verwertung von geeigneten Beiträgen des Gemeinschaftsprogramms GERMANTV auch für das schon bisher veranstaltete DW TV. Darüber hinaus sollte generell eine intensivere Zusammenarbeit der Rundfunkanstalten mit dem deutschen Auslandsfernsehen angestrebt werden.

Beim deutschsprachigen Hörfunk lässt sich im Rahmen der von Bund und Ländern angeregten und zwischenzeitlich unterzeichneten Kooperationsvereinbarung von DW und DeutschlandRadio (DLR) eine wesentlich intensivere Zusammenarbeit der beiden Rundfunkanstalten verwirklichen.

Bei den DW-Fremdsprachenprogrammen bedarf es nach Auffassung der Bundesregierung einer deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung. Es gilt vor allem, in Ländern ohne oder mit nur eingeschränkter Informationsfreiheit die Bevölkerung mit qualifizierten Informationen zu versorgen.

Im Blick auf das weiter zusammenwachsende Europa sollte auch beim Hörfunk eine intensivere Kooperation der DW mit europäischen Auslandssendern angestrebt und eine sinnvolle Arbeitsteilung für bestimmte Regionen verwirklicht werden, z. B. insbesondere beim Krisenradio. Nicht nur aus Kostengründen kann sich die Versorgung derartiger Gebiete mit einem programmlichen Angebot der europäischen Staaten als wirksamer erweisen. Auf diese Weise kann zudem ein Beitrag zur Bildung einer europäischen Identität geleistet werden.

7.2.6.4 Die Gruppe der Nicht-Deutschsprachigen mit Interessen an Deutschland, insbesondere Multiplikatoren, soll

mit einem eigenständigen, übersichtlichen und bedienerfreundlichen Online-Angebot gezielt angesprochen werden. Dabei wird diesem Auftritt die Kompetenz der DW-Fremdsprachenredaktionen im Blick auf die zu erreichenden Zielgruppen in den verschiedenen Zielregionen zugute kommen.

Die Angebote des Auslandsrundfunks für Ausländerinnen und Ausländer, auch zur Förderung der deutschen Sprache, sollen sich in enger Abstimmung mit den Mittlerorganisationen in die Bemühungen der Auswärtigen Kulturpolitik unter Abgrenzung der jeweiligen Aufgabenbereiche sowie bestmöglicher Nutzung von Synergien einordnen. Das Online-Angebot der DW sollte den Zugang nach Deutschland über den Auslandsrundfunk intensivieren und mit weiteren Angeboten, insbes. mit dem Deutschlandportal (s. Nr. 5.1) und den Angeboten der Mittlerinstitutionen der Auswärtigen Kulturpolitik, dem Kulturportal des Bundes sowie mit den Kulturportalen der Länder, „vernetzt“ werden.

7.2.6.5 Im Rahmen der Neugestaltung des Auslandsrundfunks soll bei der Finanzierung der DW – vorbehaltlich der Budgethoheit des Deutschen Bundestages – mehr Planungssicherheit für die Rundfunkanstalt erreicht werden.

7.2.7 Die DW muss mit ihrem Auftrag, Deutschland in seiner ganzen gesellschaftlichen, sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Vielfalt im Ausland darzustellen, künftig zugleich Informations- und Servicemedium sein. Zur Informationsaufgabe eines Auslandsrundfunksenders gehört es nach Auffassung der Bundesregierung in Übereinstimmung mit der DW nach wie vor auch, Menschen in Krisenregionen mit einer Berichterstattung zu versorgen, wie sie ihnen sonst schwer oder überhaupt nicht zugänglich ist.

7.2.8 Im Blick auf das Inland gilt es, den bei der DW vorhandenen Sachverstand der Redakteure aus zahlreichen Ländern der Erde und das damit verbundene qualifizierte Informationspotenzial stärker als bisher z. B. bei den Institutionen und Inlandsrundfunkanstalten als Beitrag zum besseren gegenseitigen Verständnis der Kulturen zu nutzen. Zugleich kommt es darauf an, das im Inland und in der deutschen Bevölkerung bislang zu wenig ausgeprägte Bewusstsein dafür zu stärken, dass Deutschland als global agierendes Land sich der weltweiten Medienöffentlichkeit, als ein in der Völkergemeinschaft zur Verantwortung bereites, offenes, tolerantes und wirtschaftlich erfolgreiches Land in Europa präsentieren muss.

7.2.9 Die DW hat eine Neukonzeption ihrer Internet-Aktivitäten erarbeitet; der Neustart erfolgte im November 2001. Pilotsprachen des DW-Internetangebots sind Deutsch, Englisch, Russisch, Chinesisch und Brasilianisch, in der ersten Jahreshälfte 2002 wird es durch Spanisch ergänzt. DW-online ist zu einem „dritten Standbein“ neben DW-TV und DW-Radio weiterentwickelt worden. Die Rundfunkanstalt arbeitet mit den Mittlerorganisationen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik bei Rundfunkproduktionen und der Gestaltung von Internetangeboten zusammen. Die Bundesregierung unterstützt diese Zusammenarbeit, bei der die jeweiligen Arbeitsschwerpunkte betont werden sollen, nachdrücklich, damit

auf diese Weise die Synergien für die Außendarstellung Deutschlands genutzt werden können.

Die Neukonzeption von DW-online ist eine dringliche wichtige Aufgabe auf dem Weg, die Zielgruppe der Multiplikatoren im Ausland mit Fakten und Hintergrundinformationen und allgemein Nutzer mit Kommunikationsinteressen besser versorgen zu können.

8 Zusammenfassung

8.1 Die Bundesregierung strebt eine Reform der medialen Außenrepräsentanz an. Die neuen technischen Möglichkeiten in ihren Wechselbezügen zur Globalisierung aller Lebensbereiche, insbesondere die Entwicklung der weltumspannenden Kommunikation, machen ein Umdenken darüber erforderlich, wie sich unser Land am Beginn des 21. Jahrhunderts weltweit darstellt.

Die wichtige Aufgabe, Deutschland medial in der Welt wirksam zu vertreten, entspringt dem politischen und kulturellen Selbstverständnis, im Ausland über Deutschland differenziert, d. h. in seiner Vielfältigkeit, umfassend zu informieren. Auf diese Weise kann in der Welt das Vertrauen der Völkergemeinschaft erhalten und ausgebaut werden, dessen auch unser Land in vielfältiger Weise bedarf. Zudem haben die erschreckenden Terrorereignisse des 11. Septembers 2001 und danach die Notwendigkeit vor Augen geführt, verstärkt die Werte einer globalen Zivilgesellschaft wie z. B. Einhaltung menschenrechtlicher Standards und friedliche Streitbeilegung nach außen zu kommunizieren. Dies kann nur erfolgreich sein, wenn auf allen Seiten Bereitschaft zum Dialog besteht. Kommunikation und Dialog erfordern heute die Berücksichtigung aller neuen Medientechnologien, besonders die des Internet.

Die Außenrepräsentanz Deutschlands muss werteorientiert sein. Wir wollen Demokratieentwicklung fördern, demokratische Strukturen stabilisieren und verankern, die Menschenrechte und die Zivilgesellschaft stärken.

Die mediale Außenwirkung hat dabei auch eine wichtige innenpolitische Dimension. Ausgangspunkt dessen, was draußen in der Welt als Bild über Deutschland vermittelt wird, ist die gesellschaftliche und kulturelle Realität Deutschlands. Es muss uns gelingen, das Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft im eigenen Land konstruktiv zu gestalten. Nur dann kann unser Ziel realisiert werden, attraktiv für Multiplikatoren, künftige Entscheidungsträger und Eliten des Auslands zu sein, sie dazu zu bewegen, ihre Erfahrung und Ideen in den Dialog mit uns einzubringen.

Als mediale Außenrepräsentanz ist dabei die Gesamtheit aller sich auf Deutschland beziehenden Inhalte zu verstehen, die im Ausland über die Medien im weitesten Sinne, von klassischen Wissens- und Kulturträgern (z. B. Bücher) bis hin zu elektronischen Massen- und interaktiven Kommunikationsformen, verbreitet werden bzw. erreichbar sind. Ziel und Gegenstand der Reform der medialen Außenrepräsentanz ist, eine den aktuellen und weiter absehbaren technischen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Welt entsprechende Vermittlung eines differenzierten

Bildes der Lebenswirklichkeit in Deutschland durch alle in Betracht kommenden Medien.

Die Aktivitäten und insbesondere die Reformansätze aller am medialen Außenkontakt Deutschlands Beteiligten in diesem weiten Sinne darzustellen, kann jedoch nicht Gegenstand dieses Berichts, könnte auch kaum leistbar sein. Der Bericht erfasst daher lediglich die Aktivitäten, die in dieser Legislaturperiode von der Bundesregierung ergriffen worden sind. Sie hat demgemäß auch nur die Bereiche in den Blick genommen, für die sie politische Verantwortung trägt. Dabei umfasst der Bericht im Blick auf die besonderen Gegebenheiten bei den Printmedien und wegen der speziellen Initiativen der Bundesregierung im Filmbereich im Wesentlichen nur die elektronischen Medien.

Die Dynamik der Entwicklungen bei den neuen Kommunikationstechnologien in ihren Wechselbezügen zum allgemeinen Globalisierungsprozess führt zudem dazu, dass die Darlegungen zum Verhältnis zwischen den elektronischen Medien und der Außendarstellung unseres Landes nur eine „Momentaufnahme“ sein können, und diese auch nur auf – allerdings wesentlichen – Teilgebieten. Die technologischen Entwicklungen, insbesondere das Internet, sowie die unterschiedliche Nutzbarkeit und tatsächliche Nutzung dieser technischen Möglichkeiten in den verschiedenen Zivilisationen und Regionen der Welt machen eine auch nur halbwegs auf eine gewisse Dauer verlässliche Aussage unmöglich.

Der Bericht kann daher auch nur als eine Stufe der Beschreibung des Entwicklungsstandes und des Weges in eine künftig noch wesentlich weitergehende Intensivierung der medialen Kommunikation und Vernetzung in der Welt verstanden werden. Entscheidend ist, dass diese Entwicklungen zielgerichtet auch in den Dienst der Darstellung unseres Landes in der Welt gestellt werden.

8.2 Neben der Darstellung der Leitziele einer wirksamen Außendarstellung via elektronische Medien setzt der Bericht auf den Aufbau des Deutschland-Portals und der Reform der DW besondere Akzente.

Dies ist zugleich aber Anlass für einen „Überblick“ über die von der Bundesregierung und den einzelnen Ressorts zunehmend wahrgenommenen Chancen des Internet für die Übermittlung wichtiger Informationen über die Wirklichkeiten unseres staatlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Lebens zu Themenstellungen aus allen Politikbereichen, die im Ausland über Deutschland von Interesse sind. Sämtliche Ressorts sind dabei, ihre politischen Ziele und Maßnahmen, sachliche Informationen und Verfahrensweisen u. v. a. über Internet anzubieten, größtenteils auch in den gängigen Fremdsprachen.

Über das Internet wird auch der in erster Linie für das Binnsystem Bundesrepublik bestimmte und stattfindende Informations- und Meinungsaustausch zugleich weltweit unmittelbar vielfältig wirksam. In diesem Maße sind alle diese Informationen mit sich beschleunigender und verstärkender Tendenz auch Teil des Außenauftritts Deutschlands in der Welt. Durch Vernetzung der vielfältigen Online-Programme

im Bereich jedes einzelnen Bundesressorts wird der Informationsbestand aller Ressorts- und Politikbereiche Teil des weltweiten Darstellungspotenzials, das sich – zusammen mit anderen Informationsquellen – zu einem differenzierten Bild Deutschlands rundet. Dieses Potenzial gilt es zielgerichtet zu nutzen.

8.3 Einen wesentlichen Schwerpunkt der neuen medialen Ausrichtung Deutschlands bildet das Projekt Deutschland-Portal.

Als Metaportal wird diese neue Website als das zentrale Eingangstor für an Deutschland Interessierte im In- und Ausland sein. Vorgesehen ist ein von der Bundesregierung angestoßenes Gemeinschaftsprojekt, bei dessen Entwicklung die Verfassungsorgane des Bundes, die Länder sowie die kommunale Ebene und weitere auslandsrelevante Anbieter aus Staat, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Tourismus und Sport beteiligt sind. Das neue Portal eröffnet weltweit Internetnutzern und -nutzerinnen den Zugang zu Deutschland-Informationen aus den Bereichen Staat, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Tourismus und Sport, und zwar auf den ersten drei Navigationsebenen in den fünf Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch. Als überschaubare und hochwertige Linkliste bündelt es bestehende Portale und Links zu deutschlandrelevanten Informationen im world-wide-web, strukturiert und präsentiert diese benutzerfreundlich (vgl. Nr. 5.1).

Das Deutschland-Portal soll die Visitenkarte Deutschlands im Internet werden.

8.4 Der Bericht enthält schließlich die Vorstellungen der Bundesregierung zur Gesamtreform der DW.

Die Reform, die in der nächsten Legislaturperiode zu einer Novellierung des Deutsche-Welle-Gesetzes führen soll, soll eine zeitgemäße Antwort auf die Frage geben, welche Zielgruppen im Ausland mit welchem programmlichen Angebot auf welchen Verbreitungswegen am besten erreicht werden können. Im Vordergrund der Überlegungen steht – unter Berücksichtigung der finanziellen Rahmenbedingungen verbunden mit einer notwendigen Schwerpunktsetzung –, den Programmauftrag der DW zielgruppengerecht und im Blick auf die Zielgebiete genauer zu differenzieren sowie die Angebote und Verbreitungswege, die heute zur Erfüllung des Programmauftrags erforderlich sind, präziser und effizienzorientiert zu beschreiben bzw. auch Instrumentarien zu entwickeln, um vor allem zu flexiblen Mechanismen notwendiger Prioritätensetzung zu gelangen.

Im Einzelnen wird eine Vielzahl von konkreten Vorschlägen der Bundesregierung dargestellt, die über einen kontinuierlichen Dialog mit den Organen der DW und den politischen Verantwortungsträgern (Deutscher Bundestag, Bundesregierung) in der nächsten Zeit diskutiert werden müssen (vgl. Nr. 7.2). Sie stellt dabei den Katalog der Einzelmaßnahmen vor, wie sie die Bundesregierung in ihrer Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion der CDU/CSU „Zukunft des Deutschen Auslandsrundfunks“ vom 24. September 2001 (Bundestagsdrucksache 14/8208) dargelegt hat.

