



Ausarbeitung

Vergleich der Sender CNN, Deutsche Welle, BBC und CCTV



Vergleich der Sender CNN, Deutsche Welle, BBC und CCTV

Verfasserinnen: [REDACTED]
Aktenzeichen: WD 10 - 3000 – 012/14
Abschluss der Arbeit: 24. Februar 2014
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport
Telefon: [REDACTED]

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Internationale Nachrichtenanbieter in den Vereinigten Staaten von Amerika	4
2.1.	CNN	4
2.1.1.	Organisatorische Aufstellung	4
2.2.	Budget und Finanzierung	7
3.	Deutsche Welle	7
3.1.	Organisatorische Aufstellung	8
3.2.	Strategische Aufstellung	8
3.2.1.	DW-Europa	10
3.2.2.	DW-Amerika	10
3.2.3.	DW-Arabia	10
3.2.4.	DW-Asien	11
3.2.5.	DW-Latinoamérica	11
3.3.	Budget und Finanzierung	11
4.	British Broadcasting Corporation - BBC	12
4.1.	Organisatorische Aufstellung	12
4.2.	Strategische Aufstellung	14
4.2.1.	Thematische Ausrichtung/Zielgruppen von BBC-Worldwide	14
4.2.2.	Thematische Ausrichtung/Zielgruppen des BBC-Worldservice	14
4.3.	Budget	15
4.3.1.	Budget BBC – Worldwide	15
4.3.2.	Budget BBC - insgesamt	15
4.4.	Finanzierung	16
5.	CCTV	17
5.1.	Organisatorische Aufstellung	17
5.2.	Thematische Ausrichtung	18
5.3.	Budget	19
5.4.	Einnahmen des CCTV	19
5.5.	Globale Strategie	20
5.5.1.	CCTV-4 International (auf Mandarin)	20
5.5.2.	CCTV Fremdsprachenkanäle	20
5.5.3.	Die globale Expansion des CCTV	21
6.	Sendervergleich	22
7.	Literaturverzeichnis	24

1. Einleitung

Rundfunk kann in Zeiten moderner Informationstechniken weltweit verbreitet werden. Dies bedeutet aber auch Einflussnahme auf die Meinungsbildung und Meinungsmacht. So gab es bereits 1942 mit **Voice of America (VOA)**¹ einen offiziellen staatlichen Auslandssender der USA, der allerdings heute international an Bedeutung verloren hat. Mit der Entwicklung der neuen Medien, des Internets und seinen Online-Angeboten hat der Kampf um die Meinungshoheit eine neue Dimension angenommen.

Den wirtschaftlichen Konkurrenzkampf der Medien bekommen nicht nur die Pressemärkte zu spüren, auch internationale Nachrichtenanbieter wie CNN, Deutsche Welle, BBC oder CCTV sind hiervon betroffen.

2. Internationale Nachrichtenanbieter in den Vereinigten Staaten von Amerika

2.1. CNN

Die Fernsehbranche in den USA ist großindustriell geprägt. Fernsehsender wie CNN gehören zu größeren Medienkonzernen. Betreiber des Senders CNN ist **Time Warner**. Time Warner übernahm im September 1995 die Turner Broadcasting Systems TBS (u.a. Betreiber von CNN) für 8 Mrd. \$ und wurde damit zum größten Medienkonzern der Welt (Kleinsteuber, 1219). Im Ranking der 50 größten Medienkonzerne der Welt für 2013 steht Time Warner Inc. (USA) mit 22,361 Mrd. Euro auf dem fünften Platz.²

Cable News Network (CNN) ist ein englischsprachiger amerikanischer Fernsehsender mit Sitz in Atlanta, Georgia. Er wurde von Ted Turner als weltweit erster reiner Nachrichtensender gegründet. CNN hat Beteiligungen an Fernsehsendern in anderen Ländern erworben. Zu diesen gehört auch die CNN International.³

2.1.1. Organisatorische Aufstellung

CNN International wurde im September 1985 gegründet und stellt den internationalen Ableger des US-amerikanischen Nachrichtensenders Cable News Network (CNN) dar und sendet weltweit 24 Stunden am Tag. Hierin unterscheidet sich CNN International vom nationalen Sender CNN/US. Mehr als eine Milliarde Menschen in 212 Ländern können den Sender CNN International sowohl über Kabel als auch über einen Verbund von 38 Satelliten empfangen.

1 Vgl. die Website von VOA, im Internet abrufbar unter: <http://www.voanews.com/>. Weitere Auslandssender sind Radio FreeEurope/Radio Liberty, RFE/RL, im Internet abrufbar unter: <http://www.rferl.org/> und Radio Free Asia RFA mit Hauptsitz in Washington, im Internet abrufbar unter: <http://www.rferl.org/>.

2 Media Perspektiven, Heft 4, 2013, S. 253. Die BBC steht in dieser Rangliste, die die größten Medienkonzerne der Welt nach Umsatzzahlen auflistet, auf Platz 21 mit 5,893 Mrd. Euro; die ARD dagegen auf Platz 19 mit 6,270 Mrd. Euro.

3 Vgl.: <http://edition.cnn.com/CNN/>.

Eine Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos kam im Juni 2013 zu dem Ergebnis, dass CNN International der „Nachrichtenanbieter Nummer eins für Topentscheider in Europa“ sei.⁴

Als Folge einer Reorganisation im Jahr 1997, gibt es seitdem fünf getrennt eingetragene Kanäle:

- CNN International Europe/Middle East/Africa,
- CNN International Asia Pacific,
- CNN International South Asia,
- CNN International Latin America
- CNN International North America

Weltweite Aufmerksamkeit erlangte der CNN mit der Berichterstattung über den Golfkrieg. Hervorzuheben sind auch seine „breaking news“, aktuelle Schlagzeilen und Meldungen, deren Übertragung das Programm jederzeit unterbrechen kann. Auch aktuelle Interviews mit prominenten Gästen (beispielsweise bei Christiane Amanpour) sind zu einem Markenzeichen von CNN geworden.

CNN und CNN International verstehen sich als „**global player**“. Das ganztägige Nachrichtenprogramm deckt alle Bereiche ab: Politik, Wirtschaft, Sport, Reisen, aber auch Unterhaltung und Kultur.

CNN International Europe/Middle East/Africa

CNN International Europe/Middle East/Africa wurde im September 1985 gegründet und sendet in Englisch. Verbreitet wird das Programm in mehr als 109 Millionen Haushalten, Hotelzimmern und speziellen Geschäften. In Europa gibt es hiervon mehr als 94 Millionen, im Mittleren Osten mehr als 11 Millionen und in Afrika mehr als 4 Millionen.

Büros von CNN International Europe/Middle East/Africa gibt es in Bagdad, Berlin, Beirut, Kairo, Dubai, Frankfurt, Istanbul, Jerusalem, Johannesburg, Lagos, London, Madrid, Moskau und Rom.

CNN International Europe/Middle East/Africa sendet Nachrichten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Weltsport, Unterhaltung, Technik und Reisen. Allein CNN London produziert das Programm für mehr als 50 Stunden pro Woche. Dies stellt eine Kombination europäischer Nachrichten der Hauptsendezeit, Wirtschafts- und Sportprogramme und wöchentlicher Reportagen und Kommentare dar. Die in London produzierten Programme umfassen die europäische Frühstückssendung ‚CNN Today‘, tägliche Wirtschaftsnachrichten, die in ‚Business International‘ und ‚World Business International‘ ausgestrahlt werden und die wöchentliche Sendung ‚International

4 So eine Pressemeldung der Time Warner Company, im Internet abrufbar unter: <http://www.tur-nertv.de/presse/pressemitteilung/article/cnn-international-ist-der-nachrichtenanbieter-nummer-eins-fuer-topentscheider-in-europa/>. So auch: CNN International ist Nummer eins unter den internationalen Nachrichtensendern im EMEA Raum, Pressemitteilung vom 4. Juni 2013, im Internet abrufbar unter: <http://www.marketing-boerse.de/News/details/CNN-International-ist-die-Nummer-Eins-unter-den-internationalen-Nachrichtensendern-im-EMEA-Raum/28170>.

Correspondents', bei der sich führende internationale Journalisten und Medienfachleute zu einem Gespräch am Runden Tisch zusammenfinden.

CNN International Asia Pacific

CNN International Asia Pacific wurde im August 1989 gegründet. Gesendet wird in Englisch mit Programmen, die durch Rundfunkpartner aus der Region in Landessprachen synchronisiert wurden. CNN International Asia Pacific erreicht mehr als 27 Millionen Haushalte (inklusive CNN International South Asia). Die Büros befinden sich in Bangkok, Beijing, Hong Kong, Islamabad, Jakarta, New Delhi, Seoul, Sydney und Tokyo.

Für 30 Stunden pro Woche produziert CNN über seine Asia Pacific Produktionszentren in Hong Kong Programme, deren Schwerpunkt regionale Themen sind. Beispielsweise werden in Hong Kong ‚CNN Today‘, ‚World News Asia‘ und ‚Talk Asia‘ produziert. Hinzu kommen regelmäßig im Laufe des Tages aktuelle Wirtschaftsnachrichten.

CNN International South Asia

CNN International South Asia wurde im Juli 2000 gegründet. Gesendet wird in Englisch. Die Büros des Senders befinden sich in Islamabad und in New Delhi.

CNN International Latin America

In Lateinamerika kann man CNN seit 1980 empfangen. Während der Empfang zu Beginn nur in Teilen der Region (Mexiko, Zentralamerika, etc.) möglich war, wurde CNN International America im Januar 1989 über Pan Am SAT 1 ausgestrahlt und war damit für ganz Lateinamerika erreichbar. Im Jahr 1991 ersetzte CNN International CNN Pan Am SAT 1.

Mehr als 12 Millionen Haushalte können das in Englisch ausgestrahlte Programm empfangen. Die Büros von CNN International Latin America befinden sich in Buenos Aires, Havanna und Mexiko City.

CNN International North America

In den Vereinigten Staaten ist CNN International auf CNN International North America zu empfangen. Außerdem gibt es in den Vereinigten Staaten einen 24-Stunden Service von CNN International, der über bestimmte Kabelsysteme in den USA empfangen werden kann. Gesendet wird in Englisch. CNN International North America kann in mehr als 3,5 Millionen Haushalten empfangen werden. Zum Programm gehören Nachrichten, Wirtschaftsmeldungen und Lifestyle-Meldungen von CNN International Asia Pacific.

2.2. Budget und Finanzierung

Rundfunkunternehmen in den Vereinigten Staaten finanzieren sich ausschließlich über Werbeeinnahmen. Auch CNN finanziert sich durch Werbung. Dies bedeutet aber auch, dass der Sender ein Interesse daran haben muss, dass Zuschauer in den Werbepausen nicht zu einem anderen Sender wechseln. Das Interesse der Zuschauer und das Interesse der Werbewirtschaft, dass ein attraktives Rahmenprogramm angeboten wird, müssen in Einklang gebracht werden.

„Ökonomisch gesehen produzieren die Rundfunkunternehmen Zuhörer-/Zuschauerschaften. Die eingeschalteten Programmkonsumenten werden dann an die Werbewirtschaft „verkauft“. Der schließlich erzielte Preis des Produkts wird in Dollar pro tausend Zuschauer pro Zeiteinheit für Werbezeit angerechnet“ (KLEINSTEUBER 1217).

Um möglichst viele Zuschauer zu generieren muss der Sender auch die Nachricht nach der Werbung so spannend vermitteln, dass der Zuschauer den Anschluss nicht verpassen und deshalb auch nicht umschalten wird. CNN macht die Nachrichten spannend, indem beispielsweise die Reporter von CNN unmittelbar aus der Krisenregion berichten oder Zeitzeugen präsentieren.

Neben anderen Beteiligungen ist CNN an dem in Berlin ansässigen Fernsehsender N-TV beteiligt. CNN Time Warner, Inc. besitzt Aktienkapital von N-TV.

3. Deutsche Welle

Die Deutsche Welle (DW) ist der Auslandsrundfunk Deutschlands, die „mediale Stimme Deutschlands im Ausland“. Sie ging am 3. Mai 1953 auf Sendung. Seit 1960/62 ist sie der Auslandssender der Bundesrepublik Deutschland und seit 1962 Mitglied der Arbeitsgemeinschaft der Landesrundfunkanstalten (ARD). Die DW bietet in deutscher Sprache sowie auch in anderen Sprachen Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) sowie Telemedien für das Ausland an. Dabei verfolgt sie das Ziel, Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat zu vermitteln.

Rechtsgrundlage für die Deutsche Welle ist das **Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts »Deutsche Welle«** vom 16. 12. 1997 in der Fassung der Bekanntmachung vom 11. Januar 2005. Aufgabe der DW ist danach, »für das Ausland Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) und Telemedien« anzubieten«. Ihre Angebote »sollen Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat“ verständlich machen. Die Deutsche Welle arbeitet somit auf der Grundlage eines Bundesgesetzes (vgl.: §§ 3 und 4 Deutsche-Welle-Gesetz-DWG).⁵ Anders als CNN ist die Deutsche Welle damit keine private Rundfunkanstalt,

⁵ Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts „Deutsche Welle“, Deutsche-Welle-Gesetz-DWG in der Fassung der Bekanntmachung vom 11. Januar 2005 (BGBl. I S. 90).

sondern wie oben dargestellt seit 1960/62 Auslandsrundfunkanstalt der Bundesrepublik Deutschland.

3.1. Organisatorische Aufstellung

Die Deutsche Welle besitzt als Organe einen Rundfunkrat, einen Verwaltungsrat sowie einen Intendanten. Der Rundfunkrat vertritt gemäß § 32 DWG die Interessen der Allgemeinheit, überwacht die Einhaltung der Programmgrundsätze, beschließt die Aufgabenplanung der Deutschen Welle und wählt den Intendanten (§ 32 i.V.m. § 40 DWG). Der Verwaltungsrat überwacht die Geschäftsführung des Intendanten außerhalb der Programmgestaltung (§ 37 DWG).

Der **Rundfunkrat** ist das wichtigste Aufsichtsgremium. Er besteht aus 17 Mitgliedern: je zwei vom Bundestag und vom Bundesrat gewählten, drei von der Bundesregierung benannten und zehn Mitgliedern, die ein festgelegter Kreis von Gruppen und Organisationen benennt, die im Gesetz einzeln aufgeführt sind (vgl.:§ 31 DWG). Das zweite Gremium, der **Verwaltungsrat**, überwacht die Geschäftsführung des Intendanten »außerhalb der Programmgestaltung«. Er hat sieben Mitglieder, vier davon gewählt vom Rundfunkrat, je eines benannt von Bundestag, Bundesrat und Bundesregierung (§ 36 DWG). Allein verantwortlich für die Programmgestaltung und den gesamten Betrieb der Anstalt ist ein vom Rundfunkrat auf jeweils sechs Jahre gewählter Intendant (§ 42 DWG). Zur Führungsspitze der DW gehören weiter zwei Programmdirektoren für die Multimediadirektionen Regionen und Global, ein Verwaltungsdirektor und ein Direktor Distribution. Die Rechtsaufsicht über die Deutsche Welle liegt bei der Beauftragten für Kultur und Medien – BKM.

3.2. Strategische Aufstellung

Die Deutsche Welle ist mit Hörfunkprogrammen, sechs Fernsehkanälen, einem Webangebot in mehr als 60 Nationen vertreten und wird wöchentlich von mehr als 100 Millionen Menschen genutzt⁶. Sie präsentiert ihrem Publikum ein multimediales Angebot – mit weltweit sechs TV-Programmen in Englisch, Deutsch, Spanisch und Arabisch sowie mit Informationsangeboten in 30 Sprachen in Radio/Audio und/oder Internet.⁷

Der Basiskanal im Fernsehangebot der Deutschen Welle ist in Nordamerika, Afrika, Asien und Australien zu empfangen. Dieser Kanal liefert 24 Stunden täglich ein Programm in englischer Sprache. Darüber hinaus gibt es fünf weitere TV-Angebote, die sprachlich und inhaltlich auf Nutzer bestimmter Regionen zugeschnitten sind.⁸

Mit der Deutschen Welle wird das Ziel verfolgt, deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten

6 Im Jahr 2012 wurde die DW von 101 Mio. Menschen/wöchl. genutzt (BT-DrS. 17/14285, S.4).

7 Deutsche Welle, Zahlen, Daten, Fakten, 1.10.2013, abgerufen am 30.1.2013, <http://www.dw.de/zahlen-daten-fakten/a-15679961>.

8 Vgl.: <http://www.dw.de/multimedial-in-30-sprachen/a-15668860>.

ein Forum zu geben. Damit soll das Verständnis und der Austausch der Kulturen und Völker gefördert werden. In der Zentrale der Deutschen Welle in Bonn sowie an dem Standort in Berlin arbeiten rund 3.000 freie und festangestellte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

In der Vergangenheit, so auch in einem Gutachten aus dem Jahr 2000 (GROEBEL 2000), war gefordert worden, dass die Deutsche Welle, ihr Profil überarbeite, um sich klarer am Markt positionieren zu können.

Mittlerweile hat sich die Deutsche Welle neu aufgestellt und Umstrukturierungen vorgenommen. Nicht zuletzt aufgrund der wachsenden internationalen Konkurrenz und knapper werdender finanzieller Mittel hat sie ihr Programmangebot und ihre redaktionellen Strukturen neu ausgerichtet. Fernsehen und Internet sind die neuen Schwerpunkte. Das Ziel ist eine stärkere und zielgerichtete Präsenz in wichtigen Regionen, schlankere Strukturen, eine straffere redaktionelle Koordination und eine verbesserte Aufbereitung der Inhalte bei gleichzeitig verringertem Bedarf an Personal. Mit einer neuen Programmdirektion und Veränderungen in den journalistischen Angeboten, soll sich die multimediale Ausrichtung der Deutschen Welle zukünftig manifestieren:

„Die Deutsche Welle manifestiert so auch in ihrem Gefüge, dass sie die Aufteilung nach Medien überwindet. Stattdessen orientiert sich die neue Struktur an Sprachen und Inhalten. Die frühere Programm- und die Fernsehdirektion wurden zunächst zu Multimediadirektionen weiterentwickelt. Seit 1. November 2013 arbeiten alle Redaktionen in einer gemeinsamen Programmdirektion – standortübergreifend und multimedial.

Die Multimediadirektion Global und die Multimediadirektion Regionen werden seither unter der Leitung von Gerda Meuer, zuvor Direktorin der DW Akademie, zusammengeführt. Die Redaktionen unter dem Dach der Programmdirektion wirken mit ihren journalistischen Inhalten in 30 Sprachen an der weltweiten Meinungsbildung mit. Ob am Standort Bonn oder Berlin – alle Bereiche arbeiten gleichberechtigt und standortübergreifend zusammen.“⁹

Die Deutsche Welle wird zukünftig verstärkt auf Fernsehen und Internet setzen und das Radioprogramm zurückfahren. Auch englischsprachige Beiträge sollen ein stärkeres Gewicht erhalten; ein weiterer Fokus wird auf den Fernseh- und Onlinebereich liegen. Medienexperten und ausländische Politiker begrüßten mehrheitlich die neue Aufgabenplanung der Deutschen Welle.¹⁰

Diese Aufgabenplanung der Deutschen Welle bis 2013 wurde im Deutschen Bundestag am 07. April 2011 diskutiert. Mit der Frage, wie es mit der Deutschen Welle weitergeht, wird sich auch der Ausschuss für Kultur und Medien der 14. Legislaturperiode mit der neuen Vorsitzenden, Monika Grütters (CDU/CSU) zu beschäftigen haben.¹¹ Mehrheitlich war die Reform des Auslandssenders „Deutsche

9 Stevens, Berthold, DW, Strategie, Neue Programmdirektion, 19.11.2013, im Internet abrufbar unter: <http://www.dw.de/neue-programmdirektion/a-6596646>.

10 BT-Drs. 17/1289, S. 37ff.

11 Bundestagsdrucksachen zum Thema: BT-Drs. 17/4521; BT-DrS 17/4521; BT-DrS. 1289; BT-DrS. 17/14285.

Welle“ vom Bundestag gutgeheißen worden.¹² Auch der Ausschuss für Kultur und Medien war sich darüber einig, dass die Deutsche Welle nur mit einem profilierten Angebot auf den wettbewerbsintensiven Medienmärkten konkurrieren kann. Es war deshalb eine „Multiplattformstrategie“ vorgeschlagen worden.¹³

In diesem Zusammenhang wird aber auch betont, dass Kernaufgabe der Deutschen Welle die Förderung der deutschen Sprache sei. Außerdem fördert die Deutsche Welle mit der DW-Akademie eine Einrichtung zur Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden in aller Welt.

Anders als CNN ist die Deutsche Welle kein reiner Nachrichtensender. Die Deutsche Welle verfolgt mit ihren unterschiedlichen Angeboten auch das Ziel, den Zugang zur deutschen Sprache und den Austausch zwischen den Nationen zu fördern. **Die DW Akademie** ist das internationale Zentrum der Deutschen Welle für Medienentwicklung, Medienberatung und journalistische Aus- und Fortbildung. Sie bietet ihren Partnern weltweit ein breites Spektrum an Trainings- und Beratungsprojekten an.

3.2.1. DW-Europa

DW (Europe) sendet für Zuschauer in Europa 18 Stunden täglich in Englischer Sprache. Außerdem werden morgens und abends zur Hauptsendezeit sechs Stunden in deutscher Sprache ausgestrahlt.

Das Programm besteht aus Nachrichten, Informationen und Unterhaltung aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport und Reisen, Wissen und Umwelt. In Talksendungen und Magazinen werden Informationen und Geschichten hinter den Schlagzeilen präsentiert¹⁴.

3.2.2. DW-Amerika

DW-Amerika sendet ganztägig in deutscher Sprache; Zuschauer in Nordamerika und Lateinamerika können das Programm täglich 20 Stunden auf Deutsch empfangen. Das Programm umfasst die Bereiche Politik, Wirtschaft, Unterhaltung, Kultur, Sport. Auch Angebote von ARD und ZDF aus diesen Bereichen werden gesendet.¹⁵

3.2.3. DW-Arabia

Die DW (Arabia) kann von ihren Rezipienten in Nordafrika und Nahost zehn Stunden auf Arabisch und 14 Stunden auf Englisch empfangen werden. Bei DW-Arabia gibt es außerdem ein Bildungsprogramm, das über das Radio zu empfangen ist. Für diese Region sind die Programme der

12 Eine Zusammenfassung ist zu finden unter: Mehrheit für Reform der Deutschen Welle, im Internet abrufbar unter: http://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2011/34043701_kw14_de_deutsche_welle/.

13 BT-Drs. 17/1289, S. 14.

14 Informationen zu DW-Europa zu finden auf: <http://www.dw.de/dw-europe/a-15707320>.

15 Informationen zu DW (Amerika) zu finden auf: <http://www.dw.de/dw-amerika/a-15707348>.

DW auch in den großen Regionalsprachen (Kiswaheli für Ostafrika und Urdu für Pakistan) weiterhin über Kurzwelle und regionale Radiopartner zu empfangen. Für diese Region gibt es außerdem ein besonderes Bildungsprogramm („Learning by Ear“).

3.2.4. DW-Asien

DW (Asien) sendet für Zuschauer in Asien 24 Stunden täglich in deutscher Sprache ein Programm, das eine Rundumversorgung aus Nachrichten, Informationen, Meldungen aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur und Sport, Hintergrundberichte und Shows, sowie Sendungen von ARD und ZDF umfasst.

3.2.5. DW-Latinoamérica

DW-Latinoamérica bietet ihren Zuschauern täglich 24 Stunden Spanisch. Das Programm beinhaltet insbesondere Nachrichten, aber auch Informationen und Hintergrundberichte aus Wirtschaft, Kultur und Sport und Konzerte.

3.3. Budget und Finanzierung

Die Deutsche Welle wird aus Steuermitteln des Bundes finanziert. Der Etat für das Jahr 2012 betrug rund 288 Millionen Euro. Mittelgeber ist die Beauftragte für Kultur und Medien (BKM). Für das Jahr **2013** stellte die BKM rund **270 Millionen** Euro für die Realisierung der Programme in den Bereichen Radio, Fernsehen und Internet zu Verfügung¹⁶.

„Die DW verfügte 2012 über Bundeszuweisungen in Höhe von 271 Millionen Euro. Mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln finanziert die DW die Programmproduktion (Personal- und Honorarkosten sowie Lizenzen) in 30 Sprachen und über drei Medien, die Ausstrahlung und Distribution (beispielsweise Anmietung von terrestrischen Frequenzen oder Satelliten) sowie in Investitionen und Betriebskosten.

Der Bundeszuschuss für die Deutsche Welle wurde im Zeitraum 1998-2011 von 321 Millionen Euro auf 273 Millionen Euro abgesenkt. Damit wurde der Zuschuss um 47,4 Millionen Euro (=14,8 %) reduziert, 2012 erfolgte eine weitere Reduktion des Zuschusses auf 271 Millionen Euro. 2013 sinkt der Zuschuss erneut: um zwei Millionen Euro jährlich auf 296 Millionen Euro. Im Zeitraum 1998-2013 senkte das BKM seinen Zuschuss also insgesamt um 51,4 Millionen Euro (=16%), wobei nach dem Jahr 2005 keine größeren Kürzungen sowie keine globalen Minderausgaben stattfanden (...)“¹⁷

Laut einem Bericht der Berliner Zeitung¹⁸ hat der neue Intendant der Deutschen Welle, Peter Limbourg Gespräche mit Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble geführt; in diesen soll es auch um

16 Vgl.: http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/Beauftragte fuer Kultur und Medien/medien/deutscheWelle/_node.html.

17 Deutscher Bundestag, 17. WP, Drucksache 17/14285, S. 23.

18 Kahlschlag bei der Deutschen Welle. Streichung deutschsprachiger Sendungen, Berliner Zeitung, 19. 01. 2014; siehe auch German Wave, In Konkurrenz zu BBC und CCN, TAZ, 20. 01. 2014.

eine Erhöhung des Zuschusses für die Deutsche Welle um zehn Millionen Euro gegangen sein. Diese Berichte konnten von der Deutschen Welle jedoch nicht bestätigt werden. Vielmehr wird auf den Koalitionsvertrag verwiesen, in dem es heißt: „Die Deutsche Welle ist eine wichtige Stimme Deutschlands in der Welt und muss dauerhaft und spürbar gestärkt werden.“ Weiter teilte die Deutsche Welle mit, dass der Intendant der Deutschen Welle, Peter Limbourg, auf der Grundlage des Koalitionsvertrages davon ausgehe, dass die Politik die DW auch finanziell stärken wolle. Dies habe er geäußert. Nicht richtig sei, dass der Intendant von einer konkreten Erhöhung gesprochen habe. Insofern gehe die genannte Zahl von zehn Millionen Euro nicht auf Peter Limbourg zurück.¹⁹

4. British Broadcasting Corporation - BBC

In Großbritannien sind einige sehr große kommerzielle Mediengruppen vertreten (z.B. Virgin Media, British Sky Broadcasting (kurz BSkyB), der größte Anbieter von Pay-TV in Großbritannien und Irland; oder ITV (Independent Television), ein Netzwerk aus mehreren unabhängig voneinander agierenden kommerziellen Fernsehstationen im Vereinigten Königreich.²⁰ Die **BBC (British Broadcasting Corporation)** mit Stammsitz in Großbritannien ist dabei nicht nur das größte Medienunternehmen, sondern auch die weltweite größte gebührenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt. Sie strahlt die Fernsehprogramme BBC One und BBC Two aus und betreibt mit BBC Three, BBC Four, BBC HD, CBeebies, CBBC, BBC News 24 und BBC Parliament sieben digitale Fernsehkanäle. Die Website www.bbc.com zählt zu den meistfrequentierten Informationsquellen weltweit.²¹

Die BBC wurde 1922 als Privatunternehmen gegründet; 1926 ging der Sender in öffentlich-rechtliche Trägerschaft über. Seit 1965 heißt der Auslandsdienst der BBC „**BBC World Service**“ (GROEBEL 2000, 15). Das Programm der BBC umfasst sowohl Nachrichten und Reportagen als auch Spielfilmproduktionen, Dokumentationen, Komödien, sowie Unterhaltungsformate, Lifestyle- und Kindersendungen.

4.1. Organisatorische Aufstellung

Auf dem Gebiet des Auslandsrundfunks war die BBC seit 1987 aktiv. Unter dem Dach des BBC World Service entstand 1991 das Auslandsfernsehen BBC World Service Television. Dieses war zunächst auf Asien und den mittleren Osten begrenzt. Das Sendegebiet wurde dann aber erweitert auf Japan, Afrika, Europa und schließlich Lateinamerika und die Karibik.

19 Telefonat mit der Deutschen Welle, Herrn Stevens vom 18. Februar 2014 sowie E-Mail Deutsche Welle vom gleichen Tag.

20 Eine Tabelle der größten Medienunternehmen/Unternehmensgruppen 2007/2008 ist zu finden bei: Humphreys, Peter, Das Mediensystem Großbritanniens, Internationales Handbuch Medien, 2009, S. 334.

21 Vgl.: <http://www.bbcgermany.de/GERMANY/bbc/bbcgermany.php>.

„1996 wurde das BBC Auslandsfernsehen privatisiert und wird seitdem als Joint Venture mit der Mediengruppe Pearson unter dem Dach der BBC-Vermarktungsgruppe BBC Worldwide geführt.“ (FEILCKE 2011, 144/145).

BBC Worldwide ²²ist eine **100%ige Tochter der BBC Worldwide Ltd.** Das Unternehmen ist in sieben Sparten tätig: Sender, Produktion und Inhalt, Digitale Medien, Verkauf und Verteilung, Magazine und Kinder & Lizenzen, Home Entertainment und Globale Marken. Sowohl über eigene Bereiche als auch über Joint Ventures ist BBC Worldwide für die kommerzielle Verwertung von Rechten und Inhalten für die BBC verantwortlich. BBC Worldwide als Vermarktungsfirma soll den öffentlichen Auftrag der BBC finanziell unterstützen. Die Standards der BBC, ihre Werte und Maßstäbe sollen dabei nicht angetastet werden.

Geographisch betrachtet kann man das Empfangsgebiet von BBC Worldwide in die Regionen Nord-Amerika, Vereinigtes Königreich, Australien und Neuseeland aufteilen. Hinzu kommen globale Märkte wie Asien, Zentral- und Osteuropa, Lateinamerika und West-Europa.²³

Niederlassungen von BBC Worldwide Ltd finden sich für Europa in London, Köln, Paris und Warschau; in Amerika in New York, Los Angeles, Miami, Sao Paulo, Mexico City und Toronto; für die Asien Pazifik-Region in Hong Kong, Singapur, Beijing, Tokio, Korea, Mumbai, Bangalore, Delhi, Sydney und Taiwan.

Vom Fernsehprogramm der BBC Worldwide zu unterscheiden ist der Hörfunksender. **BBC World Service**²⁴, ein internationaler **Hörfunksender**, dessen Programme in 28 verschiedenen Sprachen weltweit analog wie digital, über Kurzwelle und Satellit ausgestrahlt werden und dessen Sendungen jede Woche über 188 Millionen Hörer den verschiedensten Sprachen empfangen²⁵. Der BBC World Service ist das **Auslandsradio** der BBC, er sendet 24 Stunden täglich und kann in mehr als 200 Ländern empfangen werden. Aktuell und bezogen auf den gesamten globalen Nachrichtensender BBC werden jede Woche 256 Millionen Menschen erreicht.²⁶

22 Vgl.: <http://www.bbcworldwide.com/>.

23 Vgl.: <http://www.bbcworldwide.com/about-us.aspx>.

24 <http://www.bbc.co.uk/worldserviceradio>.

25 BBC World Service - About | Facebook, <https://www.facebook.com/bbcworldservice/info>.

26 Vgl.: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2013/global-audience-estimate.html>.

4.2. Strategische Aufstellung

Der BBC World Service ist Teil einer globalen Nachrichtenabteilung. Zu dieser gehören der internationale englischsprachige Fernsehsender **BBC World News**; der internationale online-Nachrichtendienst <http://www.bbc.com/news/>; der globale Medien-Tracking-Service BBC Monitoring; sowie die internationale Wohltätigkeitsinitiative BBC Media Action.

Konstitutionell wurde die BBC durch die **Royal Charta**²⁷ etabliert. Auch der BBC World Service agiert unter der Royal Charta. Die derzeit maßgebliche Fassung der Royal Charta trat im Jahr 2007 in Kraft und hat Gültigkeit bis Ende 2016. In ihr wird ausdrücklich die Unabhängigkeit der BBC anerkannt und deren öffentliche Ziele unterstrichen. Auch die neben der Royal Charta anzuwendende zusätzliche Vereinbarung (Broadcasting Agreement for the Provision of the BBC World Service) betont die redaktionelle Unabhängigkeit der BBC und regelt ihre Verpflichtungen gegenüber der Öffentlichkeit. In Charta und Vereinbarung verpflichtet sich die BBC, einen hohen journalistischen Standard zu wahren und den verlegerischen und ethischen Ansprüchen, die sie sich gegeben hat, auf hohem Niveau gerecht zu werden²⁸.

4.2.1. Thematische Ausrichtung/Zielgruppen von BBC-Worldwide

BBC-Worldwide Limited, die in neuer Form BBC Enterprises 1995 ablöste, ist als kommerzieller Arm der BBC, eine Tochterfirma der British Broadcasting Corporation. Zu den Zielen des Unternehmens gehört, die BBC als öffentlichen Rundfunk zu unterstützen und die Einnahmen zu dessen Gunsten zu maximieren. Dies geschieht, indem die Inhalte der BBC weltweit vermarktet werden, Programme der BBC sowie andere britische Programme für den Rundfunk werden weltweit verkauft mit dem Ziel, den Geschäftsgewinn der BBC zu maximieren. Zu diesen Geschäftsbereichen gehören neben der Vermarktung von Inhalten, die Vermarktung des digitalen Angebots inklusive des Bereichs Werbung, sowie die Vermarktung von Firmenmarken. Mit diesen Geschäften sollen die Einnahmen der BBC, die diese über die Rundfunkgebühren erhält, ergänzt werden.

BBC-Worldwide arbeitet aber gleichwohl auch unter den Zielsetzungen der BBC, zu denen nicht nur ökonomische Effizienz gehört, sondern auch, den guten Namen und die Grundsätze der BBC anzuerkennen und den Standard, für den sich der Name verbürgen will, nicht zu gefährden.

4.2.2. Thematische Ausrichtung/Zielgruppen des BBC-Worldservice

Der BBC-Worldservice, wie im Grunde auch BBC-Worldwide verstehen sich als „global players“, als global agierendes Medienunternehmen. Der Bildungsauftrag, die Verbreitung der englischen Sprache, gehört ebenso zu dessen Zielsetzung, wie auch die Verbreitung von Offenheit oder Fairness.

So erklärte auch der Chief Operating Officer der BBC World News, Jim Ergon, dass die Inhalte der BBC für ein weltweites Publikum bereitgestellt würden. Die Berichterstattung sei dabei zeitlich

27 Royal Charta und Agreement sind über die Internetseiten des Royal Trust im Internet abrufbar. Vgl.: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/governance/regulatory_framework/charter_agreement.html.

28 Vgl.: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/page/guidelines-editorial-values-introduction>.

so über den Tag abgestimmt, dass für die jeweiligen Themen, das größtmögliche Publikum erreicht werde. So sei beispielsweise „World News Today“ stärker auf die Zuschauer in Europa und im mittleren Osten zugeschnitten, während „Impact“ mehr das Publikum im asiatisch-pazifischen Raum anspreche. Auf bestimmte Regionen seien dagegen Sendungen wie „India Business Report“, „World News America“ oder „Focus Africa“ zugeschnitten.

„Der Fernsehsender BBC World News selbst spricht vor allem das Publikum im Alter zwischen 35 und 54 Jahren an. Wenn man sich jedoch die Verbreitung über verschiedenen Plattformen – also TV, Internet und mobile Verbreitung – ansieht, dann haben unsere jüngsten Untersuchungen ergeben, dass die 25-bis 34-Jährigen die größte Zielgruppe sind.“²⁹

Mit all ihren verschiedenen Aktivitäten verfolgt die BBC ihre Mission, zu informieren und die Menschen weltweit zu verbinden und am Weltgeschehen teilnehmen zu lassen („To inform, connect and empower people around the world“).

4.3. Budget

4.3.1. Budget BBC – Worldwide

Wie aus ihrem **Geschäftsbericht für das Jahr 2013**³⁰ zu entnehmen ist, machte BBC Worldwide im Jahr 2013 (Stichtag 31. März 2012) einen Profit von £ 125.2m (2011/12 £ 103.5m+21.0 %). Die an die BBC in diesem Zeitraum zurückfließenden Mittel beliefen sich auf £ 156.0 m (2011/12 £ 215.7m – 27.7 %).³¹

4.3.2. Budget BBC - insgesamt

Das Budget der BBC, aus dem die Rundfunkaktivitäten des Senders finanziert werden, ergibt sich aus den Rundfunkgebühren britischer Haushalte. Insofern ist das System vergleichbar mit dem in Deutschland.³²

Im „Annual Report 2012/13“ werden folgende Einnahmen aufgeführt:

-
- 29 BBC-World News: „Aus Großbritannien für die ganze Welt“, im Internet abgerufen unter: <http://www.digitalfernsehen.de/BBC-World-News-Aus-Grossbritannien-fuer-die-ganze-Welt.101614.0.html>, 11.2.2014.
- 30 BBC Worldwide Limited. Annual Report and Financial Statements for the year ended 31 March 2013, im Internet abrufbar unter: <http://www.bbcworldwide.com/annual-review/annual-review-2013.aspx>. Stand: 12.02.2014.
- 31 Der Geschäftsbericht und die Financial Statements sind im Internet abrufbar unter: <http://www.bbcworldwide.com/annualreview>.
- 32 Geschäftsbericht, Jahresbericht und die BBC Full Financial Statements 2012/13 sind im Internet abrufbar unter: <http://www.bbc.co.uk/annualreport/2013/home/>

	2012/13	2011/12
Einnahmen aus Rundfunkgebühr insg.	£ 3,656m	£ 3,606m

Einnahmen aus kommerziellen Aktivitäten

(incl. BBC Worldwide, BBC Studios und Post Produktion und BBC Global News Ltd.

Gewinn (brutto)	2012/13	2011/12
	£ 155m	£ 222m

Für das Budget des BBC-Worldservice wurde bislang eine Beihilfe des Foreign Office gezahlt. Die Unterstützungszahlungen durch das Foreign Office für den BBC World Service und durch das Commonwealth Office für BBC Monitoring betragen insgesamt:

Beihilfegewährungen	2012/13	2011/12
	£ 265m	£ 277m

Wie das Parlament des Vereinigten Königreiches am 11. Juni 2013 bekanntgab³³, sind aufgrund allgemeiner Sparmaßnahmen auch Einsparungen bzw. Veränderungen für die BBC geplant. Dies bedeutet, dass sich das **Budget des BBC- World Service im Jahr 2014/15 um £ 2.22m auf £ 245m reduzieren wird**. Es solle aber gleichzeitig geprüft werden, inwieweit für den Fernsehdienst BBC World Service TV in Afghanistan, Burma und Somalia ein zusätzlicher Fonds in Höhe von £ 0,5 m verfügbar gemacht werden könne. Gleichzeitig soll der BBC World Service in den Jahren 2013/14 £ 3m durch kommerzielle Aktivitäten selbst generieren.

Beihilfegewährung	2014/15
	£ 245m

4.4. Finanzierung

Der Auslandssender der BBC, **BBC World News** wird von der BBC eigenwirtschaftlich betrieben und soll nicht aus Rundfunkgebühren finanziert werden, sondern sich aus Werbeerlösen tragen, da die britische *TV licence* nur für ausschließlich in Großbritannien empfangbare Sender genutzt werden darf.

Bislang, d.h. bis 1. April 2014, wurde der **BBC World Service** durch die britische Regierung in Form eines Fonds subventioniert. Diese Subvention wurde durch das Foreign Office verwaltet.

33 Written Statement to Parliament. Foreign and Commonwealth Office spending 2013-14, im Internet abrufbar unter: <https://www.gov.uk/government/speeches/foreign-and-commonwealth-office-spending-2013-14>.

Die Finanzplanung und der Finanzbericht wurden dem Parlament vom Staatssekretär für Kultur, Medien und Sport im Auftrag ihrer Majestät vorgelegt. Dies bedeutet auch eine gewisse Kontrolle durch die Regierung, die damit indirekt auch auf die Programmplanung Einfluss nehmen kann. Die Subventionierung soll 2014 abgeschafft werden;³⁴ für den BBC World Service soll dann, wie für die BBC insgesamt ein gebührenfinanziertes Modell zur Anwendung kommen, der BBC World Service soll also über die Rundfunkgebühr bezahlt werden.

5. CCTV

CCTV (China Central Television), Chinesisches Zentral-Fernsehen, ist der nationale Fernsehsender der Volksrepublik China. CCTV hat am 1. Mai 1958 unter dem Namen Peking Fernsehen den Sendebetrieb aufgenommen. Der Name wurde am 1. Mai 1978 auf CCTV geändert. Zurzeit arbeiten mehr als 10,000 Mitarbeiter bei CCTV. Es ist auch der größte Fernsehsender in China.

5.1. Organisatorische Aufstellung

CCTV unterliegt der Aufsicht der State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (SAPPRFT, früher SARFT). CCTV ist eine öffentliche Dienstleistungsinstitution, wird aber unternehmerisch betrieben. Zudem stehen die Nachrichtensendungen des CCTV unter der Aufsicht des Central Publicity Department der Chinesischen Kommunistischen Partei. CCTV dient als „Sprachrohr der Partei und des Volks [...] und] übt die vielfältigen Funktionen von Nachrichtenverbreitung, sozialer Erziehung, Kultur, Unterhaltung und Informationsservice aus. CCTV ist die Hauptinformationsquelle für das nationale Publikum. Es ist auch ein wichtiges Fenster für die wechselseitige Verständigung zwischen China und der Welt.“³⁵

CCTV besitzt unter den chinesischen Fernsehsendern eine Vormachtstellung. Zum Beispiel sind alle 25 CCTV-Programme über Satellit landesweit empfangbar. Die anderen 34 lokalen Sender dürfen zur landesweiten Übertragung jeweils nur einen Satellitenkanal bieten. CCTV erhält oft auch Privilegien bei der Berichterstattung über wichtige Nachrichtenereignisse wie Eilmeldungen über Naturkatastrophen. Bezüglich der Übertragungsrechte der internationalen Sportveranstaltungen ist nur CCTV zum Verhandeln und Kaufen befugt.

Aufgrund solcher Bevorzungen hat CCTV seit langem etwa 1/3 des chinesischen Fernsehmarktanteils. Es ist besonders einflussreich im Bereich Nachrichten. In letzter Zeit konkurrieren die lokalen Sender mit CCTV, vor allem in Bezug auf Unterhaltungssendungen, um den nationalen Fernsehmarktanteil. Einige lokale Sender, wie Hunan Satellite TV, Zhejiang Satellite TV, sind besonders erfolgreich in Castingshows und Fernsehspielen.

34 Vgl. Trust sets out governance plans for World Service under license fee funding, im Internet abgerufen 12.02.2014: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/news/press_releases/2013/ws_operating_licence.html. Hier gibt es auch einen Link zu dem Positionspapier "BBC World Service. A licence fee funded service, June 2013.

35 Siehe <http://cctvenchiridion.cctv.com/ysjs/index.shtml>.

5.2. Thematische Ausrichtung

CCTV bietet 25 frei empfangbare Kanäle, 12 verschlüsselte digitale Kanäle und 28 Internet-TV-Kanäle.³⁶ Das Vollprogramm CCTV-1 hat eine HD-Version, eine SD-Version, und eine Hongkong-Version. CCTV-4 International (auf Mandarin) überträgt weltweit mit der Asien-, der Europa- und der Amerika-Version. Am 1. Januar 2012 hat CCTV zusammen mit fünf lokalen Sendern einen Probekanal für 3D-Fernsehen gestartet. Mit Ausnahme vom Vollprogrammssender CCTV-1 sind alle übrigen frei empfangbaren CCTV-Kanäle Sparten-Fernsehprogramme. Die Themen betreffen die verschiedensten Bereiche, von Nachrichten, Wirtschaft, Kultur, Musik, Sport, Kinofilmen, Kinderprogramm bis zu internationalen Kanälen in fünf Fremdsprachen.

- CCTV-1: Allgemein
- CCTV-2: Wirtschaft
- CCTV-3: Kultur
- CCTV-4: International (auf Mandarin)
- CCTV-5: Sport
- CCTV-6: Kinofilme
- CCTV-7: Militär/Landwirtschaft
- CCTV-8: Fernseh-drama
- CCTV-9: Dokumentarfilme (auf Mandarin)
- CCTV-9: Dokumentarfilme (auf Englisch)
- CCTV-10: Wissenschaft und Technologie
- CCTV-11: Opern
- CCTV-12: Gesellschaft und Recht
- CCTV-13: Nachrichten (auf Mandarin)
- CCTV-14: Kinder
- CCTV-15: Musik
- CCTV-News: internationale Nachrichten (auf Englisch)
- CCTV-Français: international (auf Französisch)
- CCTV-Español: international (auf Spanisch)
- CCTV-العربية: international (auf Arabisch)
- CCTV-Русский: international (auf Russisch)
- CCTV-22: High Definition³⁷

CCTV hat im Jahre 2012 täglich 0,7 Milliarden inländische Zuschauer, insgesamt 452 Sendungen und 341.400 Sendestunden, also täglich etwa 935 Sendestunden. Im Internet bietet CCTV online und mobil Fernseh-sendungen auf CNTV (China Network Television).

36 Siehe ebenda.

37 Siehe http://de.wikipedia.org/wiki/China_Central_Television.

5.3. Budget

Im Jahre 1979 hat CCTV das „Budget-Vertrag“-System, das damals für die meisten öffentlichen Dienstleistungsinstitutionen üblich war, probeweise eingeführt. Nach diesem System reichte CCTV einen Budget-Vorschlag bei der damaligen State Administration of Broadcasting und dem Finanzministerium ein und war für den Verlust und den Gewinn selbstverantwortlich. Der Inhalt des „Budge-Vertrags“ hat sich in den vergangenen drei Jahrzehnten mehrmals verändert. Im Jahre 2001 hat CCTV das folgende Finanzmodell für das Budgetmanagement und Controlling eingeführt³⁸:

- Die Werbeeinnahmen werden als nicht-budgetäre Gelder verwaltet und sind frei von Einkommensteuer;
- Zur Entwicklung des Rundfunks insgesamt werden aus Werbeeinnahmen 13 Prozent der jährlichen Realeinkommen (öffentliche Mittel, die Umsatzsteuer und die Extrasteuer werden nicht einkalkuliert) an die SARFT übergeben;
- Zur Motivierung der Mitarbeiter werden jeweils 3% und 6% der jährlichen Realeinkommen abzüglich der an die SARFT übergebenen Summe als Bonus an die Mitarbeiter und an die Wohlfahrtskasse für die Mitarbeiter gezahlt.

Der Budgetplan des CCTV ist nicht öffentlich zugänglich. Der Medienkritiker ZHANG Yi vermutet, dass CCTV im Jahre 2013 ein Budget von 13,5 Milliarden Yuan (= 1,6 Milliarden Euro) haben könnte.³⁹

5.4. Einnahmen des CCTV

Die Einnahmen des CCTV stammen aus öffentlichen Mitteln, Einnahmen aus den Abteilungen der öffentlichen Dienstleistungsinstitutionen, Einnahmen aus den Tochterunternehmen von CCTV, und zusätzlichen kommerziellen Einnahmen.⁴⁰

Die öffentlichen Mittel, die CCTV zur Verfügung stehen, betragen etwa 12 Prozent der gesamten Einnahmen des CCTV.

38 Bericht über die Reform des Finanzsystems bei CCTV. In the Beijing News (in Chinesisch), 12. Juli 2005. Reproduziert in <http://biz.163.com/special/c/00021H0L/cctvshenji.html>. Nach einer internen Datei ist dieses Finanzmodell bisher kaum verändert.

39 Kritik an dem Monopol des CCTV und der fehlenden Transparenz bei der Verwendung der Werbeeinnahmen (in Chinesisch). biz.21cbh.com/2013/10-30/5NNjc1Xzg5MDk5Ng.html.

40 Quelle: ein internes Dokument des CCTV. Außerdem hat CCTV im Jahre 2010 zwei öffentlichen Dienstleistungsinstitutionen und 68 Tochterunternehmen.

Die Einnahmequellen außer den öffentlichen Mitteln sind Werbeeinnahmen, Einnahmen aus Netzwerken (Gebühren für Kabelnetzwerke, Einnahmen aus digitalem Fernsehen etc.), Verkauf von Rechten und Lizenzen, und die zusätzlichen kommerziellen Einnahmen einschließlich Verkauf von Audio- und Video-Produkten, Einnahmen aus Kooperationsprodukten und technischen Dienstleistungen etc.

Die meisten Einnahmen des CCTV (73,4 Prozent im Jahre 2010) stammen aus Werbeeinnahmen, deren Großteil (91,4 Prozent im Jahre 2010) aus den Abteilungen der öffentlichen Dienstleistungsinstitutionen stammt. Die sonstigen Werbeeinnahmen stammen aus zehn Tochterunternehmen des CCTV wie China International TV Corporation (CITVC), Beijing Future Advertising Company etc.

Weil die offiziellen Angaben über die Einnahmen des CCTV fehlen, schätzt man grob mit Hilfe der unterschiedlichen indirekten Quellen, dass im Jahre 2013 CCTV eine Einnahme von etwa 40 Milliarden Yuan (= 4,8 Milliarden Euro) erzielt hat. Die zukünftige größte Konkurrenz für CCTV im Werbemarkt kommt nicht mehr aus den lokalen Sendern, sondern aus Internetunternehmen wie etwa Baidu, Tencent etc.

5.5. Globale Strategie

Die internationale Kommunikation ist eine wichtige Aufgabe des CCTV. Bis jetzt bietet CCTV elf Kanäle für sowohl ausländische Zuschauer als auch Überseechinesen. Die internationalen Kanäle des CCTV senden weltweit auf fünf Fremdsprachen in English, Französisch, Spanisch, Arabisch und Russisch. CCTV-4 International (auf Mandarin) überträgt weltweit mit der Asien-, der Europa- und der Amerika-Version. CCTV hat ein globales Berichterstattungs- und Redaktionsnetzwerk etabliert. Derzeit hat CCTV zwei Nachrichtenzentren, CCTV Amerika in Washington DC und CCTV Afrika in Kenia; fünf regionale Büros in London (Europa), Moskau (Russland), Hongkong (Asien-Pazifik), Sao Paulo (Lateinamerika) und Dubai (Nahost); sowie 63 Korrespondenzbüros.

5.5.1. CCTV-4 International (auf Mandarin)

CCTV-4 International (auf Mandarin) wurde im Jahre 1994 gegründet. Die Chinesen in Hongkong, Macau, Taiwan und die Auslandschinesen werden zur Zielgruppe genommen. Gesendet wird weltweit um die Uhr durch Satellitenübertragung. Im Jahre 2009 wurde CCTV-4 in drei Teile, die Asien-, die Amerika-, und die Europa-Version, aufgespalten, um den Bedürfnissen der Zuschauer in den unterschiedlichen Regionen gerecht zu werden.

5.5.2. CCTV Fremdsprachenkanäle

CCTC-9 International war der erste Fremdsprachenkanal des CCTV. Im Jahre 1997 sendete es zuerst als ein Probekanal in Peking auf Englisch, Französisch und anderen europäischen Sprachen. Im Jahre 2000 wurde CCTV-9 International (auf Englisch) offiziell gegründet. Es strahlte Nachrichtensendungen 24 Stunden auf Englisch aus. Im Jahre 2010 wurde der Name auf CCTV-NEWS geändert. Die Programme der zwei im Jahre 2012 gegründeten ausländischen Nachrichtenzentren in Washington DC und Kenia werden auch von CCTV-NEWS ausgestrahlt.

Nach CCTV-4 und CCTV-9 hat CCTV im Jahre 2004 den dritten internationalen Kanal CCTV-E&F gegründet. Dieser sendete auf Französisch und Spanisch. Das Programm bestand aus Nachrichten, Unterhaltung und Information. Im Jahre 2007 wurde CCTV-E&F in CCTV-Français und CCTV-Español aufgespalten. Beide Kanäle senden rund um die Uhr Nachrichten, chinesische Fernseh-dramen und Programme aus den Bereichen Kultur, Wissen und Reisen.

Der fünfte internationale Kanal des CCTV ist CCTV-العربية auf Arabisch. Er wurde am 25. Juli 2009 gegründet. Die Rezipienten in Nordafrika und Nahost können mit Antenne das Programm durch Arabsat und Nilesat empfangen.

CCTV-Русский (auf Russisch) ist der sechste internationale Kanal des CCTV. Es wurde am 10. September 2009 gegründet.

5.5.3. Die globale Expansion des CCTV

Nach dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation (WTO) Ende 2001 wurde die Globalisierung in China intensiv thematisiert. CCTV hat seitdem auch eine globale Strategie entwickelt. Am Anfang diente diese globale Strategie bloß als Selbstschutz vor der angeblichen Konkurrenz der aggressiven internationalen Medienkonzerne. Mit der Zeit entwickelte CCTV eine ehrgeizige globale Strategie, um den chinesischen Medien in China und weltweit mehr Einfluss zu verschaffen. Um das Ziel zu erreichen, hat CCTV zuerst angestrebt, Programme des CCTV weltweit empfangbar zu machen. In den letzten Jahren hat CCTV ein globales Berichterstattungs- und Redaktionsnetzwerk etabliert, damit CCTV aus erster Hand über die wichtigen internationalen Ereignisse berichten kann. Im Jahre 2013 wurden 97 Prozent der Berichterstattungen des CCTV über die wichtigen internationalen Ereignissen von CCTV-Korrespondenten originär berichtet. Vor einem Jahr gab es nur 69 Prozent der originären internationalen Berichterstattungen.

6. Sendervergleich

	CNN -International	BBC		Deutsche Welle	CCTV
gegründet	1. Juni 1985	Okt. 1922		3. Mai 1953	1. Mai 1958
Inhaber	Turner Broadcasting	BBC-Intern.: öffentl.-rechtl. Rundfunk	BBC-World BBC World Ltd.	Öffentl.-rechtl. Rundfunk	Teil der State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (SAP- PRFT)
Hauptsitz	London, Atlanta. Hongkong	London		Berlin + Bonn	Peking
Nachrichtentyp	24-h-Nachrichten	24-h-Nachrichten		24-h-Nachrichten	24-h-Pro- gramm
Verbreitung	Weltweit Mehr als 200 Län- der	Weltweit in mind. 28 ver- schiedenen Sprachen		Weltweit in mehr als 60 Nationen	Weltweit Fernsehpro- gramme in fünf Fremd- sprachen
Budget		BBC-World Service: £ 245m (= 299.364.613,881 Euro ⁴¹)		270 Millionen Euro (ggf. mehr in 2014).	Vermutlich 13,5 Milliar- den Yuan (=1,6 Milliar- den Euro) in 2013
Finanzierung	Privat finanziert durch Werbung	BBC wird finanziert über Rundfunkgebühren – der BBC World Service erhielt		Finanzielle Mittel der BKM	CCTV wird überwiegend

41 Vgl.: Währungsrechner des Bankenverbandes, abgerufen am 18. 02. 2014, <http://bankenverband.de/service/waehrungsrechner-oder-297.699.500> oder: 297.724.000,000 Euro gemäß: <http://www.finanzen.net/waehrungsrechner/britische-pfund-euro>.

		bis 01.04. 2014 Zuschüsse über das Foreign Office. Ab April 2014 über Rundfunkgebühren finanziert.		mit Werbeeinnahmen finanziert.
Webseite	http://edition.cnn.com/	http://www.bbc.co.uk/	http://www.dw.de/themen/s-9077	http://www.cctv.com

7. Literaturverzeichnis

DREIER, HARDY 2009, Das Mediensystem Deutschlands, in: Internationales Handbuch Medien, Hrsg. Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Nomos-Verlagsgesellschaft Baden-Baden, 28. Aufl., S.257-269.

ENGEL, DAGMAR 2008, CNN, Al Dschasira und wir – Deutsche Welle TV und ihre Konkurrenz weltweit, in: Markt, Macht, Medien. Reflexionen zur Praxis der vierten Gewalt, Gerhard Göhler/Annette Knaut/Cornelia Schmalz-Jacobsen/Christian Walter (Hrsg.), Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, S. 43 – 55.

FEILCKE, ADELHEID 2011, Auslandsrundfunk – International Broadcasting, in: Handbuch International Media Studies, Christoph Schmidt, Bernd-Peter Arnold (Hrsg.), DW-Akademie Edition International Media Studies, VISTAS Verlag GmbH, Berlin, S. 140 – 157.

GEDMIN, JEFFREY 2012, Turn your radio on: seven steps to clarify the purpose and effectiveness of the US global broadcasting effort, in: The American interest: policy, politics & culture, S. 74-83.

GROEBEL, JO 2000, Die Rolle des Auslandsrundfunks. Eine vergleichende Analyse der Erfahrungen und Trends in fünf Ländern, Hrsg.: Dr. Michael Domitra, Stabsabteilung der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.

HUMPHREYS, PETER 2009, Das Mediensystem Großbritanniens, in: Internationales Handbuch Medien, Hrsg. Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Nomos-Verlagsgesellschaft Baden-Baden, 28. Aufl., S. 332-350.

KLEINSTEUBER, HANS J. 2009, Das Mediensystem der USA, in: Internationales Handbuch Medien, Hrsg. Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Nomos-Verlagsgesellschaft Baden-Baden, 28. Aufl., S. 1211- 1225.

LINDNER, BERNADETTE 2011, Terror in der Medienberichterstattung, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

MEYEN, MICHAEL 2008, Auslandsmedien im 21. Jahrhundert, in : Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, Nr. 11, S. 6 – 11.

MICHALEK, CHRISTIAN 2009, Die Deutsche Welle im Rahmen von Public Diplomacy. Journalistisches Selbstverständnis und politischer Auftrag des deutschen Auslandsrundfunks, Martin Meidenbauer Verlagsbuchhandlung München.

NIEPALLA, PETER (2007), Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln.

ZÖLLNER OLIVER (2002), Deutsches Auslandsfernsehen: Akzeptanz von DW-TV, in: Media Perspektiven, Heft 5, S. 232 – 238.

