

HINTERGRUND

DW-TV: Fokus auf Nachrichten und Information

- **Wichtigste Zielgruppe: Multiplikatoren im Ausland mit Interesse an Deutschland und Europa.**

„Hier ist aus Berlin das **Journal** von DW-TV. Ich bin Birgit Keller. Guten Tag.“ 8.00 Uhr in der Hauptstadt. Zeit für die Nachrichtensendung des deutschen Auslandsfernsehens. Es folgen zehn Minuten Aktuelles aus allen Teilen der Welt mit besonderem Augenmerk auf Deutschland und Europa. Dann die Wirtschaft: Neues von den Finanzmärkten und aus den Unternehmen. Das anschließende Tagesthema liefert Hintergründe zur Top Story an diesem Tag.

In der Voltastraße in Berlin hat die Deutsche Welle ihre Fernsehaktivitäten konzentriert. DW-TV ist 24 Stunden via Satellit weltweit präsent – im stündlichen Wechsel auf Deutsch und Englisch, in Amerika auch zwei Stunden auf Spanisch. Hinzu kommen seit Mitte 2002 Programmfenster auf Arabisch sowie Dari und Paschtu, den beiden wichtigsten Landessprachen in Afghanistan.

Für Multiplikatoren und Entscheidungsträger

Gestartet wurde DW-TV im April 1992. Im Zuge der deutschen Einheit entstand aus dem Nukleus RIAS TV das deutsche Auslandsfernsehen. Zunächst gehen sechs Stunden Programm (Deutsch und Englisch) via Satellit in die Welt. Schon einige Monate später wird das Programm auf 14 Stunden, im Juli 1993 auf 16 Stunden aufgestockt. Jetzt kommt Spanisch als dritte Sendesprache hinzu. Seit 1995 wird rund um die Uhr gesendet.

Das inhaltliche und strukturelle Konzept des Programms werden mehrfach angepasst und fortgeschrieben – stets im Lichte der internationalen Entwicklung, der Zielgruppenanalyse und nicht zuletzt der Einbettung in ein effizientes Gesamtkonzept der medialen Außendarstellung Deutschlands. Die bedeutendste Zäsur ist die Neupositionierung zum 1. Januar 1999:

Seither legt DW-TV den Focus auf Nachrichten, Information und Kultur. Wichtigste Zielgruppe sind Multiplikatoren im Ausland mit Interesse an Deutschland und Europa.

Journal, die 30-minütige Nachrichtensendung, wird zum Flaggschiff: stündlich im Programm, im Wechsel Deutsch und Englisch, zweimal am Tag auch Arabisch und Spanisch. Die Magazine – etwa **Politik Direkt**, das Politik-Magazin, **Made in Germany**, das Wirtschaftsmagazin, **Europa Aktuell** aus Brüssel oder **Projekt Zukunft**, das Wissenschaftsmagazin – schärfen das neue Profil nachhaltig. Die Dokumentationen und Reportagen auf dem Sendeplatz **Im Focus** decken ein breites Themenspektrum ab.

DW-TV kann in mehr als 210 Millionen Haushalten direkt empfangen werden. Hunderte Partnersender übernehmen es – ganz oder in Teilen – und strahlen es wieder aus. DW-TV wird in Kabelnetze eingespeist und gehört auf allen Kontinenten in maßgeblichen Hotels zehntausendfach zum Zimmerservice. Rund 28 Millionen Zuschauer weltweit sehen regelmäßig das Fernsehprogramm der Deutschen Welle.

Weitere Profilierung durch Regionalisierung

Ein bedeutender Aspekt im DW-Profil ist die Regionalisierung der Angebote. DW-TV öffnete im August 2002 gleich zwei Programmfenster: Angebote auf Arabisch sowie in Dari und Paschtu für Afghanistan.

Über den Satelliten Nilesat geht täglich ein dreistündiges Arabisches Programm an Zuschauer in mehr als 20 Ländern von Marokko bis Saudi-Arabien, auch in große Teile von Mali, Niger, Tschad und in den Sudan. Mehr als zehn Millionen Haushalte können das Signal empfangen. Es ist zunächst ein arabisch Untertiteltes Programm. Seit Februar 2005 präsentiert das deutsche Auslandsfernsehen als erster europäische Fernsehsender Nachrichten mit arabischen Moderatoren in arabischer Sprache. Kern des täglich dreistündigen Programms sind zwei knapp 30-minütige Nachrichtensendungen – ergänzt durch arabisch Untertitelte Magazine und synchronisierte Dokumentationen.

Ein weiterer Service ist gezielt für das Afghanische Fernsehen (RTA): Nachrichten aus aller Welt werden in Berlin von afghanischen Kollegen in den Landessprachen Dari und Paschtu zusammengestellt und aufgezeichnet, nach Kabul überspielt und dort von RTA zur Hauptsendezeit ausgestrahlt. Ergänzt wird diese Medienhilfe durch weitere Programme sowie durch technische Hilfe.

Neue Formate im Jubiläumsjahr

Im Jubiläumsjahr 2003 startet DW-TV neue Formate: Mit **euromaxx** präsentiert das deutsche Auslandsfernsehen täglich „Leben und Kultur in Europa“. In Kooperation mit der Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin und der Export-Union des Deutschen Films startet DW-TV im Juni 2003 darüber hinaus **KINO** – Das Deutsche Filmmagazin. Es berichtet einmal im Monat über die neuesten deutschen Filme und über internationale Produktionen im Filmland Deutschland. Ende 2003 geht **Kultur.21**, das neue Kulturmagazin auf Sendung.

Anfang 2004 schließlich starten zwei weitere Formate: **Gute Reise TV**, eine Koproduktion der DW mit dem Mitteldeutschen Rundfunk (mdr), soll Interesse am Reiseland Deutschland wecken. Und **popXport** soll populäre, in Deutschland produzierte Bands und Interpreten im Ausland bekannter machen.

DW-TV verstärkt mit diesen Formaten die Kulturberichterstattung und schärft zugleich sein Profil als Programm aus der Mitte Europas.

Seit Januar 2005 präsentiert DW-TV außerdem in **Bundesliga Kick off!** jede Woche das Neueste aus der Fußballbundesliga. Das Magazin porträtiert Spieler, Trainer oder Teams, zeigt noch einmal die schönsten, wichtigsten, kuriosesten Tore des vergangenen Spiele, blickt auf den kommenden Spieltag und widmet sich ungewöhnlichen Geschichten aus dem Fußball-Alltag.

Seit 1963 im Fernsehgeschäft

Mehr als 13 Jahre DW-TV via Satellit – das ist keineswegs ein umfassender Blick auf die Fernsehaktivitäten der DW. Die Erfahrungen im globalen

Fernsehgeschäft reichen vielmehr in das Jahr 1963 zurück. Damals verschickte die DW von Köln aus erstmals die sprachlich adaptierte Fassung eines deutschen Filmbeitrags ins Ausland – erster Abnehmer war eine Partnerstation im Sudan. Zwei Jahre später wird für Transkription und Vertrieb deutscher TV-Produktionen die Gesellschaft *TransTel* gegründet. Die DW übernimmt – als einer der Gesellschafter – Auswahl und Bearbeitung der Programme sowie den Erwerb der Rechte im Ausland. Ab 1983 produziert die DW auch Fernsehprogramme in Eigenregie. 1998 werden die Aufgaben der *TransTel* – die GmbH wird aufgelöst – vollständig in die DW integriert. Jährlich gehen auf diese Weise weiterhin Hunderte Programmstunden in vielen Sprachen in alle Welt. Adaption und Versand erfolgen jetzt in der Voltastraße in Berlin, dem TV-Standort der Deutschen Welle.

Mai 2006

www.dw-world.de/dw-tv