

Unterrichtung

durch die Deutsche Welle

Entwurf der Fortschreibung der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 für das Jahr 2021*

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
1 DW-Aufgabenplanung 2018-2021: Ziele und Schwerpunkte	3
2 Zwischenbilanz 2019-2020	5
2.1 Aktuelle Herausforderungen.....	5
2.2 Umsetzungsstand der Maßnahmen global	6
2.3 Umsetzungsstand der Maßnahmen in den Zielregionen.....	9
2.4 Sprachübergreifende Projekte und Maßnahmen.....	17
3 Finanzieller Rahmen	20
4 Ausblick	20

* in der von Rundfunkrat und Verwaltungsrat am 20. November bzw. 14. Dezember beschlossenen Fassung.

Vorwort

Die Deutsche Welle (DW) erstellt den Entwurf einer Aufgabenplanung für einen Zeitraum von vier Jahren. Diesen leitet sie gemäß § 4b (1) Deutsche-Welle-Gesetz in der jährlich fortgeschriebenen Fassung dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung zu.

Die Aufgabenplanung und ihre Fortschreibungen werden durch den Rundfunkrat der Deutschen Welle mit Zustimmung des Verwaltungsrates beschlossen, unter Einbeziehung von Stellungnahmen des Deutschen Bundestages, der Bundesregierung sowie aus der Öffentlichkeit.

Auf Basis der am 28. September 2018 verabschiedeten Aufgabenplanung 2018 bis 2021 zielen deren Fortschreibungen darauf ab, notwendige Anpassungen der geplanten Maßnahmen herzuweisen und zu kommunizieren. Neue Akzentuierungen erwachsen aktuell aus der weiterhin herrschenden Corona-Pandemie, neuen geopolitischen Entwicklungen sowie angesichts sich beschleunigt verändernder Strukturen, Akteure und Rahmenbedingungen auf den internationalen Medienmärkten. In vielen Ländern der Welt nutzen Regierungen die Corona-Krise, um die Pressefreiheit einzuschränken: Journalistinnen und Journalisten sehen sich weltweit zunehmend Repressalien ausgesetzt und müssen sich gegen Verbote behaupten. Vielfach waren auch DW-Journalistinnen und -Journalisten im vergangenen Jahr zunehmender staatlicher Gewalt ausgesetzt. Global ausgeprägte Medienphänomene wie Falschmeldungen, neue Dimensionen der Desinformation und Propaganda sowie zunehmender Populismus und Nationalismus setzen nicht nur den Journalismus, sondern vor allem Demokratien und freiheitliche Gesellschaften unter Druck. Populisten verbreiten oft simple Lösungen für komplexe Fragestellungen von hoher gesellschaftlicher Relevanz. Digitale, insbesondere Soziale Medien, verschaffen ihren Thesen eine hohe Verbreitungsgeschwindigkeit. Die Flut von Falschmeldungen erschwert es den Menschen, vertrauenswürdige Quellen zu finden. Damit steigt die Bedeutung unabhängiger Medien und Standards glaubwürdiger Berichterstattung, journalistische Schlüsselqualifikationen wie Recherche, Verifizierung und die Analyse digitaler Inhalte erlangen immer höheren Stellenwert. Wie hoch der Bedarf an glaubwürdigen Informationen ist, insbesondere in Krisensituation, belegt auch der enorme Reichweitenzuwachs, den die DW im abgelaufenen Jahr (2020) erzielte: Wöchentlich nutzten 249 Millionen Menschen weltweit die Angebote der DW (siehe 2.2).

Die Deutsche Welle stellt sich den besonderen Herausforderungen, denen der Journalismus derzeit gegenübersteht, mit einem für das Jahr 2020 um 15 Millionen Euro auf 365,5 Millionen Euro angehobenen Regeletat, den sie durch Zuweisungen der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)* erhält. Für 2021 hat die *BKM* der Deutschen Welle eine weitere Steigerung des Bundeszuschusses um 22,5 Millionen Euro zugesagt, davon 7,5 Millionen Euro einmalige Mittel für vorgezogene Investitionen. Die Bundesregierung unterstreicht damit die Bedeutung einer verlässlichen, weltweit präsenten medialen Stimme aus Deutschland. Die in der Koalitionsvereinbarung verankerte Erhöhung des Etats ist ein wichtiger Schritt hin zu einer angemessenen und zukunftssichernden Finanzausstattung der DW. Sie ermöglicht der DW, ihren in der aktuellen Aufgabenplanung beschriebenen Kurs weiterzuverfolgen und zu stärken – unter anderem durch die Einführung zweier neuer Sprachen: Ungarisch und Tamil. Darüber hinaus wurden der DW für 2020 bis zu 3,46 Millionen Euro zur Deckung von pandemiebedingten Mehrausgaben zugesagt. Bis 2023 erhält sie aus dem Konjunkturpaket des Bundes 14,4 Millionen Euro.

Mit den wachsenden geopolitischen Herausforderungen und den Entwicklungen auf den Medienmärkten sind auch die Anforderungen an die Arbeit der DW Akademie gestiegen. So dehnt sie ihr Aufgabengebiet auf weitere Länder aus und verstärkt ihr Engagement, insbesondere in den Konfliktregionen der Welt, um Menschen Zugang zu unabhängigen Informationen und gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen. Langzeitprojekte wurden u.a. in Marokko, Mexiko und Usbekistan gestartet. Dabei setzt sie in der Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten sowie bei der Vermittlung von Medienkompetenz vermehrt auf regionale Kooperationen zur nachhaltigen Sicherung von Qualitätsjournalismus in ihren Zielländern. Die DW Akademie beabsichtigt, ihre Außenstrukturen und ihre Präsenz in den Fokus- und Zielländern weiter zu stärken und verfolgt eine Strategie der Dezentralisierung. Der geplante Aufbau weiterer Akademiebüros und -außenstellen soll in einem nächsten Schritt konkretisiert werden. Als Reaktion auf die Corona-Krise hat die DW Akademie ihre Expertise zu digitalen Trainings und Veranstaltungen deutlich ausgebaut und Partner in die Lage versetzt, selbstständig digitale Trainings durchzuführen. Mitte 2020 erhielt die DW Akademie den Status einer Direktion. Ziel ist es, Synergien mit den journalistischen Angeboten zur Stärkung der Medien- und Meinungsfreiheit intensiver als bisher auszuschöpfen.

1 DW-Aufgabenplanung 2018-2021: Ziele und Schwerpunkte

Die vorliegende Fortschreibung der Aufgabenplanung skizziert die Entwicklungen und Veränderungen für das Jahr 2021. Mit ihr informiert die DW darüber hinaus über die bisherige Umsetzung der für die Jahre 2018 bis 2021 formulierten Ziele und Schwerpunkte.

Die Deutsche Welle definiert in der Aufgabenplanung für die Jahre 2018-2021 **drei Ziele**:

1. Die DW stärkt weltweit Meinungsfreiheit und Demokratie in Zeiten von Terror, Propaganda, Flucht und Migration.
2. Die DW steigert Wirkung und Relevanz ihrer Angebote.
3. Die DW steigert die Reichweite von 157 Millionen auf 210 Millionen wöchentliche Nutzerkontakte.

Um diese Ziele zu erreichen, konzentriert sich die DW bei ihren Maßnahmen auf folgende drei **Schwerpunkte**:

1. Journalistische Angebote stärker fokussieren
2. Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen
3. Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken

Alle seit der Verabschiedung der Aufgabenplanung eingeleiteten Maßnahmen zielen darauf ab, die von der DW intendierte **Wirkungsabsicht** zu erfüllen:

Die DW befähigt Menschen weltweit, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.

Regionale Schwerpunkte setzt die DW für den Zeitraum der Aufgabenplanung auf Subsahara-Afrika und Asien. Mit Blick auf geopolitische Entwicklungen spielen die arabischsprachige Welt, Russland, Ukraine und Türkei sowie Lateinamerika eine zunehmend wichtige Rolle.

Als *Lingua Franca* ist Englisch – neben reichweitenstarken Welt Sprachen – für viele Menschen der DW-Zielgruppe die wichtigste Angebotssprache. Ein besonderer Schwerpunkt der programmlichen Anstrengungen liegt deshalb auf einer schärferen Profilierung und deutlicheren Regionalisierung der englischsprachigen Angebote – insbesondere für Afrika und Asien.

Die Förderung der deutschen Sprache gehört zum gesetzlichen Auftrag der DW. Zentrales Angebot hierfür bleiben die in der Verantwortung der DW Akademie erstellten Deutschkurse. Um den Bedürfnissen und Wünschen der Deutschlernenden und -lehrenden noch besser gerecht zu werden, wird die bereits begonnene technologische Modernisierung der Deutschlernangebote weitergeführt – sowohl hinsichtlich des Ausbaus ihrer mobilen Verfügbarkeit als auch mit Blick auf die Erweiterung des Sprachenportfolios. Ziel ist eine zeit- und ortsunabhängige Nutzbarmachung der Angebote auf einer einzigen Plattform: learngerman.dw.com. Darüber hinaus produziert die DW in TV ein Kultur-Angebot auf Deutsch, das auch über Partnersender, dw.com und *YouTube* verbreitet wird. Zudem erstellt sie ein umfassendes deutschsprachiges Online-Informationsangebot.

Um Chancen und Risiken für die weitere Entwicklung der DW abzuschätzen und daraus eine tragfähige Strategie abzuleiten, wurden in einem directionsübergreifenden Prozess Szenarien für künftige Veränderungen in Mediennutzung, Politik und Technologie entwickelt. Das **neue Unternehmens-Leitbild** ist ein Ergebnis des Zukunftsprojekts „DW 2035“. Es beantwortet Fragen zu Selbstverständnis und Ausrichtung der DW und bietet Mitarbeitenden Orientierung in kompakter Form:



Das sind wir




Mitarbeitende aus mehr als 60 Nationen vereint in einem gemeinsamen Ziel und mit einem starken Leitbild als Ausgangspunkt für alles, was wir tun.

Unser Markenkern	<h2 style="color: #0070C0;">Freie Informationen für freie Entscheidungen</h2>
Unsere Mission	Als unabhängiges, internationales Medienunternehmen aus Deutschland informieren wir Menschen weltweit, damit sie sich frei entscheiden können.
Unsere Vision	Bis 2025 ist die DW eine unverzichtbare digitale Informationsanbieterin, die mit on-demand-fähigen, regionalisierten, dialogischen Angeboten ihre Nutzenden begeistert. Die DW Akademie ist die führende Medienentwicklerin aus Europa.
Unsere Werte	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> Weltoffen</div> <div style="text-align: center;"> Fundiert</div> <div style="text-align: center;"> Klar</div> </div>
Wofür wir stehen	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> Freiheit</div> <div style="text-align: center;"> Dialog</div> <div style="text-align: center;"> Wissen</div> </div>

Dieses neue Leitbild auf Grundlage des gesetzlichen Auftrags ist Ausgangspunkt für alle Aktivitäten der DW. Mit Blick auf ihre Zielgruppe setzt sie einen klaren Fokus auf junge Akteurinnen und Akteure der politischen Meinungsbildung zwischen 14 und 40 Jahren. Über die neuen strategischen Weichenstellungen wird im Folgenden berichtet.

2 Zwischenbilanz 2019-2020

2.1 Aktuelle Herausforderungen

Der Kampf gegen die Corona-Pandemie stellt die Welt vor enorme Herausforderungen. Zudem steigt die Zahl der Konflikte zwischen und innerhalb von Staaten. Eine zentrale Rolle dabei spielen China und die USA. Chinas aggressives Auftreten gegenüber Taiwan, der Kampf gegen die Demokratiebewegung in Hongkong sowie militärische Drohgebärden im südchinesischen Meer sind Beispiele für eine aggressivere Außenpolitik. Hinzu kommt die systematische Unterdrückung der Uiguren im eigenen Land. Die USA verfolgen neben dem Handelskonflikt mit China mittlerweile eine Politik, die die bisherigen Bündnisse in Frage stellt. Im Inneren haben Polizeigewalt und Rückschritte im Bereich der Rechtsstaatlichkeit zur Entstehung der Bewegung *Black Lives Matter* geführt, die sich gegen Rassismus, Polizeigewalt und Diskriminierung von Afroamerikanern in den USA richtet und sich innerhalb kurzer Zeit zu einer globalen Protestbewegung ausgedehnt hat. Mit Russland (atomare Rüstung, Ukraine- und Syrien-Konflikt) und dem Iran (Atomprogramm, Beteiligung an kriegesischen Konflikten) besteht ebenfalls hohes Konfliktpotenzial. Durch die Destabilisierung des Libanon wird dieses zusätzlich gesteigert. Hinzu kommen weitere Krisen wie die in Belarus, die zu verschärften Spannungen zwischen der EU und Russland führen können.

Das ohnehin wegen des Disputs um die Höhe der Rüstungsausgaben belastete transatlantische Verhältnis ist durch die Drohungen der USA im Zusammenhang mit Nord Stream 2 und dem angekündigten Truppenabzug aus Deutschland auf einen historischen Tiefpunkt gesunken. Dies belastet auch die Verhältnisse zwischen einigen EU- und NATO-Staaten. Zwischen Griechenland und der Türkei drohen wegen Gebietsansprüchen in der Ägäis kriegerische Auseinandersetzungen. Auch die immer wiederkehrenden kriegerischen Handlungen zwischen Armenien und Aserbaidschan rund um die Enklave Bergkarabach zeigen, dass die Konflikte in der Region fortbestehen.

Diese Tendenz zu allein an nationalen Interessen ausgerichtetem Handeln hat sich in der Corona-Krise noch verstärkt. Der infolge der Pandemie reduzierte Welthandel trifft schwächere Länder besonders stark und verschärft die Situation vor allem in armen, stark bevölkerten oder ohnehin von Krisen, Kriegen und Terroranschlägen betroffenen Ländern zusätzlich. Zudem erhöhen fehlende soziale Sicherungssysteme, Hungersnöte und soziale Unruhen Fluchttendenzen und Migrationsdruck weiter. Verstärkt wird diese Entwicklung auch durch die mit dem Klimawandel einhergehenden Sondererscheinungen wie beispielsweise verheerende Heuschreckenplagen in Ostafrika, auf der Arabischen Halbinsel und in Südasien, die Lebensgrundlagen gefährden. Hinzu kommen Geschehnisse wie die Brände im Amazonasgebiet, die den Klimawandel verschärfen.

Ungewiss ist, ob die durch die Pandemie stark belasteten finanziellen Ressourcen noch genügend Spielraum bieten, um durch Wirtschaftshilfen Migration gezielt entgegenzuwirken. Der Druck auf die EU zu mehr Integration und Unterstützung steigt. Doch auch in Europa bringen Konflikte, Protestbewegungen, zunehmender Antisemitismus und Populismus, Migration und

die Unwägbarkeiten der Pandemie sowohl ökonomische, institutionelle als auch gesellschaftliche Strukturen ins Wanken. Gleichzeitig sieht sich das **globale Medienumfeld** einer in diesem Umfang und Ausmaß bisher nie dagewesenen Herausforderung gegenüber: Digitalisierung und Vernetzung erhöhen nicht nur die Verfügbarkeit von Informationen, sondern beschleunigen auch die globale Verbreitung von immer mehr Informationen unklarer Herkunft und Qualität. Gerade in Krisenzeiten haben Menschen ein erhöhtes Informationsbedürfnis. Umso schwerer wiegt, dass die Corona-Krise von einer Flut von Fehlinformationen begleitet wird. Insbesondere vor dem Hintergrund der großen Reichweite Sozialer Netzwerke kann Desinformation schnell verbreitet werden und ein globales Publikum erreichen. Falschmeldungen, Spekulationen, Hetze, krude Thesen und systematisch verbreitete Verschwörungstheorien verfestigen sich in gesellschaftlichen Diskursen und führen vielfach zu enormer Verunsicherung, Orientierungslosigkeit und einer Erosion des Vertrauens in Medien und Staat. Oftmals ist es Ziel von Desinformation, durch die Verfestigung von Narrativen die Legitimität von Politikerinnen und Politikern, Institutionen oder gar ganzen Ländern zu untergraben und so Gesellschaften zu spalten. Längst wird digitale Desinformation und die Beeinflussung von Online-Diskursen nicht nur von autokratisch regierten Ländern wie China, Russland und Iran betrieben. Sie wird zunehmend von staatlichen und nicht-staatlichen Akteuren verwendet – auch in Demokratien. Die Bedeutung eines ausgewogenen, einordnenden, faktenbasierten Journalismus ist in der aktuellen Krisensituation deshalb höher denn je.

2.2 Umsetzungsstand der Maßnahmen global

Die DW hat sich den Herausforderungen der Pandemie gestellt und tragfähige Lösungen für bislang nie dagewesene Probleme gefunden. Zu den positiven transformativen Effekten der Pandemie zählt der beschleunigte Umbau der DW zu einem digitalen Medienunternehmen. Trotz der anhaltenden weltweiten Corona-Krise ist es der DW gelungen, ihre in der Aufgabenplanung 2018-2021 formulierten Ziele und Vorhaben konsequent weiterzuverfolgen. Die aktuellen **Nutzungszahlen** belegen eindrücklich die Relevanz der DW im Informationsangebot vieler Menschen: Weltweit nutzten 2020 wöchentlich 249 Millionen Menschen regelmäßig die Angebote der DW. Damit hat sie das für 2021 formulierte Unternehmensziel von 210 Millionen wöchentlichen Nutzerkontakten bereits jetzt deutlich übertroffen. Die aktuelle Reichweite entspricht einem deutlichen Wachstum um 52 Millionen wöchentliche Nutzerkontakte beziehungsweise einer Steigerung um mehr als 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ein Rekord - nie zuvor konnte die DW ein derart starkes Nutzungswachstum verzeichnen. Der ausgesprochen hohe Reichweitzuwachs über alle Plattformen hinweg ist auf eine noch einmal stärker gewachsene Nutzung der **Online**-Angebote zurückzuführen, die inzwischen von rund 89 Millionen Menschen wöchentlich genutzt werden (+ 28 Millionen) – ein eindrucksvoller Beleg für die im Rahmen der Digitalstrategie erfolgte, wegweisende strategische Weichenstellung. So bleibt beispielsweise die Relevanz von Bewegtbild und mobil verfügbaren Inhalten ungebrochen: Derzeit entfallen mehr als drei Viertel der Nutzung auf Videos – ähnlich hoch ist der Anteil der Nutzenden, die die DW-Inhalte auf dem Smartphone oder Tablet konsumieren. Auch die Relevanz regionalisierter, also originärer Inhalte mit hoher Anschlussfähigkeit für die jeweiligen Zielgruppen, ist ungebrochen. Essenziell hierfür ist das ausgesprochen weit verzweigte Netz von Korrespondentinnen und Korrespondenten der DW, insbesondere in der Zielregion Afrika.



Anzahl wöchentlicher Nutzerkontakte pro Medium, Stand 2020

* im Vergleich zu 2019

Quelle: DW-eigene Hochrechnung

Neben dem hohen Wachstum auf den Social-Media-Plattformen *Facebook*, *YouTube* und *Instagram* tragen auch die Kooperationen mit reichweitenstarken Social-Media-Partnern auf *Facebook*, *Instagram* und *Snapchat* zu dem großen Erfolg der Online-Angebote bei. Darüber hinaus gelten zahlreiche Volltext- und Videopartnerschaften, beispielsweise mit *MSN*, *RenRen* oder *interia.pl*, als Nutzungstreiber. Damit erfolgen 90% der Online-Nutzung über externe Plattformen und Partner, gleichzeitig wurden in diesem Jahr auch die DW-eigenen Plattformen stärker genutzt. Das starke Online-Wachstum ist nicht zuletzt zurückzuführen auf eine permanente Optimierung der digitalen Angebote sowie eine Profilschärfung bestehender und neuer Social-Media-Accounts. Die Online-Nutzung war im Frühjahr 2020 auch wegen des erhöhten Informationsbedarfs im Zuge der Pandemie gestiegen und hat sich auf diesem hohen Niveau stabilisiert. Mit Blick auf die digitalen Angebote ist es fundamental, in den Zielregionen auf den für Informationsangebote beliebtesten Plattformen präsent zu sein. Die DW muss auf die sich hier ergebenden Verschiebungen ausreichend flexibel reagieren.

Mit **TV** als weiterhin stärkstem Ausspielweg erreichte die DW wöchentlich 111 Millionen Menschen weltweit. Dies entspricht einer Steigerung um 12 Millionen im Vergleich zum Vorjahr. Das Wachstum ist insbesondere auf ein deutlich höheres Volumen an TV-Schalten mit Sendern in Europa, Afrika, Lateinamerika sowie dem Nahen und Mittleren Osten zurückzuführen – vor allem dank der gut etablierten Angebots- und Vertriebsstruktur *DW Premium*, in deren Rahmen, neben Schalten, TV-Beiträge, Webvideos und Social-Media-Inhalte ausgewählten Partnern zur Verfügung gestellt werden. Als weitere Erfolgsfaktoren erwiesen sich vor allem die für den afrikanischen Markt regionalisierten TV-Sendungen. Insgesamt werden 80% der TV-Angebote über Partner genutzt.

Dank Angebotsmodifikationen, einer noch stärkeren Regionalisierung sowie eines reichweitenstarken Partnernetzes erfuhren die **Radio**-Angebote ebenfalls eine deutliche Nutzungssteigerung: Im Vergleich zu 2019 nutzten rund ein Viertel mehr Hörerinnen und Hörer die Radio-Angebote der DW. Die höchsten Zuwächse konnten mit den haussa-, kiswaheli- und französischsprachigen Radio-Angeboten der DW erzielt werden.

Für die **globalen journalistischen Angebote** der DW – Englisch und Deutsch – ist die im vergangenen Jahr gestartete und inzwischen weitgehend abgeschlossene Neuausrichtung des englischen TV-Kanals von zentraler Bedeutung. Im Sinne einer Neu-Profilierung und -Programmierung gehörten der deutliche Ausbau des Nachrichtenangebots rund um die Uhr sowie die Einführung neuer werktäglicher Nachrichtenformate für die Zielregionen Afrika und Asien zu den bedeutendsten Veränderungen. Neben der klaren Fokussierung auf *News and Current Affairs*, der plattformspezifischen Produktion sowie einer deutlichen Verstärkung des Community Managements zählen Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung zu den

Erfolgsfaktoren der globalen journalistischen Angebote. Dementsprechend verzeichneten die englischsprachigen Online-Angebote eine deutliche Nutzungssteigerung. Auch die Nutzung der TV- und English for Africa-Radio-Angebote ist gestiegen, wobei die Hälfte der Reichweite weiterhin über die englischsprachigen TV-Angebote erzielt wird.

Die im Zuge der Neuausrichtung bereits gestartete Ausweitung des Korrespondentinnen- und Korrespondentennetzes soll im kommenden Jahr fortgeführt werden. Darüber hinaus plant die DW die Einführung eines nachrichtlich orientierten wöchentlichen TV-Formats für Afrika, das über reichweitenstarke Partner ausgestrahlt werden soll – eine weitere Maßnahme, die dem Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuschauer nach mehr regionalisierten Inhalten nachkommt. Geplant ist außerdem, das digitale Portfolio um Formate für die junge Zielgruppe zwischen 14 und 18 Jahren zu erweitern.

Die sich in zahlreichen Zielländern rasch wandelnden Nutzungspräferenzen der Zielgruppen erfordern eine fortwährende Anpassung der Ausspielwege. Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von On-Demand-Angeboten und dem für die Produktion und Distribution der journalistischen Angebote geltenden Leitmotiv **on demand first** hat die DW eine auf dieses Nutzungsszenario ausgerichtete Strategie entwickelt. Mit dem Ziel, ihre TV-, Video- und Audio-Formate der zunehmend bevorzugten Nutzung „auf Abruf“ anzupassen, wird die DW bestehende und neue Formate noch stärker für die On-Demand-Nutzung optimieren. Dazu wird sie die Regionalisierung weiter intensivieren – und zwar mehr als bisher für einzelne, strategisch bedeutsame Länder. Dies erfordert eine stärkere interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der DW. Auch der Prozess der Formatentwicklung erfordert eine deutlich spezifischere Herangehensweise als bisher. Um dem Bedürfnis nach flexibler Mediennutzung zu entsprechen, sollen Angebote über die hierfür relevantesten Plattformen in den jeweiligen Zielländern distribuiert werden, wobei auch mehr Inhalte für SVOD-Plattformen („Subscription-Video-On-Demand“ wie *Amazon Prime*, *Netflix* u.a.) zur Verfügung stehen sollen. Die zunehmende Bedeutung von Video-On-Demand manifestiert sich beispielsweise in den ausgesprochen erfolgreichen Dokumentationskanälen der DW auf *YouTube*: So verfügt der spanischsprachige Doku-Kanal bereits über mehr als zwei Millionen Abonnenten, gefolgt von dem englischsprachigen Kanal *DW Documentary* mit rund zwei Millionen Abonnenten. Erhebliches Potenzial hat auch die geplante Einrichtung eines hindisprachigen *YouTube*-Dokumentationskanals.

Angesichts der deutlich zunehmenden Bedeutung verlässlicher, unabhängiger und ausgewogener Berichterstattung baut die DW ihre Kompetenz in den Bereichen Recherche und Verifizierung aus. Hierzu hat sie einen spezifischen Bereich, **Investigation**, geschaffen und sowohl selbstständig wie auch gemeinsam mit international renommierten Medien und Rechercheverbänden bereits beeindruckende Projekte realisiert. Darüber hinaus wird die kollaborative Verifizierungsplattform *Truly Media*, in der zahlreiche Verifizierungstools integriert sind, sukzessive stärker in den redaktionellen Alltag integriert. Um dem zunehmenden Erfordernis zur Verifizierung zu entsprechen, arbeitet die DW gemeinsam mit Kooperationspartnerinnen und -partnern an der Weiterentwicklung der Plattform.

Die Bereiche **Business, Science and Environment** intensivieren ihre Zusammenarbeit mit den Sprachredaktionen der DW, um durch die Kombination von hoher fachlicher Expertise und genauer Kenntnis der jeweiligen Regionen Inhalte zu erstellen, die möglichst passgenau die Informationsbedürfnisse der Zielgruppe treffen. Mithilfe von Formaten zu den Themenfeldern Wissenschaft, Umwelt und Wirtschaft, die originär für digitale Ausspielwege konzipiert und erstellt sind, reagiert die DW zudem auf die wachsende Nutzung von Inhalten auf digitalen Plattformen und Sozialen Netzwerken. Aktuell gestartet wurde der *YouTube*-Kanal Planet A,

auf dem Fragen zur Umwelt und zum Klimawandel beantwortet werden. Außerdem wird die Weiterentwicklung des Podcast-Angebots vorangetrieben, um geeignete Formate für die Zielgruppe zu erstellen. Auch die Redaktion **Culture and Lifestyle** verstärkt ihre Aktivitäten im digitalen Bereich. Mit dem Ziel, insbesondere jüngere Zielgruppen zu erschließen, führte sie neue, On-Demand-fähige Angebote ein, zum Beispiel für die Videoplattformen *TikTok* und *YouTube*. Auch die Aktivitäten rund um den *Instagram*-Account der TV-Sendung *Euromaxx* werden intensiviert. Gleichzeitig passt die DW ihre Formate stärker an die On-Demand-Nutzung an. Beispielhaft hierfür stehen die drei großen Film-Dokumentationen im Rahmen des Beethoven-Jubiläumsjahres, die konsequent für den digitalen Vertrieb konzipiert wurden. Um die Angebote noch stärker zu regionalisieren, hat die Redaktion die Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort intensiviert: So soll beispielsweise das gemeinsam von Redaktion und Sales and Distribution entwickelte Format *Art.See.Asia* in asiatischen Ländern produziert und über reichweitenstarke Partner vertrieben werden.

Die 2019 beschlossene Neu-Ausrichtung des Angebots der Redaktion **Sports** wurde umgesetzt. Parallel zu der Reduzierung der reinen Ergebnisberichterstattung im englischsprachigen TV-Kanal und der Einstellung der aktuellen Sportberichterstattung im deutschsprachigen TV-Kanal stärkte die Redaktion Sports ihr Engagement auf digitalen Plattformen. Dabei richtet sie den Fokus nun deutlicher auf die Prio-Zielregionen Afrika und Asien. Inhaltlich erweiterte sie ihr Angebotsportfolio durch Themen, die die gesellschaftlich relevanten Aspekte des Sports beleuchten, zum Beispiel Sportpolitik und Doping. Mit Erfolg: Insgesamt erzielen die Sportinhalte über digitale Plattformen mehr Nutzung denn je. Insbesondere die englischsprachigen *Facebook*- und *YouTube*-Angebote konnten die Zahl der Videoabrufe massiv steigern. Dies ging auf beiden Plattformen mit einer höheren Nutzungsintensität und auf *Facebook* auch mit wesentlich mehr Interaktionen einher.

2.3 Umsetzungsstand der Maßnahmen in den Zielregionen

Im Folgenden werden die wesentlichen Veränderungen in den Zielmärkten und die jeweiligen strategischen Maßnahmen der DW und der DW Akademie überblicksartig beschrieben:

Mit ihren Angeboten für den afrikanischen Kontinent erzielte die DW einen hohen Reichweitzuwachs: In Subsahara-**Afrika** erreichte sie 2020 wöchentlich 78 Millionen Menschen, was einer Steigerung um rund 24 % entspricht. Dabei gehören Plattformdiversität, differenzierte, passgenaue Zielgruppenansprache und ein ausgeprägtes Korrespondentinnen- und Korrespondentennetz sowie reichweitenstarke Partner zu den Erfolgsfaktoren in den hoch heterogenen und ausgesprochen wettbewerbsintensiven Märkten Afrikas. Radio-Angebote werden von den DW-Zielgruppen weiterhin intensiv zur Informationsbeschaffung genutzt. Insbesondere die haussa-, kisuaheli- und französischsprachigen Radio-Angebote verzeichneten deutliche Reichweitzuwächse und sind wichtige Pfeiler der DW-Gesamtreichweite. Auch das portugiesischsprachige DW-Angebot für Afrika behauptet sich sehr gut in einem wettbewerbsintensiven Umfeld: Die DW ist Marktführerin unter den internationalen Broadcastern. Neben Angebotsmodifikationen sowie einer weiter optimierten Verknüpfung von Radio- und Social-Media-Angeboten ist insbesondere die Distribution über reichweitenstarke Partner ausschlaggebend für diesen Erfolg. Parallel zu der anhaltenden Beliebtheit von Radio steigt hier die Bedeutung von TV zur Informationsbeschaffung seit Jahren kontinuierlich an, vor allem in urbanen Regionen. Diesem Bedeutungszuwachs trägt die DW mit regionalisierten TV-Formaten für den englischsprachigen Kanal, einer zunehmenden Anzahl an TV-Schalten bei reichweitenstarken Partnern sowie zunehmend auch regionalsprachigen TV-Formaten Rechnung. Hierzu

zählt neben dem kisuahelisprachigen Wissenschaftsmagazin *Kesho Leo* das französischsprachige Umweltmagazin *EcoAfrique*, das zur Reichweitensteigerung der TV-Angebote für Afrika beitrug. Für das Jugendformat *The 77 Percent* konnte die DW seit dem Sendestart 2019 bereits 28 TV-Partnersender gewinnen. Kernelement sind die populären *77 Street Debates*, in denen Edith Kimani mit jungen Menschen vor Ort brennende Fragen diskutiert. Nahezu alle Elemente von *The 77 Percent* werden in die Programmsprachen adaptiert, als On-Demand-Inhalte Partnersendern zur Verfügung gestellt und auf den Social-Media-Kanälen gepostet. Zu den erfolgreichsten Angeboten im Rahmen von *DW Premium* zählten die TV-Newsschalten mit dem nigerianischen Partner *Channels TV*. Im lusophonen und frankophonen Zielgebiet konnte die DW über Koproduktionen mit afrikanischen Partnern sowie wöchentlich insgesamt drei TV-Schalten ihre TV-Präsenz ausbauen. Neben dem stetigen Bedeutungszuwachs von TV erlangen digitale Angebote in der Zielgruppe eine immer höhere Relevanz: Mit Blick auf die Internetnutzung verzeichnet Afrika die höchsten Wachstumsraten weltweit. *Facebook* ist weiterhin die beliebteste Social-Media-Plattform, zunehmende Bedeutung erlangen *YouTube* und *Instagram*. Schulungsmaßnahmen für Korrespondentinnen und Korrespondenten zum *mobile reporting* trugen zu einer deutlichen Qualitäts- und Nutzungssteigerung der Webvideos bei. Daneben erwiesen sich Kooperationen mit starken *Facebook*- und *Instagram*-Partnern als die stärksten Wachstumstreiber der digitalen Reichweite. Um der zunehmenden Bedeutung der Plattformen in den jeweiligen Zielregionen Rechnung zu tragen, startet die Portugese for Africa-Redaktion einen *YouTube*-Kanal, die Redaktion English for Africa einen *Instagram*-Account. Ein Fokus der redaktionellen Aktivitäten liegt aktuell auf dem Ausbau der Audio-On-Demand-Angebote. Darüber hinaus ist geplant, bestehende und neue Formate noch attraktiver für eine sehr junge Zielgruppe zu gestalten. Dem ausgeprägten Dialogbedürfnis der afrikanischen Zielgruppen soll durch eine Verstärkung des Community Managements Rechnung getragen werden.

Die Pandemie trifft afrikanische Volkswirtschaften besonders hart, die Demokratie ist teilweise auf dem Rückzug und es zeigen sich zunehmend Tendenzen autoritärer Machtausübung: So wurden die Parlamentswahlen in Äthiopien und Somalia auf lange Sicht verschoben. In Tansania wurden im Vorfeld der Wahlen weitreichende Maßnahmen staatlicher Zensur ergriffen. Umso wichtiger ist es für die DW, Menschen in den Zielregionen mit unabhängigen, ausgewogenen Informationen zu erreichen. Die DW Akademie flankiert die journalistischen Angebote mit zahlreichen Maßnahmen. So führt sie beispielsweise in Äthiopien Kommunikationsberatungen und Medientrainings für öffentliche Stellen und Ministerien durch, um den Zugang zu Informationen und eine transparente Kommunikation zu stärken. Im Vorfeld der in Côte d'Ivoire anstehenden Parlaments- und Präsidentschaftswahlen hat sie gemeinsam mit der Medienschule *Studio Mozaik* das mehrjährige, von der EU geförderte Projekt *Esprit Jeunes, Esprit de Paix* gestartet. Ziel ist es, Jugendlichen mehr Mitsprache im Land zu ermöglichen und so Demokratie zu fördern und Frieden zu sichern. Mit Blick auf die insbesondere in der aktuellen Situation ausgesprochen hohe Bedeutung verlässlicher, faktenbasierter Informationen hat die DW Akademie gemeinsam mit dem Datenschutzprojekt *Code for Africa* Fact-checking in verschiedenen kenianischen Medienhäusern etabliert. Der Fokus liegt dabei auf der Verifizierung von Informationen rund um die Corona-Pandemie. Gerade in Krisensituationen ist es besonders wichtig, dass Menschen erkennen, welchen Quellen und Informationen sie vertrauen können, die Bedeutung von *Media and Information Literacy (MIL)* ist höher denn je. Auch hier schlägt die DW Akademie die Brücke zu den journalistischen Angeboten der DW, die im Sinne einer ausgewogenen und aufklärenden Berichterstattung der Recherche und Verifizierung insbesondere in der aktuell herausfordernden Situation einen immer höheren Stellenwert beimessen. Darüber hinaus haben die DW Akademie, die Programs for Africa der

DW und Distribution Africa die direktionsübergreifende Zusammenarbeit intensiviert – vor allem durch einen stärkeren Wissenstransfer zu zielregionenspezifischen Fragestellungen.

Mit Blick auf die Mediennutzungspräferenzen ihrer Zielgruppen in **Asien** setzt die DW auf den Ausbau ihrer TV- und digitalen Angebote, insbesondere in Sozialen Netzwerken. Deutliche Reichweitzuwächse der Online-Angebote zeigen, dass die DW die Weichen richtig stellt. Zu den Nutzungstreibern zählten vor allem Video-Kooperationen mit starken Partnern. Doch auch die eigenen Social-Media-Angebote sowie die Webseiten-Angebote verzeichneten hohe Nutzungszuwächse. Demgegenüber konnte die DW die Nutzung ihrer TV-Angebote im abgelaufenen Jahr in Asien nicht steigern. Ursächlich hierfür war vor allem die vorläufig eingestellte Kooperation zu *Euromaxx*, dem Lifestyle-Magazin der DW, in China. Dennoch: Insgesamt werden die DW-Angebote für Asien von rund 34 Millionen Menschen wöchentlich genutzt, in etwa zu gleichen Teilen via TV und Online. Richtungsweisend für den Erfolg der Angebote sind auch in Asien die für die jeweiligen Zielländer regionalisierten Inhalte.

Thematische Klammer der Hindi, Bengali und Indonesian Services der DW sind Inhalte zu Wissenschaft, Umwelt und Bildung. Die TV-Magazine *Manthan*, *Inovator* und *Onneshon* sowie die 2019 gestartete Partnerproduktion *EcoIndia* sind sowohl inhaltlich als auch sprachlich regionalisiert. Umgesetzt wird derzeit eine bengalischsprachige Adaption des beliebten Umweltmagazins, das noch in diesem Jahr gestartet werden soll. Hierüber festigt die DW bei den regionalen Zielgruppen ihren Status als zuverlässige Informationsvermittlerin in den Bereichen Wissenschaft und Umwelt. Inhaltlich füllt das DW-Programm in Indien auch eine Lücke, die dadurch entsteht, dass nationale Medien aus Furcht vor Repressalien immer seltener kritisch über die Politik der hindunationalistischen Regierung berichten. Entsprechend konnte die DW die Nutzung ihrer Hindi-Angebote deutlich erhöhen – sowohl über eigene Ausspielwege in den Sozialen Medien als auch über Partner. Geplant ist, die Inhalte stärker für die Ausspielung auf On-Demand-Plattformen zu optimieren. Hierauf fokussiert auch das indonesischsprachige Angebot, das neben dem Ausbau der etablierten *YouTube*-, *Facebook*- und *Twitter*-Präsenzen seit 2020 Inhalte auch über einen *Instagram*-Kanal verbreitet. Vor dem Hintergrund zunehmender Einschränkungen der Presse- und Meinungsfreiheit in der Zielregion startete das bengalischsprachige Angebot der DW den personalisierten *YouTube*-Kanal *DW Khaled Muhiuddin asks*. Der prominente Politikjournalist aus Bangladesh diskutiert in seiner Talkshow schwerpunktmäßig Themen zur aktuellen Lage von Politik, Menschenrechten, Korruption in der Zielregion sowie geopolitische Fragestellungen. Mit großem Erfolg: Drei Monate nach dem Start hatte der Kanal bereits 100.000 Abonnenten gewonnen. Die Stärkung ihrer Angebote auf Social-Media-Plattformen erweist sich auch für die regionalsprachigen Angebote für Afghanistan und Pakistan, Dari, Paschtu und Urdu als zielführend: Die Nutzung der digitalen Angebote steigt stetig, besonders erfolgreich ist der *Facebook*-Account *DW Urdu*, der eine deutlich gestiegene Videonutzung verzeichnet. Um auch das Potenzial von TV und On-Demand-Plattformen zu nutzen, wurden neue Wissenschaftsmagazine in Dari und Paschtu eingeführt sowie TV-Schalten bei *DW Premium*-Partnern etabliert. Darüber hinaus ist die Einführung eines *YouTube*-Kanals geplant.

Neben ihren *Media and Information Literacy*-Programmen, die auf die Vermittlung von Medienkompetenz an junge Menschen abzielen, zählt die Qualifizierung von Journalistinnen und Journalisten zu den Schlüsselaufgaben der DW Akademie. So haben DW Akademie und die NGO *Article 19* in Bangladesch gemeinsam eine E-Learning-Plattform gestartet. In einem kostenlosen 10-wöchigen Kurs können sich Medienschaffende, aber auch alle anderen Interessierten zu Themen wie Medienrecht, Medienethik sowie digitale Rechte und Sicherheit weiterbilden und zertifizieren lassen.

Mit dem Fokus auf Factchecking haben DW und DW Akademie gemeinsam in Myanmar, wo politisch motivierte Desinformation gerade im Vorfeld der im November 2020 stattfindenden Wahlen eine besondere Herausforderung darstellt, die kollaborative Verifizierungsplattform *Truly Media* in Workshops und Trainings mit Teilnehmenden aus Medien und Zivilgesellschaft angewendet. Im Sinne der Nachhaltigkeit werden die Trainings auch für bereits Fortgeschrittene angeboten. Ebenfalls erfolgreich war eine Kooperation zwischen Distribution Asia und der DW Akademie in Kambodscha: Zwei Folgen der DW-Reihe *Online Survival* zu gefälschten Bildern und Videos wurden für eine Khmer-sprachige Bevölkerung adaptiert und über den *Facebook*-Kanal des kambodschanischen Bildungsministeriums verbreitet.

Ein weiterer, zentraler Baustein für die zielgruppenspezifische Regionalisierung ihrer Angebote ist das weiter ausgebaut asiatische Büronetzwerk, das den sukzessiven **Ausbau der Produktion** vor Ort ermöglicht: Neben der Akquise zusätzlicher lokaler Korrespondentinnen und Korrespondenten ist es der DW gelungen, das Büro in Neu-Delhi als gemeinsamen Standort für die englischsprachige Berichterstattung sowie die Regionalsprachen Hindi, Bengali und Urdu zu etablieren. Neben dem bestehenden Büro in Taipeh soll noch im Jahr 2020 eine Präsenz in Jakarta eingerichtet werden.

Die ausgesprochen kritische politische Situation in zahlreichen asiatischen Ländern verschärft vielfach Krisen, Konflikte und Terrorismus. Gleichzeitig werden Presse- und Meinungsfreiheit eingeschränkt – oft unter dem Deckmantel von Anti-Terror-Gesetzen. Gegenwartsphänomene wie Einschränkungen des Netzzugangs, Internetsperren sowie immer ausgefeiltere **Zensurmaßnahmen** erschweren den Menschen in den Zielregionen den Zugang zu freien, ausgewogenen Informationen.

China ist der bevölkerungsreichste und gleichzeitig am stärksten zensierte Markt der Welt – und damit von zentraler Bedeutung für die Berichterstattung der DW. Lineare TV-Partnerschaften sind unter diesen Bedingungen aktuell weiterhin nicht möglich. Damit die DW mit ihren digitalen Angeboten in zensierten Medienmärkten wie **China** und **Iran** ihre Zielgruppen erreicht und sie flexibel auf Internetblockaden reagieren kann, intensiviert sie ihre Zusammenarbeit mit Anbietern von Zensur-Umgehungssoftware zunehmend. Im Rahmen dieser Kooperation stellt die DW seit Herbst 2019 ihr *dw.com*-Angebot auch in Form eines *Onion*-Services im *Tor*-Protokoll für eine anonyme Nutzung bereit. Zudem wurde eine Zensur-Umgehungsfunktion in die DW-App integriert, um diese beispielsweise in China und Iran nutzen zu können. *DW Persian* konnte trotz der schwierigen Marktlage erhebliche Nutzungssteigerungen insbesondere auf *Instagram* erreichen, dem einzigen nicht gesperrten Sozialen Netzwerk im Iran. Trotz weiter verschärfter Zensur konnte die DW ihre digitale Reichweite darüber hinaus sowohl in Festlandchina als auch in den Märkten Taiwan und Hongkong stark vergrößern. Eine wichtige Rolle spielten dabei Partnerschaften mit digitalen Plattformen, wobei in Festlandchina zensurbedingt aktuell lediglich DW-Beiträge aus den Themenbereichen Kultur, Umwelt und Wirtschaft weiterverbreitet werden. Exklusive Geschichten zu global bedeutsamen Ereignissen wie der von Wuhan ausgehenden Coronakrise oder der sich weiter verschlechternden Situation der Freiheitsrechte in Hongkong erzielten vor allem in Hongkong, in Taiwan sowie in der chinesischen Diaspora eine hohe Nutzung. Der kontinuierliche Ausbau des DW-Büros in Taipeh ist von zentraler Bedeutung für die Erfolge: Zum einen arbeitet die Redaktion so näher an den bevorzugten Nutzungszeiten der Zielgruppe, zum anderen ermöglicht die Vor-Ort-Verankerung eine stärker regionalisierte Berichterstattung. Der Chinese Service konzentriert sich außerdem auf den Ausbau der Produktion exklusiver Videos für digitale Plattformen sowie die engere Zusammenarbeit mit den Deutschlernangeboten der DW Akademie.

Die **arabischsprachigen** TV- und Online-Angebote zählen weiterhin zu den reichweitenstärksten der DW. Mit einem knapp 40%-Anteil an der DW-Online-Reichweite trägt *DW Arabic* in hohem Maß zum Gesamtreichweitenerfolg der DW bei. Mit Blick auf die ebenfalls sehr guten TV-Reichweiten – vor allem im Irak und erstmals auch in Algerien – wird der Umfang an Fernsehproduktionen verstetigt, inhaltlich wird das Angebot insbesondere hinsichtlich der aktuellen Berichterstattung und der Nachrichtenflächen weiter optimiert. Neben mehr selbst erstellten, originären Inhalten aus der Region zählen *DW Premium*-Schalten sowie die Übernahme der TV-Sendungen durch reichweitenstarke Partner zu den Nutzungstreibern des Arabic TV-Angebots. Gleichzeitig wird die Produktion für digitale Nutzungsszenarien gestärkt. Beispielhaft hierfür steht das mit Fördermitteln des *Auswärtigen Amtes* unterstützte Format *JaafarTalk*, das explizit für die On-Demand-Nutzung optimiert wurde. Die vor rund einem Jahr gestartete wöchentliche Talkshow mit dem libanesisch-deutschen Moderator und Journalisten Jaafar Abdul Karim bietet kontroverse Diskussionen über gesellschaftlich und politisch relevante Themen und ist außerordentlich populär in der Arabischen Welt. Sie zählt inzwischen zu den prominentesten Angeboten der DW: Seit der ersten Ausgabe von *JaafarTalk* im August 2019 verzeichnete das Format insgesamt rund 2 Milliarden Abrufe sowohl auf DW-eigenen als auch auf Social-Media-Plattformen reichweitenstarker Partner. Insbesondere bei der jüngeren arabischsprachigen Zielgruppe steigt die Beliebtheit von *YouTube* und *Instagram*. Vor diesem Hintergrund hat Arabic Online die Aktivitäten auf diesen Plattformen bereits verstärkt. Auch *Sulta 5* hat sich als Reportage- und Debattenplattform für politisch und gesellschaftlich relevante Themen auf *Facebook*, *YouTube* und *Instagram* etablieren können und erfährt hohe Nutzung. Die DW plant, in Zukunft ausgewählte Inhalte von *Sulta 5* auch Partnern zur Verfügung zu stellen. Ausgesprochen erfolgreich hat sich der 2018 eingeführte arabischsprachige Dokumentationskanal auf *YouTube* entwickelt – mit über 800.000 Abonnentinnen und Abonnenten zählt er zu den bedeutendsten Dokumentationskanälen in der arabischen Welt. Um dem erkennbar steigenden Dialogbedürfnis der Zielgruppe noch adäquater entsprechen zu können, plant Arabic Online darüber hinaus, das Community Management zu intensivieren. Im fortwährenden Bemühen um mehr regional relevante Inhalte lotet die Redaktion Möglichkeiten einer Kooperation mit dem Turkish und dem Persian Service sowie der DW Akademie aus.

Das von der DW Akademie initiierte Projekt *Campji* bereichert die Medienlandschaft in Libanon. Mit innovativen Formaten, Geschichten aus den Communities der Geflüchteten und Informationen zu Covid-19 ist *Campji* eines der führenden digitalen Medienangebote für Geflüchtete im Land geworden. Mit über 110.000 Abonnenten und millionenfach geklickten Videobeiträgen hat die Plattform große regionale Reichweite. Erfahrene *Campji*-Reporterrinnen und -Reporter engagieren sich zudem im Mentoring für junge Bürgermedien.

Seit 2014 unterstützt die DW Akademie in den Palästinensischen Gebieten Projekte zum Thema Medienkompetenz. In der Stadt Jaba im Westjordanland baut eine Partner-Organisation seit 2020 ein interaktives Erlebniszentrum auf, das Freizeitaktivitäten für Kinder, Jugendliche und deren Familien mit Erlebnispädagogik im Bereich der Medienkompetenz verbindet. Es ist das erste Zentrum dieser Art nicht nur in Palästina, sondern in der ganzen Region.

Das von Korrespondentinnen und Korrespondenten des Programms und Mitarbeitenden der DW Akademie gemeinsam genutzte Büro in Beirut ist der Ausgangspunkt für einen intensiven, regelmäßigen und vertrauensvollen direktionsübergreifenden Austausch, der sich während der vielfältigen Krisen im Land bewährt. Künftig soll diese Zusammenarbeit intensiviert werden. In Prüfung ist, welche Art von Projekten realisiert werden kann, die sowohl aus Sicht des journalistischen Angebots als auch für die DW Akademie einen Mehrwert liefert.

Im Nachgang zu den Kommunalwahlen 2019 verstärkte die türkische Regierung erneut ihre Kontrolle über die Medienlandschaft. 2020 belegte die Regulierungsbehörde *RTÜK* mehrere Sender mit Ausstrahlungsverboten, weil Oppositionspolitiker regierungskritische Aussagen getätigt hatten. Immer mehr Anbieter weichen in der **Türkei** in den Online-Bereich aus, aber auch diesen reglementieren die türkischen Behörden zusehends. Selbstzensur greift immer weiter um sich, sodass die Zielgruppe Angebote aus dem Ausland häufig als eine der letzten verbliebenen Alternativen für freie Informationen wahrnimmt. Im Mittelpunkt steht die Produktion von mehr regional relevanten Inhalten. So eruieren Turkish Service und Sales and Distribution gemeinsam mit anderen Redaktionen, inwiefern sie gemeinsam neue regionalisierte Inhalte produzieren können. In Diskussion ist zum Beispiel eine Kooperation mit dem Arabic und dem Persian Service, weil es bei zahlreichen Themenbereichen Überschneidungen gibt. Zudem versucht die Abteilung Sales and Distribution, mögliche Koproduktionspartner in der Türkei zu identifizieren.

Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf On-Demand-fähigen Videoinhalten, denn vor allem auf *YouTube* und *Twitter* hat das Angebot mit Videos beachtliche Erfolge erzielen können. Auch intensiviert die DW die Aktivitäten rund um das Angebot *+90*, das sie in strategischer Partnerschaft mit *BBC*, *VoA* und *France 24* betreibt. Für *+90*, das mittlerweile mehr als 360.000 Abonnentinnen und Abonnenten auf *YouTube* hat, wurde in diesem Jahr außerdem ein *Instagram*-Account gelauncht. Auch für das DW-eigene Angebot sind Aktivitäten auf der Plattform geplant. Um das Reichweitenpotenzial zu erhöhen, sollen *+90*-Videos zudem über türkische Partner wie beispielsweise *Türkcell TV+* vertrieben werden.

Die Presse- und Meinungsfreiheit ist in **Russland** stark eingeschränkt. Mithilfe restriktiver Gesetze verstärkt der Staat die Einschränkungen vor allem im Internet weiter. Gleichzeitig arbeitet Russland weiter an dem so genannten „souveränen Internet“, das mit einer eigenen Infrastruktur das russische Netz von dem *World Wide Web* abkoppeln soll – Ziel ist die Unabhängigkeit von den USA. Per Gesetz will die russische Regierung die Kontrolle über die gesamte Infrastruktur erlangen, sodass Inhalte und Plattformen noch effektiver blockiert werden können. Hintergrund ist der starke Bedeutungszuwachs digitaler Medien, die die bisherige Dominanz des TV schwächen. Obwohl die Kontrollmechanismen immer ausgefeilter werden, ist auf digitalen Plattformen, vor allem aber in Sozialen Medien, noch am ehesten eine freie Meinungsbildung möglich. Die DW erreicht über ihre digitalen Angebote für den russischsprachigen Markt vor allem die junge Zielgruppe und konnte die Nutzung auf ihren drei *YouTube*-Kanälen konstant steigern. Das Informationsangebot wird auf *YouTube*, *Facebook* und *Instagram* von dem Satireformat *Zapovednik* flankiert, das weiterhin hohe Nutzungs- und Engagement-Werte generiert. Im September dieses Jahres wurde das Angebot auch auf *TikTok* gestartet. Um die jüngere Zielgruppe gezielter anzusprechen und Potenziale für neue Plattformen zu nutzen, optimiert der Russian Service sein Angebotsportfolio. Neben den bestehenden Präsenzen auf *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* und *Vkontakte* wurde ein zweiter, nachrichtenorientierter *Telegram*-Kanal eingeführt. Die Redaktion plant darüber hinaus, im kommenden Jahr regelmäßig Audio-Podcasts anzubieten.

Aktuell verschärft sich die Situation in **Belarus** zusehends. Auf wachsende Proteste der breiten demokratischen Bürgerbewegung wird staatlicherseits mit immer stärkerer Polizeigewalt und zahlreichen willkürlichen Verhaftungen reagiert. Die autoritäre Führung des Landes geht massiv gegen Journalistinnen und Journalisten vor, immer mehr Mitarbeitende der staatlichen Medien kündigen aus Protest. Eine unabhängige Berichterstattung in den Medien wird

wirksam unterbunden. Die DW hat in ihrem russischsprachigen Programm darauf reagiert und prüft kurzfristig, welche Möglichkeiten bestehen, hier situationsgerecht zu reagieren und darüber hinaus Zugänge zu unabhängigen Informationen für die belarussische Bevölkerung sicherzustellen.

Obwohl sich die Lage der Pressefreiheit in der **Ukraine** verbessert hat, gibt es noch immer erhebliche Einschränkungen für den Journalismus. Darüber hinaus ist der ukrainische Medienmarkt zwar vielfältig, dennoch befinden sich die wichtigsten Medien in Privatbesitz. Deren Eigentümerinnen und Eigentümer verfolgen hierüber größtenteils die Durchsetzung ihrer Partikularinteressen. Desinformation ist weit verbreitet, das Vertrauen in die nationalen Medien sinkt zusehends. Gleichzeitig sind die Möglichkeiten der ukrainischen Bevölkerung, sich am öffentlichen Dialog zu beteiligen, deutlich eingeschränkt. Mit dem Ziel, Desinformation zu bekämpfen, plant die Regierung derzeit ein anti-russisches Mediengesetz. Das umstrittene Gesetz würde einen unabhängigen, investigativen Journalismus deutlich erschweren. In der Ukraine setzt die DW ebenfalls auf Soziale Medien: So konnte sie durch die optische und inhaltliche Optimierung ihres *Ukrainian Service-YouTube*-Kanals die Nutzung ihres Angebots steigern. Aktuell plant die Redaktion, ihre Präsenz vor Ort durch den Ausbau des Studios Kiew zu einem Hub zu verstärken. Hierdurch kann sie ihr Angebot um mehr exklusiven, regionalen Content erweitern und Projekte der journalistischen Zusammenarbeit mit Partnern in der Ukraine entwickeln.

Die DW Akademie setzt sich in der Ukraine für Meinungsvielfalt und ausgewogene Berichterstattung ein, baut unter anderem den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf und qualifiziert Journalistinnen und Journalisten. In diesem Jahr hat das Newsroom-Team des öffentlichen Senders *UA:PBC* mit Unterstützung der DW Akademie die multimediale Nachrichtenproduktion aufgenommen. Der Aufbau des Newsrooms ist Teil der Transformation des ehemaligen Staatssenders in eine öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt. Darüber hinaus arbeitet die DW Akademie mit dem Weiterbildungszentrum von *UA:PBC*, der *Public Media Academy (PMA)*, zusammen. Die *PMA* bietet aktuell ein neues Programm zur Stärkung der Medienkompetenz von Jugendlichen im Alter von 12 bis 17 Jahren an.

In vielen Ländern **Lateinamerikas** ist die Pressefreiheit weiter unter Druck geraten. Die DW reagiert darauf, indem sie in ihrem Angebot noch stärker gesellschaftlich umstrittene Themen aufgreift und fundiert darüber berichtet. Dies geschieht zum einen in dem Spanish TV-Angebot der DW. Zusätzliche Schalten bei TV-Partnern ermöglichen es zum anderen, auch über den eigenen TV-Kanal hinaus Menschen in Lateinamerika zu erreichen. Neu gestartet wurde ein Radio-Angebot für Lateinamerika: Die Live-Kommentierung der Bundesliga am Samstag ist seit dieser Spielzeit auch auf Spanisch verfügbar. Gleichzeitig legt die DW einen besonderen Fokus auf digitale Ausspielwege, da auch in Lateinamerika Informationen zunehmend online und zeitunabhängig konsumiert werden. So führte sie zusätzlich zu den beiden spanischen *YouTube*-Kanälen *DW Español* und *DW Documental*, die bereits über mehrere Millionen Abonnentinnen und Abonnenten verfügen, den dritten Kanal *DW Historias Latinas* ein, dessen Schwerpunkt auf ausführlichen Reportagen aus der Region liegt. Die Kanäle trugen zum starken Wachstum der digitalen Nutzung des spanischsprachigen Angebots bei. Hohe Online-Abrufe erzeugte im ersten Halbjahr 2020 insbesondere die intensive Berichterstattung über die Coronavirus-Pandemie, die auch einen eigens eingeführten Newsletter beinhaltete, der auf die lateinamerikanische Zielgruppe ausgerichtet wurde. Auch der Ausbau der Produktion vor Ort trug zur Steigerung der Online-Nutzung bei. Mit speziellen digitalen Angeboten möchte die DW künftig gezielt jüngere Nutzende in Lateinamerika ansprechen.

Eine Brücke zu den Aktivitäten der DW Akademie in Lateinamerika schlug eine Ausgabe der Reportagereihe *Economía Creativa* des spanischen Programms der DW: Hierin wurde die Arbeit der DW Akademie mit Indigenen im Norden Guatemalas ausgiebig beleuchtet. Die DW Akademie hat gemeinsam mit der kolumbianischen Partnerorganisation *Consejo de Redacción* das investigative Datenjournalismus-Projekt *Tierra de Resistentes II* veröffentlicht. In dem Projekt dokumentieren Medienschaffende aus zehn lateinamerikanischen Ländern rund 2.400 Fälle von Gewalt und Übergriffen gegen indigene Umweltaktivistinnen und Umweltaktivisten und ihre Gemeinden. Zusammen mit dem venezolanischen Online-Medium *Efecto Cocuyo*, einem Partner der DW, implementiert die DW Akademie derzeit einen interaktiven E-Learning-Kurs über Journalismus, Migration und Menschenrechte. In Guatemala ist mit Unterstützung der DW Akademie ein E-Learning-Kurs zur Vermittlung von Medienkompetenz entstanden. Er richtet sich an Lehrkräfte, die mit jungen Menschen zum Thema Medien arbeiten.

Auch in **Brasilien** erfordern die gesellschaftliche Polarisierung und die gezielte Verbreitung von Desinformation mehr denn je eine verlässliche und faktenbasierte Berichterstattung im portugiesischsprachigen Angebot der DW für Brasilien. Neben der Berichterstattung auf den eigenen Kanälen geschieht dies auch dank einer *DW Premium*-TV-Schalte, die mit einem nationalen TV-Nachrichtensender vereinbart werden konnte. Auch in Brasilien sind Online-Medien und Soziale Netzwerke mittlerweile eine essenzielle und weithin genutzte Informationsquelle geworden. Deshalb richtet der Brazilian Service der DW sein Angebot noch stärker auf die digitale Nutzung auf Abruf aus, veröffentlicht Inhalte auf diversen Online-Plattformen und stärkt insbesondere die Aktivitäten auf dem *YouTube*-Kanal *DW Brasil*. Um der wachsenden Beliebtheit von Podcasts in Brasilien zu entsprechen, entwickelt die Redaktion ein plattformadäquates Format.

Die Lage der Pressefreiheit hat sich auch in **Europa** verschlechtert. Der Einfluss von Regierungen auf Medienanbieter ist weiterhin hoch, insbesondere in Ländern wie Polen und der Türkei sowie auf dem **Balkan**. In den Staaten des Westbalkans werden die nationalen Medien von überwiegend autoritär agierenden Regierungen kontrolliert, die über Druckmittel wie Lizenzvergaben, die Verteilung von öffentlichen Geldern und staatlichen Werbeetat oder juristische Mittel kritische Berichterstattung eindämmen. Korruption, Diffamierung regierungskritischer Beiträge und Absprachen zwischen Medien, Politikerinnen und Politikern sowie Vertreterinnen und Vertretern der Oligarchie sind in vielen ost- und südosteuropäischen Ländern an der Tagesordnung. Für die Nutzerinnen und Nutzer ist die unabhängige Berichterstattung der DW eine willkommene Alternative zu den nationalistisch und von Pressezensur geprägten Nachrichten vieler regionaler Anbieter. Sie gewinnt angesichts einer zunehmenden Einschränkung unabhängiger Medien in Mittel- und Südosteuropa in unmittelbarer Nachbarschaft zu Deutschland und auch innerhalb der europäischen Wertegemeinschaft wachsende Bedeutung. Die Zielregionen Albanien, Bosnien, Kroatien, Mazedonien und Serbien leiden verstärkt unter dem wirtschaftlich bedingten Wegzug insbesondere der jungen Bevölkerung. Auch deshalb verstärkt die DW in den europäischen Zielländern ihre Angebote auf digitalen Plattformen wie *Facebook*, *Twitter* und *YouTube*. Sehr bedeutsam für die Reichweitensteigerung ist dabei weiterhin die Webvideo-Reihe *Balkan Booster*. Außerdem setzt die DW einen Schwerpunkt auf die zielgruppenspezifische Optimierung der Video-Angebote, vor allem mit Blick auf die On-Demand-Nutzung. Hervorzuheben ist dabei das Magazin *Europeo*, das primär für die Auspielung in Sozialen Medien und sekundär im linearen TV entwickelt wurde. Das gleiche Ziel verfolgt sie mit neuen Angeboten auf *Instagram* für Albanien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Serbien. In Serbien hat die DW Akademie 2019 darüber hinaus

eine Gruppe etablierter serbischer YouTuber dabei unterstützt, zwei Musik-Videos gegen Hate Speech und Cyberbullying in Sozialen Netzwerken zu produzieren. Diese wurden bis heute jeweils 3 Millionen Mal aufgerufen und haben eine breite gesellschaftliche Debatte angeregt.

Als überaus erfolgreich erweisen sich die TV-Schalten mit reichweitenstarken Partnern – hierdurch sichert sich die DW in Ländern wie Griechenland, Bulgarien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Kosovo und Albanien eine starke Marktpräsenz. Die für dieses Jahr geplante Einrichtung eines Büros in Sarajevo konnte vor dem Hintergrund der in der Region zunehmend ungünstigen Rahmenbedingungen für Journalistinnen und Journalisten nicht umgesetzt werden. Um der Bedeutung der Region für ihr Angebot Rechnung zu tragen, sucht die DW aktuell nach einem alternativen Standort.

2.4 Sprachübergreifende Projekte und Maßnahmen

Angesichts der weltweiten Bemühungen, die Verbreitung des Corona-Virus einzudämmen, konnte die Deutsche Welle 2020 das **Global Media Forum (GMF)**, das für den 6. und 7. Juli 2020 in Bonn geplant war, nicht als Präsenzveranstaltung durchführen. Stattdessen wurde die Konferenz in den digitalen Raum verlegt. Von Mai bis Dezember 2020 widmete sich die Medienkonferenz mit unterschiedlichen Formaten wie digitalen Talk-Sessions, Interviews, Erklärvideos, Chat-Formaten und Hintergrundbeiträgen dem diesjährigen Leitmotiv *Pluralism. Populism. Journalism.* Dabei war die Interaktion mit der *Global Media Forum Community* ein wichtiges Element. Ziel der digitalen Variante des *GMF* war es, die Sichtbarkeit der internationalen Medienkonferenz aufrechtzuerhalten, die Verbindung zur *Global Media Forum Community* zu stärken sowie neue Zielgruppen zu erreichen. Aufgegriffen wurden u.a. aktuelle Themen wie die „Verantwortung der Medien in der Corona-Krise“, die „Bedeutung des Internets in autokratischen Staaten“ und die „Rolle der Medien zur Förderung von Diversität in der Gesellschaft“. Dank der finanziellen Unterstützung durch das *Auswärtige Amt*, das Land Nordrhein-Westfalen, das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* sowie die *Internationale Sparkassenstiftung Bonn* konnte die internationale Medienkonferenz weiter gestärkt werden. In seiner Keynote zu der Session „Diversität versus Spaltung“ betonte der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Armin Laschet die Bedeutung eines vertrauenswürdigen Journalismus, der die unterschiedlichen Perspektiven gesellschaftlicher Gruppen widerspiegeln müsse.

Den Fellows bot das **Global Media Forum digital** eine Reihe von Online-Trainings an, die von mehr als einhundert Interessenten wahrgenommen wurden. Geplant ist, das *Global Media Forum 2021* unter dem Motto *Disruption and Innovation* in Bonn als hybride Veranstaltung durchzuführen.

Die DW hat in diesem Jahr ihren *Freedom of Speech Award* allen mutigen Journalistinnen und Journalisten weltweit gewidmet, die aufgrund ihrer Berichterstattung über die Corona-Pandemie Repressionen ausgesetzt sind. Stellvertretend für diese zeichnete die DW 17 Journalistinnen und Journalisten aus 14 Ländern aus.

Der Master-Studiengang **International Media Studies** der DW Akademie stellte zu Beginn des Sommersemesters auf einen komplett digitalen Lehrbetrieb um. Hierzu konnte auf Erfahrungen mit bereits genutzten digitalen Plattformen aufgebaut werden. Für die persönliche Betreuung Studierender wurden neue, innovative Formate entwickelt.

Als Gesellschafterin und Medienpartnerin der *Internationale Beethovenfeste Bonn gGmbH* unterstützt die DW das **Beethovenfest Bonn** auch mit Blick auf dessen internationale Wahrnehmung. Die seit zwei Jahrzehnten bestehende Zusammenarbeit sollte insbesondere im Jubiläumsjahr 2020 intensiv ausgestaltet werden, u.a. durch zwei Campus-Projekte, Public Screenings und Konzertmitschnitte. Aufgrund der Corona-Pandemie konnte ein Großteil der angekündigten Veranstaltungen nicht stattfinden, entsprechend konnten die geplanten Projekte und unterstützenden Maßnahmen – von wenigen Ausnahmen abgesehen – nicht umgesetzt werden. Dennoch nahm die DW den 250. Geburtstag Ludwig van Beethovens zum Anlass, den Künstler und seine Musik weltweit in vielen Sprachen zugänglich zu machen. So zählten ein Thementag, Dokumentationen und Audioformate zu den Sonderprogrammen. Darüber hinaus intensivierte sie auch die reguläre Berichterstattung zum Jubiläum, beispielsweise durch die theatrale Baustellenbegehung *Bauprobe Beethoven*. Die DW begleitet die vier Aufführungen der renommierten Theatergruppe *Rimini Protokoll* durch Berichterstattung im Vorfeld der Veranstaltungen sowie eine TV- und Online-Reportage. Das für Dezember in der Oper Bonn geplante Konzert mit Daniel Barenboim und seinem West-Eastern-Divian-Orchester wird die DW ebenfalls mit spezieller Berichterstattung begleiten. Die als Abschluss-Höhepunkt geplante Veranstaltung gilt als symbolischer Auftakt der Festjahr-Verlängerung: Die meisten der im Jubiläumsjahr vorgesehenen Veranstaltungen und Projekte sollen im kommenden Jahr stattfinden.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Dachorganisation des französischen Auslandsrundfunks, *France Médias Monde (FMM)*, wurde über das Projekt **ENTR** ebenfalls ausgeweitet. **ENTR** ist ein digitales, multimediales und mehrsprachiges journalistisches Angebot, das die DW zusammen mit *FMM* für junge Menschen in Europa aufbaut. Das Ziel: europaweit relevante Themen, die junge Menschen betreffen und bewegen, ins Gespräch zu bringen und verständlich zu machen. Entstehen soll ein innovatives digitales Angebot, das mit den Methoden der traditionellen Medien bewusst bricht und einen Beitrag zur Belebung des europäischen Kommunikationsraums leistet. Der Fokus liegt auf der Verbreitung von Inhalten auf Sozialen Medien in den verschiedenen Projektsprachen. Die DW konnte zehn weitere Partner in insgesamt sechs europäischen Ländern für **ENTR** gewinnen. Darunter sind öffentlich-rechtliche Medienanstalten wie der portugiesische Rundfunk. Aber auch private Medienhäuser wie *Ringier Axel Springer* in Polen sind Teil des Projekts. Die DW wird das Projekt als Konsortialführerin in engem Austausch mit *FMM* aufbauen und leiten. Im Rahmen des deutsch-französischen Kooperationsvertrags von Aachen leistet das *Auswärtige Amt* für Ende 2020 bereits eine Anschubfinanzierung. Eine weitere Ko-Finanzierung des Projekts aus nationalen Mitteln ist darüber hinaus notwendig. **ENTR** könnte Anfang 2021 mit einer Förderung der EU-Kommission als Pilotprojekt in sechs Sprachen starten. Die DW hat sich auf eine entsprechende Ausschreibung beworben.

Auch die **Kooperation mit den ARD-Landesrundfunkanstalten, dem ZDF sowie dem Deutschlandradio** wird fortgesetzt. Der Programmaustausch wurde mit der Übernahme der Kurznachrichten *Tagesschau in 100 Sekunden* und *heuteXpress* auf das aktuelle Nachrichtengeschehen ausgeweitet.

Der mit Projektmitteln des *Auswärtigen Amtes* finanzierte **Multimediale Fremdsprachendienst/German News Service** ist ein weiteres Beispiel für eine gelungene Kooperation. Im Rahmen dieses Projekts bietet die DW zusammen mit der *Deutschen Presse-Agentur (dpa)* Medienpartnerinnen und -partnern sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in aller Welt tagesaktuelle, deutschlandbezogene multimediale Inhalte (Nachrichten und Hintergründe/Analysen) – derzeit in den Sprachen Deutsch, Arabisch, Englisch, Spanisch, Russisch

und Französisch. DW und *dpa* haben sich darauf verständigt, weitere Kooperationsbereiche auszutesten, etwa durch eine Vertriebspartnerschaft, einen Austausch von Volontärinnen und Volontären während ihrer Ausbildung oder Kooperation im Bereich Verification/Factchecking. Eine weitere erfolgreiche Kooperation wird ebenfalls fortgesetzt: Deutsche Welle und **Goethe-Institut** kooperieren seit vielen Jahren erfolgreich in den Bereichen Kultur-Berichterstattung, Spracharbeit/Deutschkurse und *Global Media Forum*. Seit 2020 wurde die bilaterale Zusammenarbeit auf weitere strategische Themenfelder ausgedehnt. Hierzu gehören Themen wie Diversity, Nachhaltigkeit, New Work und Digitalisierung. Angesichts der politischen, technischen und organisatorischen Herausforderungen verstehen sich Deutsche Welle und Goethe-Institut als Lerngemeinschaft und planen deshalb, sowohl den bilateralen Austausch als auch die Kooperation in Zukunft zu intensivieren.

Als **moderne und wettbewerbsfähige Arbeitgeberin** sieht es die Deutsche Welle als eine wichtige Aufgabe an, die Eigenverantwortlichkeit und Selbstorganisation ihrer Mitarbeitenden zu stärken. Ein vermehrter und systematischer Einsatz von Angeboten wie flexible Arbeitszeitmodelle und mobiles Arbeiten sollen den Mitarbeitenden eine gute Work-Life-Balance ermöglichen. Die Pandemiesituation hat es notwendig gemacht, die digitalen Arbeitsmöglichkeiten massiv auszubauen. In diesem Zusammenhang werden auch unter dem Stichwort *Digital Workplace* die Möglichkeiten des digitalen, mobilen, interdisziplinären und kollaborativen Arbeitens stetig verbessert. Hier fokussiert die DW auf das Mindset von Führungskräften und Mitarbeitenden – im Sinne des *Digital Leadership*. Auch die Ausstattung der Mitarbeitenden mit zeit- und ortsunabhängig nutzbaren Arbeitsmitteln hat die DW seit Beginn der Corona-Pandemie massiv ausgebaut. Für längere Auszeiten vom Berufsleben bietet die DW als neues Arbeitszeitmodell das Sabbatical an.

Der respektvolle Umgang miteinander prägt die **Unternehmenskultur** der Deutschen Welle. Gleichberechtigung und Toleranz sind dabei elementare Werte. Dafür tritt die DW weltweit ein. In ihrem Bestreben um eine weitere Verbesserung der Unternehmenskultur ergriff die DW zahlreiche Maßnahmen: So verständigten sich Geschäftsleitung und Gesamtpersonalrat der DW auf Dienstvereinbarungen zum Umgang mit sexueller Belästigung am Arbeitsplatz und zum Schutz vor grenzüberschreitendem Verhalten. Der Ende 2019 verabschiedete *Code of Conduct* wurde in alle Sendesprachen übersetzt, die DW bietet ihren Mitarbeitenden flächendeckende Schulungen hierzu an. Darüber hinaus unterstützt die Geschäftsleitung den Dialog über weitere Maßnahmen zur Förderung von respektvollem Verhalten und zur Vermeidung von Machtmissbrauch.

Die DW ist ein ausgesprochen diverses Unternehmen: Programmangebote in 30 Sprachen, weltweite Senderegionen und Mitarbeitende aus über 60 Nationen verdeutlichen die Vielfalt. Mit Blick auf die Bedeutung von **Diversität** als wichtigem unternehmerischen Erfolgsfaktor ist die DW bestrebt, das große Potenzial dieser Vielfalt auszuschöpfen. Mit der Schaffung des Bereichs International Relations and Diversity hat die Geschäftsleitung dem Thema Vielfalt eine hohe Priorität eingeräumt und Veränderungsprozesse angestoßen.

Mit dem Ziel, auch in der aktuellen Krisensituation Wissen zielführend zu vernetzen und die Expertise ihrer Mitarbeitenden bestmöglich einsetzen und ausbauen zu können, hat die DW weitere Maßnahmen zum Ausbau ihres **Wissensmanagements** ergriffen. So werden beispielsweise *DW Minds*-Veranstaltungen, in denen Kolleginnen und Kollegen ihre Arbeit vorstellen oder gezielt Themen referieren, als Webinare über Videokonferenzen angeboten und können On-Demand abgerufen werden. Darüber hinaus fördert die DW gezielt *Communities*

of Practice. In so genannten *DW Circles* haben Mitarbeitende die Möglichkeit, sich direktionsübergreifend zu vernetzen, zu Best Practices auszutauschen bzw. ihr Wissen miteinander zu teilen. Inzwischen bestehen bereits zahlreiche *Circles*, beispielsweise zu Themen wie Cyber Security, Constructive Journalism und Suchmaschinenoptimierung. Die DW Akademie und das Team Research and Innovation Projects haben sich eng zu möglichen EU-Fördermitteln und zu gemeinsamen Projekten in den Bereichen Medienkompetenz und Faktenchecks ausgetauscht. Das DW-Datenjournalismus-Team hat intensiv zum Gelingen des Datenjournalismus-Projekts *Dataship* der DW Akademie beigetragen. Weitere direktionsübergreifende Kooperationen gab es bei DW-Akademie-Projekten zu digitaler Sicherheit und beim SpeakUp-Barometer, das die Lage digitaler Rechte in Entwicklungsländern analysiert.

Auch das **DW Lab**, in dem seit mittlerweile drei Jahren mit Erfolg innovative journalistische Produkte entwickelt werden, hat sich inzwischen zu einem Ort des Wissenstransfers entwickelt: Die Koordinatorinnen und Koordinatoren veranstalten zum Beispiel Workshops, in denen sie Erkenntnisse zu neuen Plattformen oder Technologien an interessierte Bereiche weitergeben.

Im Bewusstsein ihrer Verantwortung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung hat sich die DW das Thema Nachhaltigkeit als Unternehmensziel gesetzt. Um den Herausforderungen einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zu begegnen, hat sie ihr unternehmensinternes **Nachhaltigkeitsmanagement** ausgebaut und erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Der DW-Nachhaltigkeitsbericht für das Berichtsjahr 2018 wurde vom *Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)* geprüft und akzeptiert. Damit ist die DW die erste ARD-Rundfunkanstalt, die zertifiziert wurde. In dem Bericht beschreibt die DW ihr Engagement in den Bereichen Umwelt, Soziales und nachhaltige Unternehmensführung. So zählen u. a. die Förderung erneuerbarer Energien, die Unterstützung der E-Mobilität, die Umrüstung der Studios auf energieeffiziente LED-Beleuchtung sowie im sozialen Bereich zahlreiche freiwillige Leistungen und Angebote für die Mitarbeitenden zu zentralen Maßnahmen im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements. Die DW wird den Nachhaltigkeitsbericht im Zweijahresrhythmus fortschreiben und hierin über die Fortschritte in ihrem Engagement für nachhaltiges unternehmerisches Handeln berichten. Darüber hinaus hat die DW die *Gemeinsame Erklärung für eine nachhaltige Film- und Serienproduktion* unterzeichnet. Mit der Erklärung verfolgt die Filmbranche das Ziel, negative ökologische Auswirkungen bei der Produktion von Filmen und Serien effizient und dauerhaft zu minimieren.

Die DW hat die Aufgaben rund um **IT- und Cybersecurity** in einer eigenen Abteilung zusammengefasst, um den Herausforderungen in diesem Bereich künftig noch besser begegnen zu können. Zu ihren zentralen Aufgaben gehören die strukturierte Entwicklung von Maßnahmen zur Verbesserung der IT-Sicherheit sowie die weitere Sensibilisierung aller Mitarbeitenden der DW für Gefahren im Cyberraum. Die Maßnahmen zielen darauf, insbesondere die journalistisch Tätigen zu befähigen, sich sicher im digitalen Raum zu bewegen.

3 Finanzieller Rahmen

Die Deutsche Welle finanziert sich durch den Zuschuss des Bundes sowie in geringerem Umfang durch Projektförderungen des Bundes und anderer Mittelgeber. Im Jahr 2020 beträgt der laufende Bundeszuschuss aus dem Etat der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* 365,5 Millionen Euro. Damit ist der Bundeszuschuss gegenüber dem Vorjahr um 4,3 % gestiegen. Zur Deckung der pandemiebedingten Mehrausgaben wurden der DW für 2020 einmalige Mittel von bis zu 3,46 Millionen Euro zugesagt. Zudem wurde der Stellenplan

ab 2020 zum ersten Mal seit vielen Jahren um 100 Stellen erhöht, das entspricht einer Steigerung von rund 8,3 %. Die Stellenmehrung macht es möglich, dass Arbeitsverträge von befristeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entfristet bzw. freie Mitarbeitende in befristete Anstellungsverhältnisse übernommen werden können, so dass die DW ihren Mitarbeitenden verstärkt sichere Beschäftigungsperspektiven anbieten und zugleich arbeitsrechtliche Risiken minimieren kann. Die Stellen sind insbesondere für schwierige Arbeitsmarktbereiche, wie beispielsweise die IT, notwendig. Hier gilt es, qualifiziertes Personal durch unbefristete, reguläre Arbeitsverhältnisse zu binden bzw. neues Personal zu rekrutieren.

Der finanzielle Rahmen für Projektförderungen kann noch nicht abschließend genannt werden, denn häufig werden Projektanträge erst im Laufe des Wirtschaftsjahres bewilligt. Das *Auswärtige Amt* ist bestrebt, auch im Jahr 2021 wieder Programmprojekte der DW in einem ähnlichen Umfang wie in den vergangenen Jahren (rund 5 bis 6 Millionen Euro) zu fördern, weist aber auf coronabedingte Verzögerungen und Unsicherheiten in der Haushaltsplanung für 2021 hin. Zusätzlich zu den Programmprojekten fördert es Projekte der DW Akademie und unterstützt das *Global Media Forum*. Die Maßnahmen der projektfinanzierten DW Akademie im Rahmen der Medienentwicklung werden überwiegend durch das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)*, im Jahr 2020 24 Millionen Euro, im Jahr 2021 gemäß Regierungsentwurf 28 Millionen Euro) sowie durch das *Auswärtige Amt*, die EU und andere Mittelgeber (zusammen rund 10 Millionen Euro) finanziert.

Der Mittelzuwachs im Betriebshaushalt der DW wurde im Wesentlichen zur Stärkung des bestehenden Programmangebots und der Infrastruktur verwendet sowie zur Finanzierung der anstehenden Tarifsteigerung 2020ff.

Im laufenden Investitionshaushalt werden weiterhin die bisherigen Maßnahmen der Digitalisierungsprojekte sowie die Modernisierung der technischen Infrastruktur, die Inbetriebnahme eines zeitgemäßen Videomanagementsystems, IT-Sicherheitsprojekte sowie notwendige Maßnahmen der Gebäudeinfrastruktur veranschlagt. Zusätzlich kann die DW am Konjunkturpaket des Bundes partizipieren. Durch zweckgebundene Mittel in Höhe von 14,4 Millionen Euro bis 2023 (davon 0,5 Millionen Euro noch in 2020) können geplante, jedoch noch nicht finanzierte Investitionen vorgezogen werden. Hierzu gehören die Themen *Digital Workplace*, Digitale Verwaltung sowie die Gebäudesicherheit und -leittechnik.

Für das Jahr 2021 sieht der Regierungsentwurf zum Haushaltsgesetz für die Deutsche Welle erfreulicherweise einen laufenden Zuschuss in Höhe von 380,5 Millionen Euro (+ 4,1 %) und weitere 100 Stellen vor. Zudem erhält die DW in 2021 7,5 Millionen Euro einmalige Mittel aus dem Konjunkturpaket, die bereits in den Haushaltsentwurf des Jahres 2021 eingearbeitet sind. Die finanzielle Herausforderung für die kommenden Haushaltsperioden wird sein, die weiter steigenden Kosten für Personal – insbesondere die erwarteten Tarifsteigerungen – und die steigenden Kosten der Altersversorgung – insbesondere durch die Kostensteigerungen bei der *Baden-Badener-Pensionskasse (bbp)* aufgrund der Entwicklung der Kapitalmärkte – auszugleichen. Ziel der DW ist es, die aufgrund der erfreulichen Entwicklung der Bundesmittel vorangetriebenen Programmprojekte der DW dauerhaft zu unterhalten und je nach verbleibender Finanzausstattung weitere Maßnahmen der Aufgabenplanung auch durch weitere Budgetumschichtungen und Hebung zusätzlicher Synergien umzusetzen. Als weitere mögliche Maßnahmen sollten insbesondere die Programmangebote durch die Einführung weiterer Sendesprachen stärker regionalisiert sowie Büros und Studios neu eingerichtet oder bestehende erweitert werden. Mit Blick auf die bereits in der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 formulierte Notwendigkeit eines **Ausbaus des Sprachangebots** in ihrer Prio Zielregion

Asien plant die DW die Einführung einer weiteren Regionalsprache: Tamil. Sie wird von etwa 75 Millionen Menschen in Südindien und auf Sri Lanka, das lange von Bürgerkrieg und ethnischen Konflikten geprägt war, als Muttersprache gesprochen. Mit der Einführung der Sprache Tamil könnte die DW dem in der Region ausgeprägten Bedürfnis nach unabhängigen Informationen entsprechen und ihre eigene Präsenz im südostasiatischen Sprachraum deutlich verbessern. Als vorteilhaft würden sich bereits jetzt erkennbare Synergien mit dem zu einem Hub ausgebauten Büro der DW in Neu-Delhi erweisen.

Für die EU ist der drastische Umbau von Verfassung und Medienlandschaft in Ungarn sowie die damit einhergehenden deutlichen Einschränkungen in der Unabhängigkeit der Justiz und der freien Meinungsäußerung von großer Bedeutung. Grundlegende europäische Werte wie Rechtsstaatlichkeit und Demokratie werden in dem mitteleuropäischen Land weiterhin zunehmend ausgehebelt. Deshalb ist Ungarn in der EU weitgehend isoliert und geht auf mehr und mehr Politikfeldern – beispielsweise auch in der Asylpolitik – einen Sonderweg. Die DW plant vor diesem Hintergrund die Einführung eines ungarischsprachigen Angebots. Beide Sprachen, Tamil und Ungarisch, sollen ab 2021 im Rahmen einer zweijährigen Pilotphase zunächst als reine Social-Media-Angebote gestartet werden.

Die Schwerpunkte der Investitionen für 2021 liegen in der technischen Umsetzung der Digitalstrategie der DW, die mit Flexibilisierung, hoher Systemverfügbarkeit und technischen Innovationen insbesondere auf die Zukunftsfähigkeit der DW abzielt. Auch die IT-Sicherheit behält einen hohen Stellenwert. Darüber hinaus sieht sich die DW verpflichtet, die gesetzlichen Anforderungen zur Barrierefreiheit schnellstmöglich zu erfüllen. Weitere Maßnahmen gemäß Aufgabenplanung werden im Rahmen der Budgetaufstellung 2021 geprüft.

Die DW steht vor einer weiteren Herausforderung: Die sukzessive, flächendeckende Einführung des neuen Mobilfunkstandards 5G in vielen Ländern weltweit führt für die DW zu gravierenden Veränderungen hinsichtlich ihrer bisherigen TV-Satellitenausstrahlung über so genannte C-Band-Satelliten. In Nord- und Südamerika sowie Asien nutzt 5G die gleichen Frequenzen wie die C-Band-Satelliten und stört so die Ausstrahlung. Mehr als die Hälfte der rund 4.000 DW-Partner muss deshalb auf kostenintensivere alternative Versorgungswege umgestellt werden, wenn nicht erhebliche Reichweitenverluste in Kauf genommen werden sollen. Deshalb kommen ab spätestens 2021 nach ersten groben Schätzungen Mehrkosten von ca. 2-4 Millionen Euro pro Jahr auf die DW zu. Die endgültige technische Lösung für eine alternative Distribution ohne C-Band wird derzeit, angepasst für die jeweiligen Regionen, erarbeitet. Ziel ist eine mit der bisherigen Ausstrahlung vergleichbare technische Zuverlässigkeit, die zugleich wirtschaftlich ist. Hierzu ist die DW in ständigem Austausch mit ihren Partnern, Satellitenbetreibern, Experten sowie anderen internationalen Broadcastern wie z.B. *BBC*, *FMM*, *VoA* und *NHK*.

4 Ausblick

Um ihren Erfolg langfristig zu sichern, muss die DW ihre Aktivitäten den jeweils neuen Herausforderungen anpassen. Zu den aktuell wegweisenden strategischen Maßnahmen zählen die Umsetzung der On-Demand-Strategie sowie der Ausbau der Präsenz der DW in ihren Zielregionen. Hierzu wird die DW mehr Inhalte für Märkte mit Potenzial in diesem Bereich produzieren. In einem ersten Schritt sind dies asiatische Länder wie Indien und Indonesien, in einem zweiten Schritt kommen auch Länder in Subsahara-Afrika wie beispielsweise Nigeria hinzu. Dafür wird eine strukturelle Stärkung der betroffenen Sprachredaktionen ins

Auge gefasst. Komplementär dazu baut die DW Akademie ihre Außenstruktur aus und strebt die Einrichtung weiterer Akademiebüros und -außenstellen an.

Richtungsweisend wird darüber hinaus der Umgang mit innovativen Technologien sein. Die DW muss fortschrittliche Technologie einsetzen, um mit ihrem Angebot relevant und attraktiv für die Zielgruppe zu bleiben und insbesondere die Erwartungen an ein modernes digitales Informationsangebot zu erfüllen. Deshalb setzt die DW sich auch mit Künstlicher Intelligenz (KI) auseinander und erarbeitet Leitlinien für den verantwortungsvollen Einsatz von KI-Anwendungen im Sinne ihres Auftrages. KI soll der DW dabei helfen, Menschen weltweit auch in Zukunft ein zeitgemäßes Angebot bereitzustellen und sie mit fundierten und ausgewogenen Informationen zu versorgen. KI bietet ein großes Potenzial, die Bewältigung der Aufgaben der DW zu unterstützen, zu beschleunigen und zu bereichern. Gleichzeitig begegnet die DW den Risiken von KI mit ethischen Richtlinien, um auch bei der Verwendung neuer Technologie die Werte der DW zu wahren sowie neue Standards und Praktiken für den Einsatz von KI im öffentlich-rechtlichen Journalismus mitzugestalten.

