



© wdr/Bill
© wdr/Scip



© wdr/Tillemits

WDR

Integration und kulturelle Vielfalt

Viel erreicht – noch mehr zu leisten

Integration and cultural diversity

We've come a long way – there's more to be done



© wdr/Görgen



© wdr/dpa
© wdr/Aug



WDR

Herausgeber
Westdeutscher Rundfunk Köln

Verantwortlich
Öffentlichkeitsarbeit
Ulrike Ries-Augustin

Design IdeenMacht.de

Januar 2004

www.wdr.de

Published by
Westdeutscher Rundfunk Köln

Responsability for Content
Public Relations
Ulrike Ries-Augustin

Design IdeenMacht.de

January 2004

Inhalt Index

Vorwort des Intendanten 2

Preface by the director general 4

Funkhaus Europa Der Europasender für NRW und Bremen 6

Funkhaus Europa The European Broadcaster for NRW and Bremen 8

Cosmo TV Das interkulturelle Magazin 10

Cosmo TV The intercultural magazine Programme 12

Der Bericht aus Brüssel

Ein Wegweiser durch den Dschungel der Europapolitik 14

Report from Brussels

A guidepost for the jungle of European politics 15

Das Europamagazin aus Brüssel im Ersten 16

The Europamagazin from Brussels on ARD 17

Sehen? Hören? Lesen?

Wie ausländische Mitbürger/innen in NRW welche Medien nutzen 18

Viewing? Listening? Reading?

How foreign residents of NRW use media, and which media they use 19

ARD medienpreis CIVIS 20

ARD media prize CIVIS 22

WDR europa-forum Treffpunkt führender Europapolitiker 24

WDR europa-forum Where Europe's leading politicians meet 26

Motivation für Integration: Dr. Gualtiero Zambonini 28

Motivation for Integration: Dr. Gualtiero Zambonini 30

Die junge Akademie für journalistische Vielfalt in Europa 32

The Youth Academy for journalistic diversity in Europe 33

Europäische Medienpolitik 34

European media policy 37



© wdr/AUG

Vorwort

Integration und kulturelle Vielfalt sind Kernbestandteile des europäischen Selbstverständnisses. Sie wirken als Leitgedanken eines vielschichtigen Prozesses, der die politische Einigung Europas unter Wahrung und Förderung seiner sprachlichen und kulturellen Vielfalt vorantreibt. Auf dieser Grundlage können sowohl der Dialog der Kulturen als auch das friedliche Zusammenleben der EU-Bürger und aller Menschen gedeihen, die Europa zu ihrem Lebensmittelpunkt gemacht haben, unabhängig von ihrer nationalen oder ethnischen Herkunft.

Globalisierung und regionale Konflikte lösen nach wie vor gewaltige Migrationsprozesse in Richtung Europa aus. Einerseits können die EU-Länder sich einen unregelmäßigen Zuzug nicht leisten. Andererseits ist die demografische und wirtschaftliche Entwicklung auf dem europäischen Kontinent aber auf lange Sicht ohne den Beitrag von Zuwanderern gefährdet.

Dieses Spannungsfeld stellt die europäischen Gesellschaften vor große Herausforderungen. Es geht dabei nicht nur um die friedliche Koexistenz von Menschen unterschiedlichen kulturellen, ethnischen und religiösen Hintergrunds, sondern vielmehr um ihre aktive Beteiligung am Aufbau eines gemeinsamen europäischen Hauses in einer zusehends globalisierten Welt.

Gefragt ist eine angemessene Zuwanderungs- und Integrationspolitik. Und nicht nur das. Gefordert ist der wechselseitige Wille zur Integration, also die Bereitschaft, mit Respekt, Toleranz und Verständnis aufeinander zuzugehen und die Regeln des gemeinsamen Miteinanders zu vereinbaren. Die kulturellen Hintergründe aller Beteiligten sind dabei zu achten und in ihrer Gesamtheit als Potenzial für ein vielfältiges Miteinander zu entwickeln. Im Mittelpunkt steht der offene Dialog der Kulturen auf der Grundlage unserer demokratischen Verfassungsordnung.

Integration und kulturelle Vielfalt sind dem Westdeutschen Rundfunk publizistischer Auftrag und Verpflichtung zugleich. Durch die Gestaltung pluralistischer Meinungsbildung und durch unabhängige,

kritische Berichterstattung leistet der wdr einen wertvollen Beitrag zur gesellschaftlichen Diskussion über Integration und kulturelle Vielfalt. Dieser Aufgabe wird der wdr in mannigfaltiger Art in seinen Fernseh- und Hörfunkprogrammen gerecht. Insbesondere das *Funkhaus Europa*, das mehrsprachige Integrationsprogramm des wdr-Hörfunks, widmet sich diesen Themen in deutscher und 15 weiteren Sprachen rund um die Uhr. Das Programm wird von Journalisten deutscher und nicht-deutscher Herkunft gemeinsam gestaltet und erfreut sich einer wachsenden Resonanz unter ausländischen und deutschen Hörerinnen und Hörern. *Funkhaus Europa* leistet damit einen aktiven Beitrag zur Integration von Menschen ausländischer Herkunft in unsere Gesellschaft und zum gegenseitigen Verständnis zwischen Mehrheit und Minderheiten.

Durch die Einrichtung eines neuen, multikulturellen Formats, *Cosmo TV*, hat der wdr auch im Fernsehen sein Engagement auf diesem Feld verstärkt.

Darüber hinaus wird durch die Weiterentwicklung der CIVIS-Preise zu einem ARD Medienpreis für Integration dieser Thematik noch mehr Bedeutung in den massenattraktiven Programmen beigemessen. Autoren und Redaktionen sollen dadurch ermutigt werden, innovative Zugänge bei der medialen Behandlung von Themen und Stoffen einer Einwanderungsgesellschaft zu erproben.

Wir wollen nicht nur über Menschen ausländischer Herkunft berichten, sondern gemeinsam mit ihnen Programme gestalten. Zudem geht es uns darum, Integration und kulturelle Vielfalt nicht allein zum Inhalt der Berichterstattung zu machen, sondern als natürliche Facette gelebter Realität zu vermitteln. Dies hat programmliche Konsequenzen, aber auch personelle. In unseren Programmen dürfen Menschen ausländischer Herkunft nicht länger nur in klischeehafteten Rollen (Krimineller, Müllmann, Besitzer einer Döner-Bude), sondern verstärkt als Menschen und Protagonisten, die aus der Mitte unserer Gesellschaft kommen, auftreten.

Zugleich geht es dem wdr darum, Medienmacher ausländischen Hintergrunds in die Programmvermittlung, etwa als Reporter, Nachrichtensprecher oder Moderatoren, einzubinden. Erste, ermutigende Schritte sind auf diesem Weg bereits gemacht worden.

Mit der »Jungen Akademie für journalistische Vielfalt in Europa« verankert der wdr weiterhin den europäischen Gedanken auch in der Journalistenausbildung. wdr-Volontäre recherchieren und produzieren gemeinsam mit jungen Journalistinnen und Journalisten aus anderen europäischen Ländern und praktizieren so selbst kulturelle Vielfalt.

Um diese Entwicklungen im wdr zu bündeln sowie konsequent zu entwickeln und voranzutreiben, habe ich Gualtiero Zamboni zu meinem Beauftragten für Integration und kulturelle Vielfalt im wdr berufen. Er hat an der Entwicklung vieler Integrations-Projekte und Programme des wdr prägend mitgewirkt. Seine Aufgabe besteht unter anderem darin, neue Programmvorhaben vor allem in den massenattraktiven Programmen anzuregen und zu initiieren. Außerdem soll er Maßnahmen mit entwickeln, die geeignet sind, mehr Programmleute/innen ausländischer Herkunft für unsere massenattraktiven Programme zu gewinnen. Dabei wird es von großer Bedeutung sein, an Erfahrungen anzuknüpfen, die andere Medienanstalten in Europa auf diesem Feld sammeln. Europäischer Austausch und sinnvolle Verknüpfung vorhandener, zukunftsweisender Programminitiativen: Das sind Voraussetzungen für die Entwicklung einer gemeinsamen Medienkultur in punkto Integration und kulturelle Vielfalt in einer erweiterten Union.

Die Förderung von Integration und kultureller Vielfalt sind auch Postulate der deutschen und europäischen Medienpolitik. Auf diesen Feldern ist der wdr seit Jahren stark engagiert. Auch in Zukunft richtet der wdr in Kooperation mit der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland das 1997 ins Leben gerufene wdr europa-forum aus. Die Diskussionen und Vorträge zu aktuellen Fragen der europäischen Integration werden im Hörfunk und zum Teil

live im Fernsehen übertragen. Wichtige europapolitische Debatten werden so einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Im Dialog mit dem europäischen Mediengesetzgeber, also Europäischem Parlament, Europäischer Kommission und Europäischem Ministerrat, setzen wir uns für Integration und kulturelle Vielfalt ein. Dabei geht es uns zum Beispiel darum, den grenzüberschreitenden Informationsfluss in Europa, der durch neue Technologien wie Satellitenrundfunk und Internet gestärkt wird, zu erhalten und zu fördern. Zugleich setzen wir uns für den ungehinderten Zugang zu Inhalten der elektronischen Kommunikation ein. Deshalb fordern wir seit langem offene und interoperable technische Lösungen für das digitale Fernsehen in Europa.

Mit Blick auf die europäische Handelspolitik wollen wir den Schutz und die Förderung der kulturellen Vielfalt angesichts der fortschreitenden internationalen Handelsliberalisierung schützen und fördern. Marktöffnungen dürfen nicht dazu führen, dass kulturelle Produkte und Dienste, also auch Rundfunk, zu herkömmlichen Handelsgütern degradiert werden. Gemeinsam mit unseren Partnern in Europa und in der Europäischen Rundfunkunion ist es uns schließlich gelungen, den Pluralismus und die kulturelle Vielfalt im Verfassungsentwurf des Europäischen Konvents zu verankern. Beide Prinzipien haben Eingang in die Wert- und Zielvorstellungen des europäischen Verfassungstextes gefunden.

Integration und kulturelle Vielfalt – umfassende Herausforderungen, die grundsätzliche Antworten verlangen. Der wdr hat schon länger diese Aufgaben auf seine Fahne geschrieben: nach innen, im Programm, und nach außen, in der Medienpolitik. Einiges haben wir bereits erreicht. Vieles haben wir noch vor uns, als der Integrations- und Europasender, der Flagge zeigt.



Preface

Integration and cultural diversity are at the core components of how Europeans see themselves. They are the guiding principles of a multi-faceted process that is driving Europe toward political unity while at the same time maintaining the continent's diverse languages and cultures. They are the basis upon which a dialogue between these various cultures can thrive, and upon which all people who have made Europe the centre of their lives can co-exist peacefully, regardless of their national or ethnic heritage.

Due to globalisation and regional conflicts, there is an on-going wave of migration toward Europe. On the one hand, the countries of Europe cannot afford for this process to continue unchecked. But on the other hand, without the contributions of immigrants, long-term demographic and economic development on the continent is in danger.

4

The tension between these forces presents European society with a tremendous challenge. It is not only a matter of the peaceful co-existence of people of diverse cultural, ethnic and religious backgrounds, but rather of their active participation in the process of building a common European community in an increasingly globalised world.

What is needed is a suitable policy governing immigration and integration. But that is not all. What is needed is also the will to integrate, i.e. the willingness to approach one another with respect, tolerance and understanding, and to agree upon methods of common integration. In so doing, we must be considerate of the cultural backgrounds of all concerned, and view this diversity as an opportunity to develop ways of working and living together. The focus must be on an open dialogue between the various cultures, based on our democratic constitutional principles.

For WDR, the West German Broadcasting Company, integration and cultural diversity are both our journalistic task and our civic duty. By helping shape pluralistic opinions and through independent, critical reporting, WDR makes a valuable contribution to

public discussion concerning integration and cultural diversity. WDR lives up to this task in many different ways in its television and radio programmes. In particular, the *Funkhaus Europa*, the multilingual integration programme of WDR radio, is committed to this topic around the clock, in German and 15 other languages. German and non-German journalists work together to produce the programme, which is growing in popularity among both German and foreign listeners. *Funkhaus Europa* thus makes an active contribution to the integration of foreigners into our society and to mutual understanding between the majority and the various minorities. By establishing a new, multi-cultural format called *Cosmo TV*, WDR has also expanded its efforts in this field to include television broadcasting. In addition, the development of the CIVIS awards into an ARD media award for integration imparts added importance to the topic in the area of mass-market programmes, encouraging authors and editors to try innovative approaches to the media handling of the subjects and themes of an immigration society.

We want to do more than simply report on people from other countries. We want to work with them to shape our programmes. And rather than merely reporting on integration and cultural diversity, we want to show them as normal facets of everyday reality. This means changes in both our programmes and our personnel. We must no longer relegate foreigners to hackneyed roles (criminals, dustmen, proprietors of kebab restaurants), but show them as human beings and protagonists who live among us, in the centre of our society.

At the same time, WDR wants to include media personalities from other countries in our programmes, e.g. as reporters, news announcers or programme hosts. Encouraging initial steps have already been made in this area.



© wdr/Görgen

With the “Youth Academy for journalistic diversity in Europe”, wdr is anchoring the European ideology in our training programme for journalists. wdr trainees research and work alongside young journalists from other European countries, thus practicing cultural diversity themselves.

In order to bundle these developments within our institution, and to consistently develop and promote our efforts in this area, I have named Gualtiero Zambonini as my Commissioner for Integration and Cultural Diversity within wdr. He has played an important role in the development of integration projects and programmes at wdr. One of his tasks involves suggesting and initiating new programmes, particularly programmes that will appeal to a large audience. He is also charged with developing measures suitable for attracting programme makers from other countries and cultures for our mass-market programmes. In so doing, it will be important for us to learn from the experiences other European broadcasters have made in this regard. Exchanging information and taking advantage of existing, pioneering programme initiatives: These are the prerequisites for the development of a joint media culture in regard to integration and cultural diversity in the expanded European Union.

The promotion of integration and cultural diversity are also postulates of German and European media policy. wdr has for years been very active in these areas. And we will continue to be in the future, through our sponsorship of the wdr europa-forum, founded in 1997 in co-operation with the representatives of the European Commission in Germany. The discussions and lectures on contemporary aspects of European integration are broadcast on the radio and excerpted live on television. In this way, debates of importance to European politics are made available to a broad audience.

In dialogue with the legislator responsible for European media regulations, i.e. the European Parliament, European Commission and European Council of Ministers, we speak out in favour of integration and cultural diversity. For example, we advocate and promote the free flow of information across national borders within Europe, a development that is being augmented through the use of new technologies such as satellite broadcasting and the internet. At the same time, we advocate unrestricted access to the content offered by electronic communication. For this reason, we have long demanded open and interoperable technical solutions for digital television in Europe.

Regarding European trade policy, we also advocate the protection and promotion of cultural diversity with a view toward the on-going liberalisation of international trade. The liberalisation of markets must not be allowed to cause cultural products and services, including broadcasting, to be degraded to the level of conventional trading goods. Together with our partners in Europe and in the European Broadcasting Union, we have succeeded in anchoring pluralism and cultural diversity in the proposed constitution of the European Union. Both principles have been included in the draft constitution's values and target objectives.

Integration and cultural diversity – comprehensive challenges that demand fundamental answers. wdr has long since made these tasks our own: Internally, in our programmes, and externally in the area in of media policy. We have already made some impressive achievements. But we still have a great deal ahead of us – as the European Integration Broadcaster, we rise to the occasion and lead the way.

Fritz Pleitgen

Funkhaus Europa Der Europasender für NRW und Bremen



Eine unscheinbare Büroetage in der Kölner City. Seit Mai 1999 ist hier die Welt zu Hause. Namen wie Vukajlovic, Bevilacqua, Brizzi, Deniz, Eryilmaz, Meyer oder Schröter stehen an den (offenen) Bürotüren. Redakteure, Reporter und Moderatoren aus über 30 Ländern machen hier rund um die Uhr ein Programm für Hörer aus mehr als 100 Nationen: *Funkhaus Europa*. Einwanderer, Flüchtlinge, Aussiedler, Gäste und Besucher aus aller Welt oder weltoffene deutsche Hörer in NRW oder Bremen sind die Zielgruppe von Programmchefin Jona Teichmann und ihrem Team.

Montag, 10 Uhr, Redaktionssitzung im Chefbüro. *Cosmo*, das Morgenmagazin an jedem Werktag, wird nachbearbeitet: »Den Interviewpartner zu Israels Angriff auf Syrien hätten wir noch genauer vorstellen sollen...« »Den TV-Tipp zum zdf-Film in slowenischem Original-Ton haben wir prominent vor den Nachrichten gesendet...« »Das Telefoninterview über den Boom des Frauenfußballs war trotz der schlechten Leitung ein echtes Highlight...«.

Selbstkritisch analysieren die Journalisten Auswahl und Darstellung der Themen, die Europa an diesem Tag bewegen. »Wir sehen alles durch die europäische Brille«, stellt Jona Teichmann klar. »Wenn Deutschland über das Kopftuchurteil diskutiert, lassen wir uns von einem Kollegen in Marseille die Situation in Frankreich erläutern. Oder wenn Greenpeace überhöhte Schadstoffwerte in spanischem Obst und

Gemüse meldet, dann recherchiert ein Spanier für uns die Hintergründe bei den Bauern vor Ort. Oder das Chaos zum Ferienstart in Deutschland: Wir fragen in unserem Korrespondentennetz nach, wie andere Länder das regeln.«

Aktuelle Information, Serviceangebote und der Dialog mit den Hörern in Magazinen wie *Cosmo* und *Piazza* gehören zu dem Teil des Programms, der in Deutsch, der gemeinsamen Alltagssprache, gesendet wird. Am Nachmittag steht für die *Funkhaus-Europa*-Redaktion von Radio Bremen bei *Verso – das Thema* der Alltag in Europas Metropolen und Dörfern im Mittelpunkt. Werktags ab 18 Uhr sind Live-Sendungen von europäischen Partnern zu hören: die BBC mit *Europe today*, Radio France mit *France Info*, danach läuft *L' Italia in diretta* mit einem Nachrichtenmagazin von der RAI und Kommentaren aus Deutschland von der italienischen Redaktion des wdr. Es folgen muttersprachliche Sendungen mit Nachrichten, Reportagen, Interviews und Serviceangeboten in Türkisch, Griechisch, Spanisch, Polnisch, Russisch, in den süd-slawischen Sprachen und am Wochenende auch in Kurdisch, Albanisch, Arabisch und Portugiesisch.

»In den Communities der hier lebenden Ausländer schätzt man uns als wichtige Ergänzung und Korrektiv zu den Medien aus der Heimat, deren Berichterstattung oft nicht ausgewogen ist und die schon gar keine Themen aus Deutschland aufgreifen«,



begründet Jona Teichmann das überdurchschnittliche Interesse am Radio, gerade im Zeitalter des Sat-TV.

Hoch im Kurs stehen auch die praktischen Hilfen zu kleinen und großen Alltagsproblemen: ob Aspekte der Einwanderung, Diskriminierung am Arbeitsplatz, zweisprachige Kindererziehung oder Versicherungsfragen – *Funkhaus Europa* kennt die Lebenswirklichkeit seiner Hörer und beantwortet ihre Fragen. Oft in der Muttersprache, oft direkt *on air*.

Verständigung durch Kultur und Musik. Das ist bei *Funkhaus Europa* Programm. Blaskapellen vom Balkan, baskischer Pop, Afrobeat aus Italien, Rock do Brasil, HipHop aus Afrika – die Musikfarbe ist so bunt wie das Publikum. Abseits des Mainstream-Radios wird hier präsentiert, was entsteht, wenn Klangwelten aufeinander treffen: urbane Sounds aus den Metropolen der Welt wie aus der Szene in NRW. Damit ist der Sender auch als Veranstalter von Konzerten einzigartig in Deutschland. Oft noch unbekannte Bands und spannende Projekte haben hier

ihr Forum. Jeden Abend überrascht die *World Music Night* mit Live-Radioshows von Sendern rund um den Globus: von Athen bis Helsinki, von São Paulo bis Istanbul, von Warschau bis New York. Sendungen wie *Çilgin*, Türk-Pop am Sonntagnachmittag, sind bei jungen Türken Kult.

Auf die Frage, wie dieser kreative Mix aus Infos, Service und Musik in 16 Sprachen bei den Hörern ankommt, verweist Jona Teichmann auf eigene Erfahrungen und die neueste Medienforschung: »3000 Anrufe in einer Stunde bei einer TED-Umfrage sind doch beeindruckend«, sagt sie und zitiert eine aktuelle repräsentative Untersuchung aus NRW: »*Funkhaus Europa* erreicht täglich mehr als elf Prozent der Menschen mit ausländischem Hintergrund in NRW. Jeder fünfte Einwanderer hört das Programm regelmäßig. Auch die jüngere Generation macht damit deutlich, dass sie uns als ihren Sender betrachtet und einschaltet. Eine Bestätigung dafür, dass *Funkhaus Europa* vom Radio-Experiment des Jahres 1999 zu einem Sender mit Beispielfunktion für ganz Europa geworden ist.«

Beste Perspektiven, um aus *Funkhaus Europa*, dem Tochterprogramm von wdr 5, das schon jetzt eng mit Radio Bremen und rbb-Radio Multikulti zusammenarbeitet, eines Tages die kosmopolitische Welle für ganz Deutschland werden zu lassen.

→ www.funkhauseuropa.de

funkhaus
europa **WDR**
103,3

Funkhaus Europa The European Broadcaster for NRW and



8 A non-descript office somewhere in the centre of Cologne. Since May 1999, it is home to the world. Names such as Vukajlovic, Bevilacqua, Brizzi, Deniz, Eryilmaz, Meyer and Schröter appear on the (open) office doors. Writers, reporters and announcers from more than 30 countries produce programmes here for listeners from more than 100 nations: *Funkhaus Europa*. Immigrants, refugees, evacuees, guest workers and visitors from the world over – or simply open-minded German listeners in North Rhine-Westphalia and Bremen – make up the audience targeted by programme boss Jona Teichmann and her team.

Monday, 10 a.m., editorial meeting in the boss's office. It's time for the post-broadcast evaluation of *Cosmo*, the week-day morning magazine: "We should have given a better introduction for the interview partner about Israel's attack on Syria ..." "The TV tip on the zdf film in the original Slovenian-language version was prominently placed leading into the news..." "The telephone interview with the goalkeeper of the German women's national football team was a real highlight in spite of the bad line..."

The journalists self-critically analyse the selection and presentation of the topics making news in Europe on that particular day. "We look at everything from a European perspective," explains Jona Teichmann. "When Germany discusses the court judgement concerning the Muslim teacher fighting for her right to wear a head scarf in class, we ask a colleague in

Marseille how France deals with the question. Or when Greenpeace reports excessive rates of dangerous chemicals in Spanish fruit and vegetables, we have a Spaniard do background research among Spanish farmers. Or the traffic chaos on the first day of school holidays in Germany: We ask our correspondents how other countries handle the situation."

Up-to-date information, service offerings and dialogue with listeners in magazine-style broadcasts such as *Cosmo* and *Piazza* are part of the programme which is broadcast in German, the language shared by everyone in the office. In the afternoon, the focus for the *Funkhaus Europa* editorial office of Radio Bremen is everyday life in Europe's cities and villages in *Verso – das Thema* (The Topic of the Day). Week-days after 6 p.m. there are live broadcasts by European partners: the BBC with *Europe Today*, Radio France with *France Info*, then *L' Italia in diretta* with a news magazine programme from RAI. After that are German broadcasts with news, reports, interviews and service offerings in Italian, Turkish, Greek,

funkhaus
europa WDR
103,3

Bremen



Spanish, Polish, Russian and the southern-Slavic languages, and on the weekend also in Kurdish, Albanian, Arabic and Portuguese.

“The community of foreigners living here in Germany appreciates our broadcasts as an important addition to and corrective of the media reports they receive from their home countries, where the reporting is often one-sided and there is no mention of Germany and topics of interest here,” says Jona Teichmann, explaining the popularity of the radio broadcasts in the age of satellite TV. Also popular is the practical assistance offered for the large and small problems of everyday life: Be they aspects of immigration bureaucracy, discrimination at work, raising bilingual children or questions about insurance matters – *Funkhaus Europa* knows its listener’s everyday concerns and answers their questions. Often in their native language, and often “live on the air”.

Mutual understanding through music and culture. That’s the agenda on *Funkhaus Europa*. Bands from the Balkans, Basque pop music, afro-beats from Italy, rock “do Brasil”, African hip-hop – the choice of sounds is as colourful as the audience itself. A far cry from mainstream radio – what is presented here is the sound of worlds colliding: urban music from the world’s metropolises, such as from trend-setters in NRW. That makes the broadcaster, which also sponsors live concerts, unique in Germany. Often as yet unknown bands and exciting projects have an oppor-

tunity to reach an audience here. Each evening, *World Music Night* serves up exciting live radio shows by broadcasters from the world over: from Athens to Helsinki, from São Paulo to Istanbul, from Warsaw to New York. Formats like *Çılgın*, Turkish pop broadcast on Sunday afternoon, have achieved cult status among young Turks.

Asked how this creative mix of information, service and music in 16 languages is received by listeners, Jona Teichmann points to her own experience and the latest findings of media researchers: “3000 calls within a single hour are pretty impressive results for a call-in survey,” she says, and quotes a current representative survey from NRW: “*Funkhaus Europa* reaches more than 11 percent of all foreigners living in NRW every day. One in five listens to the programme regularly. Even the younger generation is making it clear that they consider us “their” broadcaster and tune in often. That seems to confirm that *Funkhaus Europa* has evolved from a radio experiment that was initiated in the year 1999 to a broadcaster that is exemplary for all of Europe.”

That means the chances are good that *Funkhaus Europa*, the sub-programme of WDR 5, which already works together closely with Radio Bremen and RBB Radio on a multicultural level, might one day become the cosmopolitical broadcaster for all of Germany.

→ www.funkhauseuropa.de

Cosmo TV Das interkulturelle Magazin

Noch drei Sekunden, dann geht das Rotlicht an. Isabel Schayani und Juri Rescheto stehen in der bunten Kulisse von *Cosmo TV*, atmen noch einmal tief durch und begrüßen die Zuschauer: »Ich sehe die Erde. Sie ist schön. Sie ist blau. Das sagte Juri Gagarin, der erste russische Kosmonaut, als er die Welt von oben, aus dem Kosmos sah.« Isabel ergänzt ihren Moderationspartner: »Wir müssen nicht bis ins Weltall fliegen, um zu sehen, dass unsere Erde bunt ist. Uns reicht ein Besuch in der Nachbarschaft. Denn dort blühen neben deutschen Eichen die schönsten Fremdwäucher. Einige stellen wir Ihnen heute vor. Herzlich willkommen bei *Cosmo TV* – dem Magazin für wahre Kosmopoliten«.

Der Anfang ist geschafft, jetzt folgen 60 spannende und abwechslungsreiche Minuten. Die Lust an dem neuen Format ist Isabel und Juri anzumerken. Sie moderieren *Cosmo TV* mit einem Augenzwinkern, aber ohne Akzent. Und das, obwohl sie einen persischen Vater und er einen russischen Pass hat. Menschen mit ausländischer Herkunft im Inland – total normal, finden die beiden und versuchen doch in jeder Sendung das Besondere daran zu vermitteln. Eine Gratwanderung und manchmal auch ein Eier-tanz. Denn esch Zoude kennt die Schwierigkeit beim Wandel zwischen den Welten: Die Deutsche mit äthiopischen Wurzeln ist die erste schwarze

Kommissarin im Fernsehen und eine ganze Stunde zu Gast bei *Cosmo TV*. In dieser Zeit erzählt sie von ihren Besuchen in der Heimat, wo regelmäßig der große Familienrat tagt, und von ihren Schwierigkeiten in Deutschland, wo sie zu Beginn ihrer Karriere als schwarze Schauspielerin immer automatisch in eine bestimmte Schublade gesteckt worden ist. Ein Problem, das vielen Menschen, die in Deutschland leben, aber nicht typisch deutsch aussehen, nur allzu bekannt ist. Bestes Beispiel: die Suche nach einem Ausbildungsplatz.

Der Jobmarkt ist eng – vor allem ausländische Jugendliche haben es schwer, unterzukommen. Dass der Einstieg in den Traumberuf trotzdem klappen kann, zeigt eine Reportage aus München. In einem einzigartigen Projekt machen dort zur Zeit zwanzig junge Frauen aus dem Kosovo, der Türkei und Afghanistan eine Ausbildung zur Schneiderin. Kemal Sahin ist – passend zum Thema – Gast im Studio. Der weltweit erfolgreichste türkische Unternehmer im Ausland beschäftigt 12.000 Menschen, die meisten in Deutschland: »Was können Sie ausländischen Jugendlichen bei der Jobsuche raten?« will Juri von ihm wissen. »Selbstbewusst auftreten« empfiehlt der Textilfabrikant. »In einer immer globaler werdenden Welt ist die Andersartigkeit, der Wandel zwischen und die Kenntnis von zwei unterschiedlichen Kulturen

The logo for Cosmo TV features the word "Cosmo" in a large, white, sans-serif font. The letters are set against a background that is split into two colors: green on the left and pink on the right. The letter "C" is positioned on the green background, while the remaining letters "osmo" are on the pink background.

ein Vorteil. Und den müssen die ausländischen Jugendlichen ihren deutschen Arbeitgebern auch als solchen vermitteln.« Isabel ist skeptisch, ob das funktioniert, denn »anders aussehen, das ist für viele Deutsche doch immer noch gleichbedeutend mit anders sein«, meint sie. Und das ist vielen nicht ganz geheuer. Besonders schwierig wird es, »wenn zu den dunklen Haaren auch noch das bunte Kopftuch kommt. Dann stehen die Frauen doch als Fundamentalistinnen unter Generalverdacht«.

Der Kopftuchstreit. Wenige Tage zuvor hat das Bundesverfassungsgericht entschieden, dass jedes Bundesland per Gesetz entscheiden muss, ob das Glaubensbekenntnis in öffentlichen Funktionen getragen werden darf oder nicht. Ein wichtiges Thema – auch bei *Cosmo TV*. Die Reporterin Asle Sevindim, selbst geborene Türkin, unterhält sich deshalb mit muslimischen Frauen auf einem Duisburger Wochenmarkt über die Entscheidung, anschließend diskutieren die Gäste im Studio. Interessant und überraschend die Meinung des türkischen Unternehmers Sahin. Er plädiert dafür, auf die bestehenden Vorbehalte bezüglich des Kopftuchtragens in Deutschland Rücksicht zu nehmen. Auch er als Unternehmer tue das: »Verkäuferinnen meiner Firma tragen kein Kopftuch«.

Auch die Schauspielerin Dennesch Zoude hat nach den Erfahrungen vom 11. September Verständnis für die Vorbehalte gegen islamische Symbole in einer christlich geprägten Welt, ist aber dennoch optimistisch, »es ist bestimmt nur eine Frage der Zeit, bis sich die Gesellschaft daran gewöhnt hat«.

Konkrete Themen kontrovers diskutiert – eine der Stärken von *Cosmo TV*. Die Sendung holt die Menschen dort ab, wo sie sich befinden: in ihrem Alltag. Dabei ist sie mit ihren Reportagen, Porträts, Berichten, Veranstaltungstipps und Interviews so bunt und vielseitig wie die Menschen, die sie gucken: »Einwanderer, Zuwanderer und Daheimgebliebene«, so beschreibt Juri die Zielgruppe, zu der theoretisch jeder gehört. Und weil die nicht erst seit gestern in Deutschland lebt und der wdr sie auch nicht erst heute als wichtige Mitglieder unserer Gesellschaft entdeckt hat, endet die Sendung mit einem Blick ins Archiv. Heute wartet dort die Geschichte von Neschet Joldasch, dem ersten Gastarbeiter, der in den 70er Jahren für eine Erfindung bei seinem Arbeitgeber Ford in Köln eine Prämie bekommen hat. 30 Jahre später genießt der Türke mit seiner deutschen Frau den wohlverdienten Ruhestand. Eine multikulturelle Erfolgsgeschichte – davon will *Cosmo TV* mehr erzählen und mit viel Engagement auch selber eine werden.

→ www.cosmo-tv.de

11



© wdr/Born

Isabel Schayani und Juri Rescheto moderieren das interkulturelle Magazin im WDR Fernsehen

Cosmo TV The intercultural magazine programme



Three more seconds before the red light goes on. On the colourful set of *Cosmo TV*, Isabel Schayani and Juri Rescheto take one more deep breath and greet their viewers: “I see the earth. It’s beautiful. It’s blue. Those were the words of Juri Gagarin, the first Russian cosmonaut, upon seeing the world from space.” Isabel adds to her partner’s comments: “But you don’t need to fly into outer space to recognise how colourful our world is. You can tell just by looking around the neighbourhood. There, next to German oak trees, you can also find many beautiful, exotic plants. Today, we’d like to introduce a few of them to you. Welcome to *Cosmo TV* – the show for true cosmopolitans.”

This successful beginning is followed by 60 exciting and multi-faceted minutes. It’s plain to see how much Isabel and Juri enjoy the new format. They host *Cosmo TV* with tongue-in-cheek, but with no accent. Even though her father is Persian and he holds a Russian passport. Domestic foreigners – nothing unusual, according to the two television personalities who in each broadcast then attempt to impart the unusual aspects after all. It’s a tightrope act, and they tread carefully.

Dennesch Zoude knows how difficult it can be to walk the fine line between two worlds: She is a German with Ethiopian roots who plays the first black police inspector on German television, and will be spending the next hour as the studio guest on *Cosmo TV*. She tells about visiting her ancestral home, where the large family meets regularly, and about the difficulties she encounters in Germany, where early on in her career as an actress she was continually type-cast. A problem that is all too familiar for many people who live in Germany, but do not look typically German. Best example: Her search for a traineeship. The job market is tight – young foreigners in particular have difficulty finding a position.

A filmed report from Munich shows that it’s still possible to find a position in one’s dream profession. In a unique programme, 20 young women from Kosovo, Turkey and Afghanistan are training to become tailors. Kemal Sahin is in the studio as a guest to speak on the topic. The world’s most successful Turkish entrepreneur living abroad, he has 12,000 employees, most of them in Germany: “What advice would you give to young foreigners who are looking for a job?” Juri asks him.



“Appear self-confident,” the textile manufacturer recommends. “In today’s increasingly globalised world, it is an advantage to be different, to be familiar with two different cultures and be at home in both of them. And young foreigners need to be able to demonstrate to their German employers that this is an advantage.” Isabel is sceptical about whether this approach will work, since “for many Germans, looking different is still synonymous with being different, and that’s something many of them are not comfortable with,” she says. It can be particularly difficult “when you not only have dark hair but also a colourful head scarf. Then women are immediately suspected of being fundamentalists.”

The familiar head-scarf argument. Just a few days previous, the Federal Constitutional Court had decided that it is up to each individual Land (federal state) to pass its own laws concerning whether or not religious symbols may be displayed in public functions. An important subject – and one of interest to *Cosmo TV*. Reporter Asle Sevindim, herself Turkish by birth, visits a street market in Duisburg to talk to Moslem women about the court decision, and afterwards there is a panel discussion in the studio. The opinion of the Turkish businessman Sahin is both interesting and surprising. He advocates showing consideration for the reservations many Germans have about women wearing head scarves. As an employer, he does so: “Saleswomen in my company don’t wear head scarves.” And actress Dennesch

Zoude also understands reservations about Islamic symbols in a primarily Christian society, particularly after the events of September 11, but she remains optimistic: “It’s just a matter of time until society gets used to it.”

Controversial discussions about concrete subjects – one of the strengths of *Cosmo TV*. The programme reaches out to people where they are, in their everyday lives. And its mixture of filmed reports, portraits, news, interview and tips on entertainment is just as colourful and multi-faceted as its viewers: “Immigrants, emigrants and stay-at-homes” is the way Juri describes the target audience, which theoretically includes everyone. And because the target audience didn’t arrive in Germany just yesterday, and WDR hasn’t just discovered them as important members of society only yesterday, the broadcast closes with a look into the archives. Today’s story is about Neschet Joldasch, the first guest worker who in the 1970s received a bonus for an invention he created for his employer, the carmaker Ford in Cologne. Thirty years later, the Turkish native and his German wife are enjoying their retirement. A multi-cultural success story – the kind of story *Cosmo TV* wants to tell, and the kind of story it may well become, thanks to the dedication of its team.

→ www.cosmo-tv.de

Ein Wegweiser durch den Dschungel der Europapolitik

© wdr/Romanelli



Der Bericht aus Brüssel

Der Bericht aus Brüssel ist die einzige Politiksendung, die sich ausdrücklich und »vor Ort« in Brüssel mit der europäischen Politik befaßt.

Wie suchen Sie Ihre Themen aus?

Rolf-Dieter Krause, Leiter des ARD-Studios Brüssel: Die entscheidende Frage in der Redaktionskonferenz lautet stets: »Warum sollen die Zuschauer sich das ansehen? In welcher Weise sind sie von einer EU-Entscheidung oder einem politischen Prozess persönlich betroffen?« Wir versuchen, ein möglichst konkretes Interesse zu treffen. Oft mit Themen, die in Berlin erst viel später als hier in Brüssel auf der politischen Agenda stehen. Wir sind der Zeit immer ein wenig voraus. Das ist einerseits natürlich reizvoll, andererseits aber auch nicht unproblematisch: Die Aufmerksamkeit für Themen, die in Deutschland noch nicht debattiert werden, ist in der Regel gering. Trotzdem bin ich zuversichtlich: Der Blick auf Brüssel wird sich weiter entwickeln. Wir sind jedenfalls vorbereitet: Wir haben mit viel Aufwand unser Studio so ausgerüstet, dass wir jederzeit direkt aus dem Zentrum der Entscheidungen senden können.

Worauf legen Sie sonst noch Wert bei der Themenauswahl?

Krause: Eins unserer Ziele ist, über den Tellerrand zu schauen. Was machen andere Länder anders, vielleicht sogar besser? Worin unterscheiden wir uns von den anderen? Gerade das ist ja so spannend: Während zum Beispiel in Deutschland noch kontrovers über die Ganztagesbetreuung diskutiert wird, ist sie in Frankreich oder Belgien längst selbstverständlich. Zu Europa gehört, dass wir mehr von einander lernen könnten. Will heißen: Mit Nabelschau kommt wirklich keiner mehr weiter.

Brüssel und Europapolitik, wie schwierig ist es, damit die Zuschauer zu gewinnen?

Krause: Es ist schwieriger als mit der nationalen Politik. Die politischen Akteure sind nicht so bekannt, die meisten sprechen kein Deutsch, müssen also übersetzt werden, und das von vornherein spannende Gegendinandergespielen von Regierung und Opposition fehlt

vorerst auch. Zudem sind die politischen Prozesse in Europa bisher oft sehr verworren und kompliziert, nur schwer nachvollzieh- und durchschaubar. Aber erstens liegt gerade da unsere Aufgabe, nämlich die Dinge verständlich zu machen. Und zweitens geht es in Brüssel gerade um das, was die meisten Bürger sich wünschen, nämlich um reine Sach-Politik. Soweit Politik überhaupt das Leben von uns Deutschen beeinflusst, passiert dies inzwischen viel öfter in Brüssel als in Berlin. Und trotzdem gibt es auch hier manchmal Themen, die einfach sein müssen, auch wenn sie auf den ersten Blick nicht ganz so bürger-nah scheinen.

Können Sie uns ein Beispiel nennen?

Krause: Etwa der europäische Konvent, der in ein- und einhalb Jahren schwieriger Kleinarbeit die Grundlagen für eine europäische Verfassung erarbeitet hat. Sie wird den Rahmen schaffen, der es möglich macht, 25 Länder in der EU vernünftig zu organisieren. Ein historisches, politisch einmaliges Projekt, die Basis für alles andere, leider aber ein Thema, das die Zuschauer kaum anspricht.

Wird die Verfassung trotzdem Thema im Bericht aus Brüssel bleiben?

Krause: Ja, wohl wissend, dass mit der Berichterstattung darüber kaum Quote zu machen ist. Trotzdem: Wir haben es geschafft, immer mehr Zuschauer für uns zu gewinnen seit der ersten Sendung im April 2001. Jetzt, kurz vor der 100sten Ausgabe, wissen sie alle, wer wir sind: Zuschauer, aber auch EU-Kommission, das Europaparlament und alle anderen politisch wichtigen Institutionen. Viele Tageszeitungen wären froh über eine solche Resonanz.

Angenommen, Sie hätten einen Wunsch frei – was würden Sie sich wünschen?

Krause: Ich würde mir wünschen, dass man das WDR Fernsehen auch in Brüssel empfangen könnte. Dann könnten die EU-Politiker und ihr Umfeld auch sehen, was wir über sie berichten. So sehen uns ausgerechnet hier nur die wenigen, die eine Satellitenschüssel haben.

A guidepost for the jungle of European politics

Report from Brussels Der Bericht aus Brüssel

Bericht aus Brüssel is the only political broadcast that concerns itself exclusively with European politics, reported from the “front lines” in Brussels.

How do you choose the subjects to be covered?

Rolf-Dieter Krause, head of ARD’s Brussels studio: The decisive question in our editorial conference is always: “Why should viewers be interested? How will the political process or the decisions of the EU affect them personally?” We try to find a concrete angle. Many of the topics we cover are on the political agenda here in Brussels long before they reach Berlin. We’re always a step ahead of the times. On the one hand, of course, that’s a very appealing aspect, but at the same time one that is not unproblematic: People generally don’t pay much attention to topics that are not yet being debated in Germany. Still, I’m confident that more and more attention will be focused on Brussels. And we are well prepared: We have invested much effort in setting up our studio so that we can report directly at any time from the centre of European decision-making.

What else do you consider important when choosing topics?

Krause: It is our goal to look beyond our own horizon. What are other countries doing differently, perhaps even better? How are we different from them? And that’s what makes it so exciting: For example, while Germany is still in the middle of a debate about all-day schools, they are already taken for granted in Belgium and France. Learning from each other is part of the European ideal. In other words: Indulging in self-contemplation really doesn’t bring progress.

How difficult is it to attract an audience for the topics of Brussels and European politics?

Krause: It is more difficult than with domestic politics. The politicians are not as well known, and most of them don’t speak German, so we have to translate their comments. And the interplay between government and opposition that adds excitement to domestic politics is also lacking. Moreover, political pro-

cesses in Europe are often complicated and confusing, and it is difficult to observe and understand them. But that is our primary task, after all – to make them understandable. And besides, the politics of Brussels concerns itself with the very things most people want – factual, down-to-earth issues. The policies that are relevant to our lives as Germans are increasingly being made in Brussels rather than in Berlin. And still, from time to time there are topics that simply must be covered, even though they at first glance don’t appear to be very relevant to ordinary citizens.

Can you give us an example?

Krause: The European Constitutional Convention, for example, which has been working hard for a year and a half to pin down the fundamental details of a European constitution. It will lay the foundation for organising 25 countries into a workable European Union. This is a unique political process – and a historical one, forming the basis for everything else that takes place – but unfortunately it is also a subject that hardly interests most viewers.

*Will *Bericht aus Brüssel* continue to concentrate on the constitution in spite of this fact?*

Krause: Oh yes, although we are aware that it won’t help our ratings. Still: We have succeeded in attracting more and more viewers since our first broadcast in April 2001. Now, as we approach our 1000th show, everyone knows who we are: Our viewers, of course, but also the European Commission, the European Parliament and all of the other important political institutions. Many daily newspapers would be happy to have such a positive response.

If you could have your wish – what would it be?

Krause: I wish television viewers in Brussels could watch WDR. Then EU politicians and those who work for them could see that we’re reporting about them. As it now stands, only the few viewers with a satellite dish can watch our programme.

Das Europamagazin aus Brüssel im Ersten

Geschichten von Menschen aus 25 Ländern



© wdr / Romaneli

16 40 Grad im Schatten, nirgendwo gibt es Schutz vor der erbarmungslosen Sonne. Die Dreharbeiten in Lettland sind Schwerstarbeit, zumindest für das Kamerateam. Christian Neher, der Mann hinter der Kamera, liegt mitten in einem Karottenfeld – auf der Suche nach der besonderen Einstellung. »Alles ökologisch«, erklärt Valentina Dolman, die Bäuerin, und dann erzählt sie, wie damals alles angefangen hat, als Lettland unabhängig wurde, die Zeit des Ungewissen.

Sie erzählt und ihr Mann beginnt zu singen. »Singen, das ist ein Volkssport«, meint er. »Wir haben uns den Kummer von der Seele gesungen. Das gehört zu unserer Tradition. Genau wie das ökologische Denken. Aus der Umweltbewegung ist Mitte der Achtziger auch unser Widerstand gegen die Sowjetmacht gewachsen.«

Familiengeschichten haben wir das *Europamagazin* im August letzten Jahres genannt. Schauplatz: das Baltikum. Estland, Lettland und Litauen – die Länder, die bald zur Europäischen Union gehören werden.

Wir haben fünf Familien aufgesucht und ihren Alltag eingefangen. Jede steht für eine spezielle Entwicklung im Land. Russen in Estland zum Beispiel, die historischen Verlierer. Oder eine jüdische Familie in Litauen. So langsam beginnt wieder jüdisches Leben in Vilnius, und die siebenköpfige Familie Skudovic mischt dabei tüchtig mit.

Das *Europamagazin* besteht meist aus vier Beiträgen: Reportagen und Hintergrundberichten aus Europa. Der Erzählstil ist eher sinnlich als sachlich, die Aktualität häufig ausschlaggebend, aber nicht zwingend. Im Gegenteil: Oftmals gehen wir zurück an Orte, die von den aktuellen Kamerateams längst verlassen oder gar vergessen worden sind. Dabei versuchen wir, möglichst Menschen in den Mittelpunkt einer Geschichte zu stellen.

Moderiert wird das *Europamagazin* übrigens nicht im Studio, sondern draußen. Brüssel bietet da eine ideale Kulisse, aber je nach Thema und Schwerpunkt moderiert Rolf Dieter Krause auch schon mal außerhalb der europäischen Hauptstadt. Das wdr-Magazin aus Brüssel wird zweimal im Monat, im Wechsel mit dem Südwestdeutschen Rundfunk, im Ersten gesendet. Die Einschaltquoten erreichten in den letzten zwei Jahren im Durchschnitt fast elf Prozent. Das ist eine gute Bilanz und widerlegt jeden, der meint, das Thema Europa könne man nicht telegen vermitteln.

→ www.wdr.de/tv/europamagazin.de

The Europamagazin from Brussels on ARD

Stories about
people from
25 countries

40 degrees in the shade, and there's no respite from the glaring sun. Hard work for the camera team in Latvia. Christian Neher, the man behind the camera, is lying in the middle of a field of carrots – looking for a unique camera angle. "It's all ecological," says Valentina Dolman, the farmer, before explaining how it all began, when Latvia became independent, during the Days of Uncertainty. She tells the story, and her husband begins to sing. "Singing, that's our national sport," he says. "We sang away our worries. That's part of our tradition. Just like our ecological way of thinking. Even our resistance against the Soviet Union in the mid-1980s grew out of the ecological movement."

Family Stories is what we called the *Europamagazin* in August of last year. Scene of the action: the Baltic states. Estonia, Latvia and Lithuania – the countries that will soon join the European Union. We visited five families and filmed their everyday lives.



Each of them stands for a particular development in their country. Russians in Estonia, for example, the historical losers. A Jewish family in Lithuania. Little by little, Jewish life is returning to Vilnius, and the seven-member Skudovic family is playing an active role therein.

The *Europamagazin* usually comprises four filmed reports: Documentaries and background reports from Europe. The style is more sensuous than sober, current events sometimes provide a journalistic "hook", but not always. On the contrary: we often return to places that have long since been deserted or forgotten by news crews. And wherever we go, we strive to put people in the centre of the story.

By the way, the show is not hosted from within a studio, but outdoors. Brussels provides the perfect backdrop, but depending on the subject and focus, host Rolf Dieter Krause sometimes presents outside the European capital. The WDR magazine programme from Brussels is broadcast twice monthly, alternating with Southwest German Broadcasting Company (Südwestdeutscher Rundfunk), on ARD. The viewer ratings averaged nearly 11 percent over the past two years. That is a respectable rating, and contradicts those who claim it's impossible to present the subject of Europe in a telegenic manner.

→ www.wdr.de/tv/europamagazin.de

Sehen? Hören? Lesen?

Wie ausländische Mitbürger/innen in NRW welche Medien nutzen



Um die strategische Ausrichtung von Sendern, Programmen und Sendungen zu überprüfen, befragt der Westdeutsche Rundfunk regelmäßig das Publikum im Sendegebiet. Im Jahr 2002 untersuchte eine Studie die Mediennutzung der ausländischen Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen. Im Fokus der Untersuchung stand die Radionutzung, insbesondere das Programm *Funkhaus Europa*. Befragt wurden jeweils 500 Personen der vier bevölkerungsstärksten Ausländergruppen (Türken, BR Jugoslawen/Kroaten/Bosnier, Italiener und Griechen) im Empfangsgebiet von *Funkhaus Europa* in NRW.

Ein Vergleich der Nutzungsgewohnheiten von Fernsehen, Radio und Tageszeitung zeigt, dass die Migranten sowohl mit deutschen als auch mit heimat-sprachigen Angeboten erreicht werden. Bei der Nutzungshäufigkeit steht das deutschsprachige Fernsehen an erster Stelle, gefolgt von deutschen Radioprogrammen und Tageszeitungen. Die Medien in der Heimatsprache werden insgesamt nicht so häufig genutzt, wobei auch hier das Fernsehen vor dem Radio und den Tageszeitungen steht.

Eine deutsche Tageszeitung lesen 32 Prozent der Befragten täglich oder fast täglich, weitere 24 Prozent mehrmals in der Woche. Eine heimat-sprachige Tageszeitung wird von 14 Prozent täglich oder fast täglich gelesen, von 16 Prozent mehrmals in der Woche. 17 Prozent nutzen nie eine deutschsprachige Tageszeitung, unter den Lesern von Zeitungen aus dem Heimatland sind es sogar 25 Prozent.

Das deutsche Fernsehen wird von allen Gruppen am häufigsten genutzt. Insgesamt 72 Prozent aller

Befragten schalten es täglich ein, wobei die Nutzung bei Türken mit 62 Prozent am niedrigsten ist und die BR Jugoslawen/Bosnier/Kroaten mit 81 Prozent vorne liegen. Eine verschwindende Minderheit von zwei Prozent wird vom deutschen Fernsehen nicht erreicht.

Die Tagesreichweite des Radios liegt für die untersuchte Gruppe bei 65 Prozent und ist damit 12 Prozent niedriger als bei der deutschen Bevölkerung in NRW. Während unter den Deutschen 30 bis 49-Jährige die eifrigsten Radionutzer sind, hören unter den Migranten die 14 bis 29-Jährigen am häufigsten Radio.

Funkhaus Europa haben 41 Prozent der Migranten schon einmal gehört, 22 Prozent haben den Sender in den letzten 14 Tagen gehört und zählen damit zum weiteren Hörerkreis. Insgesamt 11,2 Prozent geben an, *Funkhaus Europa* gestern gehört zu haben und 7,7 Prozent nennen den Sender als das meistgehörte Radioprogramm. Die Untersuchung zeigt, dass *Funkhaus Europa* als Nicht-Mainstream-Sender über einen überdurchschnittlichen Bekanntheitsgrad in seiner Kernzielgruppe verfügt. Besonders bemerkenswert ist die Tatsache, dass der Sender im Vergleich zur deutschen Bevölkerung in seiner Zielgruppe deutlich jüngere Hörer anspricht. Angesichts der prognostizierten demografischen Entwicklung in Deutschland dürfte dieser Aspekt *Funkhaus Europa* einen weiteren Zuwachs an Hörern sichern.

Insgesamt lässt die Untersuchung den Schluss zu, dass das Konzept des wdr, mit diesem Programm einen aktiven Beitrag zu Integration und Verständigung zu leisten, vom Publikum akzeptiert und gerne genutzt wird.

Viewing? Listening? Reading?

How foreign residents of NRW use media, and which media they use



In order to check the strategic orientation of broadcasters, programming and programmes, the West German Broadcasting Company (WDR) regularly conducts surveys within its broadcasting area. In the year 2002, a study examined how foreigners in North Rhine-Westphalia use the available media. The study focussed on radio, particularly the programme *Funkhaus Europa*. The survey was conducted among 500 members of each of the four largest groups of foreign residents (natives of Turkey, Federal Republic of Yugoslavia/Croatia/Bosnia, Italy and Greece) in North Rhine-Westphalia, where *Funkhaus Europa* is broadcast.

A comparison of listening, viewing and reading habits (radio, television and daily newspapers) shows that migrants are reached by both German-language and native-language media. German-language television was used most often, followed by German-language radio and daily newspapers. Overall, native-language media were used less often, whereby here too television was in first place, followed by radio and daily newspapers.

32 percent of those surveyed read a German-language newspaper daily or nearly every day; another 24 percent read a newspaper several times per week. Native-language newspapers were read daily or almost every day by 14 percent of respondents; 16 percent read a newspaper several times weekly. 17 percent never read German-language newspapers; among those who read a newspaper from their home country, this figure rose to 25 percent.

German-language television was used by all groups most often. Overall, 72 percent of those surveyed tuned in every day, with Turks in last place (62 per-

cent) and natives of Federal Republic of Yugoslavia/Bosnia/Croatia in first place (with 81 percent). A negligible minority of only 2 percent said they never watch German-language television.

65 percent of those surveyed said they listen to the radio daily, a figure that is 12 percent lower than the comparable figure for the German population of NRW. While Germans between the ages of 30 and 49 listened to the radio most often, the group among migrants that listened to the radio most often was between 14 and 29 years of age.

41 percent of foreign residents have listened to *Funkhaus Europa* at least once; 22 percent had listened to the programme within the past 14 days and are thus part of the general audience. Altogether, 11.2 percent said they had listened to *Funkhaus Europa* the previous day, and 7.7 percent named the station as the radio programme they listened to most often.

The survey shows that *Funkhaus Europa*, as a non-mainstream broadcaster, enjoys above-average recognition among its primary target group. Particularly remarkable is the fact that the programme reaches a considerably younger audience among its target audience than among the German population. In view of the predicted demographic developments in Germany, this aspect should ensure a growing listenership for *Funkhaus Europa*. Overall, the survey points to the conclusion that WDR's effort to make an active contribution to integration and mutual understanding through this programme has been well-received and eagerly made use of by the public.

(von links) Christian Achilles, Direktor Kommunikation des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes, BR-Hörfunkdirektor Dr. Johannes Grotzky, wdr-Hörfunk-Chefredakteurin Helga Kirchner, Michael Radix, Geschäftsführer der CIVIS medien stiftung GmbH, Jury-Vorsitzende Iris Berben, wdr-Intendant Fritz Pleitgen, Dr. Roger Willemsen und der Leiter des ARD-Hauptstadtstudios, Thomas Roth.

ARD medienpreis CIVIS

Auszeichnung für Hörfunk- und Fernsehbeiträge über Integration und kulturelle Vielfalt in Europa



2003 wurde zum ersten Mal der ARD medienpreis CIVIS für Integration und kulturelle Vielfalt in Europa vergeben. Mit dem neuen Medienpreis der ARD werden Programmlösungen in Hörfunk und Fernsehen ausgezeichnet, die besonders geeignet sind, das friedliche Zusammenleben in der europäischen Einwanderungsgesellschaft zu fördern. Der neue Preis führte die seit 15 Jahren vergebenen CIVIS-Medienpreise zu einem europäischen ARD medienpreis CIVIS zusammen. Schirmherren waren Bundespräsident Johannes Rau und Pat Cox, der Präsident des Europäischen Parlaments.

Seit dem Amsterdamer Vertrag der Europäischen Union gehören Zuwanderung und Integration zum Kernbestand europäischer Politik. Integration und multikulturelle Zusammenarbeit sind Aufgaben von elementarer Bedeutung für Europas Zukunft. Die Medien spielen bei der Abbildung und der Gestaltung dieses tiefgreifenden Prozesses des europäischen Wandels eine zentrale Rolle. Den Medien obliegt es, über diese komplexen gesellschaftlichen und politischen Ereignisse wirklichkeitsgetreu und aufklärend zu informieren. Die gegenseitige Verständigung zwischen unterschiedlichen Kulturen und Glaubensgemeinschaften zu fördern, die vielschichtigen Ursachen von Gewalt zu analysieren und Wege einer erfolgreichen Konfliktbewältigung über Grenzen hinweg zu zeigen, ist eine wichtige und schwierige Aufgabe.

Die Rundfunkanstalten in Deutschland und Europa berichten in ihren Programmen bereits viel über Integration und kulturelle Vielfalt auf unserem Kontinent. Der ARD medienpreis CIVIS soll diese Leistungen deutlich machen und zugleich durch beispielhafte Fälle aus ganz Europa wertvolle Anregungen vermitteln.

Der ARD medienpreis will Radio- und Fernsehjournalisten und Programmverantwortliche in Deutschland und in Europa ermutigen, aufzuklären und auf die politische Diskussion durch neue Einsichten einzuwirken.

Der ARD medienpreis CIVIS wird als europäischer Fernsehpreis und als deutscher Hörfunk- und Fernsehpreis in den Kategorien Information und Unterhaltung jährlich vergeben. Ein journalistischer CIVIS-Nachwuchspreis ist für 2004 geplant. Der Preis ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert. Die Preisträger

civis
ARD medienpreis



© WDR/Ernst

werden von einer Jury unabhängiger internationaler Medienexperten bestimmt. Mehrere europäische Fernsehsender übertragen die festliche Preisverleihung in einer besonderen Fernsehsendung.

Der europäische ARD Medienpreis CIVIS wird von der Arbeitsgemeinschaft der Landesrundfunkanstalten der ARD in Deutschland, vertreten durch den Westdeutschen Rundfunk (WDR), gemeinsam mit der Freudenberg Stiftung, ausgeschrieben. CIVIS wird vom Deutschen Sparkassen- und Giroverband, der Beauftragten der deutschen Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, dem Europäischen Parlament, der Europäischen Stelle zur Beobachtung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (EUMC), der Europäischen Rundfunkunion (EBU), der belgischen Evens Stiftung und der ungarischen Stiftung Autonomía unterstützt.

Mit der Organisation und Durchführung des ARD Medienpreises CIVIS wurde die neugegründete CIVIS Medienstiftung GmbH für Integration und kulturelle Vielfalt in Europa, mit Sitz in Köln, beauftragt. Gesellschafter der gemeinnützigen Stiftung sind der Westdeutsche Rundfunk, stellvertretend für die ARD, und die Freudenberg Stiftung GmbH. Die CIVIS Medienstiftung möchte die elektronischen Medien in Deutschland und Europa für die Themen Integration und kulturelle Vielfalt sensibilisieren und den innovativen und professionellen Umgang mit der Entwicklung in der europäischen Einwanderungsgesellschaft

fördern. Die Stiftung will zur interkulturellen Verständigung und zur europäischen Integration durch die Arbeit der elektronischen Medien beitragen. Weitere Aufgaben sind die Förderung des journalistischen Nachwuchses, Bildung, Kultur und Völkerverständigung sowie die auf diese Ziele bezogene wissenschaftliche Arbeit.

Vorsitzender des Kuratoriums der CIVIS Medienstiftung GmbH ist der Intendant des Westdeutschen Rundfunks, Fritz Pleitgen. Die Mitglieder des hochrangig besetzten Kuratoriums wirken in die Zivilgesellschaft, um das Anliegen der Stiftung öffentlichkeitswirksam zu vertreten. Geschäftsführer der Gesellschaft ist Michael Radix. Vorsitzende des CIVIS-Programmbeirates ist die WDR-Hörfunk-Chefredakteurin Helga Kirchner. Der Programmbeirat besteht aus führenden Medienexperten und hat beratende Aufgaben.

Der ARD Medienpreis CIVIS wurde am 4. November 2003 in einem Festakt im Schloss Bellevue in Berlin verliehen.

→ www.civis.ard.de

ARD media prize CIVIS

Award for radio and television broadcasts on integration and cultural diversity in Europe



In 2003, for the first time ever, ARD presented the CIVIS media prize for integration and cultural diversity in Europe. The new ARD media prize CIVIS honours radio and television broadcasts that promote peaceful co-existence within the European immigration society. The new award transformed the CIVIS media prizes which have been awarded for 15 years now into a European ARD media prize CIVIS. Honorary chairpersons were Johannes Rau, president of the Federal Republic of Germany, and Pat Cox, president of the European Parliament.

The Treaty of Amsterdam made immigration and integration central policies of the European Union. And indeed, integration and multi-cultural cooperation are tasks of elementary significance for the future of Europe. The media plays a central role in shaping and communicating this far-reaching process of European change. It is the duty of the media to keep the public informed of those complex social and political trends and events realistically and informatively. The media are faced with an important and difficult task: to promote mutual understanding among the various cultural and religious communities of Europe, to analyse the multi-faceted causes of violence, and to point out successful methods of dealing with conflicts that cross international borders.

The broadcasting companies in Germany and Europe already report extensively in their programmes about integration and cultural diversity on our continent. The ARD media prize CIVIS is intended to make these contributions clear and, at the same time, on the basis of exemplary cases from all over Europe, to provide valuable impulses.

The ARD media prize CIVIS encourages radio and television journalists and their programme directors in Germany and throughout Europe to take an active part in educating the public about these matters and to influence political discussion by disseminating new views and perspectives.

The ARD media prize CIVIS will be awarded annually as a European television prize and as a German radio and television prize in the categories of Information and Entertainment.

civis
ARD media prize



© Zebbe

Beginning in 2004, a CIVIS prize for young journalists is also planned. In all, prizes totalling 30,000 euros will be awarded. Winners will be selected by an independent panel of international media experts. Several European TV broadcasters will present special programmes about the gala awards ceremony.

The European ARD media prize CIVIS is presented by the Association of Public Broadcasting Corporations in the Federal Republic of Germany (ARD) represented by the West German Broadcasting Company (Westdeutscher Rundfunk, WDR), together with the Freudenberg Foundation. CIVIS is supported by the German Savings Banks Association, the German Federal Government Commissioner for Migration, Refugees and Integration, the European Parliament, the European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC), the European Broadcasting Union (EBU), the Belgian Evens Foundation and the Hungarian Autonomía Foundation.

Responsibility for the organisation and conduct of the ARD media prize CIVIS has been conferred on the newly founded CIVIS media foundation for integration cultural diversity in Europe, located in Cologne, Germany. Members of the non-profit foundation include the West German Broadcasting Company (Westdeutscher Rundfunk, WDR), on behalf of the ARD, and the Freudenberg Stiftung GmbH.

The CIVIS media foundation was founded to increase awareness of the topics of integration and cultural diversity in electronic media in Germany and Europe, and to promote professionalism in dealing with Europe as an immigration society. The foundation wishes to contribute to intercultural understanding and to European integration through the work of the electronic media. Further activities involve helping to train young journalists, promoting education, culture and international understanding as well as academic and scientific work in these areas.

The chairman of the board of trustees of the CIVIS media foundation is the director general of the West German Broadcasting Company, Fritz Pleitgen. The prominent members of the board are very effective in publicly representing the foundation's concerns. Michael Radix is executive director of the foundation and the chairperson of the CIVIS programme advisory board is Helga Kirchner, editor in chief of WDR radio. The programme advisory board has a consulting role and is made up of leading media experts.

The ARD media prize CIVIS was presented for the first time on November 4, 2003, during a ceremony at Schloss Bellevue in Berlin.

→ www.civis.ard.de

WDR europa-forum Treffpunkt führender Europapolitiker



© WDR / Göttingen

Das WDR europa-forum hat als internationale Konferenz europäischer Spitzenpolitiker bereits Tradition und viel Anerkennung erworben.

In Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission und dem Europäischen Parlament hat der Westdeutsche Rundfunk bereits sechs hochkarätig besetzte Europa-Foren veranstaltet, an denen der Präsident der Republik Polen, der Präsident der Europäischen Kommission und der Präsident des Europäischen Parlaments sowie Mitglieder der Kommission, Abgeordnete des Europäischen Parlaments, europäische Regierungschefs sowie verschiedene europäische Fachminister und zahlreiche führende Medienexperten teilgenommen haben.

Im Mittelpunkt der zweitägigen internationalen Veranstaltungen mit ihren aktuellen Diskussionen und Vorträgen für Hörfunk und Fernsehen stand 2003 die europäische Integration: die Neuordnung der Europäischen Union und damit die wohl wichtigste Investition in Europas Zukunft. Welches Europa wollen wir, wie soll es aussehen und wie weit wollen wir als Union gemeinsam gehen? Das sind die zentralen Fragen des seit 1999 jährlich stattfindenden Gedankenaustausches hochkarätiger Politiker und Medienexperten – in Berlin, Brüssel, Köln oder Warschau. Ein Dialog in Europa und über Europas Grenzen hinaus.

Mit bald 450 Millionen Einwohnern und mehr als 25 Mitgliedsstaaten kann sich die erweiterte Europäische Union in wenigen Jahren zur führenden Wirtschaftsmacht entwickeln. Die Erweiterung wird die Europäische Union aber grundlegend verändern. Der neue Wettbewerb wird von den Bürgerinnen und Bürgern der Beitrittsländer wie der EU-Mitgliedsstaaten hohe Anpassungsleistungen fordern.

Das WDR europa-forum informiert kompetent über den Prozess der europäischen Integration und unterstützt den öffentlichen Dialog der europäischen Gesellschaften. Ein wichtiger Beitrag zum Aufbau einer europäischen Bürgergesellschaft, die den Herausforderungen und Ansprüchen des 21. Jahrhunderts gerecht wird.

europa forum



Organisation und Durchführung des WDR Europa-Forums haben die WDR-Chefredaktionen Hörfunk und Fernsehen gemeinsam mit der WDR-Öffentlichkeitsarbeit übernommen. Leiter des WDR Europa-Forums ist seit 2000 Michael Radix.

Die Veranstaltungen des WDR Europa-Forums werden in verschiedenen europäischen Radio- und Fernsehanstalten teilweise live – in Auszügen oder komplett – wiedergegeben. Über das Forum »Mehr Europa! Die neue Gemeinschaft der Fünfundzwanzig« im Jahr 2003 wurde im Ersten, in den Hörfunk- und Fernsehprogrammen des WDR, im Programm des Rundfunk Berlin-Brandenburgs (RBB), im ARD/ZDF Ereignis- und Dokumentationskanal PHOENIX, im österreichischen Fernsehen ORF, im polnischen Fernsehen TVP, im estnischen Fernsehen ETV, im slovenischen Fernsehen RTV Slovenia, im belgisch-flämischen Fernsehen VRT, im französischen Fernsehen France 3 und im Programm der Radio Televisione Italiana (RAI) berichtet.

Das WDR Europa-Forum 2003 fand am 5. und 6. November im Schloss Bellevue in Berlin und in der Europa-Universität Viadrina (Kleist Forum) in Frankfurt (Oder) statt.

→ europa-forum.wdr.de

WDR Europa-Forum

28. Februar 1997

Die Zukunft der Informationsgesellschaft
Westdeutscher Rundfunk Köln

15. Januar 1999

Europa wohin?
Auf der Suche nach der europäischen Identität
Westdeutscher Rundfunk Köln

7. – 8. November 2000

Europa – Supermacht der Zukunft?
Europäisches Parlament Brüssel
Mit dem CIVIS Medienpreis für Hörfunk und Fernsehen und dem europäischen Fernsehpreis CIVIS Europe

8. – 9. November 2001

Europas neue Grenzen
Die Ost-Erweiterung der Europäischen Union
Präsidenten-Palais in Warschau
Mit dem europäischen Fernsehpreis CIVIS Europe

3. – 4. Dezember 2002

Europa vor der Entscheidung
EU-Erweiterung und globale Herausforderungen
Europäisches Parlament Brüssel
Mit dem europäischen Fernsehpreis CIVIS Europe

5. – 6. November 2003

Mehr Europa!
Die neue Gemeinschaft der Fünfundzwanzig
Schloss Bellevue Berlin
Kleist Forum Frankfurt (Oder)

WDR europa-forum Where Europe's leading politicians meet

© WDR / Göttingen



The WDR europa-forum has already made a name for itself as an international conference of leading European politicians.

In cooperation with the European Commission and the European Parliament, the West German Broadcasting Company (WDR) has already conducted six high-quality europa-forums, in which the president of the Republic of Poland, the president of the European Commission and the president of the European Parliament, as well as members of the Commission, members of the European Parliament, several European heads of government, European cabinet ministers and many leading media experts have taken part.

The two-day, international events, featuring discussions and lectures for radio and television, in 2003 focused on European integration: The restructuring of the European Union and thereby probably the most important investment in Europe's future. What kind of Europe do we want, how should it work, how far do we want to go together as a Union? These are the main topics discussed at the meetings involving high-ranking politicians and media experts, which have been held since 1999 in Berlin, Brussels, Cologne and Warsaw. A European dialogue that transcends continental borders.

The enlarged European Union will soon be home to some 450 million people in more than 25 member nations, and is poised to become the world's leading economic powerhouse within a few years. But the planned enlargement will mean fundamental changes to the European Union as we know it. New competition will require the citizens of both the new and existing member nations to make tremendous adjustments.

The WDR europa-forum provides reliable information on the process of European integration and strengthens the public dialogue within the communities of Europe. This is an important contribution to the establishment of a European civil society that is equipped to meet the challenges and demands of the 21st century.

Organisation and execution of the WDR europa-forum is carried out by the chief editorial offices of WDR radio and television in cooperation with the broadcaster's public relations department. Michael Radix has been director of the WDR europa-forum since 2000.

euro



Some of the events of the WDR europa-forum are broadcast live – in excerpts or in their entirety – by various European radio and television stations. Reports on this year’s forum, entitled “More Europe! The New Community of Twenty-Five”, were broadcast on the ARD’s national TV channel, on programmes of Berlin Brandenburg Broadcasting (RBB), PHOENIX the current affairs and documentary channel jointly operated by ARD and ZDF, the Austrian television broadcaster ORF, Polish TVP, ETV of Estonia, RTV Slovenia, VRT Belgian-Flemish television, France 3 and RadioTelevisione Italiana (RAI).

The WDR europa-forum 2003 took place on 5 and 6 November at Schloss Bellevue in Berlin and the European University Viadrina (Kleist Forum) in Frankfurt (Oder), Germany.

→ europa-forum.wdr.de



WDR europa-forum

February 28, 1997

The Future of the Information Society
Westdeutscher Rundfunk (WDR), Cologne

January 15, 1999

Whither Europe?
The Quest for a European Identity
Westdeutscher Rundfunk (WDR), Cologne

November 7–8, 2000

Europe – Superpower of the Future?
European Parliament, Brussels
With the CIVIS media prize for radio and television and the European television award CIVIS Europe

November 8–9, 2001

Europe’s New Borders
The Eastward Expansion of the European Union
Presidential Palace, Warsaw
With the European television award CIVIS Europe

December 3–4, 2002

Europe at the Crossroads
EU Expansion and Global Challenges
European Parliament, Brussels
With the European television award CIVIS Europe

November 5–6, 2003

More Europe!
The New Community of Twenty-Five
Schloss Bellevue, Berlin
Kleist Forum Frankfurt (Oder)



© wdr/Brill

Motivation für Integration Dr. Gualtiero Zambonini

Im Mai 2003 berief Intendant Fritz Pleitgen Gualtiero Zambonini zum Beauftragten für Integration und kulturelle Vielfalt im WDR. Als Entwickler zahlreicher Integrations-Projekte und Mitbegründer von *Funkhaus Europa* brachte der 57-jährige Italiener die besten Voraussetzungen mit. Er soll künftig unter anderem neue Konzepte in den massenattraktiven Programmen initiieren und Maßnahmen entwickeln, um mehr Programmacher ausländischer Herkunft für die WDR-Programme zu gewinnen. Dabei wird er auch die Erfahrungen anderer europäischer Medienanstalten nutzen und zukunftsweisende Initiativen sinnvoll verknüpfen.

Zum ersten Mal in der ARD hat der WDR die Funktion eines Integrationsbeauftragten mit einem extrem weitreichenden Aufgabenspektrum ausgestattet. Welche Zielperspektive sehen Sie für Ihre Arbeit in dieser Funktion?

Zambonini: Die Perspektive erwächst aus dem Zusammenspiel von drei Entwicklungen: der demografischen Dimension, der landes- und europapolitischen Entwicklung auf dem Feld der Migration und Integration sowie aus dem programmpolitischen Stellenwert dieser Themen im WDR.

Heute hat in NRW bereits jeder vierte Einwohner zwischen 16 und 25 Jahren einen Migrationshintergrund. Das war Grund für die Düsseldorfer Landesregierung und den Landtag, eine Integrationsoffensive zu starten, an der die wichtigsten gesellschaftlichen Gruppen beteiligt sind. Schließlich gehören Integration und kulturelle Vielfalt seit dem Amsterdamer Vertrag zu den Kernbereichen europäischer Politik. Der WDR hat frühzeitig seine wichtige Mittlerrolle bei Verständigung und Integration erkannt und innovative Wege beschritten, dieser Verantwortung gerecht zu werden.

Als Integrationsbeauftragter arbeite ich daran, mit Führungskräften und Kollegen aus allen Bereichen diesen Wandel zum Angelpunkt einer zukunftsweisenden Mitarbeiter- und Programmentwicklung werden zu lassen.

Was verbindet Sie persönlich mit dieser neuen Aufgabe?

Zambonini: Ich beschäftige mich seit fast dreißig Jahren mit diesen Themen: zunächst als Redakteur

der italienischen Redaktion, später als Leiter der ARD-Fremdsprachenredaktionen im WDR und schließlich seit 1999 als Chef von *Funkhaus Europa*, einem Programm, das rund um die Uhr in Deutsch und fünfzehn weiteren Sprachen sendet. *Funkhaus Europa* wird von einem internationalen Team von deutschen und nicht deutschen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gestaltet. Damit hat der WDR einer Generation von Migranten, die in zwei Sprachen und zwei Kulturen lebt, ein mediales Zuhause gegeben. Und nicht nur ihnen. Eine wachsende Anzahl von deutschen Hörerinnen und Hörern ist von der Musik und dem vielfältigen Wortangebot von *Funkhaus Europa* begeistert.

Ich bin ein bisschen stolz, dieses Programm mit aus der Taufe gehoben zu haben und bin fest davon überzeugt, dass andere Programme des WDR von der positiven Entwicklung dieses Konzepts profitieren können und werden.

Sehen Sie Chancen, die Erfahrung von Funkhaus Europa als mehrsprachiges Zielgruppenprogramm auf die Mainstreamprogramme zu übertragen?

Zambonini: Die großen Mainstreamprogramme stehen unter einem hohen Konkurrenzdruck. Deshalb lassen sich Philosophie und Praxis eines Minderheitenprogramms natürlich nicht eins zu eins übertragen. Ich bin aber fest davon überzeugt, dass kreative Programmideen aus der Praxis von *Funkhaus Europa* auch massenattraktive Programme wie WDR 2 und Eins Live positiv beeinflussen können. Es bestehen übrigens ohnehin gute Kontakte zwischen *Funkhaus Europa* und den anderen Radiowellen, die künftig intensiviert werden.

Und an welche Aspekte denken Sie dabei?

Zambonini: Ich möchte diese Frage vom Publikum her beantworten. Wie hat sich das Publikum verändert? Die jüngste Hörer- und Zuschauerforschung belegt, dass die überwiegende Zahl der Zugewanderten und ihrer Familien zunehmend auch deutschsprachige Medien nutzt. Das gilt vor allem für das Medium Fernsehen. Aber nicht nur. So wird Eins Live beispielsweise von jungen Türken noch intensiver genutzt als *Funkhaus Europa*.

Soll sich deshalb ein Programm wie Eins Live stärker etwa um die türkische Minderheit kümmern?

Zambonini: Eins Live erfreut sich bereits einer zunehmenden Popularität unter Hörern mit einem Migrationshintergrund. Die Erwartungen dieses Publikums näher zu erforschen und stärker zu berücksichtigen kann zu einer spannenden Herausforderung werden. In städtischen Ballungsgebieten wie Köln haben mittlerweile über 40 Prozent der unter 16-Jährigen einen ausländischen Hintergrund. Da kann man wahrlich nicht mehr von Minderheiten sprechen. Hier handelt es sich um relevante Publikumssegmente. Aber nicht nur das. Kulturelle Vielfalt ist Tagesrealität auch für deutsche Jugendliche. Sie gehören wie die jungen Türken zu einem deutschsprachigen Publikum, das im Unterschied zur Elterngeneration kulturelle Vielfalt im Alltag als selbstverständlich erlebt. Es liegt in der Natur der Sache, dass sich ein Programm nur dann zeitgemäß entwickeln kann, wenn es vorausschauend das Lebensgefühl und die Lebenswirklichkeit seines Publikums nachspürt.

Worin sehen Sie hier Prioritäten?

Zambonini: Es wird darum gehen, für die Redaktionen, vor die Kamera und vor das Mikrofon mehr Programm-Macher ausländischer Herkunft zu gewinnen. Dies entspricht übrigens auch den jüngsten Empfehlungen des Rundfunkrats des wdr. Dazu sind intensive Informationskampagnen in Schulen und Hochschulen genau so wichtig wie die gezielte Förderung von Talenten, die bereits in den Medien arbeiten.

Die Förderung von Journalisten mit einem Migrationshintergrund sollte allerdings – wie bei der Frauenförderung – nach qualitativen Maßstäben und nicht nach Quote erfolgen. Denn nur gute Leute können Akzeptanz erzeugen. Und Akzeptanz ist eine entscheidende Voraussetzung für Integration.

Im Programm sollte es nicht um »mehr Ausländerthemen« gehen, sondern vielmehr um einen neuen Zugang: weniger bemüht oder problembeladen. Kulturelle Vielfalt bietet eine große und spannende Variation an Themen, Menschen, Mentalitäten.



© wdr/Litaschek

Die Attraktivität von Sendungen, auch in der Primetime, kann dadurch noch gesteigert werden, wie die Erfahrungen der Nachbarländer, wie beispielsweise Niederlande oder Großbritannien zeigen. Interkulturelle Kompetenz ist im wdr durch die Europäische Akademie für Journalistische Vielfalt bereits zum Bestandteil der Volontärausbildung geworden. Ab 2004 soll interkulturelle Kompetenz auch in die Führungskräftebildung integriert werden.

Sie haben sich viel vorgenommen!

Zambonini: Ich glaube, dass wir auch in den Mainstreamprogrammen des wdr nicht bei Null anfangen. Es gibt eine Reihe positiver Beispiele von Sendungen, die von einem breiten Publikum akzeptiert wurden und werden. Denken Sie auch an die *Lindenstraße*, aber nicht nur. Das ist eine gute Ausgangslage, um weitere Reflexionsprozesse in den Redaktionen anzustoßen.

Zudem wird es entscheidend sein, Vielfalt und Integration als Entwicklungsaufgabe in alle Regelstrukturen des wdr zu integrieren, die für Programmentwicklung und Personalgewinnung zuständig sind. Als Integrationsbeauftragter möchte ich hier als Katalysator wirken. Diese Aufgabe kann ich jedoch nur in der Zusammenarbeit und mit der Unterstützung derjenigen bewältigen, die Programme gestalten oder Personal ausbilden und einstellen.

Mit Blick auf die vielen Erfolge in der Vergangenheit sehe ich jedoch für alle diese Aufgaben eine erfolgversprechende Grundlage.

Motivation for Integration Dr. Gualtiero Zambonini

In May 2003, director general Fritz Pleitgen named Gualtiero Zambonini as Commissioner for Integration and cultural diversity at WDR. The developer of numerous integration projects and one of the founders of *Funkhaus Europa*, the 57-year-old Italian is well qualified for the position. Among other tasks, he will be called upon to initiate new concepts for programmes with mass appeal and to develop measures to bring more foreign programme makers to WDR programmes. In so doing, he will also take advantage of the experience of other European broadcasters and find pioneering new ways to take advantage of synergy effects with other initiatives.

For the first time within ARD, WDR has created the position of Integration Commissioner with a very broad range of assigned tasks. What perspectives do you see for your work in this position?

30

Zambonini: The perspectives arise from the interplay of three developments: from the demographic dimension, from political developments on the regional and European levels in the area of migration and integration, and from the importance of these subjects for programme policy at WDR.

Today, one in every four residents of NRW between the ages of 16 and 25 has a migrant background. That was reason enough for the federal state government in Düsseldorf and the Landtag (federal state parliament) to start an integration initiative involving the main community groups. After all, integration and cultural diversity have been among the core areas of European policy since the Treaty of Amsterdam. WDR recognised at an early stage its important mediator role in the area of cultural understanding and integration, and began taking innovative steps to live up to this responsibility.

As Integration Commissioner, I attempt to make this process become a central issue of pioneering staff and programme development – in cooperation with executive personnel and colleagues from all departments of WDR.

What is your personal connection with this new task?

Zambonini: I've concerned myself with these topics for nearly thirty years, first as an editor in the Italian editorial department, later as head of the ARD foreign-language editorial office at WDR, and finally, since 1999, as the head of *Funkhaus Europa*, a programme that is broadcast around the clock in German and fifteen other languages. *Funkhaus Europa* is put together by a international team of German and non-German employees. Thus WDR has provided a kind of "media home" for a generation of immigrants that lives in two languages and two cultures. And it is home not only for them: A growing number of German listeners enjoys the music and the diverse reporting offered by *Funkhaus Europa*.

I'm somewhat proud to have helped create this programme, and I'm thoroughly convinced that other WDR programmes can and will profit from the positive development of this concept.

Do you see opportunities and potential for applying the experiences gained with Funkhaus Europa as a multi-lingual programme to mainstream programmes?

Zambonini: The large mainstream programmes are under tremendous pressure to be competitive. So of course the philosophy and practices of a minority programme cannot be directly applied. However, I am thoroughly convinced that practical experience developed into creative ideas for the programme, such as *Funkhaus Europa*, can also positively influence mass-market channels like WDR 2 and Eins Live. Incidentally, there are already good contacts between *Funkhaus Europa* and the other radio broadcasters, and these are to be intensified in the future.

Which aspects are you referring to?

Zambonini: I would like to answer this question from the point of view of the audience. How has the audience changed? The latest listener and viewer surveys show that the large majority of immigrants and their families are increasingly using German-language media. This is especially true of television. But not



© WDR/BRH

only. For example, young Turkish listeners use the WDR programme *Eins Live* more often than *Funkhaus Europa*.

So should a programme like Eins Live pay more attention to the Turkish minority?

Zambonini: *Eins Live* is increasingly popular with listeners from other cultural backgrounds. Finding out more about their expectations and taking into account their wishes more intensively can be an exciting challenge. In urban areas like Cologne, more than 40 percent of residents under the age of 16 now come from a migrant background. We can really no longer refer to them as a minority. We are talking about relevant audience segments. But that's not all. Cultural diversity is a daily reality, also for young Germans. Like the young Turks, they belong to a German-speaking audience, and one that – unlike their parents' generation – experiences cultural diversity as a normal, everyday phenomenon. Programmes can only develop when there is an anticipation of the audience's various day-to-day experiences.

Where do the priorities lie, in your view?

Zambonini: Recruiting more migrants for the editorial offices and for the work in front of the camera and on the microphones will be crucial. This also corresponds to the latest recommendations of the WDR Broadcasting Council. Therefore, intensive information campaigns in schools and universities are as

important as supporting talented people already working in the media.

As with promoting the advancement of women, recruiting journalists with immigrant backgrounds should focus on "quality" rather than "quotas". Only good people will generate acceptance. And acceptance is a decisive prerequisite for integration.

The programme should not be concerned with "more topics about foreigners", but rather about a new kind of access: less laboured and not as loaded down with problems. Cultural diversity offers a broad and exciting variety of subjects, people, and mentalities. In this way it will be possible to improve the attractiveness of broadcasts, including those in prime time – as our neighbours, e.g. in the Netherlands or Great Britain, show. Intercultural competence has already become part of the journalistic training at WDR by introducing the European Academy for Journalistic Diversity. As of 2004, intercultural competence will also be integrated into the training programmes of executive staff.

You have a lot of plans!

Zambonini: I think that when it comes to mainstream programmes at WDR, we are hardly starting from scratch. There are already numerous examples of broadcasts that have been and are accepted by a wide audience. Just think of, but not only, "Lindenstrasse". This is a good starting position for triggering additional reflective processes within the editorial offices.

Another decisive factor will involve integrating the ideas of diversity and integration as a development task in all of WDR's standard structures responsible for programme development and personnel recruiting. As Integration Commissioner, I can serve as a catalyst in this area. Of course, this task can only be accomplished in co-operation with and with the support of those who shape programmes or hire and train personnel. In view of the many successes of the past, however, I see a very promising foundation for all of these tasks.

Gelebte Integration mit handfesten Ergebnissen

Die junge Akademie für journalistische Vielfalt in Europa

Kulturelle Vielfalt in Europa ist seit langem Realität und wird in Zukunft immer wichtiger. Doch herrschen in den Köpfen der Menschen oft Ängste und Vorbehalte vor. Das vermeintlich Andere, Unbekannte oder Fremde empfinden viele als Bedrohung. Eine wichtige Aufgabe der Medien ist es, diese Vorbehalte abzubauen. Dazu bedarf es in ganz Europa gut ausgebildeter kritischer Journalistinnen und Journalisten.

Ausbildung in der Praxis für die Praxis

Junge Akademie für journalistische Vielfalt in Europa – das heißt: Europäische Nachwuchs-Journalisten arbeiten gemeinsam und erleben den Alltag in Europa hautnah. Hier geht es nicht darum, neue Theorien zu entwerfen oder Sonntagsreden zu halten. Hier ist handfeste Arbeit angesagt.

Im Jahr 2003, dem Europäischen Jahr der behinderten Menschen, sammelten junge Leute aus Lettland, Weißrussland, Bulgarien, Rumänien und Deutschland gemeinsam Erfahrungen. Einige Monate wurde im Team recherchiert, gedreht, geschnitten und getextet. So entstanden je fünf professionelle Fernseh- und Hörfunkproduktionen, die sich sehen und hören lassen können.

Zusammen mit ihren ausländischen Kollegen, die mehr als nur Dolmetscher und Fremdenführer waren, haben elf wdr-Programmvolontäre ganz unterschiedliche Stücke europäischer Realität unter die Lupe genommen. Ihnen gemeinsam ist ein Funke Hoffnung: Alle Beiträge – überwiegend Berichte über positive Beispiele des humanen Umgangs mit Behinderten – machen Mut zur Eigeninitiative, sie lassen Zuschauer und Zuhörer ebenso eindrucksvoll wie einfühlsam am Leben behinderter Menschen in Europa teilnehmen.

Die Beiträge der jungen Kollegen zeigen, dass der Alltag von Behinderten in Europa aus einer anderen, kritischeren Sicht betrachtet werden kann und muss. Neben der gemeinsamen Arbeit von Menschen aus unterschiedlichen Ländern und Kulturen liegt den Initiatoren der Jungen Akademie im wdr noch ein anderer Aspekt am Herzen. Für sie ist es wichtig, dass künftige Journalisten in ihrer Berufsausbildung Programme machen, die der (Mit-)Menschlichkeit verpflichtet sind.

Programme, die dem öffentlichen Interesse dienen. Und keinem anderen.



Integration flourishes, with concrete results

The Youth Academy for journalistic diversity in Europe

Cultural diversity in Europe has long since become reality, and will continue to grow in importance in the future. But the minds of many people still harbour fears and reservations. Many feel threatened by anything they view as different, unfamiliar or foreign. One important task of the media is breaking down these barriers. Doing so will require trained, critical journalists throughout Europe.

Practical training to be put into practice

Youth Academy for journalistic diversity in Europe – that means: Young European journalists working together and experiencing European life “up close and personal”. The objective is not to invent new theories or deliver turgid speeches. This is about hard work.

In the year 2003, the European Year of the Handicapped, young people from Latvia, Byelorussia, Bulgaria, Rumania and Germany gained valuable experience together. For several months, they worked as a team, researching, filming, editing and writing. Ultimately they produced five professional-quality television and radio productions well worth viewing and listening to.

Together with their foreign colleagues, who were far more than merely interpreters and travel guides, eleven WDR programme apprentices examined very different segments of modern European reality. What they all had in common was the spark of hope: All the contributions – which primarily reported on positive examples of humane treatment of handicapped persons – encourage individuals to take action, and allow viewers and listeners to participate in the lives of handicapped Europeans in an impressive and sensitive manner.

The work of the young colleagues proves that the everyday lives of handicapped persons in Europe can and indeed must be viewed from a new, critical point of view. In addition to the joint work by people from many different countries and cultures, the initiators of the Youth Academy are concerned with another aspect as well. For them, it is important that the journalists of tomorrow begin while still in training to produce programmes dedicated to people and humanity. Programmes that serve the interests of the public and no one else.

Europäische Medienpolitik



34

Die Förderung von (europäischer) Integration und kultureller Vielfalt ist auch ein Postulat der deutschen und europäischen Medienpolitik. Wenngleich die Anliegen zunächst Komponenten nationalstaatlicher Innen- und Kulturpolitik sind und somit der Prärogative der EU-Mitgliedstaaten unterfallen, ist doch offenbar, dass die Rahmenbedingungen und Parameter zunehmend von der europäischen Politik und Gesetzgebung vorgegeben werden. Deshalb engagiert sich der WDR im Namen der ARD seit vielen Jahren in der europäischen Medienpolitik.

Ende 2003 ist das ARD-Verbindungsbüro, das unter der Führung des WDR steht, zehn Jahre in Brüssel präsent, um vor Ort mit Unterstützung und Begleitung durch den Intendanten die medienpolitischen Interessen der ARD gegenüber den Institutionen der EU zu vertreten. Hierbei erfahren wir Unterstützung durch andere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in Europa und die European Broadcasting Union. Der Intendant des WDR ist seit September 2002 der Vizepräsident der EBU. Folgende Anliegen sind für uns von zentraler Bedeutung:

■ Freier Zugang zu Inhalten und Infrastrukturen der elektronischen Kommunikation in der digitalen Informationsgesellschaft

Die digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien bieten vielfältige Möglichkeiten, audiovisuelle Inhalte auf neue Weise zu produzieren und zu verbreiten. Sie eröffnen ihren Nutzern und Nutzerinnen die Chance, interaktiv an der Gestaltung der Medienumwelt teilzuhaben. Zugleich aber geben sie

den Betreibern der Infrastrukturen Mittel an die Hand, den Zugang zu eben diesen Inhalten zu kontrollieren und ggf. zu verweigern. Das gilt für den Zugang zu den audiovisuellen Diensten, aber auch für den Zugang der Programmierer zu Übertragungsnetzen und -plattformen.

Die Ambitionen der inzwischen zusammengebrochenen Kirch-Gruppe, die Entwicklung des digitalen Fernsehens in Deutschland zu diktieren, haben dies nachdrücklich dokumentiert. Mit dem Versuch, Medien- und damit Informationsmonopole aufzubauen, gehen Gefahren für den Medienpluralismus, die Angebotsvielfalt und letztlich die Funktionsfähigkeit der Demokratie einher. Deshalb setzen wir uns seit langem in Brüssel dafür ein, im digitalen Fernsehen offene und interoperable technische Lösungen zum Einsatz kommen zu lassen.

Mit der sogenannten Multimedia Home Platform (MHP) steht uns ein geeigneter Standard für das Digital-TV zur Verfügung. Mittlerweile hat diese Forderung auch Eingang in die europäische Gesetzgebung gefunden. Allerdings ist die konkrete Umsetzung bisher unzureichend. In Deutschland bringen wir die relevanten Industriekreise an einen Tisch, um die Einführung von MHP konkret zu vereinbaren.

Den europäischen Gesetzgeber fordern wir nachdrücklich auf, diese Maßnahmen zu unterstützen, aber auch die Bereitschaft zum gesetzlichen Handeln zu entwickeln. Denn es sollte einzelnen Akteuren nicht gestattet sein, den Markt zu Lasten der Nutzer und Nutzerinnen sowie der Programmanbieter zu



beherrschen. Auch deshalb nicht, weil damit schwerwiegende medienpolitische Fehlentwicklungen einhergehen. In dieser Forderung erhalten wir Unterstützung durch das Europäische Parlament.

■ Ungehinderter informationeller und kultureller Austausch über Grenzen hinweg

Das Zusammenwachsen Europas gelingt nicht allein dadurch, dass der Binnenmarkt vollendet wird oder die europäischen Staaten und Völker sich auf einen Verfassungsvertrag verständigen. Das Einigungswerk muss den Menschen im Rahmen ihres alltäglichen Lebens bewusst werden. Sie müssen es nachvollziehen können. Dazu können die Medien, insbesondere wenn sie über Satellitentechnik grenzüberschreitend ausstrahlen, eine Menge beitragen.

Fernsehen ohne Grenzen – das ist nicht nur der Titel einer EG-Richtlinie. Vielmehr geht es darum, den Rundfunk in den Dienst des grenzüberschreitenden informationellen und kulturellen Austauschs zu stellen und damit zur Herausbildung einer europäischen Identität beizutragen. Hatte das »Schengener Abkommen« das Ziel, den freien Personenverkehr am Boden zu verwirklichen, so muss es uns auch darum gehen, in Analogie »Schengener Verhältnisse« beim Satellitenrundfunk zu erreichen. Ein wichtiges Ziel, dessen Verwirklichung aber keineswegs gewiss ist! Denn die Inhaber geistiger und sonstiger Eigentumsrechte torpedieren diese Idee. Sie wollen Fernsehrechte allein für nationale Territorien vergeben, womit sie den grenzüberschreitenden Satellitenrundfunk blockieren. Außerdem lassen sie sich in Ausstrah-

lungsvereinbarungen die Verschlüsselung des digitalen Satellitensignals zusichern – so bereits anlässlich der WM 2002 in Japan und Korea von der Kirch-Gruppe praktiziert. In diesem konkreten Einzelfall haben wir seinerzeit auf die digitale Satellitenausstrahlung verzichtet und damit die digitalen Satellitenhaushalte in Deutschland notgedrungen in die schwarze Röhre schauen lassen. Aber das ist keine Lösung.

Fest steht, dass die Rechteinhaber bei aller Berechtigung ihrer Forderung, angemessenen Schutz ihrer Eigentumsrechte zu erhalten, mit ihrem Begehren nicht obsiegen dürfen. Denn es würde die Renationalisierung des Rundfunks in Europa bedeuten. Diese Praxis wäre ein Rückschlag für das europäische Einigungswerk – auch gerade im kulturellen Bereich. Deshalb haben wir Kommission und Parlament in Brüssel aufgefordert, tätig zu werden. Im Zweifelsfall ist der europäische Gesetzgeber gefordert, über rechtliche Lösungen den free flow of information in Europa sicherzustellen.

■ Stärkung und rechtliche Absicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf europäischer Ebene

Bereits heute genießt der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine starke Stellung im europäischen Primärrecht. Dem Amsterdamer Vertrag wurde seinerzeit ein Protokoll beigefügt, in dem der öffentlich-rechtliche Rundfunk unmittelbar mit den politischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der europäischen Gesellschaften in Verbindung gebracht wird. Folglich gilt, dass die europäischen Wettbewerbs-

Europäische Medienpolitik

und Beihilfenvorschriften nur in einer Weise auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk angewandt werden dürfen, die ihn nicht daran hindert, seinen Programmauftrag umzusetzen. Das Protokoll ist das Produkt hartnäckigen medienpolitischen Lobbyings des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Europa gegenüber den Gemeinschaftsinstitutionen. Im Rahmen des derzeitigen verfassungsgebenden Prozesses in der EU ist es unser Ziel, das Erreichte abzusichern und Abstriche an der Rechtsqualität des Protokolls zu verhindern.

■ Erhalt und Förderung der kulturellen Vielfalt im Rahmen der internationalen Handelsliberalisierung

Grundsätzlich gelten die Regeln des Welthandels für alle handelbaren Güter und Dienstleistungen. Kein Sektor ist per se von der Handelsliberalisierung ausgeschlossen. Es können aber bestimmte Ausnahmeregelungen auf dem Verhandlungswege erwirkt werden. Dies vermochte die Europäische Gemeinschaft in der letzten Welthandelsrunde, der sog. Uruguay-Runde, für die audiovisuellen Industrien in Europa zu erreichen. Zudem sah sie davon ab, eigene Liberalisierungsangebote zu unterbreiten. Dies bewirkt, dass die europäischen audiovisuellen Dienste faktisch von der Handelsliberalisierung ausgenommen sind.

Von mehreren Seiten wird dieser Status quo in der derzeitigen Handelsrunde allerdings in Frage gestellt. An der Seite der EBU und ihrer Mitglieder engagiert sich die ARD deshalb vehement dafür, die Ausnahmen und damit die Handlungsfähigkeit der Gemeinschaft und ihrer Mitgliedstaaten, ihre Kulturpolitiken frei zu gestalten und umzusetzen, zu erhalten. Auch unterstützen wir Initiativen mit dem Ziel, eine internationale Konvention zur kulturellen Vielfalt ins Leben zu rufen. Ihr Ziel soll es letztlich sein, die Legitimität nationaler Kulturpolitiken gegenüber den Regeln des internationalen Handels zu behaupten. Die UNESCO hat von ihren Mitgliedsstaaten mittlerweile den Auftrag erhalten, diese Konvention auf den Weg zu bringen.

■ Zugang zu internationalen Übertragungsrechten

Content is king – so ein Bonmot der Medienbranche. Angesichts der Vervielfältigung der Fernsehkanäle durch die Digitalisierung muss es allen Rundfunkunternehmen darum gehen, sich mit ausreichenden und attraktiven Sendeinhalten zu versorgen. Dieser Bedarf kann teilweise durch Eigen-, Ko- und Auftragsproduktionen gedeckt werden. Ihm dient aber auch der Rechteankauf auf den internationalen Programmmärkten. Angesichts explodierender Rechtenkosten, insbesondere im Sportbereich, ist der wdr deshalb auf einen starken Partner angewiesen. Diesen hat er in der European Broadcasting Union, die im Rahmen des Eurovisionssystems Rechte für alle interessierten Mitglieder ankauft. Dies gilt natürlich insbesondere für Übertragungsrechte an internationalen sportlichen Großereignissen wie Fußball-Welt- und Europameisterschaften, Olympischen Spielen oder etwa der Tour de France.

Die Europäische Kommission hat bereits mehrfach anerkannt, dass das Eurovisionsverfahren mit den europäischen Wettbewerbsregeln vereinbar ist. Allerdings haben die europäischen Gerichte gelegentlich Details des Verfahrens beanstandet und Abhilfe angemahnt – so auch gegenwärtig. Die EBU steht deshalb im Auftrag ihrer Mitglieder mit der Europäischen Kommission in engem Kontakt, um eine erneute wettbewerbsrechtliche Freistellung des Eurovisionsverfahrens rechtzeitig vor den sportlichen Großereignissen 2004 zu erreichen. Auch hier bringt sich der wdr nach Kräften ein – gegenüber der Kommission, aber auch gegenüber den internationalen Sportverbänden, um Übertragungsrechte für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa zu sichern.

European media policy

The promotion of (European) integration and cultural diversity is also a postulate of German and European media policy. Although such matters are primarily components of domestic and cultural policy and therefore remain the prerogative of the respective members of the European Union, it is however at the same time apparent that the general conditions and parameters are increasingly being stipulated by European policy and regulations. It is for this reason that WDR, on behalf of ARD, has for several years played an active role in European media policy.

As the year 2003 draws to a close, the ARD Liaison Office, under the management of WDR, marks its tenth anniversary in Brussels, where, with the assistance and support of the director-general, it represents the media-political interests of ARD in relation to EU institutions. In so doing, we enjoy the support of the European Broadcasting Union and other public service broadcasters throughout Europe. The director-general of WDR has been vice president of the EBU since September 2002. The following matters are of central importance to us.

■ Unrestricted access to content and infrastructures of electronic communication within the digital information society

Digital information and communication technologies offer many new ways to produce and disseminate audio-visual content. They offer their users interactive opportunities to contribute to the shape of the media environment. At the same time, however, they provide the operators of these infrastructures the means to control or prevent access to this content. This is true for both access to audio-visual services and for access by programme makers to transmission platforms and networks.

The ambitions of the Kirch Group, which has meanwhile collapsed, to dictate the development of digital television in Germany documented this clearly. The attempt to establish a media monopoly – and therefore an information monopoly – brings with it dangers

for the pluralism of media, for diversity of content and ultimately for the workings of democracy itself. That is why we have long advocated the development of open and inter-operable technical solutions for digital television on the EU level.

The so-called Multimedia Home Platform (MHP) offers a suitable standard for digital TV, and demands in this respect have now been codified in European law. However, their concrete implementation has been insufficient to date. In Germany, we are bringing together the relevant decision makers within the industry to negotiate concrete measures for the introduction of MHP.

We explicitly call on European legislators to support these measures and to underline this support by writing them into law. We must not allow individual competitors to control the marketplace to the detriment of consumers or producers of programmes. To do so would open the door to dangerous developments in the area of media policy. Our demands enjoy the support of the European Parliament.

■ Unrestricted informational and cultural exchange across international borders

European unity cannot be achieved merely through a consummate single European market or the adoption of a joint European constitution. European integration must be made a clear and conscious part of the everyday lives of all Europeans. They need to be able to understand it. The media can play a tremendous role in this effort, particularly by taking advantage of satellite technology to broadcast their programmes internationally.

“Television without borders” is more than just the title of an EU guideline. It reflects the effort to position broadcasting institutions in the service of the international exchange of culture and information, with a view toward the development of a European identity. While the objective of the “Schengen Treaty” was to facilitate free travel on the ground, what is needed now is a comparable agreement ensuring

European media policy

unrestricted satellite broadcasting. This is an important goal, the achievement of which is by no means certain! For the owners of intellectual and other property rights continue to sabotage the concept. They want to award television permits exclusively for national territories, thus blocking satellite broadcasting. In addition, they negotiate broadcasting contracts that ensure the encoding of digital satellite signals – as practised by the Kirch Group on the occasion of the 2002 World Cup in Japan and Korea. In this particular case, we relinquished digital satellite broadcasting rights, forcing Germany's digital satellite viewers to follow the action on terrestrial television. In the long term, this is not acceptable.

It seems certain that while the owners of these rights are justified in demanding and receiving appropriate protection, they must not be allowed to prevail in this matter, as that would amount to the re-nationalisation of broadcasting in Europe. This practice would be a tremendous setback for European unity – particularly in the area of culture. That is why we have called upon the Commission and Parliament in Brussels to take action. In cases of doubt, European legislators are obligated to ensure the free flow of information in Europe:

■ Strengthening and safeguarding public-service broadcasting on the European level

Public-service broadcasting already enjoys a strong standing in primary European law. In a protocol supplemented to the Treaty of Amsterdam, public-service broadcasting was placed in direct connection to the political, social and cultural needs of European society. Therefore European regulations governing competition and subsidies can only be applied to broadcasters in ways that do not hinder them from implementing their duty to produce programmes. The protocol came about in response to unyielding lobbying efforts by European public-service broadcasters against the Community institutions. Within the framework of the constitutional process currently underway in the EU, it is our goal to ensure that these achievements are safeguarded and that the legal protections of the protocol are not watered down.

■ Preservation and promotion of cultural diversity within the framework of international trade liberalisation

In principle, world trade regulations are valid for all tradable goods and services. No industry or sector is excluded per se from trade liberalisation. However, certain exceptions in relation to trader routes can be negotiated. During the most recent round of world trade negotiations, the so-called Uruguay Round, the European Union wanted to achieve one such excep-



tion for the audio-visual industry in Europe. In addition, the EU declined to propose liberalisation efforts of its own. As a result, European audio-visual services are excluded de facto from the trade liberalisation regulations.

However, the status quo of the most recent round of trade negotiations is now being called into question on several fronts. For this reason the ARD, alongside the EBU and its members, is vehemently calling for the retention of the current exceptions, and thus for the right of the Union and its member states to freely determine and implement their own cultural policies. We also support initiatives to establish an international agreement on cultural diversity. The goal of such an agreement should be to maintain the legitimacy of national cultural policies in the face of world trade regulations. Meanwhile, UNESCO has been given the task by its member states of bringing about such an agreement.

■ Access to international broadcasting rights

There is a saying in the media industry that content is king. In view of the increasing number of television channels as a result of digitalisation, all broadcasters must see to it that they acquire sufficient and attractive content. This demand can be met in part by in-house production, co-production and commissioned production. But purchasing broadcasting rights on the international programme marketplace can also be

effective. In view of exploding costs for broadcasting rights, particularly in the area of sports, WDR therefore needs a strong partner. It has found this partner in the European Broadcasting Union, which purchases broadcasting rights for all interested members within the framework of the Eurovision system. Of course, this is especially true for the broadcast rights for major international sporting events such as the World Cup, the European Football Championships, the Olympic Games and the Tour de France.

The European Commission has repeatedly recognised that the Eurovision procedure is consistent with European regulations governing competition. However, European courts have occasionally challenged details of the procedure and called for remedial action – as is currently the case. For this reason the EBU on behalf of its members is in close contact with the European Commission, in an effort to achieve renewed legal competitive approval of the Eurovision procedure in time for the major sporting events that will take place in 2004. Here, too, WDR is doing everything within its power – with regard to the Commission, but also with regard to international sporting associations – to secure broadcasting rights for public-service broadcasters in Europe.



We've come a long way – there's more to be done





Viel erreicht – noch mehr zu leisten

WDR



WDR. Mehr hören. Mehr sehen.
WDR. Hearing more. Seeing more.

Übrigens: Für Radio und TV zahlen Sie nur 53 Cent pro Tag.
Incidentally, the radio and TV licence fees cost just 0.53 euros a day